

مجلة

# بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠ م = ٢,٠١

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢١ م = ٠,٩٦٥٥

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة التاسعة - العدد الرابع والثلاثون/ الجزء الأول - يوليو/ سبتمبر ٢٠٢١ م

بحوث باللغة العربية:

- اعتماد الجمهور الأردني على قناة المملكة لاكتساب المعلومات حول فيروس كورونا  
أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (جامعة اليرموك)  
مرام محمد ناجي عوض مناجرة (جامعة الملك محمد الأول بالمغرب) ... ص ١١
- الاتجاهات البحثية في دراسات الإعلام وجائحة كورونا: دراسة تحليلية من المستوى الثاني  
أ.م.د. سماح محمد محمدي (جامعة القاهرة) ... ص ٣٩
- توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي: دراسة ميدانية على موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى المستخدمين لمنصة إثراني  
أ.م.د. رشا محمد أحمد مرسي (جامعة أم القرى)  
روان سراج عمر بخش (جامعة أم القرى) ... ص ١٠٣
- دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحتها الرسمية على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا: دراسة ميدانية  
أ.م.د. منى طه محمد طه (جامعة المنصورة) ... ص ١٤١
- فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية للوزارات المصرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة الرقمية للجمهور في الشؤون العامة  
د. نها أنور سليمان (جامعة المنوفية) ... ص ٢١٥
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة قادة الرأي الجدد من منظور الشباب المصري  
د. السيد محمد أبو شعيشع (جامعة القاهرة) ... ص ٣٠٣
- استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم نحو فيروس كورونا  
د. مها مدحت محمد كمال (جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٣٥٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢١ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jpr.epra.org.eg



مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن  
جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

سيد أحمد شريف

علي حسين الميهي

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والمتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية  
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام والمتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناتي (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة  
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة  
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية  
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر  
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

**APRA Publications**

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom  
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.  
Postal code: 32111 Post Box: 66  
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,  
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



## مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

### Journal of Public Relations Research Middle East

#### التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).  
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

#### قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠\$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠\$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٥٠\$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. على ألا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$, ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠\$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg)، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة [ceo@apr.agency](mailto:ceo@apr.agency) بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

## الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثلاثة وثلاثون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوىً باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي "الأولى Q1".

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة).

وفي العدد الرابع والثلاثين من المجلة بجزأيه الأول والثاني نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة بالجزء الأول بالعدد "الرابع والثلاثين" من المجلة، ومن جامعتي اليرموك بالأردن ومحمد الأول بالمغرب، نجد بحثًا مشتركًا تحت عنوان: "اعتماد الجمهور الأردني على قناة المملكة لاكتساب المعلومات حول فيروس كورونا"، وهو مقدم من: أ.د. تحسين منصور رشيد منصور، مرام محمد ناجي عوض مناجرة من الأردن.

ومن جامعة القاهرة، قدّمت: أ.م.د. **سماح محمد محمدي**، من مصر، دراسة تحليلية من المستوى الثاني بعنوان: "الاتجاهات البحثية في دراسات الإعلام وجائحة كورونا".

ومن جامعة أم القرى، قدّمتا: أ.م.د. **رشا محمد مرسي** من مصر، **روان سراج عمر بخش** من السعودية دراسة مشتركة تحت عنوان: "توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي: دراسة ميدانية على موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى المستخدمين لمنصة إنثرائي".

أما د. **منى طه محمد طه** من جامعة المنصورة، من مصر، قدّمت: دراسة ميدانية بعنوان: "دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحتها الرسمية على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا".

ومن جامعة المنوفية، قدّمت د. **نها أنور سليمان**، من مصر، بحثاً تحت عنوان: "فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية للوزارات المصرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة الرقمية للجمهور في الشؤون العامة".

أما د. **السيد محمد أبوشعيشع** من جامعة القاهرة، من مصر، قدّم بحثاً بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة قادة الرأي الجدد من منظور الشباب المصري".

بينما قدّمت د. **مها مدحت محمد كمال**، من جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، من مصر، بحثاً بعنوان: "استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم نحو فيروس كورونا".

وفي الجزء الثاني من العدد (الرابع والثلاثين) نجد بحثاً بعنوان: "دور الحملات الترويجية للمشروعات القومية في تعزيز سمعة مصر الداخلية" قدّمته د. **مايسة حمدي زكي شلبي**، من جامعة المنصورة، من مصر.

ومن جامعة الدار، قدّمت د. **منة محمد معوض**، من مصر، دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية، بعنوان: "واقع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا".

بينما قدّمت د. **نهى عادل هريدي**، من جامعة المنوفية، من مصر، بحثاً بعنوان: "تأثيرات حملات فيروس كورونا التلفزيونية على تبني المصريين السلوكيات الصحية".

ومن جامعة كفر الشيخ قدّمت د. **إيناس منصور شرف**، من مصر، بحثاً بعنوان: "متابعة الشباب الجامعي للأخبار والفعاليات الرياضية في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالقيم الأخلاقية لديهم".

وفي إطار بحوث كورونا قدّمت د. **حنان موسى عبد العال**، من جامعة أسيوط، من مصر، دراسة ميدانية بعنوان: "دور الحملات الإعلامية الحكومية في تشكيل الوعي الصحي للجمهور المصري أثناء جائحة كورونا".

وأخيراً من جامعة بورسعيد قدّمت د. **دينا محمد عساف**، من مصر، دراسة في إطار نظرية ثراء وسائل الإعلام بعنوان: "اتجاهات المراهقين نحو استخدام المنصات التعليمية".



وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

**رئيس تحرير المجلة**

**أ.د. علي عجوة**



**دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحاتها الرسمية على  
الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا: دراسة ميدانية**

إعداد

أ.م.د. منى طه محمد طه (\*)

---

(\*) أستاذ مساعد صحافة بقسم الإعلام في كلية الآداب - جامعة المنصورة.



## دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحتها الرسمية على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا: دراسة ميدانية

أ.م.د. منى طه محمد طه  
dr.mona.taha.mt@gmail.com  
جامعة المنصورة

### الملخص:

هدفت الدراسة الحالية إلى معرفة دور الحملات الصحية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا في إطار نظريتي التماس المعلومات وثرء الوسيلة، وهي دراسة مسحية استخدمت أداة الاستبيان، والذي تم ملؤه يدوياً وإلكترونياً على عينة من الجمهور المصري بلغت (٥٠٠) مفردة من الإناث والذكور، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: ارتفاع نسبة من يستخدمون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان على الفيسبوك لمتابعة أخبار جائحة كورونا، وأن أغلب المبحوثين تابعوا الحملات الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة والسكان على صفحتها حول الجائحة، وأن أكثر الحملات متابعة تلك المرتبطة بكيفية التعامل مع الجائحة والمصابين وطرق الوقاية من العدوى، كان لتلك الحملات تأثيرات إيجابية عديدة سلوكية ومعرفية، وأدت لتعديل بعض سلوكيات المبحوثين الغذائية والاجتماعية والصحية، وكانت الحملات الأقل أهمية للمبحوثين حملة #ووريد ووريدة #، وحملات التعريف بالجهود الرسمية لمواجهة الجائحة.

**الكلمات المفتاحية:** الصفحات الرسمية، الحملات الإعلامية، جائحة كورونا، الفيسبوك.

### مقدمة:

شهد العالم منذ الشهر الأخير من عام ٢٠١٩م انتشاراً واسعاً لما عرف عالمياً بجائحة كورونا أو كوفيد-١٩، ومنذ إعلان منظمة الصحة العالمية ظهور الفيروس وانتشاره عالمياً مارس ٢٠٢٠م بما يشكل جائحة، والعالم يعيش حالة من الخوف والترقب والتأثر بهذا الوباء، وبدأت الدول إجراءاتها المختلفة لمواجهة هذه الجائحة الجديدة بدأت بسياسات الإغلاق الجزئي ثم التام لجميع أوجه الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية وغيرها.

ولم يكن الإعلام بمنأى عن هذه الإجراءات لمواجهة الجائحة باعتبار أن وسائل الإعلام أحد مصادر نشر الوعي والثقافة بين قطاعات الجماهير المختلفة، كما تؤدي دوراً مهماً في نقل المعلومات المختلفة عن المرض وكيفية التعامل معه، بل ومتابعة تطوراتها وتأثير انتشاره على المستويين المحلي والعالمية.

وإذا كانت وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً وقت هذه الأحداث، فإن المعلومات الموثوقة والأرقام والإحصائيات، بل والشفافية في تناول تطورات الجائحة يعد مطلباً جماهيرياً؛ إذ يلتمس الجمهور معلوماته

من هذه الوسائل المختلفة باحثًا عن أعداد الإصابات والوفيات، وأماكن انتشاره وطرق العدوى، وسبل الوقاية والإجراءات الاحترازية الواجبة عليه، والعزل المنزلي والبحث عن سبل للعلاج وغيرها من الاحتياجات التي تزيد أهمية وسائل الإعلام على حد اختلافها كمصدر للمعلومات، وتزداد أهمية المصادر الرسمية في تلك المواقف والأزمات، تلك المصادر الرسمية التي اتخذت من وسائل الإعلام أداة لها للوصول إلى الجماهير.

لما تتمتع به المصادر الرسمية من مصداقية عالية لدى الجمهور وقت الأزمات، وتصبح هي مصدر الجمهور في الحصول على المعلومات التي يبحث عنها، ومصدرًا للتوعية، والتثقيف الصحي لديه، من خلال الأشكال المختلفة التي توظفها هذه الوسائل كالأخبار والتحقيقات والحوارات والحملات الإعلامية المختلفة، التي توظف فيها أدوات عديدة لتحقيق الهدف منها، مثل: الصور والرسوم المتحركة والإنفو جرافيك والحوارات، واستخدام كل الأدوات المتاحة لها للوصول إلى جمهورها على اختلافه وتنوعه.

كما استفادت الحملات الإعلامية من معطيات التكنولوجيا الرقمية فاستخدمت العديد من الوسائل التقنية للإعلام الجديد مثل الفيسبوك واليوتيوب، كما أن حملات التوعية إحدى أدوات التغيير الفاعل، والتي تدعم استراتيجية التنمية في أي مجتمع (البقمى، شارع بن مزيد، ٢٠٢٠م: ١٩١).

### الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور هي:

المحور الأول: دراسات تناولت فيروس كورونا كوفيد-١٩ والمشكلات الصحية في وسائل الإعلام.

المحور الثاني: دراسات تناولت الحملات الإعلامية.

المحور الثالث: دراسات إعلامية تناولت الصفحات الرسمية.

المحور الأول: دراسات تناولت فيروس كورونا كوفيد-١٩ والمشكلات الصحية في وسائل الإعلام.

وتم تقسيم هذا المحور إلى عددٍ من المحاور الفرعية:

أ- دراسات تناولت التأثيرات المختلفة لمعالجة الإعلام لجائحة فيروس كورونا في مصر والدول العربية والأجنبية مثل:

(١) دراسة (Dkhar ,Sabira Aalia . el al, 2021)

والتي اهتمت برصد المعرفة والاتجاه والممارسات المرتبطة بجائحة كورونا -١٩ لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الجمهور العام في جامو وكشمير والهند، كما تناولت الإجراءات التي قدمت للحد من العدوى بفيروس كورونا -١٩ وشملت التدريبات والمعارف للوقاية والعزل والتطهير، والحماية مقسمة بدرجات متفاوتة في مناطق الإصابة وحماية الحالات المؤكدة، مستخدمة استبيان

إلكتروني على مواقع الفيسبوك وواتس آب، وكانت غالبية الذين أجابوا عليه تتراوح أعمارهم بين ١٨-٤٠ سنة، ومنهم ٦٠٪ منهم في المناطق الحضرية، وكانت وسائل التواصل الاجتماعي هي مصدر المعلومات لدى ٦٠ في المائة منهم، ووافق ٧٨٪ على إجراءات الغلق، واتباع ٨٧٪ التحذيرات بغسل اليدين بالماء والصابون وغيرها من الإجراءات الاحترازية، وأن هناك معرفة جيدة وموقفًا إيجابيًا وممارسات معقولة فيما يتعلق بفيروس كورونا بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

(٢) دراسة (Rajasekhar, Sandhya, Makesh, Deepa and S. Jaishree, 2021)

والتي قدمت تقييماً لمعدلات المعرفة في وسائل الإعلام بين الجمهور، وفي البحث ومعالجة المعلومات الصحية ومستوياتها، خلال جائحة كورونا كوفيد-١٩، واستخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام خاصة مع تزايد الاعتماد عليها في العصر الرقمي، ونظرية القيمة المتوقعة، وأشارت الدراسة أنه خلال الأوبئة يعتمد على وسائل الإعلام في نشر التحذيرات والتوعية لتقليل المرض، وإن كانت محملة بمعلومات خاطئة (مضللة) أحياناً، وأشارت إلى تأكيد المدير العام لمنظمة الصحة العالمية عام ٢٠٢٠ على أهمية الحقائق، وأن نشر المعلومات المضللة تعد تحدياً لجهود العاملين في القطاع الصحي، ومطالبة المنصات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بحجب الأخبار الكاذبة، وتشجيع المؤثرين بنشر الأخبار الصحيحة والحقائق ومشاركتها في بوستاتهم، واستخدمت الدراسة مفهوم الجمهور النشط.

- وفي إطار التأثيرات المعرفية للإعلام وقت جائحة كورونا المستجد والوعي الصحي بوجه عام.

(٣) دراسة (البقمي، شارع بن مزيد، ٢٠٢٠)

والتي هدفت إلى قياس التأثير المعرفي لحمات التوعية الإلكترونية على الجمهور السعودي بالتطبيق على الحملة الوطنية الإعلامية (الحج عبادة وسلوك حضاري) لتوعية ضيوف الرحمن في موسم الحج ١٤٤٠هـ/٢٠١٩م.

وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: ارتفاع معدل تعرض العينة للحملات التوعوية، مع تعدد أسباب ودوافع التعرض لحمات التوعية الإلكترونية، وارتفاع مستوى اهتمام الجمهور بالحملة.

(٤) وفي الإطار نفسه دراسة (الصعيدى، طارق محمد محمد، ٢٠٢٠م)

والتي هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا، والتأثيرات الناتجة عن ذلك، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد الشباب على تطبيقات الهاتف المحمول في الحصول على معلومات عن فيروس كورونا.

(٥) اهتمت دراسة (الشلهوب، عبد الملك بن عبد العزيز، ٢٠٢٠م)

بالتعرف على الدور الذي تؤديه وزارة الصحة السعودية في توعية أفراد المجتمع السعودي بجائحة كورونا، وفاعلية وسائل الاتصال التي استخدمت في ذلك، وتوصلت الدراسة إلى نجاح الممارسات الاتصالية لوزارة الصحة السعودية في إدارة الأزمة، وبناء الوعي الصحي لدى جماهير المملكة، وأجريت

الدراسة على ٣١٣٣ مفردة من خلال استمارة إلكترونية على تويتر وجوجل درايف، وأكدت الدراسة على نجاح الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة السعودية في إدارة أزمة جائحة كورونا بدرجة كبيرة، ودورها في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي.

#### ٦) بينما ركزت دراسة (علة، عيشة، ٢٠٢٠م)

على التنبؤ بدور الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي، ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا في الجزائر وتأثير المتغيرات الديموجرافية للجمهور، وتوصلت إلى أن للإعلام دوراً في التأثير على اتجاهات الشباب من خلال ما يعرض في وسائل الإعلام من مادة مرورية توعوية على سبيل المثال والتي تعمل على رفع مستوى المعرفة المروري لديهم.

#### ٧) بينما اهتمت دراسة (الحسين، أنس، ٢٠٢٠م)

بمعرفة دور الإعلام الإلكتروني المغربي وقت أزمة فيروس كورونا في المغرب، كما اهتمت بتأثير الأخبار الزائفة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع، وتوصلت الدراسة إلى أن المواطن المغربي وقت الأزمة كان أمام خطابين إعلاميين، الأول الخطاب الرسمي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، للتواصل مع المواطنين ومستجدات وتطورات انتشار الفيروس، والثاني خطاب مواقع التواصل الاجتماعي.

#### ٨) دراسة (Qingpeng ,Lifang Lie.el al, 2020)

حول انتشار المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي أثناء وباء كوفيد- ١٩ من خلال دراسة حالة لموقع " ويبو " في وقت تفشي كارثة فيروس كورونا وخروجه عن السيطرة، مما أدى بالناس إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتعرف على التغيرات في أنواع المعلومات، وأهميتها للناس وللسلطات على حدٍ سواء، واستخدام استراتيجيات ملائمة لنشر المعلومات وإخبار الناس بوباء كوفيد- ١٩، وتناولت هذه الدراسة البيانات التي على موقع ويبو الرسمي، وكذلك الردود على المعلومات، وأنها أدت إلى نشر الاهتمام بالموضوع لدى الجمهور .

#### ٩) دراسة (Tour , Liu . el al, 2021)

والتي ركزت على دور وسائل التواصل الاجتماعي وقت تفشي فيروس كورونا بسرعة في الصين بداية ٢٠٢٠م واقتراح الحكومة إجراءات العزل المنزلي، ودورها في حصول الجمهور على المعلومات حول المرض، وتأثير هذه المعلومات علي الصحة العقلية للناس، وتناولت التأثيرات النفسية الناتجة عن استخدام الإعلام أثناء اندلاع الأزمة، وذلك بدراسة أجريت على ٩١٧ مشاركاً في مختلف المقاطعات في أنحاء الصين منهم ٣٠٤ من الذكور و ٦١٣ من الإناث بمتوسط عمر ٢٨.٦ سنة، وأوضحت الدراسة وجود علاقة بين استخدام الجمهور للإعلام الاجتماعي والصحة النفسية لهم، والقلق، والضغط النفسي خلال تفشي كوفيد -١٩.



**(١٠) بينما دراسة (الفاقي، مال إبراهيم وأبو الفتوح، محمد كمال ، ٢٠٢٠م)**

فقد تناولت طبيعة المشكلات النفسية المترتبة على جائحة فيروس كورونا كوفيد-١٩ لدى طلاب الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت لعدد من النتائج أهمها: وجود مشكلات نفسية لدى الطلاب تشكلت نتيجة الجائحة، في مقدمتها الضجر، بينما بدرجات متوسطة اضطرابات الأكل، المخاوف الاجتماعية، اضطرابات النوم، الوسواس القهري، الوحدة النفسية، الاكتئاب والكدر النفسي.

**واتجهت دراسات أخرى لدراسة التأثيرات النفسية أيضًا نتيجة التناول الإعلامي لفيروس كورونا وانتشاره مثل:**

**(١١) دراسة (حسين، إيمان عاشور سيد، ٢٠٢٠م)**

فتناولت درجات التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد - ١٩ من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بالمناعة النفسية لديهم، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن الواتس آب جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي استخدمها الباحثين، يليه الفيسبوك، كما ساهمت هذه الوسائل الاجتماعية من رفع المناعة النفسية لدى عينة الدراسة.

**(١٢) كما اهتمت دراسة (فلوس، مسعود ، وتومي، الخنساء، ٢٠٢٠م)**

بالتعرف على ماهية الإعلام الجديد، وماهية الصحة النفسية، وقدمت الدراسة تساؤلًا: هل يؤثر الإعلام الجديد سلباً على الصحة النفسية للأفراد جراء جائحة كورونا؟ وتوصلت إلى أن الأفراد يعانون من خوف وقلق وتوتر نتيجة البرامج الإعلامية المختلفة.

**(١٣) بينما دراسة ( Apuke, Destiny, Oberiri, Omar, Bahiyah, 2020 )**

والتي حاولت وضع تفسير لنشر ومشاركة المستخدمين للأخبار الزائفة أثناء جائحة كوفيد -١٩ والسلوك الاتصالي للمبجوثين باستخدام نظرية الاستخدامات والإشباع، ونموذج معادلة النموذج البنائي للتوافق الجزئي بالتطبيق على ١٥٢ من مستخدمي الفيسبوك وواتس آب في نيجيريا وتوصلت الدراسة أن عوامل التعاطف، والمشاركة الفورية للأخبار، والتشئة الاجتماعية كسلوك مرتبط بمشاركة الأخبار الزائفة المرتبطة بجائحة كورونا، وناشدة الدراسة مقدمي الخدمة الصحية والحكومة النيجيرية بالإمداد بالمعلومات المتصلة بالجائحة، ونشر هذه المعلومات علي نطاق واسع لمساعدة الناس، ودوافع المكانة الاجتماعية كانت وراء نشر العديد من المستخدمين للأخبار الكاذبة.

**(١٤) دراسة (Oberiri Destiny Apuke, Bahiyah Omar, 2020)**

والتي اهتمت بدراسة دوافع الأخبار الزائفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ومشاركتها خلال جائحة كوفيد-١٩، وأجريت الدراسة على ١٥٢ مستخدم للفيس بوك وواتس آب في نيجيريا باستخدام

نظرية الاستخدامات والإشباع، وتوصلت الدراسة إلى أن دوافع التنشئة الاجتماعية والرغبة الذاتية أهم دوافع مشاركتهم السريعة للأخبار الكاذبة، وهو سلوك مرتبط بجائحة كوفيد-١٩، وأن الناس متشككة من المعلومات التي تأتي من وسائل الإعلام الاجتماعي، ويرى البعض أنها تدعم الرعاية الصحية وإمداد النيجيريين بالمعلومات مباشرة.

#### (١٥) أما دراسة (Taha ,Viktoria Ali.el al , 2021)

و التي عنيت بدراسة تأثير استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على السلوك التسويقي للمستهلكين السلوك والإيطاليين خلال جائحة كوفيد-١٩، وعادات المستهلكين وذلك من خلال دراسة مسحية باستخدام استبيان خلال الموجة الأولى للجائحة، على عينة من ٩٣٧ مبحوثاً في الدولتين، باستخدام اختبار سبيرمان للعلاقات المتبادلة واختبار كروشال واليس، وأظهرت النتائج وجود فروق إحصائية في استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، وأن هناك علاقة ضعيفة بين وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز التسوق الإلكتروني، وعملية الشراء.

#### (١٦) بينما دراسة (عبد العزيز، سارة محمود، ٢٠١٨م)

فقد عنيت برصد مدى التماس الجمهور المصري للمعلومات الصحية عبر شبكة الإنترنت وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديهم، من خلال دراسة على عينة عددها ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري فوق ١٨ سنة، وتوصلت الدراسة إلى أن الدوافع النفعية الأقوى لدى العينة لالتماس المعلومات الصحية عبر شبكة الإنترنت، وارتفاع نسبة من يطبق ويستفيد من المعلومات الصحية على الإنترنت من المبحوثين، وارتفاع نسبة ثقة المبحوثين في المعلومات الصحية التي يحصلون عليها من خلال الإنترنت، بينما كان مستوى الوعي الصحي لديهم متوسطاً نتيجة التماسهم المعلومات الصحية من الإنترنت.

#### (١٧) وفي الإطار نفسه تناولت دراسة (عبد الحافظ، نادية محمد، ٢٠١٦م)

الدور التثقيفي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة ونشر الثقافة الصحية بين الجمهور المصري، مستخدمة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونموذج الاعتقادات الصحية بالتطبيق على ٤٠٠ مفردة، وتوصلت إلى تفوق القنوات التليفزيونية والفضائية على الوسائل التقليدية من حيث درجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات، بينما جاءت الشبكات الاجتماعية في مقدمة وسائل الإعلام الجديدة، كما توجد علاقة ارتباطية بين نوع الوسيلة وبين درجة الاعتماد، كما توجد فروق في درجة الثقة بين المبحوثين في تلك الوسائل وفقاً للتوزيع الجغرافي لمفردات العينة ومن حيث نوعية القضايا الصحية التي يتابعونها وتكامل وسائل الإعلام المختلفة في مجال التوعية والتثقيف الصحي.

## ب- دراسات تناولت معالجة وسائل الإعلام لجائحة كورونا المستجد في مصر والدول الأخرى:

(١٨) كما ركزت دراسة (العشران، رانيا عبد المنعم، ٢٠٢٠م)

على مدى اهتمام الإعلام الصحي بتغطية أخبار وتداعيات انتشار فيروس كورونا في الأردن، ودوره في توعية وتنقيف الجمهور، وتوصلت إلى مراعاة الإعلام للمسؤولية الاجتماعية في نقل الرسالة الإعلامية الصحية للجمهور بطريقة علمية.

(١٩) بينما تناولت دراسة (عبد الدايم، ريهام مرزوق ابراهيم، ٢٠٢٠م)

معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية لأزمة فيروس كورونا بقناتي الأولى، وأون تي في، وتوصلت لعدد من النتائج أهمها: أن الإجراءات الاحترازية جاءت في مقدمة الموضوعات التي تناولتها القناتان، يليها الإرشادات الموجهة للجمهور، ثم دعم الأطقم الطبية، ثم دعم الأفراد والقطاعات المتضررة من الأزمة، وكان إطار الاهتمامات الإنسانية في مقدمة الأطر المستخدمة.

