

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة- عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

سكرتارية التحرير:

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / رامى جمال مهدي - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ / جمال أبو جبل - معيد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والخمسون - الجزء الخامس - صفر ١٤٤٢هـ - أكتوبر ٢٠٢٠ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

- تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
 - ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
 - لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
 - يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
 - يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
 - يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
 - لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
 - تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
 - ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- ٢٦٤٧ ■ تحليل البنى الخطابية للأخبار السياسية الملونة تجاه مصر عبر اليوتيوب
أ.م.د. محمد محمد علي عمارة
- ٢٦٧٩ ■ معالجة الدراما السينمائية المصرية لمشكلات وقضايا التعليم- دراسة تحليلية
د. سمية متولي عرفات
- ٢٧٣١ ■ دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب
د. إيمان عزالدين محمد دوابه
- ٢٧٩٧ ■ توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري
د. عمرو محمد محمود عبد الحميد
- ٢٨٦١ ■ إستراتيجيات إدارة الانطباع وعلاقتها بمستوى الأداء الوظيفي «دراسة حالة على العاملين بشركة المصرية للاتصالات»
د. سارة محمود عبد العزيز
- ٢٩٣٧ ■ فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الأنشطة الطلابية لدى الشباب الجامعي
د. رحاب سراج الدين محمد
- ٢٩٨٣ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري: دراسة ميدانية
د. لمياء محسن
- ٣٠٢٩ ■ التنمر الإلكتروني عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بأنماط العنف لدى المراهقين (دراسة ميدانية) د. انتصار السيد محمد محمود زايد

■ اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه
٣٠٨٩ د. ریحاب سامي لطيف محمد

■ دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات
٣١٧٣ أمة الخالق محمد حسين الأشموري

■ استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي
٣٢٠٥ مصعب بن إبراهيم السعيد

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393	2536- 9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237	2536- 9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9158	2366- 9158	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 5836	1110- 5836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 5844	1110- 5844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

**اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر
للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)
ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه**

- **The Egyptian public dependence on new media as a source for information and news about the Coronavirus (Covid-19) pandemic and its role in reinforcing its health awareness**

د/ ریحاب سامي لطيف محمد ●

مدرس بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ.

rehaab662@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح، وتم تطبيق استمارة استبانة إلكترونية أُرسلت إلى عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري مستخدمي وسائل الإعلام الجديد متضمنة مقياسًا للوعي الصحي، وكان من أهم النتائج: كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد وارتفاع الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، وجاءت طرق الوقاية والأعراض وطرق انتقال العدوى والطرق الوقائية والاحترازية، واكتساب المعلومات الصحية الجيدة ومتابعة كل مستجدات الجائحة كأكثر المضامين المفضلة، وجاء الأطباء في مقدمة المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها المبحوثون وزادت الثقة في المواقع الرسمية أكثر من غيرها من وسائل الإعلام الجديد، وثبتت صحة الفرض البحثي القائل بوجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع التعرض ومستوى الوعي الصحي، وكذلك وجود علاقة طردية إيجابية بين اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد ومستوى الوعي الصحي بجائحة كورونا، وأثبتت تحقق تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية نتيجة اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديد ووجود فروق في مستويات الوعي الصحي حول جائحة فيروس كورونا. الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام الجديد، الجمهور المصري، كوفيد-19، الوعي الصحي.

Abstract

The study aims to recognize the extent to which the Egyptian public depends on new media as a source for information and news about the Coronavirus (Covid-19) pandemic and its role in reinforcing its health awareness. This study is a descriptive study relying on the survey method. Then, an electronic questionnaire has been applied and sent to a 400-sample of The Egyptian public who uses the new media. Such questionnaire includes a measure of health awareness. The most important results of such questionnaire show a wide range of the public using the new media and significantly depending on such new media as a source of getting information and news about Coronavirus pandemic. The methods of prevention, symptoms, methods of infection transmission, precautionary methods, good health information acquisition and following-up the pandemic updates are most preferred topics; and physicians come to the top of non-media sources on which researched sample depend. Additionally, Confidence increases to official websites more than other new media, research hypothesis has been completely proven as there is a positive relationship between exposure (i.e. usage) motives and health awareness level. Also, there is a positive relationship between the Egyptian public's dependence on new media and the level of health awareness. This study has proven the realization of behavioral, sentimental, and cognitive influences because of public's dependence on the new media; and there are differences in health awareness levels about Coronavirus pandemic.

Key words: New Media- Egyptian Public- Covid-19- Health Awareness.

ازداد دور وسائل الإعلام في إكساب الجمهور المعرفة وخاصة في هذا العصر بما يتميز به من تنوع تقنيات الاتصال ووسائله، وما تشهده وسائل الإعلام والاتصال في العصر الحالي مما جعلها تحظى بتقدم ملحوظ في التقنيات والإمكانات، سواء من حيث سهولة الاستخدام أو الانتشار والتأثير وفقًا لإمكانات كل وسيلة، ونظرًا لذلك أصبحت هذه الوسائل تقوم بدور حيوي وملموس في مجال التوعية والتثقيف؛ نظرًا لقدرتها ومميزاتها مما يمكنها من ربط المجتمع وتحقيق أهدافه.

وتعتبر المعلومات من أهم حاجات المجتمع، كما تُعد المكون الأساسي والدافع القوي لاتخاذ القرارات وحل المشكلات والتحديات، وتزداد الحاجة إليها في المستجدات والأحداث الطارئة على المجتمع، وتعتبر وسائل الإعلام إحدى مصادر المعلومات الهامة والرئيسة التي يعتمد عليها الأفراد في العصر الحديث؛ حيث تؤدي دورًا بارزًا في بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي، وذلك من خلال القيام بدورها في تزويده بالمعلومات الصادقة والخبرات الحقيقية باستخدام الأسلوب الموضوعي.

ولقد أصبح الإعلام مؤثرًا أساسيًا في توجيهات الشعوب والمجتمعات، إذ يعتبر مركز استقاء المعلومات في القضايا السياسية والاجتماعية والصحية للمجتمع، ويسهم في تحريك الفكر البشري وتشكيل الوعي، وتبادل المعلومات والتفاعل معها⁽¹⁾.

حيث أدى انتشار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) إلى تسخير كل الإمكانيات والتقنيات الحديثة للتوعية ومكافحة الأمراض، إذ إن الإعلام في هذا الجانب أصبح المصدر الأول للمجتمعات؛ حيث زادت معدلات متابعة الصفحات الإلكترونية لوسائل الإعلام، كما أسهم التحول الإعلامي المقروء والمطبوع في وجود إصدارات إلكترونية تتماشى مع الإجراءات المتخذة للحد من انتشار الفيروس وتقليل عمليات التلامس وتعزيز التباعد الاجتماعي⁽²⁾. كما أدى انتشار جائحة كورونا إلى تغيير مسار الحياة الطبيعية، ونقل العالم إلى ظواهر اجتماعية جديدة أثرت على طبيعة وجود الترابط الاجتماعي

والتواصل عبر تكنولوجيا الإعلام الجديد؛ بهدف تحقيق أعلى درجات الحماية من الإصابة بهذا الفيروس القاتل، كما وأن للإعلام دورًا هامًا في بناء التوجهات المجتمعية وتوجيه الكتل البشرية نحو الإجراءات السليمة والأمنة في تقليل تفشي الجائحة محليًا وعالميًا.

حيث يعد الوعي الصحي لدى المواطنين حول الأمراض والفيروسات والأوبئة من الموضوعات المهمة للغاية، فالصحة أحد أهم أولويات المجتمعات والأفراد، فالوعي الصحي لدى الأفراد حجر الأساس في أنماط سلوكياتهم اليومية التي لها أثر كبير على حالتهم الصحية، خاصة في ظل جائحة صحية عالمية تعد من أبرز الأزمات العالمية في المجال الصحي وهي جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19).

الدراسات السابقة Literature Review:

المحور الأول: دراسات تناولت المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا (COVID-19):

1- دراسة: جاد عويدات (2020م)⁽³⁾، بعنوان "تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر الفيسبوك"، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر الفيسبوك بصفحتي قناة المملكة الأردنية، وقناة "France24 عربي" واستخدمت المنهج الوصفي باستخدام المسح الميداني لعينة قوامها 400 مفردة من طلاب جامعتي (القاهرة، والمنيا)، من متابعي طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحتي قناة "المملكة الأردنية" وقناة "France24 عربي"، وتوصلت إلى تفاعل الشباب الجامعي بدرجة كبيرة مع طرق الوقاية من فيروس كورونا المقدمة عبر القنوات، وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أشكال تفاعل الباحثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفحتي قناة "المملكة الأردنية" وقناة "France24 عربي" على الفيس بوك لصالح قناة "France24 عربي".

2- دراسة (محمد محمد المغير 2020م)⁽⁴⁾، بعنوان "السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا".

استهدفت الدراسة رصد دور السياسات الإعلامية في الحد من أخطار كورونا، وهدفت إلى دراسة السياسات الإعلامية ودورها في الحد من أخطار تفشي فيروس كورونا (كوفيد-19)، واستخدمت المنهج الوصفي والحدسي الذي يعتمد على خبرات الباحث.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك حاجة لتحليل السياسات والاستراتيجيات الإعلامية في التعامل مع فيروس كورونا وما ترتب عليه من إجراءات إعلامية وتثقيفية وتوعوية، وأهمية دور الإعلام التفاعلي والاجتماعي في تواصل العمل والأنشطة البشرية في أماكن الحجر الصحي واستدامة التعليم الإلكتروني، من أجل التعايش الآمن مع الفيروس.

3- دراسة: مسعودة فلوس، الخنساء تومي (2020م)⁽⁵⁾، بعنوان: "الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا"، التي هدفت إلى دراسة مجالات تأثير الإعلام الجديد بالنسبة للفرد والمجتمع، وتوضيح العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد والصحة النفسية، باعتبار أن الإعلام الجديد يحدد الصحة النفسية للأفراد داخل المجتمعات جراء انتشار فيروس كورونا المستجد، وإصابة الأفراد بالخوف والقلق والتوتر نتيجة البرامج الإعلامية المختلفة، مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي.

وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الوقائية والتوجيه والإرشاد التي تقدمها وسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا المستجد تؤثر بشكل سلبي على الصحة النفسية للأفراد، بسبب القلق النفسي والخوف والتوتر الذي يعاني منه الأفراد؛ مما يجعلهم أكثر عرضه للإصابة بهذا الفيروس الخطير.

4- دراسة (وليد محمد عبد الحليم، 2020م)⁽⁶⁾، بعنوان "تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا المستجد Covid-19"، هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثير السلبي/ الإيجابي في التوعية الأسرية لمواجهة جائحة فيروس كورونا (Covid-19) وتحديد أشكال هذا التأثير، وتم تطبيق الدراسة على أرباب الأسر بمدينة سوهاج خلال الفترة من 3/1 وحتى 2020/4/15م.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين تأثير الإعلام ووعي أرباب الأسر بكيفية مواجهة فيروس كورونا وطرق الوقاية منه، وظهر ذلك التأثير في ضوء تقديم المعلومات الكافية عن الفيروس وإنتاج مضامين طبية وثقافية للتوعية به والحد من انتشاره، وتحقق أيضًا في ضوء المضامين بالفيروس أو أسر المصابين أو الطاقم المعالج وأهمية التعقيم والنظافة واتباع السلوكيات المثلى في التعامل مع الفيروس.

5- دراسة (Abdelhafiz, 2020)، بعنوان: "تقييم معرفة وتصورات الجمهور المصري تجاه فيروس كورونا (Covid-19)"⁽⁷⁾، حيث تم توزيع استبانة على عينة قدرها 959 فردًا، كان متوسط درجة المعرفة 16.3 من أصل 23 أكتسب بشكل رئيس من

وسائل التواصل الاجتماعي (66.9%) والإنترنت (58.3%)، كانت المعرفة أقل بشكل ملحوظ بين الأكبر سناً، والأقل في مستوى التعليم، وذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض، وسكان الريف، كما كان معظم المشاركين (86.9%) قلقين بشأن الخوف من العدوى بالفيروس، حيث إن نسبة 73% من الباحثين يتطلعون إلى الحصول على مصلى لعلاج الفيروس ويأملون في توفره، وكان لدى المشاركين معرفة جيدة وموقف إيجابي تجاه تدابير الحماية، هذه المعرفة تم اكتسابها بشكل أساسي من خلال القنوات الإعلامية الجديدة.

6- دراسة: (Han Woo Park et al, 2020). بعنوان: "المحادثات وأطر الأخبار الطبية على Twiter- دراسة حالة على كوفيد (Covid-19) في كوريا الجنوبية"⁽⁸⁾:

سعت الدراسة إلى التعرف على دور المحادثات للمستخدمين عبر تويتر في تبادل المعلومات والسلوكيات الخاصة بكوفيد-19 في كوريا الجنوبية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبانة لعينة قوامها 832.43 مستخدمًا لتويتر وتحليل المضمون لـ 233.78 تغريدة على تويتر وتحليل الأطر الإخبارية لها.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: الانتشار الكبير للمعلومات المتعلقة بكوفيد-19 عبر شبكات التواصل الاجتماعي واهتمام المستخدمين بمثل هذه المعلومات، وظهور الإطار الترفيهي الذي يتضمن تبرعات مشاهير المجتمع، وغلبت الأطر الطبية للمقالات الإخبارية على الأطر غير الطبية للمقالات الإخبارية المتعلقة بفيروس كورونا كوفيد-19.

7- دراسة: (Lisa singh, 2020). بعنوان: "استخدام Twitter في نشر المعلومات والشائعات بين الجمهور فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا (Covid-19)"⁽⁹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير موقع التواصل الاجتماعي Twitter في الوعي الصحي بين الجماهير حول فيروس كورونا كوفيد-19، وحجم النقاش على موقع Twitter حول الجائحة، وتأثير نشر الشائعات والأخبار الكاذبة بين المستخدمين، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وأداة تحليل المضمون لعينة قوامها (64487) تغريدة، والمسح الميداني لعينة قوامها (350) مفردة من الجمهور الأمريكي بمدينة نيويورك باستخدام استمارة الاستقصاء.

