

مجلة

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢١ م = ٠,٩٦٥٥
معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠ م = ٢,٠١
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 \$.
- 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، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة 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 أبوشعيش** 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

استخدام الشباب المصرى لشبكات التواصل الاجتماعى وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم نحو فيروس كورونا

إعداد

د. مها مدحت محمد كمال (*)

(*) مدرس بقسم الصحافة في كلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم نحو فيروس كورونا

د. مها مدحت محمد كمال
maha.kamal@must.edu.eg
جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

المخلص:

هدفت الدراسة للوقوف على مدى استخدام واعتماد الشباب المصري على شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها في توعيتهم بمخاطر فيروس كورونا المستجد، ولأبي مدى كان لذلك تأثير على وعي ومعرفة واتجاهات الشباب المصري نحو فيروس كورونا المستجد، والتعرف على اتجاهات الشباب نحو الأطراف الفاعلة، بالاعتماد على عينة عمدية متاحة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب المصري من ١٨ إلى ٣٥ سنة، ووزعت الاستمارة إلكترونياً في الفترة من ٢٠٢٠/١٢/١م وحتى ٢٠٢١/٢/١م.

كشفت نتائج الدراسة عن ارتفاع تأثير عينة الدراسة بالمعلومات المقدمة عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي واعتبروها المصدر الأساسي للمعلومات عن الجائحة، وكشفت النتائج كذلك عن تزايد متابعة الشباب للأخبار الرسمية عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي ثم الفيديوهات الرسمية يليها صفحات وتغريدات الأطباء عن الجائحة ثم صفحات منظمة الصحة العالمية، وجاءت اتجاهات عينة الدراسة إيجابية نحو الأطراف الفاعلة في مواجهة كورونا ففي المرتبة الأولى مؤسسات المجتمع المدني ثم إجراءات الحكومة.

الكلمات المفتاحية: الشباب المصري - شبكات التواصل الاجتماعي - فيروس كورونا.

مقدمة:

تعد وسائل الإعلام إحدى مصادر نشر الوعي والثقافة بين القطاعات الجماهيرية المختلفة، حيث تقوم بدور مهم في تكوين وتشكيل الرأي العام وتعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، ويتعاطم دورها خاصة الإخباري والإرشادي والتوعوي لوسائل الإعلام في أوقات الأزمات والكوارث والأوبئة، حيث تزيد حاجة الجمهور للمعلومات لفهم ومعرفة ما يحدث حولهم، وبذلك تكون وسائل الإعلام هي المصدر الأول الذي يلجأون إليه لإستقاء معلوماتهم بشأن تفاصيل الأزمة، وتتصاعد مستويات اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات في حالة وقوع أزمة، خاصة في ظل ظروف عدم الاستقرار والخوف والتهديد بأنواعه المختلفة.

وبالتالي أصبح الإعلام طرفاً فاعلاً في المستويات المختلفة لإدارة الأزمة، وتبرز عدة أهداف للإعلام في تغطية الأزمة ومنها سرعة مواجهة الأزمة والحد من الخسائر، طمأنة الجمهور الداخلي والخارجي، التنسيق بين الأجهزة المختلفة لمواجهة الأزمة، والقضاء على الشائعات في حالة نقص

المعلومات، بالإضافة إلى تزويد الجماهير بالمعلومات الدقيقة المرتبطة بالأزمة وكسب تأييدهم. (الحديدي، ٢٠١٨م. ص ١)

ويشهد العالم نظامًا إعلاميًا يعكس ملمحًا جديدًا من إعلام الأزمات Media Crises له أدبياته وفروضه التي ينبغي إخضاعها للبحث والدراسة (السيسي، ٢٠١٥م. ص ٣)، حيث شهد العالم في الآونة الأخيرة مجموعة من الأزمات الصحية المرتبطة بانتشار عدد من الأمراض على سبيل المثال: انتشار فيروس أنفلونزا الطيور والخنازير، وفيروس سارس، وغيرها من الفيروسات، وقد ترتب على هذه الفيروسات مجموعة من الآثار السلبية سواءً بشرية، أو اقتصادية، أو اجتماعية.

وباتت جائحة كورونا تشكل تهديدًا حقيقيًا على حياة الإنسان، مما دفع الإعلام للتحرك والعمل على مواجهته، من خلال تغطية الأحداث، وتخصيص برامج تعريفية بفيروس كورونا، وتبيين طرق الحماية والوقاية منه، وهذا سيساعد بشكل كبير في توسيع درجة الوعي الفردي والمجمعي وبناء مناعة، وتبنيه المجتمعات لخطورة المرحلة وحقيقة ما يحدث.

ولقد أصبح الإعلام عبر وسائله المتعددة أداة تفاعل بين الأزمات والكثير من أطرافها وحتى من ليس طرفًا مباشرًا فيها، فوسائل الإعلام دور مهم على أصعدة مختلفة بينها التوعية والتحذير والتبنيه بخطورة الأمر وخطورة التساهل معه بالإضافة لنقل كافة التوجيهات والتعليمات الخاصة بالإجراءات الوقائية والاحترازية، فضلًا عن تسليط الضوء على مدار الساعة على التطورات داخليًا وخارجيًا بشأن انتشار فيروس كورونا.

وأدى ظهور فيروس كورونا وتعامل وسائل الإعلام معه لنشوء جدل حول درجة اعتماد جمهور الشباب على وسائل الإعلام عامة وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات، ومن هنا تم تناول "فيروس كورونا" نموذجًا للدراسة الحالية نظرًا لحدوثها، وتناولها بشكل مكثف في كل وسائل الإعلام في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

مشكلة الدراسة:

نظرًا لما تتمتع به وسائل الإعلام الجديد من الانتشار الواسع على شبكة الإنترنت، أدى بالطبع لزيادة الإقبال عليها من كافة المستويات العمرية والثقافية خاصة في أوقات الأزمات، ولتزايد تفاعل الشباب مع العالم الرقمي وخاصة مع ظهور فيروس كورونا المستجد وتهديده للعالم لسرعة انتشاره برزت حاجة الأفراد لمعرفة التطورات داخليًا وخارجيًا بشأن طبيعة الفيروس، وما تقوم به الحكومات للسيطرة عليه من إجراءات احترازية وإغلاق للمدن والمطارات وحركة السير والمواصلات والمدارس ودور العبادة والأندية، وصار الفيروس المستجد مادة يتم استخدامها واستغلالها في وسائل الإعلام المحلية والعربية والدولية ما بين الشائعات والمعلومات المضللة والمعلومات التوعوية والارشادية للتعامل معه.

وكون الحفاظ على صحة الشباب من فيروس كورونا قضية حديثة العهد، لذا وجب توعيتهم وحماية صحتهم، حيث ندرت الدراسات الإعلامية الخاصة بتوعية الشباب بالكوارث الطبيعية والأوبئة والأمراض ومنها فيروس كورونا لأنه فيروس ومرض حديث العهد يهدد البشرية، ومن هنا تبدأ المشكلة حيث يواجه الشباب صعوبات جمة في الحصول على المعلومات الصحيحة وغير المزيفة والمهولة عن الفيروس ونظرًا للاستخدام المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب، كان من الضروري معرفة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها ومسئوليتها في توعيتهم بمخاطر فيروس كورونا، وبالتالي يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى استخدام واعتماد الشباب المصري على شبكات التواصل الاجتماعي لاستقاء المعلومات حول فيروس كورونا المستجد وانعكاسه على اتجاهاتهم؟

أهمية الدراسة:

أ- الأهمية النظرية:

١. تسليط الضوء على أزمة فيروس كورونا المستجد ووعي الشباب المصري بها، وتزوده بالمعلومات المختلفة عنها.
٢. إعادة اختبار الفروض الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالتطبيق على تناول الإعلام لهذه الجائحة وتأثيراتها، وكيفية تعاطي الشباب المصري مع الرسائل والمضامين المقدمة بوسائل الإعلام الجديد عن الأزمة، وانعكاسه على معارفهم واتجاهاتهم.
٣. الإسهام في إثراء المكتبة العربية بالدراسات التي تناقش القضايا العالمية المؤثرة في صياغة التوجهات الدولية.

ب- الأهمية التطبيقية:

- ١- إمداد صانعي القرار بنتائج تفيد في التوصل لرؤية تؤدي لتفعيل الدور الإيجابي للإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمة؛ عبر التوعية بالوقاية من الفيروس.
- ٢- أهمية شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي بوجه عام، كوسائل إعلامية حديثة تمتاز بقدرة تأثيرية على الشباب المصري باختلاف مستوياتهم العمرية والثقافية والمهنية، إلى جانب أهمية الشباب كفئة من أهم الفئات المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي من جانب، وكوحدة من أكثر الفئات التي تأثرت بتبعات جائحة كورونا من جانب آخر.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيسي يتمثل في: دراسة اعتماد الشباب المصري على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في توعيتهم بمخاطر فيروس كورونا المستجد، ولأبي مدى كان لذلك تأثير على وعي

ومعرفة واتجاهات الشباب المصري نحو فيروس كورونا المستجد ويمكن تحقيق ذلك الهدف من خلال عدة أهداف فرعية، تتمثل في:

- ١- التعرف على معدل استخدام الشباب المصري لوسائل الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا.
- ٢- الوقوف على أسباب استخدام واعتماد الشباب المصري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول الأزمة والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.
- ٣- التعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة كُلي من هذه التأثيرات لمعرفة أكثرها تحققًا.
- ٤- والتعرف على اتجاهات الشباب نحو أدوار الأطراف الفاعلة والإجراءات الحكومية والقطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني في مواجهة كورونا.

الدراسات السابقة:

برز اتجاه بحثي يتناول تقييم المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا والتوعية الصحية، وكذلك التركيز على دور الإعلام في مواجهة الأزمات وكان مجال تطبيق الأبحاث الحديثة هنا على جائحة كورونا التي تهدد البشرية، وكانت أبرز نتائج الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت ذلك كما يلي:

- ١- هدفت دراسة (حبيب، ٢٠٢١م) التعرف على كيفية معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا، بالاعتماد على أداة تحليل مضمون لعينة من موقع صحيفة اليوم السابع المصرية - وموقع صحيفة الرياض السعودية - وموقع صحيفة البيان الكويتية في الفترة من أول مارس ٢٠٢٠م حتى نهاية أغسطس ٢٠٢٠م، وتوصلت الدراسة أن جاء الخبر في مقدمة الفنون التحريرية، ويليه التقرير الصحفى، ثم المقال الصحفى، وجاء فى مقدمة الأساليب المنطقية إبراز تصريحات المسؤولين بينما جاء فى مقدمة الأساليب العاطفية التكرار.
- ٢- سعت دراسة (شاهين، ٢٠٢١م) التعرف على مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها فى تنمية وعيهم المعلوماتى حول الجائحة، واعتمدت على عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مفردة من مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعي فى الفترة من ١/٥/٢٠٢٠م حتى ١٥/٥/٢٠٢٠م، وأشارت نتائج الدراسة إلى تأكيد ٦٦% من المبحوثين على أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بإمدادهم بالمعلومات عن جائحة كورونا، وفى المقدمة موقع (الفييس بوك) كمصدر للمعلومات، وأن معظم المبحوثين يكتفون بقراءة الأخبار عن الجائحة فى المرتبة الأولى ثم يشاركون بالتعليق عبر الشبكات الاجتماعية فى المرتبة الثانية.

٣- استهدفت دراسة (عبد العليم، ٢٠٢٠م) الكشف عن مدى اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات عن جائحة كورونا، بالاعتماد على عينة عشوائية قوامها ٥٠٠ مفردة من المراهقين موزعة بالتساوي بين المصريين من (القاهرة والشرقية) والسعوديين من (الرياض والدمام)، عبر الاستبيان الإلكتروني في الفترة من ٥ مايو إلى ٥ يونيو ٢٠٢٠م، وكشفت النتائج عن اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مرتفع في الحصول على المعلومات حول مستجدات الجائحة، ثم الاعتماد على المواقع الإلكترونية للصحف ثم القنوات التلفزيونية، وأن أكثر من نصف عينة المبحوثين يتقنون بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول كورونا.

٤- دراسة (عقل، ٢٠٢٠م) هدفت لرصد وتفسير العلاقة بين سلوك التماس المعلومات الصحية لدى المرأة المصرية مع انتشار وباء كورونا، ومستوى إدراكها للمخاطر المحيطة، بالاعتماد على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة، وتوصلت النتائج إلى أن النسبة الأكبر من النساء محل الدراسة أبدت سلوكاً متامياً لالتماس المعلومات، وجاءت الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، وصفحة مجلس الوزراء المصري على الفيس بوك أكثر المصادر المعلوماتية محلاً للمتابعة حول أخبار الفيروس.

٥- دراسة (عبد الحافظ، ٢٠٢٠م) استهدفت تفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الإعلامية لجائحة كورونا وتقييمهم لقرارات مكافحة الفيروس، بالتطبيق إلكترونياً على عينة عشوائية غير منتظمة قوامها ٤٠٠ مفردة، وخلصت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور المصري ثم المواقع الإخبارية ثم القنوات الفضائية، وجاء موقع اليوم السابع من أهم المواقع الإخبارية المفضلة لدى الجمهور للحصول على معلومات حول كورونا، وتتجه المعالجة الإعلامية في المواقع الإخبارية إلى استراتيجية التهويل والتخويف من خلال نشر الأخبار المتعلقة بالخسائر الفادحة للفيروس وحجم الوفيات.

٦- دراسة (Singh وآخرون، ٢٠٢٠م) حول استخدام Twitter في نشر المعلومات والشائعات بين الجمهور حول فيروس كورونا، واستعان الباحثون باستمارة تحليل المضمون لتحليل عينة قوامها ٦٤٤٨٧ تغريدة، واستمارة استقصاء للحصول على بيانات من ٣٥٠ مفردة من الجمهور في مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى أن التغريدات التي تكون متصلة بروابط ومصادر معلومات تحظى بدرجة مصداقية عالية بين الجماهير، وأن مواقع التواصل الاجتماعي أفادت بدرجة كبيرة في التعامل مع الفيروس مما أدى لزيادة الوعي بالجائحة.

٧- وسعت دراسة (Elavarasan and Pugazhendhi، ٢٠٢٠م) التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في مواجهة فيروس كورونا، بالاعتماد على عينة مكونة من ٨٥٦ من مناطق متعددة في دولة الهند وكشفت النتائج الدراسة عن اتجاه منظمة الصحة العالمية إلى استراتيجية تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس بغرض وضع قضية تفشي الفيروس في مقدمة أجندة أولويات الجمهور، واستخدام تطبيقات الهاتف المحمول كإحدى الاستراتيجيات الاتصالية بهدف التعرف على أخبار الفيروس وطرق الوقاية، والتعرف على الأعراض التي يمكن من خلالها اكتشاف المرض مبكرًا.

