

مجلة

مجلة العلاقات العامة

Journal of
PR
Middle East
research

الشرق الأوسط



معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧

معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ = ١,٥٦٩

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٤ = Q1 ١.٧٥

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثانية عشرة - العدد الرابع والخمسون - الجزء الثاني - أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٢٤

بحوث باللغة العربية:

- توظيف الشركات لاستراتيجية الخوف من فوات الفرص الشرائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لمنتجاتها: دراسة تحليلية مقارنة لشركات السيراميك المصرية والمتعددة الجنسيات
د. سارة عبد الفتاح السيد (جامعة الأزهر)
ص ٣٨٩ ...
- واقع صحافة الفيديو الرقمية بمواقع الصحف الإلكترونية واتجاهات طلاب الإعلام التربوي نحوها: دراسة تطبيقية
د. هناء محمد عبد المقصود عون (جامعة كفر الشيخ) ... ص ٤٤١
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩: دراسة ميدانية على مجتمع جامعة أم القيوين
د. عهد ماهر موسى أبو دراز (جامعة أم القيوين) ... ص ٤٩٣
- استخدام تطبيقات التسويق الرقمي لتحليلات البيانات الضخمة وعلاقته ببناء الثقة في المنتجات لدى المستخدمين
د. حسن فراج حسن فراج (جامعة عين شمس) ... ص ٥٢٣
- تقديم الهوية الذاتية لذوي الإعاقة البصرية عبر المنصات الرقمية
صفية سعد سعد آل جماح الشمراني (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ٥٨٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة EPRA

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٤ APRA @

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.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.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

أستاذ العلاقات العامة المشارك ووكيل كلية الإعلام

جامعة السويس

مدقق اللغة الإنجليزية

أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزعبي

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 المتفرغ 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 المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

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

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة ووكيل الأسبق 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 الأسبق 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 والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص 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 وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (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، سواء 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)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٠١٩ / ٢٤٢٨٠

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

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

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 0114 -15 -14 -157 - (+2) - 0114 -15 -14 -151 - (+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 النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.
- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
 - 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.
 - تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
 - تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل 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 ببنت (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 فببنت (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، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريون والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل 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 على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنهماً 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 جنيه للمصريين ولغير المصريون ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريون ١٨٠ \$.
- على ٨ صفحات.
- يتم 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 المصريون 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 جنيه 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 صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg أو البريد الإلكتروني لرئيس 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 وخمسون عددًا بانتظام، 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 نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٤م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، بمعامل تأثير = ١,٧٥، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١,٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات 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 - إثراء للعلوم والثقافة - معرفة - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الرابع والخمسين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم جزأين منشورًا بهما بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المشاركين والمساعدین. ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بالجزء الأول بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مشتركًا من كلية ليوا بأبوظبي مقدّم من: أ.د. عبد الملك ردمان الدناني، من اليمن، د. خالد عبد الله أحمد درار، من السودان، د. عمر بن عمر من تونس، تحت عنوان: "التأهيل الأكاديمي في مجال العلاقات العامة بالجامعات العربية: دراسة تطبيقية على عينة من الخطط الدراسية لبرامج بكالوريوس العلاقات العامة". ومن المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق قدّمت: أ.م.د. رشا عبد الرحمن حجازي إبراهيم، من مصر، دراسة بعنوان: "اتجاه الجمهور المصري نحو استخدام التسويق بالفيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على السلوك الشرائي: دراسة في إطار نظرية ثراء الوسيلة".

ومن جامعة بورسعيد قدّمت: أ.م.د. سلوى علي إبراهيم الجيار، من مصر، بحثًا بعنوان: "أثر تعرض أطفال ما قبل المدرسة للعبة عالم الإنترنت في تنمية بعض مفاهيم الأمن الرقمي لديهم: دراسة في إطار استخدام والدتهم لمنصة صنف".

ومن جامعة طنطا قدّمت أ.م.د. أميرة صابر محمود أحمد محمدین، من مصر، دراسة بعنوان: "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج البرامج التليفزيونية".

وقدّم د. عبد الرحمن بن إبراهيم الجاهلي من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، من السعودية، دراسة ميدانية بعنوان: "تعرض الشباب السعودي للإعلانات الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية مطبقة على طلبة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية". وأخيرًا بالجزء الأول من المجلة قدّمت: د. إيمان سيد أحمد السيد موسى، من جامعة عين شمس، من مصر، دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة على اتجاهات المستهلكين نحو الإعلان عبر تقنية البودكاست وعلاقتها باستجابتهم السلوكية: دراسة ميدانية على جيل Millennial في مصر". أما البحوث الواردة بالجزء الثاني بهذا العدد من المجلة فنجد بحثًا مشتركًا من جامعة الأزهر، قدّمته كل من: د. ساره عبدالفتاح السيد، من مصر، د. هيام سعد أبو الفتوح طلخان، من مصر، بعنوان: "توظيف الشركات لاستراتيجية الخوف من فوات الفرص الشرائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لمنتجاتها: دراسة تحليلية مقارنة لشركات السيراميك المصرية والمتعددة الجنسيات". ومن جامعة كفر الشيخ قدّمت: د. هناء محمد عبد المقصود عون، من مصر، دراسة تطبيقية بعنوان: "واقع صحافة الفيديو الرقمية بمواقع الصحف الإلكترونية واتجاهات طلاب الإعلام التربوي نحوها".

وقدّم د. عهد ماهر موسى أبودراز، من فلسطين، من جامعة أم القيوين، بحثًا بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩: دراسة ميدانية على مجتمع جامعة أم القيوين". أما د. حسن فراج حسن فراج، من مصر، من جامعة عين شمس، قدّم بحثًا بعنوان: "استخدام تطبيقات التسويق الرقمي لتحليلات البيانات الضخمة وعلاقته ببناء الثقة في المنتجات لدى المستخدمين".

وأخيرًا بالجزء الثاني من المجلة قدّمت: صافية سعد سعد آل جماح الشمراي، من جامعة الملك عبد العزيز، من السعودية، دراسة بعنوان: "تقديم الهوية الذاتية لذوي الإعاقة البصرية عبر المنصات الرقمية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا 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.

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

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع
في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩:
دراسة ميدانية على مجتمع جامعة أم القيوين (*)**

إعداد

د. عهد ماهر موسى أبو دراز (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ١٠ نوفمبر ٢٠٢٤م، وقُبل للنشر في ٢٥ ديسمبر ٢٠٢٤م.
(**) أستاذ مساعد بكلية الاتصال الجماهيري - جامعة أم القيوين.

دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩: دراسة ميدانية على مجتمع جامعة أم القيوين

د. عهد ماهر موسى أبو دراز

drahed.draz@uaqu.ac.ae

جامعة أم القيوين

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩. واعتمدت الدراسة منهج المسح بالعينة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من العاملين والطلبة في جامعة أم القيوين، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي: جاء واقع وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة موافقةٍ (كبيرة جداً)، وآليات التواصل مع المواطنين وتوعيتهم جاءت بدرجة موافقةٍ (كبيرة)، وآليات التواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة جاءت بدرجة موافقةٍ (كبيرة جداً)، والمعوقات جاءت بدرجة موافقةٍ (متوسطة)، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمتغير الشخصي: (موظف أكاديمي، موظف إداري، طالب جامعي). وأوصت الدراسة بوجود كادر إعلامي محترف في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي، وإشراك الجمهور والمؤسسات ذات العلاقة في التوعية والتثقيف، والتنويع في آليات التواصل والتوعية، والاهتمام بالتوعية لجميع الفئات المجتمعية.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، جائحة كوفيد ١٩.

مقدمة:

أدت عوامل كثيرة إلى خللٍ في توازن بيئة الميكروبات الحية، وتسببها في ظهور وتفشي أوبئة وجوائح جديدة، مثل جائحة كوفيد ١٩، بمعدلات غير مسبوقة، أدت إلى تدهورٍ في صحة الناس، وتسببت في آثارٍ اجتماعية واقتصادية، ولا تمثل جائحة كوفيد ١٩ أزمةً صحيةً كبرى فحسب، بل ولدت تداعياتها أزماتٍ اجتماعية واقتصادية وسياسية، ستترك آثاراً سلبيةً في كل دول العالم (المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم / الألكسو، ٢٠٢٠م: ٢١).