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: أن ما تم نشره من تغريدات صحيحة بلغت 36.352 تغريدة في مقابل 1.135 تغريدة كاذبة ومضللة في محتواها،

وأن التغيرات التي تستند لمصدر موثوق مثل منظمة الصحة العالمية تحظى بدرجة ثقة عالية بين المستخدمين، كما أشارت النتائج إلى أنه لا توجد رقابة على المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما أدى إلى انتشار المعلومات المضللة والأكاذيب حول فيروس كورونا، كما أكدت النتائج على ارتفاع درجة الإفادة في اكتساب المعلومات الصحية وكيفية الوقاية منها وأعراض الإصابة به وكيفية التعامل مع المصابين بالفيروس؛ مما يدل على زيادة وعي الجمهور الأمريكي فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

8- دراسة: (Rajvikran Madurai Elavarasan, 2020)⁽¹⁰⁾، بعنوان: "الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع جائحة فيروس كورونا Covid-19"، استهدفت الدراسة التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع جائحة فيروس كورونا Covid-19، ومدى توظيف التقنيات التكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجماهير المتنوعة للوقاية من انتشار فيروس كورونا (Covid-19)، استخدمت الدراسة منهج المسح، لعينة قوامها 856 مفردة بدولة الهند باستخدام استمارة الاستبانة الإلكترونية.

وتوصلت إلى مجموعة من النتائج، أهمها: استخدام منظمة الصحة العالمية WHO استراتيجيات تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس ووضعها في مقدمة أجناس اهتمام الجمهور، كما استخدمت استراتيجيات الصدمة بغرض توجيه اهتمام الجمهور لحجم الأزمة التي سببها فيروس كورونا كوفيد-19 لزيادة الحرص والاهتمام لديه على عدم تفشي الفيروس، كما استخدمت تطبيقات الهاتف المحمول للتعرف بأخبار الفيروس باستمرار، والتعرف على طرق الوقاية والأعراض والإجراءات الاحترازية التي يجب اتباعها عند الإصابة بالفيروس، وأكدت نتائج الدراسة أهمية دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في نشر الوعي الصحي بين الجمهور وإمدادهم بالمعلومات حوله؛ مما أسهم في الحد من انتشار فيروس كورونا بدولة الهند.

9- دراسة (Wang, Ng, and Brook, 2020)⁽¹¹⁾، بعنوان "توظيف تطبيقات التقنيات الرقمية في الحد من تفشي (كوفيد-19)"، التي هدفت إلى دراسة تجربة تايوان في توظيف تطبيقات التقنيات الرقمية في الحد من تفشي (كوفيد-19)، حيث أشارت النتائج إلى أن تايوان كانت في حالة تأهب مستمر وجاهزة للتصدي للأوبئة الناشئة عن الصين منذ وباء متلازمة الالتهاب الرئوي الحاد (سارس) عام 2003م، وبأنها وظفت التقنيات في الحد من انتشار الوباء منذ اللحظات الأولى لظهور الوباء، وأفادت من قاعدة بياناتها الوطنية للتأمين الصحي ودمجتها مع قاعدة بيانات الهجرة والجمارك مكونة

بذلك قاعدة بيانات ضخمة، حيث ساعد ذلك في التعرف على التاريخ المرضي للمواطنين، وتنقلاتهم داخل وخارج البلاد؛ مما أسهم في حصر الحالات المشتبه وعزلها والتبليغ عنها إذا لزم الأمر، وتم إطلاق نظام الحجر الصحي وربطه عبر الإنترنت في 14 فبراير 2020م، ويتضمن النظام تاريخ السفر والأعراض الصحية للمواطنين لتصنيف المخاطر المعدي للمسافرين استنادًا إلى أصل الرحلة وتاريخ السفر خلال الأسبوعين الماضيين، وتم تصنيف المواطنين إلى فئات، وفي 18 يناير أصبح بإمكان المستشفيات والصيديات والعيادات الوصول إلى سجلات المرضى وتاريخ تنقلاتهم وفقًا لإعلان الحكومة.

المحور الثاني: دراسات تناولت وسائل الإعلام والوعي الصحي:

1- دراسة (عيشة عله 2020م) بعنوان: "دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19)" دراسة ميدانية⁽¹²⁾: استهدفت الدراسة تقييم دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي بفيروس كورونا (كوفيد-19) ودورها في مكافحة الأزمات الصحية العالمية، استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة لعينة قوامها (140) مبحوثًا بمدينة الجزائر، وتتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في التوعية الصحية واحتلالها مكانة متقدمة بين المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون للمعرفة الصحية خاصة في ظل الأزمات العالمية.

2- دراسة (مرتضى الأمين، وخالد محمد 2020م)⁽¹³⁾، بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى المجتمع السوداني حول فيروس كورونا":

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور السوداني في الوقاية من فيروس كورونا، واستخدمت الدراسة المنهج الكيفي، باستخدام أداة تحليل المضمون لمجموعة من المنشورات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد على صفحة الموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية على الموقع الاجتماعي الفيس بوك، واستخدمت أسلوب الحصر الشامل لمدة أسبوع من بداية الأسبوع الثاني من إبريل 2020.

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، أهمها: قيام صفحة وزارة الصحة السودانية على الفيس بوك بدور كبير في تعزيز الوعي الصحي بنشر الأخبار والمعلومات المستمرة عن فيروس كورونا المستجد، واستخدمت أساليب متنوعة ومصادر مختلفة في

نشر الرسائل التوعوية الخاصة بفيروس كورونا بكل أشكالها.

3-دراسة (الزهراء محمد 2018م) بعنوان: "دور الصفحات الصحية على الفيس بوك في تنمية الوعي الصحي لدى المراهقين"⁽¹⁴⁾:

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به الصفحات الصحية على مواقع الفيس بوك في تنمية الوعي الصحي لدى المراهقين.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن أهم دوافع وأسباب تعرض المراهقين للصفحات الصحية المتخصصة على الفيس بوك هو دافع الحصول على المعلومات الصحية بصفة عامة، ثم في المركز الثاني رفع مستوى ثقافتهم الصحية، ثم المساعدة على حل بعض المشكلات الصحية، وأثبتت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين للصفحات الصحية على موقع الفيس بوك وتنمية الوعي الصحي لدى المراهقين عينة الدراسة.

4-دراسة (مها حسن مختار، 2018م) بعنوان: "التماس المعلومات الصحية من شبكة الإنترنت"⁽¹⁵⁾:

هدفت الدراسة إلى معرفة علاقة التماس المعلومات الصحية من شبكة الانترنت بتشكيل الوعي الصحي للجمهور، واستراتيجيات التماس المعلومات ومدى رضا الجمهور عن حالته الصحية من الناحية النفسية والجسدية، وتم استخدام منهج المسح الإعلامي والأسلوب المقارن لمقارنة المادة المقدمة حول المعلومات الصحية على شبكة الإنترنت، على عينة قوامها (280) مفردة من سكان القاهرة الكبرى (القاهرة- الجيزة- القليوبية).

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن من أهم دوافع التماس الباحثين للمعلومات الصحية هو زيادة المعرفة الصحية بشكل عام، وأثبتت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التماس الجمهور للمعلومات الصحية من شبكة الإنترنت ودرجة الوعي الصحي لهم.

5-دراسة (خالد فيصل الضرم 2016م) بعنوان: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا"⁽¹⁶⁾:

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بمرض كورونا. وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، استخدمت منهج المسح من خلال أسلوب مسح المنصات الإلكترونية للمدن الطبية في مدينة الرياض (محل الدراسة) على شبكة التواصل الاجتماعي يوتيوب وتويتر وفيسبوك، وتعد العينة ممثلة

في كافة المدن الطبية ومكوناتها من مستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض مفردات لمجتمع الدراسة، باستخدام أداة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن نسبة 73% من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكة التواصل الاجتماعي (تويتر- فيسبوك- يوتيوب)، وأن 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية حيال مرض كورونا، كما أوضحت ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لاستخدام المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلي، وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي؛ مما يعني أيضًا التفريط في توظيف الشبكات الاتصالية الفاعلة خلال الأمراض والأوبئة مما يؤدي لزيادة الخسائر الوطنية.

6- دراسة (مها كاظم العيلى 2015م) بعنوان: "دور وسائل الاتصال كمصادر للمعلومات الصحية للطلبة"⁽¹⁷⁾: استهدفت الدراسة معرفة مستوى الوعي الصحي لدى طلبة جامعة بغداد بفرعها العلمي والإنساني، واستخدم الباحث منهج المسح لعينة ميدانية من طلاب الجامعة ومدى الوعي الصحي لديهم حول مرض الإيدز، وأثر استخدام وسائل الاتصال كمصادر للمعلومات الصحية على مستوى الوعي الصحي لديهم، ومعرفة نوعية وسائل الاتصال الأكثر استخدامًا ونوعية البرامج الأكثر متابعة حول مرض الإيدز.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: احتل التلفزيون المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات الصحية، وجاءت القنوات العربية أكثر متابعة من برامج القنوات المحلية، كما أثبتت الدراسة عدم وجود فروق دالة بين المبحوثين في مقياس الوعي الصحي بين الجنسين (ذكور وإناث)؛ وبذلك فإن متغير النوع ليس له تأثير في مستوى الوعي الصحي لدى الشباب السعودي حول مرض الإيدز.

7- دراسة (نورة حمدي 2015م) بعنوان: "علاقة التعرض للصحف السعودية (الورقية والإلكترونية) بمستوى المعرفة بمرض كورونا"⁽¹⁸⁾: هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التعرض للصحف السعودية الورقية والإلكترونية ومستوى المعرفة بمرض كورونا Respiratory Syndrome Middle East (MERS) فيروس كورونا الشرق الأوسط ودرجة الاختلافات المعرفية لدى فئات الجمهور السعودي وفقًا للمتغيرات الديموغرافية المختلفة، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت الاستبانة عن طريق المقابلة الميدانية المباشرة بمفردات عينة الدراسة كأداة لجمع البيانات لعينة قوامها 200 مفردة بواقع 100 مفردة من الذكور و100 مفردة من الإناث من الجمهور

السعودي بمدينةنتي الطائف والباحة بالسعودية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: أن نسبة اهتمام الجمهور السعودي بمتابعة أخبار مرض كورونا بلغت 61.40% يهتمون بدرجة كبيرة، ونسبة من يهتمون إلى حد ما جاءت 37.43% ونسبة من لا يهتمون بمتابعة أخبار مرض كورونا 1.17%؛ حيث أثبتت النتائج وجود فروق بين المبحوثين في مستوى اهتمامهم بمتابعة مرض كورونا، وارتفاع نسبة من لديهم معرفة سطحية بالمرض، حيث جاءت في المركز الأول بنسبة 60.23% في مقابل بلغت نسبة من لديهم معرفة متعمقة بالمرض بنسبة 38.60%، كما أكدت النتائج على أن الصحف الورقية ما زالت تتمتع بالمصداقية لدى القراء والثقة في الحصول على المعلومات، وثبت وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين على اختلاف متغيراتهم الديموغرافية (المستوى الاجتماعي-الاقتصادي-المستوى التعليمي) في مستوى معرفتهم (السطحية-المتعمقة-الكلية) بمرض كورونا، ولم يثبت من حيث النوع والسن.

8- دراسة (عثمان محمد العربي 2014م). بعنوان: "استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانة والتغذية والنشاط البدني"⁽¹⁹⁾: هدفت الدراسة إلى معرفة أثر استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام المختلفة ومستوى الوعي الصحي لديهم عن البدانة، واستخدمت الدراسة منهج المسح على عينة قواها 515 شابًا بمدينة الرياض.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: انخفاض مستوى الوعي الصحي لدى الشباب عن موضوع البدانة ومخاطرها، ولم تؤثر متغيرات ديموغرافية كمستوى التعليم لديهم في مستوى الوعي بموضوع البدانة، وكان الاتصال الشخصي الأكثر تأثيرًا في مستوى الوعي لدى الشباب السعودي، بينما جاء تأثير الأصدقاء بشكل سلبي في مقابل التأثير الإيجابي لاستخدام مراكز الرعاية الصحية والمؤسسات التعليمية.

9- دراسة (Kyungeun Jang and Young Min Baek, 2019) بعنوان: تأثير متابعة الأخبار عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على الصحة العامة: بالتطبيق على أزمة فيروس كورونا "MERSU"⁽²⁰⁾: والتي هدفت إلى التعرف على مدى تأثير تعرض الجمهور للأخبار والمعلومات المتعلقة بتفشي فيروس "ميرس MERS" في كوريا الجنوبية، وكيف يتعامل الجمهور الكوري مع المعلومات مجهولة المصدر التي يتعرض لها أثناء أوقات الأوبئة والأزمات الصحية، واستخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واستخدمت منهج المسح الإعلامي لعينة عشوائية من الجمهور الكوري قوامها (1036)

مبحوثًا .

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج، أهمها: اعتماد المبحوثين بدرجة كبيرة على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار والمعلومات الخاصة بالفيروس، ومتابعة الأخبار الصادرة عن المنظمات الصحية العالمية عبر الإنترنت؛ مما أدى إلى زيادة الاعتماد على شبكة الإنترنت لمتابعة الأخبار الموثوقة المصدر.

10- دراسة (Qazi, A, 2020) بعنوان: "تحليل وتقييم تأثير مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية على الوعي الصحي للجمهور الباكستاني حول وباء كورونا (Covid-19)"⁽²¹⁾.