(٢٠) بينما ركز (محمود، سمير محمد، ٢٠٢٠م)

في دراسته على الكشف عن طبيعة توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع العربية والعالمية، وتوصل بدراسته إلى تفوق المواقع العالمية في التوظيف صحافة البيانات في القصص المدعومة بالبيانات، إلى جانب الثراء المعلوماتي للمواقع العالمية في محتوى صحافة البيانات لاعتمادها على مصادر متخصصة من العلماء والباحثين والأطقم الطبية المتخصصة، يقابلها ضعف معلوماتي في محتوى المواقع العربية لحرصها على المواقع الرسمية، وارتفاع التفاعلية والمشاركة في المواقع العالمية مقارنة بالمواقع العربية باستثناء موقع مصرراوي.

(٢١) وفي نفس المجال تناولت دراسة (أطبيقية، عبد الله محمد عبد الله، ٢٠٢٠م)

أطر التناول الإعلامي لجائحة كورونا عالمياً منذ ظهوره في الصين ٢٠١٩م، وذلك في موقع قناة روسيا اليوم الفضائية، وتوصلت الدراسة إلى أن الإطار الأكثر ظهوراً "تكتم الصين عن ظهور الفيروس"، يليه "التعاون الروسي الإيطالي"، ثم "الركود الاقتصادي"، "ومسؤولية الحكومات عن انتشار الفيروس"، و"تطبيق التباعد الاجتماعي" في أطر الحلول الخاصة بالجائحة.

(٢٢) في حين هدفت دراسة (أمدى، عمر، ٢٠٢٠م)

إلى رصد طبيعة التناول الإعلامي لجائحة كوفيد-١٩ في الصحافة الرقمية المغربية، ومستخدمي الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى أن تغطية الصحافة المغربية الإلكترونية للجائحة كانت كافية وواقعية، ركزت على توعية المواطنين، وإن كانت أحياناً استخدمت التهويل والتخويف والترهيب.

(٢٣) بينما اتجهت (الخطاب، عقيلة شنقيط، ٢٠٢٠م)

في دراستها للكاريكاتير الذي تناول فيروس كورونا، ودراسة الخطاب الكاريكاتيري، وتوصلت إلى أنه فن صحفي لم يلق الاهتمام الكافي من قبل النقاد والباحثين.

**(٢٤) وفي نفس الإطار اهتمت دراسة (عبد الحميد، محمد، ٢٠٢٠م)**

التعرف على دور الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات فيروس كورونا، ونوع المضامين التي استخدمت الإنفوجرافيك، في عدد من مواقع الصحف العربية، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: أهم الموضوعات التي استخدمت الإنفوجرافيك في تغطيتها "تداعيات أزمة كورونا" يليها "قرارات الحكومة حول مكافحة الوباء وإحصائيات حول الإصابة بالفيروس" .. وكانت أهم الأهداف "التوعية الوقائية"، والإخبار والإحاطة ثم "دعم القرارات" وأخيراً "تقديم المعلومات".

**(٢٥) دراسة (زقروق ، عبد الخالق ابراهيم عبد الخالق، ٢٠١٦م)**

حول معالجة الصحف الورقية والإلكترونية لأزمة فيروس سي في مصر، في دراسة وصفية تحليلية لعينة من صحف الأهرام والأخبار واليوم السابع والمصريين باستخدام نظرية الأطر. وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: سيطرة الأشكال الإخبارية على باقي الفنون الصحفية، وسطحية التغطية، ووجود خلل في ممارسة الصحف أدوارها ووظائفها تجاه منظومة الصحة المصرية وقضية فيروس سي باعتبارها قضية حيوية وتحدياً يواجه المجتمع، واتبعت التغطية للأزمة الأخلاقيات والممارسة المهنية، وافتقار الصحف الورقية للتنوع في مصادرها ومجالات الاهتمام، وظفت الصحف الإلكترونية العديد من الآليات لتدعيم الأطر الإعلامية والاعتماد على الإحصائيات والأرقام والبراهين المنطقية.

**ج- دراسات تناولت تقييم الأداء الإعلامي حول جائحة كورونا في مصر وغيرها من الدول:****(٢٦) بينما اتجهت دراسة (السالم ، فاطمة سعود عبد العزيز، ٢٠٢٠م)**

إلى دراسة مصداقية الإعلام الرسمي في الكويت أثناء جائحة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية بين العمر ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح صغار السن، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين المتغيرات الديموجرافية للمبوحين وبين مصداقية مواقع التواصل، كما حصل الإعلام الرسمي على الرضا عن الأداء خلال جائحة كورونا بين وسائل الإعلام الأخرى والتي كان في مقدمتها الصحافة.

**(٢٧) أما دراسة (المغير، محمد محمد عبد ربه، ٢٠٢٠م)**

فقد اهتمت بدور السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر تفشي انتشار فيروس كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أهمية تحليل السياسات والاستراتيجيات الإعلامية في التعامل مع فيروس كورونا وما صاحب ذلك من إجراءات إعلامية وتوعوية، كما أوضحت أهمية الإعلام التفاعلي والاجتماعي في تواصل العمل



والأنشطة البشرية في أماكن الحجر الصحي، كم نبهت إلى أهمية استدامة التعليم الإلكتروني.. من أجل التعايش الآمن مع الفيروس.

(٢٨) ورصدت (عبد الحافظ، نادية محمد، ٢٠٢٠م) في دراستها:

اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام لجائحة كورونا المستجد، وتقييمه للإجراءات المتخذة لمكافحة الفيروس، وتوصلت إلى أن أهم المواقع التي يحرص الجمهور عينة الدراسة على متابعتها (اليوم السابع) من خلال موقعها على الفيسبوك.

(٢٩) بينما سعت دراسة (فيصل، خالد، ٢٠١٦م)

إلى تقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في التوعية بمرض كورونا من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة توعية في ظل وجود خطر وبائي متمثل في فيروس كورونا، من خلال تحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة على الحسابات الرسمية لعدد من المدن الطبية السعودية ومستشفياتها، على الفيسبوك وتويتر واليوتيوب، وتوصلت إلى أن ٧٣% من المدن الطبية عينة الدراسة ليس لها منصات على شبكات التواصل الاجتماعي لاستخدامها في التوعية الصحية، وعدم وجود استراتيجية صحية وطنية متماسكة، وضعف استخدام المدن الطبية عينة الدراسة ومستشفياتها المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلي.

#### المحور الثاني: دراسات تناولت الحملات الإعلامية:

(١) دراسة (Pedersen ,Eva A. , Loft ,Louise H., Stine U. Jacobsen,Soborg , Bolette , Janne Bigaard, 2020)

حول استراتيجيات الاتصال الصحي عبر وسائل الاتصال الاجتماعي في الدانمارك، وهدفت الدراسة إلى تأثير استراتيجيات حملات الإعلام الاجتماعي على وقف الإصابة بسرطان عنق الرحم، وقد أطلقت الحملة في ٢٠١٧م لتخاطب المترددين نحو لقاح سرطان عنق الرحم، واعتمدت الحملة على استراتيجية الاتصال "بالقلب-العقل" واستخدمت حقائق ومواد عاطفية لخلق حوار إيجابي نحو اللقاح، وقدمت هذه الحملات عبر حسابات الفيسبوك، ومن النتائج التي توصلت لها تزايد أعداد من وصلت لهم الحملة من خلال رصد التعليقات على منشور الحملة، كما نجحت باستخدام الاتصال بالجماعات الثانوية، والروايات الشخصية والاهتمام بالتفاصيل الدقيقة قبل التخطيط لإطلاق الحملة والتي كان لها تأثير كبير في زيادة الحوار الإيجابي، وتزايد التعليقات من ٥٠% إلى ٧٥% تقريباً بعد عام واحد من الحملة.

## (٢) مثل دراسة (البقمي، شارع بن مزيد، ٢٠٢٠م)

عن الحملة الوطنية الإعلامية "الحج عبادة وسلوك حضاري" والتي سبق تناولها في محور سابق.

## (٣) كما اهتمت دراسة (حسن، مها مختار، ٢٠٢٠م)

برصد طبيعة المحتوى الإخباري عن حملة ١٠٠ مليون صحة في المواقع الإلكترونية الإخبارية، بالتطبيق على موقعي اليوم السابع ومصرأوي، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم أدوار تلك المواقع كان التمهيد للحملة بالتعريف بها وأهدافها وأماكنها، والتحفيز، وتكوين صورة إيجابية عن الحملة، والمساهمة في صنع القرار يليه آلية التفاعل والتوعية والوقاية الصحية.

## (٤) دراسة (Vergeer ,Maurice , Leslie Tkach– Kawasakib, Lee, Junku, 2020)

حول استخدام الفرد للحملات الإعلامية عبر الإنترنت في حملة انتخابات مجلس النواب في عام ٢٠١٧م في اليابان، وأوضحت أن تويتر هو الأكثر شعبية بين الشعب الياباني متخطياً بذلك الفيسبوك وانستجرام خاصة بين الأجيال الأصغر سناً والمراهقين وفي سن العشرينات، وأن حملات الإنترنت السياسية تعد حديثة نسبياً في اليابان، كما تم توظيف العديد من خدمات الإنترنت في هذه الحملات خاصة فيسبوك وتويتر ويوتيوب ومدونات الويب، وبالتالي ركزت الدراسة على أسلوب التبنّي متعدد الخدمات والذي أهمل من قبل.

## (٥) دراسة (الناصر، وسام، ٢٠٢٠م)

والتي سعت لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية، من خلال دراسة تحليلية لصفحتي حملة الرئيس السوري بشار الأسد، (سوا) والحملات المضادة لنشطاء سوريين (انتخابات الدم)، على الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى أن مرونة هذه الشبكات كان محددًا هامًا للمشاركة والتفاعل وتعطي للمستخدمين إمكانية الضبط والتحكم واختيار وتطوير ممارسات متناسبة مع مصالحهم وأهدافهم، وشهدت صفحتا الحملتين نزوعًا ضعيفًا.

## (٦) دراسة (Christensen ,Anne Sofie Plum ,Meyer , Maria Kristine Hagelskar , Peter Dalum, Anne Friis Krarup, 2019)

حول تأثير حملات الإعلام الجماهيري في زيادة الوعي بأن الكحول يشكل عاملاً خطراً للإصابة بأنواع عديدة من السرطان، وتحقيق الدعم العام للسياسات المرتبطة بالكحول، نظراً لانخفاض الوعي العام بها، أجريت الدراسة على ٣٠٠٠ مبحوث قبل الحملة و ٣٠٠٠ مبحوث بعدها ما بين عامي ٢٠١٧-٢٠١٨م، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة من المستجيبين للحملة دعموا على الأقل تثبيت الأسعار وأضرار إعلانات الكحول، وإلزام شركات التغذية بوضع علامات بارزة بشكل كبير بمنشور الحملة، دعم

تحديد عدد منافذ البيع بالتجزئة للكحول، وكانت الاستجابة عالية لدى الذكور عن الإناث، وتحديد سعر شراء الكحول والبيع لسن ١٨ سنة، ووضع سن محدد لشراء الكحول في حفلات مدارس التعليم الثانوي في الدنمارك.

(٧) دراسة (Koumpias ,Antonios M. ,Vazquez , Jorge Martinez-, 2019)

حول الحملات الإعلامية في باكستان، وتأثيرها على زيادة إيرادات الدفع الضريبي ووصولها الحد الأقصى وذلك في حملة ما بين عامي ٢٠١٣-٢٠١٤م، في دراسة شبه تجريبية لتأثير الحملات الإعلامية في الصحف، وكذلك إعلانات التلفزيون، كما هدفت الدراسة إلى تقييم هذه الحملات من حيث تحقيق أهدافها ومضمونها.

(٨) دراسة (السديري، سحر صالح، ٢٠١٩م)

عن دور الحملات الإعلامية الصحية في التأثير على السلوكيات الوقائية للأسرة السعودية بالتطبيق على الحملات التي قامت بها وزارة الصحة خلال نهاية ٢٠١٥م وبداية ٢٠١٦م في إطار (الحملة الوطنية للتوعية بمرض السكري)، بالتطبيق على عينة من ٥٠ مفردة في الرياض بالاعتماد على نظريتي المعرفة الاجتماعية ونموذج المعتقد الصحي، وصحيفة الاستبيان، وتوصلت لعدد من النتائج أهمها: أن الإعلام الاجتماعي كان أبرز وسائل نشر الحملات الصحية وفي مقدمته تويتر، يليه المطبوعات ووسائل الاتصال الشخصي، والندوات وورش العمل، يليهم الإذاعة والتلفزيون ثم الإنترنت ثم الخط الساخن، وفي مركز متأخر إعلانات الشوارع وإعلانات الإنترنت، في مقدمة الأدوات الرقمية الهاشتاج والإنفوجرافيك ثم الصور يليها الفيديو.

(٩) دراسة (مساوي، محمد طلال عباس، ٢٠١٩م)

حول دور الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق المشاركة المجتمعية لدى الشباب الجامعي السعودي، استخدمت الدراسة نظرية الاستخدامات والإشباع، والاستبيان، على عينة عمدية من (٥٠) مفردة من طلاب الجامعة السعوديين، وتوصلت الدراسة إلى: ارتفاع نسبة المشاركة المجتمعية للذكور أكثر من الإناث، استخدام أغلب المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وأكثرها استخداماً الفيسبوك يليه ياهو ثم تويتر وأخيراً جوجل بلس، كان معرفة المعلومات المتعلقة بالجمعيات الخيرية المنظمة في مقدمة أهداف تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن الذين لا يتابعون هذه الحملات لا يتقنون في هذه الجمعيات، كانت الأوتار العاطفية والوازع الديني في مقدمة الاستمالات الإقناعية.

(١٠) دراسة (Cyan ,Musharraf R,Koumpias , Antonios M. , -Vazquez , Jorge

Martinez, 2017)

والتي تناولت تأثير الحملات الإعلامية على اتجاهات الجمهور في باكستان نحو الالتزام الضريبي، نظراً لانخفاض الإيرادات المجمعة من الضرائب، ركزت الدراسة على الحملات الإعلامية في التلفزيون والصحف الوطنية التي يستخدمها المجلس الفيدرالي للإيرادات، كما أشارت الحملات إلى الجانب الأخلاقي في دفع الضرائب، واعتمدت الحملات على بيانات مسحية جمعت عام ٢٠١٤م، وقد أدت الحملات وإعلانات التلفزيون والصحف إلى تحسن في تصورات الجماهير نحو الالتزام الضريبي.

(١١) دراسة ( Boles ,Myde,Adams , Adelle ,Gredler , Amy , Manhas ,Sonia , 2014)

والتي هدفت إلى دراسة تأثير الحملات الإعلامية على معلومات واتجاهات وسلوكيات الأفراد نحو علاقة المشروبات السكرية والسمنة، وتعليم السكان كميات السكريات المضافة في المشروبات الغازية وغيرها من المشروبات السكرية، والاستهلاك الصحي لهذه المشروبات، وذلك من خلال حملة نفذت في جميع أنحاء بورتلاند ٢٠١٣م من خلال وسائل الإعلام المدفوعة وغير المدفوعة على الإنترنت، والتلفزيون، واللوحات الإعلانية، ووسائل النقل، والخدمات التلفونية على عينة ٤٠٢ مفردة، لقياس مستوى التوعية والاتجاهات تجاه السمنة و المعرفة بالمشكلات الصحية نتيجة الإفراط في السكر والاهتمام بالسلوكيات حول استهلاك المشروبات السكرية والمياه الغازية، وتوصلت الدراسة إلى أن ما يقرب من (٨٠ %) من الذين تم توعيتهم بالحملة قد اهتموا بتقليل كمية المياه الغازية والمشروبات المحلاة، وأن استهلاك السكر الزائد يسبب مشكلات صحية، أي أن الحملات رفعت التوعية وزيادة المعرفة حول مشاكل الإفراط في تناول السكريات والمياه الغازية.

المحور الثالث: دراسات إعلامية تناولت الصفحات الرسمية:

(١) دراسة ( Kaya ,Tugberk, 2020)

والتي اهتمت برصد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كوفيد-١٩ في قبرص، وتأثيراتها أثناء الغلق، وحاولت الدراسة معرفة مدى اختلاف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأوقات العادية عن وقت الأزمات، واستخدمت الدراسة مقياس ألفا كرونباخ عند مستوى معنوية ٠.٦٥١. باستخدام استبيان إلكتروني على ٦٦٨ مبحوثاً خلال فترة الإغلاق، واستخدام مقياس "ليكرت" الخماسي، وتوصلت الدراسة أن المستخدمين أصبح لديهم مزيد من المعلومات عن كوفيد-١٩، وأشاروا إلى خوفهم من الأخبار الكاذبة وأنهم يتابعون المصادر الرسمية، واختلاف استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات عن الأوقات العادية، وكانت لديهم مشاعر ونماذج سلوكية متشابهة وقت الجائحة.



## (٢) دراسة (ريان، شيماء محمد عبدالرحيم، ٢٠٢٠م)

حول الاستراتيجيات التي استخدمت في الصفحات الرسمية لوزارة الصحة والسكان لمواجهة الشائعات حول فيروس كورونا من خلال تحليل ٣٣ شائعة قامت المواقع الرسمية بالرد عليها، باستخدام نظرية المؤامرة، وتوصلت الدراسة أن أغلب الشائعات تنشر الخرافة والتضليل العلمي، واستخدام الأسلوب التوعوي لجذب المواطنين لتصديقها، واتخذت الشائعات أشكالاً عديدة واستهدفت فئات عديدة، وقيام المواقع الرسمية بنشر الحقائق عن الشائعات التي نشرت عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتكذيبها وتنمية وعي الجمهور، ووفرت المعلومات الصحيحة لمحاربة الشائعات، وأن هناك شفافية في التعامل مع فيروس كورونا.

(٣) دراسة (Chen ,Qiang , Min ,Chen,Zhang , Wei , Ge Wang, Ma , Xiaoyue , Richard Evans, 2020)

حول كيف يتم ربط المواطنين بوسائل الإعلام الاجتماعية الحكومية أثناء أزمة كوفيد-١٩ في الصين، وأشارت الدراسة إلى أهمية قيام الحكومات بسرعة بتوصيل معلومات الأزمة بشكل مؤثر وناجح وكفاءة لأفراد الجمهور، وأن الفشل في ذلك يؤدي بالمواطنين إلى الخوف، وتناولت الدراسة الوكالات الرسمية الصينية واستخدام البيانات الرسمية من خلال وكالة "الصين الصحية" من خلال حساب رسمي لها اسمه "سينا ويبو" تابع لهيئة الصحة الرسمية الصينية، واستخدمت الدراسة نظرية ثراء الوسيلة، كما أثبتت الدراسة أن لثراء الوسيلة أثر سلبي على المواطن وربطه من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية، كما أثر سلبياً المعالجة الحكومية للمعلومات، وأكدت على أهمية سرعة توصيل معلومات الأزمة للجمهور.

## (٤) دراسة (الشمي، محمد لطفي زكريا، ٢٠٢٠م)

حول اعتماد الجمهور المصري على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة كمصدر للمعلومات أثناء جائحة كورونا من خلال دراسة تحليلية وميدانية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وفي إطار نموذج اتصال الأزمات والمخاطر الطارئة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأجريت الدراسة الميدانية من خلال صحيفة استبيان على عينة عددها ٣٧٦ مفردة، وأجريت الدراسة التحليلية على ٢٦٣ منشورًا بالصفحات عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات الاعتماد على الفيسبوك كمصدر للمعلومات، والتقييم الإيجابي للمبجوثين نحو صفحة وزارة الصحة واهتمامها بالتقارير والبيانات اليومية المحدثة كتطبيق لاستراتيجية الحد من عدم اليقين، لاعتبارها الجهة الرسمية المنوطة بنشر التقارير اليومية حول الفيروس، وارتفاع معدلات الثقة ودرجة المصادقية في الصفحتين، وإن كان هناك ضعف

في الاهتمام وقلة التركيز على المعلومات حول الفيروس وأعراضه وغيرها من الموضوعات المرتبطة بالفيروس.

#### ٥) دراسة (غريب ، سحر أحمد، ٢٠١٩م)

حول استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم علي موقع فيسبوك والإشباعات المتحققة لديهم، وتوصلت الدراسة لنتائج أهمها: أن هناك جوانب إيجابية في استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم مثل التواصل والتفاعل مع جامعاتهم، واستخدامها لغة مناسبة لهم، وتحقيقها إشباعات منها المعرفية والاجتماعية والتسلية وتحقيق الذات، وركز المضمون على الجانب الإخباري والترفيهي والخدمي والاجتماعي والإعلاني، بينما الجوانب السلبية تمثلت في استخدام الطلاب لهذه الصفحات بدرجة متوسطة والتفاعل معها ضعيف، وأن اشتراك الطلاب في مجموعات دراسية على الواتس آب قلل من استخدامهم لهذه الصفحات.

#### ٦) دراسة (محمدي، سماح محمد، ٢٠١٩م)

حول اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدث الرسمي للمؤسسات الحكومية على موقع الفيسبوك من خلال صفحات المتحدث الرسمي لكل من المتحدث الرسمي باسم رئاسة الجمهورية، و صفحة المتحدث العسكري، و صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان والمتحدث الرسمي لرئاسة مجلس الوزراء، بدراسة ميدانية على عينة عمدية من الشباب المصري باستخدام صحيفة الاستقصاء عددها (٢٥٠) من الشباب فوق ١٨ سنة، ومجموعات النقاش المركزة على (٣٦) طالباً جامعياً، واستخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى أن معدلات تعرض المبحوثين لصفحات المتحدثين الرسميين أقل من المتوسط، وأن صفحة المتحدث الرسمي لرئاسة الجمهورية هي الأعلى متابعة، بينما مستوى الثقة في صفحات المتحدثين الرسميين كانت بين المتوسطة والمرتفعة.

#### ٧) دراسة (عبد الحليم ، سهير عثمان، ٢٠١٥م)

والتي اتجهت في دراستها الميدانية على عينة من المحررين العسكريين في الصحف القومية والخاصة إلى التعرف على كيف تم توظيف مضمون الصفحات الرسمية متمثلة في صفحة المتحدث العسكري بمواقع التواصل الاجتماعي في الصحافة المصرية خلال المرحلة الانتقالية كمصدر للمعلومات، وتوصلت إلى أنه على الرغم من اطلاع المبحوثين على الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري يومياً إلا أنه ليست المصدر الأساسي للحصول على المعلومات العسكرية، يغلب الطابع الخبري على الموضوعات التي يكون مصدرها الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري ونادراً التقرير، أكد ٨٠٪ من المبحوثين الثقة في

المعلومات التي يحصلون عليها من الصفحة، بينما أثارت الثقة فيها الجدل مع النسبة المتبقية، لم تحقق الصفحة تفاعلاً مع المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

#### ٨) دراسة (الجندي ، سلوي سليمان، ٢٠١٣م)

والتي تناولت دور الصفحات الرسمية للجيش والشرطة وغيرها من الصفحات الأمنية على الفيسبوك في التواصل بال جماهير المستهدفة، وإمدادهم بالمعلومات، ومواجهة الشائعات لإدارة الأزمة التي أعقبت الثورة المصرية الثانية ٣٠ يونيو ٢٠١٣م، ومدى اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات وقت الأزمة، وتوصلت إلى أن أهم الاستراتيجيات التي استخدمتها الصفحات استراتيجيات مكافحة الشائعات، واستراتيجية نقل المعلومات ونقل الأخبار ونقل الأحداث وتوضيح الحقائق، واستراتيجية دعم الصورة الذهنية، وقامت الصفحات كجهاز إعلامي بنقل أحداث اعتصامي رابعة والنهضة لحظة بلحظة، والرد علي الشائعات.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

#### بعد استعراض الدراسات السابقة يمكن الخروج بالملاحظات التالية:

أنه على الرغم من كثرة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت علاقة الإعلام بجائحة كورونا منذ اندلاعها في نهاية ٢٠١٩م إلا أن هذه الدراسات شهدت تنوعاً واختلافاً في تناول للجائحة.

#### ■ وذلك على النحو التالي:

- ١- قلة الدراسات التي عنيت بالصفحات الرسمية على مستوى الدراسات العربية والأجنبية، بينما برز الاهتمام بدراسة صفحات المتحدثين الرسميين الحكوميين أو الهيئات المختلفة، ومن ثم تأتي هذه الدراسة بتناول موضوع بحثي يحتاج مزيداً من البحوث والدراسات.
- ٢- لا توجد دراسات عربية تناولت حملات الصفحة الرسمية للوزارات المختلفة وتحديداً وزارة الصحة والسكان على شبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك تحديداً وخلال الموجة الأولى من الجائحة، كما لم تهتم برصد دور هذه الصفحات الرسمية في توعية الجمهور خاصة وقت الأزمات.
- ٣- رصد واقع معالجة وسائل التواصل الاجتماعي للموضوعات المختلفة، ووقت الأزمات، وتأثيرات استخدامها في وقت تفشي جائحة كورونا، مع التركيز على التأثيرات المعرفية والنفسية والسلوكية والتسويقية في الدول المختلفة: مصر - الأردن - المملكة العربية السعودية - الجزائر - نيجيريا - الصين - الهند سلوفاكيا - إيطاليا وغيرهم.
- ٤- استخدمت أغلب الدراسات نظريات الاستخدامات والإشباع، والاعتماد على وسائل الإعلام، وثراء الوسيلة، والتماس المعلومات، فجوة المعرفة، والمعرفة الاجتماعية، ونشر الأفكار المستحدثة، والنظرية الموقفية لاتصالات الأزمة، وبعضها لم يحدد الإطار النظري للدراسة.