وقد أولت دولة الإمارات العربية المتحدة القطاع الصحي اهتماماً كبيراً، كونه يخدم كافة الأفراد القاطنين في الدولة من مواطنين ومقيمين، ويقدم لهم العناية الصحية، ويأتي دور وزارة الصحة ووقاية

المجتمع بتقديم مقومات الرعاية الصحية الملبية لاحتياجات الأفراد، والتي تتم من خلال رؤية مستقبلية متماشية مع ما تشهده الدولة من تطورٍ في جميع القطاعات، وتسعى لأن تكون الأفضل على مستوى العالم، في كل الخدمات المقدمة لمن يعيش في دولة الإمارات (موقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع، www.mohap.gov.ae).

وتجاوزت وسائل التواصل الاجتماعي بما تتسم به من قدرات التعاون والمشاركة طبيعة شبكة الإنترنت المعتمدة على التصفح والنشر، وأصبحت قوةً جديدةً تُشكل مستقبل الحكومات، وإعادة صياغة هيكلها والخدمات التي تقدمها، ويمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تعين واضعي السياسات على تحديد الأولويات، وتشجيع الجمهور على تقبل البرامج، وزيادة مستويات الرضا، ومن ثم تعزيز فرص نجاح نتائج السياسات.

وتتيح وسائل التواصل الاجتماعي للحكومات الانخراط في المعارف الجماعية للمجتمع بشكلٍ مباشرٍ وسريعٍ، ويتحول المستخدمون من مجرد متعاطين سلبيين للخدمات الحكومية إلى مستشارين ومبتكرين يسهمون بأفكار تلبى احتياجاتهم الفردية والجماعية بدرجةٍ أفضلٍ، وتتزايد أهمية وسائل التواصل الاجتماعي يوماً بعد يوم، وتصنف دولة الإمارات العربية المتحدة بين أفضل عشر دول في العالم من حيث عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة لعدد السكان (الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١١م).

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات السابقة موضوعات ذات علاقة بموضوع الدراسة الحالية، مثل:

دراسة (شليبي، ٢٠٢٤م):

هدفت إلى التعرف على كيفية تعرض المواطنين للشائعات حول لقاح فيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديهم، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- أن (٨١.٨٪) من عينة الدراسة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة (فيسبوك) كمصدرٍ رئيسيٍّ للمعلومات حول لقاح فيروس كورونا وتعزيز توعية الأفراد.
- أن نسبة (٧٠.٥٪) من الأفراد عينة الدراسة لديهم وعيٌ صحيٌّ مرتفعٌ، لأنهم يعتبرون الشائعات حول لقاح كورونا ساهمت في زيادة وعيهم الصحي.
- وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الوعي الصحي المكتسب من الاعتماد على مواقع التواصل ومساهمة الشائعات حول اللقاح على زيادة الوعي الصحي.
- وجود علاقة ارتباطية بين تعرض المواطنين للشائعات حول لقاح فيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) الناتجة لهذا التعرض.

دراسة (موسى، ٢٠٢٤م):

هدفت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي أثناء جائحة كورونا لدى المجتمع السعودي في منطقة جازان، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- أن أهم إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا هي المعرفة بأساليب الوقاية اللازمة ضد الفيروس.

دراسة (شحاتة وآخرين، ٢٠٢٣م):

هدفت إلى التعرف على سلوك التعامل مع المعلومات الخاطئة على منصات التواصل الاجتماعي لدى المجتمع العماني خلال أزمة كورونا، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- أن المبحوثين على مستوى وعي كبير بالمعلومات الخاطئة والتقنيات الخاصة بكشفها والتعامل معها.
- أن متابعة المصادر الموثوق بها للحصول على المعلومات حول الجائحة كان سلوكاً ملازماً للمبحوثين، مما خفف من تأثير المعلومات الخاطئة التي انتشرت في مختلف منصات التواصل الاجتماعي في عمان.
- أن الشبكات الاجتماعية مثلت مصدراً مهماً للمعلومات لدى عينة الدراسة، تم الاعتماد عليه بشكل مكثف للحصول على معلومات متنوعة تخص الجائحة.
- أن كلاً من الأفراد والحكومة قد قاموا بدور إيجابي في التعامل مع المعلومات الخاطئة التي انتشرت بقصد أو بدون قصد في منصات التواصل الاجتماعي، لكن ما زالت هناك حاجة إلى مزيد من الجهد في التوعية بخطورة المعلومات الخاطئة، واستخدام أساليب مبتكرة في محاربة ذلك النوع من المعلومات.

دراسة (الشعراوي، ٢٠٢٢م):

هدفت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور في ظل جائحة كورونا، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- أن التغطية الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي كانت كافية وواقعية.
- أن التغطية الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي ركزت على توعية المواطنين من مخاطر كوفيد ٩١ في نظر عينة الدراسة.

دراسة (حداد وعنباوي، ٢٠٢١م):

- هدفت إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعة الأردنية خلال أزمة كورونا، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:
- أن (الفيسبوك) احتلت المركز الأول، وفي المركز الثاني جاءت (إنستغرام)، تلاها بالمركز الثالث (تويتر).
 - أن أسباب اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بنشرها جهود الحكومة والأجهزة الأمنية في أزمة كورونا.

دراسة (حمدي، ٢٠٢١م):

- هدفت إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الوقاية والحد من انتشار الأوبئة - كورونا المستجد أنموذجاً، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:
- أن أكثر الآثار المترتبة على توعية المجتمعات بخطر الأوبئة قبل وبعد انتشارها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي تتمثل في مساهمتها في معرفة الأوبئة الجديدة مبكراً، ومعرفة مدى خطورتها، وتزود روادها بمعلومات عن أعراض الأوبئة الجديدة، ومساهمتها في نشر الوعي بفائدة العزل والحجر المنزلي للمصابين.

دراسة (Lovari, 2020):

- هدفت إلى التعرف على أثر انتشار الشائعات والمعلومات المضللة عن فيروس كورونا على الثقة في أداء المؤسسات الحكومية في إيطاليا، واستخدمت الدراسة تحليل المحتوى للصفحات الرسمية لوزارة الصحة على الفيسبوك، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:
- تزايد استخدام وزارة الصحة لشبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بهدف توصيل المعلومات للمواطنين، والتصدي للشائعات، وتقليل التضليل الإعلامي.

دراسة (Chen, 2020):

- هدفت إلى التعرف على كيفية رصد الاستراتيجيات التي وظفتها الحكومة الصينية في التغطية الإعلامية لفيروس كورونا، واستخدمت الدراسة تحليل المحتوى لموقع وزارة الصحة، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:
- أن الحكومة الصينية وظفت منصات التواصل الاجتماعي لتحقيق التواصل مع المواطنين، وإمدادهم بالمعلومات الصحيحة عن أوضاع الفيروس.
 - كانت منصات التواصل الاجتماعي هي الأعلى استخداماً، وذلك بسبب اندماج الصينيين معها،

دراسة (Park, 2020):

هدفت إلى تحليل الخطاب العام على (تويتر) حول جائحة كورونا، وذلك مقارنة في دول (كوريا الجنوبية، إيران، فيتنام، الهند)، واستخدمت الدراسة تحليل المحتوى للخطابات العامة على منصة تويتر، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- اختلاف في كم الاهتمام بالحد من جائحة كورونا، فكانت (كوريا الجنوبية) الأعلى اهتماماً، و(إيران) الأقل اهتماماً.

دراسة (أبو عبا، ٢٠٢٠م):

هدفت إلى التعرف على دور وزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد ١٩) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية لها دور كبير في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد ١٩).

- جاء محور (التواصل مع الجمهور، توعية الجمهور بجائحة كورونا، التواصل مع القطاعات والوزارات الأخرى، تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا) بدرجة تقدير مرتفعة.

- جاء محور التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا بدرجة تقدير متوسطة، وكان أكثر التحديات هو قلة التفاعل الإيجابي من المواطنين مع وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالوزارة.

دراسة (العنزي، ٢٠٢٠م):

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وزارة الصحة العراقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمة الصحية لإدارة فيروس كوفيد ١٩، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الملاحظة وتحليل المحتوى كأدوات لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- أن للعلاقات العامة دوراً في إدارة الأزمة الصحية.

- بذلت وزارة الصحة جهوداً اتصالية لتوجيه الرسائل الاتصالية إلى الجمهور، عبر تنوع المضامين الإعلامية، واستعمالها بكثافة في ذروة الأزمة.

دراسة (محمدي، ٢٠٢٠م):

هدفت إلى التعرف على دور واقع الإعلام الصحي في الجزائر وإدارة أزمة كورونا كوفيد ١٩ في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- تعاضد دور الإعلام الصحي خلال جائحة كورونا (كوفيد ١٩).