استهدفت الدراسة رصد تأثير المعلومات الرسمية وغير الرسمية على الوعي الصحي لدى الجمهور الباكستاني واتخاذ السلوكيات الوقائية مثل التباعد الاجتماعي، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات طبقت على عينة قوامها 82 فردًا. وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها أنه في وقت أزمة فيروس كورونا (Covid-19) تؤدي مصادر المعلومات (الرسمية وغير الرسمية) دورًا مهمًا في زيادة الوعي بين الجماهير والتأثير المعرفي على تبني ممارسات التباعد الاجتماعي، ويزداد الوعي بشكل كبير باستخدام المصادر الرسمية للمعلومات حول السلوك الوقائي من الوباء.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- رغم حداثة انتشار جائحة فيروس كورونا فإنها نالت الاهتمام البحثي الكبير في نطاق جغرافي واسع؛ لأهميتها وخطورتها على مستوى العالم وأهمية التوعية بها.
- ركزت معظم الدراسات من حيث الأهداف على أشكال المعالجة والتغطية الإعلامية ومحدداتها، وتوظيف التقنيات الرقمية والتعرف على مدى إسهام وسائل الإعلام الجديد في زيادة الوعي الصحي لمتابعيها حيال هذه الجائحة في بيئات اجتماعية متنوعة، وترصد الدراسة الحالية الوعي الصحي لدى عينة من الجمهور المصري العام.
- اتفقت غالبية الدراسات في استخدام منهجي المسح التحليلي والميداني مع زيادة نسبة استخدام منهج المسح الميداني، واستخدام الاستبانة والتي وزع معظمها إلكترونيًا باستخدام شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة في وقت الحظر الصحي، وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدامها منهج المسح، واستخدام الاستبانة الإلكترونية كأداة لجمع المعلومات من المبحوثين.
- تباينت أهداف الدراسات السابقة، حيث جاء معظمها للتعرف على الخطاب الإعلامي

المستخدم لمواجهة تداعيات فيروس كورونا المستجد، وهدفت بعضها للتعرف على دور الإعلام سواء التقليدي أو الحديث أو كليهما في التعريف بالفيروس، واهتمت بعض الدراسات بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالأزمة وسبل الوقاية منها، وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات الأخرى في رصد اعتماد الجمهور المصري العام على وسائل الإعلام الجديد المختلفة كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، ودورها في تعزيز الوعي الصحي لدى عينة من الجمهور المصري العام؛ نظرًا للأهمية الكبيرة للوعي الصحي بشأن هذا الفيروس القاتل، وإعادة اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

- أكدت الدراسات السابقة على أهمية دور وسائل الإعلام في نقل المعلومات والحقائق حول فيروس كورونا.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية من حيث تحديدها وصياغتها والإطار العام.
- المساعدة في تحديد المنهج العلمي المناسب لموضوع الدراسة والأدوات المناسبة لجمع البيانات.
- صياغة فروض الدراسة وتساؤلاتها ومتغيراتها بشكل علمي يحقق أهداف الدراسة بناءً على ما جاء بها من نتائج، ومقارنة ما جاء بها من نتائج مع ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج.

مشكلة الدراسة:

لقد أزال الإعلام الجديد القيود السابقة التي كان يفرضها الإعلام التقليدي، وأسهم في دفع الوعي الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي، فضلاً عن الوعي الصحي في مساحات شاسعة من المجتمع الإنساني، من خلال استخدام الوسائط المتعددة كالصوت والفيديو والصور والرسومات وغيرها إضافة إلى الأخبار والمعلومات، ولنشر الوعي الصحي في كافة مجالاته بين أفراد المجتمع أهمية بالغة مرتبطة بحياة الإنسان وصحته وسلامته، فالإنسان لا يستطيع المحافظة على صحته إن لم يكن لديه الوعي الصحي، ومن الضروري بذل الجهود الفردية والجماعية على كافة المستويات المحلية والإقليمية والعالمية لنشر الوعي الصحي، ووسائل الإعلام تستطيع القيام بهذا الدور لما لها من تأثير واضح وفعال على الإنسان وسلوكياته، فعليها يقع عبء كبير في تثقيف وتوعية الجمهور وإشعار كل فرد بمسؤوليته تجاه صحته وصحة من يرعاهم، كما تستطيع حث

الأفراد على التعاون مع المؤسسات والهيئات والمنظمات الصحية المحلية والإقليمية والعالمية.

ومع ظهور فيروس كورونا (كوفيد-19) بمدينة ووهان الصينية في 31 ديسمبر عام 2019م، ثم انتشاره في دول العالم ثم اعتباره (جائحة) حسب منظمة الصحة العالمية في مارس 2020م بدأت تتبته لخطورة الجائحة العالمية، حيث ازداد دور وسائل الإعلام الجديد في تغطية تداعيات انتشار الوباء ومتابعة إحصاءاته اليومية بكل الدول التي يشملها من حيث معدل الإصابات، والوفيات، والمتعافين، وكذلك الإجراءات الاحترازية المتبعة لمكافحة انتشاره، ويعتبر فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) كجائحة صحية من أهم الموضوعات التي ترصدها وسائل الإعلام الجديد، حيث إن الفيروس وباء مستجد؛ فأغلب الناس يجهلونه ويجهلون تأثيره، فكل ما يعرفونه عنه هو منتقل ومتبادل عن طريق وسائل الإعلام الجديد وغيرها من وسائل الاتصال الأخرى، لذلك يمكننا القول إن كل ما هو مشكّل في أذهان وعقول الأفراد والجماهير هو نتيجة المعلومات والأخبار المنقولة إليهم عبر وسائل الإعلام الجديد والحملات الاجتماعية الرسمية وغير الرسمية عبر المواقع الإلكترونية.

حيث تعد تنمية وتعزيز الوعي الصحي لدى الأفراد حول فيروس كورونا المستجد على جانب كبير من الأهمية، فالمعارف والمعتقدات التي يكونها الأفراد عن الأحداث والقضايا والمشكلات المرتبطة بالفيروس هي أساس تكوين وتعزيز الوعي الصحي لديهم؛ ولذلك فزيادة الوعي الصحي حول فيروس كورونا المستجد يساعد على تقليل الإصابة بالفيروس ومضاعفاته، خاصة وأنه لا يوجد لقاح أو مصل لعلاج الفيروس حتى الآن.

وفي ضوء ذلك تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه.

الإطار المنهجي للدراسة:

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تتناوله بالدراسة حيث إن:
- موضوع الحصول على المعلومات والأخبار في وقت الأزمات الصحية من أهم الموضوعات التي تحتاج إلى الدراسة والبحث في الوقت الحالي، في ظل جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) التي اجتاحت العالم كأحد المستجدات الطارئة على الساحة

العالمية، وما ترتب عليها من آثار صحية واجتماعية واقتصادية وسياسية وعلمية، والتي تستدعي ضرورة وجود دراسات تسهم في التعايش معه في ظل توسع دائرة انتشاره.

- أهمية الدور الذي يجب أن تؤديه وسائل الإعلام الجديد بما تملكه من إمكانات تكنولوجية حديثة لاستخدامها للتواصل مع المجتمع، وتنفيذ البرامج الصحية التوعوية والتثقيفية لتوعية الجمهور، وتكوين اتجاهاتهم وتعزيز وعيهم الصحي خاصة في وقت انتشار الأوبئة والفيروسات والأمراض المختلفة، لاسيما في ظل وباء خطير وقاتل لا يوجد له لقاح أو مصل حتى الآن مثل فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19).

- تكتسب الدراسة أهمية نظرية تتمثل في إعادة اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency theory، نظرًا لأنها توضح مقدار قوة وتأثير الاعتماد على الوسيلة الإعلامية.

- ازدياد نسبة الإصابة بفيروس كورونا عالميًا ومحليًا، وذلك يستوجب توعية الجمهور المصري بكافة فئاته بخطورة هذا الفيروس؛ حيث إن الوعي والتثقيف هو الركيزة الأساسية في الوقت الحالي في تقليل نسبة الإصابة به، من خلال تكوين بناء معرفي صحيح من خلال حملات التوعية الصحية بهذا الفيروس الفتاك؛ للحفاظ على النفس البشرية التي هي من أهم مقاصد الشريعة الإسلامية.

- تقديم تقييم لنشاط اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار حول فيروس كورونا ومدى إسهامه في تنمية الوعي الصحي لديه.

- نظرًا لكون وباء كورونا وباءً عالميًا، ولما له من آثاره الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والصحية يُعد نشر الوعي الصحي حول الوباء هو الوسيلة الوحيدة في التصدي لانتشاره حتى الآن، حيث قد تسهم نتائج الدراسة في تقديم معلومات لمساعدة صانعي القرار.

- تكتسب الدراسة أهمية من خلال ربطها بين وسائل الإعلام الجديد والوعي الصحي بجائحة فيروس كورونا المستجد بالمجتمع المصري.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه.

ويشتق من الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل في:

- 1- التعرف على معدل وحجم تعرض الجمهور المصري لوسائل الإعلام الجديد .
- 2- التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).
- 3- التعرف على نوعية المضامين التي يهتم الجمهور المصري بالحصول على المعلومات والأخبار حول الفيروس من خلالها .
- 4- التعرف على أسباب ودوافع اعتماد الجمهور المصري على وسائل الاعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول فيروس كورونا .
- 5- معرفة الآثار (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) نتيجة الاعتماد على وسائل الاعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة كورونا .
- 6- معرفة أسباب تفضيل الجمهور المصري لوسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار الصحية حول الجائحة .
- 7- معرفة اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا بوسائل الإعلام الجديد .
- 8- معرفة مستوى المعلومات الصحية المكتسبة لدى الجمهور المصري من وسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا (كوفيد-19).
- 9- معرفة مستوى الوعي الصحي لدى الجمهور نتيجة الاعتماد على وسائل الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار الصحية حول جائحة فيروس كورونا .
- 10- معرفة درجة الثقة في وسائل الإعلام الجديد لدى الجمهور المصري .
- 11- تحديد مدى تأثير بعض المتغيرات الديموغرافية (النوع- السن- التعليم- مستوى الدخل- محل الإقامة- مستوى الثقة) على درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول فيروس كورونا (كوفيد-19).

تساؤلات الدراسة:

تتحقق الأهداف السابقة من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

- 1- ما كثافة تعرض الجمهور المصري لوسائل الإعلام الجديد؟
- 2- ما درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد -19)؟

- 3- ما نوعية المضامين التي يهتم الجمهور المصري بالحصول على المعلومات حول جائحة كورونا من خلالها؟
- 4- ما أسباب ودوافع اعتماد الجمهور المصري على وسائل الاعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)؟
- 5 - ما التأثيرات (المعرفية- الوجدانية - السلوكية) المترتبة على اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على وسائل الاعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا؟
- 6 - ما أسباب تفضيل الجمهور المصري لوسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول الفيروس؟
- 7- ما اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)؟
- 8 - ما مستوى المعلومات الصحية المكتسبة لدى الجمهور المصري حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)؟
- 9- ما مستوى الوعي الصحي لدى الجمهور المصري حول جائحة فيروس كورونا؟
- 10 - ما درجة الثقة في وسائل الإعلام الجديد لدى الجمهور المصري عينة الدراسة؟
- 11- هل تؤثر المتغيرات الديموغرافية (النوع- السن- التعليم- مستوى الدخل- محل الإقامة- مستوى الثقة) على درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)؟

فروض الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى التحقق من صحة الفروض التالية:
- الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات الصحية والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عنه.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد ومستوى الوعي الصحي بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور

المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ومستوى الوعي الصحي لديه.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوعية المضامين التي يفضلها الجمهور المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ومستوى الوعي الصحي لديه.

الفرض الخامس: تؤثر المتغيرات الديموغرافية للجمهور المصري عينة الدراسة على درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

الفرض السادس: تؤثر المتغيرات الديموغرافية للجمهور المصري عينة الدراسة على دوافع وأسباب اعتماده على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

الفرض السابع: تؤثر المتغيرات الديموغرافية للجمهور المصري عينة الدراسة على مستوى الوعي الصحي المكتسب لديه نتيجة تعرضه للمعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديد.

نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تصف الظاهرة المدروسة كما هي وتتعرف على الموقف الحالي بظروفه وملابساته المختلفة⁽²²⁾، وتصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها⁽²³⁾، مما يساعد الباحثة على رصد الحقائق المتعلقة بطبيعة الظاهرة الاتصالية من جهة، فضلاً عن توفير بيانات قابلة للقياس الكمي وتسمح بخضوعها للتحليل الرياضي، ومن ثم إمكانية التعميم والتنبؤ من جهة أخرى⁽²⁴⁾؛ وتتمثل هنا أهمية البحوث الوصفية في أنها تحقق الأهداف الرئيسية للبحث العلمي ممثلة في توصيف الظاهرة محل الدراسة والتحقق من مصداقية النتائج Validate Findings فضلاً عن التنبؤ بالظاهرة في المستقبل، وهذه الدراسة من البحوث الوصفية حيث تسعى الدراسة إلى رصد مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول فيروس كورونا المستجد، وأثر ذلك على تنمية وتعزيز مستوى الوعي الصحي لديه، والتعرف على الدور الذي تؤديه

وسائل الإعلام الجديد في تثقيف وتوعية أفراد المجتمع المصري عن فيروس كورونا المستجد، وكيفية التعايش مع هذا الفيروس القاتل والمشكلات الصحية المترتبة عليه، ومدى متابعتهم لوسائل الإعلام الجديد واعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات والأخبار، ومدى الوعي الصحي لدى الجمهور المصري حول فيروس كورونا ومضاعفاته ومشاكله الصحية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح باعتباره أنسب المناهج ملائمة للدراسات الوصفية باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي سوف يتم دراستها⁽²⁵⁾، حيث يعتبر منهج المسح واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، وينصب البحث الذي يتبع هذا المنهج على الوقت الحاضر، كما أنه يهدف إلى التوصل إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها⁽²⁶⁾، ويساعد على إمكانية استخدام الأرقام والتوصل إلى نتائج محددة ليس فقط فيما يتعلق بوجود متغير ما أو عدم وجوده، وإنما في درجة تأثيره على المتغيرات الأخرى، وكذلك إمكانية خضوع البيانات للتحليل الإحصائي⁽²⁷⁾، وتحقيق أهداف الدراسة والتحقق من صحة فروضها واستخلاص نتائج تفسيرية ذات دلالة منها، وتم توظيف هذا المنهج من خلال المسح الميداني على عينة من الجمهور المصري مستخدمين وسائل الإعلام الجديد.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبانة Questionnaire كأداة لجمع البيانات، وهي من أنسب الوسائل المستخدمة في جمع البيانات، وقد تم تصميمها وفق الخطوات والإجراءات العلمية المتعارف عليها، انطلاقاً من مشكلة الدراسة وأهدافها بما يساعد على التحقق من الفروض، وضمت الاستبانة مجموعة من المحاور من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وبما يوفر معلومات ونتائج حول مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid-19) وأثر ذلك على مستوى وعيهم الصحي بالجائحة.

