

اتجاهات الرأي العام المصري نحو التغطية الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيس بوك أثناء الموجه الأولى والثانية لفيروس كوفيد19

د. اسلام سعد عبدالله عز*

ملخص

استهدفت الدراسة تحديد اتجاهات الرأي العام المصري نحو التغطية الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيس بوك أثناء الموجه الأولى والثانية لفيروس كوفيد19، والتحليل الكيفي للصفحة وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها:
أتاح الاستخدام الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي مشاركة واسعة في الاستجابة لحالات الطوارئ والأزمات.

معدل نشر المحتوى الإعلامي بالصفحة الرسمية يعد جيداً ويلقى اهتمام وتفاعل من قبل الجمهور، وقد ارتبط معدل تعرض عينة الدراسة للصفحة الرسمية بجائحة كورونا بشكل كبير تراجع الاهتمام بمتابعة التغطية الإعلامية لجائحة كوفيد19 من قبل الجمهور في الموجه الثانية عن الموجه الأولى.

غياب الجهود المتخصصة لإعداد المحتوى الإعلامي في ظل جائحة كورونا لمخاطبة الرأي العام للوصول إلي الاستجابة المرغوبة. وعليه يجب إعادة تصميم أنشطة الاتصال المقدمة بالصفحة الرسمية من أجل أن تكون المعلومات المتعلقة بالأوبئة بشكل عام وكوفيد19 بشكل خاص أكثر فعالية. وكذلك نشر المعلومات المتعلقة بالوباء وتحديثها في الوقت المناسب هو إجراء فعال لتجنب الذعر العام ومنع انتشار المعلومات المضللة.

ضرورة صياغة إجراءات استجابة دقيقة لمواجهة مطالب الجمهور في السيطرة على الأزمة، ومراقبة صحة المعلومات التي تنشرها الحسابات الرسمية، وذلك لتعزيز استجابة الرأي العام للأوبئة ومكافحتها.

وفي النهاية لا بد مراعاة أن إبداء الرأي العام في حالات الأزمات ليس عشوائياً ولكن له فترات من الصمت والضوضاء شديدة التقلب وعرضة للتأثيرات الخارجية لا بد من مراعاتها في التغطية الإعلامية للأزمات.

الكلمات الدالة : الرأي العام، الصفحة الرسمية، كوفيد19

* مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة حلوان

Attitudes of Egyptian public opinion towards media coverage of the official page of the Ministry of Health via Facebook during the first and second wave of the Covid 19 virus

Eslam Saad abdallah abdelrahman ezz*

Egyptian public opinion Attitudes towards media coverage of the official page of the Ministry of Health on Facebook during the first and second wave of the Covid-19 virus

The study aimed to determine the trends of Egyptian public opinion towards the media coverage of the official page of the Ministry of Health during the first and second wave of the Covid 19 virus, and a qualitative analysis of the official page. The study reached several results, the most important of which are:

Extensive use of social media has allowed floppy participation in emergency and crisis response.

The rate of dissemination of media content on the official page is good and receives attention and interaction from the public, and the rate of exposure of the study sample to the official page has been significantly related to the Corona pandemic.

The interest in following the media coverage of the Covid-19 pandemic by the public decreased in the second wave than in the first wave.

The absence of specialized efforts to prepare media content in light of the Corona pandemic to address public opinion to reach the desired response. Accordingly, the communication activities provided on the official page must be redesigned in order for information related to epidemics in general and COVID-19 in particular to be more effective. Also, timely dissemination and updating of information regarding the epidemic is an effective measure to avoid public panic and prevent the spread of misinformation.

The need to formulate accurate response procedures to meet the public's demands to control the crisis, and to monitor the validity of information published by official accounts, in order to enhance public opinion's response to epidemics and control them.

Key word: Public opinion, official page, Covid 19

* Lecturer at the Department of Mass Communication, Helwan University

مقدمة

أصبحت وسائل الإعلام مصدراً مهيمناً على المعلومات الصحية فمن خلالها يمكن توفير تحديثات سريعة عن الأوبئة، وتعد وسائل التواصل الاجتماعي منصة مهمة لتقديم المعلومات ومناقشة الآراء وعرض التجارب الشخصية ومواجهة المخاوف المتعلقة بالصحة والأمراض، وقد ساهمت مواقع التواصل في تحول دور الجمهور من متلقي سلبي للمعلومات إلى متلقي نشط، وذلك أدى إلى توجه الحكومات إلى التواصل مع الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة من سهولة التدفق الهائل للمعلومات واستخدامها في تحسين عملية التواصل مع الجمهور والتأثير عليه.

مشكلة الدراسة

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الاتصال لنقل المعلومات لمختلف فئات الجمهور في كافة الأوقات بشكل عام وفي وقت الأزمات بشكل خاص. وتحددت مشكلة الدراسة في معرفة اتجاهات الرأي العام المصري نحو التغطية الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية في أثناء الموجتين الأولى والثانية وتحديد الدور الذي يمكن أن تلعبه صفحة التواصل الاجتماعي الرسمية لوزارة الصحة المصرية في التوعية بمرض كوفيد 19 والوقاية منه بالإضافة إلى تحليل الأساليب والاستراتيجيات التي تستخدمها الصفحة تحليلاً كفيًا وتحديد أبرز العناصر التي استخدمتها في تناول تلك الأزمة.

أهمية الدراسة:

- خطورة مرض كوفيد19 وتحوله لوباء عالمي وخلق حالة من الذعر للعالم أجمع، وارتفاع حجم الخسائر والأضرار الناتجة سواء على المستوى المحلي أو الدولي.
- إلقاء الضوء على أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كإحدى الوسائل الرئيسية في نقل المعلومات والتوعية لدى الرأي العام والتواصل مع الجمهور وتسخير الوسائل المتعددة للتأثير عليه.
- التأكيد على أهمية الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية عبر الفيسبوك في توصيل المعلومات الصحيحة حول كوفيد 19 كوسيلة اتصال أساسية لنقل المعلومات للجمهور.
- ندرة الدراسات التي قامت بعمل مقارنة للمعالجة الإعلامية للصفحة الرسمية للموجتين الأولى والثانية لفيروس كوفيد19.
- إمداد صانعي القرار والقائمين على الصفحات الرسمية للهيئات الحكومية بنتائج لتفعيل الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي.

التراث العلمي المتعلق بموضوع البحث

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى دراسات أجنبية وعربية حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بشكل عام والتوعية بفيروس كوفيد19 بشكل خاص.

أولاً الدراسات الأجنبية

اختبر كلٌّ من باتش وأنا كيم وآخرون Bach Xuan Tran, Anh Kim Dang (2020)⁽¹⁾: تأثير تغطية المعلومات الصحية عبر المصادر المختلفة وأجريت الدراسة في فيتنام على 604 مفردة من العاملين بالقطاع الصحي والعاملين بالمجتمع المحلي وتم اختيار هذه المجموعات على أساس أنهم خط الدفاع الأمامي لمواجهة جائحة كوفيد19. وأجريت الدراسة في الفترة من يناير إلى فبراير 2020 وأكدت الدراسة على أن حصول عينة الدراسة على معلومات حول المبادئ الوقائية وطرق السيطرة على انتشار وباء كوفيد19 كانت النسبة الأعلى في الحصول على المعلومات من خلال وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي والأصدقاء وفي المقابل حصلت المنظمات والوكالات الصحية على النسبة الأقل وأكدت الدراسة على ضرورة إعادة تصميم برامج التدريب وأنشطة الاتصال لكي تكون المعلومات المتعلقة بالأوبئة بشكل عام وكوفيد19 بشكل خاص أكثر فعالية. وكان محتوى المعلومات الأكثر تداولاً هي الإبلاغ عن الأثر من الوباء بينما المبادئ التوجيهية وسياسات الوقاية للسيطرة على كوفيد19 الأقل تداولاً. وقد يرجع هذا لأن الدراسة أجريت في المرحلة المبكرة من الوباء. ويلعب الاتصال الفعال دوراً أساسياً في أثناء الأوبئة من أجل إحداث تغييرات في الإدراك والسلوك، من خلال التبادل الفعال للمعلومات بين قادة المجتمع والأشخاص المعرضين للخطر لفهم السلوكيات الوقائية وتبنيها.

استعرض بيوتهاي سوها وآخرون 2020⁽²⁾ تدابير محددة للوقاية والسيطرة على كوفيد19 في فيتنام، أجريت الدراسة التحليلية على 21 وثيقة خلال الفترة ما بين أوائل يناير و10 أبريل 2020 حيث أدت إجراءات الاحتواء الصارمة في فيتنام إلى الحد بشكل كبير من انتشار الوباء في البلاد. وقد تحقق ذلك من خلال استخدام تدابير مكافحة الطوارئ في المناطق الوبائية وتكامل الموارد من قطاعات متعددة بما في ذلك الصحة والإعلام والنقل والتعليم، وأدت هذه التدابير إلى انخفاض انتشار الحالات وعدم الإبلاغ عن أي وفيات بحلول 4 أبريل 2020. وكان من أهم التدابير التي تم اتخاذها مايلي:- تعليق ترخيص الطيران لجميع الرحلات الجوية من الصين والمناطق الوبائية الأخرى إلى فيتنام والعكس؛ للحد من حشود الناس، خاصة في المهرجانات؛ تعليق المهرجانات التي لم يتم افتتاحها بعد وتقليص حجم المهرجانات المقامة؛ مطالبة الناس بارتداء الأقنعة في الأماكن العامة، التركيز على إرشادات التشخيص المبكر والوقاية والعلاج. حشد القطاعات والمستويات المختلفة للمشاركة في الوقاية من كوفيد19 ومكافحته من التدابير الفاعلة الرئيسية. وكذلك شفافية المعلومات المحدثة ورسائل الاتصال الواضحة حول

كوفيد19. وأكدت الدراسة على أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في تغيير سلوكيات المجتمع تجاه ارتداء الأقنعة وغسل اليدين والتباعد الاجتماعي. وتميزت الاستجابة الفيتنامية بالاستجابة السريعة، والقيادة الواضحة، والنهج متعدد القطاعات، وتخضع قابلية تطبيق هذه التجارب على نطاق واسع للاختلافات في البيئات الاجتماعية والسياسية، والتي تحدد مدى التزام الجمهور بأجندة الحكومة.

حلل رامز Ramez (2020) (3) 673 تغريدة تم نشرها على تويتر تتعلق بوباء كوفيد19 في فبراير 2020. واقتصر البحث على التغريدات باللغة الإنجليزية وتلك التي تلقت مبدئيًا خمس تغريدات على الأقل. ولوحظ أن بعض التغريدات أو خصائص حساب تويتر مرتبطة بفرصة أكبر لنشر معلومات خاطئة لا يمكن التحقق منها. حيث تبين أن المعلومات المضللة وغير القابلة للتحقق والمتعلق بوباء COVID-19 العالمي لديها القدرة على الانتشار بسهولة على منصة التواصل الاجتماعي بشكل يندرج بالخطر. وتعرض هذه الظاهرة السلامة العامة للخطر في وقت يكون فيه الوعي والإجراءات الوقائية المناسبة أمرًا بالغ الأهمية. وأكدت الدراسة على ضرورة إطلاق منظمات الصحة العامة والحكومات والشركات الخاصة تدابير لضمان صحة المعلومات المتداولة وتسخير قوة وسائل التواصل الاجتماعي لنشر معلومات موثوقة ومدققة. وكذلك يلعب الأطباء والجمعيات الطبية والمجلات العلمية دورًا في معالجة المعلومات المضللة خلال هذه الأوقات الحرجة. من خلال التعاون العالمي والشراكات متعددة التخصصات، يمكن احتواء المعلومات الخاطئة واستبدالها بالحقائق والمعلومات الدقيقة المتعلقة بالموضوع. وأكدت الدراسة على أهمية التدخلات المبكرة من أجل كبح هذه الظاهرة التي تعرض السلامة العامة للخطر في وقت يكون فيه الوعي والإجراءات الوقائية المناسبة أمرًا بالغ الأهمية.

استكشف تشين هسين هسو Chin-Hsien Hsu (2020) (4) في دراسته مدى الوعي وتحديد المواقف والسلوكيات المتبعة بكوفيد19 بين المواطنين التايوان وحالاتهم الصحية الجسدية والعقلية. وذلك من خلال جمع 2132 استبيان ميداني، وتبين أن المستوى العالي من استعداد الجمهور لتبادل المعلومات، والمعرفة الكافية والتوافق بشأن الوقاية من الأوبئة كان بين الأفراد والأسر، والامتثال للوائح والتدابير الوقائية الفعالة، والمرافق العامة الكافية قد ساهم في السيطرة على كوفيد19. ومع ذلك، فإن الوعي بالوباء لدى بعض الأفراد، وحملات الوقاية من الأوبئة، والتدابير الوقائية المجتمعية كانت غير كافية. وقد أثرت المتغيرات الديموغرافية (مكان الإقامة والجنس والعمر والوظيفة) وحالة الصحة البدنية والعقلية تأثيرات مختلفة على وعي المواطنين ومواقفهم وسلوكهم فيما يتعلق بالوقاية من الأوبئة بالإضافة إلى التأثير الملحوظ لكوفيد19 على الصحة البدنية والعقلية. فقد ساهمت مستويات تعاون الجمهور العالية وارتداء الأقنعة الطوعية في نجاح الوقاية من الوباء في تايوان. ومع ذلك، لم تكن تدابير الوقاية الشاملة من الأوبئة وخطط توصيل المعلومات شاملة بشكل كافٍ في شمال

تايوان، لذلك أكدت الدراسة على ضرورة استخدام وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات والتدابير الصحيحة للوقاية من الوباء بشكل أكبر. كان الوعي بالتنظيف الفردي والمجتمعي غير كافٍ في وسط تايوان. قلة في جنوب تايوان أبدت استعدادها للإبلاغ عن سلوكيات غير ملائمة للوقاية من الوباء. المرافق العامة للوقاية من الأوبئة غير كافية في شرق تايوان. أخيرًا، كانت رغبة الناس وطرق حل الأزمات المرتبطة بالأوبئة غير كافية وغير ملائمة في الجزر الساحلية. كل ذلك يمكن أن يمنع جهود الوقاية من الأوبئة في تايوان. وبالنسبة للتأثير النفسي بأزمة كوفيد19 فقد أبلغ معظم الناس عن عدم الاستقرار العاطفي، والقلق، والتوتر، والصداع، وعسر الهضم، وعادات الأكل المفرط.