- يقوم الإعلام الصحي بنشر ثقافة الوعي الصحي، والتوعية الصحية لدى أفراد المجتمع، وتحذيرهم من خطر الإصابة بالوباء.
دراسة (وزارة الصحة الفلسطينية، ٢٠٢٠م):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أداء وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة جائحة كورونا، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- إطلاق منظومة صحي لتقديم الخدمات الاستشارية للجمهور.

- التنقيف الصحي داخل المساجد والمدارس.

دراسة (Murad, 2020):

هدفت إلى التعرف على دور التعرف على كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية وانتشار الذعر بشأن فيروس كوفيد ١٩ في إقليم كردستان بالعراق، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، وكان من أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- (الفيسبوك) هو أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً لنشر الذعر بشأن تفشي فيروس كوفيد ١٩.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- تعتبر معظم الدراسات السابقة حديثة جداً، فقد تم تطبيقها خلال الفترة من ٢٠٢٠م إلى ٢٠٢٤م.

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة التي تناولت موضوعات ذات علاقة بموضوع الدراسة الحالية، مثل: (الشائعات حول الجائحة، نشر الوعي الصحي، التعامل مع المعلومات الخاطئة، توعية الجمهور، تأثير المواقع، التعامل مع الجائحة، انتشار الأخبار الزائفة، إدارة الأزمة الصحية، الصحة النفسية وانتشار الذعر، انتشار الشائعات والمعلومات المضللة، مواجهة الجائحة، استراتيجيات التغطية الإعلامية، تحليل الخطاب العام).

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة التي طبقت في (فلسطين)، واختلفت مع الدراسات السابقة التي طبقت في دول عربية وغربية أخرى، مثل: (السعودية، عمان، الأردن، العراق، الجزائر، إيطاليا، الصين، كوريا الجنوبية، إيران، فيتنام، الهند).

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة التي استخدمت (الاستبانة) كأداة لجمع البيانات، واختلفت مع الدراسات السابقة التي استخدمت أدوات مختلفة لجمع البيانات، مثل: (الملاحظة وتحليل المحتوى).

- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بناء أداة الدراسة، وهي (الاستبانة)، وكذلك في تحديد أهداف وتساؤلات الدراسة، بالإضافة إلى تفسير نتائج الدراسة الحالية.
- تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة كونها حديثة جداً، بالإضافة إلى تسليطها الضوء على المعوقات التي تحد من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩، وكذلك بيانها مقترحات تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.

مشكلة الدراسة:

كشفت جائحة كوفيد ١٩ عن هشاشة النظم الصحية في معظم دول العالم، وخاصة دول الوطن العربي، ومن هذه النظم آليات التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة هذه الجائحة، ونظراً لأهمية وسائل التواصل الاجتماعي في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ كانت هذه الدراسة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في التالي:

١. أهمية الموضوع الذي تتناوله، وهو دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.
٢. قد تفيد هذه الدراسة وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة، وذلك من خلال تطبيق خطط وسياسات لتفعيل دورها في التواصل مع المواطنين والقطاعات والمؤسسات ذات العلاقة.
٣. قد تفيد هذه الدراسة الجامعات في دولة الإمارات العربية المتحدة، وذلك من خلال إعداد الدراسات، التي تبحث في مدى الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي، والمعوقات وآليات التفعيل للاستفادة منها.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق التالي:

١. التعرف على واقع وسائل التواصل الاجتماعي.
٢. بيان آليات التواصل مع المواطنين وتوعيتهم.
٣. تحديد آليات التواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة.
٤. تسليط الضوء على المعوقات التي تحد من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.

٥. بيان مقترحات تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.
٦. الكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ تعزى للمتغير الشخصي: (موظف أكاديمي، موظف إداري، طالب جامعي).

تساؤلات الدراسة:

تشتمل الدراسة على التساؤل الرئيس التالي:

- ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩؟
- ويتفرع من التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:
١. ما واقع وسائل التواصل الاجتماعي؟
 ٢. ما آليات التواصل مع المواطنين وتوعيتهم؟
 ٣. ما آليات التواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة؟
 ٤. ما المعوقات التي تحد من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩؟
 ٥. ما مقترحات تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩؟
 ٦. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ تعزى للمتغير الشخصي: (موظف أكاديمي، موظف إداري، طالب جامعي)؟

فرضيات الدراسة:

تتناول الدراسة الحالية الفرضيات التالية:

١. تقوم وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة بالتواصل مع المواطنين وتوعيتهم، وكذلك بالتواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.
٢. يوجد العديد من المعوقات التي تحد من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.

٣. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ تعزى للمتغير الشخصي: (موظف أكاديمي، موظف إداري، طالب جامعي).

حدود الدراسة:

تشتمل الدراسة على الحدود التالية:

١. الحد الموضوعي: تتناول هذه الدراسة موضوع دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.
٢. الحد الزمني: تم إعداد هذه الدراسة خلال العام ٢٠٢٤م.
٣. الحد المكاني: تم تطبيق هذه الدراسة في دولة الإمارات العربية المتحدة.
٤. الحد البشري: استهدفت هذه الدراسة الموظفين الأكاديميين والإداريين والطلبة في جامعة أم القيوين.

مصطلحات الدراسة:

تتناول الدراسة المصطلحات التالية:

١. وسائل التواصل الاجتماعي:

هي منصات على الإنترنت أو الهاتف المحمول، تتيح التفاعل الثنائي الاتجاه، عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم، فضلاً عن التواصل بين المستخدمين، ووسائل التواصل الاجتماعي ليست كوسائل الإعلام التي لا تخرج إلا من مصدر واحد أو من موقع شبكي ثابت، وإنما هي وسائل للتواصل عبر منصات صممت خصيصاً لتتيح للمستخدمين إيجاد وإنتاج المحتويات بأنفسهم، والتفاعل مع المعلومات ومع مصدرها (كايسر وآخرون، ٢٠١٥م: ١١).

٢. وزارة الصحة ووقاية المجتمع:

إحدى وزارات دولة الإمارات العربية المتحدة، وهي الوزارة التي تقوم بتقديم الرعاية الصحية الشاملة والمتكاملة بطرق مبتكرة ومستدامة تضمن وقاية المجتمع من الأمراض، وتطبيق معايير عالمية في إدارة البنية التحتية في المنشآت الصحية، وتقديم خدمات تنظيمية ورقابية متميزة للقطاع الصحي، من خلال ترسيخ ثقافة الابتكار في بيئة العمل المؤسسي (موقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع،

www.mohap.gov.ae).

٣. جائحة كوفيد ١٩:

وباء عالمي، ظهر في الصين، وانتشر في العالم، وجاءت التسمية من أول حرفين من (corona virus disease)، والذي يعني فيروس كورونا، وهو الاسم الذي أطلقتها منظمة الصحة العالمية عليه، ويرمز رقم ١٩ إلى عام ظهور المرض (العنزي، ٢٠٢٠م: ٤٦٩).

٤. جامعة أم القيوين:

تعتبر جامعة أم القيوين أول مؤسسة تعليم عالي رائدة في إمارة أم القيوين، نشأت بتوجيهات ورعاية صاحب السمو الشيخ (سعود بن راشد المعلا)، لتكون منارة علمية ينهل من معينها أبناء الدولة، من المواطنين والوافدين، ليواكبوا تطورات سوق العمل، وتحفيز ملكة الابتكار والإبداع، ليكونوا مساهمين فاعلين في التطورات المتسارعة في العلوم والتقنية (موقع جامعة أم القيوين، <http://uaqu.ac.ae>).

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: وزارة الصحة ووقاية المجتمع:

تعرف رؤية ورسالة وقيم وأهداف وزارة الصحة ووقاية المجتمع كالتالي (موقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع، www.mohap.gov.ae):

الرؤية:

نظام صحي فعال ومستدام لمجتمع سعيد.

الرسالة:

تعزيز صحة المجتمع من خلال تقديم خدمات صحية شاملة ومبتكرة، بعدالة وبمعايير عالمية والقيام بالدور التنظيمي والرقابي في القطاع الصحي، من خلال منظومة تشريعية صحية متطورة ومتكاملة.

القيم:

- المريض أولاً: المريض محور اهتمامنا ورعايتنا.
- التميز والريادة: رعاية صحية وفق أعلى معايير التميز والاحتراف وتحقيق الريادة في المجال الصحي.
- المبادرة والانتاجية: المساهمة الفعالة والاستباقية لتحقيق أفضل النتائج.
- المساءلة: تحمل المسؤولية على كافة المستويات واتخاذ التدابير اللازمة لضمان الأداء المتميز.
- الاحترام: التقدير لحقوق وخصوصية كافة المعنيين.
- الابتكار: تبني الفكر الإبداعي كأسلوب حياة لضمان الجاهزية للمستقبل.
- العمل الجماعي: العمل بروح الفريق الواحد، والتكامل مع كافة المعنيين.