وقد تم اختيار المحاور الرئيسية للاستبانة وفقاً لأهداف الدراسة، ونتائج الدراسات السابقة، والمدخل النظري المستخدم في الدراسة.

وتضمنت الاستبانة المحاور التالية:

المحور الأول: مقياس معدل اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد وأكثر الوسائل التي يعتمد عليها.

المحور الثاني: مقياس دوافع وأسباب استخدام وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة كورونا.

المحور الثالث: مقياس مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة كورونا، وأهم المضامين التي يفضلها، وأسباب التفضيل، ونواحي القصور في التغطية الإعلامية.

المحور الرابع: العوامل الوسيطة التي قد تؤثر في تعرض الجمهور المصري للمضامين الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا (الثقة في المضامين المقدمة بوسائل الإعلام الجديد- الاتصال الشخصي مع الأصدقاء والأسرة والمعارف).

المحور الخامس: التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات حول جائحة فيروس كورونا.

المحور السادس: مستوى الوعي الصحي للجمهور المصري عينة الدراسة حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، قامت الباحثة بإعداد مقياس الوعي الصحي من خلال المعلومات الطبية المقدمة على صفحتي منظمة الصحة العالمية وصفحة وزارة الصحة والسكان المصرية.

حدود الدراسة:

- **حدود موضوعية:** هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه.
- **حدود زمنية:** تم إجراء الدراسة خلال شهري مايو، يونيو 2020م في الفترة من 5/10 حتى 2020/6/25م.
- **حدود مكانية:** جمهورية مصر العربية.
- **مجتمع الدراسة:** تمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري المستخدم لوسائل الإعلام الجديد.

عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في 400 مفردة من الجمهور المصري العام بجمهورية مصر العربية، المستخدم لوسائل الإعلام الجديد متابعي جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، وتعد حجمًا مناسبًا لدراسة الجمهور غير متجانس الخصائص الديموغرافية، باستخدام الاستبانة الإلكترونية، وهو يعد من الأساليب المستحدثة في البحوث الإعلامية الجديدة والتي ارتبطت بظهور شبكة الإنترنت، واعتمدت على أسلوب كرة الثلج Snowball sample والتي تستخدم حين يصعب الوصول لكل المبحوثين؛ حيث تم إرسال رابط الاستمارة إلكترونيًا إلى مجموعة من المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك- الواتس آب) وطلب من المبحوثين إرسالها إلى أصدقائهم والجروبات المشتركين فيها، وهو تطبيق مباشر لعينة كرة الثلج التي يتم فيها اختيار المشاركين فيها بواسطة الترشيحات، ويمكن توضيح خصائص عينة الدراسة في الجدول التالي:

جدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات	
ك	%		
196	49	أقل من 30 سنة	السن
145	36,3	من 30 سنة لأقل من 45 سنة	
59	14,8	من 45 سنة لأقل من 60 سنة	
400	100	جملة	
151	37,8	ذكور	النوع
249	62,3	إناث	
400	100	جملة	
26	6,5	تعليم متوسط	التعليم
36	9	تعليم فوق المتوسط	
295	73,8	تعليم جامعي	
43	10,8	تعليم فوق الجامعي	
400	100	جملة	
231	57,8	ريف	الإقامة
169	42,3	حضر	

100	400	جملة	
40.3	161	أعزب	الحالة الاجتماعية
53.3	213	متزوج	
5.8	23	أرمل	
0.8	3	مطلق	
100	400	جملة	
43.8	175	لا تعمل	الوظيفة
5	20	أعمال حرة	
11.5	46	قطاع خاص	
39.8	159	قطاع حكومي	
100	400	جملة	
30.8	123	إيجار	السكن
69.3	277	تمليك	
100	400	جملة	
22.3	89	من 1000 - أقل من 2000 جنيه	الدخل الشهري
28	112	من 2000 - أقل من 4000 جنيه	
21.5	86	من 4000 - أقل من 6000 جنيه	
16.3	65	من 6000 - أقل من 8000 جنيه	
12	48	من 8000 - فأكثر	
100	400	جملة	

- من حيث السن: نسبة 49% من أفراد العينة بالفئة العمرية أقل من 30 سنة، ونسبة 36.3% منهم بالفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة، ونسبة 14.8% بالفئة العمرية من 45 سنة لأقل من 60 سنة.
- من حيث النوع: نسبة 37.8% من أفراد العينة ذكور ونسبة 62.3% منهم إناث.
- من حيث التعليم: نسبة 73.8% من أفراد العينة تعليم جامعي، ونسبة 10.8% منهم تعليم فوق الجامعي، ونسبة 9% منهم تعليم فوق المتوسط، ونسبة 6.5% منهم تعليم متوسط.
- من حيث الإقامة: نسبة 57.8% من أفراد العينة مقيمين بالريف، ونسبة 42.3% منهم مقيمين بالحضر.

- من حيث الحالة الاجتماعية: نسبة 53.3% من أفراد العينة متزوجين، ونسبة 40.3% منهم عُرِّب، ونسبة 5.8% منهم أرامل، ونسبة 0.8% منهم مطلقين.
- من حيث الوظيفة: نسبة 43.8% من أفراد العينة لا يعملون، ونسبة 39.8% منهم يعملوا بقطاع حكومي، ونسبة 11.5% منهم يعملوا قطاع خاص، ونسبة 5% منهم يعملوا أعمال حرة.
- من حيث السكن: نسبة 69.3% من أفراد العينة يسكنون بسكن تمليك، ونسبة 30.8% منهم يسكنون بالإيجار.
- من حيث الدخل الشهري: نسبة 28% من أفراد العينة دخلهم من 2000 - أقل من 4000 جنيه، ونسبة 22.3% دخلهم من 1000 - أقل من 2000 جنيه، ونسبة 21.5% دخلهم من 4000 - أقل من 6000 جنيه، ونسبة 16.3% دخلهم من 6000 - أقل من 8000 جنيه، ونسبة 12% دخلهم من 8000 جنيه فأكثر. وبين توزيع عينة الدراسة تنوعها حيث ضمت خلفيات ثقافية متباينة من مختلف الشرائح العمرية والمهنية والتعليمية والاقتصادية، وكذلك محل الإقامة، وهذا التنوع يثري نتائج البحث؛ حيث إن اختلاف الأفراد يؤدي لتنوع الحاجات التي يسعى كل فرد لإشباعها حسب احتياجاته الفردية.

مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

- **الجمهور المصري: The Egyptian public** يقصد به عينة أفراد الجمهور المصري المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد.
- **الإعلام الجديد:** هو إعلام المعلومات للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال وظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها، ويطلق عليه إعلام الوسائط الشعبية لطبيعته المتشبكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة ببعضها البعض، وهو الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية، مثل مواقع الويب والفيديو والصوت والنصوص، ومن ثم فهو تلك العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة، وهو بهذا يمثل كل وسائل الإعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية بما فيها التلفزيون التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في إنتاج وبث المضامين الإعلامية للجمهور⁽²⁸⁾، ويتضمن الإعلام الجديد وسائل الإعلام الاجتماعي والشبكات الاجتماعية.

والمقصود بوسائل الإعلام الجديد هنا كل أنواع الرسائل الإعلامية الاتصالية التي تتخذ الشكل الرقمي التفاعلي باستخدام الإنترنت، كالمواقع الصحفية والإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومنصات الجهات الرسمية المختلفة على شبكة الإنترنت، وغيرها من الرسائل والتقنيات القادرة على إنتاج ونشر المحتوى إلكترونياً.

● **الجائحة (Pandem):** تعتبر الجائحة أعلى درجات انتشار المرض وفق الطبيعة الجغرافية بحيث إنه لا تكاد تخلو منطقة من التأثير المباشر منه، مما يتطلب تدخلات مباشرة وإشراف من قبل المنظمات الدولية وخاصة منظمة الصحة العالمية؛ لمتابعة الإجراءات الوقائية وتحديد السياسات الصحية العالمية، إذ تعتبر المنظمة صاحبة اليد العليا في رسم ملامح التعاطي مع الجائحة على المستوى العالمي⁽²⁹⁾.

● **كوفيد-19 (Covid-19):** أعلنت منظمة الصحة العالمية في أواخر عام 2019م بأن هناك وباءً عالمياً تسببه الفيروسات التاجية، وأعلن عن ظهوره في 31 ديسمبر 2019م بمدينة ووهان بالصين، حيث يستهدف الفيروس الجهاز التنفسي ويصاحبه نزلات البرد التي يمكنها أن تؤدي للوفاة، وأظهرت الدراسات التي أعدت من قبل المنظمة أن الفئات الأكثر تضرراً الفئات الأكبر سناً وأصحاب الأمراض المزمنة مما يعانون من نقص المناعة ومرض القلب والسكري⁽³⁰⁾.

● **جائحة كورونا: Corona pandemic:** ظهر بمدينة ووهان الصينية في 31 ديسمبر 2019م بوجود حالات مرضية تظهر عليها أعراض غير تقليدية على مجموعة من الأفراد، وبعد البحث والتقصي ظهر انتشار فيروس جديد من عائلة الفيروسات التاجية أطلق عليها كورونا كوفيد-19 (Covid-19)، وبدأت منظمة الصحة العالمية بالتعاون مع كافة الشركاء والخبراء العالميين والحكومات للإسراع في توسيع نطاق المعرفة العلمية عن حيثيات هذا الفيروس الجديد، ومتابعة سبل انتشاره وتحديث الإجراءات والتدابير الوقائية الواجب اتباعها للحد من انتشاره وتفشيهِ في المجتمعات⁽³¹⁾.

● **الوعي: Awareness:** القدرة على معرفة وإدراك الأحداث والشعور بها أو إدراكها بشكل مباشر، أو هو حالة يكون فيها الشخص على دراية ببعض المعلومات عندما تكون هذه المعلومات متاحة بشكل مباشر للتأثير في اتجاه مجموعة واسعة من الإجراءات السلوكية.

الوعي الصحي: يُعرف الوعي الصحي بأنه مزيج من الخبرات التعليمية والتي تهدف

إلى مساعدة الأفراد والخدمات على تحسين صحتهم من خلال زيارة معارفهم والتأثير على مواقفهم⁽³²⁾.

المقصود به في الدراسة هو "مدى اكتساب الجمهور المصري لمجموعة من المفاهيم والاتجاهات والسلوكيات الصحية السليمة التي تقوده إلى التعامل الصحي الصحيح مع فيروس كورونا المستجد؛ مما يؤدي إلى الحفاظ على الفرد والمجتمع في ظل هذه الجائحة.

- ويقاس إجرائيًا من خلال الدرجة التي يحصل عليها المبحوثون على مقياس الوعي الصحي بجائحة فيروس كورونا، والذي يشمل المعرفة بالمرض وطرق العدوى وأساليب الوقاية منه.

متغيرات الدراسة:

المتغيرات التابعة	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
- مستوى الوعي الصحي بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19). - التأثيرات المعرفية- الوجدانية والسلوكية لاعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول الجائحة.	1- النوع (ذكر - أنثى). 2- السن. 3- محل الإقامة (ريف - حضر). 3- مستوى التعليم (متوسط- فوق المتوسط- جامعي- فوق الجامعي). 4- مستوى الدخل الشهري. 5- مستوى الثقة.	اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

الإطار المعرفي للدراسة:

الإعلام الجديد:

فيما يلي نتطرق إلى أهم تعاريف الإعلام الجديد وأهم خصائصه ومميزاته بالإضافة إلى أنواعه:

- تعريف الإعلام الجديد: تتعدد وتتوعد تعاريف الإعلام الجديد كل حسب رؤيته ووجهة نظره، وفيما يلي مجموعة من المفاهيم للإعلام الجديد:

"مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط)

المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل⁽³³⁾. وقد ركز التعريف هنا على مكونات الإعلام الجديد ووظيفتها وكذلك أطراف عملية الاتصال.

"تفاعل الأداء الإعلامي العام مع عدد التحولات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية التي أنتجت بالمجمل متغيرًا إعلاميًا سريع التطور، وما أحدثه ذلك من ضرورة الأخذ بالوظائف الإعلامية الجديدة التي تعالج الحاجة الاجتماعية والشخصية للأفراد بتطور تلك التحولات، ويدرس دور المنظومة التفاعلية الإلكترونية في المجال الإعلامي الجديد بوصفها أوعية وقنوات لتداول المعلومات ومناهج الإفادة على أرض الواقع⁽³⁴⁾. وركز هذا التعريف على دور ووظيفة الإعلام الجديد التي تتمثل في العملية التفاعلية بالإضافة إلى اهتمامه بالحاجات الشخصية والاجتماعية لأفراد المجتمع.

"يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يثبت أو ينشر عبر الوسائط الإعلامية الجديدة التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التعليمية كالصحافة، الراديو، التلفزيون وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية⁽³⁵⁾. وركز هذا التعريف على تطور الإعلام التقليدي إلى الجديد والفرق بينهما.

- تعريف إجرائي للإعلام الجديد: هو عبارة عن عملية تفاعلية إلكترونية تهدف إلى تضيق الرقعة الجغرافية وضمان الإفادة من جميع المشاركين في هذه العملية، معتمداً في ذلك على العديد من البرمجيات والأساليب المتطورة المواكبة للتكنولوجيا.

أنواع الإعلام الجديد:

- النوع الأول: ويتمثل في الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت On Line وتطبيقاتها، ويتميز بميزات وصفات جيدة كلياً غير مسبوقة، كما أنه يتميز بسرعة النمو وتتولد عنه مجموعة من التطبيقات العديدة والمختلفة والتي تتمثل في الوسائط الاجتماعية والشبكات الاجتماعية، ومواقع الصحافة الإلكترونية.
- النوع الثاني: الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، والتي تتمثل في أجهزة قراءة الكتب والصحف، يأخذ هذا النوع من النوع الأول ميزة النمو بسرعة، كما أنه يتميز بظهور أنواع جديدة من التطبيقات على مختلف الأدوات المحمولة، كأجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية، وعلى سبيل المثال تلك التطبيقات التي تمنح للمؤسسة الإعلامية نشر وتوزيع المضامين الإخبارية على الهواتف النقالة واللوحات.
- النوع الثالث: يقوم هذا النوع على الوسائل التقليدية: كالراديو والتلفزيون التي تم إعادة هيكلتها وإضافة ميزات جديدة متطورة عليها مثل التفاعلية الرقمية والاستجابة

للطلب.