حلل هان وآخرين Han xuehua 2020⁽⁵⁾ بيانات وسائل التواصل الاجتماعي في الصين في الفترة من 9 يناير إلى 10 فبراير 2020 في الصين. وتم تصميم نموذج لاستخراج وتصنيف نصوص Weibo المتعلقة بـ كوفيد19، فمنذ أن أعلنت منظمة الصحة العالمية (WHO) في 31 يناير عن الوباء باعتباره "حالة طوارئ صحية عامة تثير قلقًا دوليًا"، ارتفع عدد النصوص بشكل ملحوظ، وانخفض مرة أخرى بعد أن بلغ ذروته في 1 فبراير وأجريت الدراسة على سبعة موضوعات رئيسية و13 موضوعًا فرعيًا تتعلق بـ كوفيد19 من نصوص Weibo وتم تحليل توزيعاتها الزمانية-المكانية. وكانت الموضوعات التي بلغت نسبتها أكثر من 60% هي "الإخطار بالأحداث" و"تعميم الوقاية والعلاج" و"استجابة الحكومة". بينما كانت موضوعات "البقاء في المنزل" واتخاذ الاحتياطات اللازمة، والبركة والصلاة، و"اتخاذ تدابير وقائية علمية"، و"تعميم المعرفة المضادة للوباء في الأسرة" هي أكثر الموضوعات الفرعية التي تم التعبير عنها. وكان الموضوع الأكثر تعبيرًا هو "الرأي والمشاعر"، بنسبة 34.42%. مما يدل على أن وسائل التواصل الاجتماعي هي قناة مهمة قام من خلالها الجمهور بإدراك المخاطر وتبادل الآراء والعواطف في أثناء تفشي كوفيد19. تبلغ نسبة "الإخطار بالأحداث"، و"الترويج للوقاية والعلاج"، و"استجابة الحكومة" أكثر من 60%، مما يشير إلى أن الجمهور يركز بشكل أساسي على مكافحة الوباء، والمعلومات الموثوقة التي تصدرها الحكومة الصينية في الوقت المناسب كانت هادفة وفعالة وساعدت في القضاء على الذعر وتعزيز استقرار المشاعر العامة. مما يشير إلى أن اتجاه الجمهور في المرحلة المبكرة من كوفيد19 كان إيجابيًا بشكل عام، من خلال الاستجابة لمتطلبات الحكومة واتخاذهم تدابير وقائية بشكل فعال. وأكدت الدراسة على أن نشر المعلومات المتعلقة بالوباء وتحديثها في الوقت المناسب ووقف انتشار المعلومات المضللة هو إجراء فعال لتجنب الذعر العام. ويعد تحسين إدارة الطوارئ والحكومة الاجتماعية في المناطق الحضرية في أثناء الاستجابة لتفشي المرض قضية ينبغي التأكيد عليها. وتبين أن الوضع الوبائي له ارتباط كبير بالتوزيع المكاني للرأي العام. فالتوزيع المكاني لنصوص Weibo كان مرتبطًا بشدة الوباء، ودرجة التجمع السكاني، ومستوى التنمية الاقتصادية.

أعد ميهراب نظير وآخرون Mehrab Nazir⁽⁶⁾ 2020 نموذج متعدد الأبعاد لفحص الارتباط بين التعرض لوسائل الإعلام الاجتماعي، والوعي وتبادل المعلومات والسلوك الوقائي ولتحديد التأثير غير المباشر والمباشر لوسائل التواصل الاجتماعي وقد أجرى الباحثون مسحا عبر الإنترنت في مارس 2020 خلال جائحة كوفيد19 على 500 مفردة اختبرت بشكل عشوائي في باكستان. وكشفت النتائج أن التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي مرتبط بمتغيرين ذوي صلة، وهما المعرفة بالوعي وتبادل المعلومات، وهذه المتغيرات تتوسط في العلاقة بين التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي والسلوك الوقائي بين الأشخاص فيما يتعلق بـ كوفيد19. وتبين أن التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي ليس له تأثير مباشر على السلوك الوقائي بينما له تأثير غير مباشر على السلوك الوقائي من خلال الوعي وتبني استراتيجيات التوعية المناسبة وتبادل المعلومات فوسائل التواصل الاجتماعي تعزز الاتصال المتعلق بالصحة من خلال رفع حملات التوعية ونشر المعلومات الموثوقة للمستخدمين في حالات الطوارئ. أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات السريعة ويمكن تحديثها على الفور. فيمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن توفر طريقة فعالة وسهلة الاستخدام للغاية لرصد حقائق وأرقام الوباء محلياً ودولياً. فقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي الأداة الأكثر سهولة وقيمة، خاصة في السياق الاجتماعي والاقتصادي والمناخي.

أجرى مارفاند وآخرون 2020⁽⁷⁾ دراسة على عينة من الإيرانيين قوامها 3787 مفردة من مستخدمي الإنترنت لدراسة العلاقة بين التوتر والوعي في أثناء الأوبئة. وتبين أن غالبية المشتركين من الإناث 67.4% ويرجع ذلك إلي أن النساء تواجه ضغوطاً متعددة وإضافية، بما في ذلك العمل، ورعاية الآخرين في الأسرة، وترتيب المواد والإمدادات للأسرة، وترتيب العمل المدرسي والتعليم للأطفال. فقد تم تغيير روتينهم بشكل كبير مما تسبب في المزيد من الضغط. ويعاني الأفراد المصابون بأمراض مزمنة من ضغط وتوتر أعلى بشكل عام، واتضح أيضاً وجود علاقة إيجابية بين ارتفاع مستوى التعلم وتقليل التوتر النفسي، وأوصت الدراسة بضرورة أن تصبح المراقبة والرصد المستمران للعواقب النفسية جزءاً من جهود التأهب للكوارث والأوبئة في جميع أنحاء العالم.

أجرى أنات جيسر 2018⁽⁸⁾ دراسة تجريبية حول تصحيح المعلومات الخاطئة من قبل المنظمات الصحية في أثناء تفشي الحصبة وكان مجتمع البحث يشتمل على 243 طالباً، (174 طالباً في كلية الصحة العامة و69 طالباً في أقسام مختلفة من كلية الرعاية الاجتماعية والصحة) وقد تم تقسيم مجتمع البحث إلى مجموعتين مجموعة مؤيدة لتطعيم الحصبة ومجموعة مترددة، وأكدت الدراسة على أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي ساهم في إحداث تحول جذري في العلاقة بين المنظمات الحكومية والجمهور، فتقديم المعلومات الكاملة والشفافة من منظور عاطفي تكون أكثر فعالية مما كانت عليه عندما تقدم استجابات جزئية أحادية البعد لا تعالج مخاوف الجمهور، وبالتالي

فإن محادثات المنظمات خلال الشبكات الاجتماعية يجب أن تكون حواراً دائرياً ومستمرًا يستمر بمرور الوقت حتى التقارب. واتضح أن أعلى نسبة من المشاركين الذين يستمرون في البحث عن المعلومات هم الأشخاص ذوو مستويات متوسطة من الكفاءة الذاتية مقارنة بالأشخاص ذوي الكفاءة الذاتية المنخفضة أو العالية. وأكدت الدراسة على أنه يجب على المنظمات ألا تعامل الجمهور المؤيد للتحصين على أنه جمهور دائم. واتضح أن المجموعة المترددة راضية عن المنظمة عندما قدمت معلومات كاملة لها، والتي عالجت المخاوف لديهم، مما يعزز الافتراض القائل بأن المنظمات الصحية يمكن أن تزيد من موثوقيتها حتى مع المجموعة المترددة. وأكدت الدراسة على أن المنظمات الصحية على المستويات الدولية والوطنية والمحلية تستخدم بنشاط وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنها تُظهر أيضًا أن هذا الاستخدام ما يزال محدودًا جدًا، لأن هذه الأدوات تعمل في المقام الأول على نشر المعلومات الجماعية (على غرار وسائل الإعلام التقليدية).

استطلعت نيفيا باسكران⁽⁹⁾ Navya Bhaskaran (2017) في دراستها التماس المعلومات المتعلقة بالصحة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالصحة، وتوصلت إلي أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الصحية هي الواتس آب، يليه الفيس بوك، يليه اليوتيوب ثم تويتر، وأن أكثر المعلومات التي يسعى أفراد العينة للحصول عليها هي معلومات تتعلق بالأمراض والأدوية، وكانت نسبة من يتقون بالمواقع التي يلتصون من خلالها المعلومات الصحية أكثر من نصف العينة في مقابل 32% فقط لا يتقون.

ثانياً: الدراسات العربية

استهدفت أسماء عبدالعزيز⁽¹⁰⁾ 2020 تحديد اتجاهات الثقة نحو معالجة فيروس كورونا، في الفترة من 25 مارس إلى 25 مايو 2020م بالتطبيق على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة باستخدام منهج الإنثوجرافيا الافتراضية على عينة من تعليقات الجمهور واتضح أن مستويات الثقة تجاه أداء الحكومة عالية خلال المرحلة الأولى مقارنة مع المراحل اللاحقة، وكانت أبرز الاتجاهات هي إلقاء اللوم على الكيانات البعيدة المتسببة بالمرض، وتحول مسار إلقاء اللوم إلي لوم نزولي طال المجموعات الاجتماعية القريبة خاصة مع تزايد أعداد المصابين، كما تبين تذبذب اتجاهات الجمهور وارتباطها بمؤشرات زيادة تصورات المخاطر والتضخيم الاجتماعي، بالتماشي مع صعود وازدياد اعداد الإصابات، وأوصت الدراسة بمزيد من الاهتمام بمستويات الثقة الاجتماعي نحو الأداء الحكومي في أثناء الأزمات. وأكدت الدراسة على أهمية وسائل الإعلام الاجتماعي حيث تعد أداة غير مباشرة للسيطرة على معدل انتشار الوباء ولها دور قيم في الحد من الشائعات.

دراسة إيناس منصور كامل⁽¹¹⁾ 2020 استهدفت الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات بفيروس كورونا المستجد، وأجريت الدراسة على 400 مفردة من شباب جامعتي الإسكندرية وكفر الشيخ، وتوصلت الدراسة إلي أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في الترتيب الأول في الحصول على معلومات حول فيروس كورونا وكان أهمها الفيس بوك تلاها الواتس آب، وأكد 53.9% من أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا. وتبين وجود علاقة دالة إحصائية بين درجة اعتماد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن كوفيد19 وزيادة حدة القلق والتوتر لديهم تجاه الفيروس.

أجرى حسين خليفة حسن 2020⁽¹²⁾ دراسة على عينة قوامها 588 مفردة من الرأي العام البحريني للوقوف على الدور الذي قامت به التغطية الإعلامية لكوفيد19 في تشكيل الأنساق المعرفية والوجدانية للرأي العام البحريني وتوصلت الدراسة إلي أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة الوسائل الإعلامية التي حرص الرأي العام البحريني على متابعة الجائحة من خلالها، وأشارت النتائج إلي أن الرأي العام البحريني لديه مصداقية عالية (74.3%) في تغطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال الجائحة، وحصل موقع وزارة الصحة على أعلى وسائل الإعلام مصداقية 89.3% تلاه بفارق بسيط (87.3%) موقع وزارة الصحة على مواقع التواصل الاجتماعي.

تعرف عبدالله محمد أطبقة 2020⁽¹³⁾ في دراسته على الأطر الخبرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا على الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم وأجريت الدراسة على 200 خبر وتقرير تم نشرها في الفترة من 1/1/2020 حتى 31/3/2020 وتبين أن تكتم الصين عن ظهور فيروس كورونا هو أهم أطر الأسباب المنشورة بالموقع، والدخول في حالة الركود الاقتصادي هو أكثر أطر العواقب الاقتصادية، تحميل الحكومات مسؤولية انتشار الفيروس هو أكثر أطر العواقب السياسية، وتطبيق إجراءات التباعد الاجتماعي هو أكثر أطر الحلول الواردة بالموقع الإلكتروني.

دراسة فاطمة سعود⁽¹⁴⁾ 2020 مصداقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات: جائحة كورونا نموذجاً، وأجريت الدراسة على 676 من المواطنين الكويتيين واستهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام الرسمية ومواقع التواصل الاجتماعي لاكتساب المعلومات حول فيروس كورونا المستجد وأكدت الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي هي المصدر الرئيسي لتلقي الأخبار خلال أزمة كورونا وذلك لسهولة الاستخدام والفورية، والتحديث المستمر وبالرغم من ذلك فقد حصدت مواقع التواصل الاجتماعي أقل نسبة رضا عن الأداء مقارنة بوسائل الإعلام الرسمية الكويتية خلال أزمة كورونا.