- **سعادة المجتمع:** تقديم رعاية صحية شاملة ومتكاملة تفوق التوقعات، من أجل مجتمع سعيد.
الأهداف الاستراتيجية ٢٠٢١-٢٠١٧م:

- تقديم الرعاية الصحية الشاملة والمتكاملة بطرق مبتكرة ومستدامة، تضمن وقاية المجتمع من الأمراض.
- تطوير نظم المعلومات الصحية، وتطبيق معايير عالمية في إدارة البنية التحتية في المنشآت الصحية.
- بناء أنظمة الجودة والسلامة العلاجية والصحية والدوائية، وفق المعايير العالمية.
- توفير إطار تشريعي حيوي، وحوكمة وتقديم خدمات تنظيمية ورقابية متميزة للقطاع الصحي.
- ضمان تقديم كافة الخدمات الإدارية، وفق معايير الجودة والكفاءة والشفافية.
- ترسيخ ثقافة الابتكار في بيئة العمل المؤسسي.

ثانياً: سياسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الوزارة:

تهدف سياسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلى تنظيم عملية إدارة مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة الإلكترونية الخاصة بوزارة الصحة ووقاية المجتمع، بدءاً بإعداد المادة، مروراً بالاعتمادات الرسمية، وصولاً إلى النشر والرد على المشاركات، وذلك حرصاً على التفاعل مع المتعاملين عبر مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي باحترام، وبصورة احترافية تحقق رضاهم وتفوق توقعاتهم، وتغطي سياسة الإشراف على وسائل التواصل الاجتماعي وأدوات المشاركة الإلكترونية الخاصة بالوزارة، من خلال قنوات عدة أبرزها (موقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع، www.mohap.gov.ae):

- المحادثة الفورية عبر الموقع الإلكتروني.
- مدونة الوزارة عبر الموقع الإلكتروني.
- مواقع التواصل الاجتماعي التقليدية (تويتر، إنستغرام، فيسبوك).
- حساب الوزارة على موقع اليوتيوب.
- حساب الوزارة على شبكة "لينكدان".

ثالثاً: فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩):

أشار موقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع إلى تعريف فيروس كوفيد ١٩ كالتالي (موقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع، www.mohap.gov.ae):

التعريف:

فيروس كوفيد-١٩ من سلالة كورونا، والتي تسبب لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي، التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة، تم التعرف عليه لأول مرة عبر عدد من المصابين بأعراض الالتهاب الرئوي في مدينة (ووهان) بمقاطعة (هوبي) في (الصين).

الأعراض:

- الحمى.
- الإرهاق.
- السعال الجاف.
- وقد يعاني بعض المرضى من الآلام والأوجاع، أو احتقان الأنف، أو الرشح، أو ألم الحلق، أو الإسهال.

الانتشار:

- من شخص مصاب إلى شخص سليم عبر الرذاذ الملوث، وذلك من خلال السعال أو العطس أو الأيدي الملوثة.
- عن طريق ملامسة الأسطح الملوثة.
- تنفس القطرات التي تخرج من الشخص المصاب بالمرض مع سعاله أو زفيره.

العلاج:

يعتمد علاج فيروس كوفيد ١٩ على تقوية الجهاز المناعي لدى المصابين وعلاج الأعراض المرضية والتخفيف من المضاعفات، حيث لا يوجد إلى اليوم علاج محدد.

طرق الوقاية:

- غسل اليدين جيداً بالماء والصابون، أو فركهما بمطهرٍ كحولي، من شأنه أن يقتل الفيروسات التي قد تكون على يديك.
- الاحتفاظ بمسافة لا تقل عن متر واحد مع أي شخص يسعل أو يعطس.
- تغطية الأنف والتم بكوع المثنى أو بمنديل ورقي عند السعال أو العطس، ثم التخلص من المنديل المستعمل على الفور.
- تجنب لمس العينين أو الأنف أو الفم بدون غسل اليدين.
- تجنب السلام باليد، والابتعاد بالبقاء التحية.
- عدم السلام بالأنف، وتجنب العناق والتقبيل.
- تجنب التعامل المباشر مع الحيوانات.
- أخذ قسط كافٍ من الراحة، وتناول كمية كبيرة من السوائل.

رابعاً: جامعة أم القيوين:

تعرف رؤية ورسالة وفلسفة وقيم جامعة أم القيوين كالتالي (موقع جامعة أم القيوين، <http://uaqu.ac.ae>):

الرؤية:

أن تصبح أحد أبرز مؤسسات التعليم العالي، وأن يعترف بها في جميع أنحاء الشرق الأوسط.

الرسالة:

أن تعلم وتتقن طلابها لمواجهة تحديات الاحتياجات التعليمية والثقافية لمجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة، وذلك يتم من خلال تقديم الخدمات العامة والمنح والتعليم، وتسعى الجامعة بتقديم أفضل الوسائل التعليمية والثقافية التي يحتاجها كل من المجتمع والطلاب، ليزدهروا في الحياة العملية.

الفلسفة:

تقرّ جامعة أم القيوين أن مستوى التعليم الأكاديمي الرفيع في التعليم العالي ممكن فقط بالحفاظ على التميز المهني والأكاديمي في للطلاب والموظفين، ومواصلة التميز فقط تتم عبر ضمان المؤسسة للاحترام والمصادقية من قبل المجتمعات المحلية والعالمية، والجامعة واثقة من دورها المميز والبارز في تشجيع التقدم التعليمي والتكنولوجي في المنطقة ودولة الإمارات العربية المتحدة.

القيم:

- التركيز على الطالب.
- التميز مع التحسين المستمر.
- النزاهة والشفافية.
- الاحترام المتبادل والإنصاف والفرص العادلة.
- قواعد السلوك الأخلاقية.
- روح العمل الجماعي.
- الإبداع والابتكار.

إجراءات الدراسة:**منهج الدراسة:**

تم اعتماد المنهج المسح بالعينة، والذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً وكمياً، كما لا يكتفي هذا المنهج عند جمع المعلومات المتعلقة بالظاهرة من أجل استقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة، بل يتعدى ذلك إلى التحليل والربط والتفسير.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين الأكاديميين والإداريين والطلبة في جامعة أم القيوين في دولة الإمارات العربية المتحدة، والبالغ عددهم (٥٧٦) من الموظفين والطلبة.

عينة الدراسة:**١. عينة الدراسة الاستطلاعية:**

تم اختيار عينة استطلاعية مكونة من عدد (٣٠) من الموظفين الأكاديميين والإداريين والطلبة في جامعة أم القيوين في دولة الإمارات العربية المتحدة، وذلك للتحقق من صدق وثبات أداة الدراسة.

٢. عينة الدراسة الفعلية:

تكونت عينة الدراسة التطبيقية من عدد (٣١٩) من الموظفين الأكاديميين والإداريين والطلبة في جامعة أم القيوين في دولة الإمارات العربية المتحدة.

ويتوزع أفراد مجتمع الدراسة وعينة الدراسة الموزعة والمستردة حسب الجدول التالي:

جدول (١)

توزيع أفراد مجتمع الدراسة وعينة الدراسة الموزعة والمستردة

مجتمع الدراسة	عينة الدراسة الموزعة	عينة الدراسة المستردة	
٢٦	٢٦ أسلوب الحصر الشامل	٢٢	الموظفين الأكاديميين
٢٩	٢٩ أسلوب الحصر الشامل	٢٤	الموظفين الإداريين
٥٢١	٢٢١ حسب المعادلة الإحصائية	٢٧٣	الطلبة
٥٧٦	٢٧٦	٣١٩	المجموع

أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، والتي تم تصميمها خصيصاً، للتعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.

مكونات الاستبانة:

تتكون الاستبانة من:

١. البيانات الشخصية: وتشتمل على البيانات الشخصية التالية: (موظف أكاديمي، موظف إداري، طالب جامعي).

٢. محور وسائل التواصل الاجتماعي، وهو مكونة من عدد (١١) فقرة.

٣. محور التواصل مع المواطنين وتوعيتهم، وهو مكونة من عدد (١١) فقرة.

٤. محور التواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة، وهو مكونة من عدد (٨) فقرات.