- النوع الرابع: الإعلام الجديد القائم على منصة الحاسوب Off Line حيث يتم تداول هذا النوع شبكيًا أو عن طريق تقنيات الحفظ المختلفة كالأسطوانات الرقمية، وما شابهها من العروض البصرية وألعاب الفيديو، كذلك الكتب الإلكترونية⁽³⁶⁾.
- فيروس كورونا المستجد (Covid-19):**

تم اكتشاف فيروس كورونا (Covid-19) في مدينة ووهان الصينية في 31 ديسمبر (2019) وفي مارس/ آذار 2020م أعلنت منظمة الصحة العالمية World Health Organization (Who) (Covid-19) أنه جائحة، لم تقتصر خطورته على الجانب الصحي وأعداد الإصابات التي تعدت ملايين المصابين وآلاف الوفيات، وإنما امتدت خطورته إلى تبعاته الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتي قد تُحدث تغيرات كبيرة عالميًا⁽³⁷⁾.

وفيروس كورونا هو مرض تسببه سلالة جديدة من الفيروسات التاجية كورونا، والاسم مكون من Co هو أول حرفين من كلمة Corona وVI وهي أول حرفين من كلمة Virus وD أول حرف من كلمة مرض Disease وأطلق على هذا المرض Corona Virus 19 novel حيث إنه فيروس جديد من عائلة موجودة وهي الفيروسات التاجية كورونا، وتسبب المتلازمة التنفسية الوخيمة (سارس) وهو سريع الانتشار والعدوى بين البشر⁽³⁸⁾.

ووفقاً لمنظمة الصحة العالمية فإن فيروس كورونا (Covid-19) ينتشر من شخص لآخر من خلال المخالطة وينتشر بالرذاذ، ولا يوجد لقاح أو مصل ثبت أنه يعالج الفيروس حتى الآن، وقد أوصت منظمة الصحة العالمية بضرورة الالتزام بطرق الوقاية من الإصابة من الفيروس باتباع الإجراءات الاحترازية والوقائية والتباعد الاجتماعي، وتعزيز الوعي الصحي بين الأفراد لمنع انتشاره؛ لأن الوقاية هي خط الدفاع الأول لحماية الأفراد والمجتمعات⁽³⁹⁾.

الإعلام والوعي الصحي:

الوعي الصحي هو "مجموعة الأنشطة الاتصالية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي من خلال إطلاع الجمهور على واقع الصحة، وتحذيرهم من أخطار الأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان ومحاربة الآفات والتقاليد الصحية العقيمة التي نشأت بعض المجتمعات عليها، من أجل تربية وبناء أجيال محصنة تحترم القيم الصحية

والوقائية المنبثقة من العقائد السليمة للمجتمع".

ومن واجب الإعلام أن يضع الخطط المناسبة في هذا الإطار، ويُطلع جمهوره على الأفكار الحديثة في التربية الصحية، وتقديم المعلومات والإحصاءات الدقيقة، وتدريب الإنسان على السلوك الوقائي وتحذيره من الأوبئة وأنماط السلوك المدمر للصحة، بل وإشراك الجمهور في برامجها، لأن الناس عادة ما تأتلف مع كل ما هو قريب منها دون تكلف أو تصنع، ولذلك نجد أن ظهور الإعلام الجديد بكل وسائله، قد غير من طبيعة وطرق نقل الرسالة الاتصالية بين المرسل والمتلقي.

أهمية الوعي الصحي:

يستمد الوعي الصحي أهميته بالنسبة للأفراد من خلال ما يلي:

1- تمكين الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعده في تفسير الظواهر الصحية، وتجعله قادرًا على البحث عن أسباب المرض وعلاها؛ بما يمكنه من تجنبها والوقاية منها.

2- أنها رصيد معرفي يفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة له في اتخاذ قرارات صحية صائبة إزاء ما يعترضه ويواجهه من مشكلات صحية.

3- خلق روح الاعتزاز والتقدير والثقة بالعلم كوسيلة من وسائل الخير وبالعلماء المتخصصين في الصحة.

4- أن الوعي الصحي يولد لدى الفرد الرغبة في الاستطلاع ويغرس فيه حب اكتشاف المزيد منها كونها نشاطًا غير جامد يتسم بالتطور المتسارع⁽⁴⁰⁾.

أهداف التثقيف الصحي أو التوعية الصحية:

1- توجيه الأشخاص إلى اكتساب المعلومات الصحية بطريقة سهلة ومفهومة.

2- زيادة الوعي عن الاحتياجات والمشاكل الصحية.

3- حث الأشخاص على تغيير المفاهيم.

وسائل التثقيف الصحي: وهي تلك الوسائل المستخدمة لتوصيل المعلومات والخبرات إلى الناس. وهناك طريقتين هما:

1- الاتصال المباشر: محاضرات، ندوات، حوارات، مناقشات.

- الاتصال غير المباشر: وسائل الإعلام المختلفة.

عناصر التثقيف الصحي:

- المرسل أو المصدر.
- الرسالة.
- قناة الاتصال.
- المستقبل - الارتجاع⁽⁴¹⁾.

الإطار النظري للدراسة:

مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency theory:

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على مدخل نظرية الاعتماد: "Dependency theory" وتطبيقها على وسائل الإعلام، كالإعلام الجديد، ويعتبر هذا المنظور لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل "Interdependency theory" بين وسائل الإعلام الجديد والنظم الاجتماعية، والتي تشكل بدورها علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام الرقمي، ويفسر علماء الغرب هذه العلاقة على أساس الاعتماد المتبادل، وهو ما يتفق مع الأسس الخاصة بالبنائية الوظيفية.

وتستخلص ميلفين ديفلير وساندر بول روكيتش (Defleur and Rokeach) أن العلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة - يمكن تفسيرها في إطار الاعتماد المتبادل لكل من المؤسسات - ووسائل الإعلام الرقمي التي تعتمد على بعضها البعض، فأصبحت عملية إلزامية في أي مجتمع حضاري حديث⁽⁴²⁾.

من جانب آخر تعتمد الكثير من النظم الاجتماعية في المجتمع، مثل العائلة والمؤسسات التعليمية، والعسكرية والاقتصادية، وغيرها على ما تقدمه وسائل الإعلام الرقمي من معلومات أكثر من غيرها من الوسائل أو الطرق الأخرى، وفي نفس الوقت، فإن هذه العلاقات المتبادلة تفسر أسباب وكيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام الرقمي وتأثرهم بها، إذ إن متابعة الأفراد لوسائل الإعلام الرقمي واعتمادهم عليها يمكن تحديدها في جانبها الأكبر من خلال علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام الرقمي والنظم الاجتماعية الأخرى، فالفرد يعتمد على وسائل الإعلام الرقمي كمصدر بشكل تفاعلي، وبشكل آخر نجد أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام الرقمي والنظم الاجتماعية الأخرى، هي التي تحدد الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام الرقمي وتحدد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام الرقمي، فالأفراد لا يستطيعون أن

يسيطروا على نشر الأنواع المختلفة من الرسائل الإعلامية الرقمية، لأنه يجب أن تؤخذ علاقة وسائل الإعلام الرقمي كنظام قائمة مع النظم الأخرى، ويمكننا أن نستنتج بأن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام الرقمي والنظم الاجتماعية الأخرى تشكل طبيعة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الرقمي.

كذلك تتبأ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأن الفرد يعتمد على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام وتحقيق أهداف معينة؛ ولكن الفرد لا يعتمد على وسائل الإعلام كلها بشكل متساوٍ، وهناك عاملان يحددان كيف يكون اعتماد الفرد على وسائل الإعلام هما⁽⁴³⁾:

• **العامل الأول:** أن الفرد يصبح أكثر اعتمادًا على وسائل الإعلام التي تغطي مجموعة من احتياجاته في حين لا يعتمد على وسائل الإعلام التي تشبع احتياجات محددة لديه، فوسائل الإعلام يمكنها أن تقوم بعدد من الوظائف مثل تقديم التقارير الإخبارية والمحتوى الترفيهي ولبعض الأفراد تكون تلك الوظائف أكثر أهمية من الأخرى، ويكون اعتماد الفرد على وسائل الإعلام لنيل المعلومات إذا كانت المعلومات التي تقدمها ذات أهمية محورية بالنسبة لهذا الفرد.

• **العامل الثاني:** يتمثل في الاستقرار الاجتماعي والصراع فعندما يكون التغيير الاجتماعي أو الصراع مرتفعًا؛ فإن المؤسسات والمعتقدات والممارسات تجبر على إعادة تقييم وإيجاد اختيارات جديدة متمثلة في استهلاك وسائل الإعلام.

إن الفكرة الجوهرية للنظرية تقوم على أساس أن المتغير الأساسي لفهم كيف، ومتى، ولماذا تؤثر الوسائل الإعلامية في معتقدات الجمهور وأحاسيسهم أو سلوكهم، هو درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، والاعتماد عليها وفقًا لهذا الإطار يُعرف كعلاقة يستطيع من خلالها الأفراد إنجاز أهدافهم بناءً على مصادر معلومات النظام الإعلامي⁽⁴⁴⁾.

ومن الواضح أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لا تمت بصلة لنظريات التأثيرات المحدودة، حيث تري نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنه في مجتمعنا المعقد والمتغير على وجه الخصوص، فإن الجمهور يتزايد اعتماده على وسائل الإعلام والمحتوى الإعلامي لفهم ماذا يجري حولنا وتعلم ماذا نفعّل (كيف نسلك) في مواجهة أزمة مثلًا، وفي بعض الأحيان يكون الهروب من الواقع أو الموقف المحيط بنا حتى الخدمات

الشخصية التي تواجه الفرد مثل السعي للامتلاك أو الالتحاق بجامعة مرموقة أو غير ذلك، فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام توضع أو تتبأ باستخدامنا لوسائل الإعلام وتأثيرها على تلك المواقف⁽⁴⁵⁾.

فروض النظرية وأهدافها:

- يتمثل الفرض الرئيس لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما أدت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح لها دورها الهام فتزيد شدة اعتماد الأفراد عليها، وبالتالي درجة تأثير الوسيلة في الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام⁽⁴⁶⁾.

- كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت بالتالي التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لديهم⁽⁴⁷⁾.

- تؤثر درجة استقرار المجتمع على زيادة الاعتماد أو قلته؛ فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع نتيجة وجود تهديد ما أو صراع أو حدث مؤثر (جائحة كورونا) كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، كما هو الحال نجد أنه وفقاً لفروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فإذا اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يزداد في ظل أزمة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) فهذا الحدث مؤثر بشكل كبير على حياة الأفراد والمجتمعات.

- يختلف أفراد الجمهور من حيث اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة لاختلافهم في الأهداف والحاجات الفردية⁽⁴⁸⁾.

تأثيرات النظرية:

تُعرف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بنظرية التأثيرات والقوة الإعلامية، حيث تهتم بالشروط التي تزيد من قوة وسائل الإعلام، وتستند قوة الاعتماد على العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد⁽⁴⁹⁾. فالأفراد يستخدمون الوسيلة الإعلامية لأنهم يتوقعون أن محتوى الوسيلة يناسب كل واحد منهم ويشبع حاجاتهم، ومن ثم فالاعتماد الأكبر على رسالة معينة لوسائل الإعلام يعني الاحتمال الأكبر أن هذه الرسالة ستعدل معارف الجمهور ومشاعره وسلوكه وقناعاته، وقد حدد واضعوا النظرية الآثار الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام فيما يلي:

أولاً: التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects

تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد على: (كشف الغموض: وهو يحدث نتيجة نقص المعلومات حيال موضوع أو حدث يشغل الناس بما يدفع الناس للاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات لإزالة الغموض، وبالتالي يتحقق التأثير المعرفي)، ثم (تكوين الاتجاه: من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام أنهم يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا والأحداث المشاركة في المجتمع، ثم (ترتيب الأولويات، واتساع المعتقدات والاهتمامات)، وكلاهما ينتجان مع الاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام، حيث تبرز موضوعات ومحتويات إعلامية تحظى باهتمام أكبر وتصبح أولوية لدى الفرد، وبالتالي تتسع معتقداته واهتماماته بشأنها جراء كثافة متابعته للوسيلة الإعلامية⁽⁵⁰⁾).

ثانياً: التأثيرات الوجدانية (العاطفية): Affective Effects

تذكر "ميلفين ديفيلر وساندرا بول روكيتش" صاحبا النظرية أن المقصود بالآثار الوجدانية "هي المشاعر التي قد يتأثر بها الفرد جرّاء تعرضه المكثف لوسائل الإعلام واعتماده عليها في أوقات الأزمات (وقت أزمة كورونا) والأحداث الكبيرة الهامة، وأبرز هذه الآثار هي الفتور العاطفي، والخوف والقلق، الدعم المعنوي".

ثالثاً: التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects

تتحصّر التأثيرات السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام وفقاً لـ Defleur and Ball Rokeach في سلوكين أساسيين هما التشييط، والخمول: والتشييط يعني قيام الفرد بعمل ما أو اتخاذ موقف مؤيد لحدث ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، بينما يعني الخمول عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وتعتبر التأثيرات السلوكية بمثابة المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية⁽⁵¹⁾.