- ٥- ركزت بعض الدراسات على تقييم أداء وسائل الإعلام الجديد- مواقع صحفية وشبكات تواصل اجتماعي خاصة تويتر والفيسبوك والواتس آب -في معالجة جائحة كورونا، كما أشارت العديد من الدراسات إلى دور شبكات التواصل في نشر الشائعات والأخبار المضللة حول الفيروس، والتأثيرات السلبية النفسية، وانحصر الدور الإيجابي لوسائل الإعلام الاجتماعي في نشر الوعي بالجائحة والوعي الصحي وبعض السلوكيات الإيجابية للوقاية والحد من العدوى من بعض الأمراض المختلفة.
- ٦- غلب على الدراسات استخدام منهج المسح والمنهج المقارن ودراسة الحالة، وكانت الأدوات الأكثر استخداماً لجمع البيانات صحيفة الاستقصاء وتحليل المضمون وقليل منها جماعات النقاش المركزة وتحليل الخطاب والمقابلات.
- ٧- لوحظ في التراث العلمي السابق اعتماده على عينات عشوائية منتظمة، وعشوائية طبقية، وعشوائية بسيطة، وكرة الثلج، واستخدمت بعض الدراسات الحصر الشامل.
- ٨- أجريت أغلب الدراسات السابقة في مجتمعات مختلفة عربية مثل: (مصر-المملكة المغربية-المملكة العربية السعودية-الأردن -الجزائر)، والأجنبية مثل: (الهند-إيطاليا-نيجيريا-الصين -اليابان-باكستان- قبرص-سلوفاكيا).
- ٩- أغلب الدراسات كمية واستخدمت أدوات جمع بيانات كمية كما سبق.
- ١٠- ركزت أغلب الدراسات التي تناولت الحملات الإعلامية على الحملات الإعلامية الصحية لأمراض عديدة، والحملات الانتخابية.

### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد المشكلة البحثية على أن تكون في موضوع لم تتناوله الدراسات السابقة على كثرتها، وتحديد النظرية الملائمة، والأداة البحثية الملائمة.

### مشكلة الدراسة:

في ضوء استعراض الدراسات السابقة والاطلاع على محتوى صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية على الفيسبوك منذ بداية إعلان الجائحة في ١١ مارس ٢٠٢٠م إلى نهاية أغسطس ٢٠٢٠م والتي كانت تمثل الموجة الأولى من الجائحة، تتمثل مشكلة الدراسة في "رصد وقياس وتحليل العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات عن فيروس كورونا من الحملات الصحية عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على الفيسبوك (كمتغير مستقل)، وبين التأثيرات السلوكية والوجدانية والمعرفية (كمتغير تابع) لدى الجمهور، والكشف عن مدى ثقة الجمهور في الحملات الصحية عبر هذه الصفحة، وأسباب تفضيل الجمهور لها، وتقييمهم لهذه الحملات.

كما يمكن تحديد المشكلة البحثية في السؤال التالي: ما دور الحملات الإعلامية الصحية لوزارة الصحة والسكان المصرية عبر صفحتها على الفيسبوك في توعية الجمهور بجائحة كورونا، وما التأثيرات الناتجة عن متابعته لهذه الحملات؟.

### أهمية الدراسة:

- ترتبط أهمية الدراسة بأهمية الأزمة "جائحة كورونا" باعتبارها جائحة عالمية ذات تأثيرات على مختلف المجالات في الداخل والخارج.
- أهمية الوسيلة "الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان عبر الفيسبوك" باعتبارها مصدراً موثقاً به للجمهور وقت الأزمات.
- أهمية دراسة الحملات الإعلامية التي وجهتها وزارة الصحة والسكان للجمهور وتقييمه لها.
- أهمية دراسة التأثيرات الناتجة عن متابعة الجمهور لحملات وزارة الصحة والسكان حول فيروس كورونا.
- أهمية الحملات الإعلامية الصحية في التوعية.

### أهداف الدراسة:

- (١) تهدف الدراسة إلى رصد مدى متابعة الجمهور المصري للحملات الإعلامية الصحية حول فيروس كورونا التي تقدمها وزارة الصحة والسكان من خلال صفحتها الرسمية على الفيسبوك في ضوء نظرية التماس المعلومات.
- (٢) دراسة تأثير المتغيرات الديموجرافية كمتغيرات وسيطة على متابعة المبحوثين لحملات وزارة الصحة والسكان حول جائحة كورونا، وأسباب المتابعة في ضوء نظرية ثراء الوسيلة.
- (٣) رصد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن متابعة المبحوثين لحملات وزارة الصحة والسكان حول جائحة كورونا.
- (٤) رصد أي الحملات الإعلامية التي قدمت وزارة الصحة والسكان للجمهور حول فيروس كورونا استفاد منها المبحوثون.
- (٥) رصد الأساليب التي يفضلها المبحوثون في تقديم الحملات الصحية التي تقدمها وزارة الصحة والسكان حول فيروس كورونا.
- (٦) قياس مدى استفادة المبحوثين من المعلومات التي قدمت حملات وزارة الصحة والسكان حول فيروس كورونا ومدى نجاحها في التوعية بالجائحة وخطورتها.
- (٧) قياس مدى ثقة المبحوثين في الحملات التي تقدمها هذه الصفحة.

٨) توضيح تقييم المبحوثين للحملات الإعلامية التي تقدمها وزارة الصحة والسكان حول فيروس كورونا عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك.

### الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على نظريتي التماس المعلومات، وثرء الوسيلة.

### نظرية التماس المعلومات Information Seeking:

يعرف التماس المعلومات بأنه العملية التي يقوم من خلالها الأشخاص ببذل جهد عمدي لتغيير حالتهم المعرفية، وتتطلب عملية التماس المعلومات اتخاذ قرارات تتعلق باستراتيجيات الحصول على المعلومات والمصادر التي سيلجأ إليها الفرد معتمداً في ذلك على خبرته للتنبؤ بالنتائج المحتملة وتقييم الفوائد النسبية لكل بديل متاح للحصول على المعلومات.

ومفهوم التماس المعلومات هو في الأساس نتيجة الحاجة للمعلومات من قبل شخص يعتمد على مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية لإشباع احتياجاته عبر البحث عن المحتوى ذوي المعنى واسترجاعه والتعرف عليه وتطبيقه، وهو نشاط شخصي يعززه الوصول إلى المعلومات وقوة مصادر المعلومات، وهي عملية يقوم فيها الفرد بدور المستقبل والمرسل في نفس الوقت (حمزة ، مي إبراهيم، ٢٠١٧م).

وتشبه نظرية التماس المعلومات عملية التعلم إلى حد كبير من حيث كونها عملية أساسية وذات مستوى معرفي عالٍ، وترتكز نظرية التماس المعلومات على حاجة الأشخاص إلى تغيير حالتهم المعرفية الراهنة، أي أنها عملية مقصودة يشترك فيها الأفراد بهدف الوصول إلى أي شيء يمكن أن يغير معرفتهم (الحاج، كمال، ٢٠٢٠م).

والتماس المعلومات وفقاً "لكريكلاس" "أي نشاط للفرد يقوم به لتحديد الرسالة التي يمكن أن ترضي احتياجات معينة لديه، وبالتالي فإن نشاط الالتماس يختلف من شخص لآخر".

ووفقاً لنيفادكار "توجد حوافز تدفع الفرد صوب البحث عن معلومات ما والحصول عليها، بحيث يمكن تحديد هذه الحوافز بمشكلات يسعى الفرد إلى إيجاد الحلول المناسبة لها أو الحرص على مقارنة هذه المعلومات الجديدة بمعلومات وقيم سابقة يتمتع بها (الشهلوب، عبد الملك عبد العزيز، ٢٠٢٠م).

### عناصر ومتغيرات نظرية التماس المعلومات:

١) المهمة المطلوب تنفيذها Task: وهو إعلان ملتمس المعلومات عن مشكلة يواجهها، وهذه المشكلة تدفع إلى عملية التماس المعلومات.

٢) نظام البحث المستخدم Search System: وهو المصدر الذي يقدم المعرفة، ويقدم معها قواعد الوصول إليها واستخدامها.

٣) **حقل المعرفة Domain**: يتكون حقل المعرفة من عدة تقسيمات وعلاقات تختلف من حيث درجة التعقيد، ويمكن تعريفه بأنه الكيان المادي للمعرفة.

٤) **محيط الاستخدام Stettin**: يتكون هذا الإطار من شقين أولهما: مادي يشمل التكاليف المادية المطلوبة لعملية التماس المعلومات ومدى الشعور بالراحة أو الارتباط أثناء القيام بها، وشق آخر معنوي: يتضمن الاعتبارات النفسية والاجتماعية لعملية الالتماس كثقة الفرد بنفسه أثناء عملية الالتماس.

#### ٥) **المخرجات المحصلة Search Out Comes**

- وتشمل المخرجات كل نتائج استخدام ما للمعلومات ورجع الصدى له.
- وتشمل النظرية أنواع مصادر المعلومات مثل الكتب والخبراء والمصادر غير الرسمية مثل الأقران والجماعات المرجعية (الحاج، كمال، ٢٠٢٠م).

**ويضيف نيفادكار**: أن الأفراد يستخدمون مصادر المعلومات الإلكترونية المباشرة لأهداف مختلفة، لأن عملية التصفح تجمع بين كونها وسيلة لالتماس المعلومات وأسلوب بحثي مرئي مسلي. والتماس المعلومات يختلف من شخص لآخر وفقاً لطبيعة المعلومات التي يحتاجها الأفراد ونشاطهم، ويتحدد نوع مصدر التماس المعلومات وفقاً لثلاث أمور هي: سهولة الوصول إلى المعلومات، وإلى درجة الثقة في مصدر المعلومات، وإلى سهولة التعامل مع مصدر المعلومات (الشهوب، عبد الملك عبد العزيز، ٢٠٢٠م).

**وتركز فروض النظرية على**: اختلاف نشاط الأفراد في التماسهم المعلومات باختلاف العوامل الديموجرافية لديهم (العمر، النوع، المهنة، التخصص، الحالة الاقتصادية والاجتماعية)، وأن ثقة ملتسو المعلومات بمصادقية المعلومات من المصادر الشخصية المباشرة أكثر من مصادر وسائل الإعلام، ويستخدم ملتسو المعلومات قنوات غير محددة عندما تقل المعلومات، أو لا يكون لديهم إدراك أو وعي بالمعلومات التي يبحثون عنها (عبد العزيز، سارة محمود، ٢٠١٩م).

#### **نظرية ثراء الوسيلة:**

فالوسيلة التي تتصف بالثراء هي التي لها القدرة على تقديم المعلومات بالطريقة التي تزيل أي غموض حول الرسالة المقدمة.

**وهناك مستويات لقياس ثراء الوسيلة، وهذه المستويات هي:**

- ١) إمكانية الحصول على رجع صدي فوري على الرسالة.
- ٢) قدرة الوسيلة على استيعاب أشكال متعددة لأنواع الإتصال ونقلها بحيويتها كالصوت والصورة والحركة.

٣) القدرة على استخدام اللغة المألوفة بين البشر.

٤) قدرة الوسيلة على فهم الأبعاد الشخصية للطرف الآخر في العملية الاتصالية (محمد، منى طه، ٢٠١٨م).

وتقتضى نظرية ثراء الوسيلة أن وسائل الاتصال ذات التكنولوجيا العالية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات ووسائل التعبير عن رسالتها الإعلامية فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها (محمد، منى طه، ٢٠١٨م).

### تتلخص فروض النظرية في الآتي:

- إن المزيد من رجح الصدى تزيد من ثراء وسائل الإعلام، فامتلاك الوسيلة لأدوات تتيح للجمهور المستقبل أن يرسل ردود فعله وتعليقاته إلى المرسل يعتبر من عوامل ثراء الوسيلة، لأنه يتيح إمكانية إزالة أي التباس في المعلومات المرسله والوصول إلى الوضوح في استقبال الرسالة بشكل صحيح.
- يؤدي استخدام الوسيلة الإعلامية للوسائط الأكثر ثراءً إلى أداء أفضل للمهام الملتبسة، بينما يؤدي استخدام الوسائط الأقل ثراءً إلى أداء أفضل للمهام الأقل غموضاً، وهذه النقطة تركز على أهمية ثراء الوسيلة فيما يتعلق بطبيعة المعلومات التي يتم إرسالها فكلما كانت الرسالة بحاجة إلى توضيح ونقاش بين المرسل والمستقبل كان إرسالها بالوسائط الإعلامية الأكثر ثراءً ضروري على عكس بعض المعلومات الواضحة والخالية من الغموض التي يمكن إرسالها بطرق أقل ثراءً حيث تتميز الرسالة بالبساطة والوضوح.

### مصطلحات النظرية:

تتطوي نظرية الثراء الإعلامي على مصطلحين رئيسيين (الثراء Richness)، (والالتباس Equivocation)

■ **الثراء Richness** : وكما يتضح من مفهوم ثراء وسائل الإعلام علي أنه قدرة وسيلة إعلامية علي نقل المعلومات، ويتم وصف ثراء وسائل الإعلام هنا كوسيط اتصالات من خلال قدرته على إعادة إنتاج المعلومات المرسله إليه.

من ناحية أخرى يقاس الثراء كخصائص مدركة تختلف باختلاف الأفراد , Rosmiza , Bidin (Tamam, Ezhar, Ahmad ,Siti Hajar, 2011).

■ **الالتباس Equivocation** : يُعبر عن عدم التأكد وعن حالة نقص المعلومات، أما الغموض فهو ازدواجية المعني التي تسببها التفسيرات المختلفة والمتصارعة اتجاه مواقف بعينها أو البيئة المحيطة بها، وهو يختلف عن عدم التأكد، إذ أن الأخير يحدث في حالة معرفة الأفراد الجوانب المفقودة والتي هي بحاجة إلى توضيح، أما الغموض فتسود حالة من التشويش ولا يمكن لدى الأفراد أصلاً



معرفة المعلومات التي يجب أن يحصلوا عليها، فالمهام الملتبسة لا يمكن التعبير عنها بسهولة أو معالجتها بتوفير المزيد من المعلومات، وهو ما يجعلها تتطلب تفسيرات ومناقشة وتفاوض. وهذا ما حدث منذ نقشي جائحة كورونا وحالة الالتباس التي لدى الجمهور.

ونظرية ثراء الوسيلة ترى أن الهدف من الاتصال هو خفض عدم اليقين والضبابية لنشر فاعلية الاتصال ويرتبط عدم اليقين بنقص المعلومات والضبابية التي ترتبط بمناقشة المعاني للمواقف المهمة وغير الواضحة، لذلك فإن الوسيلة الثرية التي يجب أن تكون قادرة على نقل كم كافٍ من المعلومات الصحيحة لخفض عدم اليقين، ويجب أن تكون قادرة على تقديم معلومات ثرية لخفض الضبابية (حسن، سعد كاظم، ٢٠١٥م).

### تساؤلات الدراسة:

- (١) ما مدى متابعة الجمهور عينة الدراسة لأخبار انتشار فيروس كورونا المستجد؟
- (٢) ما مصادر التماس الجمهور عينة الدراسة للحملات الإعلامية الصحية عن فيروس كورونا؟
- (٣) ما الحملات الإعلامية الصحية التي تابعها الجمهور عينة الدراسة عن فيروس كورونا من خلال الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على الفيسبوك خلال الموجة الأولى من الجائحة؟
- (٤) ما مدى ثقة الجمهور عينة الدراسة في المعلومات المقدمة من خلال حملات وزارة والسكان عبر صفحتها على الفيسبوك؟
- (٥) ما الأساليب التي يفضلها المبحوثون في تقديم حملات وزارة الصحة والسكان المصرية عبر صفحتها على الفيسبوك؟
- (٦) ما التأثيرات الناتجة عن متابعة المبحوثين لحملات وزارة الصحة والسكان المصرية عبر صفحتها على الفيسبوك؟
- (٧) ما تقييم المبحوثين للحملات الصحية المقدمة من صفحة وزارة الصحة والسكان عبر صفحتها على الفيسبوك؟

### فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك وبين درجة الثقة فيها. **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك وبين درجة متابعتهم لها.

- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين مستوى المعلومات لديهم.
- **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييمهم لحملات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية. (النوع، محل الإقامة، نوع السكن، العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).
- **الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في نوعية اعتمادهم على المصادر التي يستخدمونها في الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، محل الإقامة، نوع السكن، العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).
- **الفرض السادس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد بعد متابعتهم للحملات الصحية من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم. (النوع، محل الإقامة، نوع السكن، العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).
- **الفرض السابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تأثيرات تعرضهم لحملات وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم. (النوع، محل الإقامة، محل السكن، العمر، المؤهل الدراسي، مستوى الدخل).
- **الفرض الثامن:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في درجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم. (النوع، محل الإقامة، محل السكن، العمر، المؤهل الدراسي، مستوى الدخل).

### نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تفيد في تقديم وصف للأشخاص والمعتقدات والقيم والاتجاهات، وأنماط السلوك المختلفة، كما تقدم وصفاً للعلاقات بين هذه العناصر، ومن ثم تقدم هذه الدراسة وصفاً لطبيعة الجمهور المتابع للحملات الإعلامية عن جائحة كورونا عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية من خلال الفيسبوك، وطبيعة المعلومات المقدمة من خلالها، ومدى تأثيرها على معلوماتهم وسلوكياتهم الصحية.

### منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني، للحصول على معلومات كافية عن الحملات التي قدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية عن جائحة كورونا للجمهور المصري ومدى استفادته منها، وتحليل هذه البيانات، مستخدمة أسلوب المسح بالعينة.

**مجتمع الدراسة:**

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري المستخدم لصفحة وزارة الصحة والسكان المصرية عبر الفيسبوك.

**عينة الدراسة:**

- إتمدت الدراسة على عينة، كرة الثلج، حيث تم توزيع الاستمارة بشكل عمدي على عدد من المبحوثين المستخدمين للفيس بوك، وقاموا بدورهم بتوزيعها على عدد آخر من المبحوثين، وهكذا حتى تم إتمام عدد المبحوثين.
- يبلغ عدد مفردات العينة (٥٠٠) مفردة.
- تم ملء الاستمارة بالمقابلة للاستمارة الورقية لعدد من المبحوثين، كما تم ملء بقية الاستمارات إلكترونياً.

جدول (١)  
يوضح سمات عينة الدراسة

المتغيرات	ك	%
النوع	ذكور	34.8
	إناث	65.2
	الإجمالي	100.0
الفئات العمرية	أقل من ٢٠ - ٢٥	22.7
	أكثر من ٢٥ - ٣٥	43.1
	أكثر من ٣٥ - ٤٥	25.3
	أكثر من ٤٥ - ٥٥	4.5
	أكثر من ٥٥	4.5
	الإجمالي	100.0
	494	494
المؤهل الدراسي	مؤهل متوسط	4.9
	جامعي	46.6
	دراسات عليا	48.6
	الإجمالي	100.0
محل الإقامة	حضر	74.3
	ريف	25.7
	الإجمالي	100.0
نوع السكن	إيجار	9.7
	تمليك	90.3

100.0	494	الإجمالي	
49.6	245	من ٢٠٠٠ - ٤٠٠٠	الدخل
26.1	129	أكثر من ٤٠٠٠ - ٦٠٠٠	
24.3	120	أكثر من ٦٠٠٠	
100.0	494	الإجمالي	

### أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان الورقية والإلكترونية في الفترة من ٢٠٢٠/٦/١ إلى ٢٠٢٠/٨/٣١ م.

### اختبار الصدق والثبات:

أ- اختبار الصدق: ويتحقق صدق الاستمارة بمدى قدرتها على قياس ما يجب أن تقيسه، وهو ما يسمى الصدق الظاهري، وذلك من خلال التحديد الدقيق لأسئلة الاستمارة وعرضها على عدد من المحكمين\* للتأكد من صدقها.

ب- اختبار الثبات: ويتحقق ثبات الاستمارة من استقرار النتائج مع اختلاف القائمين بالتطبيق، أو بعد مضي فترة على تطبيق الاستمارة، واستخدمت الدراسة الأسلوب الثاني بإعادة تطبيق الاستمارة على عينة من عينة الدراسة، وتحققت نسبة ثبات عالية في الحالتين بلغت ٩٥% مما يعني صدق وثبات الاستمارة.

### مصطلحات الدراسة:

**الحملات الإعلامية:** تعد الحملات الإعلامية إحدى الأنشطة الاتصالية المهمة يعرفها "دينس ماكويل" بأنها: "جهود اتصالية تهدف لتوجيه وتحفيز الجماهير نحو أهداف الحملة، بالاعتماد على كافة القنوات الاتصالية لتوصيل الفكرة، ومنها التوصيل المباشر، وعقد الندوات أو المؤتمرات، وتوزيع النشرات، والملصقات، بجانب وسائل الإعلام التقليدية والحديثة".

وتعد الحملات الإعلامية الصحية من خلال وسائل الإعلام من أهم أشكال وأساليب الاتصال الإقناعي المستخدمة في مجال نشر المعرفة الصحية والتأثير على الاتجاهات والسلوكيات الصحية، نظراً لما تتمتع به من مرونة كبيرة في تناول ومعالجة القضايا الصحية من خلال أشكال متعددة كالدراما والأغاني والحوارات والأحاديث المباشرة، وإمكانية التنوع في المداخل الإقناعية والاستمالات المستخدمة

في رسائلها في أوقات مختلفة أثناء اليوم الواحد لضمان الوصول إلى الغالبية العظمى من الجمهور المستهدف. وذلك من خلال تقديم حقائق للجمهور وتزويده بالمعلومات بغية تحسين ورفع مستوى الوعي لديه (البيومي، شارع بن مزيد، ٢٠٢٠م).

**ويمكن تحديد الأدوار الإعلامية التي ينبغي على وسائل الإعلام والجهات المعنية القيام بها للتوعية بهذا الفيروس في التالي:**

- ١- إحاطة الأفراد بمعلومات شاملة عن فيروس كورونا وأعراضه وأسبابه وطرق انتقاله.
- ٢- توعية الأفراد باتباع الإجراءات الاحترازية للوقاية من الفيروس.
- ٣- تقديم المعلومات الصحية التي تستهدف تصحيح التصورات والمفاهيم الخاطئة عن الفيروس.
- ٤- توعية الأفراد بأهمية إجراء الفحوصات الطبية اللازمة في حال الشعور بأعراض الإصابة.
- ٥- توعية الأفراد للإقلاع عن العادات الاجتماعية السيئة.
- ٦- التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عن فيروس كورونا.
- ٧- تعرف الجمهور بأخر المستجدات العلمية حول الفيروس.
- ٨- توعية الجماهير بالتدابير غير الفعالة التي يجب تجنبها في مواجهة فيروس كورونا كالتدخين وتعاطي العلاجات العشبية التقليدية واستخدام كمادات متعددة وتناول المضادات الحيوية دون طبيب (حسن، مها مختار، ٢٠٢٠م).

وتركز هذه الدراسة على الحملات الإعلامية الصحية لوزارة الصحة والسكان المصرية لتوعية الجمهور المصري بفيروس كورونا المستجد وطرق العدوى وأساليب الوقاية وغيرها من خلال صفحاتها على الفيسبوك.

**الأزمة:** ويقصد بها "إدراك حدث لا يمكن التنبؤ به، يهدد التوقعات المهمة لأصحاب المصلحة، ويمكن أن يؤثر بشكل خطير على أداء المنظمة ويؤدي إلى نتائج سلبية (الشهوب، عبد الملك عبد العزيز، ٢٠٢٠م).

كما تعرف الأزمة بأنها اضطراب كبير في أنشطة المنظمة والتي تحتاج تغطية واسعة ممتدة لأخبارها وعمل إحصاء لآراء الجمهور (نيازي، حسن، ٢٠٢٠م).

كما تعرف الأزمة بأنها موقف طارئ يحدث ارتباكاً في تسلسل الأحداث اليومية للمنظمة يؤدي إلى سلسلة من التفاعلات ينجم عنها تهديدات ومخاطر مادية ومعنوية للمصالح السياسية للمنظمة، مما يستلزم اتخاذ قرارات سريعة في وقت محدد (عجوة، علي وفريد، كاريمان، ٢٠٠٨م).

وهي موقف معقد ومتشابك يواجهه متخذ القرار في أخذ قراراته (دولة، منظمة، مؤسسة) فيفقد القدرة على السيطرة.... وهي تختلف عن الكارثة التي تختلف عنها في حجم الأضرار وشدة التدمير فهي حادثة مفاجئة مأساوية تربك الحياة اليومية بشكل بالغ، وتوقع العديد من الخسائر المادية والبشرية،

وتحطيم الموارد المحلية، وينجم عنها أزمات ومشكلات تستمر لفترات طويلة وتستلزم تدخل الحكومات والهيئات الرسمية ويصعب التنبؤ بها إلى حد كبير (عبد الحافظ، نادية محمد، ٢٠٢٠م).