توصلت نيرمين على عوجة⁽¹⁵⁾ 2020 إلى أهم استراتيجيات اتصال المخاطر، التي استخدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية في الاتصال بالجمهور المصري عبر موقع الفيس بوك أثناء جائحة "كورونا" في المراحل المختلفة للأزمة، واعتمدت الدراسة على مدخل نموذج اتصال المخاطر للطوارئ والأزمات، وتوصلت الدراسة 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. واحتلت استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية المرتبة الأولى في مرحلة الأحداث الأولية للأزمة، تلاها استراتيجية تخفيض الغموض، ثم استراتيجية ترويج السلوكيات الفعالة، 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 الفعالة في المركز الثاني، وهو ما يشير إلى أن توعية الجمهور بالسلوكيات الفعالة التي يجب الالتزام بها للوقاية من الوباء وعدم الإضرار بالآخرين تعد هدفًا أساسيًا في أثناء مرحلة الأزمة، تلاها استراتيجية تقديم النصائح.

التعليق على الدراسات السابقة

- تشكل جائحة كوفيد19 تهديدًا خطيرًا للصحة العالمية وتحتاج الحكومات إلى توظيف الإجراءات الفعالة لمنع انتشار الحالات.
- هناك العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت دور وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي الإعلامي في إدارة أزمة كوفيد 19 والتوعية به.
- حداثه البحوث التي تناولت معالجة صفحات التواصل الاجتماعي الرسمية للأزمات الصحية بصفة عامة وكوفيد19 بصفة خاصة، مما يؤكد أهمية إجراء المزيد من الدراسات في هذا الشأن وذلك لاستمرار وجود الأزمة حتى الآن.
- ركزت معظم الدراسات العربية والأجنبية على دراسة دور وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في رفع الوعي لدى الجمهور والبعض الآخر تناول استراتيجيات الأزمة والاتصال وندرة الدراسات التي تناولت اتجاهات الجمهور نحو الأداء الإعلامي للصفحات الرسمية الحكومية.

- كثرة الدراسات الأجنبية وتنوعها في تناول المعالجة الإعلامية لأزمة كوفيد19 وان اتفقت معظمها على وجود درجة عالية من الإثارة في التغطية ونشر مشاعر الخوف والتهويل في معالجة الأزمة وعلى الرغم من كثرة الدراسات التي تناولت معالجة الصحف للأزمات إلا أنه لا توجد دراسات تناولت مقارنة الأداء الإعلامي خلال الموجتين الأولى والثانية لكوفيد19 من وجهة نظر الرأي العام كما في الدراسة الحالية فقد اهتمت الدراسة الحالية بدراسة اتجاهات الرأي العام تجاه المعالجة الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة في أثناء الموجتين الأولى والثانية، بالإضافة إلي تحليل كيمي للصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية عبر الفيسبوك.

مفاهيم الدراسة

الاتجاه

الاتجاه: هو الاستعداد المسبق لدى الفرد نتيجة خبراته وتجاربه الذاتية للتصرف بشكل معين إزاء مشكلة أو موقف لم يتحدد بعد¹⁶

والاتجاه أيضا: هو السبب في النوايا السلوكية، ويقسم إلي قسمين رئيسيين هما الاتجاه نحو الأشياء والاتجاه نحو السلوك ويتم تشكيل الاتجاهات والأحكام الاجتماعية من خلال أسلوبين هما: المعالجة المتعمقة وفيها يتم تشكيل الأحكام بناءً على أساس الاستجابة للمحتوى الفعلي للمعلومات، أما الأسلوب الثاني فهو المعالجة الاستدلالية وهي ذلك النوع من المعالجة الذي يستلزم تنشيط وتطبيق قواعد اجتهادية أو أدوات استدلالية مثل البنى المعرفية التي يتم تعلمها وتخزينها في الذاكرة¹⁷

التعريف الإجرائي

هو الاتجاه الذي يصدره الرأي العام تجاه التغطية الإعلامية لكوفيد19 وقد يكون معرفي(معتقدات وآراء)، وجداني (مشاعر وانفعالات)، سلوكي(سلوك أو تصرف معين مثل الالتزام بالإجراءات الاحترازية).

الرأي العام:

الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة إزاء قضية ما يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً¹⁸.

التعريف الإجرائي:

- الرأي السائد بين أغلبية الجمهور نحو المعالجة الإعلامية لأزمة كوفيد19 في فترة معينة وهي الفترة من 1- إبريل حتى 30- مايو 2020 حيث تعد تلك الفترة هي ذروة الموجة الأولى لكوفيد19 في مصر. والفترة من 10-12-2020 حتى 15-1-2021 هي ذروة الموجة الثانية لكوفيد19 في مصر

أهداف الدراسة:

الهدف العام

الخروج بوصف دقيق لمستوى أداء الصفحة الرسمية بالفيديوك لوزارة الصحة المصرية لرفع الوعي بكوفيد19 من وجهة نظر الرأي العام المصري وذلك من خلال عدة أهداف فرعية وهي: -

1. الوقوف على اتجاهات الرأي العام المصري نحو التغطية الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية خلال الموجتين الأولى والثانية.
2. رصد مدى تأثير التعرض للمضمون الإعلامي للصفحة الرسمية لوزارة الصحة الرسمية عبر الفيديوك على إدراك الرأي العام لكوفيد19.
3. تحديد أبرز الخدمات والمعلومات التي قدمتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية لمواجهة كوفيد19.
4. تحديد الأساليب الاتصالية والآليات المستخدمة من قبل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية لتوعية الجمهور بكوفيد 19.

• تساؤلات الدراسة: تم تقسيم تساؤلات الدراسة إلى محورين :

أولاً: التساؤلات الخاصة بالدراسة الميدانية:-

- 1- ما مدى اعتماد عينة الدراسة على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة في الحصول على المعلومات عن كوفيد19؟
- 2- ما تقييم الجمهور للموضوعات التي طرحتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيس بوك في معالجتها لأزمة كوفيد 19 ؟
- 3- ما أبرز الخدمات التي قدمتها وزارة الصحة لجمهورها عبر صفحاتها الرسمية؟
- 4- ما أوجه الاتفاق والاختلاف -من وجهة نظر عينة الدراسة- في معالجة الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية في أثناء الموجه الأولى والثانية لكوفيد19؟
- 5- ما مدى تنوع الأطر الخبرية التي قدمتها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة وانعكاسها على اتجاهات الرأي العام؟

ثانياً: التساؤلات الخاصة بالدراسة التحليلية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيديوك:-

- 1- ما طبيعة المعلومات التي تنشرها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية عبر الفيديوك ومدى تحديثهم لتلك المعلومات؟

- 2- ما أبرز الوسائط الفنية المستخدمة لتقديم المعلومات عبر الصفحة؟
 - 3- ما أنواع المضامين الإعلامية المقدمة في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية للتوعية بكوفيد19؟
 - 4- ما هي أبرز الاستمالات الإقناعية المستخدمة في المضمون الاتصالي للصفحة؟
 - 5- ما مستوى الموضوعية والتوازن في تناول الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية في تناول المشكلات الصحية؟
- ويندرج تحت هذا السؤال عدة أسئلة فرعية هي:

- أ- ما الاتجاه العام للجمل الإعلامية التي تم استخدامها وتوظيفها في رفع الوعي بكوفيد19 (إيجابية - سلبية)؟
- ب- ما الأبعاد والزوايا التي تم التركيز عليها في التغطية الإعلامية لكوفيد19؟
- ج- ما درجة التوازن في عرض المشكلات الصحية الأخرى؟

الجزء النظري

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتطبيقها على موضوع الدراسة كمدخل مفسر للدراسة:

يقصد بالاعتماد مدى تصنيف الجمهور لوسائل الإعلام على أنها مصادر رئيسية لاستقاء المعلومات عن القضايا والشئون العامة، ويزداد اعتماد الفرد على وسيلة بعينها دون أخرى كلما نجحت هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته وإشباع رغباته، وينشأ ذلك من خلال الزيادة في معدل تكرار التعرض للمعلومات في وسيلة ما¹⁹. وهذا ينطبق على الدراسة الحالية من حيث اعتماد الجمهور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية عبر الفيس بوك في التزود بالمعلومات حول كوفيد19.

الأسس والفروض التي تقوم عليها النظرية :

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على نشر المعلومات والقدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدد، وهو السبب الرئيسي والمهم في عملية جمع المعلومات. وكلما زاد اعتماد الشخص على وسائل الإعلام لتلبية هذه الاحتياجات، ستصبح وسائل الإعلام أكثر أهمية لذلك الفرد وسيكون للإعلام أيضاً تأثير وسلطة أكبر بكثير على هذا الفرد⁽²⁰⁾.

وافترض كل من Rokeach & Deflelur بأنه كلما برزت الحاجة للمعلومات وزادت قوة الدافع للبحث عنها لسد هذه الحاجة؛ زادت قوة الاعتماد على الوسيلة الإعلامية، وبالتالي زادت فرص تأثير الوسيلة على الإطار المعرفي والوجداني والسلوكي

للجمهور، وزاد اعتماد الفرد على تلك القناة الاتصالية بشكل أكبر، ولذا تؤكد هذه النظرية على أن الجمهور يعتمد على الوسيلة للحصول على المعلومات عن المواقف الاجتماعية التي ترتبط بالخبرات الحياتية اليومية أو التي ليس لهم خبرة مباشرة بها، فأصبح الأفراد أكثر ميلاً للاعتماد على وسائل الإعلام في تحقيق أهدافهم بدلاً من أنظمة الدعم التقليدية مثل العائلة والأصدقاء والجيران، وعلى سبيل المثال فإن المواقف المرتبطة بالتوتر والقلق تدفع الأفراد لاستخدام وسائل الإعلام للتقليل من شدة التوتر المرتبط بالموقف الاجتماعي، من خلال البحث عن معلومات وتحليلات لذلك الموقف²¹ وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة فروض رئيسية يمكن إجمالها فيما يلي:

1- تزداد التأثيرات المعرفية والسلوكية للرسائل الإعلامية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، ويزداد التأثير بشكل كبير في حالة عدم استقرار المجتمع²² وينطبق ذلك على هذه الدراسة حيث ازداد التأثير المعرفي والسلوكي للصفحة الرسمية لوزارة الصحة على الجمهور من خلال توضيح كافة المعلومات عن جائحة كورونا وطرق الوقاية وتقديم الخدمات والرعاية لمرضى كورونا.

2- كلما زاد عدد المعلومات التي تقدمها وسيلة إعلامية معينة كان الاعتماد على تلك الوسيلة كبيراً.

وهذا ما قامت به الصفحة محل الدراسة من تقديمها لكافة المعلومات والبيانات الخاصة مما أدى إلى اعتماد الجمهور عليها بشكل دوري في أثناء الجائحة وخاصة أثناء الموجة الأولى.

3- يزداد الاعتماد على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والأزمات²³، وينطبق ذلك على الصفحة محل الدراسة حيث تزايد عدد المشتركين بالصفحة من الجمهور بعد ظهور جائحة كورونا.

4- الاعتماد على وسائل الإعلام يولد عدداً من الاتجاهات المتباينة للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المختلفة وتشتمل هذه التأثيرات عدة جوانب هي²⁴:

أ- إزالة الغموض ينتج الغموض إما عن نقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تفسيرها بالشكل الصحيح ويتم تفسير هذا الغموض من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات، وقد اتضح ذلك من خلال إزالة الغموض عن الجائحة قدر المستطاع حيث يسود الغموض وقت الأزمات والكوارث الطبيعية وذلك بتقديم الصفحة الرسمية لتقارير مكتملة ومعلومات كاملة للجمهور

ب- تكوين الاتجاهات: تتشكل اتجاهات الفرد حول القضايا الجدلية المثارة في المجتمع كلما اكتسب الأفراد المعلومات العامة من خلال وسائل الإعلام، وقد حدث ذلك في

محاولة تكوين اتجاه إيجابي لدى الجمهور لتلقى اللقاح للوقاية من فيروس كوفيد19 حيث قامت الصفحة وتطبيق صحة مصر بعرض للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير اهتمام المتلقين بالأمر وترتيب أولوياتهم.

ج- ترتيب الأولويات: يعد لوسائل الإعلام دور في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة، والأزمات الطارئة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع، فنقوم بترتيب الأولويات لهم بالنسبة للموضوعات والقضايا المثارة في المجتمع وهكذا يظهر للفرد قائمة موضوعات تحظى باهتمامات مختلفة، تلك القائمة هي الأجندة التي تضعها وسائل الإعلام كتأثير معرفي

حيث قامت الصفحة في أثناء الموجه الأولى من كوفيد19 التركيز على كافة المعلومات التي تخص الجائحة وبداية من منتصف الموجه الثانية كان هناك تنوع في تقديم المعلومات والقضايا الصحية الأخرى.

-التأثيرات السلوكية: وهي نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية من خلال سلوكيات معينة، وتنحصر الآثار السلوكية المترتبة على اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في نقطتين هما التنشيط أو العزوف ويتمثل التنشيط في اتخاذ الفرد مواقف مؤيدة والقيام بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو المنتج الطبيعي للمعرفة والوجدان مثل الالتزام بالاجراءات الاحترازية وسبل الوقاية من الفيروس وكذلك التسجيل عبر تطبيق صحة مصر للحصول على اللقاح والتنشيط في هذه الحالة مفيد اجتماعيا، وقد تنشط السلوك الاجتماعي الضار مثل الخمول ويتمثل في العزوف عن العمل مثل: عدم الالتزام بالاجراءات الاحترازية، وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى الملل وبالتالي عدم الاهتمام أو العزوف عن المشاركة أو المتابعة.