مدى ملاءمة النظرية للبحث الحالي:

- تؤثر نظرية الاعتماد على العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور وتولي أهمية كبيرة للأحداث والأزمات ولحالة عدم الاستقرار التي تعيشها المجتمعات في وقت ما، والتي تؤدي بشكل مباشر إلى زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام، كما هو في المجتمع المصري الآن وما يمر به جراء جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).
- تبين النظرية درجة اعتماد الأفراد على بعض أشكال وسائل الإعلام للحصول على المعلومات والأخبار في كل وقت، ويزداد ذلك الاعتماد في أوقات الأزمات (وقت أزمة

- كورونا)، وتصبح وسائل الإعلام الأكثر استخدامًا لدى الجمهور في استقاء المعلومات.
- تفترض النظرية أن الجمهور سيعتمد على وسائل الإعلام بشكل متزايد لاستقاء المعلومات والأخبار من أجل تكوين مداركه ومعرفة مضامين التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع في أوقات التغيير والتي يسود فيها الشك والغموض، وهو ما ينطبق على الدراسة الحالية من رصد مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر لاستقاء المعلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد.
 - تبين النظرية الآثار (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة.
 - توضح النظرية أن آثار الاعتماد تختلف باختلاف أهداف الأفراد وخصائصهم واحتياجاتهم.

إجراءات الصدق والثبات:

قامت الباحثة بإعداد أسئلة الاستبانة وفقًا لمحاو وأهداف الدراسة وتساؤلاتها، وتم عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من المحكمين^(*) للتأكد من صدق الاستبانة وقياس ما وضعت لقياسه، كما تم تطبيقها على عينة أولية 25 مفردة بإرسالها عبر تطبيق الواتساب للتعرف على مدى وضوح الأسئلة وبنودها الفرعية وطرق الإجابة، وتم الأخذ بالملاحظات والتعديلات وفقًا لآراء المحكمين والعينة الاستطلاعية، كما تم حساب الثبات بطريقتين: الاتساق الداخلي حيث تم حساب معاملات الارتباط بين درجات التأثيرات المختلفة (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) للاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا، ومحاو مقياس الوعي الصحي بجائحة كورونا، وكذلك بينها وبين الدرجة الكلية للمقياس، ووجدت معامل ارتباط قوي ودلالة إحصائية عند مستوى (0.01)، حيث تراوحت معاملات الارتباط ما بين (0.857، 0.941) وهذا مؤشر قوي على صدق الأداة

- (*) 1- أ.د / محمد معوض إبراهيم: أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.
- 2- أ.د / عبد الهادي أحمد النجار: أستاذ الصحافة بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة المنصورة.
- 3- أ.د / هناء السيد محمد علي: أستاذ الإعلام التربوي ورئيس قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
- 4- أ.د / حازم أنور البنا: أستاذ الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.
- 5- أ.م.د / سعاد محمد المصري: أستاذ الإعلام التربوي المساعد ورئيس قسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة كفر الشيخ.
- 6- أ.م.د / عبد الحكيم أحمد أبو حطب: أستاذ الإعلام التربوي المساعد- كلية التربية النوعية- جامعة طنطا.
- 7- أ.م.د / ممدوح السيد شتلة: أستاذ الإعلام التربوي المساعد كلية التربية النوعية- جامعة كفر الشيخ.

وثباتها، وتم إعادة تطبيق الاستبانة لعينة قوامها 40 مفردة بعد أسبوع من التطبيق الأول وحساب معامل التوافق والثبات لإجابات العينة في التطبيقين، وتم الحصول على نسبة ثبات 0.911 وهي نسبة عالية تشير لصلاحية الأداة للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T- Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم ANOVA لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصارًا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيًا بينها.

نتائج الدراسة:

تعرض الباحثة نتائج الدراسة الميدانية من خلال عرض النتائج العامة للدراسة، ونتائج التحقق من اختبارات فروض الدراسة.

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

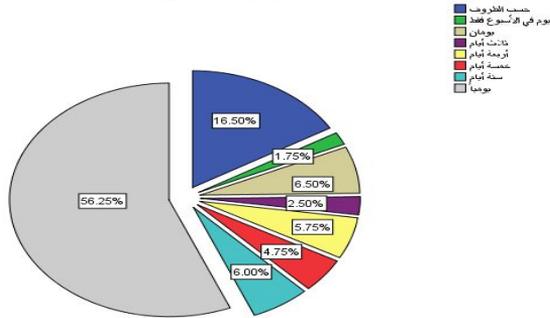
1- عدد أيام استخدام وسائل الإعلام الجديد:

جدول (2) يوضح عدد أيام استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة وسائل الإعلام الجديد

مستوى الدلالة د ح 7	كا	الإجمالي		عدد أيام استخدام وسائل الإعلام الجديد
		%	ك	
0.001	745.440	16.5	66	حسب الظروف
		1.8	7	يوم في الأسبوع فقط
		6.5	26	يوماً
		2.5	10	ثلاث أيام
		5.8	23	أربعة أيام
		4.8	19	خمسة أيام
		6	24	سنة أيام
		56.3	225	يوماً
		100	400	جملة

متوسط عام = 4.99

عدد أيام استخدام وسائل الإعلام الجديد



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 56.3% من أفراد العينة يستخدمون وسائل الإعلام الجديد يومياً، ونسبة 16.5% منهم يستخدمونها بحسب الظروف، ونسبة 27.2% منهم يستخدمونها من يوم إلى ستة أيام في الأسبوع، ويتضح وجود فروق في عدد أيام استخدام وسائل الإعلام الجديد، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 745.440$ وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يستخدمون وسائل

الإعلام الجديد يوميًا بنسبة تعدت 50%، وتدل النتائج على الإقبال الشديد من الجمهور المصري عينة الدراسة واستخدام غالبية العينة لوسائل الإعلام بشكل يومي؛ مما يؤكد نجاحها في جذب الجمهور إليها.

2- عدد الساعات التي تقضى في استخدام وسائل الإعلام الجديد يوميًا:

جدول (3) يوضح عدد الساعات التي يقضيها الجمهور المصري عينة الدراسة في استخدام وسائل الإعلام الجديد يوميًا

مستوى الدلالة د ح 5	كا 2	الإجمالي		عدد الساعات التي تقضى في استخدام وسائل الإعلام الجديد يوميًا
		ك	%	
0.001	137.750	20	80	حسب الظروف
		3	12	أقل من ساعة
		15	60	من ساعة إلى ساعتين
		32.3	129	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
		22.8	91	من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات
		7	28	أربع ساعات فأكثر
		100	400	جملة

متوسط عام = 2.59

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 32.3% من أفراد العينة يقضون في استخدام وسائل الإعلام الجديد من ساعتين إلى ثلاث ساعات يوميًا، ونسبة 22.8% منهم يقضون في استخدامها من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات، ونسبة 20% منهم يقضون في استخدامها وقتًا بحسب الظروف، ونسبة 15% منهم يقضون في استخدامها من ساعة إلى ساعتين.

ويتضح وجود فروق في عدد الساعات التي تقضى في استخدام وسائل الإعلام الجديد يوميًا، حيث كانت قيمة كا = 2 = 137.750 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يقضون في استخدام وسائل الإعلام الجديد ساعتين فأكثر يوميًا. وتدل النتائج على كثافة تعرض الجمهور المصري عينة الدراسة واستخدام غالبية العينة لوسائل الإعلام بشكل مكثف لساعات كثيرة خلال اليوم؛ مما يؤكد تأثر الجمهور بها واستحواذها على وقت كبير.

3- مدى الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19):

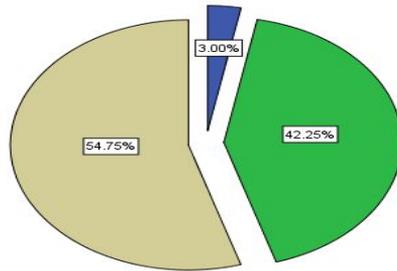
جدول (4) يوضح مدى اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

مستوى الدلالة د ح 2	كا 2	الإجمالي		مدى الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)
		ك	%	
0.001	174.995	219	54.8	أعتمد عليها بدرجة كبيرة
		168	42.2	أعتمد عليها بدرجة متوسطة
		12	3	أعتمد عليها بدرجة منخفضة
		400	100	جملة

متوسط عام = 2.52

مدى اعتمادك على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

اعتمد عليها بدرجة منخفضة
اعتمد عليها بدرجة متوسطة
اعتمد عليها بدرجة كبيرة



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 54.8% من أفراد العينة يعتمدون بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، ونسبة 42.3% منهم يعتمدون عليها إلى حد ما، ونسبة 3% منهم يعتمدون عليها بدرجة منخفضة.

ويتضح وجود فروق في مدى الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة كا2 = 174.995 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يعتمدون بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات

والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، وتؤكد النتائج كثافة تعرض الجمهور المصري وارتفاع درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا؛ مما يؤكد نجاح وسائل الإعلام الجديد في جذب الجمهور عينة الدراسة في وقت الأزمات، والتي تدفع المواطن إلى استقاء المعلومات من وسائله المختلفة وعلى رأسها وسائل الإعلام، وهذا يؤكد فرض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في زيادة التعرض لوسائل الإعلام في حالة الأزمات والموضوعات غير المفهومة والظروف الطارئة، أو تهديد أو صراع أو حدث مؤثر زاد الاعتماد على وسائل الإعلام، كما في حالة جائحة كورونا وما نتج عنها من آثار اقتصادية وسياسية واجتماعية وصحية، وهذا يدل على وعي عينة الدراسة وإدراكها لمدى خطورة الوضع وأهمية المعلومات التي تساعده في الفهم والقدرة على اتخاذ القرارات، وتتماشى هذه النتائج مع الواقع الذي يعيشه الجمهور في مصر بل والعالم ومدى أهمية متابعة جائحة كورونا (كوفيد-19) كحدث عالمي وهام ومؤثر على كافة نواحي الحياة، وقد حظيت باهتمام ومتابعة كل ما يتعلق بالجائحة، وتتفق النتائج في ذلك مع نتائج دراسة (جاد عويدات 2020)، ودراسة (محمد محمد المغير 2020م) ودراسة (وليد محمد 2020)، كما تتفق النتائج في ذلك مع دراسة (Rajvikran, 2020) التي توصلت إلى أن استخدام الهاتف المحمول من أهم الوسائل المستخدمة في استقاء المعلومات حول جائحة كورونا، ودراسة (Abdelhafiz, 2020 ودراسة (Han Woo Park et al, 2020)، ودراسة (Qazi, 2020) A, 2020)، حيث أكدت دور مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية في تزويد الجمهور الباكستاني بالمعلومات، ودراسة (Kyungeun Jang and Young Min) Baek, 2019 حيث أكدت اعتماد الباحثين بدرجة كبيرة على وسائل التواصل الاجتماعي كأحد أنواع الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات حول فيروس (ميرس)، وكذلك (نورة حمدي، 2015) حيث أكدت الاهتمام الكبير من عينة الدراسة من الجمهور السعودي بمتابعة أخبار فيروس كورونا (ميرس).

وتؤكد النتائج أهمية الدراسة واعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار المتعلقة بفيروس كورونا ورغبة الجمهور في فهم كل ما يتعلق بالجائحة، وهذا يدعم بشكل كبير فاعلية استخدام وسائل الإعلام الجديد وإمكاناتها الهائلة في الأزمات الصحية؛ حيث إن إجراءات التباعد الاجتماعي أدت إلى كثافة الاستخدام لهذه الوسائل باعتبارها الاختيار الأمثل للحصول على المعلومات والتواصل والتفاعل الاجتماعي والمجتمعي.

4- أكثر وسائل الإعلام الجديد التي تعتمد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19):

جدول (5) يوضح أكثر وسائل الإعلام الجديد التي يعتمد عليها الجمهور المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

مستوى الدلالة د ح 1	كا 2	ترتيب	الإجمالي ن=400		أكثر وسائل الإعلام الجديد التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)
			ك	%	
0.001	30.250	6	36.3	145	الصحف الإلكترونية
0.01	7.290	5	43.3	173	المواقع الإخبارية الإلكترونية
0.001	86.490	1	73.3	293	مواقع التواصل الاجتماعي ك (الفيس بوك - واتس آب- تويتر- انستجرام- سناب شات)
0.001	127.690	8	21.8	87	المنتديات العامة والمتخصصة
0.001	161.290	9	18.3	73	المدونات الإلكترونية
0.072 غير دالة	3.240	4	45.5	182	تطبيقات الهواتف الذكية
0.001	30.250	2	63.8	255	موقع منظمة الصحة العالمية
0.317 غير دالة	1.000	3	52.5	210	موقع وزارة الصحة والسكان المصرية
0.001	94.090	7	25.8	103	صفحات طبية متخصصة
0.001	198.810	10	14.8	59	تلفزيون الإنترنت
0.001	259.210	11	9.8	39	غرف الدردشة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 73.3% من أفراد العينة يرون أن أكثر وسائل الإعلام الجديد التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) هي مواقع التواصل الاجتماعي ك (الفيس بوك- واتس آب- تويتر- انستجرام- سناب شات)، ونسبة 63.8% منهم يعتمدون على موقع منظمة الصحة العالمية، ونسبة 52.5% منهم يعتمدون على موقع وزارة الصحة والسكان المصرية، ونسبة 45.5% منهم يعتمدون على تطبيقات الهواتف الذكية.

ويتضح وجود فروق في أكثر وسائل الإعلام الجديد التي تعتمد أفراد العينة عليها في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيم كا 2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.01، فيما عدا تطبيقات الهواتف الذكية وموقع وزارة الصحة والسكان المصرية لم يكن هناك فروق بين أفراد العينة، حيث كانت قيم كا 2 غير دالة عند مستوى 0.05.

نجد أن الجمهور المصري يتابع غالبية وسائل الإعلام الجديد وما يقدم بها حول

جائحة فيروس كورونا مع اختلاف نسبة المتابعة في كل وسيلة، وهذا ما ازداد بشكل كبير في ظل الأزمة باعتبارها حدثًا مهمًا ومؤثرًا، حيث تصدرت شبكات التواصل الاجتماعي الترتيب الأول؛ ويرجع ذلك لسهولة استخدامها والتفاعلية، حيث تعددت استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعارف والخبرات واستقاء المعلومات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (وليد محمد 2020) ودراسة (عيشة علة، 2020)، كما تتفق النتائج في ذلك مع دراسة (Rajvikran, 2020)، ودراسة (Abdelhafiz, 2020) ودراسة (Han Woo Park et al, 2020)، ودراسة (Qazi, A, 2020)، ودراسة (Kyungeun Jang and Young Min Baek, 2019)، ويرجع ذلك إلى أن طبيعة الجائحة وخطورتها دفعت الجمهور لمتابعتها من خلال وسائل متعددة، كما تدل على وعي الجمهور بأهمية الحصول على المعلومات والأخبار الصحيحة التي تخلق لديه شعور بالفهم والأطمئنان.