٥. محور المعوقات التي تواجه أداء المهام المطلوبة، وهو مكونة من عدد (٦) فقرات.

٦. سؤال مفتوح: هل من معوقات أخرى تحد من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة

الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩؟

٧. سؤال مفتوح: ما مقترحات تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩؟

صدق الاستبانة:

يعني صدق أداة الدراسة أن الأداة تقيس ما وضعت لقياسه، وتم التحقق من صدق الاستبانة من خلال التالي:

١. الصدق من وجهة نظر المحكمين (صدق المحتوى / الصدق الظاهري):

تم عرض الاستبانة على عدد (١٠) من المحكمين من أصحاب الخبرة والاختصاص، من أجل التحقق من سلامة الصياغة اللغوية للاستبانة، ووضوح تعليمات الاستبانة، وانتماء المحاور والفقرات، ومدى صلاحية الاستبانة لقياس الأهداف المرتبطة بهذه الدراسة، وبذلك تم التحقق من صدق الاستبانة من وجهة نظر المحكمين.

٢. الصدق البنائي:

تم حساب الصدق البنائي لمحاور الاستبانة، بعد تطبيقها على عينة استطلاعية قوامها (٣٠) من مجتمع الدراسة، وذلك من خلال إيجاد معاملات الارتباط لمحاور الاستبانة، وقد تبين أن جميع المحاور تتمتع بمعاملات صدق دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

٣. صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة، بعد تطبيقها على عينة استطلاعية قوامها (٣٠) من مجتمع الدراسة، وذلك من خلال إيجاد معاملات الارتباط لفقرات الاستبانة، وقد تبين أن جميع الفقرات تتمتع بمعاملات صدق دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

ثبات الاستبانة:

يعني ثبات أداة الدراسة أن الأداة تعطي نفس النتائج تقريباً لو طبقت مرة أخرى على نفس المجموعة من الأفراد، أي أن النتائج لا تتغير، وتم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال التالي:

١. الثبات باستخدام معادلة ألفا كرونباخ:

تم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط باستخدام معادلة ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة، وقد تبين أن معاملات الارتباط باستخدام معادلة ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة هي معاملات ثبات دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

٢. الثبات بطريقة التجزئة النصفية:

تم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط بطريقة التجزئة النصفية لمحاور الاستبانة، وقد تبين أن معاملات الارتباط باستخدام معادلة ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة هي معاملات ثبات دالة إحصائية، وتفي بأغراض الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

للإجابة على أسئلة الدراسة تم استخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) (معامل ارتباط بيرسون، معادلة ألفا كرونباخ، طريقة التجزئة النصفية، التكرارات، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الوزن النسبي، اختبار (One Way Anova) في إجراء التحليلات الإحصائية اللازمة للدراسة.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: إجابة التساؤل الأول:

ينص التساؤل على ما يلي:

ما واقع وسائل التواصل الاجتماعي؟

تم الإجابة عن هذا التساؤل من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول (٢)
واقع وسائل التواصل الاجتماعي

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	يوجد وسائل تواصل اجتماعي باسم وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة (فيسبوك، تويتر، ...)	4.411	0.703	88.213	3	كبيرة جداً
2	يتم تحديث وتفعيل وسائل التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الصحة باستمرار	4.342	0.854	86.834	5	كبيرة جداً
3	يوجد تفاعل من قبل المواطنين والمؤسسات على وسائل التواصل الاجتماعي التابعة لوزارة الصحة	4.188	0.902	83.762	8	كبيرة
4	يتم تفعيل خدمة الشكاوى والمقترحات الإلكترونية بشأن جائحة كوفيد ١٩	4.078	0.947	81.567	9	كبيرة
5	يتم الرد السريع من قبل وزارة الصحة على الشكاوى والاستفسارات الواردة على وسائل التواصل الاجتماعي	3.909	1.050	78.182	11	كبيرة
6	يتم نشر تصريحات وزارة الصحة المتعلقة بجائحة كوفيد ١٩ داخل الإمارات بصفة دورية	4.445	0.867	88.903	1	كبيرة جداً
7	يوجد متحدث رسمي باسم وزارة الصحة متخصص للاتصال والتواصل بشأن جائحة كوفيد ١٩	4.376	0.863	87.524	4	كبيرة جداً
8	يتم تفعيل خدمة البريد الإلكتروني للتعامل مع	3.994	0.997	79.875	10	كبيرة

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
	استفسارات المواطنين بشأن جائحة كوفيد ١٩					
٩	يتم توفير إرشادات توعوية على وسائل التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة عن الإجراءات الاحترازية لمواجهة جائحة كوفيد ١٩	4.429	0.832	88.589	2	كبيرة جداً
١٠	تحتوي وسائل التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة على بيانات محدثة باستمرار عن أعداد الإصابات في الإمارات وأماكن الذروة	4.295	0.991	85.893	6	كبيرة جداً
١١	يتم متابعة ما ينشر في الصحف ووسائل الإعلام من موضوعات تتعلق بجائحة كوفيد ١٩ وعرضها وإعداد الرد عليها	4.263	0.894	85.266	7	كبيرة جداً
	المحور ككل	4.248	0.724	84.964		كبيرة جداً

يتبين من الجدول السابق أن:

- واقع وسائل التواصل الاجتماعي جاء بوزن نسبي (84.964)، وهو بدرجة موافقة (كبيرة جداً).

- أعلى فقرة رقم (٦)، وهي (يتم نشر تصريحات وزارة الصحة المتعلقة بجائحة كوفيد ١٩ داخل الإمارات بصفة دورية)، وقد جاءت بوزن نسبي (88.903)، وهي بدرجة موافقة (كبيرة جداً).

- أدنى فقرة رقم (٥)، وهي (يتم الرد السريع من قبل وزارة الصحة على الشكاوى والاستفسارات الواردة على وسائل التواصل الاجتماعي)، وقد جاءت بوزن نسبي (78.182)، وهي بدرجة موافقة (كبيرة).

توضح النتائج السابقة أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، وأن وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة تستخدمها في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ بدرجة كبيرة جداً، ويفسر الباحث ذلك بوجود وسائل تواصل اجتماعي باسم الوزارة، وأنه يتم تفعيلها باستمرار، ويوجد تفاعل من قبل المواطنين والمؤسسات عليها، ويوجد إرشادات توعوية على وسائل التواصل الاجتماعي، وتحتوي وسائل التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة على بيانات محدثة باستمرار.

وبينت دراسة (شليبي، ٢٠٢٤م) أن (٨١.٨٪) من عينة الدراسة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة (فيسبوك) كمصدر رئيسي للمعلومات حول لقاح فيروس كورونا وتعزيز توعية الأفراد. وأن نسبة (٧٠.٥٪) من الأفراد عينة الدراسة لديهم وعي صحي مرتفع، لأنهم يعتبرون الشائعات حول لقاح كورونا ساهمت في زيادة وعيهم الصحي. وبينت دراسة (الشعراوي، ٢٠٢٢م) أن التغطية الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي كانت كافية وواقعية. وبينت دراسة (حداد

وعنبتاوي، ٢٠٢١م) أن (الفيسبوك) احتلت المركز الأول، وفي المركز الثاني جاءت (إنستغرام) تلاها بالمركز الثالث (تويتر). وبينت دراسة (أبو عباة، ٢٠٢٠م) أن إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية لها دور كبير في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد ١٩)، وبينت دراسة (العنزي، ٢٠٢٠م) أن للعلاقات العامة دوراً في إدارة الأزمة الصحية، وبينت دراسة (محمدي، ٢٠٢٠م) تعاضد دور الإعلام الصحي خلال جائحة كورونا (كوفيد ١٩)، وبينت دراسة (Murad, 2020) أن الفيسبوك هو أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً لنشر الذعر بشأن تفشي فيروس كوفيد ١٩. وبينت دراسة (Lovari, 2020) تزايد استخدام وزارة الصحة لشبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بهدف توصيل المعلومات للمواطنين، والتصدي للشائعات، وتقليل التضليل الإعلامي. وبينت دراسة (Park, 2020) اختلاف في كم الاهتمام بالحد من جائحة كورونا، فكانت (كوريا الجنوبية) الأعلى اهتماماً، و(إيران) الأقل اهتماماً.