٨- سعت دراسة (Lim وآخرون، ٢٠٢٠م) التعرف على العلاقة بين ثقة المواطن في الحكومة وتبنيه للإجراءات الاحترازية خلال جائحة كورونا، باستخدام عدة استبانات شارك فيها ٦٣٣ مواطنًا للتعرف على درجة الوعي بالجائحة، ومصادر معلوماتهم عنها، والمخاطر المدركة لديهم نحوها، أكدت نتائج الدراسة على وجود علاقة وثيقة بين المتغيرين، فكلما زاد مستوى الثقة في الحكومة زاد الالتزام بالإجراءات الاحترازية للتصدي للفيروس، كما أن زيادة إدراك الخطر المتعلق بالفيروس والمرتبب بزيادة الوعي بأرقام الوفيات والإصابات يزيد درجة ثقة المواطن بأداء حكومته.

٩- استهدفت دراسة (الزعيبي، ٢٠٢٠م) نحو التعرف على طبيعة تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا، واعتمدت على عينة متاحة من ٢٢٨ مفردة من النخب العربية (سياسيون، أكاديميون، إعلاميون)، وأشارت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة يتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة، لأنها تتمتع بالدقة في تغطيتها للأحداث المتعلقة بأزمة كورونا، وجاءت في مقدمة دوافع متابعة النخبة العربية أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية العربية أنها تستضيف المختصين وذوي الشأن بما يتعلق بأزمة كورونا.

١٠- هدفت دراسة (عاشور، ٢٠٢٠م) الوقوف على مستوى الوعي لتأثير وسائل الإعلام في التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا، بالاعتماد على منهج المسح وتكونت العينة من ٣٠ رب أسرة، وأشارت الدراسة إلى أن تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لم يختلف طبقاً لمحل الإقامة أو على مستوى النوع مما يؤكد على قوة التأثير لوسائل الإعلام في ظل الحجر المنزلي والتباعد الاجتماعي لمواجهة الفيروس، وأن التأثير يتحقق في ضوء تقديم معلومات كافية للفيروس وإنتاج برامج طبية وثقافية للمواجهة ونجاح الحظر للمواطنين.

١١- استهدفت دراسة (Fletcher وآخرون، ٢٠٢٠م) الوقوف على اتجاهات المواطنين نحو أداء وسائل الإعلام والحكومة والمؤسسات الحكومية حيال أزمة فيروس كورونا خلال شهر مايو باستخدام الاستبانة الإلكترونية، وأشارت النتائج إلى انخفاض ثقة المواطنين في الحكومة

والمؤسسات الحكومية بشكل ملحوظ، كما انخفضت الثقة في وسائل الإعلام وزادت نسبة الاتجاهات السلبية نحو أداء الحكومة.

١٢-دراسة (الصعيدى، ٢٠٢٠م) استهدفت التعرف على مدى الاعتماد على صحافة الموبايل وتأثيراته على التوعية الصحية بجائحة كورونا، والكشف عن العلاقة بين حجم اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ومستوى التوعية الصحية بجائحة كورونا، وطبقت على عينة عشوائية متعددة المراحل من الشباب المصري من ٥٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة لارتفاع اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل كمصدر ثري للمعلومات والاتصالات خاصة أثناء جائحة كورونا، وكان أهم أسباب اعتماد الشباب على صحافة الموبايل سرعة وفورية نقل الأخبار والمعلومات، وارتفاع مستوى الوعي الصحي تجاه جائحة كورونا لدى عينة الدراسة.

١٣-سعت دراسة (أمدى، ٢٠٢٠م) لرصد طبيعة التناول الإعلامي لجائحة كورونا في الصحافة الرقمية المغربية من منظور متصفح صفحات الجرائد الإلكترونية والمواقع الإخبارية المغربية على موقع الفيسبوك، بالاعتماد على عينة عشوائية غير منتظمة بلغ حجمها ٩١ مفردة، وخلصت نتائج الدراسة أن التغطية الإعلامية كانت كافية وواقعية وركزت على توعية المواطنين من مخاطر كوفيد ١٩ لكنها في المقابل، كانت تميل أحيانا إلى التهويل واستخدام أسلوب التخويف والترهيب.

١٤-استهدفت دراسة (Liao وآخرون، ٢٠٢٠م) رصد ردود أفعال المواطنين نحو أداء الحكومة خلال الأزمة، عبر تحليل أشكال تفاعل الصينيين مع المنشورات المتعلقة بكورونا على المنصة الاجتماعية الأولى بالصين Sina Weibo خلال الفترة من الأول من ديسمبر ٢٠١٩م وحتى نهاية يناير ٢٠٢٠م، وتحليل مضمون ٦٤٤ منشورًا على حسابات شخصية و٢٧٣ منشورًا عبر حسابات حكومية، توصلت الدراسة إلى توظيف الحكومة المنصات الاجتماعية لأخبار المواطنين بأخر أخبار الفيروس والتحركات الحكومية للتصدي له، ويتسم التواصل بكونه أحادي الاتجاه ومن أعلى إلى أسفل؛ كما أشارت الدراسة لانخفاض التفاعل عبر الحسابات الحكومية مقابل ارتفاعه عبر الحسابات الشخصية، وزاد التعبير عن اللوم على أداء الحكومة وارتفعت مستويات القلق لدى المواطنين.

١٥-استخدمت دراسة (Devine وآخرون، ٢٠٢٠م) التحليل من المستوى الثاني، وسعت إلى تحري العلاقة بين جائحة كورونا والثقة في الحكومات، وبالاعتماد على نتائج اثنتي عشرة دراسة، وكشف التحليل عن وجود تنامي كبير في هذه الدراسات منذ بداية عام ٢٠٢٠م أكدت نتائجها على أن الثقة المرتفعة في الحكومة تؤدي إلى الالتزام بالسياسات الصحية داخل الدولة، في حين أن انخفاض الثقة في الحكومة أو انعدامها يعرقل كفاءة تنفيذ السياسات التي تتبناها.

١٦-وظفت دراسة (Bol, 2020) استبانة إلكترونية خلال شهر أبريل ٢٠٢٠م على ١٥ دولة من الدول الأعضاء بالاتحاد الأوروبي؛ لرصد أثر جائحة كورونا على مستوى ثقة المواطنين في الحكومات بالدول محل الدراسة، وتحري طبيعة الاتجاهات المتشكلة لديهم نحو أداء الحكومات خلال هذه المرحلة عبر المقارنة بين اتجاهات المواطنين نحو أداء الحكومات في هذه الدول قبل وبعد قرارات الإغلاق بها، وأشارت النتائج لارتفاع مستويات الثقة بالحكومات وزيادة الرضا عن أداء المؤسسات الحكومية، وزاد التقاف المواطنين حول القادة السياسيين بالدول محل الدراسة.

١٧-استهدفت دراسة (Park وآخرون، ٢٠٢٠م) تحليل الخطاب العام على تويتر بوصفه أبرز شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا بشكل مقارن في أربع دول آسيوية هي كوريا الجنوبية، إيران، فيتنام، والهند، للوقوف على الموضوعات الأساسية التي تشغل الرأي العام بكل دولة والشائعات عن كورونا، ومقارنة ذلك مع المطروح على الصفحات الحكومية بهذه الدول للتعرف على مدى الاتساق بين الخطاب الرسمي والشعبي عن الجائحة خلال الثلاثة شهور الأولى من عام ٢٠٢٠م، وكشفت النتائج عن اختلاف في كم الاهتمام بالحديث عن جائحة كورونا؛ فكانت كوريا الجنوبية الأعلى اهتماماً، وهناك فرق بين التناول الحكومي والرسمي للجائحة.

١٨-تناولت دراسة (القطار، ٢٠٢١م) دور وسائل الاعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمواجهة فيروس كورونا، بالاعتماد على عينة عشوائية منتظمة قوامها ٢٠٠ مفردة خلال الفترة من ٢٥/٨/٢٠٢٠م إلى ٣٠/٩/٢٠٢٠م وبعد انتهاء المرحلة الأولى لانتشار فيروس كورونا، وكشفت النتائج عن زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة لزيادة الوعي الصحي بفيروس كورونا بين الفئات المختلفة، وأظهرت النتائج درجة قبول مرتفعة بأن وسائل الإعلام الجديدة كانت على المستوى التوعوي المطلوب بفيروس كورونا، وجاءت مساهمة وسائل الاعلام الجديدة في خلق وتعزيز الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى عينة الدراسة حيث زيادة ثقافتى الصحية عن الفيروس المستجد، ثم معرفة أساليب التعامل مع الفيروس في مراحلها الأولية.

١٩-تناولت دراسة (مراد، ٢٠٢٠م) تفاعل الجمهور مع محتوى أزمة فيروس كورونا على موقع فيسبوك وتطبيقي Whatsapp و Messenger، معتمدة على عينة عمدية غير احتمالية قوامها ٤٠٨ مفردة، وزعت خلال الأسبوع الذي عقب مباشرة قرار تعطيل الدراسة يوم ١٤ مارس ٢٠٢٠م بالدولة، وتوصلت لعدد من النتائج منها: أن مواقع التواصل الاجتماعي تصدرت المقدمة في مصادر الحصول على المعلومات حول الأزمة، وجاء بالمقدمة الصفحات

الرسمية للدولة من بين مصادر المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يدل على اهتمام الجمهور بمتابعة المصادر الرسمية المحلية في وقت الأزمات.

٢٠- استهدفت دراسة (عصام، ٢٠٢٠م) تحديد وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور المصري في متابعة مستجدات انتشار كورونا في مصر، ورصد وتوصيف التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد، عبر أداة الاستبيان مطبقة على ٤٠٠ مفردة من مستخدمي وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية وتوصلت الدراسة لتنوع المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون في متابعة مستجدات انتشار كورونا؛ وجاءت القنوات المصرية في المقدمة تليها صفحات الأصدقاء بمواقع التواصل الاجتماعي، وجاء اتجاه المبحوثين نحو إدارة الدولة المصرية لأزمة انتشار وباء كورونا المستجد إيجابياً.

٢١- دراسة (علة، ٢٠٢٠م) هدفت التحقق من إمكانية التنبؤ بدور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا في الجزائر، وتكونت العينة من ١٤٠ مفردة، وكشفت النتائج عن أنه يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار الفيروس في الجزائر.

٢٢- سعت دراسة (ThiLi وآخرون، ٢٠٢٠م) للتعرف على مدى استخدام المواطنين للمواقع الحكومية الرسمية للحصول على معلومات عن جائحة كورونا، بالتطبيق على ٣٤١ مفردة خلال الأسبوع الأول من أبريل ٢٠٢٠م، وأشارت النتائج إلى تزايد اعتماد المواطنين على المواقع الرسمية للحصول على آخر مستجدات الجائحة في المقام الأول، تليها أعراض الإصابة، كما اختلفت نوعية الأخبار التي يتابعها المواطنون باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على الاستبيان الإلكتروني تماشيًا مع ما يمر به العالم من تداعيات لكورونا، وهو ما اتفقت معه الباحثة.
- اختارت بعض الدراسات السابقة نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام وكذلك التماس المعلومات للتعرف على مستوى التماس المعلومات واستراتيجياته خاصة في الأزمات، واتفقت الباحثة مع الدراسات في اختيار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للوقوف على مستوى معرفة العينة بالمعلومات المرتبطة بالجائحة وتأثيراتها المعرفية، السلوكية، الوجدانية.
- أشارت بعض الدراسات لوجود أثر إيجابي لجائحة كورونا على الثقة في الحكومات والاتجاهات نحو أدائها، في حين وجدت دراسات أخرى أن الأثر كان سلبياً، حيث انخفضت الثقة في الحكومة والمسؤولين لسوء إدارة الأزمة.

■ أشارت الدراسات لتزايد توظيف الحكومات لشبكات التواصل الاجتماعي خلال الجائحة بهدف التواصل مع المواطنين من منطلق أنها الوسيلة الأعلى جذباً للجمهور بمختلف الدول.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency:

تفترض النظرية أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية في ظروف معينة، ومن الأهداف الرئيسية لهذه النظرية هو الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام آثاراً قوية ومباشرة وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما. (عبد المجيد ومكاوي، ٢٠٠٩م. ص ٣١٤).

إن التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على نظم ووسائل الإعلام تعكس العلاقة بين درجة الاعتماد على هذه النظم واتجاهات التغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك للأفراد باعتبارها مجالات التأثير الناتج عن هذا الاعتماد، وتتمثل هذه التأثيرات في التأثيرات المعرفية، الوجدانية، السلوكية (عكاشة، ٢٠٠٦م. ص ٢٠٩-٢١١) والتي سيتم استعراضها تفصيلاً في جزء النتائج الميدانية.

ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تهتم بمجالات البحث المتخصص في إعلام الأزمات فقد تعرضت معظم الدراسات العربية لهذه النظرية، وجعلتها مرتكزاً للبحث في عدد من الأزمات السياسية والاقتصادية والأمنية التي حدثت في عدد من المجتمعات العربية، وتنعكس أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل الأزمة، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور، وأيضاً في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها (مكاوي، ٢٠٠٥. ص ١٤٦)، ففي أوقات عدم الاستقرار يزداد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات بل وإن وسائل الإعلام قد تكون ربما المصدر الوحيد الذي يعتمد عليه الجمهور (CL and HL, 1998. pp 107-128).

وتمثل حالة عدم الاستقرار في المجتمع حالة استثنائية حيث أنه كلما قلت درجة الاستقرار في المجتمع كلما زاد اعتماد أفراده على الوسائل الإعلامية كأداة للتواصل بين السلطة السياسية والرأي العام، ولذلك تصبح هذه العلاقة وثيقة ومؤثرة وقت الأزمات مهما اختلف النظام السياسي للدولة حيث تنصدر المؤسسات الاقتصادية الرسمية مؤسسات الدولة التي ترتبط بوسائل الإعلام وقت الأزمات من أجل تقديم المعلومات الصحيحة والدقيقة المتعلقة بتأثيرها وما يمكن أن يحتاجه الجمهور من معلومات وتوجيهات في مثل هذه الظروف والأوقات الصعبة (الحمداي، ٢٠١١م. ص ٢٣).