5- نوعية المعلومات والأخبار التي تحرص على معرفتها حول فيروس كورونا (كوفيد-19):
جدول (6) يوضح نوعية المعلومات والأخبار التي يحرص الجمهور المصري عينة الدراسة على معرفتها حول فيروس كورونا (كوفيد-19)

مستوى الدلالة دح 1	كا 2	ترتيب	الإجمالي ن=400		نوعية المعلومات والأخبار التي تحرص على معرفتها حول فيروس كورونا (كوفيد-19)
			ك	%	
0.001	44.890	4	66.8	267	معلومات وأخبار عامة للتعريف بالفيروس
0.001	72.250	3	71.3	285	الأعراض المرتبطة بالإصابة بالفيروس
0.001	77.440	2	72	288	طرق العدوى المسببة للإصابة
0.05	4.840	6	55.5	222	أماكن تفشي الفيروس وانتشاره
0.001	100.000	1	75	300	طرق الوقاية من الإصابة بالفيروس
0.001	37.210	5	65.3	261	الفرق بين فيروس كورونا ونزلات الأنفلونزا العادية
0.001	19.360	7	39	156	النظافة الشخصية وطرق التطهير والتعقيم
0.001	28.090	8	36.8	147	الأساليب الغذائية الصحية والأدوية المناعية لرفع مناعة الجسم
0.001	151.290	11	19.3	77	الاستعدادات الطبية والتجهيزات بالمستشفيات لمواجهة هذا الوباء
0.001	59.290	9	30.8	123	الإحصائيات اليومية لعدد الإصابات والوفيات وحالات الشفاء في مصر
0.001	169.000	12	17.5	70	الأبحاث العلمية لإيجاد مصل أو لقاح لعلاج الفيروس
0.001	68.890	10	29.3	117	أخبار الدول الأخرى في مواجهتها للجائحة العالمية

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 75٪ من أفراد العينة يرون أن نوعية المعلومات والأخبار التي تحرص على معرفتها حول فيروس كورونا (كوفيد-19) هي طرق الوقاية من الإصابة بالفيروس، ونسبة 72٪ منهم يرون أنه طرق العدوى المسببة للإصابة، ونسبة 71.3٪ منهم يرون أنها الأعراض المرتبطة بالإصابة بالفيروس، ونسبة 66.8٪ منهم يرون أنها معلومات وأخبار عامة للتعريف بالفيروس.

ويتضح وجود فروق في نوعية المعلومات والأخبار التي تحرص على معرفتها حول فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05.

يتضح من نتائج الجدول السابق أن المعلومات والأخبار المتعلقة بطرق الوقاية من الإصابة بالفيروس ثم طرق العدوى المسببة للإصابة والأعراض المرتبطة بالإصابة بالفيروس والمعلومات وأخبار عامة للتعريف بالفيروس كانت الأكثر استقاءً وتفضيلاً لدى الجمهور؛ ولعل ذلك يرجع إلى طبيعة فيروس كورونا (كوفيد-19) أنه مرض ليس له علاج أو لقاح حتى الآن، وأن الوقاية منه هي حصن الأمان والحماية من الإصابة به؛ لذلك نجد الحرص الشديد من الجمهور على الحصول على المعلومات الوقائية والإجراءات الاحترازية لتجنب الإصابة بالفيروس القاتل. نجد أن نتيجة الجدول السابق تتفق مع نتيجة تفضيل الجمهور للمضامين الوقائية، حيث جاء إطار المعلومات والأخبار حول الفيروس ومخاطره أكثر تفضيلاً؛ وذلك نظرًا لطبيعة الجائحة الصحية وعدم المعرفة بها؛ ولذلك فالمعرفة بمخاطر والإرشادات والنصائح الطبية الوقائية والاحترازية حوله لها أهمية كبرى، وتتفق النتائج في ذلك مع دراسة (جاد عويدات 2020م) حيث توصلت إلى تفاعل الشباب الجامعي بدرجة كبيرة مع طرق الوقاية من فيروس كورونا المقدمة عبر القنوات، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفحتي قناة "المملكة الأردنية" وقناة "France24 عربي" على الفيس بوك لصالح قناة "France24 عربي"، ودراسة (وليد محمد عبد الحليم، 2020م)، حيث أكدت التأثير الإيجابي للإعلام في التوعية الأسرية بكيفية مواجهة الفيروس والوقاية منه وأهمية التعقيم والنظافة واتباع السلوكيات المثلى في التعامل مع الفيروس، ودراسة (Rajvikran Madurai Elavarasan, 2020)، حيث أكدت الاهتمام والحرص الشديد على معرفة طرق الوقاية، ودراسة (Han Woo Park et al, 2020)، دراسة: (Rajvikran Madurai Elavarasan, 2020)، حيث أكدت على استخدام تكتيف الأخبار الخاصة بالفيروس باستمرار والتعرف على طرق الوقاية والأعراض والإجراءات الاحترازية التي يجب اتباعها.

6- شكل المضامين التي تفضلها أكثر لتقديم المعلومات والأخبار الصحية بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19):

جدول (7) يوضح شكل المضامين التي يفضلها الجمهور المصري عينة الدراسة أكثر لتقديم المعلومات والأخبار الصحية بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد - 19) ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	أفضلها بشكل ضعيف		أفضلها بشكل متوسط		أفضلها بشكل كبير		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
بشكل كبير	2.79	5.5	22	10	40	84.5	338	- معلومات وأخبار عامة حول الفيروس ومخاطره
بشكل كبير	2.83	3	12	10.8	43	86.3	345	- إرشادات ونصائح طبية وقائية واحترازية حول الفيروس
بشكل كبير	2.45	6	24	43.3	173	50.8	203	- تصريحات وقرارات المسؤولين والأطباء المتخصصين
بشكل كبير	2.62	10	40	18	72	72	288	- فيديوهاات وصور توضيحية عن طرق الوقاية.
بشكل كبير	2.43	13.5	54	30.3	121	56.3	225	- إحصائيات وبيانات عن الفيروس (إنفو جرافيك.
بشكل كبير	2.57	11	44	21	84	68	272	- نشرات أخبار متخصصة عن الفيروس
بشكل كبير	2.71	6	24	17.5	70	76.5	306	- معلومات حول السلوكيات الصحية السليمة
بشكل كبير	2.40	8	32	43.8	175	48.3	193	- إرشادات حول الحجر الصحي وإجراءاته
بشكل كبير	2.35	8.8	35	47.8	191	43.5	174	- تقارير الجهات الطبية الرسمية المحلية والعالمية حول الفيروس
بشكل متوسط	2.09	21.5	86	48.5	194	30	120	- الآراء والمقترحات المتبادلة في شبكات التواصل الاجتماعي
بشكل كبير	2.43	12.8	51	31.3	125	56	224	- أخبار وتقارير حول جهود الدولة المصرية تجاه أزمة جائحة كورونا فيروس

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كانوا موافقين على شكل المضامين التي تفضلها أكثر لتقديم المعلومات والأخبار الصحية بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد - 19):

- إرشادات ونصائح طبية وقائية واحترازية حول الفيروس في الترتيب الأول بمتوسط 2.83.

- معلومات وأخبار عامة حول الفيروس ومخاطره في الترتيب الثاني بمتوسط 2.79.

- معلومات حول السلوكيات الصحية السليمة في الترتيب الثالث بمتوسط 2.71.

- فيديوهاات وصور توضيحية عن طرق الوقاية في الترتيب الرابع بمتوسط 2.62.

- نشرات أخبار متخصصة عن الفيروس في الترتيب الخامس بمتوسط 2.57.

وتتفق النتائج في ذلك مع دراسة الزهراء محمد 2018م حيث أكدت أن الحصول على المعلومات الصحية الجيدة ثم رفع الثقافة الصحية هي الأكثر اهتمامًا لديهم، ودراسة مها حسن مختار 2018م حيث أكدت أن البحث عن المعلومات الصحية بشكل عام يأتي في الترتيب الأول، ودراسة (Rajvikran Madurai Elavarasan, 2020)، حيث أكدت الاهتمام والحرص الشديد على المعرفة حول الفيروس، ودراسة (Rajvikran Madurai Han Woo Park et al, 2020)، ودراسة (Elavarasan, 2020).

7- أسباب ودوافع الحصول على المعلومات والأخبار الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19):

جدول (8) يوضح أسباب ودوافع الجمهور المصري للحصول على المعلومات والأخبار الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

مستوى الدلالة د ح 1	نكا	ترتيب	الإجمالي ن=400		أسباب ودوافع اللجوء للمعلومات والأخبار الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)
			%	ك	
0.001	213.160	1	86.5	346	لاكتساب معلومات صحية جيدة حول الفيروس
0.001	26.000	3	65	260	معرفة الآثار الصحية المصاحبة للإصابة بالفيروس
0.001	68.890	2	70.8	283	معرفة طرق الوقاية من هذا الفيروس الخطير
0.001	68.890	2	70.8	283	معرفة آثار الوباء وخطورته على مستوى مصر والعالم
0.057 غير دالة	3.610	4	54.8	219	لأهمية الحدث لي ولمجتمعي وللعالَم من حولي
0.001	75.690	10	28.3	113	لهم كافة وجهات النظر حول الجائحة
0.001	72.250	10	28.8	115	تكوين مفاهيم وآراء واتجاهات نحو كل ما يتعلق بالجائحة
0.001	96.040	11	25.5	102	لمتابعة إحصائيات الإصابات والوفيات وحالات الشفاء في مصر
0.001	46.240	8	33	132	الوقوف على إجراءات الدولة المصرية والدول الأخرى في مواجهة الجائحة
0.001	12.960	7	41	164	لمتابعة آخر التطورات والجهود البحثية لإيجاد علاج للفيروس
0.001	50.410	9	32.3	129	لنقل ومشاركة المعلومات والأخبار الموثوق فيها مع الآخرين
0.424 غير دالة	0.640	5	48	192	تساعدني في إدارة ذاتي بشكل جيد في ظل هذه الأزمة
0.001	100.000	12	25	100	أناقش مع معارفي وأصدقائي حول المعلومات المنشورة حول الفيروس
0.001	259.210	13	9.8	39	التخلص من القلق والعزلة وروتين الحياة
0.01	7.840	6	43	172	للملئ وقت الفراغ

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 86.5% من أفراد العينة يلجئون للمعلومات والأخبار الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لاكتساب معلومات صحية جيدة حول الفيروس، ونسبة 70.8% منهم يلجئون إليها لمعرفة آثار الوباء وخطورته على مستوى مصر والعالم، ونسبة 70.8% منهم يلجئون إليها لمعرفة طرق الوقاية من هذا الفيروس الخطير، ونسبة 65% منهم يلجئون إليها لمعرفة الآثار الصحية المصاحبة للإصابة بالفيروس.

ويتضح وجود فروق في أسباب ودوافع الحصول على المعلومات والأخبار الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.01، فيما عدا اللجوء إليها لأهمية الحدث لمجتمعنا وللعالم من حولي، وتساعدني في إدارة ذاتي بشكل جيد في ظل هذه الأزمة، لم يكن هناك فروق بين أفراد العينة حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05. وجاء دافع اكتساب المعلومات الصحية حول الفيروس في الترتيب الأول بين أسباب ودوافع اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة كورونا، وهذا أيضًا يرجع إلى طبيعة الفيروس وعدم وجود معرفة جيدة لدى الجمهور به؛ لذلك يسعى لاستقاء المعلومات الصحية الجيدة حوله ثم دافع طرق الوقاية منه ومعرفة آثار الوباء وخطورته على العالم في نفس الترتيب، وهذا يدل على زيادة الاهتمام والحرص على متابعة كل ما يتعلق بجائحة كورونا وكيفية التعامل معها كأزمة صحية تهدد صحة المواطنين، وتتفق النتائج في ذلك مع (دراسة الزهراء محمد 2018م) حيث أكدت أن دافع الحصول على المعلومات الصحية الجيدة ثم رفع الثقافة الصحية هي الأكثر تكرارًا، ودراسة (مها حسن مختار 2018م) حيث أكدت أن البحث عن المعلومات الصحية بشكل عام يأتي في الترتيب الأول.

8- أسباب تفضيلك لوسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا:

جدول (9) يوضح أسباب تفضيل الجمهور المصري لوسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا

مستوى الدلالة دح 1	كا 2	ترتيب	الإجمالي ن=400		أسباب تفضيلك لوسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا
			%	ك	
0.001	60.840	2	69.5	278	تكسبني معلومات صحية جيدة حول فيروس كورونا (كوفيد-19)
0.001	246.490	1	89.3	357	تجعلني أتابع كل ما يستجد حول الجائحة بشكل مستمر
0.05	5.760	6	44	176	تعلمني طرق الوقاية من الإصابة بهذا الفيروس اللعين
0.001	12.960	8	41	164	تعرفني أعراض الإصابة بالفيروس والإجراءات المتبعة تجاه الآخرين
0.001	10.890	7	41.8	167	تزودني بمضامين إعلامية ثرية ومتنوعة حول الجائحة
0.271 دالة غير	1.210	4	52.8	211	تمكنني من التواصل مع الجهات الرسمية والمتخصصين والأطباء
0.841 دالة غير	0.040	5	49.5	198	تجعلني أشارك وأناقش مع الآخرين حول الجائحة
0.230 دالة غير	1.440	3	53	212	تساعدني على التفاعل مع الآخرين من خلال التعليقات على الموضوعات المطروحة
0.001	49.000	9	32.5	130	لأنها تتميز بالسرعة والتحديث المستمر لمضمونها
0.001	112.360	10	23.5	94	التزامها بالدقة والموضوعية في معالجة الأزمة
0.001	112.360	10	23.5	94	حرية وسهولة متابعتها في الوقت المناسب لي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 89.3% من أفراد العينة يفضلون وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا؛ لأنها تجعلني أتابع كل ما يستجد حول الجائحة بشكل مستمر، ونسبة 69.5% منهم يفضلونها فيها لأنها تكسبني معلومات صحية جيدة حول فيروس كورونا (كوفيد-19)، ونسبة 53% منهم يفضلونها لأنها تساعدني على التفاعل مع الآخرين من خلال التعليقات على الموضوعات المطروحة، ونسبة 52.8% منهم يفضلونها لأنها تمكنني من التواصل مع الجهات الرسمية والمتخصصين والأطباء.