ثانياً: إجابة التساؤل الثاني:

ينص التساؤل على ما يلي:

ما آليات التواصل مع المواطنين وتوعيتهم؟

تم الإجابة عن هذا التساؤل من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن

النسبي كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول (٣)

آليات التواصل مع المواطنين وتوعيتهم

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
١	تخصص وزارة الصحة بمقراتها المختلفة صندوقاً للشكاوى والمقترحات الخاصة بجائحة كوفيد ١٩	4.034	0.936	80.690	9	كبيرة
٢	يوجد رؤية واضحة ومعلنة للرد على استفسارات المواطنين بشأن جائحة كوفيد ١٩	4.229	0.817	84.577	6	كبيرة جداً
٣	يتم إجراء استطلاعات رأي المواطنين حول أداء العلاقات العامة والإعلام خلال جائحة كوفيد ١٩	4.013	0.958	80.251	10	كبيرة
٤	يتم تزويد المواطنين بمعلومات تتسم بالمصداقية والدقة حول حجم انتشار المرض في العالم ودولة الإمارات العربية المتحدة	4.273	0.849	85.455	4	كبيرة جداً
٥	يتم توفير برامج توعوية مطبوعة للمواطنين عن الإجراءات الاحترازية لمواجهة جائحة كوفيد ١٩	4.113	0.981	82.257	8	كبيرة
٦	يتم تنفيذ بعض الحملات التوعوية في الشارع	3.969	1.055	79.373	11	كبيرة

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
	لمواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كوفيد ١٩					
٧	يتم التواجد شبه المستمر على الفضائيات والقنوات والإذاعات لشرح مستجدات انتشار جائحة كوفيد ١٩ وكيفية التعامل معها	4.332	0.783	86.646	3	كبيرة جداً
٨	يتم إنتاج بعض الأفلام والفيديوهات القصيرة لتوعية المواطنين بجائحة كوفيد ١٩	4.260	0.827	85.204	5	كبيرة جداً
٩	تنظم وزارة الصحة المؤتمرات لمناقشة ما يستجد من تداعيات ومعلومات بشأن جائحة كوفيد ١٩	4.364	0.756	87.273	2	كبيرة جداً
١٠	يتم تزويد المواطنين بالنشرة الشهرية لمنظمة الصحة العالمية	4.154	0.910	83.072	7	كبيرة
١١	تصدر تحذيرات للمواطنين للسفر إلى دول أخرى ينتشر فيها المرض بناءً على تقارير عالمية ودولية موثقة	4.445	0.724	88.903	1	كبيرة جداً
	المحور ككل	4.199	0.698	83.973		كبيرة

يتبين من الجدول السابق أن:

- آليات التواصل مع المواطنين وتوعيتهم جاءت بوزن نسبي (83.973)، وهي بدرجة موافقةٍ (كبيرة).

- أعلى فقرة رقم (١١)، وهي (تصدر تحذيرات للمواطنين للسفر إلى دول أخرى ينتشر فيها المرض بناءً على تقارير عالمية ودولية موثقة)، وقد جاءت بوزن نسبي (88.903)، وهي بدرجة موافقةٍ (كبيرة جداً).

- أدنى فقرة رقم (٦)، وهي (يتم تنفيذ بعض الحملات التوعوية في الشارع لمواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كوفيد ١٩)، وقد جاءت بوزن نسبي (79.373)، وهي بدرجة موافقةٍ (كبيرة).

توضح النتائج السابقة أن وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة تستخدم آليات للتواصل مع المواطنين وتوعيتهم في مواجهة جائحة كوفيد ١٩، ويفسر الباحث ذلك بتخصيص وزارة الصحة صناديق الشكاوى، وبوجود رؤية واضحة ومعلنة للرد على الاستفسارات، وأنه يتم تزويد المواطنين بمعلومات تتسم بالمصداقية والدقة، وتوفير برامج وحملات توعوية، وغيرها الكثير. وبينت دراسة (موسى، ٢٠٢٤م) أن أهم إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا هي المعرفة بأساليب الوقاية اللازمة ضد الفيروس. وبينت دراسة (الشعراوي، ٢٠٢٢م) أن التغطية الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي ركزت على توعية المواطنين من مخاطر كوفيد ٩١ في نظر عينة الدارسة. وبينت دراسة (حداد وعنبتاوي، ٢٠٢١م) أن أسباب

اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بنشرها جهود الحكومة والأجهزة الأمنية في أزمة كورونا. وبينت دراسة (أبو عباة، ٢٠٢٠م) أن محور (التواصل مع الجمهور، توعية الجمهور بجائحة كورونا) جاء بدرجة تقدير مرتفعة، وبينت دراسة (العززي، ٢٠٢٠م) أن وزارة الصحة بذلت جهوداً اتصالية لتوجيه الرسائل الاتصالية إلى الجمهور، عبر تنوع المضامين الإعلامية، واستعمالها بكثافة في نزوة الأزمة، وبينت دراسة (محمدي، ٢٠٢٠م) أن الإعلام الصحي يقوم بنشر ثقافة الوعي الصحي، والتوعية الصحية لدى أفراد المجتمع، وتحذيرهم من خطر الإصابة بالوباء، وبينت دراسة (وزارة الصحة الفلسطينية، ٢٠٢٠م) إطلاق منظومة صحي لتقديم الخدمات الاستشارية للجمهور.

جدول (٤)

أليات التواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
١	يتم تنظيم اجتماعات قيادة وزارة الصحة مع الفرق واللجان المشكلة لمواجهة جائحة كوفيد ١٩	4.232	0.779	84.639	6	كبيرة جداً
٢	يتم التنسيق بين وزارة الصحة ووزارة التربية والتعليم لتحديد إمكانية استكمال الدراسة في ظل جائحة كوفيد ١٩	4.301	0.899	86.019	4	كبيرة جداً
٣	يعتمد اتخاذ القرارات المنظمة للعمل داخل المؤسسات والوزارات الأخرى على التقارير الدورية والتوصيات التي تصدرها وزارة الصحة	4.254	0.786	85.078	5	كبيرة جداً
٤	يتم ترجمة الوثائق والمكاتبات الخارجية المتعلقة بجائحة كوفيد ١٩	4.132	0.898	82.633	8	كبيرة
٥	يتم التنسيق بين وزارة الصحة ووزارة الداخلية من أجل تطبيق القرارات الخاصة بالإجراءات الاحترازية للوقاية من جائحة كوفيد ١٩	4.335	0.830	86.708	2	كبيرة جداً
٦	يتم التنسيق بين وزارة الصحة ووزارة الخارجية والتعاون الدولي بشأن إجراءات منع السفر مع بعض الدول التي تمثل بؤر انتشار جائحة كوفيد ١٩	4.395	0.794	87.900	1	كبيرة جداً
٧	يتم الاستفادة من المطبوعات الإقليمية التي تصدرها منظمة الصحة العالمية بشأن انتشار جائحة كوفيد ١٩ في الدول العربية	4.172	0.882	83.448	7	كبيرة
٨	تصدر تقارير دورية عن أعداد المصابين بجائحة كوفيد ١٩ داخل الإمارات تتفق إلى حد كبير مع تقارير منظمة الصحة العالمية عن الإمارات	4.310	0.757	86.207	3	كبيرة جداً
	المحور ككل	4.266	0.702	85.329		كبيرة جداً

وبينت دراسة (Chen, 2020) أن الحكومة الصينية وظّفت منصات التواصل الاجتماعي لتحقيق التواصل مع المواطنين، وإمدادهم بالمعلومات الصحيحة عن أوضاع الفيروس. وكانت منصات التواصل الاجتماعي هي الأعلى استخداماً، وذلك بسبب اندماج الصينيين معها.

ثالثاً: إجابة التساؤل الثالث:

ينص التساؤل على ما يلي:

ما آليات التواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة؟

تم الإجابة عن هذا التساؤل من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي كما هو مبين في الجدول التالي:

يتبين من الجدول السابق أن:

- آليات التواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة جاءت بوزن نسبي (85.329)، وهي بدرجة موافقة (كبيرة جداً).

- أعلى فقرة رقم (٦)، وهي (يتم التنسيق بين وزارة الصحة ووزارة الخارجية والتعاون الدولي بشأن إجراءات منع السفر مع بعض الدول التي تمثل بؤر انتشار جائحة كوفيد ١٩)، وقد جاءت بوزن نسبي (87.900)، وهي بدرجة موافقة (كبيرة جداً).

- أدنى فقرة رقم (٤)، وهي (يتم ترجمة الوثائق والمكاتبات الخارجية المتعلقة بجائحة كوفيد ١٩)، وقد جاءت بوزن نسبي (82.633)، وهي بدرجة موافقة (كبيرة).