**الجائحة:** هي الانتشار الواسع على نطاق عالمي لوباء معين بين البشر، والذي يصعب السيطرة عليه، وفي حالة فيروس كورونا فهو من سلسلة الأمراض التي تصيب الجهاز التنفسي والتي سبقت هذا الوباء مثل السارس وأنفلونزا الطيور وأنفلونزا الخنازير (العادلي، كاظم كريدي والإمامي، عباس ناجي، ٢٠١٥م). كما تعتبر الجائحة أعلى درجات انتشار المرض وفق الطبيعة الجغرافية، بحيث لا تكاد تخلو منطقة من التأثير مباشرة والإشراف من قبل المنظمات الدولية، وخاصة منظمة الصحة العالمية لمتابعة الإجراءات الوقائية وتحديد السياسات الصحية العالمية، باعتبار المنظمة صاحبة اليد العليا في رسم ملامح التعاطي مع الجائحة، ومن ثم أعلنت منظمة الصحة العالمية في عام ٢٠١٩م أن هناك وباءً عالمياً يرجع للفيروسات التاجية أبلغ عنه في ٣١ ديسمبر ٢٠١٩م في الصين، والذي يستهدف الجهاز التنفسي ويصاحبه نزلات البرد (حسين، إيمان عاشور سيد، ٢٠٢٠م).

ومن عرض تعريفي الأزمة والجائحة يتبين أن الأدق هو جائحة فيروس كورونا وليس أزمة فيروس كورونا.

أما المؤسسات والهيئات المختلفة التي تأثرت أو ارتبطت بتلك الجائحة فقد تعرضت لأزمة بسبب تلك الجائحة التي لا ترتبط بإطار زمني لانتهائها، وكان لزاماً عليها اتخاذ الإجراءات الملائمة لإدارة تلك الأزمة وإن كان هذا ليس محور الدراسة الحالية.

**فيروس كورونا أو كوفيد-١٩:** تعرفه منظمة الصحة العالمية بأنه زمرة واسعة من الفيروسات تشمل فيروسات يمكن أن تتسبب في مجموعة من الاعتلالات في البشر، تتراوح بين نزلة البرد العادية وبين المتلازمة التنفسية الحادة والوخيمة، كما صنفته المنظمة بالوباء العالمي نظراً لسرعة انتشاره، وتعدد الإصابات والوفيات نتيجة الإصابة بهذا الفيروس (حسين، إيمان عاشور سيد، ٢٠٢٠م).

**الاتصال الصحي:** بأنه تلك الجهود والأنشطة الاتصالية التي تستهدف نشر المعلومات الصحية وتطوير المعرفة بشأن قضايا الصحة العامة، والتوعية بالسلوكيات الصحية السليمة الواجب اتباعها للحفاظ على صحة المجتمع وأفراده والاقناع بتبنيها والالتزام بها، ويبرز الدور الذي يقوم به الاتصال الصحي خلال فترات الأزمات الصحية والمخاطر التي يتعرض لها الإنسان بسبب انتشار أمراض خطيرة كما حدث عام ٢٠٢٠م حيث انتشر فيروس كورونا مسبباً لمرض كوفيد-١٩ (رضوان، أحمد فاروق، ٢٠٢٠م).

**التوعية الصحية:** التوعية الصحية ليست سهلة.. فهي عملية لا تستهدف فقط نشر المعلومات الصحية من خلال وسائل الإعلام المختلفة، بل إن التوعية الصحية تعد أصعب من ذلك بكثير، فهي تستهدف تغيير سلوك الأفراد الصحية والتأثير فيهم من خلال مساعدتهم علي تحسين سلوكهم، وتعتبر وسائل الإعلام المصدر الرئيسي للمعلومات الصحية، وتؤدي دوراً هاماً في بناء الفرد وتكوينه المعرفي

والسلوكي والوجداني، من خلال عملها علي زيادة رصيده من المعلومات والخبرات التي تتسج مواقفه وآراءه وسلوكياته الصحية. وأصبحت وسيلة الدفاع الأولي في مواجهة هذا الوباء هو التوعية الصحية (الشهوب، عبد الملك عبد العزيز، ٢٠٢٠م).

### الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد جمع البيانات الميدانية الخاصة بالدراسة قامت الباحثة باستخدام برنامج SPSS الإحصائي وهو برنامج يستخدم في تحليل بحوث العلوم الاجتماعية والإعلام بما يتناسب مع طبيعة المتغيرات التي تسعى الدراسات الإعلامية لمعرفة العلاقات بينها ومن خلال البرنامج استخدمت الباحثة بعض المعالجات الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

- ١- استخراج الجداول التكرارية (التكرارات والنسب المئوية) لاستجابات المبحوثين وللبيانات الخاصة بالدراسة الميدانية.
- ٢- استخراج المتوسط الحسابي للبيانات.
- ٣- الوزن المرجح لمقياس ليكرت الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين بناءً على عدد المراتب في السؤال ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وحساب النسبة المئوية لبنود السؤال.
- ٤- تحليل التباين ذي البعد الواحد (Anova) (One Way Analysis Variance) للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات من حيث متغيرات الدراسة.
- ٥- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين كل متغيرين من متغيرات البحث.
- ٦- اختبار " T.Test " للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين متوسطات المتغيرات.

### ١) عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (٢)

يوضح متابعة الجمهور لأخبار انتشار فيروس كورونا المستجد. ن = ٥٠٠

ت	%	ك	مدي المتابعة
1	58.0	290	دائما
2	36.8	184	أحيانا
3	5.2	26	نادرا
	100.0	500	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين جميعهم يتابعون ما ينشر عن فيروس كورونا وتفاوتت نسبة المتابعة، وإن كان الأغلبية بنسبة ٥٨% تابعوها بشكل دائم، و٣٧% كانوا يتابعونها أحياناً، بينما ٥% كانوا نادراً ما يتابعونها، وهذا يتناسب مع أهمية الموضوع وتنوع اهتمامات الناس في متابعة الأحداث الهامة والأزمات بوجه عام.

## جدول رقم (٣)

يوضح مصادر المبحوثين في التماس المعلومات من وسائل الإعلام المختلفة عن فيروس كورونا المستجد. ن = ٥٠٠

الوسيلة	مدي المتابعة	دائماً		أحياناً		نادراً		لا اتابعها		الوزن النسبي		ت
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
صفحات رسمية على مواقع التواصل	صفحة وزارة الصحة والسكان	57.	28	28.	14	13.	67	1.2	6	9.55	1707	1
	صفحة منظمة الصحة العالمية.	36.	18	39.	19	18.	92	5.8	29	8.56	1531	2
	صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان.	32.	16	34.	17	27.	13	6.0	30	8.20	1465	3
	صفحة المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية بالقاهرة	16.	82	27.	13	44.	22	11.	59	6.95	1243	4
	إجمالي الوزن النسبي للصفحات الرسمية											-
شبكات التواصل الاجتماعي عموماً	الفيسبوك	66.	33	19.	99	10.	52	3.0	15	9.81	1752	1
	اليوتيوب	18.	94	27.	13	42.	21	11.	59	7.08	1265	2
	تويتر	20.	10	16.	84	43.	21	20.	10	6.63	1184	3
	مايسبيس	7.6	38	9.8	49	57.	28	25.	12	5.58	999	4
	إجمالي الوزن النسبي لشبكات التواصل الاجتماعي بوجه عام											-
القنوات الفضائية.	36.	18	35.	17	24.	12	3.8	19	8.51	1521	الترتيب الثالث	



الترتيب الرابع	8.09	1446	7.2	36	26.0	13.0	37.2	18.6	29.6	14.8	مواقع صحفية.	
الترتيب الخامس	7.64	1366	12.4	62	31.6	15.8	26.4	13.2	29.6	14.8	تطبيقات الهاتف المحمول.	
الترتيب السادس	6.49	1159	15.2	76	48.4	24.2	25.8	12.9	10.6	53	محطات إذاعية.	
الترتيب السابع	6.91	1235	15.2	76	39.6	19.8	28.2	14.1	17.0	85	مواقع الصحف والمجلات الورقية.	
		100	1787									إجمالي الوزن النسبي
			3									

وفقاً لبيانات الجدول السابق فقد جاءت الصفحات الرسمية كمصدر لالتماس الجمهور لأخبار فيروس كورونا المستجد في الترتيب الأول نسبة ٣٣.٢٦٪، وجاء ترتيب المصادر الرسمية على النحو التالي: الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على الفيسبوك جاءت في المركز الأول بنسبة ٩.٥٥٪، يليها صفحة منظمة الصحة العالمية ٨.٥٦٪ وتلاها صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان بنسبة ٨.٢٠٪ ثم صفحة المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية بالقاهرة ٦.٩٥٪. وتلا الصفحات الرسمية شبكات التواصل الاجتماعي بوجه عام بنسبة ٢٩.١٪ وجاء الفيس بوك في الترتيب الأول بين شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي ٩.٨١٪ وتلاه يوتيوب بوزن نسبي ٧.٠٨٪ ثم تويتر بنسبة ٦.٦٣٪ بينما "مايسبيس" بوزن نسبي ٥.٥٨٪. وفي الترتيب الثالث جاءت القنوات الفضائية بنسبة ٨.٥١٪ ثم المواقع الصحفية بنسبة ٨.٠٩٪ في الترتيب الرابع ثم تطبيقات الهاتف المحمول في الترتيب الخامس بنسبة ٧.٦٤٪ ثم المحطات الإذاعية بنسبة ٦.٤٩٪ في الترتيب السادس يليها في الترتيب السابع مواقع الصحف والمجلات الورقية بنسبة ٦.٩١٪.

وترجع الباحثة هذا الترتيب إلى أهمية المصادر الرسمية وقت الأزمات والكوارث لالتماس المعلومات ومعرفة الحقائق كما هو الشأن في جائحة كورونا، كما تتفق مع طبيعة اهتمامات الجمهور وفقاً لمعيار "القرب" فتأتي في المقدمة المصادر الرسمية المصرية التي تتناول أخبار الأزمة في مصر، يليها الاهتمام بأخبارها عالمياً من خلال صفحة منظمة الصحة العالمية على الفيسبوك، وأن انخفاض نسبة عدم متابعتها يعود لأهمية الأخبار وخطورة التطورات وهي تتفق مع دراسة (Sabira Aalia and others Ibid, 2021) بأن ٦٠٪ من المبحوثين حصلوا على معلوماتهم عن جائحة كورونا من شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٤)  
يوضح مستوى الاستفادة من متابعة أخبار فيروس كورونا في وسائل الإعلام المختلفة. ن = ٥٠٠

ت	الوزن النسبي		لم استفد		استفادة منخفضة		استفادة متوسطة		استفادة مرتفعة		مدى الاستفادة		الوسيلة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
الترتيب الأول	1	9.49	1667	1.2	6	15.4	76	28.1	139	55.3	273	صفحة وزارة الصحة والسكان	صفحات رسمية على الفيسبوك
	2	8.53	1498	5.3	26	22.5	111	36.0	178	36.2	179	صفحة منظمة الصحة العالمية	
	3	8.69	1527	6.9	34	20.0	99	30.2	149	42.9	212	صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان	
	4	6.89	1211	12.1	60	45.1	223	28.1	139	14.6	72	صفحة المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية بالقاهرة	
	-	33.60	5903	اجمالي الوزن النسبي للصفحات الرسمية									
الترتيب الثاني	1	9.47	1664	1.2	6	15.6	77	28.3	140	54.9	271	الفيسبوك	شبكات التواصل الاجتماعي
	2	7.05	1236	12.6	62	44.1	218	23.9	118	19.4	96	اليوتيوب	
	3	6.55	1150	18.8	93	46.6	230	17.6	87	17.0	84	تويتر	
	4	5.54	972	24.7	122	57.5	284	14.2	70	3.6	18	مايسبيس	
	-	28.61	5022	اجمالي الوزن النسبي لشبكات التواصل الاجتماعي بوجه عام									
3	8.55	1502	5.5	27	23.5	116	32.6	161	38.5	190	القنوات الفضائية	مختلفة بوجه عام	
4	8.03	1409	8.9	44	25.1	124	37.9	187	28.1	139	مواقع صحفية		
5	7.66	1347	11.7	58	35.2	174	21.7	107	31.4	155	تطبيقات الهاتف المحمول		
6	6.98	1227	13.0	64	41.7	206	29.4	145	16.0	79	مواقع الصحف والمجلات الورقية		
7	6.57	1154	15.4	76	49.2	243	21.9	108	13.6	67	محطات إذاعية		
	100	17564	إجمالي الوزن النسبي										

توضح بيانات الجدول السابق مستوى استفادة المبحوثين من متابعة أخبار فيروس كورونا في وسائل مختلفة بوجه عام، فكان مستوى الاستفادة مرتفعاً على مستوى الوسائل جميعها، يليه مستوى الاستفادة المتوسط ثم جاء من استفادوا بشكل منخفض في المركز الثالث.

وعلى مستوى الوسائل المختلفة كانت أعلى استفادة من خلال الصفحات الرسمية على الفيسبوك بوزن نسبي (٣٣.٦٠%)، وجاء في المركز الثاني شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي (٢٨.٦١%)،

وفي المركز الثالث القنوات الفضائية بوزن نسبي (٨.٥٥٪)، يليهم المواقع الصحفية ثم تطبيقات الهاتف المحمول ثم مواقع الصحف والمجلات الورقية وأخيراً المحطات الإذاعية في المركز الأخير من الوسائل التي اعتمد عليها المبحوثون.

وكان في مقدمة الوسائل الرسمية صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية على الفيسبوك بنسبة (٥٥.٣٪)، ثم صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان بنسبة (٤٢.٩٪)، يليها صفحة منظمة الصحة العالمية على الفيسبوك بنسبة (٤٢.٩٪) والتي جاءت الاستفادة منها متوسطة.

وفي مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي استفاد منها المبحوثون الفيسبوك بنسبة (٥٤.٩٪) ويليه بفارق كبير مقاطع اليوتيوب بنسبة (١٩.٤٪) ثم تويتر بنسبة (١٧٪)، وهي تختلف مع دراسة (حسين، إيمان عاشور سيد: ٢٠٢٠م) حيث جاء الواتس آب في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها المبحوثون للحصول على معاومات عن فيروس كورونا يليه الفيسبوك، كما تختلف مع دراسة (الصعيدي، طارق محمد محمد: ٢٠٢٠م) حيث جاءت تطبيقات الهاتف المحمول في مقدمة مصادر المبحوثين في الحصول على معلومات عن فيروس كورونا.

أما بقية وسائل الإعلام فجاءت الاستفادة منها بمعدل أقل وبفارق كبير وهي خليط من الوسائل التقليدية والجديدة، وتفاوتت مستوى الاستفادة فكانت الفضائيات في مقدمة هذه الوسائل بوزن نسبي (٨.٥٥٪) ثم المواقع الصحفية بوزن نسبي (٨.٠٣٪) ثم تطبيقات الهاتف المحمول بوزن نسبي (٧.٦٦٪)، وقد جاءت الفضائيات في المركز الثاني بين وسائل الإعلام التي يلجأ إليها الجمهور وقت الأزمات وهي تتفق مع دراسة (عبد الحافظ، نادية محمد، ٢٠١٦م).

ومما سبق يتضح أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت في مقدمة الوسائل التي اعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات حول فيروس كورونا سواء كان ذلك من خلال الصفحات الرسمية (صفحة وزارة الصحة والسكان - صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان - صفحة منظمة الصحة العالمية) أو غيرها من الصفحات.

وأن الصفحات الرسمية هي الأكثر فائدة وقرباً يلجأ إليها المواطنون وقت الأزمات مثل جائحة كورونا، وأن الفيسبوك هو في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها الجمهور وقت الجائحة، وهذه النتيجة تختلف مع دراسة (السديري، سحر صالح، ٢٠١٩م) حيث كان تويتر هو أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً لدى الجمهور وقت الأزمات.

جدول رقم (٥)  
يوضح مدى متابعة المبحوثين لحملات فيروس كورونا المستجد. ن = ٤٩٤

ت	%	ك	مدى المتابعة
1	43.7	216	أتابعها باستمرار
2	44.3	219	أتابعها أحياناً
3	11.9	59	أتابعها نادراً
	100.0	494	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق أن جميع المبحوثين تابعوا حملات التوعية بفيروس كوفيد-١٩ التي أطلقتها وزارة الصحة والسكان عبر صفحتها على الفيسبوك بنسبة (١٠٠٪) ولكن بنسب متفاوتة، منهم (٤٤.٣٪) تابعوها أحياناً و (٤٣.٧٪) بينما لم يتابعها إلا نادراً سوى (١١.٩٪).

جدول رقم (٦)  
يوضح مصدر متابعة المبحوثين الحملات الخاصة بفيروس كورونا. ن = ٤٩٤

ت	%	ك	مصدر متابعة الحملات
1	31.6	362	شبكات التواصل الاجتماعي
2	24.2	277	التلفزيون
3	17.4	197	الموقع الرسمي لوزارة الصحة والسكان
4	10.6	122	المواقع الصحفية
5	8.9	101	تطبيقات المحمول عن الفيروس
6	5.6	64	الصحف
7	1.7	20	مصادر أخرى
	100	1143	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق تصدر شبكات التواصل الاجتماعي المصادر بنسبة (٣١.٦٪)، يليها التلفزيون بنسبة (١٧.٤٪)، مع ملاحظة أن حملات وزارة الصحة والسكان حول الجائحة تابعها المبحوثون من خلال صفحتها على الفيسبوك أيضاً مما يؤكد أهمية هذه الشبكات كمصدر للمعلومات للجمهور وقت الأزمات وكانت المصادر الأخرى التي اعتمد عليها المبحوثون وفي مركز متأخر الأسرة والأصدقاء والراديو، وهي تتفق إلى حد ما مع دراسة (السديري، سحر صالح: ٢٠٢٠م) حيث كانت وسائل التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي استخدمت في نشر الحملات الصحية في المملكة العربية السعودية وإن كان في مقدمتها "تويتر".

## جدول رقم (٧)

يوضح نوعية الحملات التي تابعتها المبحوثون على صفحة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك ومدى الاستفادة منها. ن = ٤٩٤

ت	الوزن النسبي		لم استفد		استفدت استفادة منخفضة		استفدت إلي حد ما		استفدت استفادة كبيرة		الحملات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	3.65	1777	2.8	14	6.1	30	19.6	97	71.5	353	أهمية استخدام الكمامة
16	3.35	1632	5.7	28	10.5	52	31.6	156	52.2	258	#ضد-التتمر من مرضي - الكورونا
3	3.62	1760	2.8	14	6.7	33	21.9	108	68.6	339	١٠ خطوات لمنع انتشار فيروس كورونا المستجد
	3.62	1760	3.6	18	6.1	30	20.6	102	69.6	344	أساليب الحماية من العدوى بفيروس كورونا المستجد
6	3.56	1734	4.0	20	5.9	29	25.1	124	65.0	321	إرشادات للمخالطين لمصابي فيروس كورونا المستجد
5	3.57	1736	4.3	21	7.7	38	20.4	101	67.6	334	إرشادات للتعامل مع مرضى فيروس كورونا المستجد
8	3.54	1725	3.6	18	5.7	28	28.5	141	62.1	307	قواعد العزل المنزلي لمرضى الكورونا المستجد
29	2.55	1243	13.8	68	41.5	205	24.1	119	20.6	102	حملة وريد ووريدة
18	3.31	1612	5.3	26	15.0	74	27.9	138	51.8	256	التغلب على العادات الخاطئة نحمي أنفسنا ومن حولنا
24	3.11	1509	7.5	37	20.2	100	31.6	156	40.7	201	التسوق الآمن
11	3.47	1690	4.5	22	8.9	44	26.7	132	59.9	296	طهر - منزلك - لحمايتك - أنت وأسرته
12	3.39	1651	6.3	31	9.3	46	28.3	140	56.1	277	الأكلات التي تساعد تقوية المناعة
21	3.18	1541	7.9	39	16.8	83	30.8	152	44.5	220	إرشادات استخدام الصراف الآلي
28	2.83	1376	9.5	47	31.0	153	31.0	153	28.5	141	معرفة تطبيق صحة مصر على المحمول
26	3.07	1479	7.1	35	21.1	104	37.2	184	34.6	171	عادات غذائية خاطئة للإبتعاد عنها
23	3.14	1522	6.7	33	21.1	104	29.8	147	42.5	210	صحح معلوماتك

17	3.34	1627	4.7	23	16.8	83	23.1	114	55.5	274	- # تحدي غسيل اليدين
14	3.38	1646	5.7	28	12.3	61	25.1	124	56.9	281	-#خليك في البيت-صحتك تهمنا
9	3.53	1719	3.0	15	9.3	46	24.3	120	63.4	313	#سلامتك - وسلامتنا - في أكلنا
20	3.21	1556	6.7	33	18.6	92	27.7	137	47.0	232	- # التزم بالكاماة
7	3.55	1728	3.6	18	10.3	51	18.6	92	67.4	333	- أعراض الكورونا
19	3.26	1583	2.0	10	19.8	98	33.8	167	44.3	219	- التعامل مع مرضي السكر والضغط والأورام
22	3.17	1536	6.5	32	21.5	106	26.7	132	45.3	224	- التعامل مع الأطفال
25	3.07	1484	5.3	26	25.9	128	32.0	158	36.8	182	التعامل مع ذوي الإحتياجات الخاصة
4	3.58	1742	2.6	13	7.3	36	24.9	123	65.2	322	# خليك - في - البيت
2	3.63	1767	1.6	8	7.7	38	22.1	109	68.6	339	# تطهير و تنظيف المنزل
10	3.52	1713	2.6	13	11.5	57	22.3	110	63.6	314	السلطة أساس كل وجبة لتقوية المناعة
15	3.36	1633	4.3	21	16.2	80	24.3	120	55.3	273	# رمضان يحمينا
13	3.39	1649	4.0	20	13.0	64	28.1	139	54.9	271	أسئلة وأجوبة من الأطباء حول فيروس كورونا المستجد
27	3.03	1467	8.3	41	26.9	133	24.3	120	40.5	200	نصائح للحامل لمواجهة فيروس كورونا المستجد
	100	48597									إجمالي الوزن النسبي

# احمي نفسك و أسرتك

يوضح الجدول السابق إلى الحملات الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة والسكان عبر صفحتها على الفيسبوك ومدى استفادة المبحوثين منها:

كانت هناك حملات رئيسية تأخذ حزمة حملات فرعية تحمل نفس الاسم والشعار (# احمي نفسك وأسرتك والتي شملت: #تحدي غسيل اليدين، # التزم بالكمامة، # خليك في البيت-صحتك تهمننا، كيفية التعامل مع بعض الفئات في الأسرة... الخ ) و (#صحتك تهمننا والتي شملت: أعراض كورونا، # خليك-في البيت، السلاطة أساس كل وجبة ، نصائح للحامل لمواجهة فيروس كورونا ،# رمضان يحمينا... الخ ).

جاءت الحملات الخاصة بارتداء الكمامة في مقدمة هذه الحملات محققة درجة استفادة عالية من الحملة بنسبة ( ٧١.٥ %) وشملت الحملة تقديم إرشادات عن طريقة ارتدائها الصحيحة وكيفية التخلص منها بعد الاستخدام وأهميتها، يليها حملة # تطهير وتنظيف المنزل بنسبة ( ٦٨.٦ %) من جملة الإجابات محققة نسبة استفادة مرتفعة وشملت الحملة أهمية تطهير المنزل وطريقة إعداد محلول التطهير منزلياً وأهميته بوزن نسبي ( ٣.٦٣ %)، وجاء في نفس الترتيب حملة ( ١٠ خطوات لمنع انتشار فيروس كورونا المستجد) محققة نسبة استفادة عالية، ثم حملة (أساليب الحماية من العدوى بفيروس كورونا المستجد) وحققت نسبة استفادة عالية بلغت نسبة ( ٦٩.٦ %) بوزن نسبي ( ٣.٦٢ %) لكل منهما.

بينما الحملات التي لم تلق نسبة متابعة عالية من الجمهور ويرون أنها لم تحقق فائدة عالية لهم حملة (وريدي ووريدة) و(حملة التعريف بتطبيق صحة مصر على الهواتف المحمولة) و(حملة تقديم نصائح موجهة للمرأة الحامل ضمن حملة # صحتك تهمننا).

وهذا الاهتمام بنوعية الحملات يتماشى مع طبيعة المرحلة الأولى من الجائحة وطبيعة احتياجات الجمهور المعرفية في تلك المرحلة لمواجهتها والإجراءات الاحترازية التي عليه اتباعها.