وأكدت الدراسات أن التأثيرات الإعلامية مثل الإقناع والتفاعل شبه الاجتماعي تزداد حينما يكون الاعتماد على وسائل الإعلام كثيفا. ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام، وينطبق ذلك على الوضع الراهن في المجتمع المصري أثناء أزمة كوفيد19 مما جعل الجمهور يسعى نحو معرفة المزيد من المعلومات حول تلك الجائحة وطرق الوقاية منها. وكذلك خلق التعاطف والتأييد للأطعم الطبية لما يبذلوه من جهود للسيطرة على الجائحة وتقديم الدعم المعنوي لهم.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف لوصف الأحداث والاتجاهات حيث تسعى الدراسة لمعرفة اتجاهات الرأي العام المصري تجاه التغطية الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيسبوك.

مجتمع الدراسة

عينة تحليل المضمون

أجريت الدراسة على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية عبر الفيس بوك وذلك للأسباب التالية:

تصدر الفيس بوك أعلى مواقع التواصل الاجتماعي تفاعلاً في مصر واعتماد شريحة كبيرة من الجمهور على الفيس بوك في الحصول على المعلومات وهذا ما اتفقت عليه العديد من الدراسات ومنها دراسة **سمر صادق** (25) (2015) التي أكدت على وجود علاقة طردية بين اعتماد الجمهور المصري على الفيس بوك وقت الأزمات وإدراكهم للأزمة وارتفاع نسبة استخدام الجمهور للفيس بوك وقت الأزمات مقارنة بالأوقات العادية.

وقد أوضح تقرير we are social لأبحاث الإنترنت²⁶ أن مواقع التواصل الاجتماعي في عام 2020 أصبحت لا غنى عنه في الحياة اليومية للأفراد في جميع أنحاء العالم. فمنذ أن أعلنت منظمة الصحة العالمية في شهر يناير 2020 أن فيروس كوفيد19 وباء عالمي وقد نما مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي بأسرع معدل في ثلاث سنوات إلى 4.20 مليار. وهذا ما اتفقت عليه العديد من الدراسات من اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والمعرفة.

وقد تم اختيار الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لاعتماد شريحة كبيرة من الجمهور على هذه الصفحة في الحصول على المعلومات فقد وصل عدد المشتركين (like) في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية عبر الفيس بوك 4.858.373 في ديسمبر 2020 بينما كان عدد المتابعين (follow) 6 مليون، وقد تزايد هذا العدد خلال الموجتين الأولى والثانية وذلك لكونها الأكثر والأيسر استخداماً من قبل الجمهور.

الإطار الزمني

- تم اختيار الفترة من 1- إبريل حتى 30- مايو 2020 حيث تعد تلك الفترة هي ذروة الموجة الأولى لكوفيد19. فمراجعة الإحصائيات تبين أنه مع بدايات شهر إبريل 2020 تزايد عدد الحالات المصابة بكوفيد 19 بشكل مطرد في تلك الفترة، مما ترتب عليه زيادة متابعة الجمهور لصفحات التواصل الاجتماعي للحصول على كافة المعلومات الخاصة بكوفيد 19.
- تم اختيار الفترة من 10-12-2020 حتى 15-1-2021 حيث تعد تلك الفترة هي ذروة الموجة الثانية لكوفيد19 فمراجعة الإحصائيات تبين أنه مع منتصف شهر

ديسمبر تزايد عدد الحالات المصابة بكوفيد 19 بشكل مطرد وسريع جدا في تلك الفترة، لذلك تم إجراء تحليل مضمون كفي للصفحة الرسمية في هذه الفترة

عينة الجمهور

أجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها 200 مفردة من الرأي العام المصري المتابعين للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيسبوك.

- أدوات جمع البيانات

تم استخدام أداة تحليل المضمون الكيفي لتحليل المضمون الإعلامي للصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية عبر الفيس بوك، وكذلك تم استخدام استمارة استبيان للوقوف على اتجاهات الرأي العام المصري تجاه المضمون الإعلامي المقدم بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيس بوك أثناء الموجتين الأولى والثانية، وقد تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة لتحكيمها للتأكد من دقة ووضوح وحدات وفئات التحليل.

المعالجة الإحصائية للبيانات

تم استخدام التكرارات البسيطة والنسب المئوية في تحليل بيانات الدراسة

إجراءات الصدق والثبات

قامت الباحثة بالتحقق من صدق استمارتي تحليل المضمون والجمهور من خلال تحكيمها من عدد من الأساتذة²⁷ المتخصصين في الإعلام، وقد قامت الباحثة بإجراء التعديلات اللازمة بناء على ملاحظات المحكمين.

نتائج الدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي الرسمية هي إحدى أهم المنصات الإلكترونية التي تتضمن المعلومات الأساسية للتوعية الصحية بشكل عام وبكوفيد19 بشكل خاص وهذا ما أكدته العديد من الدراسات ومنها دراسة زينب أبوطالب²⁸ 2014 ودراسة طارق الصعدي²⁹ 2020 دراسة الخطاف³⁰ 2014 حول المكانة التي تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصادر للمعلومات الصحية لدى الجمهور، ومدى تأثيرها العاطفي والمعرفي والسلوكي في حال الاعتماد عليها، ومستوى الثقة بها، ويعتمد عليها الجمهور كمصدر رئيسي للمعلومات الصحية لمساعدتهم في اتخاذ قرارات معينة في الشأن الصحي، والقضاء على التوتر، والقلق. وقد أكد جنسون لي (2009)³¹ على أن الإعلام التفاعلي له أهمية كبيرة في التوعية والحشد وإنتاج المعرفة البديلة التي هي أحد أهم مجالات الإنترنت بهدف نشر وإنتاج أطر ثقافية معينة من خلال تعدد مصادر المعلومات، وبناء هوية جمعية أو ذكاء جماعي، ومناقشة المشكلات على المدى البعيد والقريب؛ لإيجاد المشاركين الداعمين، ونشر أجندة ذات أهداف محددة.

تحليل عام للصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية

وصل أعداد المتابعين للصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية إلي 6.960.901 في شهر إبريل وتزايد إلي 8 مليون في أواخر الموجه الثانية لكوفيد 19، ولاحظت الباحثة حداثة موقع صفحة التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة المصرية حيث تم إنشاء صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية عبر الفيسبوك في 20 / 1 / 2020 لمواكبة التطور التكنولوجي والوصول إلي أكبر عدد ممكن من الجمهور، واعتماد وزارة الصحة المصرية على هذه الصفحة في نقل المعلومات هو دليل على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية ورفع الوعي بشكل عام وبكوفيد 19 بشكل خاص.

1- المعلومات العامة للصفحة الرسمية (هوية الصفحة)

اتضح من التحليل الكيفي لغللاف الصفحة:

غللاف الصفحة: هو غلاف عادي يميل إلى التصميم الرسمي يشتمل على شعار رسمي لوزارة الصحة والسكان على الصفحة، مع إتاحة روابط للصفحات الأخرى للوزارة مثل تويتر والإنستجرام، توافر كافة المعلومات الرئيسية والمهمة مثل الخريطة والبريد الإلكتروني وإتاحة أرقام التواصل وأهمها وجود زرار واتساب كزرار أساسي للتواصل، تم وصف الوزارة من خلال عرض نبذة تعريفية بسيطة عن الوزارة وهدف الصفحة ولكن ترى الباحثة أنه يفضل أن تكون أكثر احترافية مع إضافة الرؤية والرسالة وأهم الأنشطة وإتاحة روابط للخدمات التي تقدمها الصفحة.

اللغة المستخدمة: هي اللغة العربية المبسطة وذلك لأن الصفحة موجه للجمهور المصري بشكل عام.

2- تحديث المعلومات:

تهتم الصفحة بتحديث محتواها باستمرار مما أدى إلى زيادة أعداد المشتركين بالصفحة حيث وصلت أعداد المتابعين في نهاية فترة التحليل إلي 8,279,569 ولكن يلاحظ أن اهتمام الصفحة في تحديث المعلومات الخاصة بكوفيد 19 خلال الموجه الأولى كان بمعدل أعلى من الموجه الثانية، فقد تبين أن صفحة وزارة الصحة المصرية تقوم بنشر بوستات يومية على صفحتها الرسمية بمعدل 1- 3 بوست يوميا في الموجه الأولى، وذلك نتيجة لأهمية متابعة الجمهور لكوفيد 19، وفي الموجه الثانية لم يكن الاهتمام قاصرا فقط على كوفيد 19 فقط وإنما كان هناك موضوعات أخرى يتم نشرها مثل التوعية بمرض التوحّد، المبادرات الرئاسية الصحية، التبرع بالدم، وبشكل عام فإن المحتوى المقدم بصفحة التواصل الاجتماعي الرسمية كان منظما ومنهجيا.

3- مستوى تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور:

ويعنى هذا المعيار بمستوى تفاعل الجمهور المستهدف مع صفحة التواصل الاجتماعي الرسمية لوزارة الصحة المصرية، فالزيادة في التفاعل تحقق السرعة في الانتشار وزيادة معدلات نمو الجمهور والمتابعين على المنصات المختلفة. والتفاعل المقصود هنا هو مستوى المشاركة في متابعة الصفحات، وتشمل المتابعين followers، والإعجاب like، والمشاركات share، والتعليقات comments، فكلما زاد التفاعل من خلال هذه الأدوات زاد الانتشار، والذي يعد أحد المعايير الهامة للتفوق في الأداء، ولوحظ ارتفاع في معدل تفاعل الجمهور مع الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بداية من منتصف الموجة الأولى عن الموجة الثانية وقد يرجع ذلك لإدراك الجمهور لأهمية المحتوى المقدم للتوعية بكوفيد19 وحرصه على معرفة كل ما هو جديد يخص هذه الجائحة.

4- الوسائط الفنية المستخدمة للتوعية بكوفيد19

اتضح من التحليل الكيفي وجود عنصر التنوع في المحتوى المقدم للجمهور حول كوفيد 19 وكانت الصور أكثر أنواع المحتوى استخداما وتفاعلا مع الجمهور وهذا النوع من المحتوى قدم بشكل روتيني من خلال النشر اليومي لإحصائيات دون تقديم مادة إبداعية، واشتمل المحتوى المقدم أيضا على الفيديو والعديد من الفنون الإخبارية الحديثة كان على رأسها الانفوجرافيك وهو عبارة عن معلومات في شكل رسومات كارتونية وأشكال وأيقونات وتم الاعتماد عليه بشكل كبير لأنه يسهل على القارئ فهم المعلومات بسهولة، بالإضافة إلى استخدام فنون أخرى كالرسوم المتحركة، وتقوم الصفحة بعرض اليوم صور لتوضيح الأحداث والأنشطة التي تقوم بها الوزارة، ويستخدم غالبا في المحتوى الاخباري لإعلام الجمهور بالتطورات الجديدة في الوزارة.

5- الاستمالات المستخدمة في منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية

اتضح من التحليل الكيفي للصفحة ارتفاع استخدام الاستمالات المنطقية عن العاطفية حيث اعتمدت بشكل أساسي على تقديم الأرقام والإحصائيات بشكل يومي عن أعداد المصابين، وكذلك استخدام الصور التوضيحية للتوعية بكوفيد 19 وعلى نحو أقل تم استخدام الاستمالات العاطفية مثل الاهتمام بالجمهور، تقديم خدمة مجانية (علاج مجاني)، تعزيز الصحة النفسية لمواجهة فيروس كورونا، وهو ما يوحى بغياب جهود متخصصة في إعداد المحتوى اللائق بمخاطبة الجمهور المستهدف.

6- الاستراتيجيات المستخدمة

اتضح من التحليل الكيفي للصفحة اعتمادها على عدة استراتيجيات إعلامية في أثناء جائحة كورونا وكانت كالتالي:

الإستراتيجية الديناميكية النفسية وذلك من خلال تقديم المعرفة والمعلومات التثقيفية والتوعوية وتنمية وعي الرأي العام بمخاطر كوفيد19 باستخدام الاستمالات العاطفية والمنطقية فعندما تقدم المنظمات الصحية معلومات كاملة وشفافة، فإنها تكون أكثر فعالية، ويمكن القول بأن الجمع بين قيادة الحكومة وسيطرتها وحوافزها واتصالاتها هو مفتاح لضمان امتثال الجمهور لأجندة الحكومة. فقد قدمت الحكومة المصرية دعماً نفسياً ومادياً للجمهور، كمنح السيدات إجازة مدفوعة الأجر لرعاية أفراد الأسرة وحصول أصحاب الأمراض المزمنة على الخدمات الطبية، وتوزيع مبلغ 500 جنيه شهرياً للأسر المتضررة من فيروس كورونا وأتاح أيضاً تطبيق صحة مصر دعم الأفراد خلال هذا الوباء نفسياً واجتماعياً.

وتم استخدام أيضاً الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية أيضاً من خلال تعديل السلوك الوقائي لدى الجمهور ورفع الوعي بكيفية الوقاية من كوفيد19، وقد دعم من فاعلية الاستراتيجيات المستخدمة سهولة الدخول والتعامل مع الموقع، تحديث بيانات الموقع بشكل مستمر، وكذلك تم استخدام استراتيجية التركيز على الإنجازات والأنشطة المقدمة من قبل الوزارة، ولكن كانت تحتاج أكثر لاستخدام استراتيجية الاحتفاظ بالزوار ولولائهم وتقوية الروابط مع الجمهور العام وبناء علاقات متينة معهم.