توضح النتائج السابقة أن وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة تستخدم آليات التواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩، ويفسر الباحث ذلك بأن وزارة الصحة تقوم بالتنسيق مع العديد من الوزارات ذات العلاقة، مثل وزارة التربية والتعليم ووزارة الداخلية ووزارة الخارجية، ومنظمة الصحة العالمية، وكذلك العديد من الفرق واللجان المشكلة لمواجهة جائحة كوفيد ١٩.

بينت دراسة (أبو عبا، ٢٠٢٠م) أن محور (التواصل مع القطاعات والوزارات الأخرى، تنظيم وإدارة العلاقات الخارجية الخاصة بجائحة كورونا) جاء بدرجة تقدير مرتفعة، وبينت دراسة (وزارة الصحة الفلسطينية، ٢٠٢٠م) أنه يتم التنقيف الصحي داخل المساجد والمدارس.

رابعاً: إجابة التساؤل الرابع:

ينص التساؤل على ما يلي:

ما المعوقات التي تحد من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩؟

تمت الإجابة عن هذا التساؤل من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول (٥)
المعوقات التي تحدّ من دور وسائل التواصل الاجتماعي

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
١	قلة التفاعل الإيجابي من المواطنين مع وسائل التواصل الخاصة بوزارة الصحة	3.298	1.227	65.956	١	متوسطة
٢	تدني مستوى التفاعل من جانب وزارة الصحة مع استفسارات المواطنين بشأن جائحة كوفيد ١٩	2.975	1.281	59.498	٢	متوسطة
٣	ضعف المستوى المهني للعاملين في وزارة الصحة	2.737	1.376	54.734	٥	متوسطة
٤	تدني وعدم كفاءة البرامج والمطبوعات التوعوية التي يتم تقديمها بشأن جائحة كوفيد ١٩	2.790	1.338	55.799	٤	متوسطة
٥	ندرة استخدام التقنيات الحديثة والمتطورة في التواصل مع المواطنين بشأن جائحة كوفيد ١٩	2.649	1.316	52.978	٦	متوسطة
٦	ضعف وعي المواطن وعدم التزامه بالإجراءات والإرشادات الوقائية لجائحة كوفيد ١٩، مما يصعب من مهمة وزارة الصحة في تنفيذ أهدافها	2.912	1.329	58.245	٣	متوسطة
	المحور ككل	2.893	1.133	57.868		متوسطة

يتبين من الجدول السابق أن:

- المعوقات التي تحدّ من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ جاءت بوزن نسبي (57.868)، وهي بدرجة موافقة (متوسطة).

- أعلى فقرة رقم (١)، وهي (قلة التفاعل الإيجابي من المواطنين مع وسائل التواصل الخاصة بوزارة الصحة)، وقد جاءت بوزن نسبي (65.956)، وهي بدرجة موافقة (متوسطة).

- أدنى فقرة رقم (٥)، وهي (ندرة استخدام التقنيات الحديثة والمتطورة في التواصل مع المواطنين بشأن جائحة كوفيد ١٩)، وقد جاءت بوزن نسبي (52.978)، وهي بدرجة موافقة (متوسطة).

وتم توجيه سؤال مفتوح ينص على ما يلي:

هل من معوقات أخرى تحدّ من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩؟

وكانت استجابات أفراد عينة الدراسة على التساؤل المفتوح السابق على النحو التالي:

- ضعف وعي الجمهور (اللاوعي، عدم الجدية، الاستهتار، الإهمال، ...).

- صعوبة توصيل المعلومات لكبار السن.
- الأخبار الزائفة، وانتشار الإشاعات.
- عدم تقبل البعض فكرة وجود الجائحة.

توضح النتائج السابقة وجود معوقات تحدّ من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩، ومن أهم هذه المعوقات ضعف وعي الجمهور، وقلة تفاعلهم مع وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الصحة.

بينت دراسة (أبو عباة، ٢٠٢٠م) أن محور التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في القيام بمهامها خلال جائحة كورونا جاء بدرجة تقدير متوسطة، وكان أكثر التحديات هو قلة التفاعل الإيجابي من المواطنين مع وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالوزارة.

خامساً: إجابة التساؤل الخامس:

ينص التساؤل على ما يلي:

ما مقترحات تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩؟

كانت استجابات أفراد عينة الدراسة على التساؤل المفتوح السابق على النحو التالي:

- زيادة حملات التوعية الإعلامية.
- المشاركة المجتمعية في التوعية (جمهور، مؤسسات، ...).
- تطوير وعي الجمهور.
- المصداقية والشفافية في المعلومات.
- الرد على استفسارات الجمهور على الوسائل المختلفة.
- التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر.
- التنوع في آليات التواصل والتوعية: (إعلانات، أفلام، ...).
- الاهتمام بالأفكار والاقتراحات المفيدة والإيجابية.
- تطوير آليات نقل المعلومات للجمهور: (استبانات، رسائل نصية، ...).
- الاهتمام بالتوعية لكبار السن.
- التوعية والنشر بجميع اللغات لمختلف الجنسيات.
- نشر الدراسات الطبية المتعلقة بالفحوصات والتطعيمات بشكل مبسط.
- تكثيف الإرشادات للسياح.
- وجود تطبيقات إلكترونية خاصة بالجائحة.
- إطلاع الجمهور على المستجدات والإرشادات باستمرار.
- وجود كادر إعلامي محترف في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي.
- استخدام برامج راديو وتلفاز للحديث المباشر مع الجمهور.

توضح النتائج السابقة وجود مقترحات لتفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩، ومنها ما يتعلق بالجمهور، ومنها ما يتعلق بوزارة الصحة نفسها.

وبينت دراسة (شحاتة وآخرين، ٢٠٢٣م) أنه ما زالت هناك حاجة إلى مزيد من الجهد في التوعية بخطورة المعلومات الخاطئة، واستخدام أساليب مبتكرة في محاربة ذلك النوع من المعلومات.

سادساً: إجابة التساؤل السادس:

ينص التساؤل على ما يلي:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ تعزى للمتغير الشخصي: (موظف أكاديمي، موظف إداري، طالب جامعي)؟

للإجابة على هذا التساؤل تم صياغة الفرضية التالية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ تعزى للمتغير الشخصي: (موظف أكاديمي، موظف إداري، طالب جامعي).

تم التحقق من صحة هذه الفرضية باستخدام اختبار One-Way ANOVA، كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول (٦)
الفروقات بالنسبة للمتغير الشخصي

المحور	المتغير الشخصي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	قيمة "Sig."	الدلالة
وسائل التواصل الاجتماعي	موظف أكاديمي	22	4.174	0.649	0.282	0.754	غير دالة
	موظف إداري	24	4.333	0.754			
	طالب جامعي	273	4.247	0.729			
التواصل مع المواطنين وتوعيتهم	موظف أكاديمي	22	4.021	0.670	0.832	0.436	غير دالة
	موظف إداري	24	4.163	1.068			
	طالب جامعي	273	4.216	0.659			
التواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة	موظف أكاديمي	22	4.097	0.731	0.785	0.457	غير دالة
	موظف إداري	24	4.339	0.843			
	طالب جامعي	273	4.274	0.687			
المعوقات التي تواجه أداء المهام المطلوبة	موظف أكاديمي	22	2.447	1.041	2.254	0.107	غير دالة
	موظف إداري	24	3.125	1.228			
	طالب جامعي	273	2.909	1.126			

وقد تبين من الجدول السابق أن:

• قيمة "Sig." المحسوبة أكبر من "0.05" في جميع المحاور، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ تعزى للمتغير الشخصي: (موظف أكاديمي، موظف إداري، طالب جامعي). توضح النتائج السابقة عدم اختلاف تقديرات أفراد عينة الدراسة من الأكاديميين والإداريين والطلبة في جامعة أم القيوين حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩، ويفسر الباحث ذلك أن جميع العاملين والطلبة في جامعة أم القيوين هم من الجمهور المستهدف من قبل وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩، وجميعهم يشاهد ويسمع ويرى الإجراءات المتبعة، والتوعية المستمرة.

النتائج:

- واقع وسائل التواصل الاجتماعي جاء بوزن نسبي (84.964)، وهو بدرجة موافقةٍ (كبيرة جداً).
- آليات التواصل مع المواطنين وتوعيتهم جاءت بوزن نسبي (83.973)، وهي بدرجة موافقةٍ (كبيرة).
- آليات التواصل مع القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة جاءت بوزن نسبي (85.329)، وهي بدرجة موافقةٍ (كبيرة جداً).
- المعوقات التي تحدّ من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ جاءت بوزن نسبي (57.868)، وهي بدرجة موافقةٍ (متوسطة).
- من أهم المعوقات التي تحدّ من دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ هي: ضعف وعي الجمهور، وقلة تفاعلهم مع وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الصحة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقديرات أفراد عينة الدراسة حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩ تعزى للمتغير الشخصي: (موظف أكاديمي، موظف إداري، طالب جامعي).