فخلال الأزمات يزداد شعور الجمهور بالتهديد مما يؤدي إلى المزيد من الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، بالإضافة إلى أن هذا المدخل يسمح بقياس تأثيرات ونتائج هذا التعرض والاعتماد؛ لذا فهو يعد المدخل الأنسب لدراسة اعتماد الشباب المصري على شبكات التواصل

لاستقاء المعلومات حول فيروس كورونا وانعكاسه على معارفهم واتجاهاتهم، وتقييم عينة الدراسة للأطراف الفاعلة في مواجهة كورونا.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما مستوى متابعة عينة الدراسة لفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٢- ما دوافع متابعة عينة الدراسة لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٣- ما درجة ثقة عينة الدراسة في المعلومات الواردة من المصادر المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٤- ما تقييم مصداقية عينة الدراسة للمعلومات المقدمة علمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٥- ما تأثير عينة الدراسة بعد قراءة معلومات عن جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٦- ما تقييم عينة الدراسة للأطراف الفاعلة في مواجهة جائحة كورونا التي يتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

- الفرض الرئيسي الأول:** يؤثر كثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل على اتجاهاتهم نحو متابعة أخبار فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الفرض الرئيسي الثاني:** هناك علاقة بين دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل ومستوى الثقة في المعلومات الواردة من المصادر المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الفرض الرئيسي الثالث:** هناك علاقة بين كثافة متابعة عينة الدراسة لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل وتأثرهم بالمعلومات التي يقرأونها عبر هذه المنشورات.
- الفرض الرئيسي الرابع:** تؤثر دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى تقييم إجراءات مؤسسات الدولة (الحكومة- المجتمع المدني).

الإطار المنهجي:

- ١- **نوع الدراسة:** تنتمي الدراسة إلى البحوث أو الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تهتم بتصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة كمياً وكيفياً، بهدف الحصول على معلومات دقيقة عن الظاهرة من حيث تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها، وهنا تهدف الدراسة التعرف على أثر التعرض وتعزيز توظيف إمكانات شبكات التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الوعي المعرفي لدى الشباب المصري بفيروس كورونا وتداعياته وتأثير ذلك على اتجاهاتهم.
- ٢- **منهج الدراسة:** تستخدم الباحثة منهج المسح Survey الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية، لأنه الأنسب لطبيعة الدراسة.

٣-مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة بكافة الشباب المصري، لكن لكبر حجم مجتمع الدراسة، يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جمهور الشباب المصري من ١٨ إلى ٣٥ سنة، ومن مختلف المستويات الاقتصادية الاجتماعية والتعليمية وغيره، ولكن سيتم سحب عينة مكونة من ٤٠٠ مفردة ونوعها عينة عمدية متاحة، وقد تم جمعه من خلال أداة جوجل فورم في الفترة من ٢٠٢٠/١٢/١م وحتى ٢٠٢١/٢/١م، واختارت الباحثة هذه الفترة بالتحديد حيث بدأت الموجة الثانية لفيروس كورونا في مصر مما يؤدي زيادة اعتماد الشباب على وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي لاستقاء معلوماتهم عن فايروس كورونا، وتمثلت خصائص عينة الدراسة الميدانية كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة من الجمهور المصري

النسبة	التكرار	المتغيرات	
٥٠	٢٠٠	ذكر	النوع
٥٠	٢٠٠	أنثى	
٣٤.٣	١٣٧	من ١٩ لأقل من ٢٥ عامًا	المرحلة العمرية
٦٥.٧	٢٦٣	من ٢٥ لأقل من ٣٥ عامًا	
٥٨.٨	٢٣٥	مؤهل جامعي	المؤهل الدراسي
٣٤	١٣٦	في مرحلة التعليم الجامعي	
٧.٢	٢٩	مؤهل فوق جامعي	
٥٤.٥	٢١٨	أعزب	الحالة الاجتماعية
٣٧.٠	١٤٨	متزوج	
٨.٥	٣٤	مطلق / أرمل	
٥٩.٨	٢٣٩	شقة	الوحدة السكنية التي يقطنها المبحوثين
٢٥.٢	١٠١	منزل	
١٥.٠	٦٠	فيلا	
٣٢.٠	١٢٨	إيجار	ملكية الوحدة السكنية
٦٨.٠	٢٧٢	تمليك	
٥٠.٧	٢٠٣	يعمل	الوظيفة
٢٩.٣	١١٧	طالب	
٢٠.٠	٨٠	لا يعمل	
٥٠.٠	٢٠٠	أكثر من ٦ آلاف	الدخل الشهري
٤٤.٢	١٧٧	من ٣ آلاف إلى أقل من ٦ آلاف	
٥.٨	٢٣	أقل من ٣٠٠٠ آلاف	
٤٠٠		ن	

- كانت نسبة الذكور المشاركة في الدراسة بالتساوي مع الإناث بنسبة ٥٠٪ لكل منهما.

- تقع نسبة ٦٥.٧٪ من عينة الدراسة في المرحلة العمرية من (من ٢٥ لأقل من ٣٥ عامًا)، تلاه نسبة ٣٤.٣٪ من العينة في المرحلة العمرية (١٩ لأقل من ٢٥ عامًا).
- تبين أن نسبة ٥٨.٨٪ من عينة الدراسة حاصلون على مؤهل تعليمي في حين أن نسبة ٣٤٪ من العينة في مرحلة التعليم الجامعي، وجاء نسبة ٧.٢٪ من عينة الدراسة حاصلين على مؤهل فوق الجامعي.
- جاء نسبة ٥٤.٥٪ من عينة الدراسة أعزب، تلاه نسبة ٣٧٪ من العينة متزوج، ثم نسبة ٨.٥٪ من العينة مطلق/ أرمل.

- البيانات التي تمثل مؤشرًا للمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة:

- يتضح أن نسبة ٥٩.٨٪ من العينة تقطن شقة تملك، تلاه نسبة ٢٥.٢٪ من العينة التي تقطن منزلًا، ثم نسبة ١٥٪ من عينة الدراسة تقطن فيلا، وجاء نسبة ٣٢٪ من عينة الدراسة تقطن وحدة سكنية مؤجرة في مقابل نسبة ٦٨٪ تقطن وحدة سكنية مملوكة لها.
- وجاء نسبة ٥٠.٧٪ من العينة يعملون في مقابل نسبة ٢٩.٣٪ طلابًا، ونسبة ٢٠٪ لا يعملون.
- جاء نسبة ٥٠٪ من عينة الدراسة دخلها (أكثر من ٦ آلاف جنيه)، تلاه نسبة ٤٤.٢٪ من عينة الدراسة التي يتراوح دخلها ما بين (٣ إلى أقل من ٦ آلاف) جنيه، وأخيرًا نسبة ٥.٨٪ من العينة التي أقل من ٣ آلاف جنيه.
- واستخلصت الباحثة من إجابات عينة الدراسة على أسئلة (الدخل - طبيعة العمل - طبيعة المسكن ونوعه) مقياسًا عامًا يعطي ملامح عن المستويات الاقتصادية للعينة، حيث تبين أن ما يقرب من نصف عينة الدراسة تقريبًا تتسم بمستوى اقتصادي مرتفع (٥١٪) في مقابل نسبة ٤٩٪ من عينة الدراسة في المستوى الاقتصادي المتوسط.

٤- أداة جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على استمارة الاستبانة، والتي تضمنت عددًا من الأسئلة المغلقة والمفتوحة؛ وروعي فيها أن تقيس المتغيرات المختلفة للدراسة، لتقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا وتشكيل اتجاهات الجمهور نحوها.

٥- اختبار الصدق والثبات:

أ: اختبار الصدق (Validity): يعني صدق المقياس المستخدم في قياس المفهوم الذي يرغب الباحث في قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في الدراسة تم عرض أداة صحيفة الاستقصاء على مجموعة من الخبراء والمتخصصين (*) في مناهج البحث والإعلام .

(*) أسماء السادة محكمي الاستبيان: (الأسماء مرتبة أبجديًا وفقًا للدرجة العلمية):

- أ. د. سلوى سليمان الأستاذ بكلية الآداب - جامعة عين شمس.
 - أ. د. محرز غالي: الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
 - أ. م. د. سماح المحمدى، الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

ب: اختبار الثبات (Reliability) : يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي المحاولة لتخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل ١٠٪ من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبانة، ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية بعد أسبوعين من الاختبار الأول، والذي وصل إلى ٩٠٪ مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلحياتها للتطبيق وتعميم النتائج .

٦-متغيرات الدراسة:

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية للمتابعة اتجاهات الشباب نحو إجراءات الحكومة ومواقع التواصل الاجتماعي	دوافع المتابعة الثقة في التغطية مصدقية المعلومات خصائص عينة الدراسة	متابعة الشباب المصري لأخبار فيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي

نتائج الدراسة الميدانية:

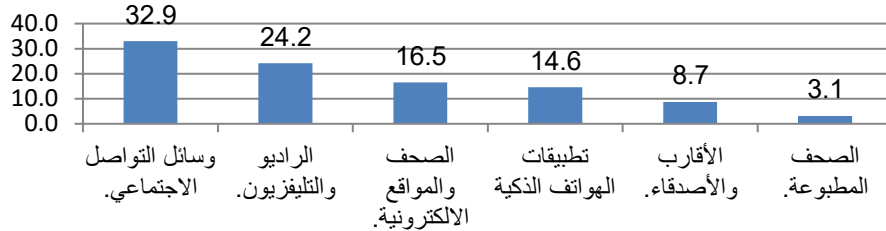
المحور الأول: الوسائل التي تعتمد عليها العينة لاستقاء المعلومات عن جائحة كورونا:

- يكشف التحليل الإحصائي عن ارتفاع انتظام عينة الدراسة في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء نسبة ٥٤٪ من عينة الدراسة تتابع مواقع التواصل الاجتماعي بانتظام، تلاه نسبة ٢٩٪ من عينة الدراسة التي تتابعها بشكل غير منتظم، وجاء نسبة ١٠٪ من عينة الدراسة التي تتابعها إلى حد ما، وأخيراً جاء نسبة ٧٪ من عينة الدراسة التي تتابع بشكل نادر مواقع التواصل الاجتماعي.

- كشف التحليل الإحصائي ارتفاع عدد ساعات عينة الدراسة التي تقضيها في متابعة أخبار فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء نسبة ٥٢٪ من عينة الدراسة تتابع أخبار فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ٦ ساعات، تلاه نسبة ٤٥٪ من عينة الدراسة التي تتابعها أخبار فيروس كورونا عبر المواقع من ساعتين لأقل من ست ساعات، وجاء نسبة ٣٪ من عينة الدراسة التي تقضي لأقل من ساعتين في متابعة أخبار فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أشارت دراسة (صلاح، ٢٠١٩م) إلى أن ارتفاع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل ٥ ساعات يومياً بنسبة ٤٠٪ يليها أكثر من ٥ ساعات بنسبة ٣٥٪، مما يعني ارتفاع نسبة استخدام الانترنت والتواصل الاجتماعي، كما أكدت دراسة (أشرف، ٢٠٢٠م) على ارتفاع عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء

نسبة ٤٧.٨٪ من المشاركين كانوا على وسائل التواصل الاجتماعي (أكثر من ساعتين)، ونسبة ٣٣.٨٪ (ساعة إلى ساعتين)، ونسبة ١٨.٣٪ (أقل من ساعة).

- كانت الوسائل التي تعتمد عليها العينة لاستقاء المعلومات عن جائحة كورونا:



شكل رقم (١)

الوسائل التي تعتمد عليها عينة الدراسة لاستقاء المعلومات عن جائحة كورونا

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة ٣٢.٩٪ من عينة الدراسة تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي في المقدمة، وهو ما يتفق مع ما أكدت عليه دراسة (السريتي، ٢٠٢٠م) لارتفاع الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وعلى رأسه مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن الجائحة، وجاء في المرتبة الثانية نسبة ٢٤.٢٪ من عينة الدراسة تعتمد على الراديو والتلفزيون بنسبة ٢٤.٢٪، وفي هذا الشأن أشارت دراسة (دسوقي، ٢٠٢٠م) إلى أن البرامج الحوارية المتخصصة هي أكثر الأشكال الإخبارية المستخدمة عبر الفضائيات المصرية في تغطية أحداث جائحة كورونا، وجاءت الفيديوهات كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة عبرها في تغطية أحداث جائحة كورونا، كما أثبتت دراسة (صلاح، ٢٠٢١م) أن أهم أنواع صحافة الموبايل التي يفضلها المبحوثون في متابعة الأحداث هي تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى، واعتمدوا بصورة واضحة على التعليقات في الأحداث الجارية كأكثر أساليب التفاعل استخدامًا، يليها المشاركة في المركز الثاني من أساليب التفاعل.

وفي المرتبة الثالثة جاءت الصحف والمواقع الإلكترونية بنسبة ١٦.٥٪، وفي هذا الشأن أشارت دراسة (عمران، ٢٠٢٠م) إلى ارتفاع نسبة من يعتمدون على مواقع الصحف في الحصول على المعلومات عن جائحة فيروس كورونا لأنها تمدهم بأهم المعلومات والأخبار بشكل فوري.

وفي المرتبة الرابعة جاءت تطبيقات الهواتف الذكية بنسبة ١٤.٦٪، وفي المرتبة الخامسة جاء الأقارب والأصدقاء بنسبة ٨.٧٪، وفي هذا الشأن أشارت دراسة (إبراهيم، ٢٠٢٠م) لارتفاع معدل الاعتماد على صحافة الهاتف المحمول في متابعة جائحة فيروس كورونا، وجاءت تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة أنواع صحافة الهاتف المحمول التي يتم متابعتها، يليها التطبيقات الصوتية والمرئية، ثم تطبيقات الأخبار، فمواقع صحف وبوابات إلكترونية، يليها التطبيقات الرسمية، ثم خدمات الـ SMS و MMS، فالتطبيقات البريدية، وارتفعت مستويات الوعي بالجائحة بشكل عام.

كما أضافت دراسة (عبد اللطيف، ٢٠٢٠م) أن أكثر التطبيقات استخداماً بالإنترنت من جانب عينة الدراسة ترتيبها: (واتساب، وفيسبوك ماسنجر، وZoom، وتيليجرام، وسكايب، وانستجرام، وتطبيقات أخرى منها (تويتر - يوتيوب)، ثم تطبيق فاير، كما أشارت دراسة (حامد، ٢٠١٨م) لأكثر التطبيقات استخداماً من قبل المبحوثين جاء (الفيس بوك ماسنجر والواتس آب) كأكثر تطبيقات يتم التواصل عبرها، لأنها دعمت وسهلت التواصل، لأنها متواجدة على الهاتف في أي وقت وأي مكان وتتيح التواصل الفوري والسريع، يليها تطبيق Viber وأخيراً تطبيق EMO .

وأخيراً في المرتبة السابعة جاءت الصحف المطبوعة بنسبة ٣.١٪، وقد أشارت دراسة (بسيوني، ٢٠٢٠م) إلى الاعتماد على الصحف المطبوعة في الحصول على المعلومات والتي كانت بشكل رئيسي زيادة البطالة على رأس التداعيات الاقتصادية لجائحة كورونا وهو ما دفع الحكومات في مختلف دول العالم إلى صرف إعانات شهرية خلال فترة الإجراءات الاحترازية، بينما جاء وقف أنشطة قطاع السياحة في المرتبة الثانية.