جدول رقم (٨)  
يوضح الأساليب التي يفضلها المبحوثون في تقديم الحملات الإعلامية عن فيروس كورونا. ن = ٤٩٤

ت	الوزن النسبي		لم تعجبني		أعجبني إلى حد ما		أعجبني جداً		الأساليب	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	12.24	1256	7.5	37	30.8	152	61.7	305	الفيديو جرافيك (فيديو مع معلومات توضيحية)	
2	12.19	1250	8.1	40	30.8	152	61.1	302	الفيديوهات المصورة التي يقدمها أطباء ومسؤولون	
3	11.59	1189	14.8	73	29.8	147	55.5	274	الإنفوجرافيك (معلومات مع رسوم توضيحية)	
4	11.07	1136	15.2	75	39.7	196	45.1	223	ليس مهم الشكل المقدمة به أركز على المضمون	
5	١٠.٨٤	١١١١	17.5	86	40.3	199	42.3	209	البوستات (النصوص)	
6	١١.٢١	١١٥٠	14.0	69	39.3	194	46.8	231	الصور الفوتوغرافية التي تشتمل أكثر من شكل	
7	١٠.٦١	١٠٨٧	21.7	107	36.6	181	41.7	206	التي تعتمد على أرقام فقط	
8	١٠.٤٦	١٠٧٢	19.4	96	44.1	218	36.4	180	الفيديوهات المصورة التي يقدمها ممثلون ومشاهير	
9	٩.٧٩	١٠٠٣	32.6	161	31.8	157	35.6	176		
		١٠٠	١٠٢٥٤	إجمالي الوزن النسبي						

توضح بيانات الجدول السابق أن في مقدمة الأساليب التي قدمت بها الحملات الإعلامية على صفحة وزارة الصحة والسكان مستفيدة من إمكانيات الثراء للوسيلة والتي "أعجبت جداً" الجمهور استخدام الفيديو جرافيك بوزن نسبي (١٢.٢٤%) يليه "الفيديوهات التي يقدمها أطباء ومسؤولون" بوزن نسبي (١٢.١٩%)، وجاء في المركز الثالث "الإنفوجرافيك والذي يتضمن معلومات مع رسوم توضيحية" بوزن نسبي (١١.٥٩%)، بينما جاء في مركز متأخر "الفيديوهات المصورة ويقدمها ممثلون ومشاهير" بوزن نسبي (٩.٧٩%) باعتبارها من أكثر الأساليب التي لم تعجب المبحوثين، كذلك التي تعتمد على استخدام البيانات الرقمية فقط بوزن نسبي (١٠.٤٦%).

وهذا يوضح أن طبيعة الجائحة فرضت أساليب معينة تتماشى مع أهمية الحدث ويغلب عليها الجانب الرسمي، والرسائل التي تخاطب العقل وتقدم حقائق وتجيب على العديد من التساؤلات لديهم من خلال متخصصين وأطباء، كما فقدت شخصيات عديدة من المشاهير مكانتها في إقناع الجمهور من خلال في هذه الحملات.



جدول رقم (٩)  
يوضح الحملات الإعلامية الأكثر أهمية بالنسبة للمبجوثين حول فيروس كورونا. ن=٤٩٤

ت	الوزن النسبي		لم تهمني		تهمني إلى حد ما		تهمني جداً		اسم الحملة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	10.73	1350	2.8	14	21.1	104	76.1	376	التي تتناول معلومات عن تعليمات للمخالطين للمصابين بالفيروس
2	10.57	1331	4.5	22	21.7	107	73.9	365	التي تتناول معلومات عن أساليب التعامل مع المصابين بالفيروس
3	10.32	1298	7.1	35	23.1	114	69.8	345	التي تتناول معلومات عن أساليب الوقاية من الفيروس
4	10.18	1283	8.3	41	23.7	117	68.0	336	التي تتناول أساليب التغذية المهمة لتقوية المناعة
5	10.15	1278	7.3	36	26.7	132	66.0	326	التي تتناول كيفية التعامل مع الآخرين في العمل والمواصلات والأسواق.... الخ
6	9.85	1243	7.5	37	33.8	167	58.7	290	التي تتناول معلومات عن فيروس كورونا المستجد
7	9.81	1236	10.7	53	28.3	140	60.9	301	التي تتناول معلومات عن التسوق الآمن
8	9.63	1211	11.3	56	32.2	159	56.5	279	التي تتناول كيفية التعامل مع الفئات المختلفة في ظل أزمة فيروس كورونا
9	9.61	1210	13.0	64	29.1	144	57.9	286	التي توضح الخدمات التي تقدمها وزارة الصحة
10	9.15	1153	16.2	80	34.2	169	49.6	245	التي تتناول دعوة التبرع بالدم للمتعافين من فيروس كورونا المستجد
		١٠٠	١٢٥٩١	إجمالي الوزن النسبي					

يوضح الجدول السابق نوعية الحملات التي حازت على اهتمام الجمهور عينة الدراسة، وجاءت في مقدمتها الحملات التي تناولت معلومات وتعليمات للمخالطين للمصابين للفيروس بوزن نسبي (١٠.٧٣%)، يليها الحملات التي تناولت أساليب التعامل مع المصابين بوزن نسبي (١٠.٥٧%)، ثم التي تناولت أساليب الوقاية من الإصابة بالفيروس بوزن نسبي (١٠.٣٢%)، بينما تراجعت اهتمامات المبجوثين بالحملات التي تضمنت معلومات عن التبرع بالدم للمتعافين من فيروس كورونا للإستفادة منها

في علاج بعض المصابين مثل "حملة وريد ووريدة" وهي تتفق مع نتائج الجدول رقم (٧) الذي يوضح ترتيب الحملات التي تابعها المبحوثون من خلال صفحة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك.

جدول رقم (١٠)

يوضح مدى الاستفادة من الحملات الإعلامية الصحية المقدمة عن فيروس كورونا المستجد على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان على الفيسبوك

ت	%	ك	مدي الاستفادة
1	59.7	295	نعم استفدت
2	31.4	155	استفدت إلي حد ما
3	8.9	44	لم استفد
	<b>100.0</b>	<b>494</b>	<b>ن</b>

يوضح الجدول السابق ارتفاع نسبة المستفيدين من حملات وزارة الصحة والسكان عبر صفحاتها على الفيسبوك فقد أجاب (٥٩.٧%) أنهم استفادوا منها، و(٣١.٤%) إلى حد ما، بينما لم يستفد من تلك الحملات (٨.٩%) فقط من العينة وإن كانوا قد تابعوها.

وهذا يعنى ارتفاع نسبة الاستفادة من الحملات المقدمة على صفحة وزارة الصحة والسكان عن جائحة كورونا، وهي تتفق مع دراسة كل من (غريب، سحر أحمد، ٢٠١٩م) و (زكريا ، محمد لطفى، ٢٠٢٠م).

جدول رقم (١١)

يوضح مدى الثقة في المعلومات الصحية الواردة في حملات وزارة الصحة والسكان عن فيروس كورونا

ت	%	ك	مدي الثقة
1	43.1	213	تقتي فيها متوسطة
2	42.7	211	أثق فيها بدرجة كبيرة
3	11.7	58	تقتي فيها منخفضة
4	2.4	12	لا أثق فيها
	<b>100.0</b>	<b>494</b>	<b>الإجمالي</b>

يوضح الجدول السابق مستوى الثقة في المعلومات الواردة في حملات وزارة الصحة والسكان عبر صفحاتها على الفيسبوك والتي توضح ارتفاع نسبة من يتقون فيها جاء في المركز الأول (٤٣.١%) من المبحوثين يتقون فيها بدرجة متوسطة، يليهم (٤٢.٧%) يتقون فيها بدرجة كبيرة، و(١١.٧%) يتقون بدرجة منخفضة، بينما (٢.٤%) فقط لا يتقون فيها.

وترجع الباحثة هذا الترتيب لمستويات الثقة في حداثة الموضوع فالجائحة تمثل للعينة موضوعاً جديداً نسبياً وبالتالي هناك نسبة من عدم الثقة فيما يقدم، وأن مصدر الثقة يعود إلى أنها مقدمة عبر مصادر رسمية، و هي تتفق مع دراسة كل من (عبد العزيز، فاطمة سعود، ٢٠٢٠م) و (عبد العزيز ، سارة محمود، ٢٠١٩م) و (محمدي ، سماح محمد، ٢٠١٩م) و (Lifang Lie, Qingpeng, Zhang

(Xiao Wang, Jun Zhang. Ibid, 2020), والتي توضح ثقة و رضا المبحوثين في الصفحات الرسمية وأن كانت بنسب مختلفة بين متوسطة ومنخفضة.

#### جدول رقم (١٢)

يوضح مدى معرفة المبحوثين بمعلومات عن فيروس كورونا بعد متابعتهم حملات وزارة الصحة والسكان عبر صفحتها على الفيسبوك. ن = ٤٩٤

ت	الوزن النسبي		لا أعرف		خطأ		صح		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	8.03	1392	3.0	15	12.1	60	84.8	419	الدول النامية الأكثر إصابة بالفيروس
2	8.02	1391	3.2	16	11.9	59	84.8	419	استخدام الكحول والمطهرات يقضي على الفيروسات
3	7.85	1360	2.4	12	19.8	98	77.7	384	يجب عدم الخروج من المنزل للمخالطين لمصاب الكورونا أيضاً
4	7.74	1342	10.3	51	7.7	38	82.0	405	تطهير المنزل يعني تنظيفه دائما
5	7.69	1334	4.5	22	21.1	104	74.5	368	التباعد الاجتماعي لا يؤثر على العدوي
6	7.58	1314	1.6	8	30.8	152	67.6	334	لبس الكمامة عند مقابلة الآخرين فقط
7	7.04	1220	15.8	78	21.5	106	62.8	310	حملة وريد ووريدة مقنعة
8	7.01	1215	23.7	117	6.7	33	69.6	344	انتشار الفيروس حرب بيولوجية اقتصادية
9	6.94	1205	11.1	55	33.8	167	55.1	272	التباعد الاجتماعي يعني عدم الزيارات
10	6.86	1190	18.2	90	22.7	112	59.1	292	حفن مصابي الكورونا ببلازما المتعافين يؤدي لنسب شفاء عالية
11	6.52	1132	20.6	102	29.6	146	49.8	246	لا توجد مراكز للتبرع بالدم في الأقاليم
12	6.45	1119	18.8	93	35.8	177	45.3	224	غسيل الأيدي مهم بعد عودتي للمنزل من الخارج فقط
13	6.38	1108	9.3	46	57.1	282	33.6	166	تناول المضادات الحيوية يقي من الإصابة بفيروس كورونا المستجد
14	5.89	1022	39.3	194	14.6	72	46.2	228	هناك إرشادات يجب اتباعها عند استخدام ماكينة الصراف الآلي
	100	17344	إجمالي الوزن النسبي						

يوضح الجدول السابق أن تأثيرات حملات التوعية بفيروس كورونا عبر صفحة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وذلك من خلال (١٤) عبارة تتراوح بين عبارات (صح) وأخرى (خطأ) و(لا أعرف)، وأوضح الجدول أن غالبية المبحوثين أجابوا إجابات صحيحة بنسبة (٦٤.٣%) ، بينما نسبة (٣٥.٧%) أجابوا إجابات خاطئة، مما يشير إلى التأثير الإيجابي للحملات وزادت من المعلومات الصحية الصحيحة لدى الجمهور، وكانت أهم الإجابات الصحيحة "أن استخدام الكحول والمطهرات يقضي على الفيروسات" بوزن نسبي (٨٠.٢%)، و"عدم الخروج من المنزل للمخالطين لمصاب كورونا" بوزن نسبي (٧٠.٨٥%)، وحملة "وريد ووريدة" الخاصة بمتبرعي البلازما وكانت مقنعة بوزن نسبي (٧٠.٠٤%)، بينما العبارات الأكثر خطأً لدى المبحوثين رغم متابعة حملات التوعية "أن الدول النامية الأكثر إصابة بالفيروس" بوزن نسبي (٨٠.٠٣%)، يليها "تطهير المنزل يعني تنظيفه" بوزن نسبي

(٧٤.٧٪)، وأن "التباعد الاجتماعي لا يؤثر على العدوى" بوزن نسبي (٧٩.٦٪)، وهي تتناسب مع وجود عدد من المبحوثين يرى أنه لم يستفد من هذه الحملات، أو استفاد بنسبة ضعيفة وفقاً للجدول (١٠).

جدول رقم (١٣)

حول مدى معرفة المبحوثين بالمعلومات المقدمة من خلال حملات وزارة الصحة والسكان عن فيروس كورونا. ن = ٤٩٤

ت	الوزن النسبي		أعرفها إلى حد ما		لا أعرفها		أعرفها		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	8.11	1402	4.9	24	6.5	32	88.7	438	البقاء في المنزل خير وسيلة للوقاية
2	8.07	1396	4.3	21	8.9	44	86.8	429	فيروس كورونا ليس له علاج حتى الآن
3	7.91	1368	5.7	28	11.7	58	82.6	408	تداول النقود يمكن أن ينقل العدوى
4	7.78	1346	8.3	41	10.9	54	80.8	399	غسل اليدين دائماً أكثر من ٢٠ ثانية من أساليب الوقاية من فيروس كورونا المستجد
5	7.47	1292	9.3	46	19.8	98	70.9	350	استخدام القفازات له تأثير سلبي في نقل العدوى بالفيروس
6	7.36	1272	14.2	70	14.2	70	71.7	354	حرارة الجو ليس لها تأثير على انتشار الفيروس
7	7.19	1244	15.4	76	17.4	86	67.2	332	هناك أطعمة تزيد مناعة الجسم للوقاية من الفيروس
8	7.02	1214	18.6	92	17.0	84	64.4	318	الدول الكبرى تخلت عن دعوة البقاء في المنازل بعد فشلها
9	6.88	1192	19.4	96	19.8	98	60.7	300	للعطس والكحة آداب
10	6.74	1167	15.8	78	32.2	159	52.0	257	الإجراءات الاحترازية التي اتخذتها الدولة كافية
11	6.62	1146	20.0	99	27.9	138	52.0	257	المشاركة المجتمعية في مكافحة انتشار الفيروس عالية
13	6.40	1108	28.3	140	19.0	94	52.6	260	لبس الكمامة له قواعد
13	6.31	1092	27.5	136	23.9	118	48.6	240	الهواء من أساليب نقل وانتشار الفيروس
14	6.14	1064	31.4	155	21.9	108	46.8	231	استخدام الكمامات مهم في مكافحة انتشار العدوى
	100	17303							إجمالي الوزن النسبي

يوضح الجدول السابق مدى معرفة المبحوثين ببعض المعلومات الصحية الصحيحة بعد متابعته

حملات وزارة الصحة والسكان على صفحاتها على الفيسبوك على النحو التالي:

أكثر المعلومات الصحيحة التي يعرفها المبحوثون "البقاء في المنزل خير وسيلة للوقاية" بنسبة (٨٨.٧٪) ممن أجابوا، يليها "أن فيروس كورونا ليس له علاج حتى الآن" بنسبة (٨٦.٨٪)، ثم "تداول النقود يمكن أن تنقل العدوى" بنسبة (٨٢.٦٪) ممن أجابوا، بينما أكثر المعلومات الصحية الصحيحة التي لم يعرفها المبحوثون "أن استخدام القفازات له تأثير سلبي في نقل العدوى بالفيروس" بنسبة (١٩.٨٪) ممن أجابوا، يليها "أن هناك أطعمة تزيد مناعة الجسم للوقاية من الفيروس" بنسبة (١٧.٤٪)، و"أن حرارة الجو ليس لها علاقة بانتشار الفيروس بنسبة (١٤.٢٪)، كذلك من المعلومات التي لم يعرفها المبحوثون "أن الإجراءات الاحترازية للدولة كافية" بوزن نسبي (٦.٧٤) يليها "أن المشاركة المجتمعية في مكافحة انتشار الفيروس عالية" بوزن نسبي (٦.٦٢) وهو ما يتناسب مع اهتمامات الجمهور في معرفة

معلومات عن الجائحة وانتشارها وأساليب الوقاية والتعامل معها، بينما (٣١.٤٪) من المبحوثين يعرفون إلى حد ما أن "استخدام الكمامات ليس له جدوي في مكافحة انتشار العدوى" يليها (٢٨.٣٪) يعرفون إلى حد ما أن "لبس الكمامة له قواعد"، (٢٧.٥٪) يعرفون أن "الهواء من أساليب نقل وانتشار الفيروس". وهو ما يشير إلى التأثير الإيجابي للحملات في إكساب المبحوثين معلومات صحية صحيحة بدرجة كبيرة.

## جدول رقم (١٤)

معرفة الجمهور برقم الخط الساخن لوزارة الصحة الخاص بفيروس كورونا المستجد بعد متابعة حملات صفحاتها على الفيسبوك.

ت	%	ك	إجابة الجمهور عن الرقم
1	60.7	300	خطأ
2	39.3	194	صحيح
	100.0	494	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أن أغلب المبحوثين لم يعرفوا الخط الساخن لوزارة الصحة والسكان الخاص بحالات كورونا بنسبة (٦٠.٧٪) من المبحوثين.

## جدول رقم (١٥)

يوضح العادات الغذائية التي عدلها المبحوثون بعد تعرضهم للحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان عن فيروس كورونا

ت	%	ك	العادات الغذائية
1	18.5	١٠٨	تناول الأكلات التي تقوي المناعة
2	17.6	١٠٣	تناول الخضروات والفاكهة
3	16.4	٩٦	تناول الطعام الصحي
4	16.29	٩٥	لا أعرف
5	15.6	91	التخلص من الأطعمة الجاهزة
6	12.8	75	تناول المشروبات الساخنة
7	2.57	15	عادات أخرى
	100	583	إجمالي الإجابات

يوضح الجدول السابق أن هناك عادات غذائية عدلها المبحوثون بعد متابعتهم لحملات وزارة الصحة والسكان عبر صفحاتها على الفيسبوك وكان في مقدمتها "تناول الأكلات التي تقوي المناعة" بنسبة (١٨.٥٪) من المبحوثين، يليها "أهمية تناول الخضروات والفاكهة" بنسبة (١٧.٦٪)، يليها "أهمية تناول الطعام الصحي" بنسبة (١٦.٤٪)، وشملت العادات الأخرى "الامتناع عن التدخين، طهي الطعام بشكل صحي، تقليل السكر، تقليل الطعام، تناول البروتينات، أكل الثوم والزنجبيل، شرب الزنجبيل يوميا، إضافة الثوم للمأكولات، تناول الثوم يوميا، تناول المشروبات التي تحتوي على أعشاب، تسخين الأكل بشكل جيد وقد حصلت كل منها على تكرار أو تكرارين.

جدول رقم (١٦)  
يوضح السلوكيات التي عدلها المبحوثون بعد تعرضهم للحملات عن فيروس كورونا المستجد من خلال صفحة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك

السلوكيات	ك	%	ت
التباعد الاجتماعي	191	27.56	1
غسل اليدين باستمرار	147	21.22	2
إرتداء الكمامة باستمرار	126	18.18	3
استخدام الكحول والتطهير	80	11.54	4
تجنب الخروج إلا للضرورة	73	10.53	5
الاهتمام بالنظافة الشخصية	21	3.04	6
لم أعدل شيء	19	2.74	7
سلوكيات "أخرى"	18	2.59	8
تقليل لمس الأسطح	10	1.44	9
تناول الفيتامينات بإشراف طبي	8	1.16	10
إجمالي الاجابات	693	100	

يتضح من الجدول السابق السلوكيات التي عدلها المبحوثون بعد متابعتهم لحملات وزارة الصحة والسكان على صفحتها على الفيسبوك وكان في مقدمتها "التباعد الاجتماعي" بنسبة (٢٧.٥٦٪)، و"غسل اليدين باستمرار" بنسبة (٢١.٢٢٪)، ثم "ارتداء الكمامة باستمرار" بنسبة (١٨.١٨٪)، أما السلوكيات الأقل تعديلاً لدى المبحوثين فكانت "تناول الفيتامينات بإشراف طبي" بنسبة (١.١٦٪)، يليها "تقليل لمس الأسطح" بنسبة (١.٤٤٪)، ثم مجموعة سلوكيات مجتمعة "أخرى" بنسبة (٢.٥٩٪).

والسلوكيات "الأخرى" التي ذكرتها العينة شملت التخلص من الأكياس البلاستيكية، غسل المأكولات جيداً، الطهي جيداً، ترك التدخين، استخدام أساليب التغذية الصحيحة، ترك الأحذية خارج المنزل، الابتعاد عن المصابين، عدم استخدام ملاعق الآخرين، الاستعداد بالاحتفاظ بالأدوية بالمنزل، شراء الأدوية لحين الحاجة، وقد حصلت كل منها على تكرار أو تكرارين وهي تتفق مع دراسة (Dkhar, Sabira Aalia :2021) بأن أكثر من ٦٠ % استفادوا من المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة الإجراءات الاحترازية، والمعرفة الجيدة بالفيروس.

جدول رقم (١٧)  
يوضح معرفة المبحوثين كيفية تحضير محلول التطهير المنزلي بعد متابعة حملات صفحة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك

الإجابات	ك	%	ت
إجابات خاطئة	223	45.14	1
نقوم بشرائه	105	21.25	2
إجابات صحيحة	103	20.85	3
لا أعرف	63	12.75	4
الإجمالي	494	100	

يوضح الجدول السابق انخفاض نسبة من يعرفون تحضير محلول التطهير المنزلي منهم (٤٥.١٤%) لم يعرفوا طريقة تحضيره وأجابوا خطأ، و (١٢.٧٥%) أجاب أنه لا يعرف، و (٢٠.٨٥%) فقط من أجابوا إجابة صحيحة، والذين أجابوا خطأ أو لم يعرفوا نسبة تستدعي التوقف عندها لارتفاعها، وهي تتطلب جهداً من القائمين على إعداد الحملات على الصفحة من البحث عن طرق ملائمة للمستخدمين وإقناعهم بمضمون الحملة نظراً لانخفاض نسبة من استفادوا بالفعل مقارنة بمن لم يستفد من الحملة.

جدول رقم (١٨)

يوضح تعرض المبحوثين لشائعات (معلومات خاطئة) عن فيروس كورونا المستجد

ت	%	ك	التعرض للشائعات
1	100.0	٤٩٤	نعم تعرضت
	100.0	٤٩٤	الإجمالي

يشير الجدول السابق أن جميع المبحوثين قد تعرضوا لشائعات ومعلومات خاطئة عن فيروس

كورونا.

جدول رقم (١٩)

يوضح الشائعات التي تعرضت لها عينة الدراسة

ت	%	ك	الشائعات
1	16.74	121	لا أذكر شائعة محددة ولكني تعرضت
2	11.21	81	شائعات متعلقة باللقاح وأساليب العلاج
3	8.86	64	أخبار مغلوطة عن عدد الإصابات
4	8.43	61	شائعات متعلقة بعدم وجود علاج نهائياً
5	7.88	57	شائعات متعلقة بطرق وقاية خاطئة
6	7.06	51	شائعات متعلقة بطرق انتشار خاطئة
7	6.92	50	شائعات متعلقة بطرق عدوي خاطئة
8	6.77	49	شائعات متعلقة بكون درجة الحرارة تقتل الفيروس
9	5.39	39	شائعات متعلقة بوجود علاج
10	4.43	32	شائعات حول كون أشخاص مصابين وطريقة التعامل معهم
١١	٤.٢٨	٣١	شائعات متعلقة بعدم وجود فيروس وكونه مؤامرة
١٢	٣.٨٨	٢٨	شائعات متعلقة بأنه لا يصاب به المرء مرتين
١٣	٢.٧٦	٢٠	أخبار مغلوطة عن عدم جاهزية وزارة الصحة
١٤	٢.٧٦	٢٠	شائعات متعلقة بأعراض خاطئة
١٥	٢.٦٢	١٩	شائعات متعلقة بموعد انتهاء الفيروس
	١٠٠	٧٢٣	جملة الإجابات

توضح بيانات الجدول السابق الشائعات التي تعرض لها المبحوثون حول فيروس كورونا كثيرة الشائعات التي تعرض لها المبحوثون خاصة وأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت في مقدمة الوسائل الإعلامية التي استخدموها في تعاملهم مع الجائحة، وقد أثبتت العديد من الدراسات أن الفيسبوك وشبكات

التواصل كانت مصدرًا للشائعات مثل (Sandhy A Rajasekhar and other, 2021) ، وإن كان أغلب المبحوثين بنسبة (١٦.٧٤%) ممن أجابوا لم يتذكروا تلك الشائعات يليهم (١١.٢١%) كانت أكثر الشائعات التي تعرضوا لها تتعلق بوجود لقاح وأساليب العلاج، تليها شائعات حول عدد الإصابات بنسبة (٨.٨٦%)، وكانت الشائعات الأقل ما يتعلق بموعد انتهاء الفيروس بنسبة (٢.٦٢%)، يليها شائعات عن أعراض خاطئة للإصابة بنسبة (٢.٧٦%)، وشائعات عن عدم جاهزية وزارة الصحة والسكان لمواجهة الفيروس.

جدول رقم (٢٠)  
حول مدى تصحيح المعلومات الخاطئة عن فيروس كورونا

مدى التصحيح	ك	%	ت
نعم	490	99.2	1
أحياناً	4	.8	2
الإجمالي	494	100.0	

يوضح الجدول السابق أن (٩٩.٢%) قد بحثوا عن تصحيح للمعلومات المغلوطة التي تعرضوا لها حول فيروس كورونا، وربما كثرة الشائعات كما أظهرت نتائج الجدول السابق وكثافة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام كانت وراء حرصهم على تصحيح تلك المعلومات، واللجوء إلى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان على الفيسبوك للتصحيح والحصول على معلومات أكثر ثقة.