التوصيات:

- وجود كادر إعلامي محترف في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي.
- التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر.

- المصداقية والشفافية في نقل المعلومات.
- إشراك الجمهور والمؤسسات ذات العلاقة في التوعية والتثقيف.
- الرد على استفسارات الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.
- الترويج في آليات التواصل والتوعية: (حملات إعلامية، إعلانات، أفلام توعوية، برامج مباشرة مع الجمهور، نشر دراسات، ...).
- الاهتمام بالأفكار والاقتراحات المفيدة والإيجابية.
- تطوير آليات نقل المعلومات للجمهور: (استبانات، رسائل نصية، تطبيقات إلكترونية، ...).
- الاهتمام بالتوعية لجميع الفئات المجتمعية (كبار السن، الطلبة، العاملين، الجنسيات المختلفة، السياح، ...).
- إطلاع الجمهور على المستجدات والإرشادات باستمرار.

الدراسات المقترحة:

- دور وسائل التواصل الاجتماعي في وزارة التربية والتعليم في دولة الإمارات العربية المتحدة في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.
- التعليم الإلكتروني الجامعي في دولة الإمارات العربية المتحدة في ظل جائحة كوفيد ١٩.
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في الدول العربية في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في الدول الأجنبية في مواجهة جائحة كوفيد ١٩.

مواش الدراسة:

١. أبو عبا، آرام (٢٠٢٠م). دور إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة السعودية في التعامل مع جائحة كورونا (كوفيد ١٩) من وجهة نظر طلاب العلاقات العامة، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد (٦٠)، ص ص ١٥٠-١٨٠.
٢. حداد، أسماء وعينباوي، منال (٢٠٢١م). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعة الأردنية خلال أزمة كورونا، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد (٣١)، ص ص ٢٦٦٣-٢٧٩٨.
٣. حمدي، محمد (٢٠٢١م). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الوقاية والحد من انتشار الأوبئة - كورونا المستجد أنموذجاً، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية، عدد خاص بأبحاث جائحة كورونا، ص ص ١٧٣-٢٤٠.
٤. الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة (٢٠١١م)، هيئة تنظيم الاتصالات، حكومة الإمارات الإلكترونية، دولة الإمارات العربية المتحدة.
٥. شحاتة، أحمد وآخرون (٢٠٢٣م). سلوك التعامل مع المعلومات الخاطئة على منصات التواصل الاجتماعي لدى المجتمع العماني خلال أزمة كورونا، مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا، جمعية الملكيات المتخصصة - فرع الخليج العربي، ص ص ١-١٩.
٦. الشعراوي، سامي (٢٠٢٢م). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في توعية الجمهور في ظل جائحة كورونا، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد (٢٣)، الجزء (٣)، ص ص ٤٢٩-٤٨٣.
٧. شليبي، أسماء (٢٠٢٤م). تعرض المواطنين للشائعات حول لقاح فيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديهم - دراسة ميدانية، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية.
٨. العنزي، نهلة (٢٠٢٠م). هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية - دراسة تحليلية لإدارة فيروس كوفيد ١٩ عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك للمدة من ٢٠٢٠/٣/٢١م حتى ٢٠٢٠/٤/٢١م، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، ٣(٨٣)، ص ص ٤٦٢-٤٨٦.
٩. كايسر، شينا وآخرون (٢٠١٥م). وسائل التواصل الاجتماعي - دليل عملي للهيئات المعنية بإدارة الانتخابات، (ترجمة: شركة بانغوس، تحرير ومراجعة: حسان شمس)، المؤسسة العربية للديمقراطية والانتخابات.

١٠. محمدي، خيرة (٢٠٢٠م). الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا كوفيد ١٩ في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، ٢(٣)، ص ص: ٣٤-٥٦.
١١. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (٢٠٢٠م). جائحة كورونا كوفيد-١٩ وتداعياتها على أهداف التنمية المستدامة ٢٠٣٠، نشرة الألكسو العلمية، العدد (٢).
١٢. موسى، عبد العزيز (٢٠٢٤م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي أثناء جائحة كورونا لدى المجتمع السعودي - دراسة ميدانية بمنطقة جازان، مجلة كلية الآداب - جامعة المنصورة، ٧٥(٧٥).
١٣. موقع جامعة أم القيوين، [/http://uaqu.ac.ae](http://uaqu.ac.ae)
١٤. موقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع، www.moh.gov.ae
١٥. وزارة الصحة الفلسطينية (٢٠٢٠م). تقرير أداء وزارة الصحة في مواجهة جائحة كورونا، غزة، فلسطين.
16. Ahmad A. & Murad H. (2020). The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5), Retrieved <https://www.jmir.org/2020/5/e19556/>
17. Chen Q., et. al., (2020). Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through the covid-19 crisis, *Computer in human behavior*.
18. Lovari A., (2020). Spreading (Dis) Trust: Covid-19 Misinformation and Government Intervention in Italy, *Media and Communication (ISSN: 2183-2439)*, 8(2), P. 458-461.
19. Park S., et. al., (2020). Risk Communication in Asian Countries: COVID-19 Discourse on Twitter.

The Role of Social Media in the Ministry of Health and Community Protection in the United Arab Emirates in Confronting the Covid 19 Pandemic: A Field Study on Community of the Umm Al Quwain University (*)

Dr. Ahd Maher Abu Draz
dr.ahdabudraz@gmail.com
Associate Professor of Media,
College of Mass Communication,
Umm Al Quwain University

Abstract

The study aimed to identify the role of social media in the Ministry of Health and community protection in the United Arab Emirates in confronting the Covid 19 pandemic.

The study adopted the sample survey method, and the questionnaire was used as a tool to collect data. The study sample consisted of workers and students at Umm Al Quwain University. Among the most important results of the study were the following: The reality of social media came with a degree of approval (very large), and the mechanisms of communication with citizens and their awareness came to a degree Approval (large), and the mechanisms of communication with the relevant sectors and institutions came with a degree of approval (very large), and the obstacles came with a degree of approval (medium), and there were no statistically significant differences due to the personal variable: “academic employee, administrative employee, and university student.”

The study recommended the existence of a professional media cadre in managing social media, engaging the public and relevant institutions in awareness and education, diversifying the communication and awareness mechanisms, and paying attention to awareness for all community groups.

keywords: Social Media, COVID-19 Pandemic.

(*) The Paper was received on November 10, 2024, and accepted for publication on December 25, 2024.

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 Public Relations Association
(EPRA)

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.

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

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:



- 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 15 days 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 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 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 1900 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. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % 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, Shibeh El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@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.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2024 = 1.75 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2024 = 7.
- 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.
- 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.

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

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

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

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

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

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

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

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

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

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

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

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Dr. Said Ghanem

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghby Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh 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 Aneid (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic 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 the 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 and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
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.

Journal



of
P **R** **esearch**

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Twelfth Year - Fifty-fourth Issue - Part 2 - October/December 2024

IF of the Supreme Council of Universities 2024 = 7

ICR IF 2021/2022 = 1.569

Arcif Impact Factor 2024 = 1.75

Abstracts of Arabic Researches:

- **Dr. Sara Abdel Fattah El Sayed - Al-Azhar University**
Dr. Hiam Saad Abu Al-Fotoh Talkhan - Al-Azhar University
Companies' Employ for the Fear of Missing out Strategy via Social Media to Promote their Products: A Comparative Analytical Study of Egyptian and Multinational Ceramic Companies 15
- **Dr. Hanaa Mohamed Abd Almaqsoud Own - Kafrelsheikh University**
The Reality of Digital Video Journalism on Electronic Newspaper Websites and Attitudes of the Educational Media Students towards it: An Applied Study 16
- **Dr. Ahd Maher Abu Draz - Umm Al Quwain University**
The Role of Social Media in the Ministry of Health and Community Protection in the United Arab Emirates in Confronting the Covid 19 Pandemic: A Field Study on Community of the Umm Al Quwain University 17
- **Dr. Hassan Farrag Hassan Farrag - Ain Shams University**
Using Digital Marketing Applications for Big Data Analytics and its Relationship in Building Trust in Products among Users 18
- **Safiyah Saad Saad Alshamrani - King Abdulaziz University**
Providing Self-identity for the Visually Impaired People via Digital Platforms 19


(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

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

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2024@APRA 

www.jpr. epra.org. eg