وقد أثبتت دراسة (صالح، ٢٠٢١م) أن ما يقرب من ٨١.٥٪ من أفراد العينة كانوا يتابعون أخبار الفيروس عبر وسائل الإعلام المختلفة؛ مما يثبت أن الأفراد في أوقات الأزمات يسعون إلى متابعة وسائل الإعلام بشكل مكثف لملء نقص المعرفة وتقليل حالة التوتر التي يعانون منها، وجاءت دراسة (صالح، ٢٠٢٠م) تشير ترتيب الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة تليها القنوات الفضائية، ثم الصحف الإلكترونية، في الترتيب الرابع الإذاعات المسموعة، في الترتيب الخامس المواقع الإخبارية، في الترتيب السادس القنوات التلفزيونية، في الترتيب السابع الصحف الورقية.

- دوافع متابعة عينة الدراسة لأخبار فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يتضح من التحليل الإحصائي تنوع دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في معرفة معلومات عن فيروس كورونا، وجاء في المقدمة ارتفاع ثم توسط دوافع متابعة عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يدل على أهمية هذه الوسيلة كمصدر للحصول على المعرفة والتأثير الوجداني، وكان قيمة الوزن العام لهذه الدوافع (٧٩.٤) درجة، وهو الذي يدل على أن حجم الفائدة التي تعود على عينة الدراسة مرتفعة من متابعة أخبار فيروس كورونا عبر هذه المواقع، ويمكن تقسيم الدوافع حسب منطلقاتها لدى عينة الدراسة على النحو التالي:

أولاً: دوافع تتعلق بالانتفاع مما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات:

تكون بهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والقدرة على التعلم (مكاوي، ٢٠١٢م. ص١٦٣)، ومراقبة البيئة حيث إن وسائل الإعلام تعين الفرد في الوصول لمعلومات عن أماكن وشخصيات لا يمكن الوصول إليها عن طريق الخبرة المباشرة (الطرابيشي والسيد، ٢٠٠٩م. ص٢٥١)، وهذا

النوع من العبارات عبرت عنه المتضمنة في الجدول السابق مرتبة من الأعلى وزنًا فالأقل، والذي يعني الأعلى دافعية فالأقل، إلا أنه يلاحظ أن أعلى دافعية تتمثل في (تقديم تغطيات مؤثرة تحت على ضرورة تحمل المسؤولية نحو الذات والآخرين بوزن نسبي ٨٩.٣٨ درجة، ثم التعرف على النصائح الطبية لكيفية الوقاية من الفيروس بوزن نسبي ٨٧.٨٨ درجة، ثم تقديم أخبار متنوعة عن معدلات انتشار الفيروس على مستوى العالم بوزن نسبي ٨١.١٣ درجة، ثم تقديم حملات توعية تخاطب العقل بوزن نسبي ٧٩.٧٥ درجة، ثم يظهر الأنشطة المتعددة التي تقوم بها مؤسسات الدولة بوزن نسبي ٦٦ درجة، ثم يظهر تطور الفيروس بكافة مراحل بوزن نسبي ٥١.٢٥ درجة)، وفي هذا الشأن أشارت دراسة (صلاح، ٢٠١٩م) إلى أن من أهم معايير تفضيل وسائل الإعلام الجديد هي سهولة استخدامه ومن ثم مرونة تبادل المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما كشفت نتائج دراسة (درويش، ٢٠٢٠م) أن نسبة الفهم والتوجيه والتسلية المتحققة من اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت على الشكل التالي توالياً ٥٨.٠٪، ٤٧.٣٪، ٦٢.٨٪، كما توصلت دراسة (Filak، ٢٠١٤م) إلى أن تلقي معلومات عبر وسائل الاعلام الاجتماعية كان من الدوافع التي شكلت اتجاهات إيجابياً نحو الشبكات الاجتماعية، فكانت المراقبة الأعلى دافعاً للإشباع، تليه المعرفة والترفيه ثم تمضية الوقت (Warhol, 2009. P 7)، بالإضافة تفعيل العلاقات الاجتماعية والإحساس بالجماعة بتدعيم الروابط الاجتماعية مع الآخرين (Anjum and Michele, 2014. P18).

ثانياً: دوافع تتعلق بنشر قيم إيجابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع: حيث أكدت دراسة (عبد المعطى، ٢٠١٧م) على دور وسائل الإعلام الجديدة الفاعل في الحوار والتخاطب والتفاعل الآني، وهذا النوع ممن عبرت عنه المتضمنة في الجدول السابق مرتبة من الأعلى وزن فالأقل، والذي يعني الأعلى دافعية فالأقل، إلا أنه يلاحظ أن أعلى العبارات دافعية كان (حث الجمهور على التضامن الاجتماعي) بوزن نسبي ٩٢.٣٨ درجة، تدعو للتفاوض حول نشر إيجابيات الشفاء من الفيروس بوزن نسبي ٩١ درجة، تلاه يظهر الترابط المجتمعي لأجل مساعدة المتأزمين من تداعيات فيروس كورونا اقتصادياً بوزن نسبي ٧٤.٣٨ درجة، ثم يقدم صورة واقعية للحالات في المجتمع بوزن نسبي ٦٧.٧٥ درجة.

ثالثاً: دوافع تتعلق بطبيعة وطريقة تقديم المحتوى المنشور عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: و يلاحظ أن أعلى العبارات دافعية كان (ابتكار وتنوع المضامين مما يجعل المحتوى المقدم يتسم بالتغيير والتجديد بوزن نسبي ٩٣.١٣ درجة، الوصول للجمهور العام من مختلف المناطق ومن مختلف الأعمار في أي وقت بوزن نسبي ٨٧.٨٨ درجة، تلاه حرص المؤسسات الحكومية المصرية على استخدامها لنشر الأخبار المتعلقة بالفيروس بوزن نسبي ٨٦.٥ درجة، ثم الاعتماد على تقديم شخصيات عامة إلى جانب شخصيات عادية لتقديم تجربتها بوزن نسبي ٦٢ درجة).

المحور الثاني: اتجاهات عينة الدراسة نحو المعلومات عن جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- درجة ثقة عينة الدراسة في المعلومات الواردة من المصادر المختلفة:

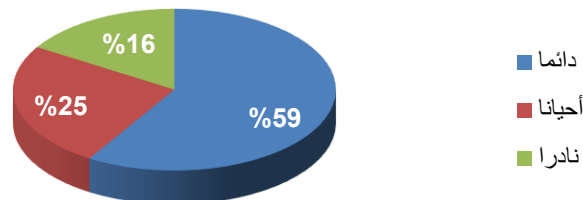
جدول رقم (٢)

درجة ثقة عينة الدراسة في المعلومات الواردة من المصادر المختلفة

الوزن	الإجمالي		قليلة		متوسطة		بدرجة كبيرة		المصدر
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٦,٦٣	١٠٠	٤٠٠	١١,٧	٤٧	٤٣,٣	١٧٣	٤٥,٠	١٨٠	منشورات الأصدقاء على وسائل التواصل الاجتماعي
٦٤,٣٨	١٠٠	٤٠٠	١٢,٣	٤٩	٤٦,٧	١٨٧	٤١,٠	١٦٤	فيديوهات الأطباء
٦٣,٣٨	١٠٠	٤٠٠	١٥,٨	٦٣	٤١,٧	١٦٧	٤٢,٥	١٧٠	أخبار وسائل الإعلام الرسمية
٥٦,٣٨	١٠٠	٤٠٠	٣٧	١٤٨	١٣,٣	٥٣	٤٩,٧	١٩٩	موقع وزارة الصحة
٥٦	١٠٠	٤٠٠	١٤	٥٦	٦٠,٠	٢٤٠	٢٦,٠	١٠٤	أخبار المنظمات العالمية المتخصصة

يكشف الجدول السابق عن تنوع مستويات ثقة عينة الدراسة في المعلومات الواردة من المصادر المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإن جاء في المقدمة الثقة في منشورات الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة بالجائحة وذلك بوزن ٦٦.٦٣ درجة، تلاه في الترتيب الثاني فيديوهات الأطباء بوزن ٦٤.٣٨ درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء أخبار وسائل الإعلام الرسمية بوزن ٦٣.٣٨ درجة، ثم في الترتيب الرابع جاء موقع وزارة الصحة بوزن ٥٦.٣٨ درجة، وأخيراً جاء أخبار المنظمات العالمية المتخصصة بوزن ٥٦ درجة، وقد أعربت عينة دراسة (عديل، ٢٠١٩م) عن أن نسبة ٢٤٪ من المبحوثون عن اعتقادهم بقيام مواقع التواصل الاجتماعي بتناول قضايا تتعلق بهموم ومشكلات المجتمعات العربية، بينما يري ٥٦.٨٪ منهم ذلك إلى حد ما، وأخيراً لا يعتقد ١٩.٣٪ قيام مواقع التواصل الاجتماعي بتناول قضايا تتعلق بهموم ومشكلات المجتمعات العربية. وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (عقل، ٢٠٢٠م) التي أشارت إلى أن الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، وصفحة مجلس الوزراء المصري على الفيس بوك كانتا أكثر المصادر المعلوماتية محلاً للمتابعة حول أخبار الفيروس.

- ثقة عينة الدراسة بالدور الحكومي لمواجهة فيروس كورونا:

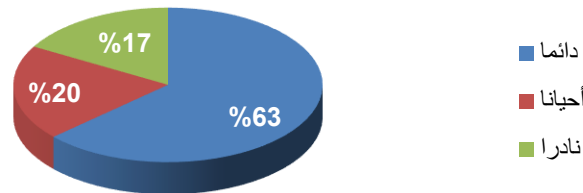


شكل رقم (٢)

ثقة عينة الدراسة بالدور الحكومي لمواجهة فيروس كورونا

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة ٥٩٪ من عينة الدراسة يرتفع لديها مستوى الثقة في الدور الحكومي الذي تقوم به لمواجهة فيروس كورونا وتم إبرازه عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مقابل نسبة ٢٥٪ يعدون متوسطي الثقة من حيث تقديم الدور الحكومي، وجاء نسبة ١٦٪ من عينة الدراسة نادرًا ما وثقوا في الدور الحكومي، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (المحمدي، ٢٠٢١م) بارتفاع ثقة الشباب في أداء الحكومة المصرية وارتفاع تأييدهم ورضاهم عن قرارات الحكومة المصرية للحد من جائحة كورونا، كما ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي واعتبروها المصدر الأساسي للمعلومات عن الجائحة، وكشفت النتائج كذلك عن تزايد استخدام الشباب للصفحات الحكومية والرسمية، الأمر الذي ارتبط بزيادة الثقة في أداء الحكومة بشكل عام خلال هذه الفترة، كما توصلت دراسة (محمد، ٢٠٢٠م) أن جاءت "متابعة البيانات الرسمية للحكومة حول أزمة كورونا" أحد أهم أسباب استخدام التلفزيون، كما تعتقد الحكومة أن "أزمة كورونا تركت سمعة حسنة للحكومة المصرية التي حققت درجة عالية من الثقة والمصداقية" بنسبة ٤١,٥٪.

- ثقة عينة الدراسة بدور مؤسسات المجتمع المدني لمواجهة فيروس كورونا:



شكل رقم (٣)

ثقة عينة الدراسة بدور مؤسسات المجتمع المدني لمواجهة فيروس كورونا

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة ٦٣٪ من عينة الدراسة يرتفع لديها مستوى الثقة في دور المجتمع المدني الذي يقوم به لمواجهة فيروس كورونا وتم إبرازه عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مقابل نسبة ٢٠٪ يعدون متوسطي الثقة من حيث تقديم دور المجتمع المدني، وجاء نسبة ١٧٪ من عينة الدراسة نادرًا ما وثقوا في دور المجتمع المدني.

- تقييم مصداقية عينة الدراسة للمعلومات المقدمة على مواقع التواصل الاجتماعي:

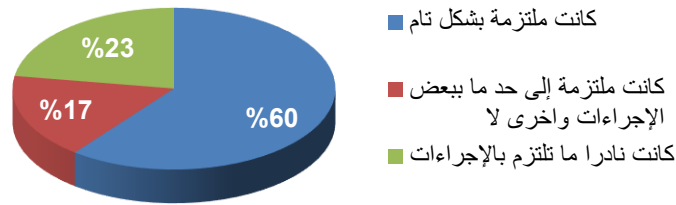
جدول رقم (٣)

تقييم مصداقية عينة الدراسة للمعلومات المقدمة على مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		نوع المعلومات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٨	١٠٠	٤٠٠	٢٦,٢	١٠٥	١١,٥	٤٦	٦٢,٣	٢٤٩	معلومات توعوية
٦٣,٧٥	١٠٠	٤٠٠	٢٧,٥	١١٠	١٧,٥	٧٠	٥٥	٢٢٠	معلومات هامة ومفيدة
٥٦,٧٥	١٠٠	٤٠٠	٥٢,٥	٢١٠	٨,٥	٣٤	٣٩	١٥٦	معلومات ناقصة
٥٥,٥٠	١٠٠	٤٠٠	٤٦	١٨٤	١٩	٧٦	٣٥	١٤٠	معلومات مغلوطة
٥٢,٥٠	١٠٠	٤٠٠	٤٩,٣	١٩٧	٦,٥	٢٦	٤٤,٢	١٧٧	شائعات
٥٠,٨٨	١٠٠	٤٠٠	٣٩,٧	١٥٩	١٨,٨	٧٥	٤١,٥	١٦٦	معلومات دقيقة
٣٦,٣٨	١٠٠	٤٠٠	٢٨	١١٢	١٦,٧	٦٧	٥٥,٣	٢٢١	معلومات غير مكتملة

يكشف الجدول السابق عن تنوع مستويات مصداقية عينة الدراسة في المعلومات المقدمة عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي جاءت مرتبة من الأعلى مصداقية فالأقل، فجاءت معلومات توعوية في مقدمة المعلومات التي تحظى بمصداقية عينة الدراسة وذلك بوزن ٦٨ درجة، تلاه في الترتيب تقييمها بأنها معلومات هامة ومفيدة بوزن ٦٣.٧٥ درجة، ثم في الترتيب الثالث رأي بعض أفراد عينة الدراسة أن هذه المعلومات أحياناً تكون ناقصة بوزن ٥٦.٧٥ درجة، ثم يراها البعض بأنها معلومات مغلوطة بوزن ٥٥.٥ درجة، ثم رآها البعض الآخر بأنها تعد شائعات بوزن ٥٢.٥ درجة، ثم جاء بعض أفراد عينة الدراسة يراها معلومات دقيقة بوزن ٥٠.٨٨ درجة، وأخيراً جاء أقل عدد من عينة الدراسة يراها أنها معلومات غير مكتملة بوزن ٣٦.٣٨ درجة.