جدول رقم (٢١)  
يوضح مصدر عينة الدراسة لتصحيح المعلومات الخاطئة حول الجائحة

مصدر التصحيح	ك	%	ت
صفحة وزارة الصحة على فيسبوك	113	18.35	1
لا أتذكر المصدر تحديداً	102	16.56	2
موقع فيسبوك بوجه عام	80	12.98	3
التلفزيون والفضائيات	64	10.38	4
صفحة منظمة الصحة العالمية	48	7.79	5
البحث على الإنترنت	42	6.83	6
أشخاص عاديين	40	6.49	7
أطباء أعرفهم	40	6.49	
مواقع إخبارية	26	4.24	8
مواقع رسمية	19	3.09	9
مواقع أجنبية	16	2.59	10
أبحاث علمية	13	2.11	11
صحف أجنبية	13	2.11	
إجمالي الاستجابات	616	100	

يتضح من الجدول السابق أن صفحة وزارة الصحة و السكان المصرية كانت أول المصادر التي لجأ إليها المبحوثون لتصحيح المعلومات المغلوطة حول الجائحة وذلك بنسبة (١٨.٣٥%) من المبحوثين،



بينما (١٦.٥٦%) لم يتذكروا مصدر تصحيح المعلومات الخطأ، و(١٢.٩٨%) من خلال الفيسبوك بوجه عام، يليه الفضائيات بنسبة (١٠.٣٨%)، بينما كانت المواقع الأجنبية و الأبحاث العلمية والصحف الأجنبية في الترتيب الأخير للمصادر التي يعتمد عليها المبحوثون، وهذا الترتيب للمصادر التي وثق فيها المبحوثون للحصول علي المعلومات الصحيحة أو تصحيح الخطأ منها كانت المصادر الرسمية القومية وفي مقدمتها صفحة وزارة الصحة والسكان، وهو مؤشر إيجابي للثقة في المصادر الرسمية، وهي تتفق مع دراسة (ريان، شيماء محمد عبد الرحيم :٢٠٢٠م) عن نشر المواقع الرسمية للحقائق والمعلومات الصحيحة للرد على الشائعات التي نشرت على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٢٢)

يوضح تأثيرات متابعة المبحوثين للحملات الإعلامية عن فيروس كورونا المستجد ن=٤٩٤.

ت	الوزن النسبي		لا		إلى حد ما		نعم		التأثيرات		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
التأثيرات المعرفية	1	6.94	1344	2.8	14	22.3	110	74.9	370	أصبحت أكثر معرفة بخطورة انتشار الفيروس	
	2	6.93	1342	4.5	22	19.4	96	76.1	376	أصبحت أكثر معرفة بطرق انتقال العدوي	
	3	6.69	1295	6.5	32	24.9	123	68.6	339	أصبحت أكثر معرفة بأخر التطورات في مصر والعالم	
	4	6.41	1240	9.3	46	30.4	150	60.3	298	تعرفت على أماكن مستشفيات العزل	
	5	6.28	1215	8.1	40	37.9	187	54.0	267	تعرفت على الجهود الدولية للخروج من الأزمة	
	-	33.25	6436	اجمالي الوزن النسبي للتأثيرات معرفية							
التأثيرات سلوكية	1	6.83	1324	7.3	36	17.4	86	75.3	372	أقوم باتباع أساليب التطهير بشكل دائم خارج وداخل البيت	
	2	6.72	1300	6.9	34	23.1	114	70.0	346	اتبعت أساليب غذائية سليمة لتقوية جهاز المناعي	
	3	6.68	1294	5.7	28	26.7	132	67.6	334	اتبعت العزل المنزلي بعد معرفة أهمية البقاء في المنزل لعدم انتشار الفيروس	
	4	٦.٦٥	١٢٨٨	4.5	22	30.4	150	65.2	322	أصبحت أكثر قدرة علي مناقشة أزمة فيروس كورونا مع الآخرين.	
	5	6.59	1274	4.5	22	33.2	164	62.3	308	أشارك في دعوات البقاء في المنزل	
	-	33.47	6480	إجمالي الوزن النسبي للتأثيرات سلوكية							
التأثيرات وجدانية	1	7.13	1382	2.4	12	15.4	76	82.2	406	أصبحت أكثر تعاطفا مع مصابي فيروس كورونا	
	2	6.89	1334	6.5	32	17.0	84	76.5	378	تغيرت نظرتي للأطعم الطبية بعد معرفة دورها	
	4	6.70	1297	4.9	24	27.7	137	67.4	333	جعلتني أقوم بالدعوة للالتزام بالتعليمات الطبية من خلال أساليب التواصل المختلفة	
	4	6.29	1218	11.3	56	30.8	152	57.9	286	أصبحت أكثر ثقة في المصادر الرسمية وقت الأزمات	
	5	6.27	1214	12.1	60	30.0	148	57.9	286	أدركت جهود الدولة لمكافحة انتشار الفيروس	
	-	33.28	6445	إجمالي الوزن النسبي للتأثيرات وجدانية							
		100	19361	اجمالي الوزن النسبي							

يوضح الجدول السابق أن في مقدمة التأثيرات الناتجة عن تعرض المبحوثين لحملات وزارة الصحة والسكان عبر صفحتها على الفيسبوك كانت التأثيرات السلوكية بوزن نسبي (٣٣.٤٧%)، يليها التأثيرات الوجدانية بوزن نسبي (٣٣.٢٨%)، ثم التأثيرات المعرفية بوزن نسبي (٣٣.٢٥%)، وهذا الترتيب يتناسب مع نتائج الجدولين (١٥) و(١٦) حول التغيرات السلوكية والمعرفية التي أحدثتها الحملات لدى المبحوثين وهي تختلف مع دراسة (Sabira Aalia Dkhar , el al ,Ibid., 2021) ودراسة (Myde Boles , el al .Ibid, 2014) ودراسة (علة ، عيشة، ٢٠٢٠م).

جدول رقم (٢٣)

يوضح رأي المبحوثين في المعلومات المقدمة من خلال حملات وزارة الصحة والسكان حول فيروس كورونا

ن=٤٩٤

ت	الوزن النسبي		معترض		محايد		أوافق		نوع المعلومات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	14.25	1352	6.5	32	13.4	66	80.2	396	معلومات جديدة لم أعرفها من قبل
2	13.08	1241	6.1	30	36.6	181	57.3	283	قدمت معلومات داخلية وخارجية عن الفيروس
3	13.05	1238	10.1	50	29.1	144	60.7	300	معلومات دفعتني لقراءة المزيد عن الفيروس
4	12.98	1231	9.3	46	32.2	159	58.5	289	قدمت معلومات كافية
5	12.28	1165	11.3	56	41.5	205	47.2	233	معلومات معروفة بالنسبة لي
6	12.24	1162	10.7	53	43.3	214	46.0	227	قدمت معلومات موضوعية
7	11.26	1069	18.2	90	47.2	233	34.6	171	معلوماتها مكررة ومملة في أسلوب عرضها
8	10.86	1031	27.1	134	37.0	183	35.8	177	قدمت معلومات كاذبة وشائعات في أغلبها
	100	9489							إجمالي الوزن النسبي

توضح بيانات الجدول السابق رأي المبحوثين في المعلومات التي قدمت من خلال وزارة الصحة والسكان عبر صفحتها على الفيسبوك وكانت أغلبها آراء إيجابية على النحو التالي: حيث يرى (٨٠.٢%) من المبحوثين أن الحملات قدمت لهم معلومات جديدة لم يعرفوها من قبل بوزن نسبي (١٤.٢٥%)، واعترض على ذلك (٦.٥%) فقط، يليهم (٥٧.٣%) يرون أن الحملات قد غطت أخبار الجائحة في الداخل والخارج بوزن نسبي (١٣.٠٨%)، واعترض على ذلك (٦.١%) فقط، وجاء في المركز الثالث أن الحملات قدمت معلومات دفعتهم لقراءة المزيد عن الفيروس بوزن نسبي (١٣.٥%)، بينما اعترض علي ذلك (١٠.١%) من إجابات المبحوثين، وأنها قدمت لهم معلومات كافية عن الفيروس بنسبة (٥٨.٥%) بوزن نسبي (١٢.٩٨%)، وكانت أكثر الآراء السلبية من وجهة نظر المبحوثين أنها قدمت معلومات

مكررة ومملة في أسلوب عرضها بنسبة (٣٤.٦%) بوزن نسبي (١١.٢٦%) واعترض على ذلك (١٨.٢%) من الإجابات، وأنها قدمت معلومات كاذبة وشائعات بنسبة (٣٥.٨%) بوزن نسبي (١٠.٨٦%) بينما اعترض على ذلك (٢٧.١%) من إجابات المبحوثين.

ومما سبق أن الآراء الإيجابية نحو الحملات جاءت في المركز الأول، يليه الاتجاه المحايد في المركز الثاني، وفي المركز الثالث الاتجاه السلبي، وهي تتفق مع (أمدي، عمر، ٢٠٢٠م).

#### جدول رقم (٢٤)

يوضح تقييم المبحوثين للحملات الإعلامية عن فيروس كورونا على صفحة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك

ن=٤٩٤

ت	الوزن النسبي		5		4		3		2		1		تقييم الجمهور
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	8.61	1996	3.2	16	5.3	26	18.8	93	29.6	146	43.1	213	موضوعاتها جديدة ومفيدة / لم تقدم لي شيئاً
2	8.04	1866	4.9	24	7.7	38	21.1	104	37.7	186	28.7	142	قدمت معلومات وقاية تساهم في مواجهة الفيروس / لم استفد منها
3	7.73	1795	2.4	12	9.7	48	31.8	157	34.2	169	21.9	108	أساليبها متعددة مقنعة / أسلوبها نمطي غير مقنعة
4	7.69	1785	5.7	28	5.3	26	32.2	159	35.8	177	21.1	104	بها استطلاعات رأي للجمهور / لا تهتم برأي الجمهور
5	7.65	1775	3.6	18	8.5	42	33.8	167	33.0	163	21.1	104	أكثر شمولاً في تناول أزمة فيروس كورونا / تناولها لأزمة الفيروس غير كافية
6	7.64	1774	4.0	20	6.9	34	36.0	178	32.0	158	21.1	104	تعتمد على احصائيات وأرقام تزيدها إقناعاً وثقة / تتخذ أساليب الإقناع
7	7.60	1763	2.0	10	10.1	50	37.4	185	29.8	147	20.6	102	أسلوبها يناسبني ومتطور / أسلوبها ممل غير ملائم
8	7.58	1759	4.9	24	6.9	34	38.3	189	27.3	135	22.7	112	أكثر إقناعاً في عرض المعلومات وتعتمد على مصادر موثوق فيها / أسلوبها غير مقنع
9	7.57	1758	6.1	30	6.9	34	33.2	164	32.8	162	21.1	104	تصميمها مناسب وبها أساليب التفاعلية متوفرة / تصميمها نمطي غير مناسب
10	7.55	1754	4.5	22	8.1	40	38.9	192	25.1	124	23.5	116	لغتها مناسبة لي / لغتها لا تناسبني
11	7.46	1731	4.5	22	10.1	50	34.6	171	32.2	159	18.6	92	معلوماتها تناسب أهمية الأزمة وخطورتها / معلوماتها غير متلائمة مع خطورة الأزمة
12	7.45	1729	4.5	22	6.1	30	43.9	217	26.1	129	19.4	96	متعمقة في تناولها لأزمة الفيروس / سطحية في تناولها لأزمة الفيروس
13	7.43	1722	4.0	20	10.1	50	35.2	174	34.4	170	16.2	80	معلوماتها كافية / آرائها معلوماتها غير كافية
	100	23207	إجمالي الوزن النسبي										

توضح إجابات الجدول السابق تقييم المبحوثين للحملات التي قدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية عبر صفحتها على الفيسبوك، وذلك من خلال مقياس يضم (١٣) عبارة إيجابية وعكسها من حيث الشكل الذي قدمت به الحملات أو نوعية المضمون المقدم، بحيث يكون من اختار رقم (٥) من

المقياس يكون التقييم الأقل، ورقم (٤) أقل، بينما رقم (٣) تعني اتخاذ المبحوث رأياً محايداً من الحملات، ورقم (٢) تقييم أعلى، بينما الرقم (١) هو التقييم الأعلى والأكثر ايجابية تجاه الحملات وذلك على النحو التالي:

كان في الترتيب الأول أن هذه الحملات كانت "موضوعاتها جديدة ومفيدة" بنسبة (٣٤.١%) بوزن نسبي (٨.٦١%)، وفي المركز الثاني "أنها قدمت عن الوقاية تساهم في مواجهة الفيروس" بنسبة (٢٨.٧%) بوزن نسبي (٨.٠٤%)، وفي المركز الثالث "أن أساليبها متعددة ومتنوعة" بنسبة (٢١.٩%) بوزن نسبي (٧.٧٣%)، و كان التقييم الذي حصل علي أعلى تكرارات في التقييم الأقل "تصميمها نمطي وغير مناسب" بنسبة (٦.١%) من الإجابات مقابل (٢١.١%) يرون العكس، ويليها "لا تهتم برأي الجمهور" بنسبة (٥.٧%) بينما (٢١.١%) يرون العكس، ثم يتساوى من يراها "لم استنقد منها" و"أسلوبها غير مقنع" بنسبة (٤.٩%) لكل منهما بينما يرى (٢٢.٧%) و(٢٨.٧%) العكس علي التوالي.

ونخلص مما سبق أن تقييم المبحوثين للحملات المقدمة كان إيجابياً سواء من حيث المعلومات المقدمة فيها للمبحوثين أو من حيث الشكل الذي قدمت به موظفة به إمكانيات الوسائل الإلكترونية والفيسبوك تحديداً، والتقييم الإيجابي للصفحات الرسمية التي نجحت في توظيف إمكانيات الوسيلة، من حيث الشكل والمضمون، وهي تتفق مع نتائج دراسة (الشمي، محمد لطفي زكريا :٢٠٢٠م) في التقييم الإيجابي للمبحوثين لموقع وزارة الصحة.

### اختبار فروض الدراسة:

#### الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك وبين درجة الثقة فيها.

جدول رقم (٢٦)

يوضح معامل بيرسون لمعرفة العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك وبين درجة الثقة فيها

التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك		متغير مستقل
مستوي الدلالة	معامل بيرسون	متغير تابع
0.022	0.630	درجة الثقة في المعلومات

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك و بين درجة الثقة فيها بلغت (٠.٦٣٠) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يعني

وجود علاقة طردية متوسطة الشدة بين المتغيرين محل الدراسة أي أنه كلما زاد التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك ارتفعت درجة ثقته فيها، وهي تتفق مع دراسة (عبد الحافظ ، نادية محمد ٢٠١٦م) بوجود فروق بين المبحوثين وفقاً لمتغير التوزيع الجغرافي ونوعية القضايا في مدى الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي. مما يؤكد على صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك وبين درجة الثقة فيها.

### الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين درجة متابعتهم لها.

جدول رقم (٢٧)

يوضح معامل بيرسون لمعرفة العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين درجة متابعتهم لها

التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك		متغير مستقل
مستوي الدلالة	معامل بيرسون	متغير تابع
.000	0.460	درجة متابعتهم لها

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين درجة متابعتهم لها بلغت (٠.٤٦٠) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.00)، مما يعني وجود علاقة طردية بين المتغيرين محل الدراسة أي أنه كلما ارتفع مستوى التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك زادت درجة متابعتهم لها.

مما يؤكد على صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك وبين درجة متابعتهم لها.

### الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين مستوى المعلومات لديهم.

## جدول رقم (٢٨)

يوضح معامل بيرسون لمعرفة العلاقة بين التماس المبحوثين للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين مستوى المعلومات لديهم

التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان		متغير مستقل
مستوى الدلالة	معامل بيرسون	متغير تابع
0.05	0.211	مستوى المعلومات لديهم

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين مستوى المعلومات لديهم بلغت ٠.٢١١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، مما يعني وجود علاقة طردية متوسطة الشدة بين المتغيرين محل الدراسة أي أنه كلما ارتفع مستوى التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك زاد مستوى المعلومات لديهم.

**مما يؤكد على صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين مستوى المعلومات لديهم.**

**الفرض الرابع:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييمهم لحملات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية: (النوع، محل الإقامة، نوع السكن، العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).

**أ) من حيث متغير النوع ومحل الإقامة ونوع السكن:**

## جدول رقم (٢٩)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات المبحوثين في تقييمهم لحملات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
.002	492	5.080	1.073	2.61	172	النوع	
			.949	2.13	322	ذكور	إناث
.986	492	1.421	1.011	2.34	367	محل الإقامة	
			1.037	2.19	127	حضر	ريف
.019	492	3.065	1.214	1.88	48	نوع السكن	
			.986	2.35	446	إيجار	تمليك

### يتضح من الجدول السابق وباستخدام اختبار T-Test:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المبحوثين في تقييمهم لحملات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك لدى متغير النوع حيث بلغت قيمة (ت) (٥٠.٠٨٠) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٠٥).
- كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير نوع السكن حيث بلغت قيمة (ت) (٣٠.٠٦٥) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٠٥).
- بينما يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين لدى متغير محل الإقامة حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند أي من مستويات الدلالة.

وبذلك يمكننا قبول الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييمهم لحملات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك لدى متغيرات النوع ونوع السكن ورفضه لدى متغير محل الإقامة.

### (ب) من حيث متغيرات (العمر، المؤهل الدراسي، مستوى الدخل):

جدول رقم (٣٠)

يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه (One Way ANOVA) لاختبار الفروق بين متوسطات المبحوثين في تقييمهم لحملات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية. (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل)

مستوى الدلالة	قيمة ف	درجات الحرية	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
.031	2.691	4	2.755	112	أقل من ٢٠ - ٢٥	العمر
				213	أكثر من ٢٥ - ٣٥	
				125	أكثر من ٣٥ - ٤٥	
				22	أكثر من ٤٥ - ٥٥	
				22	أكثر من ٥٥	
.004	5.670	2	5.775	24	مؤهل متوسط	المؤهل
				230	جامعي	
				240	دراسات عليا	
.931	.071	2	.074	245	من ٢٠٠٠ - ٤٠٠٠	مستوى الدخل
				129	أكثر من ٤٠٠٠ - ٦٠٠٠	
				120	أكثر من ٦٠٠٠	

يتضح من الجدول السابق وباستخدام تحليل التباين (One Way ANOVA):

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المبحوثين في تقييمهم لحملات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً لمتغير مستوى الدخل حيث كانت قيمة ف غير دالة عند أي من مستويات الدلالة.
- بينما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير العمر حيث كانت قيمة ف (٢.٦٩١) وهي قيمة دالة إحصائياً لدى مستوي دلالة أقل من (٠.٠٥).
- كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير المؤهل الدراسي حيث كانت قيمه ف(٥.٦٧٠) وهي قيمة دالة إحصائياً لدى مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥).
- ونظراً لوجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير العمر والمؤهل الدراسي فقد قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي.

### Post Hoc بطريقة LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين:

جدول رقم (٣١)

يوضح اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بالفروق الإحصائية بين المبحوثين في تقييمهم لحملات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك لدى متغير العمر

مستوى المعنوية	الخطأ المعياري	الفرق بين المتوسطين	المجموعات المقارنة	
			المجموعة	المجموعة
.449	.118	.089	أقل من ٢٠ حتى ٢٥	أكثر من ٢٥ - ٣٥
.316	.132	.132	أكثر من ٣٥ - ٤٥	أكثر من ٢٥ - ٣٥
.052	.236	.459	أكثر من ٤٥ - ٥٥	أكثر من ٢٥ - ٣٥
.119	.236	.369	أكثر من ٥٥	أكثر من ٢٥ - ٣٥
.052	.114	.222	أكثر من ٣٥ - ٤٥	أكثر من ٤٥ - ٥٥
.016	.227	.549*	أكثر من ٤٥ - ٥٥	أكثر من ٣٥ - ٤٥
.044	.227	.458*	أكثر من ٥٥	أكثر من ٣٥ - ٤٥
.162	.234	.327	من ٤٥ - ٥٥	من ٣٥ - ٤٥
.313	.234	.236	أكثر من ٥٥	من ٣٥ - ٤٥
.766	.305	.091	أكثر من ٥٥	من ٤٥ - ٥٥

يتضح من بيانات الجدول السابق الخاص بمصادر الفروق بين المجموعات:

- أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين المجموعة أقل من ٢٠ حتى ٢٥ وباقي المجموعات كما أنه لا توجد فروق بين المجموعة من أكثر من ٣٥ إلى ٤٥ وباقي المجموعات وكذلك فيما بين المجموعة من ٤٥-٥٥ والمجموعة أكثر من (٠.٥٥)
- بينما توجد فروق دالة إحصائية بين المجموعة أكثر من ٢٥-٣٥ والمجموعتين من أكثر من ٤٥ إلى ٥٥ وأكثر من ٥٥ لصالح المجموعة الأكبر سناً.

- اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بالفروق الإحصائية بين المبحوثين في تقييمهم لحملات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك لدى متغير



## المؤهل الدراسي.

جدول رقم (٣٢)  
لبيان مصادر الفروق بين المجموعات

مستوى المعنوية	الخطأ المعياري	الفرق بين المتوسطين	المجموعات المقارنة	
			مؤهل متوسط	مؤهل جامعي
.002	.216	.659*	دراسات عليا	مؤهل جامعي
.031	.216	.467*	دراسات عليا	مؤهل متوسط
.039	.093	.193-*	دراسات عليا	مؤهل جامعي

يتضح من الجدول السابق لبيان مصادر الفروق بين المجموعات:

- وجود فروق بين حملة المؤهل المتوسط وحملة المؤهل الجامعي لصالح حملة المؤهل المتوسط كما توجد فروق بين حملة المؤهل المتوسط والحاصلين على دراسات عليا لصالح حملة المؤهل المتوسط أي أن الفروق لصالح المجموعات الأقل في مستوى التعليم.

- كما يتضح وجود فروق بين حملة المؤهل الجامعي وحملة الدراسات العليا لصالح الدراسات العليا.

ومما سبق يمكننا قبول الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييمهم لحمالات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم (النوع، نوع السكن، العمر، المؤهل الدراسي) ورفضه لدى متغيرات (محل الإقامة، الدخل).

## الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في نوعية اعتمادهم على المصادر التي يستخدمونها في الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، محل الإقامة، نوع السكن، العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).

(أ) من حيث متغير النوع ومحل الإقامة ونوع السكن:

جدول رقم (٣٣)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات المبحوثين في نوعية اعتمادهم على المصادر التي يستخدمونها في الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
.364	492	.458	.381	1.17	172	ذكور	النوع
			.366	1.16	322	إناث	
.085	492	.882	.363	1.16	367	حضر	محل الإقامة
			.393	1.19	127	ريف	
.101	492	.873	.410	1.21	48	إيجار	نوع السكن
			.366	1.16	446	تمليك	

يتضح من الجدول السابق وباستخدام اختبار T-Test :

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في نوعية اعتمادهم على المصادر التي يستخدمونها في الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، محل الإقامة ونوع السكن) حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند أي من مستويات الدلالة. وبذلك يمكننا رفض الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في نوعية اعتمادهم على المصادر التي يستخدمونها في الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لدى متغيرات النوع، محل الإقامة ونوع السكن.

### ب) من حيث متغيرات (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل)

جدول رقم (٣٤)

يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه (one way ANOVA) لاختبار الفروق بين المبحوثين في نوعية اعتمادهم على المصادر التي يستخدمونها في الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد وفقاً لمتغيرات (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).

مستوى الدلالة	قيمة ف	درجات الحرية	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموغرافية
.553	.758	4	.104	112	أقل من ٢٠ - ٢٥
				213	أكثر من ٢٥ - ٣٥
				125	أكثر من ٣٥ - ٤٥
				22	أكثر من ٤٥ - ٥٥
				22	أكثر من ٥٥
.005	5.444	2	.735	24	مؤهل متوسط
				230	جامعي
				240	دراسات عليا
.438	.828	2	.114	245	من ٢٠٠٠ - ٤٠٠٠
				129	أكثر من ٤٠٠٠ - ٦٠٠٠
				120	أكثر من ٦٠٠٠

### يتضح من الجدول السابق وباستخدام تحليل أحادي التباين One Way ANOVA:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في نوعية اعتمادهم على المصادر التي يستخدمونها في الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد وفقاً لمتغير العمر ومستوى الدخل حيث كانت قيمة ف غير دالة لكلا المتغيرين لدى أي من مستويات الدلالة.   
( ٥.٤٤٤ ) وهي قيمة دالة إحصائية لدى مستوى دلالة (٠.٥٠٠).

ولذا يمكننا رفض الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في نوعية اعتمادهم على المصادر التي يستخدمونها في الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد لدى متغيرات العمر والدخل وقبوله لدى المؤهل الدراسي.



نظراً لوجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير المؤهل الدراسي فقد قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي Post Hoc بطريقة LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين. اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بالفروق الإحصائية بين المبحوثين في نوعية اعتمادهم على المصادر التي يستخدمونها في الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد لدى متغير المؤهل الدراسي.

جدول رقم (٣٥)  
يوضح بيان مصادر الفروق بين المجموعات

مستوى المعنوية	الخطأ المعياري	الفروق بين المتوسطين	المجموعات المقارنة	
			مؤهل متوسط	مؤهل جامعي
.098	.079	.130*	مؤهل جامعي	مؤهل متوسط
.007	.079	.212*	دراسات عليا	مؤهل متوسط
.016	.034	.082*	دراسات عليا	مؤهل جامعي

يتضح من الجدول السابق لبيان مصادر الفروق بين المجموعات:

- وجود فروق بين حملة المؤهل المتوسط وحملة المؤهل الجامعي لصالح حملة المؤهل الجامعي كما توجد فروق بين حملة المؤهل المتوسط والحاصلين على دراسات عليا لصالح الدراسات العليا أي أن الفروق لصالح المجموعات الأعلى في مستوى التعليم.
- كما يتضح وجود فروق بين حملة المؤهل الجامعي وحملة الدراسات العليا لصالح الدراسات العليا أيضاً.
- أي أنه كلما ارتفع مستوى تعليم المبحوث كلما ارتفع اعتمادهم على المصادر المختلفة للتماس المعلومات حول فيروس كورونا.