7- أنواع المضامين الإعلامية المقدمة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيسبوك

اتضح من التحليل الكيفي للصفحة الرسمية لوزارة الصحة تنوع المضامين الإعلامية المقدمة وكان محتوى المعلومات الأكثر تداولاً هو المبادئ التوجيهية وسياسات الوقاية للسيطرة على كوفيد19 وتوعية الجمهور بها، أما باقي المضامين فكانت عبارة عن: عرض المعلومات اللازمة عن كوفيد 19، توضيح الخدمات المقدمة للجمهور، الإبلاغ عن الأثر من الوباء، طمأنة الجمهور وتقديم الدعم النفسي، استعدادات وزارة الصحة، توفير اللقاح، التجارب السريرية والإكلينيكية، إنجازات وزارة الصحة، ولكن أغفلت الصفحة الإجابة على أسئلة الجمهور والرد عليها من خلال الصفحة، فمن المهم تزويدهم ليس فقط بالمعرفة حول الأوبئة ولكن أيضاً تحديث سياسات الرعاية الصحية المتعلقة بـ كوفيد19.

8- الخدمات التي تم تقديمها من خلال الصفحة الرسمية للجمهور للتوعية بفيروس كورونا

طرق الوقاية من فيروس كوفيد19، التوعية بالإجراءات الوقائية للمخالط وأفراد أسرته، الإجراءات الصحيحة للعزل المنزلي، نصائح غذائية لتقوية المناعة، تقديم الدعم النفسي والتغلب على الشعور بالقلق من فيروس كورونا، إحصائيات وزارة الصحة اليومية عن فيروس كورونا، تطبيق (أبليكشن) صحة مصر والهدف منه تيسير تواصل مصابي فيروس كورونا مع الوزارة والحصول على كافة المعلومات المتعلقة بالفيروس بسهولة

ويسر وكذلك سهولة التسجيل للحصول على اللقاح من خلال استخدام التقنيات الرقمية الحديثة التي تم الاستعانة بها في معظم الجهات الحكومية بالدولة.

النتائج العامة للدراسة التحليلية

- 1- معدل نشر الصفحة للمحتوى جيد، ويلقى اهتمام وتفاعل من الجمهور.
 - 2- تستخدم الصفحة نوعين أساسيين من المحتوى سواء الثابت أو المتحرك، وهما المحتوى الإخباري والمحتوى التعليمي، ولم تهتم كثيراً بالمحتوى التفاعلي.
 - 3- تستخدم الصفحة نوعين أساسيين من التصميم سواء الثابت أو المتحرك، وهما التصميم الانفوجرافيك والصور الطبيعية، وتتميز التصميمات بالبساطة والوضوح التام لأنها تهدف لوصول الرسالة بشكل واضح ومباشر.
 - 4- تستخدم الصفحة استراتيجية الهاشتاجات، ولكن ليس باستمرار ومتغيرة على حسب موضوع المحتوى.
 - 5- من قراءة المحتوى اتضح أن الوزارة تريد إيصال رسالتها للجمهور المصري بشكل عام، ولكن تركز أكثر على السيدات بشكل خاص، التي من الممكن أن تكون أمًا أو أنثى مريضة بمرض معين مثل سرطان الثدي.
 - 6- معظم آراء وتفاعلات الجمهور كانت إما للدعم والدعاء، أو لطلب اهتمام بمنطقة معينة، أو للترفيه، أو للخوف من الفيروس، أو توجيه انتقاد لسوء الإدارة الصحية وظروف الحجر الصحي.
- وبشكل مجمل اتضح من خلال التحليل الكيفي للصفحة أن ثمة إشكالية في المحتوى المنشور على فيسبوك، حيث إن معظم المنشورات عبارة عن أخبار فقط، بعضها مرفق بالصور وبعضها مرفق بالفيديو. فالتوعية بمرض هام مثل كوفيد19 تنصب بشكل أساسي على مخاطبة الجمهور وتقديم معلومات لرفع الوعي. وهذا النوع من المحتوى يشير إلى عمل روتيني يركز على النشر اليومي لإحصائيات دون تقديم مادة إبداعية، وهو ما يوحى بغياب جهود متخصصة في إعداد المحتوى اللائق بمخاطبة الجمهور. حيث يتعين على المنظمات الصحية إدارة المعلومات وإبلاغها للجمهور في ظروف عدم اليقين بشكل فعال. ومن المهم ليس فقط تزويد الجمهور بالمعرفة حول الوباء ولكن أيضًا تحديث سياسات الرعاية الصحية المتعلقة بـ كوفيد19.

نتائج الدراسة الميدانية

المحور الأول: متابعة الجمهور المصري للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيس بوك والاعتماد عليها في أزمة جائحة كورونا الموجتين الأولى والثانية ويشتمل على:

أ- مدى متابعة الجمهور المصري بمتابعة الصفحة الرسمية بشكل عام وجائحة كورونا بشكل خاص.

ب- مدى تفاعل الرأي العام المصري بالمعلومات المقدمة بالصفحة الرسمية حول جائحة كورونا.

ج- العوامل المؤثرة على اهتمام الرأي العام المصري بمتابعة جائحة كورونا.

المحور الثاني: سمات الإطار الإعلامي المصري نحو جائحة كورونا الموجتين الأولى والثانية، وفقا لما رأته عينة الدراسة ويشتمل على:

أ- اتجاهات الرأي العام المصري حول فاعلية الإطار الإعلامي المقدم بالصفحة الرسمية للوزارة حول جائحة كورونا.

ب- تقييم الرأي العام المصري للتعطية الإعلامية المصرية لجائحة كورونا

السمات الديموجرافية لعينة الدراسة

جدول (1) يوضح السمات الديموجرافية لعينة الدراسة

النسبة %	التكرار	التكرار والنسب المئوية خصائص وسمات العينة
29	58	ذكر
71	142	أنثى
%100	200	المجموع
26.5	53	فوق جامعي
67.5	135	جامعي
6	12	ثانوي أو مايعادل
%100	200	المجموع
15	30	عضو هيئة تدريس
10.5	21	أعمال حرة
5.0	10	مهني
23.5	47	موظف
46	92	لايعمل/ ربة منزل
%100	200	المجموع
85	170	39-18
13	26	59-40
%2	4	-60
%100	200	المجموع
27.0	54	حي راقى
61.0	122	حي متوسط
12.0	24	حي شعبي
%100	200	المجموع

يتضح من الجدول تنوع عينة الدراسة وزيادة نسبة مشاركة النساء 71% عن الذكور 29% وهو ما يعني عزوف الذكور عن المشاركة، وهذا ما أكدته الدراسة التحليلية من زيادة اهتمام الصفحة بشكل خاص بالمرأة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مارفاند 2020⁽³²⁾ الذي أكد على أن غالبية المشتركين في الدراسة كانوا من الإناث 67.4%

لدراسة العلاقة بين التوتر والوعي أثناء الأوبئة، وأرجع ذلك إلى أن النساء تواجه ضغطاً إضافية ومتعددة.

أولاً: المحور الأول: متابعة الجمهور المصري للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيس بوك ومدى الاعتماد عليها في أزمة جائحة كورونا الموجتين الأولى والثانية ويشتمل على:

أ-مدى متابعة الجمهور المصري للصفحة الرسمية بشكل عام وجائحة كورونا بشكل خاص .

ب-مدى ثقة وتفاعل الرأي العام المصري بالمعلومات المقدمة بالصفحة الرسمية حول جائحة كورونا

ج-العوامل المؤثرة على اهتمام الرأي العام المصري بمتابعة جائحة كورونا.

جدول(2) يوضح مدى متابعة الجمهور للصفحة الرسمية لوزارة الصحة

%	ك	
39.5	79	أقل من نصف ساعة
6.0	12	من ساعة الى أقل من ساعتين
5.5	11	ساعتين فأكثر
49.0	98	مرة كل أسبوع
100.0	200	Total

جدول (3) يوضح مدى متابعة الجمهور لأخبار كورونا عبر الصفحة

%	ك	
32.5	65	دائماً
50.0	100	أحياناً
17.5	35	نادراً
100.0	200	Total

من جدول 2، 3 أتضح أن:-

- معدل تعرض الجمهور للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيسبوك بشكل عام كان مرة كل أسبوع بنسبة 49%، تلاها أقل من نصف ساعة يومياً بنسبة 39.5%. وقد تبين ذلك من الدراسة التحليلية للصفحة أن أعلى معدل متابعة للصفحة هو يوم الجمعة من كل أسبوع.

-وتأكد ذلك عند التعرف على معدل تعرض الجمهور المصري للصفحة الرسمية ومتابعة جائحة كورونا فتبين أن معدل متابعة الجمهور لها كان بمعدل 50% أحياناً تلاها 32.5% دائماً. مما يعني أن معدل تعرض عينة الدراسة للصفحة مرتبط بجائحة كورونا بشكل كبير.

جدول (4) الموضوعات التي حرصت العينة على متابعتها من خلال الصفحة الرسمية لوزارة الصحة حول فيروس كورونا

الموجة الثانية		الموجة الأولى		التكرار	الموضوعات
%	ك	%	ك		
73.5%	147	72.0%	144		التقرير اليومي لأعداد المصابين والوفيات
45.5%	91	59.5%	119		التوعية بالفيروس وطرق الوقاية منه
31.5%	63	28.5%	57		انجازات وزارة الصحة اليومية
36.5%	73	40.5%	81		التوعية بالأمراض المزمنة وطرق الوقاية منها
37.0%	74	38.5%	77		المبادرات الصحية لرئيس الجمهورية
55.5%	111	55.5%	111		التأكد من الشائعات ومدى صحتها
200		200			ن=

تبين من الجدول السابق اختلاف ترتيب الموضوعات التي تتابعها عينة الدراسة أثناء الجائحة الأولى والثانية وكانت كالتالي:

الجائحة الأولى

- 1- التقرير اليومي لأعداد المصابين والوفيات
- 2- التوعية بالفيروس وطرق الوقاية منه
- 3- التأكد من الشائعات ومدى صحتها
- 4- التوعية بالأمراض المزمنة وطرق الوقاية منها
- 5- المبادرات الصحية لرئيس الجمهورية
- 6- انجازات وزارة الصحة اليومية

الجائحة الثانية

- 1- التقرير اليومي لأعداد المصابين
- 2- التأكد من الشائعات ومدى صحتها
- 3- التوعية بالفيروس وطرق الوقاية منه
- 4- المبادرات الصحية لرئيس الجمهورية
- 5- التوعية بالأمراض المزمنة
- 6- انجازات وزارة الصحة اليومية

احتل التقرير اليومي لأعداد المصابين والوفيات المرتبة الأولى في الموجتين الأولى والثانية ويؤكد ذلك حرص الجمهور على رصد الأعداد حتى تكون له مؤشر على أوضاع كورونا في مصر، واحتل التوعية بالفيروس وطرق الوقاية منه المرتبة الثانية في الموجة الأولى وتراجع للمرتبة الثالثة في الموجة الثانية ويعد هذا طبيعياً حيث أن الجمهور المصري في الموجة الأولى كانت معلومات التوعية بالفيروس وطرق الوقاية منه كانت محدودة وكان يسعى بكل الطرق للحصول على كافة المعلومات.

واحتلت إنجازات وزارة الصحة اليومية المرتبة الأخيرة في كلا الموجتين وقد يرجع ذلك إلي أن السبب الرئيسي لمتابعة الصفحة الرسمية هو متابعة جائحة كورونا من جهة رسمية أو قد يرجع إلي أن الجمهور يرى أن إنجازات وزارة الصحة ليست على الوجه الأمثل.

جدول (5) أساليب تفاعل العينة مع المعلومات المقدمة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة على الفيسبوك أثناء الموجه الأولى

وزن نسبي	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		الموجه الأولى
			%	ك	%	ك	%	ك	
49.0%	0.69	1.47	64.5	129	24.0	48	11.5	23	مشاركتك بتعليق على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة
61.0%	0.74	1.83	37.5	75	42.0	84	20.5	41	مشاركتك الأخبار والمعلومات
57.7%	0.71	1.73	42.5	85	42.0	84	15.5	31	تسجيل إعجاب بالأخبار المنشورة بالصفحة
59.7%	0.74	1.79	40.0	80	41.0	82	19.0	38	التعليق على مشاركات وتعليقات الأصدقاء حول جائحة كورونا
82.2%	0.61	2.47	6.0	12	41.5	83	52.5	105	مناقشة المعلومات مع الأهل والأصدقاء
81.2%	0.65	2.44	7.5	15	40.5	81	52.0	104	أطلع فقط على الأخبار والمعلومات

جدول (6) أساليب تفاعل العينة مع المعلومات المقدمة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة على الفيسبوك أثناء الموجه الثانية

وزن نسبي	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		الموجه الثانية
			%	ك	%	ك	%	ك	
46.2%	0.61	1.39	68.0	136	25.5	51	6.5	13	مشاركتك بتعليق على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة
55.5%	0.71	1.67	47.5	95	38.5	77	14.0	28	مشاركتك الأخبار والمعلومات
54.5%	0.70	1.64	49.5	99	37.5	75	13.0	26	تسجيل إعجاب بالأخبار المنشورة بالصفحة
55.3%	0.69	1.66	46.5	93	41.0	82	12.5	25	التعليق على مشاركات وتعليقات الأصدقاء حول جائحة كورونا
77.5%	0.69	2.33	13.0	26	41.5	83	45.5	91	مناقشة المعلومات مع الأهل والأصدقاء
77.7%	0.70	2.33	11.5	23	43.0	86	45.5	91	أطلع فقط على الأخبار والمعلومات

من جدول (5، 6) تبين مدى تفاعل عينة الدراسة مع الصفحة الرسمية وتبين ما يلي: احتلت مناقشة المعلومات مع الأهل والأصدقاء في الموجه الأولى المرتبة الأولى بنسبة 82.2% والتي تراجعت للمرتبة الثانية في الموجه الثانية، واحتلت فقرة الاطلاع فقط على الأخبار والمعلومات في الموجه الأولى المرتبة الثانية بنسبة 81.1% والتي احتلت المرتبة الأولى في الموجه الثانية وهذا يؤكد على اهتمام الجمهور بالجائحة في الموجه الأولى

ومناقشته لها مع الأهل والأصدقاء بينما في الموجه الثانية اكتفى الجمهور بالحصول على المعلومات فقط.