- درجة التزام القطاع الخاص بإجراءات التعامل مع أزمة فيروس كورونا:



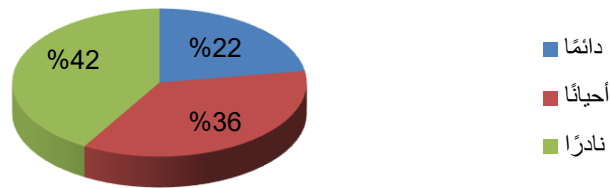
شكل رقم (٤)

درجة التزام القطاع الخاص بإجراءات التعامل مع أزمة فيروس كورونا المستجد

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة ٦٠٪ من عينة الدراسة يرتفع لديها تقييم التزام القطاع الخاص بإجراءات التعامل مع أزمة فيروس كورونا المستجد وتم إبرازه عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مقابل نسبة ٢٣٪ يرون ندرة التزام القطاع الخاص بالإجراءات الاحترازية في التعامل مع الجائحة، ثم جاء نسبة ١٧٪ من عينة الدراسة كانت ملتزمة إلى حد ما ببعض الإجراءات وأخرى لا، وتمثلت أبرز الإجراءات التي لم تلتزم بها القطاع الخاص في التعامل مع أزمة فيروس كورونا المستجد، وهو تخفيض عدد العمالة التي تعمل بشركات القطاع الخاص، واتجاه بعض المؤسسات لتخفيض مرتبات العاملين لديها في ظل تأكيد إجراءات الدولة على عدم المساس بالحقوق المادية للعاملين.

المحور الثالث: تفاعل عينة الدراسة مع المعلومات عن جائحة كورونا التي يتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- قيام عينة الدراسة بنشر الأخبار حول جائحة كورونا ومشاركتها على منصات التواصل الاجتماعي:

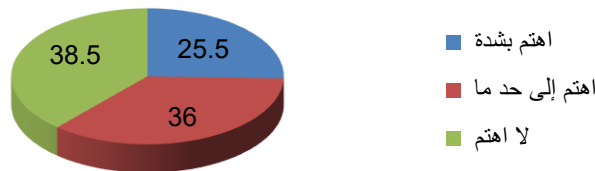


شكل رقم (٥)

قيام العينة بنشر الأخبار حول جائحة كورونا ومشاركتها على منصات التواصل

يتضح أن نسبة ٤٢٪ من عينة الدراسة لم يقوموا بنشر الأخبار حول جائحة كورونا ومشاركتها على منصات التواصل الاجتماعي في مقابل نسبة ٣٦٪ قاموا بشكل غير منتظم بمشاركة الأخبار مع الغير، وجاء نسبة ٢٢٪ من عينة الدراسة حريصة بشكل دائم على مشاركة أخبار الجائحة مع الغير.

- تأكد عينة الدراسة من مصداقية الأخبار حول جائحة كورونا قبل نشرها ومشاركتها علي منصات التواصل الاجتماعي:

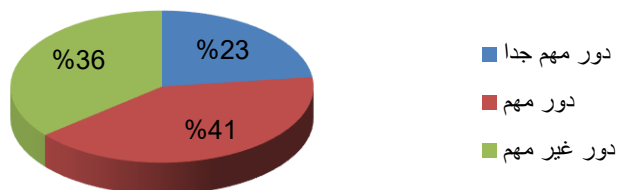


شكل رقم (٦)

تأكد من مصداقية الأخبار حول جائحة كورونا قبل نشرها ومشاركتها بمنصات التواصل

تبين أن نسبة ٣٨.٥٪ من عينة الدراسة لم تهتم بنشر الأخبار حول جائحة كورونا ومشاركتها على منصات التواصل الاجتماعي في مقابل نسبة ٣٦٪ مهتمون إلى حد ما وبشكل غير منتظم بمشاركة الأخبار مع الغير، وجاء نسبة ٢٥.٥٪ من عينة الدراسة مهتمة بشكل دائم على مشاركة أخبار الجائحة مع الغير، وقد أشارت دراسة (حسن، ٢٠٢٠م) ارتفاع المصداقية في تغطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال الجائحة، وجاء موقع وزارة الصحة وحسابات وزارة الصحة على مواقع التواصل الاجتماعي كأكثر وسائل الإعلام مصداقية بينما انخفضت مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لديهم.

- تقييم عينة الدراسة للدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تناولها لجائحة كورونا:

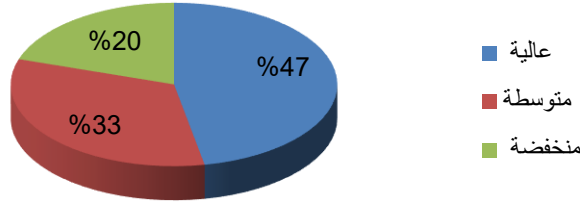


شكل رقم (٧)

تقييم العينة للدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تناولها لجائحة كورونا

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة ٤١٪ من عينة الدراسة تقيم الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تناولها لجائحة كورونا بأنه أمر مهم في مقابل نسبة ٣٦٪ يروا أن الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تناول الجائحة غير مهم، وجاء نسبة ٢٣٪ من عينة الدراسة ترى أن دور مواقع التواصل الاجتماعي مهم جدًا.

- درجة مساهمة عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجائحة كورونا:



شكل رقم (٨)

درجة مساهمة عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجائحة كورونا

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة ٤٧٪ من عينة الدراسة ترى ارتفاع مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجائحة كورونا في مقابل نسبة ٣٣٪ يرون أن مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالجائحة جاء متوسطاً، وجاء نسبة ٢٠٪ من عينة الدراسة ترى انخفاض مساهمة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالجائحة، وقد أشارت دراسة (صالح، ٢٠٢١م) لوجود علاقة ارتباطية مباشرة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الجمهور لمحتوى فيروس كورونا في وسائل الإعلام المختلفة، ومدى مشاركتهم في التعليق على المحتوى الإعلامي، وإدراكهم للدور الإيجابي لوسائل الإعلام في التوعية بفيروس كورونا، كما توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور وإدراكهم للدور الإيجابي لوسائل الإعلام في زيادة الوعي بفيروس كورونا، فكلما كانت وسائل الإعلام والأخبار أكثر مصداقية، كان الجمهور أكثر إيجابية في تقييمها.

المحور الرابع: المعلومات التي تتابعها عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا:

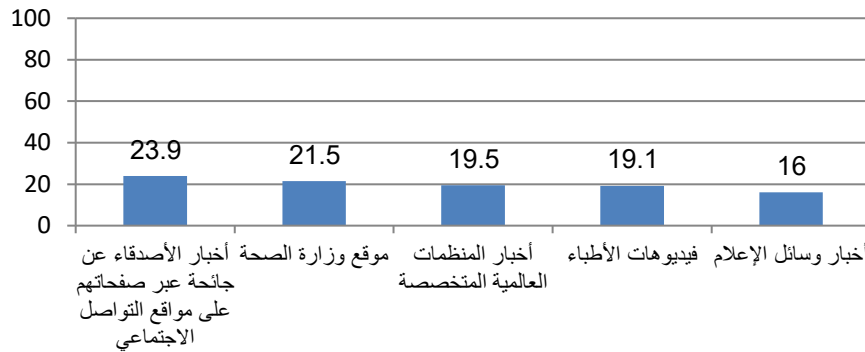
جدول رقم (٤)

طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها العينة في الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا

الوزن	الإجمالي		نادراً		أحياناً		دائماً		التواصل الاجتماعي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٩٠,٨٤	١٠٠	٤٠٠	٤,٤	٩	٢٣,٠	٩٢	٧٤,٨	٢٩٩	الفييس بوك
٤٧,٨٣	١٠٠	٤٠٠	٢٢,٢	٨٩	٣١,٠	١٢٤	٤٦,٨	١٨٧	تويتر
٧١,٨٣	١٠٠	٤٠٠	٢٥,٨	١٠٣	٣٣	١٣٢	٤١,٢	١٦٥	انستجرام
٦٥,٤٨	١٠٠	٤٠٠	٤٧,٥	١٩٠	٨,٥	٣٤	٤٤	١٧٦	يوتيوب

يكشف الجدول السابق عن طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا، وتبين أن موقع الفييس بوك جاء في صدارة مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن الجائحة وذلك بوزن ٩٠.٨٤ درجة، تلاه في الترتيب الثاني موقع تويتر بوزن ٧٤.٨٣ درجة، ثم في الترتيب الثالث جاء موقع اليوتيوب بوزن نسبي ٧١.٨٣ درجة، وفي الترتيب الرابع جاء موقع الانستجرام بوزن نسبي ٦٥.٤٨ درجة.

- المصادر التي تثق فيها عينة الدراسة أكثر والناقلة للمعلومات:



شكل رقم (٩)

المصادر التي تثق فيها عينة الدراسة أكثر والناقلة للمعلومات

يكشف الشكل السابق عن طبيعة المصادر التي تثق فيها عينة الدراسة أكثر والناقلة للمعلومات حول جائحة كورونا، وتبين أن متابعة أخبار الأصدقاء عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في صدارة المصادر للحصول على المعلومات عن الجائحة وذلك بنسبة ٢٣.٩٪ بواقع ٣٦٩ مفردة من إجمالي المصادر، تلاه في الترتيب الثاني موقع وزارة الصحة بنسبة ٢١.٥٪ بواقع ٣٣٢ مفردة من إجمالي السابق، ثم في الترتيب الثالث جاء مصدر أخبار المنظمات العالمية المتخصصة بنسبة ١٩.٥٪ بواقع ٣٠٢ مفردة، وفي الترتيب الرابع جاء مصدر فيديوهات الأطباء بنسبة ١٩.١٪ بواقع ٢٩٦ مفردة، ثم في الترتيب الخامس والأخير جاء أخبار وسائل الإعلام بنسبة ١٦٪ بواقع ٢٤٨ مفردة من إجمالي المصادر.

- المواقع والصفحات التي تتابعها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص الجائحة:

جدول رقم (٥)

المواقع والصفحات التي تتابعها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص الجائحة

الإجمالي		يوتيوب		انستجرام		تويتر		الفييس بوك		مواقع التواصل الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٧,٩	٧٣٣	-	-	٣١,٨	١٥٦	٢٤,٩	٣٥٦	١٣,٥	٢٢١	صفحات/ تغريدات الأطباء
١٧,٨	٧٢٨	٣٩,١	٢٠٩	-	-	٢٢,٨	٣٢٦	١١,٨	١٩٣	منظمة الصحة العالمية
١٦,٦	٦٧٨	٦٠,٩	٣٢٥	٧,١	٣٥	٣,٩	٥٥	١٦,١	٢٦٣	فيديوهات توعية
١٤,٣	٥٨٦	-	-	٢٠,٢	٩٩	١٧,٦	٢٥١	١٤,٤	٢٣٦	صفحات / تغريدات المشاهير
١٤,٢	٥٨٠	-	-	١٨,١	٨٩	١٦,٢	٢٣١	١٥,٩	٢٦٠	صفحات / تغريدات وزارة الصحة والفيديوهات الخاصة بها
٧,٨	٣١٩	-	-	٢٢,٨	١١٢	٧,٤	١٠٦	٦,٢	١٠١	حسابات / تغريدات الأصدقاء
٣,١	١٢٦	-	-	-	-	-	-	٧,٧	١٢٦	فيديوهات من صفحات رسمية
٥,٣	٢١٨	-	-	-	-	٧,١	١٠٢	٧,١	١١٦	أتابع الصفحات الرسمية للدولة
٢,٥	١٠٢	-	-	-	-	-	-	٦,٢	١٠٢	أتابع المجموعات المتخصصة
٠,٥	١٩	-	-	-	-	-	-	١,٢	١٩	أخبار الصحف الإلكترونية

يكشف الجدول السابق عن طبيعة المواقع والصفحات التي تتابعها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص جائحة كورونا، وتبين أن متابعة صفحات/ تغريدات الأطباء عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الصدارة، وكان متابعتهم عبر موقع تويتر في المقدمة تلاه موقع الفيس بوك ثم موقع الانستجرام، وفي الترتيب الثاني جاء متابعة منظمة الصحة العالمية من خلال صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي عن الجائحة، وكانت المتابعة الأكثر عبر موقع تويتر ثم فيديوهاتها عبر موقع اليوتيوب ثم موقع الفيس بوك، وفي الترتيب الثالث جاء متابعة أخبار كورونا عبر فيديوهات التوعية التي تبث عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وإن كان موقع اليوتيوب في المقدمة تلاه موقع الفيس بوك. وكانت أقل المصادر التي يتم متابعة أخبار كورونا عليها عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، فيديوهات من صفحات رسمية عبر موقع الفيس بوك، ثم المتابعة عبر الصفحات الرسمية للدولة وذلك عبر الفيس بوك في المقدمة تلاه تويتر، ثم المتابعة عبر المجموعات

المتخصصة في نشر أخبار كورونا وذلك عبر موقع الفيس بوك فقط، وأخيراً جاء المتابعة من خلال الصحف الالكترونية وذلك عبر موقع الفيس بوك فقط.

- المجالات التي تتابعها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص الجائحة:

جدول رقم (٦)

المجالات التي تتابعها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص الجائحة

مواقع التواصل الاجتماعي	الفيس بوك		تويتر		انستجرام		يوتيوب		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الأخبار الرسمية	٣٦,٨	٢٩٨	١٩,١	١٥٥	١٢,٢	٩٩	٣١,٩	٢٥٨	١٠٠	٨١٠
الفيديوهات الرسمية	٢٩,٦	٢٦٣	٢٤,٩	٢٢١	١١,٤	١٠١	٣٤,١	٣٠٣	١٠٠	٨٨٨
تعليقات الأصدقاء	٤٠,٤	٣٥٨	١١,٥	١٠٢	٣٣,٦	٢٩٨	١٤,٤	١٢٨	١٠٠	٨٨٦
الفيديوهات تتم مشاركتها ونقلها من الأصدقاء	٣٥	٢٥٨	١١,٨	٨٧	٢٥,٣	١٨٧	٢٧,٩	٢٠٦	١٠٠	٧٣٨
حملات التوعية	٢٨,٥	١٨٩	١٦,٥	١٠٩	١٠,٦	١٦	٣٩	٢٥٨	١٠٠	٦٦٢
أخبار المتعافين	٣٠,٦	٢٦٩	٧,٥	٦٦	٣٣,٩	٢٩٨	٢٨,١	٢٤٧	١٠٠	٨٨٠

يكشف الشكل السابق عن طبيعة المجالات التي تتابعها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص الجائحة، وتبين أن متابعة الأخبار الرسمية عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الصدارة وكان المتابعة من خلال مواقعهم عبر الفيس بوك ثم اليوتيوب، ثم التويتر فالانستجرام.