ومما سبق يمكننا رفض الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في نوعية اعتمادهم على المصادر التي يستخدمونها في الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية. (النوع، محل الإقامة، نوع السكن، العمر، الدخل) وقبوله لدى متغير المؤهل الدراسي.

### الفرض السادس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد بعد متابعتهم للحملات الصحية من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم.

(النوع، محل الإقامة، نوع السكن، العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).

## (أ) من حيث متغير النوع ومحل الإقامة ونوع السكن:

جدول رقم (٣٦)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات المبحوثين في مستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد بعد متابعة الحملات الصحية من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات الديموجرافية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
النوع	ذكور	172	2.71	.527	492	.155
	إناث	322	2.65	.503		
محل الإقامة	حضر	367	2.70	.494	492	.001
	ريف	127	2.59	.554		
نوع السكن	إيجار	48	2.38	.640	492	.000
	تمليك	446	2.70	.487		

يتضح من الجدول السابق وباستخدام اختبار T-Test:

- يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد بعد تعرضهم للحملات الصحية من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك لدى متغير النوع حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند أي من مستويات الدلالة.
- بينما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين لدى متغير محل الإقامة حيث بلغت قيمة (ت) ٢.٠٣٧ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥).
- كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير نوع السكن حيث بلغت قيمة (ت) ٤.٢٧٥ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥).

وبذلك يمكننا قبول الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد بعد متابعتهم الحملات من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم لدى متغيرات محل الإقامة ونوع السكن ورفضه لدى متغير النوع.

**(ب) من حيث متغيرات (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل):**

جدول رقم (٣٧)

يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه (one way ANOVA) لاختبار الفروق بين المبحوثين في مستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).

المتغيرات الديموغرافية	العدد	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
العمر	أقل من ٢٠ - ٢٥	112	4	6.092	.000
	أكثر من ٢٥ - ٣٥	213	489		
	أكثر من ٣٥ - ٤٥	125			
	أكثر من ٤٥ - ٥٥	22			
	أكثر من ٥٥	22			
المؤهل	مؤهل متوسط	24	2	1.452	.235
	جامعي	230	491		
	دراسات عليا	240			
مستوى الدخل	من ٢٠٠٠ - ٤٠٠٠	245	2	.792	.454
	أكثر من ٤٠٠٠ - ٦٠٠٠	129	491		
	أكثر من ٦٠٠٠	120			

يتضح من الجدول السابق وباستخدام تحليل التباين أحادي التباين one way ANOVA:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً لمتغير المؤهل الدراسي ومستوى الدخل حيث كانت قيمة ف غير دالة لكلا المتغيرين لدى أي من مستويات الدلالة.

- بينما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير العمر حيث كانت قيمة ف (٦.٠٩٢) وهي قيمة دالة إحصائية لدى مستوى دلالة أقل من (٠.٥٠٠).

ولذا يمكننا رفض الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى

المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك

وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لدى متغيرات المؤهل الدراسي والدخل وقبوله لدى متغير العمر.

ونظراً لوجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير العمر فقد قامت الباحثة بإجراء اختبار

بعدي Post Hoc بطريقة LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين.

جدول رقم (٣٨)  
يوضح اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بمستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً لمتغير العمر

المجموعة	المجموعات المقارنة		الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
	أقل من ٢٠ حتى ٢٥	أكثر من ٢٥ - ٣٥			
أقل من ٢٠ حتى ٢٥	أكثر من ٢٥ - ٣٥	أكثر من ٣٥ - ٤٥	*.154	.059	.009
	أكثر من ٣٥ - ٤٥	أكثر من ٤٥ - ٥٥	*.280	.065	.000
	أكثر من ٤٥ - ٥٥	أكثر من ٥٥	.010	.117	.934
	أكثر من ٥٥	أكثر من ٥٥	.081	.117	.488
أكثر من ٢٥ - ٣٥	أكثر من ٣٥ - ٤٥	أكثر من ٤٥ - ٥٥	*.126	.057	.026
	أكثر من ٤٥ - ٥٥	أكثر من ٥٥	.145	.112	.198
	أكثر من ٥٥	أكثر من ٥٥	*.236	.112	.037
من ٣٥ - ٤٥	من ٤٥ - ٥٥	أكثر من ٥٥	*.271	.116	.020
	أكثر من ٥٥	أكثر من ٥٥	*.361	.116	.002
من ٤٥ - ٥٥	أكثر من ٥٥	أكثر من ٥٥	.091	.151	.548

يتضح من بيانات الجدول السابق مصادر الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بمستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد بعد متابعتهم الحملات من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً لمتغير العمر:-

- وكما تبين البيانات في الجدول السابق يظهر وجود فروق بين المجموعة أقل من ٢٠ حتى ٢٥ والمجموعة أكثر من ٢٥ حتى ٣٥ والمجموعة أكثر من ٣٥ حتى ٤٥ لصالح المجموعة الأصغر سناً بينما لم يظهر فروق بين تلك المجموعة وباقي المجموعات.
- ويتضح أيضاً وجود فروق بين المجموعة أكثر من ٢٥ حتى ٣٥ والمجموعة أكثر من ٣٥ حتى ٤٥ والمجموعة أكثر من ٤٥ حتى ٥٥ لصالح المجموعة الأصغر سناً.
- كما تظهر وجود فروق بين المجموعة أكثر من ٣٥ حتى ٤٥ والمجموعة أكثر من ٤٥ حتى ٥٥ والمجموعة أكثر من ٥٥ لصالح المجموعة الأصغر سناً.
- بينما لم تظهر فروق بين المجموعة أكثر من ٤٥ حتى ٥٥ والمجموعة أكثر من ٥٥.

ومن العرض السابق يمكننا قبول الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد بعد متابعتهم الحملات المقدمة من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (العمر، محل الإقامة، نوع السكن)، ورفضه لدى متغيرات (النوع، المؤهل الدراسي، الدخل).

**الفرض السابع:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تأثيرات تعرضهم لحملة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم. (النوع، محل الإقامة، محل السكن، العمر، المؤهل الدراسي، مستوى الدخل).

**أ) من حيث متغير النوع ومحل الإقامة ومحل السكن**

جدول رقم (٣٩)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات المبحوثين في تأثيرات تعرضهم لحملة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
.133	492	2.129	.750	2.25	172	نكور	النوع
						إناث	
.503	492	.591	.708	2.35	367	حضر	محل الإقامة
						ريف	
.402	492	125	.668	2.35	48	إيجار	نوع السكن
						تمليك	

يتضح من الجدول السابق وباستخدام اختبار **T-Test** :

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تأثيرات تعرضهم لحملة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً لمتغيرات (النوع، محل الإقامة ونوع السكن) حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند أي من مستويات الدلالة.

**وبذلك يمكننا رفض الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تأثيرات تعرضهم لحملة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد لدى متغيرات النوع، محل الإقامة ونوع السكن.**

**ب) من حيث متغيرات (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل)**

جدول رقم (٤٠) يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه (One Way ANOVA) لاختبار الفروق بين المبحوثين في تأثيرات تعرضهم لحملة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد لدى متغيرات (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).

مستوى الدلالة	قيمة ف	درجات الحرية	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموجرافية
.771	.452	4	.226	112	أقل من ٢٠ - ٢٥
				213	أكثر من ٢٥ - ٣٥
				125	أكثر من ٣٥ - ٤٥
				22	أكثر من ٤٥ - ٥٥
				22	أكثر من ٥٥
.159	1.844	2	.914	24	مؤهل متوسط
				230	جامعي
				240	دراسات عليا
.821	.197	2	.098	245	من ٢٠٠٠ - ٤٠٠٠
				129	أكثر من ٤٠٠٠ - ٦٠٠٠
				120	أكثر من ٦٠٠٠

يتضح من الجدول السابق وباستخدام تحليل أحادي التباين **One Way ANOVA** :

عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين في تأثيرات تعرضهم لحملات وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك حول فيروس كورونا المستجد لدى متغيرات (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل) حيث كانت قيمة (ف) غير دالة لدى أي من مستويات الدلالة.

وبناء على ما سبق يمكننا رفض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تأثيرات تعرضهم لحملات وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد لدى متغيرات (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).

**وبناءً عليه يمكننا رفض الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تأثيرات تعرضهم لحملات وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموجرافية. (النوع، محل الإقامة، محل السكن، العمر، المؤهل الدراسي، مستوى الدخل).**

#### الفرض الثامن:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في درجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموجرافية لهم. (النوع، محل الإقامة، محل السكن، العمر، المؤهل الدراسي، مستوى الدخل).



**ج) من حيث متغير النوع ومحل الإقامة:**

جدول رقم (٤١) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات المبحوثين درجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم.

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
.388		3.345	.749	2.54	104	النوع	
						ذكور	إناث
.141		2.379	.699	2.31	367	محل الإقامة	
						حضر	ريف
.009	492	1.101	.601	2.25	48	نوع السكن	
						إيجار	تمليك
			.728	2.37	446		

**يتضح من الجدول السابق وباستخدام اختبار T-Test :**

- يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين درجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم. لدى متغير النوع ومحل الإقامة حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند أي من مستويات الدلالة.

- بينما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير نوع السكن حيث بلغت قيمة (ت) (١.١٠١) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥).

**وبذلك يمكننا رفض الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما**

**يتعلق بدرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموجرافية لهم. لدى متغيرات النوع محل الإقامة وقبوله لدى متغير نوع السكن.**

من حيث متغيرات (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل).

## جدول رقم (٤٢)

يوضح تحليل التباين أحادي الاتجاه (One Way ANOVA) لاختبار الفروق بين متوسطات المبحوثين فيما يتعلق بدرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على الفيس بوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لهم. الديموغرافية (العمر، المؤهل الدراسي، الدخل)

المتغيرات الديموغرافية	العدد	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
العمر	أقل من ٢٠ - ٢٥	1.865	4	3.705	.006
	أكثر من ٢٥ - ٣٥	.503	489		
	أكثر من ٣٥ - ٤٥				
	أكثر من ٤٥ - ٥٥				
	أكثر من ٥٥				
المؤهل	مؤهل متوسط	.171	2	.331	.718
	جامعي	.516	491		
	دراسات عليا				
مستوى الدخل	من ٢٠٠٠ - ٤٠٠٠	1.011	2	1.973	.140
	أكثر من ٤٠٠٠ - ٦٠٠٠	.512	491		
	أكثر من ٦٠٠٠				

يتضح من الجدول السابق وباستخدام تحليل التباين **One Way ANOVA**:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المبحوثين فيما يتعلق بدرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد لدى متغير المؤهل الدراسي ومستوى الدخل حيث كانت قيمة ف غير دالة لكلا المتغيرين لدى أي من مستويات الدلالة.

- بينما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير العمر حيث كانت قيمه ف (٣.٧٠٥) وهي قيمة دالة إحصائياً لدى مستوى دلالة أقل من ٠.٧٠٠

ولذا يمكننا رفض الفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بدرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً للمتغيرات الديموغرافية لدى متغيرات المؤهل الدراسي والدخل وقبوله لدى متغير العمر.

ونظراً لوجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير العمر فقد قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي Post Hoc بطريقة LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين.

اختبار LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بدرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على فيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً لمتغير العمر.

## جدول رقم (٤٣)

يوضح مصادر الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بدرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على فيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً لمتغير العمر

مستوى المعنوية	الخطأ المعياري	الفرق بين المتوسطين	المجموعات المقارنة	
			المجموعة	أقل من ٢٠ حتى ٢٥
.430	.083	-.065	أكثر من ٢٥ - ٣٥	أقل من ٢٠ حتى ٢٥
.975	.092	-.003	أكثر من ٣٥ - ٤٥	أقل من ٢٠ حتى ٢٥
.610	.165	.084	أكثر من ٤٥ - ٥٥	أقل من ٢٠ حتى ٢٥
.001	.165	.539*	أكثر من ٥٥	أقل من ٢٠ حتى ٢٥
.434	.080	.063	من ٣٥ - ٤٥	أكثر من ٢٥ - ٣٥
.346	.159	.150	من ٤٥ - ٥٥	أكثر من ٢٥ - ٣٥
.000	.159	.604*	أكثر من ٥٥	أكثر من ٢٥ - ٣٥
.595	.164	.087	من ٤٥ - ٥٥	من ٣٥ - ٤٥
.001	.164	.542*	أكثر من ٥٥	من ٣٥ - ٤٥
.034	.214	.455*	أكثر من ٥٥	من ٤٥ - ٥٥

يتضح من بيانات الجدول السابق مصادر الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بدرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على فيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً لمتغير العمر.

- وكما تبين البيانات في الجدول السابق يظهر وجود فروق بين المجموعة أقل من ٢٠ حتى ٢٥ والمجموعة أكثر من ٥٥ لصالح المجموعة الأصغر سناً بينما لم يظهر فروق بين تلك المجموعة وباقي المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق مصادر الفروق بين المبحوثين فيما يتعلق بدرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على فيسبوك حول فيروس كورونا المستجد وفقاً لمتغير العمر.

- وكما تبين البيانات في الجدول السابق يظهر وجود فروق بين المجموعة أقل من ٢٠ حتى ٢٥ والمجموعة أكثر من ٥٥ لصالح المجموعة الأصغر سناً بينما لم يظهر فروق بين تلك المجموعة وباقي المجموعات.
- ويتضح أيضاً وجود فروق بين المجموعة أقل من أكثر من ٢٥ حتى ٣٥ والمجموعة أكثر من ٥٥ لصالح المجموعة الأصغر سناً بينما لم يظهر فروق بين تلك المجموعة وباقي المجموعات.
- كما تظهر وجود فروق بين المجموعة أقل من أكثر من ٣٥ حتى ٤٥ والمجموعة أكثر من ٥٥ لصالح المجموعة الأصغر سناً بينما لم يظهر فروق بين تلك المجموعة وباقي المجموعات.
- كما يتضح وجود فروق بين المجموعة أكثر من ٤٥ حتى ٥٥ والمجموعة أكثر من ٥٥ لصالح المجموعة الأصغر سناً بينما لم يظهر فروق بين تلك المجموعة وباقي المجموعات.

أي أنه كلما انخفض عمر المبحوث كلما زاد الاتجاه الإيجابي، وكلما ارتفع مستوى الثقة في المعلومات.

ومما سبق يمكننا رفض الفرض السابق الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في درجة الثقة في المعلومات التي تقدمها حملات وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك حول فيروس كورونا المستجد لدى متغيرات (النوع، محل الإقامة، المؤهل الدراسي، مستوى الدخل) وقبوله لدى متغيرات محل السكن والعمر.

### نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة الحالية التي عنيت برصد دور الحملات الإعلامية المقدمة عبر صفحة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك في توعية الجمهور بجائحة كورونا، كدراسة وصفية، باستخدام منهج المسح الإعلامي، ومطبقة باستخدام الاستبيان على عينة قوامها (٥٠٠) مبحوث من الجمهور المصري من الريف والحضر، إناثًا ونكوزًا، من ٢٠-أكثر من ٥٥ سنة، ذوي مستويات تعليمية مختلفة وذوي مستوى اجتماعي واقتصادي مختلف، واعتمدت في إطارها النظري على نظريتي التماس المعلومات وثرء الوسيلة، وبعد مسح عدد من التراث العلمي المرتبط بالموضوع، تم صياغة المشكلة البحثية في التساؤل التالي: ما دور حملات وزارة الصحة والسكان المصرية المقدمة على صفحاتها على الفيسبوك في توعية الجمهور بجائحة كورونا؟

وبعد تطبيق الدراسة توصلت للنتائج التالية:

- أن (٩٤.٨%) من المبحوثين تابعوا أخبار فيروس كورونا المستجد بينما (٥.٢%) نادراً ما تابعوا أخبار الفيروس.
- جاءت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على الفيسبوك في مقدمة المصادر التي اعتمدت عليها عينة بشكل دائم في التماس معلوماتهم عن الفيروس بنسبة (٥٧.٢%) من الإجابات، يليها شبكات التواصل الاجتماعي بوجه عام والفيسبوك بوجه خاص بنسبة (٦٦.٨%) من إجابات المبحوثين، وفي المركز الثالث القنوات الفضائية بنسبة (٣٦.٢%) بشكل دائم، وتراجع بعض المصادر الجديدة مثل "مايسبيس" (٥٧.٤%) اعتمدوا عليه نادراً يليه "تويتر" (٤٣.٢%) ثم "يوتيوب" بنسبة (٤٢.٢%)، وتراجعت وسائل الإعلام التقليدية كمصدر لالتماس المعلومات عن الجائحة باستثناء الفضائيات في المركز الثالث بنسبة (٣٦.٢%)، وتراجعت مواقع الصحف الورقية والمحطات الإذاعية وتطبيقات الهاتف المحمول، مما يؤكد استمرار تقدم شبكات التواصل الاجتماعي مصادر الإعلام الجديد والتقليدي، وتفوق الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان على الفيسبوك على غيرها من المصادر.

- كما أوضحت الدراسة ارتفاع مستوى استفادة المبحوثين من الأخبار المنشورة عن فيروس كورونا المختلفة على النحو التالي: في صفحة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك بنسبة (٥٥.٣%)، يليها الفيسبوك بوجه عام بنسبة (٥٤.٩%)، ثم صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان على الفيسبوك بنسبة (٤٢.٩%)، وكانت الأقل استفادة من وجهة نظر المبحوثين "مايسبيس" و"المحطات الإذاعية" و"تويتر" و"يوتيوب".
- أن (٨٨%) من المبحوثين تابعوا حملات وزارة الصحة والسكان المصرية عن الفيروس، بينما (١١.٩%) تابعوها نادراً.
- كان الفيسبوك في مقدمة المصادر التي تابع المبحوثين من خلاله الحملات بنسبة (٣١.٦%) ثم التلفزيون بنسبة (٢٤.٢%) وفي المركز الثالث الموقع الرسمي لوزارة الصحة والسكان بنسبة (١٧.٤%).
- تنوعت الحملات التي تابعتها المبحوثون عن الجائحة على صفحة وزارة الصحة والسكان عبر الفيسبوك، في مقدمتها حملة "أهمية ارتداء الكمامة وطريقة ارتدائها وكيفية التخلص منها بعد الاستخدام" استفادة كبيرة بنسبة (٧١.٥%)، يليها حملة #صحتك تهمننا... عن #كيفية تطهير وتنظيف المنزل بنسبة (٦٨.٦%) استفادوا منها استفادة مرتفعة، ثم حملتا "أساليب الحماية من العدوى بالفيروس" و"١٠ خطوات لمنع انتشار فيروس كورونا المستجد" بنسب (٦٩.٦%) و (٦٨.٦%)، ثم حملة #صحتك تهمننا... #خليك في البيت بنسبة (٦٥.٢%)، بينما الحملات التي حققت أقل نسب استفادة من المبحوثين حملة "وريد ووريدة" بنسبة (٤١.٥%) لم يستفيدوا منها مقابل (٢٠.٩%) استفادوا، يليها حملة "تطبيق صحة مصر" بنسبة (٣١%) لم يستفيدوا منها مقابل (٢٨.٥%) استفادوا، يليهم حملة "نصائح للحامل لمواجهة فيروس كورونا" بنسبة (٢٦.٩%) لم يستفيدوا منها وتفاوت متابعة المبحوثين لبقية الحملات وتفاوت مستوى استفادة منها.
- كان استخدام "الفيديو جرافيك" في مقدمة الأساليب التي أعجبت المبحوثين جداً في تقديم الحملات بنسبة (٦١.٧%) بوزن نسبي (١٢.٢٤%)، يليها الفيديوهات التي يقدمها أطباء ومسؤولين بنسبة (٦١.١%) بوزن نسبي (١٢.١٩%)، يليها استخدام الإنفوجرافيك بنسبة (٥٥.٥%) بوزن نسبي (١١.٥٩%)، بينما أبدى (٤٥.١%) أنهم لا يركزون على الشكل ويركزون على مضمون الحملة.
- رصدت الدراسة تراجع ترتيب استخدام المشاهير من الفنانين في فيديوهات توعية بنسبة (٣٥.٦%) مقابل (٤٢.٦%) لم تعجبهم بوزن نسبي (٩.٧٩%)، يليها الحملات التي تشمل أرقام فقط بنسبة (١٩.٤%) بوزن نسبي (١٠.٤٦%)، ثم التي تشمل على أكثر من شكل لأنها تشتت انتباههم بنسبة (٢١.٧%) بوزن نسبي (١٠.٦١%).
- أوضحت الدراسة أن الحملات الأكثر أهمية للمبحوثين كانت "التي تتناول معلومات وتعليمات للمخالطين للمصابين بالفيروس بنسبة (٧٦.١%) بوزن نسبي (١٠.٧٣%)، يليها التي تتضمن

معلومات عن أساليب التعامل مع المصابين بنسبة (٧٣.٩%) بوزن نسبي (١٠.٥٧%)، يليها الحملات التي تتضمن معلومات عن أساليب الوقاية من فيروس كورونا بنسبة (٦٩.٨%)، بينما الحملات الأقل اهتماماً ومتابعة من المبحوثين حملات الدعوة للتبرع بالدم للمتعافين من فيروس كورونا بنسبة (٩٠.١٥%) يليها الحملات التي تتناول الخدمات التي تقدمها وزارة الصحة والسكان بنسبة (١٣%)، ثم التي تتناول تعليمات مع الفئات المختلفة في ظل أزمة كورونا مثل الأطفال والمسنين والحوامل وذوي الاحتياجات الخاصة بنسبة (١١.٣%).

- أوضح (٥٩.٧%) استفادوا من الحملات، و(٣١.٤%) استفادوا إلى حد ما، بينما (٨.٩%) لم يستفيدوا.  
 - كما توصلت الدراسة أن (٤٣.١%) يتقنون بدرجة متوسطة في المعلومات التي قدمتها الحملات، و(٤٢.٧%) يتقنون في معلوماتها بدرجة كبيرة، ويثق (١١.٧%) فيها بدرجة منخفضة، بينما لا يثق فيها (٢.٤%) مما يوضح ارتفاع نسبة الثقة في هذه الحملات.  
 - توصلت الدراسة إلى تفاوت نسبة المبحوثين الذين يعرفون معلومات عن الفيروس صحيحة بعد متابعة الحملات فكانت إجابات ما يقرب من ثلثي المبحوثين (٦٤.٣%) صحيحة، مقابل (٣٥.٧%) أجابوا خطأً.

- كما لم يعرف (٦٠.٧%) رقم الخط الساخن الذي حددته وزارة الصحة والسكان للاستفسار عن الفيروس، كما أجاب خطأً (٤٥.١٤%) من المبحوثين على كيفية إعداد محلول التطهير المنزلي مقابل (٢٠.٨٥%) فقط أجابوا إجابة صحيحة.

- كما أوضحت الدراسة أن الحملات التي تعرض لها المبحوثين قد ساهمت في تعديل بعض العادات الغذائية لديهم، وكان في مقدمة العادات الغذائية التي عدلها المبحوثون تناول الأكلات التي تقوي المناعة بنسبة (١٧.٠٥%)، يليها تناول الخضروات والفاكهة بنسبة (١٦.٢٤%)، ثم تناول الغذاء الصحي بنسبة (١٥.١٤%)، والابتعاد عن تناول الأطعمة الجاهزة بنسبة (١٤.٩٨%).

- كما أدت الحملات إلى تعديل بعض سلوكيات المبحوثين وفي مقدمتها التباعد الاجتماعي بنسبة (٢٧.٥٦%)، وغسل اليدين باستمرار بنسبة (٢١.٢٢%)، ثم ارتداد الكمامة باستمرار بنسبة (١٨.١٨%)، واستخدام الكحول والتطهير بنسبة (١١.٥٤%).

- كما أوضحت الدراسة تعرض المبحوثين جميعهم لشائعات عن فيروس كورونا، منهم (١٦.٧٤%) لم يتذكروا الشائعة بالتحديد، وكانت أهمها الشائعات المرتبط باللقاح وأساليب العلاج بنسبة (١١.٢١%)، وأخبار مغلوطة عن عدد الإصابات بنسبة (٨.٨٦%)، وعدم وجود علاج نهائياً للفيروس بنسبة (٨.٤٣%) وطرق الوقاية وطرق انتقال الفيروس والعدوى وغيرها من الشائعات، و(٩٩.٢%) سعى للتأكد من صحة المعلومات الخاطئة التي تعرضوا لها، وكان أول مصدر لتصحيح هذه المعلومات صفحة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك بنسبة (١٨.٣٥%)، يليها موقع الفيسبوك بوجه عام

بنسبة (١٢.٩٨٪)، ثم التلفزيون والفضائيات بنسبة (١٠.٣٨٪)، بينما لم يتذكر (١٦.٥٦٪) مصدر تصحيح هذه المعلومات.