احتلت المرتبة الثالثة مشاركة الأخبار والمعلومات في الموجه الأولى بينما تراجعت للمرتبة الرابعة في الموجه الثانية فقد اتسمت الموجه الأولى بمحاولة الجمهور مشاركة كل ما لديه من معلومات حتى يتسنى للجميع معرفة كافة الأخبار، واحتل التعليق على مشاركات وتعليقات الأصدقاء في الموجه الأولى المرتبة الرابعة ولكنه تقدم للمرتبة الثالثة في الموجه الثانية. وتساوت المرتبة الخامسة والسادسة في كلا الموجتين وكانت كالتالي تسجيل إعجاب بالأخبار المنشورة بالصفحة الرسمية، مشاركتك بتعليق على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة.

جدول (7) يوضح مدى ثقة عينة الدراسة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة

الفقرة	موافق		محايد		معارض		متوسط	انحراف معياري	وزن نسبي
	%	ك	%	ك	%	ك			
يعتمد الجمهور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة أكثر من الصفحات الأخرى في تشكيل وعيه بفيروس كورونا	50.0	82	41.0	82	9.0	18	2.41	0.65	80.3%
الصفحات الرسمية لوزارة الصحة بالدول العربية تعرض مستجدات أوضاع فيروس كورونا بطريقة أكثر مصداقية عن الصفحة الرسمية المصرية	41.5	101	50.5	101	8.0	16	2.34	0.62	77.8%
يعتمد الجمهور على الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية عبر الفيسبوك أكثر من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة في تشكيل وعيه بفيروس كورونا	44.0	91	45.5	91	10.5	21	2.34	0.66	77.8%
يزداد الاهتمام بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية بعرض مستجدات فيروس كورونا في مصر عنها في المناطق الأخرى	47.5	84	42.0	84	10.5	21	2.37	0.67	79.0%
تناول الصفحة الرسمية لوزارة لصحة لكوفيد 19 ادى إلى ظهور اتجاهات سلبية لدى الرأي العام	29.5	102	51.0	102	19.5	39	2.10	0.69	70.0%
تناول الصفحة الرسمية لوزارة الصحة لكوفيد 19 كان متكافئا ومماثلاً في الموجتين الأولى والثانية	35.5	95	47.5	95	17.0	34	2.19	0.70	72.8%

تبين من جدول 7: تأكيد 80.3% من عينة الدراسة على اعتمادهم على الصفحة الرسمية في تشكيل وعيهم بفيروس كورونا، وبالرغم من ذلك إلا أن 77.8% من العينة ترى أن الصفحات الرسمية لوزارات الصحة بالدول العربية تعرض مستجدات أوضاع فيروس كورونا بطريقة أكثر مصداقية عن الصفحة الرسمية المصرية، وكذلك أكدت نفس النسبة 77.8% اعتمادها على الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية أكثر من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة في تشكيل وعيهم بكوفيد19، ورأى

70% من عينة الدراسة أن طريقة تناول الصفحة الرسمية لوزارة الصحة لكوفيد 19 أدى إلى ظهور اتجاهات سلبية لدى الرأي العام.

وخلصت الدراسة في المحور الأول إلى:

ارتبط معدل تعرض عينة الدراسة للصفحة بجائحة كورونا بشكل كبير. فقد حرص الجمهور على متابعة التقرير اليومي لأعداد المصابين حتى تكون له مؤشر على أوضاع كورونا في مصر وتبين عدم وجود اهتمام كبير لدى عينة الدراسة من الرأي العام بمتابعة جائحة كورونا في الموجة الثانية فقد كان الاهتمام في الموجة الأولى أعلى من الموجة الثانية، ويعد هذا طبيعياً حيث أن الجمهور المصري والعالمي كانت معلوماته محدودة جداً في الموجة الأولى وكان التركيز الأساسي على التوعية بالفيروس وطرق الوقاية منه، أما في الموجة الثانية فقد تراجع هذا الاهتمام فقد أكد على ذلك العديد من أفراد العينة على المتابعة المستمرة في أثناء الجائحة الأولى بينما أخبار الصفحة كانت تظهر بالصدفة في أثناء الجائحة الثانية وقد يرجع ذلك لعدة أسباب أهمها تكرار نفس المعلومات بشكل تقليدي ونمطية عرض إحصائيات أعداد المصابين وعرضها بطريقة سطحية أدت إلي عزوف البعض عن الاهتمام بمتابعة الصفحة وتفضيل متابعة صفحة منظمة الصحة العالمية.

المحور الثاني: تقييم الرأي العام المصري للأداء الإعلامي للصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية عبر الفيسبوك تجاه فيروس كورونا

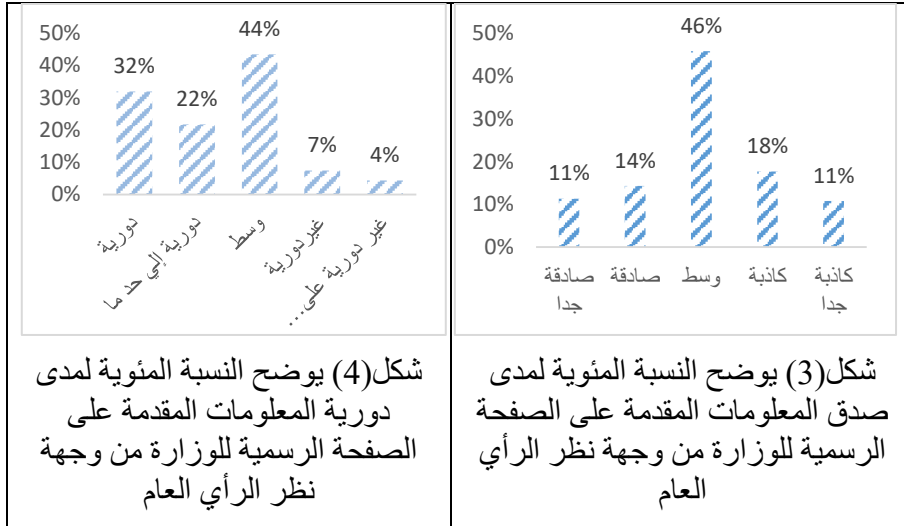
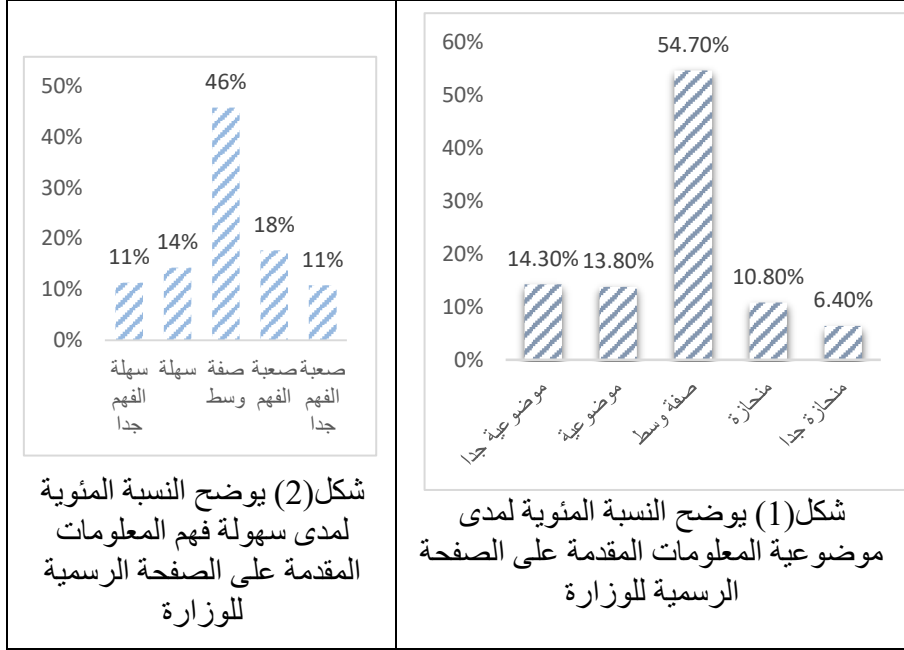
جدول (8) يوضح أسباب متابعة الجمهور لجائحة كورونا عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية بالفيسبوك

الأسباب	ك	%
مصدر موثوق به	7	3.5%
تقدم بيانات ومعلومات هامة	56	28.0%
سهولة الوصول إليها	141	70.5%
لا توجد مصادر أخرى	49	24.5%
إمكانية التفاعل والمشاركة	16	8.0%
أخرى تذكر	3	1.5%
ن=	200	

اتضح من جدول (8) ما يلي:

أكثر من نصف عينة الدراسة 70.5% تتابع الصفحة لسهولة الوصول إليها وهذا ما أكدته العديد من الدراسات السابقة على سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، تلاها بفارق كبير رأى 28% من العينة أن الصفحة تقدم

بيانات ومعلومات هامة مثل الاحصاءات الرسمية عن أعداد الاصابات و الوفيات، وأرجعت 8% فقط من العينة أسباب متابعتها للصفحة لإمكانية التفاعل والمشاركة وهذا ما اكدته الدراسة التحليلية لمضمون الصفحة حيث أن نسبة التفاعل والمشاركة تعتبر ضعيفة مقارنة بعدد متابعين الصفحة .



اتضح من الأشكال الأربعة السابقة تقييم الرأي العام المصري للتغطية الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة لفيروس كورونا وكانت آرائهم كالتالي:- هناك اتجاهات محايدة لدى عينة الدراسة تجاه المادة الإعلامية المقدمة حول فيروس كورونا فكانت النسبة الأعلى لكافة الصفات من حيث الموضوعية وسهولة الفهم والصدق ودورية الصدور، هي الصفة الوسط بين كل الصفات. ولكن بشكل عام هناك اتجاهات إيجابية لدى عينة الدراسة حول المعلومات المقدمة بالصفحة الرسمية. حيث حظيت الصفات الإيجابية على نسب أعلى مقابل الصفات السلبية لسماحت المحتوى الإعلامي المقدم على الصفحة فكانت آراء العينة أن سمات المعلومات المقدمة على الصفحة موضوعية جدا 14.3%، وموضوعية 13.8% مقابل متحيزة جدا 6.4%، متحيزة 10.8%، ووصفت المعلومات بأنها سهلة الفهم جدا 11%، سهلة الفهم 14% مقابل صعبة الفهم جدا 11%، صعبة الفهم 18% وتساوت نسب صادقة جدا مع كاذبة جدا 11% واتفقت معظم الآراء على ان المحتوى الإعلامي دوري الصدور 32%، ودوري إلي حد ما 22%.

جدول (9) رأي العينة فيما تقدمه الصفحة الرسمية خلال الموجه الأولى من جائحة كورونا

وزن نسبي	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		الموجة الأولى
			%	ك	%	ك	%	ك	
89.0%	0.53	2.67	3.0	6	27.0	54	70.0	14.0	قدمت الصفحة التوعية اللازمة بطرق انتقال فيروس كورونا وأعراض الإصابة به
86.3%	0.56	2.59	3.5	7	34.0	68	62.5	12.5	بذلت وزارة الصحة عبر صفحاتها الرسمية الجهود الكافية للتوعية بطرق مكافحة فيروس كورونا
69.7%	0.70	2.09	20.0	40	51.0	102	29.0	58.0	تابعت وزارة الصحة الحالات المصابة بالفيروس ووفرت الرعاية اللازمة لها
86.3%	0.59	2.59	5.0	10	31.0	62	64.0	12.8	قدمت الصفحة الرسمية التوعية اللازمة بإجراءات العزل الصحي المنزلي
88.8%	0.54	2.67	3.5	7	26.5	53	70.0	14.0	أوضحت الصفحة الرسمية الأمور الواجب اتباعها عند الخروج من المنزل
82.8%	0.63	2.49	7.5	15	36.5	73	56.0	11.2	بينت الصفحة الرسمية تعليمات تطهير المنزل بشكل كافي
64.0%	0.79	1.92	35.0	70	38.0	76	27.0	54.0	بيانات الوزارة عبر الصفحة تسبب الهلع والفرغ لدى الجمهور

جدول (10) رأي العينة فيما تقدمه الصفحة الرسمية خلال الموجه الثانية من جائحة كورونا