تلاه في الترتيب الثاني الفيديوهات الرسمية عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الصدارة وكان المتابعة من خلال مواقعهم عبر اليوتيوب ثم الفيس بوك ثم التويتر فالانستجرام، وفي الترتيب الثالث جاء متابعة تعليقات الأصدقاء عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الصدارة وكان المتابعة من خلال مواقعهم عبر الفيس بوك ثم الانستجرام ثم تويتر، وفي الترتيب الرابع جاء متابعة الفيديوهات التي يتم مشاركتها ونقلها من الأصدقاء وذلك عبر موقع الفيس بوك في المقدمة، تلاه موقع اليوتيوب، ثم في الترتيب الخامس جاء متابعة حملات التوعية عبر موقع اليوتيوب في المقدمة ثم الفيس بوك، وأخيراً في المرتبة الأخيرة والسادسة جاء متابعة أخبار المتعافين عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وفي مقدمتها جاء موقع الانستجرام ثم موقع الفيس بوك ثم موقع يوتيوب وأخيراً تويتر.

- أهم المعلومات التي تهتم بمتابعتها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٧)

أهم المعلومات التي تهتم بمتابعتها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي

وسائل التواصل الاجتماعي		الفيس بوك		تويتر		انستجرام		يوتيوب		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إحصائيات الإصابة الرسمية والوقاية	٣٠٣	٢٨,١	٢٥٥	٢٣,٦	١٥٢	١٤,١	٣٦٩	٣٤,٢	١٠٧٩	١٠٠	
كيفية الوقاية من الفيروس	١٨٩	٢٢,٦	٢٠٢	٢٤,١	١٢٠	١٤,٣	٣٢٦	٣٨,٩	٨٣٧	١٠٠	
معلومات عن تطور الفيروس	٢٨٩	٢٨,١	٢٩٦	٢٨,٨	٢٣٦	٢٣	٢٠٦	٢٠,١	١٠٢٧	١٠٠	
معلومات عن المصابين وكيفية تعافيمهم	٢٩٨	٣٢,٨	١١٩	١٣,١	١٦٩	١٨,٦	٣٢٢	٣٥,٥	٩٠٨	١٠٠	
معلومات عن الحجر الصحي	٢٩٩	٤١,١	٩٩	١٣,٦	٨٨	١٢,١	٢٤١	٣٣,١	٧٢٧	١٠٠	

يكشف الشكل السابق عن أهم المعلومات التي تهتم بمتابعتها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص الجائحة، وتبين أن متابعة إحصائيات الإصابة الرسمية والوقاية من الفيروس عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الصدارة وكان المتابعة من خلال مواقعهم عبر اليوتيوب ثم الفيس بوك، ثم التويتر فالانستجرام، وفي الترتيب الثاني جاء متابعة كيفية الوقاية من الفيروس عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وكان المتابعة من خلال مواقعهم عبر اليوتيوب ثم تويتر، ثم الفيس بوك فالانستجرام. وفي الترتيب الثالث جاء متابعة معلومات عن تطور الفيروس عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وكان المتابعة من خلال مواقعهم عبر التويتر ثم الفيس بوك، ثم الانستجرام ثم اليوتيوب، وفي الترتيب الرابع جاء متابعة معلومات عن المصابين وكيفية تعافيمهم عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وكان المتابعة من خلال مواقعهم عبر اليوتيوب ثم الفيس بوك، ثم الانستجرام ثم تويتر، وفي الترتيب الخامس والأخير جاء متابعة معلومات عن الحجر الصحي عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وكان المتابعة من خلال مواقع الفيس بوك في المقدمة، تلاه موقع اليوتيوب، ثم موقع تويتر وأخيرًا موقع الانستجرام.

- تأثير عينة الدراسة بعد قراءة معلومات عن جائحة كورونا علي مواقع التواصل الاجتماعي:

تم إعداد مقياس إحصائي عن تأثير عينة الدراسة بالمعلومات عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي تتكون مستوياته مما يلي:

جدول رقم (٨)

مقياس عامًا لتأثير عينة الدراسة بالمعلومات عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مقياس التأثير	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مستوى مرتفع	٢٢٨	٥٧	٢.٥٦	٠.٥١
مستوى متوسط	١٦٨	٤٢		
مستوى منخفض	٤	١		
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠		

يكشف الجدول السابق عن ارتفاع مستوى تأثير عينة الدراسة بالمعلومات المقدمة عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة بنسبة ٥٧٪، تلاه توسط التأثير بنسبة ٤٢٪، وأخيرًا انخفاض مستوى التأثير بنسبة ١٪، وقد تم تكوين المقاييس من ثلاث مقاييس فرعية تمثلوا في قياس التأثيرات السلوكية والمعرفية والوجدانية، ويكشف الجدول التالي تأثير عينة الدراسة بعد قراءة معلومات عن جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٩)

تأثير عينة الدراسة بعد قراءة معلومات عن جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن	الإجمالي		لا أشعر بشيء		أحيانًا		دائمًا		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨٦,٧٥	١٠٠	٤٠٠	٤,٥	١٨	١٧,٥	٧٠	٧٨	٣١٢	الشعور بالخوف والرعب من العدوي
٨٦,٦٢	١٠٠	٤٠٠	٣,٣	١٣	٢٠,٣	٨١	٧٦,٥	٣٠٦	الحصول على معلومات مفيدة
٨٤,٢٥	١٠٠	٤٠٠	٥,٥	٢٢	٤٦,٥	١٨٦	٤٨	١٩٢	إتباع التعليمات بدقة الموجودة بالمنشورات
٨٢	١٠٠	٤٠٠	٨,٥	٣٤	١٩	٧٦	٧٢,٥	٢٩٠	مسئوليتي في حماية نفسي والمحيطين
٨٢	١٠٠	٤٠٠	٢٧	١٠٨	٤٢,٥	١٧٠	٣٠,٥	١٢٢	أثق أكثر في أداء وزارة الصحة كلما تابعت
٨١,٧٥	١٠٠	٤٠٠	٥	٢٠	٢٦,٥	١٠٦	٦٨,٥	٢٧٤	تعلمت كيفية الوقاية
٧١,٢٥	١٠٠	٤٠٠	٣	١٢	٣٠	١٢٠	٦٧	٢٦٨	أشعر باليأس من زوال هذه الجائحة
٥٧	١٠٠	٤٠٠	٣٠	١٢٠	٤٩,٥	١٩٨	٢٠,٥	٨٢	علمت الآخرين كيفية تغيير أسلوب حياتهم

٥٣,٢٥	١٠٠	٤٠٠	٣٣	١٣٢	٣٩,٥	١٥٨	٢٧,٥	١١٠	أشعر بالرضاء التام عن قرارات الحكومة
٥٣	١٠٠	٤٠٠	٢٦	١٠٤	٤١,٥	١٦٦	٣٢,٥	١٣٠	أشعر بالاطمئنان بشكل عام
٥١,٧٥	١٠٠	٤٠٠	٢٦,٥	١٠٦	٤١	١٦٤	٣٢,٥	١٣٠	أشعر بالبلبلة لتضارب المعلومات
٤٧,٢٥	١٠٠	٤٠٠	٣١,٥	١٢٦	٤٠	١٦٠	٢٨,٥	١١٤	أساهم في نشر المعلومات للأخريين
٤٨,٥٠	١٠٠	٤٠٠	١٨	٧٢	٥٠	٢٠٠	٣٢,٠	١٢٨	تغيرت سلوكياتي الصحية

1. **التأثيرات المعرفية Cognitive Effects:** تشتمل على الكشف عن الغموض الناتج عن نقص المعلومات أو عدم كفايتها، وتكوين الاتجاهات، واتساع المعتقدات، وهي التأثيرات التي تم قياسها من خلال مجموعة من العبارات تمثلت في: أن هذه المنشورات قادرة على تزويد عينة الدراسة بالمعلومات الكافية والمفيدة عن فيروس كورونا بوزن نسبي ٨٦.٦٢ درجة، ثم الحرص على إتباع التعليمات بدقة بوزن ٨٤.٢٥ درجة، ثم اكتساب معلومات مفيدة عن كيفية الوقاية من الفيروس بوزن ٨١.٧٥ درجة، ثم الشعور بحدوث بلبلة وتضارب في المعلومات بوزن ٥١.٧٥ درجة.

التأثيرات الوجدانية Affective Effects: التي تتضمن مشاعر الحب والكراهية، إذ تؤثر الرسائل الإعلامية على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، وهي التأثيرات التي تم قياسها من خلال مجموعة من العبارات تمثلت في: الشعور بالخوف والرعب من العدوي بفيروس كورونا بوزن ٨٦.٧٥ درجة، ثم الثقة أكثر في أداء وزارة الصحة كلما تابعت أخبار فيروس كورونا بوزن ٨٢ درجة، ثم الشعور باليأس من زوال هذه الجائحة بوزن ٧١.٢٥ درجة، ثم الشعور بالاطمئنان العام نتيجة متابعة هذه المنشورات بوزن ٥٣ درجة، وتتفق نتيجة الثقة في إجراءات الحكومة "وزارة الصحة" كلما تم متابعة المنشورات مع ما جاء في دراسة (شاهين، ٢٠٢٠م) التي توصلت لوجود علاقة دالة إحصائياً بين درجة الثقة في مصادر المعلومات أثناء أزمة كورونا والبحث عن المعلومات ومشاركتها.

٣. **التأثيرات السلوكية Behavioral Effects:** هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو العاطفية، مثلا نجد أن الناس يمكن أن ترتبط بوجهة نظر أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات كونتها بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال وسائل الإعلام، وهي التأثيرات التي تم قياسها من خلال مجموعة من العبارات تمثلت في: القناعة بمسئولية عينة الدراسة في حماية أنفسهم والمحيطين بوزن ٨٢ درجة، ثم تعليم الآخرين كيفية تغير أسلوب حياتهم بوزن ٥٧ درجة، ثم الشعور بالرضاء التام عن قرارات الحكومة بوزن ٥٣.٢٥ درجة، ثم المساهمة في نشر المعلومات للأخريين بوزن ٤٧.٢٥ درجة، ثم تغيير سلوكياتي الصحية بوزن ٤٨.٥ درجة.

ويتضح من إجابات عينة الدراسة وجود تغيير في سلوكيات صحة الفرد، وهو ما أشارت له دراسة (الحسيني، ٢٠٢٠م) أن أساليب التغطية لجائحة فيروس كورونا كانت بأسلوب تفعيل الإجراءات

الاحترافية والتباعد الاجتماعي، وأهم الأهداف التي ركزت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا في هدف التوعية والتحذير، يليه هدف تفعيل الإجراءات الاحترازية.

المحور الخامس: تقييم عينة الدراسة للأطراف الفاعلة في مواجهة جائحة كورونا التي يتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- اتجاهات عينة الدراسة نحو الأطراف الفاعلة في مواجهة جائحة كورونا:

تم إعداد مقياس إحصائي يقيم اتجاهات عينة الدراسة نحو الأطراف الفاعلة في مواجهة جائحة كورونا التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي تتكون مستوياته مما يلي:

جدول رقم (١٠)

مقياس عامًا لاتجاهات عينة الدراسة للأطراف الفاعلة في مواجهة جائحة كورونا التي يتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مقياس الاتجاهات	
٥٤,٦٨	٠.٣٩	٢.١	٨٢.٥	٣٣٠	متوازن	إجراءات الحكومة
			١٥.٥	٦٢	إيجابي	
			٢	٨	سلبى	
٥٥	٠.٤٢	٢.٢	٨٠.٥	٣٢٢	متوازن	إجراءات مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص
			١٦.٥	٦٦	إيجابي	
			٣	١٢	سلبى	
٥٤,٧٨	٠.٣٣	٢.١	٨٧.٨	٣٥١	متوازن	الإجمالي العام للاتجاهات
			١١.٤	٤٦	إيجابي	
			٠.٨	٣	سلبى	
			١٠٠	٤٠٠	ن	

يكشف الجدول السابق عن تقارب اتجاهات عينة الدراسة نحو تقييم إجراءات الحكومة وكذلك إجراءات مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص، وإن كان الاتجاه الأعلى إيجابياً نحو مؤسسات المجتمع المدني بوزن ٥٥ درجة، تلاه بفارق بسيط إيجابية تقييم إجراءات الحكومة بوزن ٥٤.٦٨ درجة، وكان التقييم العام نحو الإجراءات التي اتبعتها كافة مؤسسات الدولة إيجابياً بوزن ٥٤.٧٨ درجة، أما عن تفاصيل اتجاهات عينة الدراسة نحو تقييم إجراءات الحكومة ومؤسسات المجتمع المدني، فكانت على النحو التالي:

١- تقييم عينة الدراسة لإجراءات الحكومة:

جدول رقم (١١)

اتجاهات عينة الدراسة نحو إجراءات تقييم الحكومة في مواجهة جائحة كورونا

العبارة	موافق جدا		موافق		محايد		معارض		معارض جدا		الإجمالي		الوزن
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
إجراءات تقييم الحكومة													
تقديم الحكومة منح مالية للعمال غير المنتظمة	١٢٢	30.5	100	25.0	177	44.3	-	-	1	.3	٤٠٠	١٠٠	٧١,٣٨
قيام الحكومة بتوفير منافذ لبيع أدوية كورونا للمصابين	٥٩	14.8	189	47.3	148	37.0	2	.5	2	.5	٤٠٠	١٠٠	٦٨,٨١
قيام وزارة الصحة بتخصيص خط ساخن للأمانة العامة للصحة النفسية، لتقديم الدعم النفسي للمواطنين لمواجهة كورونا	١٠٩	27.3	83	20.8	163	40.8	44	11.0	1	.3	٤٠٠	١٠٠	٦٥,٩٤
البيانات التي تصدر عن الحكومة في التعامل مع أزمة كورونا أرقام حقيقية وتعكس الوضع الحالي في مصر	٧٦	19.0	64	16.0	209	52.3	46	11.5	5	1.3	٤٠٠	١٠٠	٦٠
توفير الحكومة مخزون استراتيجي من السلع الغذائية والتونينية	٤٠	١٠	٩١	٢٢.٨	٢٠٢	٥٠.٥	٥١	١٢.٨	١٦	٤	٤٠٠	١٠٠	٥٥,٥٠
توفير الحكومة أماكن لإجراء الفحوصات والتحاليل والمسحات للمواطنين	٤٣	١٠.٨	٨١	٢٠.٣	٢١٧	٥٤.٣	٣١	٧.٨	٢٨	٧	٤٠٠	١٠٠	٥٥
قيام الحكومة بتقليل عدد الموظفين والعمل الإلكتروني من المنزل	٤١	١٠.٣	٥١	١٢.٨	٢٦٣	٦٥.٨	-	-	٤٥	١١.٣	٤٠٠	١٠٠	٥٢,٦٩
تجهيز الحكومة مستشفيات للعزل بكل محافظة	١٨	٤.٥	٥٠	١٢.٥	٢٤٤	٦١	٦٠	١٥	٢٨	7	٤٠٠	١٠٠	٤٨,١٣
توفير الحكومة مستلزمات التعقيم والوقاية في الأسواق من كمادات وكحول بأسعار زهيدة	٣٤	٨.٥	٧٩	١٩.٨	١٦٨	٤٢	٥٧	١٤.٢	٦٢	١٥.٥	٤٠٠	١٠٠	٤٧,٨٨
إقرار الحكومة إجازة مدفوعة للمرأة وذوي الأمراض المزمنة	١٥	٣.٨	٨٨	٢٢	١٨١	٤٥.٣	٦١	١٥.٣	٥٥	١٣.٨	٤٠٠	١٠٠	٤٦,٦٩
المنظومة الإعلامية الحكومية تعاملت بوعي شديد في تغطية أزمة كورونا وتوعية المواطنين	٢٢	٥.٥	٦٧	١٦.٨	٨٦	٢١.٥	١٦٦	٤١.٥	٥٩	١٤.٨	٤٠٠	١٠٠	٤٤,١٩
قيام الحكومة بتعقيم وتطهير وسائل النقل والمؤسسات الحكومية والجامعات	٥	١.٣	٤٨	١٢	٢٠٦	٥١.٥	٦٤	١٦	٧٧	١٩.٣	٤٠٠	١٠٠	٤٠