- أثرت الحملات التي أطلقتها وزارة الصحة والسكان على صفحتها على الفيسبوك على الجمهور وكانت التأثيرات السلوكية في مقدمة التأثيرات بوزن نسبي (٣٣.٤٧٪) مثل: اتباعهم أساليب تطهير للبيت بشك دائم بنسبة (٦.٨٣٪) واتباع أساليب غذائية سليمة لتقوية جهازهم المناعي بنسبة (٦.٧٢٪)، ثم التأثيرات الوجدانية في الترتيب الثاني بوزن نسبي (٣٣.٢٨٪) مثل: تعاطفهم مع مصابي كورونا بنسبة (٧.١٣٪)، وتغير نظرتهم للأطعم الطبية بنسبة (٦.٨٩٪)، وفي المركز الثالث التأثيرات المعرفية بوزن نسبي (٣٣.٢٥٪) مثل: زيادة معرفتهم بخطورة الفيروس بنسبة (٦.٩٤٪)، ومعرفتهم بطرق انتقال العدوى بنسبة (٦.٩٣٪)، مما يوضح وجود تأثيرات إيجابية عديدة لهذه الحملات.
- كما كانت آراء المبحوثين حول المعلومات المقدمة من خلال حملات وزارة الصحة والسكان عبر الفيسبوك أغلبها إيجابية، فوافق (٨٠.٢٪) على أنها قدمت معلومات جديدة لم يعرفوها من قبل بوزن نسبي (١٤.٢٥٪)، وأنها قدمت أخبارًا عن الجائحة في الداخل والخارج بنسبة (٥٧.٣٪) من إجابات المبحوثين بوزن نسبي (١٨.٠٨٪)، وأن هذه الحملات دفعتهم لقراءة المزيد عن الفيروس بنسبة (٦٠.٧٪) من إجابات المبحوثين بوزن نسبي (١٣.٠٥٪)، كما أنها قدمت معلومات كافية وموضوعية.

- ومن خلال مقياس لقياس تقييم المبحوثين لهذه الحملات كان تقييمهم إيجابياً سواء من حيث مضمون الحملات والمعلومات المقدمة من خلالها ومن حيث الشكل الذي قدمت به، وجاء في مقدمة تقييمهم أنها قدمت معلومات جديدة ومفيدة " بوزن نسبي (٨.٦١٪) وأنها قدمت معلومات عن الوقاية تساهم في مواجهة الفيروس " بوزن نسبي (٨.٠٤٪)، وأنها استخدمت أساليب مقنعة ومتعددة " بوزن نسبي (٧.٧٤٪)، وأنها " أكثر شمولاً في تناول أخبار الفيروس، وتستخدم استطلاعات الرأي للجمهور " ، و"تعتمد على إحصائيات وأرقام مما تزيد من الإقناع والثقة " و"تعتمد على مصادر موثوقة وأن تصميمها مناسب وتتوفر فيها أساليب تفاعلية " و"لغتها مناسبة" ومعلوماتها متعمقة " و"كافية" ومناسبة للآزمة.

- كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين درجة الثقة فيها.

- كما أثبتت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال صفحة وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين درجة متابعتهم لها.

- ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وبين مستوى المعلومات لديهم.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في تقييمهم لحملات فيروس كورونا المستجد من خلال موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموجرافية النوع والسكن والمؤهل الدراسي والعمر دون متغيري محل الإقامة والدخل.
- كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد بعد متابعتهم للحملات الصحية على موقع وزارة الصحة والسكان على الفيسبوك وفقاً للمتغيرات الديموجرافية محل الإقامة والعمر ونوع السكن دون النوع والدخل والمؤهل الدراسي.

## التوصيات:

تقترح الدراسة بالنسبة للآتي:

- الباحثين في مجال الإعلام: إجراء مزيد من البحوث عن الصفحات الرسمية، وأساليب تصميمها وإمكانياتها التفاعلية، وأساليب تقديم المضمون المختلفة والأكثر جاذبية للجمهور، وإجراء بحوث على مستخدمي هذه الصفحات لمعرفة تفضيلاتهم في عرض مضمون هذه الصفحات.
- القائمين على الصفحات الرسمية مصممين ومحررين ومديرين-أدمن-على اختلاف أنواعها: مراعاة نتائج البحوث التي أجريت على هذه الصفحات للإستفادة منها في التصميم والعرض، والتجديد في تصميمها وفي عرض المضمون مستفيدة من إمكانيات الإنترنت وثرء الوسيلة مقارنة بالوسائل الأخرى مثل الإنفوجرافيك والفيديو جرافيك وغيرها، وتعظيم استخدام أساليب التفاعلية في الصفحات وقياس رد فعل الجمهور المستخدم لها، ومراعاة التحديث المستمر للمضمون خاصة وقت الأزمات باعتبارها المصدر الأهم والأسرع للجمهور في تلك الحالات، وأن تعنى بالرد على الشائعات التي تروج في مجالها وقت نشر الشائعة، وأن يكون لهذه الصفحات الرسمية تواجداً على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

## المراجع:

### أولاً: المراجع العربية:

- أبو الفتوح ، أمال إبراهيم الفقي ومحمد كمال. (يونيو، ٢٠٢٠م). المشكلات النفسية المترتبة على بحث وصفي استكشافي لدى عينة covid-19 جائحة فيروس من طلاب وطالبات الجامعات المصرية. *المجلة التربوية*.
- رضوان، أحمد فاروق. (٢٠٢٠ أكتوبر /ديسمبر). الاتصال في وقت الخطر. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال* . ع ٣١. ص ٤.
- الحسين ، أنس . (أغسطس، ٢٠٢٠م). وباء كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي، أية معالجة من منظور إعلام الأزمات. *الدراسات الإعلامية : المركز الديمقراطي ، العربي*.



- حسين، إيمان عاشور سيد. (يوليو، ٢٠٢٠م). التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد-١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم. *البحوث الإعلامية*، ٥٤، ص ٢٥٣٨.
- حسين، إيمان عاشور سيد. مرجع سابق. ص ٢٥٥٦.
- حسين، إيمان عاشور سيد. مرجع سابق. ص ٢٥٥٥.
- حسن نيازي. مرجع سابق. ص ٤٣.
- فيصل، خالد. (٢٠١٦م). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، دراسات تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بالرياض. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ١٤.
- العشران، رانيا عبد المنعم. (نوفمبر، ٢٠٢٠م). واقع تغطية الإعلام الصحي لجائحة كورونا في وسائل الإعلام الفضائية الاخبارية. *الدراسات الإعلامية*، ١٣.
- عبد الدايم، ريهام مرزوق ابراهيم. (يوليو، ٢٠٢٠م). معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لازمة كورونا (كوفيد-١٩)، دراسة تحليلية. *البحوث الإعلامية*، ٥٤، ص ٢٢٩١.
- عبد العزيز، سارة محمود. (٢٠١٨م). التماس الجمهور المصري للمعلومات الصحية عبر شبكة الإنترنت وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديهم دراسة ميدانية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ١٧، الصفحات ٤٥٧ - ٥١٢.
- عبد العزيز، سارة محمود. مرجع سابق. ص ٤٥٥.
- عبد العزيز، سارة محمود. مرجع سابق. ص ٤٥٨.
- غريب، سحر أحمد. (٢٠١٩م). استخدام الطلاب للصفحات الرسمية لجامعاتهم علي موقع فيسبوك والاشباعات المتحققة لديهم. *بحوث الرأي العام*، ٤، الصفحات ١ - ٧٢.
- سحر أحمد غريب. مرجع سابق. ص ٦٨.
- سحر صالح السديري. (يونيو، ٢٠١٩م). دور الحملات الصحية في التأثير على السلوكيات الوقائية للأسرة السعودية دراسة مسحية. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ٢٥، صفحة ٣١٦.
- السديري، سحر صالح. مرجع سابق. ص ٣٢٠.
- حسن، سعد كاظم. (٢٠١٥م). أولويات أوجه الثراء الإعلامي لدى مستخدمي الصحف الإلكترونية العراقية. ص ٣٢، صفحة ٦٣.
- الجندي، سلوى سليمان. (أكتوبر - ديسمبر، ٢٠١٣م). دور صفحات الجيش و الشرطة علي الفيس بوك في إدارة أزمة ما بعد ٣٠ يونيو ٢٠١٣. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، الصفحات ٢٢ - ٤٩.
- محمدي، سماح محمد. (٢٠١٩م). اعتماد الشباب المصري علي صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك دراسة ميدانية. *بحوث الرأي العام*، ٢، ص ١٠ - ٧٩.
- محمدي، سماح محمد. (٢٠١٩م). مرجع سابق. ص ٧٠.
- محمود، سمير محمد. (يوليو، ٢٠٢٠م). توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع العربية والعالمية، دراسة تحليلية. *البحوث الإعلامية*، ٥٤.
- عبد الحلیم، سهير عثمان. (يناير - مارس، ٢٠١٥م). توظيف مضمون الصفحات الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي في الصحافة المصرية خلال المرحلة الانتقالية دراسة ميدانية على عينة من المحررين العسكريين في الصحف القومية والخاصة. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ص ٢٧٥.
- البقي، شارع بن فريد. (أبريل - يونيو، ٢٠٢٠م). التأثير المعرفي لحملات التوعية الإلكترونية على الجمهور السعودي، دراسة تطبيقية على حملة الحج عبادة وسلوك حضاري. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ص ١٩٠.
- البقي، شارع بن فريد. مرجع سابق. ص ١٩٠.
- البقي، شارع بن فريد. مرجع سابق. ص ١٩١.
- ريان، شيماء محمد عبدالرحيم. (أكتوبر، ٢٠٢٠م). استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية : دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ٢٩، الصفحات ٦٩٧ - ٧٣٣.
- الصعدي، طارق محمد محمد. (يوليو، ٢٠٢٠م). اعتماد الشباب على صحافة الموبايل و دورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر دراسة ميدانية. *الدراسات الإعلامية*، ٥٤، الصفحات ٢١٦٩-٢٢٢٦.

زقزوق، عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق. (يونيو، ٢٠١٦). أطر معالجة الصحف الورقية و الإلكترونية لأزمة فيروس سي بمصر خلال الفترة من يناير ٢٠١٤ إلى يناير ٢٠١٦ م دراسة تحليلية مقارنة. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ٦، الصفحات ٥٥ - ٢٣١.

أطبية، عبد الله محمد عبد الله. (يونيو، ٢٠٢٠). الطر الجزية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا covid-19. *مجلة كلية الفنون والاعلام، جامعة مصراته*، ٩، ص ١٥٣.

الشلهوب، عبد الملك بن عبد العزيز. (يوليو - سبتمبر، ٢٠٢٠). ممارسات الإتصال الفعال في إدارة أزمة جائحة كورونا و بناء الوعي الصحي لدي أفراد المجتمع السعودي. *المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال*، صفحة ١٠٦.

الشلهوب، عبد الملك بن عبد العزيز. مرجع سابق. ص ١١٨ - ١١٩.

الشلهوب، عبد الملك بن عبد العزيز. مرجع سابق. صفحة ١٢٠.

الشلهوب، عبد الملك بن عبد العزيز. مرجع سابق. ١٠٨.

الشلهوب، عبد الملك بن عبد العزيز. مرجع سابق. صفحة ١٠٦.

الخطاب، عقيلة شنفيل. (أغسطس، ٢٠٢٠م). الكاريكاتوري في زمن الكورونا قراءة من خلال نماذج مختارة. *الدراسات الاعلامية*، ١٢.

عجوة، على فريد، كاريمان. (٢٠٠٨م). إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات. *القاهرة: عالم الكتب*، ص ١٦٦.

عمر أمدى. (نوفمبر، ٢٠٢٠م). التناول الإعلامي لجائحة كورونا كوفيد-١٩ في الصحافة الرقمية المغربية بين التوعية والتهويل. (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، المحرر) *الدراسات الإعلامية*، ١٣.

أمدى، عمر. مرجع سابق. ص ٨.

علة، عيشة. (مايو، ٢٠٢٠م). دور وسائل الاعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-١٩). *الدراسات الإعلامية - دراسة ميدانية*، صفحة ٤٩٦.

علة، عيشة. مرجع سابق. ص ٤٩٩

السالم، فاطمة سعود عبد العزيز. (أكتوبر، ٢٠٢٠م). مصداقية الاعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات: جائحة كورونا كوفيد-١٩ نموذجاً. *بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ٢٩.

عبد العزيز، فاطمة سعود. مرجع سابق. ص ٣٠

العادلي، كاظم كريدي والإمامي، عباس ناجي. الحالة النفسية للأزواج في ظل جائحة فيروس كورونا دراسة عبر ثقافية. *مجلة أكاديمية شمال أوربا للعلوم و البحث العلمي*. الدانمارك. ع. ٨. ٢٠٢٠/٧/١٣. ص ٩٧.

كمال الحاج. (٢٠٢٠م). نظريات الإعلام والاتصال. *الجامعة الافتراضية السورية*، صفحة ١٥٦.

كمال الحاج. مرجع سابق. صفحة ١٥٧.

مساوي، محمد طلال عباس. (٢٠١٩م). دور الحملات الإعلامية المقدمة عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تحقيق المشاركة المجتمعية: دراسة تشخيصية علي عينة من طلاب الجامعات بالمملكة العربية السعودية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ١، الصفحات ٥٦٥ - ٦٠٣.

عبد الحميد، محمد. (أكتوبر، ٢٠٢٠م). توظيف الصحف الإلكترونية العربية للانفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا كوفيد-١٩. *مجلة بحوث العلاقات العامة*، ٢٩.

الشمي، محمد لطفي زكريا. (٢٠٢٠م). اعتماد الجمهور المصري على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة كمصدر للمعلومات أثناء جائحة كورونا (Covid-19). *دراسة تحليلية وميدانية*، الصفحات ٥٧٧ - ٦٤١.

الشمي، محمد لطفي زكريا. مرجع سابق.

المغير، محمد محمد عبد ربه. (مايو، ٢٠٢٠م). السياسات الاعلامية في الحد من مخاطر كورونا. *الدراسات الإعلامية*، ١١، ص ٤٥٧.

مرجع السابق. ص ٢٠.

فلوس، مسعود وتومي، الخنساء. (مايو، ٢٠٢٠م). الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا. *الدراسات الإعلامية*، ١١، ص ٤٨٢.

محمد، منى طه. (يناير، ٢٠١٨). استخدام الانفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية المصرية وتأثيره على إدراك وتذكر الجمهور للمضمون دراسة ميدانية. *مجلة كلية الآداب: جامعة المنصورة*، ٦٢.

- حسن،مها مختار .(يناير – مارس، ٢٠٢٠م). أطر تقديم حملة ١٠٠ مليون صحة في المواقع الإخبارية المصرية. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ٢٨ ، صفحة ٦٣٨.
- حسن ،مها مختار . مرجع سابق.ص ٤٤٠.
- حمزة ، مي إبراهيم. (٢٠١٧م). التماس الناخبين للمعلومات عبر وسائل الاتصال في انتخابات الأندية الرياضية المصرية. ص ٥٣٠-٥٣١.
- عبد الحافظ ،نادية محمد .(يوليو، ٢٠٢٠م). اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٥٤.
- عبد الحافظ ، نادية محمد. (٢٠١٦م). مرجع سابق، ص ٢١٢٢.
- عبد الحافظ، نادية محمد. (٢٠١٦م). مرجع سابق. ٢١٢٣.
- الناصر، وسام. (مايو، ٢٠٢٠م). الحملات الانتخابية علي شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة حالة الانتخابات الرئاسية السورية في يونيو ٢٠١٤م. *الدراسات الإعلامية*، صفحة ٢٣٧.

## ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Christensen, Anne Sofie Plum, Meyer ,Maria Kristine Hagelskar, Peter Dalum, Krarup, Anne Friis. (2019). Can a mass media campaign raise awareness of alcohol as a risk factor for cancer and public support for alcohol related policies? *Preventive Medicine*, 126, pp. 3 - 7.
- Koumpias ,Antonios M., Vazquez ,Jorge Martinez-. (2019). The impact of media campaigns on tax filing: quasi-experimental evidence from Pakistan. *Journal of Asian Economics*, pp. 33 - 45.
- Xiaorui. (2021). Miao Chao Data on media use and ,Xueming , Liu ,Tour, Chen ,Dini, Liu ,Xue mental health during the outbreak of COVID-19 in China. *Data in Brief Elsevier*.
- Pedersen Eva A. , Loft, Louise H., Jacobsen, Stine U., Soborg, Bolette , Bigaard ,Janne. (2020, May 20). Strategic health communication on social media: Insights from a Danish social media campaign to address HPV vaccination hesitancy. *Vaccine*, pp. 1-7.
- Lie ,Lifang, Qingpeng ,Zhang , Wang ,Xiao, Jun Zhang, Wang ,Tao, Gao ,Tian-Lu et al. (2020, APRIL). Lifang Lie, Qingpeng ,Zhang ,Xiao Wang, Jun Zhang, Tao Wang, Tian-Lu Gao and others. *IEEE TRANSACTIONS ON COMPUTATIONAL SOCIAL SYSTEMS*, 2, p. 7.
- Jun. Ibid...Xiao, Zhang ,Lifang, Qingpeng ,Zhang , Wang ,Lie Vergeer ,Maurice, Kawasakib , Leslie Tkach-, Lee ,Junku. (2020). Individual and contextual determinants of adoption of online media services in the 2017 lower house election campaign in Japan. *Telematics and Informatics*, 50, pp. 1-12.
- Cyan ,Musharraf R., Koumpias ,Antonios M., Vazquez ,Jorge Martinez-. (2017, July 28). The effects of mass media campaigns on individual attitudes towards tax compliance; quasi-experimental evidence from survey data in Pakistan *Journal of Behavioral and Experimental Economics*. *Pakistan Journal of Behavioral and Experimental Economics*, pp. 10-22.
- Boles ,Myde , Adams, Adelle , Gredler, Amy , Manhas, Sonia. (2014). Ability of a mass media campaign to influence knowledge, attitudes, and behaviors about sugary drinks and obesity *Preventive Medicine*. pp. 240-248.
- Boles ,Myde , Adams, Adelle , Gredler, Amy , Manhas, Sonia. Ibid
- Apuke ,Oberiri Destiny , Omar ,Bahiyah. (2020, October 18). User motivation in fake news sharing during the COVID-19 pandemic : an application of the uses and gratification theory. *Emerald Publishing Limited*, p. 1.
- Apuke ,Oberiri Destiny, Omar ,Bahiyah .(October, 2020) .User motivation in fake news sharing during the COVID-19 pandemic: an application of the uses and gratification theory .*Emerald Buplishing Limited*.
- Chen ,Qiang, Min ,Chen, Zhang, Wei, Wang ,Ge, Ma, Xiaoyue, Evans ,Richard. (2020, April). Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisi. *Computers in Human Behavior*.

- Bidin ,Rosmiza, Tamam ,Ezhar, Ahmad ,Siti Hajar. (2011, December). E-Mail Use and Usefulness: The Effect of Media Richness and SOCIAL INFLUENCES Politic Sociale. *An III, Nr, 7*, p. 82.
- Dkhar ,Sabira Aalia , Quansar, Ruqia ,el al. Ibid.
- Sabira Aalia Dkhar , Ruqia Quansar ,Sheikh Mohd Saleem ,S.Muhammad Salim Khan. (2021, February 19). Knowledge ,Attitude, and Practices Related to COVID-19 Pandemic among Social Media Users In J!K India. *Indian Journal of Public Health.*, p. 205.
- Sabira Aalia Dkhar , el al. s Ibid.
- A Rajasekhar, Sandhy . el al. (2021). Assessing Media Literacy Levels among Audience in Seeking and Processing Health Information during the COVID-19 Pandemic. *Media Watch.*
- A Rajasekhar, . el al.Ibid
- Kaya ,Tugberk. (2020, September). The changes in the effects of social media use of CYPriots due to COVID-19 pandemic. *Technology in Society.*
- Taha ,Viktoria Ali,Tonino Pencarelli ,Veronika Skerhakova ,Richard Fedorko and Maetina Kosikova. (2021). The Use of Social media and Its Impact on Shopping Behavior of Slovak and Italian Consumers during COVID -19 Pandemic. *Licensee MDPI ,Sustainability*, pp. 1-19.



# **The Role of Media Campaigns by the Ministry of Health and Population on its Official page on Facebook to Educate the Egyptian Public about CORONA Pandemic: A Field Study**

*Dr. Mona Taha Mohamed Taha*

[dr.mona.taha.mt@gmail.com](mailto:dr.mona.taha.mt@gmail.com)

Associate Professor of journalism.,  
Mass Communication Department.

Faculty of Arts  
Mansoura University

## **Abstract**

The present Study Aimed to Appear the Role of Media Campaigns on The Ministry of Health and Population Official page on Facebook to educate the Egyptian Public about CORONA Pandemic. It was a Survey and Description Study, and it used Information Seeking Theory and Richness Theory, the tool of collecting Data was Questionnaire, Manual and Electronic, Sample was (500) Individuals, Males and Females. The Results were:

- High Level, if using The Official Page of Ministry of Health and Population on Facebook was during the pandemic.
- The Media Campaigns affected on Knowledge and Behavior of the Sample.
- The Media Campaigns had many Positive effectives, High Confidence of Official pages, change the Food System, Social Behaviors.
- The most important media Campaigns were: How wearing the Mask, the Social distance, Hands Washing at least 20 seconds, The less important media Campaigns were: #Wared and Wareda #, and the official efforts to face the pandemic.

**Keywords:** Media Campaigns, The Official Pages, Pandemic, Facebook.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network  
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt  
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

#### APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jpr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

### **Address:**

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: [jprr@epra.org.eg](mailto:jprr@epra.org.eg), or [ceo@apr.agency](mailto:ceo@apr.agency), after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.



# Journal of Public Relations Research Middle East

**I**t is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 2.01 = 100% in the year of 2020G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## **Publishing rules:**

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.

**Founder & Chairman**

**Dr. Hatem Moh'd Atef**

EPRA Chairman

**Editor in Chief**

**Prof. Dr. Aly Agwa**

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty  
of Mass Communication - Cairo University  
Head of the Scientific Committee of EPRA

**Editorial Manager**

**Prof. Dr. Mohamed Moawad**

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of  
Faculty of Mass Communication - Sinai University  
Head of the Consulting Committee of EPRA

**Editorial Assistants**

**Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty**

Professor of Public Relations  
Misr International University

**Dr. Thouraya Snoussi** (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &  
Coordinator College of Communication  
University of Sharjah (UAE)

**Dr. Mohamed Alamry** (Iraq)

Associate Professor & Head of Public Relations Dep.  
Mass Communication Faculty  
Baghdad University

**Dr. Fouad Ali Saddam** (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations  
Faculty of Mass Communication  
Yarmouk University (Jordan)

**Dr. Nasr Elden Othman** (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations  
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences  
Ajman University (UAE)

**Public Relations Manager**

**Alsaeid Salm**

Arabic Reviewers

**Ali Elmehy**

**Sayid Sherif**

**Address**

**Egyptian Public Relations Association**

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

**Publications: Al Arabia Public Relations Agency**

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

**Advisory Board \*\***

**JPRR.ME**

**Prof. Dr. Aly Agwa** (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer** (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Yas Elbaiaty** (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information  
and Humanities, Ajman University of Science

**Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai  
University

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned** (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

**Prof. Dr. Mahmoud Yousef** (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Samy Taya** (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar** (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban** (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass  
Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Othman Al Arabi** (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King  
Saud University

**Prof. Dr. Abden Alsharef** (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass  
Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Tahseen Mansour** (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean Faculty of Mass Communication, Yarmouk  
University

**Prof. Dr. Ali Kessaissia**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Redouane BoudJema**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya**, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community  
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

**Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani**, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

\*\* Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.





### Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Tahseen Mansour Rashid Mansour** - *Yarmouk University*  
**Maram Mohamed Nagy Managreh (MA)** - *Mohammed I University in Morocco*  
The Jordanian audience dependency on the Kingdom channel to get information about the Coronavirus 7
- **Associate Prof. Dr. Samah Mohamed Mohammady Saad** - *Cairo University*  
Attitudes of Egyptian Tweeters Towards Education Issues in light of the Coronavirus Pandemic: Twitter Network Analysis 8
- **Associate Prof. Dr. Rasha Mohamed Morsey** - *Umm Al-Qura University*  
**Rwan Siraj Omar Bakhsh (MA)** - *Umm Al-Qura University*  
Employing Motion Graphic Technology in Training Platforms and its Role in Developing the Public Relations Employees' Skills in the Saudi Government Sector: Field study on management of public relations employees at Umm Al-Qura University users of "Ethraie" platform 10
- **Dr. Mona Taha Mohamed Taha** - *Mansoura University*  
The Role of Media Campaigns by the Ministry of Health and Population on its Official page on Facebook to Educate the Egyptian Public about Corona Pandemic: A Field Study 11
- **Dr. Noha Anwar Soliman** - *Menofia University*  
The Effectiveness of Communication Strategies of Egyptian Ministries through Social Media in Enhancing Public's Digital Engagement in Public Affairs 12
- **Dr. El Sayed Mohamed Abo Sheashaa** - *Cairo University*  
The Role of Social Media in Creating New Opinion Leaders from the Egyptian Youth Perspective 14
- **Dr. Maha Medhat Mohamed Kamal** - *Misr University for Science and Technology*  
The Use of Egyptian Youth of Social Media and its Relationship on their knowledge and Attitudes Towards Corona Virus 16

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network  
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019



Copyright 2021@APRA

www.jprr.epra.org.eg