الموجة الثانية	موافق		محايد		معارض		متوسط	انحراف معياري	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
قدمت الصفحة التوعية اللازمة بطرق انتقال فيروس كورونا وأعراض الإصابة به	116	58.0	73	36.5	11	5.5	2.53	0.60	84.2%
بذلت وزارة الصحة عبر صفحاتها الرسمية الجهود الكافية للتوعية بطرق مكافحة فيروس كورونا	89	44.5	97	48.5	14	7.0	2.38	0.61	79.2%
تابعت وزارة الصحة الحالات المصابة بالفيروس ووفرت الرعاية اللازمة لها	37	18.5	107	53.5	56	28.0	1.91	0.68	63.5%
قدمت الصفحة الرسمية التوعية اللازمة بإجراءات العزل الصحي المنزلي	100	50.0	82	41.0	18	9.0	2.41	0.65	80.3%
أوضحت الصفحة الأمور الواجب اتباعها عند الخروج من المنزل	122	61.0	66	33.0	12	6.0	2.55	0.61	85.0%
بينت الصفحة الرسمية تعليمات تطهير المنزل بشكل كافي	88	44.0	91	45.5	21	10.5	2.34	0.66	77.8%
بيانات الوزارة عبر الصفحة تسبب الهلع والفرع لدى الجمهور	31	15.5	99	49.5	70	35.0	1.81	0.69	60.2%

تبين من جدول (9، 10) تأكيد 89% من العينة على أن الصفحة قدمت التوعية اللازمة بطرق انتقال الفيروس في الموجه الأولى، وتراجعت للمرتبة الثانية في الموجه الأولى وهذا ما يؤكد على تراجع اهتمام الجمهور بالحصول على المعلومات وهذا ما أكدته الدراسة في نتائج المحور الأول، تلاها توضيح الصفحة الرسمية الأمور الواجب اتباعها عند الخروج من المنزل في الموجه الأولى بنسبة 88.8% وتقدمت إلي المرتبة الأولى في الموجه الثانية وقد يرجع ذلك على أنه لم يحدث إغلاق في الموجه الثانية وبدأ الجمهور يتعامل مع وجود كورونا وأن عليه أداء مهامه بدون إغلاق وتساوت المرتبة الثالثة في الموجتين الأولى والثانية وهي تقديم الصفحة التوعية اللازمة بإجراءات العزل المنزلي. واحتلت المرتبة الخامسة التعليمات التي توضحها الصفحة الرسمية لتطهير المنزل في الموجه الأولى وتقدمت في الموجه الثانية للمرتبة الرابعة واحتلت المرتبة الأخيرة في كل من الموجه الأولى والثانية أن وزارة الصحة عبر الصفحة تسبب الهلع والفرع لدى الجمهور بنسبة 64%، 60% على التوالي.

جدول (11) يوضح اتجاهات الرأي العام نحو التغطية الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيسبوك خلال الموجه الأولى

وزن نسبي	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		الموجه الأولى
			%	ك	%	ك	%	ك	
77.0%	0.69	2.31	13.0	26	43.0	86	44.0	88	استعانت الصفحة الرسمية بالخبراء والمتخصصين أثناء الحديث عن فيروس كورونا
89.0%	0.50	2.67	1.5	3	30.0	60	68.5	137	استخدمت الصفحة المصطلحات الطبية بطريقة سهلة الفهم على الجمهور العام
66.3%	0.73	1.99	27.0	54	47.0	94	26.0	52	تميزت الصفحة بالموضوعية والمصداقية في تناول جانحة كورونا
85.5%	0.60	2.57	5.5	11	32.5	65	62.0	124	شجعت الصفحة الجمهور على الالتزام بالتعليمات والتوجيهات الصحية
77.0%	0.70	2.31	14.0	28	41.0	82	45.0	90	قامت الصفحة بالرد الفوري على الشائعات والأخبار الكاذبة حول فيروس كورونا
83.0%	0.63	2.49	7.5	15	36.0	72	56.5	113	بدأت الصفحة الجهود الكافية للتوعية بطرق مكافحة فيروس كورونا
68.2%	0.72	2.05	23.5	47	48.5	97	28.0	56	تابعت وزارة الصحة الحالات المصابة بالفيروس ووفرت الرعاية اللازمة لها
83.3%	0.63	2.50	7.5	15	35.0	70	57.5	115	قدمت الصفحة التوعية اللازمة بأهمية العزل المنزلي للحالات التي لا تظهر عليها اعراض
88.2%	0.55	2.65	3.5	7	28.5	57	68.0	136	اوضحت الصفحة الرسمية الاضطرطات الواجب اتخاذها عند التواجد في تجمعات
84.5%	0.63	2.54	7.5	15	31.5	63	61.0	122	اوضحت الصفحة إجراءات التطهير المنزلي والأماكن العامة بشكل كافي
76.0%	0.64	2.28	10.0	20	52.0	104	38.0	76	قامت الصفحة بالرصد الفوري للشائعات والأخبار الكاذبة عن فيروس كورونا والرد عليها
73.2%	0.67	2.20	14.5	29	51.5	103	34.0	68	تعاملت الصفحة بحرفية في التعامل مع الشائعات
71.2%	0.67	2.14	16.5	33	53.5	107	30.0	60	لا يوجد توازن في الصفحة الرسمية عند تناولها لجانحة كورونا والموضوعات الأخرى
72.3%	0.70	2.17	17.5	35	48.0	96	34.5	69	تقارير وزارة الصحة عبر الصفحة الرسمية فقدت مصداقيتها الإعلامية
61.0%	0.78	1.83	40.0	80	37.0	74	23.0	46	هناك عدم اهتمام لدى الرأي العام لمناقشة جانحة كورونا
70.0%	0.72	2.10	21.5	43	47.0	94	31.5	63	هناك توجه إيجابي لدى الرأي العام بإعلان مصر اتاحة اللقاح للجمهور
67.3%	0.67	2.02	21.5	43	55.0	110	23.5	47	يزداد اهتمام الرأي العام بجانحة كورونا في مصر عنها في المناطق الأخرى.

جدول (12) يوضح اتجاهات الرأي العام نحو التغطية الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيسبوك خلال الموجه الثانية

وزن نسبي	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		الموجه الثانية
			%	ك	%	ك	%	ك	
71.7%	0.68	2.15	16.5	33	52.0	104	31.5	63	استعانت الصفحة الرسمية بالخبراء والمتخصصين أثناء الحديث عن فيروس كورونا
85.3%	0.59	2.56	5.0	10	34.0	68	61.0	122	استخدمت الصفحة المصطلحات الطبية بطريقة سهلة الفهم على الجمهور العام
64.0%	0.70	1.92	28.5	57	51.0	102	20.5	41	تميزت الصفحة بالموضوعية والمصداقية في تناول جانحة كورونا
81.8%	0.65	2.46	8.5	17	37.5	75	54.0	108	شجعت الصفحة الجمهور على الالتزام بالتعليمات والتوجيهات الصحية
72.0%	0.70	2.16	17.5	35	49.0	98	33.5	67	قامت الصفحة بالرد الفوري على الشائعات والأخبار الكاذبة حول فيروس كورونا
78.7%	0.67	2.36	10.5	21	43.0	86	46.5	93	بدلت الصفحة الجهود الكافية للتوعية بطرق مكافحة فيروس كورونا
62.3%	0.67	1.87	29.5	59	54.0	108	16.5	33	تابعت وزارة الصحة الحالات المصابة بالفيروس ووفرت الرعاية اللازمة لها
79.0%	0.64	2.37	8.5	17	46.0	92	45.5	91	قدمت الصفحة التوعية اللازمة بأهمية العزل المنزلي للحالات التي لا تظهر عليها الأعراض
83.8%	0.60	2.52	5.5	11	37.5	75	57.0	114	أوضحت الصفحة الرسمية الاشتراطات الواجب اتخاذها عند التواجد في تجمعات
80.3%	0.66	2.41	9.5	19	40.0	80	50.5	101	أوضحت الصفحة إجراءات التطهير المنزلي والأماكن العامة بشكل كافي
70.8%	0.66	2.13	16.0	32	55.5	111	28.5	57	قامت الصفحة بالرصد الفوري للشائعات والأخبار الكاذبة عن فيروس كورونا والرد عليها
70.7%	0.65	2.12	16.0	32	56.0	112	28.0	56	تعاملت الصفحة بحرفية في التعامل مع الشائعات
69.2%	0.65	2.08	17.5	35	57.5	115	25.0	50	لا يوجد توازن في الصفحة الرسمية عند تناولها لجانحة كورونا والموضوعات الأخرى
73.0%	0.72	2.19	18.0	36	45.0	90	37.0	74	تقارير وزارة الصحة عبر الصفحة الرسمية فقدت مصداقيتها الإعلامية
65.8%	0.75	1.98	29.5	59	43.5	87	27.0	54	هناك عدم اهتمام لدى الرأي العام لمناقشة جانحة كورونا
70.5%	0.69	2.12	18.5	37	51.5	103	30.0	60	هناك توجه إيجابي لدى الرأي العام بإعلان مصر اتاحة اللقاح للجمهور
65.3%	0.67	1.96	24.5	49	55.0	110	20.5	41	يزداد اهتمام الرأي العام بجانحة كورونا في مصر عنها في المناطق الأخرى.

اتضح من جدول (11،12) تساوى آراء عينة الدراسة في الموجتين الأولى والثانية من المرتبة الأولى حتى المرتبة السابعة وكانت على الترتيب التالي:

- 1- استخدمت الصفحة المصطلحات الطبية بطريقة سهلة الفهم على الجمهور العام .
- 2- أوضحت الصفحة الرسمية الاشتراطات الواجب اتخاذها عند التواجد في تجمعات.

- 3- شجعت الصفحة الجمهور على الالتزام بالتعليمات والتوجيهات الصحية.
- 4- اوضحت الصفحة إجراءات التطهير المنزلي والأماكن العامة بشكل كافٍ.
- 5- قدمت الصفحة التوعية اللازمة بأهمية العزل المنزلي للحالات التي لا تظهر عليها أعراض الإصابة.
- 6- بذلت الصفحة الجهود الكافية للتوعية بطرق مكافحة فيروس كورونا .
- 7- قامت الصفحة بالرد الفوري على الشائعات والأخبار الكاذبة حول فيروس كورونا.

واختلفت اختلاف بسيط في ترتيب باقي النقاط مما يعني أن الصفحة لم تغير أسلوبها وماتقدمه من معلومات أثناء الموجتين الأولى والثانية.

وأكدت عينة الدراسة في كلا الموجتين الأولى والثانية على أن تقارير وزارة الصحة عبر الصفحة الرسمية فقدت مصداقيتها الإعلامية بنسبة 72.2%، 73% على التوالي، ورأت العينة أنه لم يكن هناك توازن في الصفحة عند تناولها لجائحة كورونا والموضوعات الأخرى بصورة أكبر في الموجة الأولى عن الموجه الثانية وذلك ما تؤكدته نتائج الدراسة التحليلية للصفحة الرسمية حيث إن الصفحة مع نهاية الموجة الأولى لم تقتصر أخبارها فقط على فيروس كورونا وإنما تنوعت الصفحة في أخبارها وموضوعاتها. وتبين وجود توجه إيجابي لدى الرأي العام بإعلان مصر إتاحة اللقاح للجمهور وقد زادت نسبة هذا التوجه في الموجه الثانية عن الموجه الأولى وقد يرجع ذلك إلى الإجراءات الفعلية التي اتخذت في الموجه الثانية للحصول على اللقاح.

جدول (13) يوضح الوسائط الإعلامية المستخدمة لتوضيح المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا 19

الموجة الثانية		الموجة الأولى		الوسائط الإعلامية
%	ك	%	ك	
39.5%	79	44.0%	88	نص فقط
48.0%	96	58.5%	117	صور
40.5%	81	47.0%	94	فيديو
34.0%	68	38.0%	76	رسوم متحركة
35.5%	71	47.5%	95	الرسوم المعلوماتية(انفوجرافيك)
47.0%	94	59.0%	118	أكثر من وسيط
200		200		=ن

تبين من جدول (13) أن الجمهور يرى أن الصفحة اعتمدت على الوسائط الإعلامية لتوضيح المعلومات بشكل أكبر في الموجة الأولى عن الموجة الثانية ورأى 59% من العينة استخدام أكثر من وسيط في الموجة الأولى بينما احتل المرتبة الثانية بنسبة 47% في الموجة الثانية ورأى 58.5% من الجمهور أن الصفحة اعتمدت على استخدام الصور في الموجة الأولى في مقابل 48% من الجمهور في الموجة الثانية.

واحتل المرتبة الثالثة من رأي الجمهور استخدام الرسوم المعلوماتية (انفوجرافيك) بنسبة 47.5% في الموجة الأولى والتي تراجعت للمرتبة الخامسة في الموجة الثانية بنسبة 35.5%، واحتلت المرتبة الرابعة من رأي الجمهور استخدام الفيديو في توضيح المعلومات بنسبة 47.5% في الموجة الأولى ولكنها تقدمت للمرتبة الثالثة بنسبة 40.4% في الموجة الثانية. وتساوت المرتبة السادسة (الأخيرة) من وجهة نظر الجمهور في كلا الموجتين الأولى والثانية وهي استخدام الرسوم المتحركة في الصفحة بواقع 38%، 34% على التوالي.

مما يدل- من وجهة نظر الجمهور- على تزايد اهتمام الصفحة بتقديم الوسائط الإعلامية في الموجة الأولى عن الموجة الثانية.