يكشف الجدول السابق عن ترتيب تقييم عينة الدراسة للإجراءات التي اتخذتها الحكومة، فكان التقييم العام إيجابيا نحو مؤسسة الحكومة في تقديم منح مالية للعمال غير المنتظمة بوزن ٧١.٣٨ درجة، تلاه قيام الحكومة بتوفير منافذ لبيع أدوية كورونا للمصابين بوزن ٦٨.٨١ درجة، ثم تقييم قيام وزارة الصحة بتخصيص خط ساخن للأمانة العامة للصحة النفسية، لتقديم الدعم النفسي للمواطنين لمواجهة كورونا بوزن ٦٥.٩٤ درجة، وكانت أقل الإجراءات تقييما هو إقرار الحكومة إجازة مدفوعة للمرأة وذوي الأمراض المزمنة بوزن ٤٦.٦٩ درجة، تلاه تعامل المنظومة الإعلامية الحكومية بوعي شديد في تغطية أزمة كورونا وتوعية المواطنين بوزن ٤٤.١٩ درجة، وأخيرا قيام الحكومة بتعقيم وتطهير وسائل النقل والمؤسسات الحكومية والجامعات بوزن ٤٠ درجة.

وقد أشارت دراسة (عجوة، ٢٠٢٠م) إلى أنه تم استخدام استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في غالبية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة بهدف توضيح إجراءات الاستعداد للتعامل مع الأزمة، تلاها استراتيجية الطمأنة للتأكيد على عدم رصد أي حالات مصابة بمصر، ثم استراتيجية التحذيرات من المخاطر، كما احتلت استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية المرتبة الأولى في مرحلة الأحداث الأولية للأزمة، تلاها استراتيجية تخفيض الغموض، ثم استراتيجية ترويج السلوكيات الفعّالة، تلا ذلك استراتيجية الطمأنة، كما تم استخدام استراتيجية تصحيح الشائعات وسوء الفهم في هذه المرحلة وما قبل الأزمة بنسبة أكبر من مرحلة الأزمة؛ وهو ما يشير إلى زيادة الشائعات نتيجة الغموض مع اندلاع الأزمة.

أما في مرحلة الأزمة، فقد غلب استخدام استراتيجية تخفيض الغموض؛ حيث احتلت المرتبة الأولى من خلال نشر تقارير الحالات اليومية بانتظام بأعداد حالات الإصابة والوفاة والشفاء، وتعريف الجمهور بمصادر المعلومات الرسمية، ودعوة الجمهور لطرح استفساراتهم، تلاها استراتيجية ترويج السلوكيات الفعّالة في المركز الثاني، وهو ما يشير إلى أن توعية الجمهور بالسلوكيات الفعّالة التي يجب الالتزام بها للوقاية من الوباء وعدم الإضرار بالآخرين تعد هدفاً أساسياً أثناء مرحلة الأزمة، تلاها استراتيجية تقديم النصائح.

٢- تقييم عينة الدراسة لإجراءات مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص:

جدول رقم (١٢)

اتجاهات عينة الدراسة نحو إجراءات تقييم مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص في مواجهة جائحة كورونا

إجراءات تقييم مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص													
الوزن	الإجمالي		معارض جدا		معارض		محايد		موافق		موافق جدا		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٣,٠٦	١٠٠	٤٠٠	٥,٨	٢٣	٦,٥	٢٦	٣١	١٢٤	٤٣,٤	١٧٣	١٣,٥	٥٤	تقديم مؤسسات المجتمع المدني المستلزمات الطبية والملابس الوقائية الخاصة بالأطباء والمرضى بمستشفيات العزل والحجر الصحي والحمايات على مستوى الجمهورية
٥٩	١٠٠	٤٠٠	٢,٨	١١	٤,٥	١٨	٥٤,٨	٢١٩	٣٠,٠	١٢٠	٨,٠	٣٢	قيام مؤسسات المجتمع المدني وبنك الطعام المصري بحملة لدعم العمالة اليومية من خلال توزيع ٥٠٠ ألف كرتونة طعام كدعم غذائي
٥٧,٥٠	١٠٠	٤٠٠	٦,٨	٢٧	٨	٣٢	٤٣,٣	١٧٣	٣٢,٥	١٣٠	٩,٥	٣٨	تقديم العديد من الشركات ومؤسسات المجتمع المدني تبرعات مالية لوزارة الصحة لمواجهة فايروس كورونا
٥٧,٤٣	١٠٠	٤٠٠	٦,٠	٢٤	١٦,٣	٦٥	٣٥,٧	١٤٣	٢٦	١٠,٤	١٦,٠	٦٤	وضع المستشفيات الخاصة تحت تصرف

وزارة الصحة لمواجهة كورونا													
٥٣,٥٠	١٠٠	٤٠٠	٧,٨	٣١	١٣,٥	٥٤	٤٦,٠	١٨٤	٢٢,٥	٩٠	١٠,٣	٤١	المنظومة الإعلامية الخاصة تعاملت بوعي شديد في تغطية أزمة كورونا وتوعية المواطنين
٣٩,٥٠	١٠٠	٤٠٠	٢,٠	٨	٦٥,٥	٢٦	٦,٠	٢٤	٢٥,٥	١٠,٢	١,٠	٤	قيام القطاع الخاص بصرف المرتبات للموظفين كاملة بدون أى خصم

يكشف الجدول السابق عن ترتيب تقييم عينة الدراسة للإجراءات التي اتخذتها مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص، فكان التقييم العام إيجابياً نحو تقديم مؤسسات المجتمع المدني المستلزمات الطبية والملابس الوقائية الخاصة بالأطباء والممرضين بمستشفيات العزل والحجر الصحي والحمايات على مستوى الجمهورية بوزن ٦٣.٠٦ درجة، تلاه قيام مؤسسات المجتمع المدني وبنك الطعام المصري بحملة لدعم العمالة اليومية من خلال توزيع ٥٠٠ ألف كرتونة طعام كدعم غذائي بوزن ٥٩ درجة، وكانت أقل الإجراءات تقييماً هو قيام القطاع الخاص بصرف المرتبات للموظفين كاملة بدون أى خصم بوزن ٣٩.٥ درجة.

الجزء الثاني: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول: يؤثر كثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهاتهم نحو متابعة أخبار فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتائجه كما يلي:

جدول رقم (١٣)

يؤثر كثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهاتهم نحو متابعة أخبار فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير التابع	R ² معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
متابعة أخبار فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٤٩	٩٥.١٥	٠.٠٠٠٠١	الثابت (Constant)	١,٧٨٥	٠.٠٠٠٠١
				كثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي	٠,٠١٣	٠.٠٠٠٠١

وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين يؤثر كثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهاتهم نحو متابعة أخبار فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبلغ معامل التحديد (R²=0.49)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي) يفسر حوالي ٤٩٪ من التغيرات التي تحدث من حيث متابعة أخبار فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠.٠٥، وبلغت قيمتها (٠.٠٠٠٠١)، وكانت قيمة ف (٩٥.١٥)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 1.78 + (0.013) * \text{متابعة أخبار فيروس كورونا}$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى ارتفاع متابعة أخبار فيروس كورونا بمقدار ($B=0.13$)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية القوة نوعاً ما بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.706) وذلك عند مستوى معنوية (0.0001)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة كلما ارتفع استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي كلما ساعد ذلك على ارتفاع مستوى متابعة أخبار فيروس كورونا.

الفرض الرئيسي الثاني: هناك علاقة بين دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة في المعلومات الواردة من المصادر المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٤)

يوضح العلاقة الارتباطية بين دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة في المعلومات الواردة من المصادر المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي		المقاييس
مستوى المعنوية	قيمة معامل الارتباط بيرسون	
0.0001	0.494	مستوى الثقة في المعلومات

يكشف التحليل الإحصائي عن وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة في المعلومات الواردة من المصادر المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك عند مستوى معنوية (0.0001) وكانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.494)، وهي علاقة متوسطة القوة، طردية الاتجاه، بمعنى أنه كلما ارتفع مستوى دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي كلما ارتفع مستوى الثقة في المعلومات الواردة من المصادر المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرئيسي الثالث: هناك علاقة بين كثافة متابعة عينة الدراسة لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثرهم بالمعلومات التي يقرأونها عبر هذه المنشورات.

جدول رقم (١٥)

يوضح العلاقة الارتباطية بين كثافة متابعة عينة الدراسة لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثرهم بالمعلومات التي يقرأوها عبر هذه المنشورات

تأثرهم بالمعلومات التي يقرأوها عبر هذه المنشورات		المقاييس
مستوى المعنوية	قيمة معامل الارتباط بيرسون	
0.352	0.049	كثافة متابعة

يكشف التحليل الإحصائي عن وجود علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة عينة الدراسة لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثرهم بالمعلومات التي يقرأونها عبر هذه المنشورات وذلك عند مستوى معنوية (0.352) وكانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.049)، وهي علاقة ضعيفة القوة، طردية الاتجاه، بمعنى أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة الشباب المصري لمنشورات

فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي كلما ارتفع مستوى تأثرهم بالمعلومات التي يقرأونها عبر منشورات مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرئيسي الرابع: تؤثر دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى تقييم إجراءات مؤسسات الدولة (الحكومة- المجتمع المدني).

ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتأجه كما يلي:

جدول رقم (١٦)

تؤثر دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الثقة في تقييم الأطراف الفاعلة في مواجهة فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الحكومة- المجتمع المدني)..

المتغير المستقل	R ² معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير التابع	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
دوافع جمهور الشباب المصري	٠.٠٧٧	٣٤.١٦	٠.٠٠٠١	الثابت (Constant)	١٠١,٤٣٢	٠.٠٠٠١
				تقييم الحكومة	٠,٤٠٥	٠.٠٠٠١
الشباب المصري	٠.١٠٦	٤٤.٧٦	٠.٠٠٠١	الثابت (Constant)	١٠٢,٣٥٩	٠.٠٠٠١
				تقييم المجتمع المدني	٠,٤٢٢	٠.٠٠٠١

- الفرض الفرعي الأول: تأثير دوافع استخدام جمهور الشباب المصري لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم إجراءات الحكومة في مواجهة فيروس كورونا:

وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير دوافع استخدام الشباب المصري لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم إجراءات الحكومة في مواجهة فيروس كورونا، وبلغ معامل التحديد (R² = 0.077)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (دوافع استخدام جمهور الشباب المصري) يفسر حوالي ٧.٧٪ من التغيرات التي تحدث على تقييم إجراءات الحكومة، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠.٠٥٠، وبلغت قيمتها (٠.٠٠٠١)، وكانت قيمة ف (٤٤.٧٦)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 102.539 + (0.422) * \text{تقييم إجراءات الحكومة}$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع دوافع استخدام جمهور الشباب المصري لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى ارتفاع تقييم إجراءات الحكومة بمقدار (B=0.405)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (٠.٢٨١) وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠١)، وهو ما

يعني أن عينة الدراسة كلما ارتفع لديها مستوى دوافع استخدام هذه الصفحات يدل ذلك على زيادة احتمالية التقييم الإيجابي لإجراءات الحكومة.

- **الفرض الفرعي الثاني: تأثير دوافع استخدام جمهور الشباب المصري لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم إجراءات المجتمع المدني في مواجهة فيروس كورونا:**

- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير دوافع استخدام الشباب المصري لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تقييم إجراءات المجتمع المدني في مواجهة فيروس كورونا، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.106$)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (دوافع استخدام جمهور الشباب المصري) يفسر حوالي ١٠.٦٪ من التغيرات التي تحدث على تقييم إجراءات المجتمع المدني، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠.٠٥٠، وبلغت قيمتها (٠.٠٠٠٠٠١)، وكانت قيمة ف (٢٧.٥)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 42.75 + (0.445) * \text{تقييم إجراءات المجتمع المدني}$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع دوافع استخدام جمهور الشباب المصري لمنشورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى ارتفاع تقييم إجراءات المجتمع المدني بمقدار ($B = .422$)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (٠.٣٢٦) وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠٠١)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة كلما ارتفع لديها مستوى دوافع استخدام منشورات فيروس كورونا يدل ذلك على زيادة احتمالية التقييم الإيجابي لإجراءات المجتمع المدني.

خاتمة الدراسة:

فيما يلي نستعرض أبرز النتائج التي كشفت عنها الدراسة الحالية:

- تبين ارتفاع مستوى تأثر عينة الدراسة بالمعلومات المقدمة عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في مقدمة التأثيرات المعرفية أن هذه المنشورات تزودهم بالمعلومات الكافية والمفيدة عن فيروس كورونا، ثم الحرص على اتباع التعليمات بدقة ثم اكتساب معلومات مفيدة عن كيفية الوقاية من الفيروس، وجاءت التأثيرات السلوكية في المرتبة الأولى القناعة بمسئولية عينة الدراسة في حماية أنفسهم والمحيطين، ثم تعليم الآخرين كيفية تغيير أسلوب حياتهم، في حين تمثلت التأثيرات الوجدانية في الشعور بالخوف والرعب من العدوي بفيروس كورونا في المرتبة الأولى وتلاه الثقة أكثر في أداء وزارة الصحة كلما تابعت أخبار فيروس كورونا وفي المرتبة الأخيرة الشعور بالأطمئنان العام نتيجة متابعة هذه المنشورات.

- تبين أن أهم المعلومات التي تهتم بمتابعتها عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص الجائحة جاء في الصدارة متابعة إحصائيات الإصابة الرسمية والوقاية من الفيروس عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت المتابعة من خلال مواقعهم عبر اليوتيوب ثم الفيس بوك، ثم التويتر فالانستجرام، وفي الترتيب الثاني جاء متابعة كيفية الوقاية من الفيروس عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مواقعهم عبر اليوتيوب ثم تويتتر، ثم الفيس بوك فالانستجرام، وفي الترتيب الثالث جاء متابعة معلومات عن تطور الفيروس عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وكان المتابعة من خلال مواقعهم عبر تويتتر ثم الفيس بوك، ثم الانستجرام ثم اليوتيوب.
- تبين أن متابعة الأخبار الرسمية عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الصدارة وكانت المتابعة من خلال مواقعهم عبر الفيس بوك ثم اليوتيوب، ثم التويتتر فالانستجرام، تلاه الفيديوهات الرسمية عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الصدارة وكانت المتابعة من خلال مواقعهم عبر اليوتيوب ثم الفيس بوك ثم التويتتر فالانستجرام، وفي المرتبة الثالثة جاء متابعة تعليقات الأصدقاء عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الصدارة وكانت المتابعة من خلال مواقعهم عبر الفيس بوك ثم الانستجرام ثم الانستجرام ثم تويتتر.
- جاءت اتجاهات عينة الدراسة إيجابيا نحو الأطراف الفاعلة في مواجهة كورونا في المرتبة الأولى نحو مؤسسات المجتمع المدني ثم إجراءات الحكومة، وجاءت الإجراءات التي اتخذتها الحكومة في تقديم منح مالية للعمال غير المنتظمة، تلاه قيام الحكومة بتوفير منافذ لبيع أدوية كورونا للمصابين، وكانت أقل الإجراءات تقييما هو إقرار الحكومة إجازة مدفوعة للمرأة وذوى الأمراض المزمنة وفي المرتبة الأخيرة قيام الحكومة بتعقيم وتطهير وسائل النقل والمؤسسات الحكومية والجامعات، وجاء في مقدمة الإجراءات التي اتخذتها مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص تقديم المستلزمات الطبية والملابس الوقائية الخاصة بالأطباء والمرضى بمستشفيات العزل والحجر الصحي والحميات على مستوى الجمهورية، تلاه قيام مؤسسات المجتمع المدني وبنك الطعام المصري بحملة لدعم العمالة اليومية وفي المرتبة الأخيرة قيام القطاع الخاص بصرف المرتبات للموظفين كاملة بدون أى خصم.

التوصيات:

١. ضرورة إعداد دراسات تتبعية ميدانية على الفئات العمرية المختلفة للجمهور المصري، وخاصة الطفولة، للتعرف على مدى تأثيرهم بالتغطيات الإعلامية للفيروس وتعزيز الوعي الصحي لديهم.

٢. إعداد دراسات تجريبية على المحتوى الإعلامي المرتبط بالتوعية الصحية بشكل عام وبفيروس كورونا بشكل خاص على كافة الفئات العمرية والنوعية بهدف التعرف على تأثيرات الإعلام عليهم.

٣. عقد مجموعات نقاش مركزة مع الفئات النوعية والعمرية والتعليمية المختلفة؛ لمعرفة أثر الجائحة على تشكيل الصورة الذهنية لديهم عن الأداء الحكومي وغير الحكومي.

٤. إعداد دراسات تحليلية للمحتوى الرسمي والإخباري المرتبط بجائحة كورونا وتحليل أدوار الجهات الفاعلة في هذه المنشورات، كما يكون هناك مقارنة بين الدور الرسمي المصري والإخباري والأجنبي في مواجهة هذه الجائحة.

مراجع البحث:

استخدمت الباحثة نظام التوثيق الخاص بالجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA) الإصدار السادس، في عرض المراجع بحيث يشير الإسم إلى المؤلف، ثم سنة النشر.

أولاً: المراجع العربية:

١. إبراهيم، أيمن (٢٠٢١م). "دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا: دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد ٥٤، ع ٣.
٢. أشرف، جيهان (٢٠٢٠م). تعرض طلاب الجامعات المصرية للشائعات والأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها عليهم: دراسة ميدانية، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنوفية).
٣. الحديدي، منى (٢٠١٨م). *الإعلام ومواجهة الأزمات Society & Media Arab*، العدد ٢٥، ص ١.
٤. الحسيني، زينب (٢٠٢٠م). المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا "دراسة تحليلية". *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥، الجزء ٤، ٢٠٢٠.
٥. الحمداني، على رجب (٢٠١١م). "تغطية الأزمة المالية العالمية في الصحف العربية: دراسة تحليلية لصفح الرأي الأردنية والزمان العراقية والبيان الإماراتية، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن)، ص ٢٣.
٦. الزعبي، عرين (٢٠٢٠م). تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية: دراسة ميدانية، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ع ١١٤، المجلد ٣.
٧. السيسي، سارة حمزة (٢٠١٥م). معالجة الصحف المصرية لأنفلونزا الطيور والخنازير - دراسة تحليلية، مقارنة، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر)، ص ٣.
٨. الشريتي، ولاء فايز (٢٠٢٠م). دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد ٥٤، ع ٣.
٩. الصعيدي، طارق (٢٠٢٠م). اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر: دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، ع ٥٤٤، الجزء ٤.
١٠. الطرابيشي، ميرفت والسيد، عبد العزيز (٢٠٠٩). *نظريات الاتصال*، (القاهرة: دار النهضة العربية)، ص ٢٥١.
١١. العطار، هبة (٢٠٢١م). دور وسائل الاعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمواجهة الأزمات الصحية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ع ١٤، المجلد ٢٠.
١٢. المحمدي، سماح (٢٠٢١م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد ٥٦، العدد ٥.

١٣. أمدي، عمر (٢٠٢٠م). التناول الإعلامي لجائحة كوفيد-١٩ في الصحافة الرقمية المغربية بين التوعية والتهويل: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ١٣ع.
١٤. بسبوني، إبراهيم (٢٠٢٠م). الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية - دراسة تحليلية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد ٥٥، الجزء ٤.
١٥. حبيب، أبوبكر (٢٠٢١م). معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ١ع، المجلد ٢٠.
١٦. حسن، حسين خليفة (٢٠٢٠م). التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع ٢٩، الجزء ١.
١٧. درويش، عيسى بونس (٢٠٢٠م)، اعتماد الشباب الجامعي السوري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية في المنطقة العربية: دراسة ميدانية، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة).
١٨. دسوقي، سارة (٢٠٢٠م). اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع ٢٩، الجزء ١.
١٩. شاهين، إيمان صادق (٢٠٢٠م). العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالي للجمهور المصري في أثناء أزمة فيروس كورونا، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد ٢٩، الجزء ٢.
٢٠. شاهين، دعاء (٢٠٢١م). مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-١٩)، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ع ١٤، المجلد ٢٠.
٢١. صالح، هبة (٢٠٢١م). فاعلية وسائل الإعلام (الحديثة والقديمة) كمصدر للمعلومات الصحية للجمهور المصري خلال أزمة فيروس كورونا. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد ٥٦، العدد ٥.
٢٢. صلاح، راشد (٢٠٢١م). دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية "دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية*. جامعة الأزهر، المجلد ٥٦، الجزء ٣، ٢٠٢١.
٢٣. صلاح، رباب (٢٠٢٠م). تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا (كوفيد-١٩) في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد ٥٥، الجزء ٤.
٢٤. صلاح، هبة (٢٠١٩م). دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس).
٢٥. عاشور، وليد محمد (٢٠٢٠م). تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا "دراسة ميدانية"، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ١٤، المجلد ٣.
٢٦. عبد الحافظ، نادية (٢٠٢٠م). اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، ع ٥٤، الجزء ٤.
٢٧. عبد الحليم، محمود محمد (٢٠٢٠م). اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية: جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩) نموذجًا، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع ٢٩، الجزء ٢.
٢٨. عبد اللطيف، مروى (٢٠٢٠م). استخدام المراهقين المكفوفين وضعاف البصر لبرامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال وعلاقته بالتمكين الثقافي لديهم- دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الإنترنت، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥، الجزء ٦.
٢٩. عبد المجيد، ليلي ومكاوي، حسن عماد (٢٠٠٩م). "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، ط٨ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص ٣١٤.
٣٠. عبد المعطي، نهى السيد (٢٠١٧م). اتجاهات النخبة المصرية نحو تأثير الإعلام الجديد على القرار السياسي في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام).
٣١. عوجة، نرمين علي (٢٠٢٠م). استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد ٥٤، الجزء ٤.

٣٢. عديل، سارة (٢٠١٩م). علاقة استخدام المراهقين المصريين والفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي بثقافة الحوار لديهم: دراسة مقارنة، (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس).
٣٣. عصام، إيمان (٢٠٢٠م). اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام أثناء الأزمات، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ٤٤، المجلد ١٩.
٣٤. عقل، نشوة (٢٠٢٠م). التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، ٥٤ع، الجزء ٤.
٣٥. عكاشة، رضا (٢٠٠٦م). "تأثيرات وسائل الإعلام.. من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة"، ط١ (القاهرة: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع)، ص ٢٠٩-٢١١).
٣٦. علة، عيشة (٢٠٢٠م). دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-١٩) دراسة ميدانية، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ١١ع، المجلد ٣.
٣٧. عمران، أحمد (٢٠٢٠م). "دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بالمخاطر المجتمعية لجائحة كورونا: دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد ٥٥، الجزء ٤.
٣٨. محمد، شيماء (٢٠١٨م). الاتصال التفاعلي عبر الهواتف الذكية: دراسة لعينة من جمهور المستخدمين، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية البنات، جامعة عين شمس).
٣٩. محمد، هاجر محمود (٢٠٢٠م). استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ٢٩ع، الجزء ٢.
٤٠. مراد، بسنت (٢٠٢٠م). تفاعل الجمهور المصري حول أزمة فيروس "كورونا" عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ٣ع، المجلد ١٩.
٤١. مكاوي، حسن عماد (٢٠٠٥م). "الإعلام ومعالجة الأزمات" (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص ١٤٦.
٤٢. مكاوي، حسن عماد (٢٠١٢م). نظريات الإعلام، ط٢ (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع)، ص ١٦٣.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Anjum, Zia., & Michele, Martin (2014). Transnational Television and Pakistani Diaspora in Canada: "Uses and Gratification" Approach, **International Journal of Research (IJR)**, Vol-1, Issue-6, July. P 18.
2. Bol, Domien., et al (2020). The effect of COVID-19 lockdowns on political support: Some good news for democracy?, **European Journal of Political Research**, pp. 1-13.
3. CL, Kellow. and Steeves HL, (1998) " The Role of Radio in the Rwandan Genocide", **Journal of Communication**, Vol. 48, No 3, pp 107-128.
4. Devine, Daniel., et.al (2020), Trust and the Coronavirus Pandemic: What are the Consequences of and for Trust? An Early Review of the Literature, **Political Studies Review**, vol.1.
5. Elavarasan, [Rajvikram.](#), and Pugazhendhi, [Rishi](#) (2020), Restructured Society and environment :Areview on potential technological strategies to control the covid -19 pandemic ,**science of the total Environment**. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7180041/>
6. Filak, Vincent (2014). A uses-and-gratifications study of student journalists' use of social media, **College Media Review Research Annual**, Vol 51.

7. Fletcher, Richard.,et.al.(2020), Trust in UK Government and News Media COVID19 Information Down, **Concerns over Misinformation from Government and Politicians.** <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/trust-uk-government-and-newsmedia-covid-19-information-down-concerns-over-misinformation>
8. Liao, Qiuyan., et.al (2020), Public Engagement and Government Responsiveness in the Communications About COVID-19 During the Early Epidemic Stage in China: Infodemiology Study on Social Media Data, **JOURNAL OF MEDICAL INTERNET RESEARCH**, vol. 22 | iss. 5 | e18796
9. Lim, Vanessa., et al.(2020), Public perceptions of COVID-19 and behaviour change, Government trust, perceptions of COVID-19 and behaviour change: cohort surveys, Singapore, **Bulletin of the World Health Organization.**
10. Park, Sungkyu., et. Al(2020). Risk Communication in Asian Countries: COVID-19 Discourse on Twitter. https://www.researchgate.net/publication/342377914_Risk_Communication_in_Asian_Countries_COVID-19_Discourse_on_Twitter
11. Singha, Lisa., Bansala, Shweta., Bodea, Leticia., Budakb, Ceren., Chic, Guangqing., Kawintiranona, Kornraphop., Paddena, Colto., Vanarsdalla, Rebecca., Vragad, Emily., and Wanga, Yanchen.(2020), Afirst look at covid-19, Information and misinformation sharing on Twitter :**apaper presented to University of Minnesoto.**
12. Thi Li, Huong., et al (2020). Demand for health information on COVID-19 among Vietnamese, **International Journal of Environmental Research and Public Health**, V (17), N (12), PP 1-12.
13. Warhol, Andy (2009). **Late-Night Talk Shows: Why People Watch and What They Seek to Gain.** P 7.

The Use of Egyptian Youth of Social Media and its Relationship on their knowledge and Attitudes Towards Corona Virus

Dr. Maha Medhat Mohamed Kamal

maha.kamal@must.edu.eg

Assistant Professor of journalism,

Department of Journalism,

College of Mass Media & Communication Technology,

Misr University for Science and Technology

Abstract

The study aimed to find out the extent of Egyptian youth dependence and using of social media networks and their role in educating them about the dangers of the emerging corona virus, and to what extent this had an impact on the awareness, knowledge and attitudes of Egyptian youth towards the emerging corona virus, and to identify the youth's attitudes towards the active parties, based on an available deliberate sample of about 400 persons, only from Egyptian youth aged between 18 to 35 years old, and the form was distributed electronically in the period from 1/12/2020 until 1/2/2021.

The results of the study revealed that the study sample was highly affected by the information provided on the pandemic through social media, and the rate of youth's use of social networks increased and considered them the main source of information about the pandemic. The results also revealed the increasing follow-up of young people to official news about the pandemic through their pages on social media. The official videos are followed by the doctors' pages and tweets about the pandemic, then the pages of the World Health Organization, and the trends of the study sample were positive towards the active parties who are in the face of Corona, where the civil society institutions came in the first place, then the government actions.

Keywords: Egyptian Youth - Social Media - Corona Virus.

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, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It 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