جدول (14) أهم المرتكزات التي قام عليها الإطار الإعلامي أثناء الموجه الأولى

وزن نسبي	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		الموجه الأولى
			%	ك	%	ك	%	ك	
63.2%	0.68	1.90	28.5	57	53.5	107	18.0	36	التناول الإعلامي لجائحة كورونا عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بمواقع التواصل الاجتماعي يخاطب المتخصصين بالدرجة الأولى.
75.3%	0.72	2.26	16.5	33	41.0	82	42.5	85	تلتزم الصفحة الرسمية بنقل الحقائق والمعلومات حول فيروس كورونا المستجد
81.8%	0.65	2.46	8.5	17	37.5	75	54.0	108	قدمت الصفحة الرسمية المعلومات الكافية لزيادة الوعي بفيروس كورونا
84.8%	0.58	2.55	4.5	9	36.5	73	59.0	118	تعمل الصفحة الرسمية على أن يكون لها دور في رفع الوعي بفيروس كورونا المستجد
55.7%	0.78	1.67	52.5	105	28.0	56	19.5	39	الصفحة الرسمية ليس لها دور في نشر الوعي بفيروس كورونا.
80.3%	0.63	2.41	7.5	15	44.0	88	48.5	97	عرض مستجدات أوضاع فيروس كورونا بالصفحة الرسمية يتم بتوجيهات من منظمة الصحة العالمية

جدول (15) أهم المرتكزات التي قام عليها الإطار الإعلامي أثناء الموجه الثانية

وزن نسبي	انحراف معياري	متوسط	معارض		محايد		موافق		الموجه الثانية
			%	ك	%	ك	%	ك	
60.3%	0.66	1.81	33.0	66	53.0	106	14.0	28	التناول الإعلامي لجائحة كورونا عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بمواقع التواصل الاجتماعي يخاطب المتخصصين بالدرجة الأولى.
71.5%	0.72	2.15	19.5	39	46.5	93	34.0	68	تلتزم الصفحة الرسمية بنقل الحقائق والمعلومات حول فيروس كورونا المستجد
78.3%	0.62	2.35	7.5	15	50.0	100	42.5	85	قدمت الصفحة الرسمية المعلومات الكافية لزيادة الوعي بفيروس كورونا
80.2%	0.64	2.41	8.5	17	42.5	85	49.0	98	تعمل الصفحة الرسمية على أن يكون لها دور في رفع الوعي بفيروس كورونا المستجد
55.0%	0.71	1.65	49.0	98	37.0	74	14.0	28	الصفحة الرسمية ليس لها دور في نشر الوعي بفيروس كورونا.
76.5%	0.63	2.30	9.5	19	51.5	103	39.0	78	عرض مستجدات أوضاع فيروس كورونا بالصفحة الرسمية يتم بتوجيهات من منظمة الصحة العالمية.

تبين من جدول (14، 15) تساوى ترتيب المراتب في الموجه الأولى والثانية ولكن باختلاف بسيط في النسب وكان ترتيب المراتب كالتالي:

- 1- تعمل الصفحة الرسمية على أن يكون لها دور في رفع الوعي بفيروس كورونا المستجد.
- 2- قدمت الصفحة الرسمية المعلومات الكافية لزيادة الوعي بفيروس كورونا
- 3- عرض مستجدات أوضاع فيروس كورونا بالصفحة الرسمية يتم بتوجيهات من منظمة الصحة العالمية.

- 4- تلتزم الصفحة الرسمية بنقل الحقائق والمعلومات حول فيروس كورونا المستجد.
5- التناول الإعلامي لجائحة كورونا عبر الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بمواقع التواصل الاجتماعي يخاطب المتخصصين بالدرجة الأولى.
6- الصفحة الرسمية ليس لها دور في نشر الوعي بفيروس كورونا..

جدول (16) الأساليب التي تسهم في دعم الرسالة الإعلامية لرفع الوعي بفيروس كورونا

الأساليب	موافق		محايد		معارض		متوسط	انحراف معياري	وزن نسبي %
	ك	%	ك	%	ك	%			
زيادة التقارير التي تتناول فيروس كورونا	141	70.5	52	26.0	7	3.5	2.67	0.54	89.0
زيادة مساحة التحقيقات الإخبارية والصحفية حول الأمراض المعدية	104	52.0	83	41.5	13	6.5	2.46	0.62	81.8
البساطة والمرونة في التناول الإعلامي للوصول إلى مختلف فئات المجتمع	134	67.0	65	32.5	1	5.0	2.67	0.48	88.8
زيادة المصداقية والشفافية لدى الإعلام الحكومي المتمثل في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة لإحداث التوازن مع الإعلام الدولي	123	61.5	67	33.5	10	5.0	2.57	0.59	85.5
الاعتماد على الأدلة والوثائق والتدعيم بالصور في معالجة الصفحة الرسمية لمستجدات فيروس كورونا يزيد اهتمام الجمهور بها	119	59.5	72	36.0	9	4.5	2.55	0.58	85.0%
تسهم التقنيات الحديثة في زيادة الوعي بكوفيد19 لدى كافة فئات المجتمع	125	62.5	69	34.5	6	3.0	2.60	0.55	86.5

من جدول (16) اكدت عينة الدراسة على أن أهم الأساليب لدعم الرسالة الإعلامية لرفع الوعي بفيروس كورونا كانت على الترتيب التالي:

- 1- زيادة التقارير التي تتناول فيروس كورونا
2- البساطة والمرونة في التناول الإعلامي للوصول إلى مختلف فئات المجتمع.
3- استخدام التقنيات الحديثة تسهم في زيادة الوعي بكوفيد19 لدى كافة فئات المجتمع.
4- زيادة المصداقية والشفافية لدى الإعلام الحكومي المتمثل في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة لإحداث التوازن مع الإعلام الدولي
5- الاعتماد على الأدلة والوثائق والتدعيم بالصور في معالجة الصفحة الرسمية لمستجدات فيروس كورونا يزيد اهتمام الجمهور بها
6- زيادة مساحة التحقيقات الإخبارية والصحفية حول الأمراض المعدية.

خاتمة الدراسة

استهدفت الدراسة تحديد اتجاهات الرأي العام المصري نحو التغطية الإعلامية للصفحة الرسمية لوزارة الصحة عبر الفيس بوك في أثناء الموجة الأولى والموجة الثانية لفيروس كوفيد19، والتحليل الكيفي للصفحة وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أتاح الاستخدام الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي مشاركة واسعة في الاستجابة لحالات الطوارئ والأزمات.

معدل نشر المحتوى الإعلامي بالصفحة الرسمية يعد جيداً ويلقى اهتماماً وتفاعلاً من قبل الجمهور، وقد ارتبط معدل تعرض عينة الدراسة للصفحة الرسمية بجائحة كورونا بشكل كبير.

تراجع الاهتمام بمتابعة التغطية الإعلامية لجائحة كوفيد19 من قبل الجمهور في الموجة الثانية عن الموجة الأولى.

غياب الجهود المتخصصة لإعداد المحتوى الإعلامي في ظل جائحة كورونا لمخاطبة الرأي العام للوصول إلى الاستجابة المرغوبة. وعليه يجب إعادة تصميم أنشطة الاتصال المقدمة بالصفحة الرسمية من أجل أن تكون المعلومات المتعلقة بالأوبئة بشكل عام وكوفيد19 بشكل خاص أكثر فعالية. وكذلك نشر المعلومات المتعلقة بالوباء وتحديثها في الوقت المناسب هو إجراء فعال لتجنب الذعر العام ومنع انتشار المعلومات المضللة.

ضرورة صياغة إجراءات استجابة دقيقة لمواجهة مطالب الجمهور في السيطرة على الأزمة، ومراقبة صحة المعلومات التي تنشرها الحسابات الرسمية، وذلك لتعزيز استجابة الرأي العام للأوبئة ومكافحتها.

وفي النهاية لا بد مراعاة أن إبداء الرأي العام في حالات الأزمات ليس عشوائياً ولكن له فترات من الصمت والضوضاء شديدة التقلب وعرضة للتأثيرات الخارجية لا بد من مراعاتها في التغطية الإعلامية للأزمات.

مراجع الدراسة

- (¹) Bach Xuan Tran; Anh Kim Dang et al., Coverage of Health Information by Different Sources in Communities: Implication for COVID-19 Epidemic Response, **International Journal of Environmental Research and Public Health**; Basel No. 10, Vol. 17, 2020, p 3577.
- (²) Bui Thi Thu Ha, et al., Combating the COVID-19 Epidemic: Experiences from Vietnam, **International Journal of Environmental Research and Public Health**, vol. 17, doi:10.3390/ijerph17093125.
- (³) Ramez Kouzy, Abi Jaoude J, et al, Coronavirus Goes Viral: Quantifying the COVID-19 Misinformation Epidemic on Twitter. **Cureus**, March 13, 2020, Vol. 12, No. 3: e7255. DOI 10.7759/cureus.7255.
- (⁴)Chin-Hsien Hsu & others, How to Defend COVID-19 in Taiwan? Talk about People's Disease Awareness, Attitudes, Behaviors and the Impact of Physical and Mental Health, **International Journal of Environmental Research and Public Health**, Basel No. 10, Vol. 17, 30 June 2020, p 4694.
- (⁵) Han xuehua, et.al., Using Social Media to Mine and Analyze Public Opinion Related to COVID-19 in China, **International Journal of Environmental Research and Public Health**; Basel, vol.17, No. 8, 2020, p 2788.
- (⁶) Mehrab Nazir & others, A Multidimensional Model of Public Health Approaches against COVID-19, **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 2020.
- (⁷)Maarefvand, Masoomeh; Hosseinzadeh, Samaneh; Farmani, Ozra; Farahani, Atefeh Safarabadi; Khubchandani, Jagdish. Coronavirus Outbreak and Stress in Iranians, **International Journal of Environmental Research and Public Health**, No.12, Vol. 17, june 2020, Pp.1-12.
- (⁸)Anat Gesser-Edelsburg & others, Correcting misinformation by health organizations during measles outbreaks: A controlled experiment, **The Health and Risk Communication Research Center**, University of Haifa, School of Public Health, Department of Sociology, 19December, 2018.Pp. 1-23.
- (⁹) Bhaskaran, Navya, et al, social media for seeking health related information, an exploratory study, **Journal of young pharmacists**, Vol. 9, issue 2, April-June 2017, Pp.267-271.
- (¹⁰) أسماء عبدالعزيز، اتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا: دراسة تعليقات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الافتراضية على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 29، الجزء الأول، 2020، ص 357-376.

- (11) إيناس منصور كامل شرف، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة*، ع 29، ج 1، 2020، ص 193-246.
- (12) حسين خليفة حسن، 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 29، أكتوبر 2020، ص 279-317.
- (13) عبدالله محمد عبدالله أطيقة، الأطر الخيرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا، دراسة تطبيقية على الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية، جامعة مصراتة، *مجلة كلية الفنون والإعلام، السنة الخامسة*، ع 9، يونيو 2020، ص 153-184.
- (14) فاطمة سعود عبدالعزيز، مصداقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات: جائحة كورونا نموذجاً، *مجلة بحوث العلاقات العامة*، ع 29، ج 1، أكتوبر 2020.
- (15) نرمين على عجوة، استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا: دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية، *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر*، ع 54، ج 4، يوليو، 2020. ص - 2433 2494.
- (16) عبدالرازق الدليمي، *الدعاية والشائعات والرأي العام- رؤية معاصرة*، ط 2، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- (17) محمد بركات عبدالعزيز، خليفة حسين خليفة، اتجاهات نظرية حديثة في تشكيل اتجاهات الرأي العام: دراسة في إطار نموذج شيلي شاين HSM، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ع 18، 2019، ص 628.
- (18) مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، *الرأي العام*، 2000، ط 3، ص 21.
- (19) مصطفى يوسف كافي، *الرأي العام ونظريات الاتصال*، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 225.
- (20) Ball-Rokeach & DeFleurMelvin, dependency model of mass media effects. *Communication Research*, Vol.3, 1976, Pp.3-21.
- (21) Richard West & Lynn Turner, *Introducing Communication Theory*, New York, McGraw Hill., 2010, pp. 403-404.
- (22) Littlejohn, S. W, *Theories of human communication*, 6th Ed., Albuquerque, NM: Wadsworth Publishing, 1999, Pp. 351-354.
- (23) Jack Rosenberry & Lauren A. Vicker, *Applied mass communication theory. A guide for media practitioners*, USA, Taylor & Francis group, 2ed., 2017, pp 127-129.
- (24) مرفت الطرابيشي، عبدالعزيز السيد، *نظريات الاتصال*، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006.
- (25) سمر صبري صادق، العلاقة بين إلتماس الشباب المصري للمعلومات عبر الفيس بوك وقت الأزمات وغدراهم للأزمة: دراسة ميدانية لأزمة ستاد بورسعيد، *حوليات آداب عين شمس*، المجلد 43 أكتوبر- ديسمبر 2015، ص 516-537.
- (26) <https://wearesocial.com/digital-2021>.
- (27) - أ.د. آمال كمال طه أستاذة الصحافة جامعة حلوان

- أ.م. وليد الهادي	أستاذ مساعد جامعة حلوان
- أ.م. فاطمة شعبان	أستاذ مساعد بالمعهد الدولي للإعلام
- أ.م. رامي عطا	أستاذ مساعد بالمعهد الدولي للإعلام
- د. داليا عبدالمنعم	مدرس بقسم الإعلام جامعة حلوان

(28) زينب ابوطالب، شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي، *المجلة العربية للعلوم والاتصال*، الرياض، مايو 2014.

(29) طارق محمد الصعدي، اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع 54، ج 4، 2020، ص 2169-2226.

(30) إيمان الخطاف، اعتماد المرأة السعودية في المنطقة الشرقية على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات الصحية، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، الرياض، 2013

(31) Lee, Jinsun. "Considering a New Key Word: Internet Activism". *Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association* – Chicago, IL, 20May, 2009.

(32) Maarefvand, Masoomah; Hosseinzadeh, Samaneh; Farmani, Ozra; Farahani, Atefeh Safarabadi; Khubchandani, Jagdish. Coronavirus Outbreak and Stress in Iranians, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, No.12, Vol. 17, june 2020, Pp.1-12.