ويتضح وجود فروق في أسباب تفضيل الجمهور المصري لوسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا، حيث كانت قيم كا 2 دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، فيما عدا تمكنني من التواصل مع الجهات

الرسمية والمتخصصين والأطباء وتجعلني أشرك وأناقش مع الآخرين حول الجائحة وتساعدني على التفاعل مع الآخرين من خلال التعليقات على الموضوعات المطروحة لم يكن هناك فروق بين أفراد العينة، حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

من أكثر الأسباب التي تجعل الجمهور يفضل وسائل الإعلام الجديد هو أنها تساعده على متابعة كل مستجدات الجائحة بشكل مستمر، وهذا يرجع لأهمية الحدث وتأثيره على كافة نواحي الحياة وعدم الاستقرار؛ ولذلك فمعرفة كل مستجدات الجائحة شيء في غاية الضرورة للمواطنين لمساعدتهم على فهم الموقف والوعي به واتخاذ القرارات السليمة تجاهه، وتتفق النتائج في ذلك مع (دراسة عيشة علة 2020) (ودراسة وليد محمد 2020م)، و(دراسة (Rajvikran Madurai Elavarasan, 2020) حيث أكدت الاهتمام والحرص الشديد على المتابعة المستمرة والمعرفة بشأن الفيروس، ودراسة (Han Woo Park et al, 2020)، ودراسة (Rajvikran Madurai Elavarasan, 2020)

9- درجة ثققتك في المعلومات والأخبار الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد:

جدول (10) يوضح درجة ثقة الجمهور في المعلومات والاخبار الصحية المقدمة بوسائل الاعلام الجديد ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	لا أثق مطلقا		أثق بدرجة متوسطة		أثق بدرجة كبيرة		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
متوسطة	2.32	7.8	31	52.5	210	39.8	159	-الصحف الإلكترونية.
متوسطة	2.29	9.8	39	50.8	203	39.5	158	-المواقع الاخبارية الإلكترونية.
متوسطة	2.31	7	28	55.5	222	37.5	150	-مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك- واتس آب- تويتر- انستجرام- سناب شات)
متوسطة	2.01	18.8	75	61.8	247	19.5	78	-المنتديات العامة والمتخصصة.
متوسطة	1.86	25.8	103	62.5	250	11.8	47	-المدونات الإلكترونية.
متوسطة	2.29	15.5	62	39.3	157	45.3	181	-تطبيقات الهواتف الذكية.
كبيرة	2.69	5	20	20.3	81	74.8	299	-موقع منظمة الصحة العالمية.
كبيرة	2.67	3	12	27.3	109	69.8	279	-موقع وزارة الصحة والسكان المصرية.
كبيرة	2.55	8	32	29.3	117	62.8	251	-صفحات طبية متخصصة.
متوسطة	1.75	38	152	49	196	13	52	-تلفزيون الإنترنت.
متوسطة	1.86	50	100	43	272	7	28	-غرف الدردشة.

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة يثقوا بدرجة كبيرة في المعلومات

والأخبار الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد، موقع منظمة الصحة العالمية بمتوسط 2.69، موقع وزارة الصحة والسكان المصرية بمتوسط 2.67، صفحات طبية متخصصة بمتوسط 2.55، يثقوا بدرجة متوسطة في المعلومات والأخبار الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد، الصحف الإلكترونية بمتوسط 2.32، مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك- واتس آب- تويتر- انستجرام- سناب شات) بمتوسط 2.31.

المواقع الإخبارية الإلكترونية بمتوسط 2.29، تطبيقات الهواتف الذكية بمتوسط 2.29، المنتديات العامة والمتخصصة بمتوسط 2.01، المدونات الإلكترونية بمتوسط 1.86، تلفزيون الإنترنت بمتوسط 1.75. ولا يثقون مطلقاً في المعلومات والأخبار الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد (غرف الدردشة) بمتوسط 1.57، فنجد أنه بالرغم من تصدر وسائل التواصل الاجتماعي المركز الأول في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا إلا أن درجة الثقة الأكبر كانت للصفحات الرسمية لكل من منظمة الصحة العالمية، يليها صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية ثم الصفحات الطبية المتخصصة؛ وهذا يؤكد بشدة أهمية الارتقاء بدور الصفحات الرسمية للمؤسسات والمنظمات الصحية وارتفاع درجة الثقة فيها أكثر من غيرها، فهي مصادر رسمية ومعلومة، عكس وسائل التواصل الاجتماعي التي تفتقد المصدقية لكثرة الأخبار الزائفة التي تنشر على صفحاتها، وتتفق في ذلك مع دراسة (Lisa, Singh, 2020) حيث أكدت أن التغريدات التي تستند لمصدر رسمي موثوق كمنظمة الصحة العالمية تحظى بثقة عالية بين المستخدمين، ولذلك فالاهتمام بالصفحات الرسمية للمؤسسة الطبية في غاية الأهمية لتزويد الجمهور بالمعلومات والأخبار الصحية، خاصة في وقت الأزمات كأزمة كورونا لبناء وعي صحي سليم يحمي المواطن والمجتمع.

10- أسباب عدم الثقة في المعلومات والأخبار المقدمة بوسائل الإعلام الجديد:

جدول (11) يوضح أسباب عدم ثقة الجمهور المصري عينة الدراسة في المعلومات والأخبار

المقدمة بوسائل الإعلام الجديد

مستوى الدلالة د ح 1	كا 2	ترتيب	الإجمالي ن=228		أسباب عدم الثقة في المعلومات والأخبار المقدمة بوسائل الإعلام الجديد
			ك	%	
0.145 غير الة	2.123	3	54.8	125	لا أثق في المعلومات المقدمة بالإنترنت
0.001	16.860	2	63.6	145	لا أستطيع التأكد من المعلومات ومصادرها
0.001	105.184	4	50.4	120	أثق في الأطباء المتخصصين فقط
0.001	55.018	1	74.8	170	كثرة المعلومات والأخبار المفبركة في هذه الوسائل

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 74.8% من أفراد العينة لا يثقوا في المعلومات والأخبار المقدمة بوسائل الإعلام الجديد بسبب كثرة المعلومات والأخبار المفبركة في هذه الوسائل، وتتفق النتائج في ذلك مع نتائج دراسة (Lisa, Singh, 2020) والتي أكدت أن عدم وجود رقابة أدى لانتشار المعلومات المضللة والأكاذيب حول الفيروس، ونسبة 63.6% منهم لا يثقون فيها بسبب لا أستطيع التأكد من المعلومات ومصادرها، ونسبة 54.8% منهم لا يثقون فيها بسبب ضعف الاهتمام لا أثق في المعلومات المقدمة بالإنترنت، ونسبة 50.4% منهم لا يثقون فيها بسبب أثق في الأطباء المتخصصين فقط. ويتضح وجود فروق في أسباب عدم الثقة في المعلومات والأخبار المقدمة بوسائل الإعلام الجديد، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى 0.001، فيما عدا لا أثق في المعلومات المقدمة بالإنترنت لم يكن هناك فروق بين أفراد العينة حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

11- مدى استفادتك من المعلومات والأخبار التي حصلت عليها من خلال وسائل الإعلام الجديد:

جدول (12) يوضح مدى إفادة الجمهور المصري عينة الدراسة من المعلومات والأخبار التي حصل عليها من خلال وسائل الإعلام الجديد

مستوى الدلالة د ح 2	كا2	الإجمالي		مدى استفادتك من المعلومات والأخبار التي حصلت عليها من خلال وسائل الإعلام الجديد
		%	ك	
0.001	159.215	52.3	209	استفدت بدرجة كبيرة
		43.8	175	استفدت بدرجة متوسطة
		4	16	لم أستفد منها
		100	400	جملة

متوسط عام = 2.48

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 52.3% من أفراد العينة قد استفادوا بدرجة كبيرة من المعلومات والأخبار التي حصلت عليها من خلال وسائل الإعلام الجديد، ونسبة 43.8% منهم استفادوا بدرجة متوسطة، ونسبة 4% منهم لم يستفيدوا من المعلومات والأخبار التي حصلت عليها من خلال وسائل الإعلام الجديد، ويتضح وجود فروق في مدى استفادتك من المعلومات والأخبار التي حصلت عليها من خلال وسائل الإعلام الجديد، حيث كانت قيمة كا2 = 159.215 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين استفادوا بدرجة كبيرة من المعلومات والأخبار التي حصلت عليها من خلال وسائل الإعلام الجديد، وتتفق النتائج في ذلك أيضاً مع نتائج دراسة

(Lisa,Singh,2020) والتي أكدت ارتفاع درجة الإفادة من المعلومات الصحية لدى الجمهور الأمريكي فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

12- مدى الرضا عن المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19):

جدول (13) يوضح مدى الرضا لدى الجمهور المصري عينة الدراسة عن المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

مستوى الدلالة د ح 2	كا 2	الإجمالي		مدى الرضا عن المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)
		%	ك	
0.001	218.435	26.8	107	راضٍ تمامًا
		66.3	165	راضٍ إلى حد ما
		7	28	غير راضٍ
		100	400	جملة

متوسط عام=2.19

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 26.8% من أفراد العينة راضون تمامًا عن المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، ونسبة 66.3% منهم راضين إلى حد ما، ونسبة 7% منهم غير راضين عن المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

ويتضح وجود فروق في مدى الرضا عن المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة كا = 218.435 وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الراضين إلى حد ما عن المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

13- جوانب القصور في المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا:

جدول (14) يوضح جوانب القصور في المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا

مستوى الدلالة د ح 1	كا 2	ترتيب	الإجمالي ن=28		جوانب القصور في المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا
			ك	%	
0.01	9.143	1	78.6	22	التركيز على جوانب وموضوعات معينة وتهميش جوانب وموضوعات أخرى
0.705 غير دالة	0.143	2	53.6	15	عدم الإكثار من عرض المعلومات من مصادر طبية متخصصة
1.000 غير دالة	0.000	3	50	14	قلة المادة الإعلامية المصورة والمسموعة والإنفو جرافيك
0.059 غير دالة	3.571	5	32.1	9	ضعف كفاءة القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الجديد في المجال الصحي
0.072 غير دالة	3.240	6	32	8	افتقاد المصداقية وكثرة الأخبار المفبركة
0.01	7.000	7	25	7	بطء تحميل المواقع
0.059 غير دالة	3.571	5	32.1	9	وجود إجراءات معقدة للدخول للمواقع
0.131 غير دالة	2.286	4	35.7	10	كثرة الإعلانات أثناء التصفح تضايقني وتضيع وقتي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 78.6% من أفراد العينة يرون أن جوانب القصور في المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا هي التركيز على جوانب وموضوعات معينة وتهميش جوانب وموضوعات أخرى، ونسبة 53.6% منهم يرون أنها عدم الإكثار من عرض المعلومات من مصادر طبية متخصصة، ونسبة 50% منهم يرون أنها قلة المادة الإعلامية المصورة والمسموعة والإنفو جرافيك، ونسبة 35.7% منهم يرون أنها كثرة الإعلانات أثناء التصفح تضايقني وتضيع وقتي.

ويتضح عم وجود فروق في جوانب القصور في المعالجة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا، حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، فيما عدا التركيز على جوانب وموضوعات معينة وتهميش جوانب وموضوعات أخرى وبطء تحميل المواقع هناك فروق بين أفراد العينة حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى 0.01.

14- مقترحات تطوير المعالجة الإعلامية للموضوعات والقضايا الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد:

جدول (15) يوضح مقترحات الجمهور المصري عينة الدراسة لتطوير المعالجة الإعلامية للموضوعات والقضايا الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد

مستوى الدلالة د ح 4	كا 2	الإجمالي		مقترحات تطوير المعالجة الإعلامية للموضوعات والقضايا الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد
		%	ك	
0.001	64.250	19.3	77	الاستعانة بموقع وزارة الصحة المصرية لتكون المعلومات موثقة
		30.8	123	الاستعانة بالمصادر الطبية المتخصصة
		26.3	105	المصادقية والشفافية
		16	64	الإكثار من المصادر التي تتسم بالموضوعية في عرض المعلومات
		7.8	31	تحري الدقة وذكر المصادر
		100	400	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 30.8% من أفراد العينة يقترحون لتطوير المعالجة الإعلامية للموضوعات والقضايا الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد المقدمة بوسائل الإعلام الجديد الاستعانة بالمصادر الطبية المتخصصة، ونسبة 26.3% منهم يقترحون المصادقية والشفافية، ونسبة 19.3% منهم يقترحون الاستعانة بموقع وزارة الصحة المصرية لتكون المعلومات موثقة.

ويتضح وجود فروق في مقترحات تطوير المعالجة الإعلامية للموضوعات والقضايا الصحية المقدمة بوسائل الإعلام الجديد، حيث كانت قيمة كا $2 = 64.250$ وهي دالة عند مستوى 0.001.

15- المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19):

جدول (16) يوضح المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

مستوى الدلالة د ح 1	كا 2	ترتيب	الإجمالي ن=28		المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)
			ك	%	
0.001	43.560	3	266	66.5	الأسرة
0.001	64.000	2	280	70	الأصدقاء والمعارف
0.001	207.360	1	344	86	الأطباء
0.001	163.840	5	72	18	الصيدالة
0.001	77.440	4	112	28	التمريض

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 86% من أفراد العينة يرون أن أهم المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) الأطباء، ونسبة 70% منهم يعتمدون على الأصدقاء والمعارف، ونسبة 66.5% منهم يعتمدون على الأسرة، ونسبة 28% منهم يعتمدون على التمريض. ويتضح وجود فروق في المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيم كا 2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

16- التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19):

جدول (17) يوضح التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبارات	
		%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	2.87	0	0	13	52	87	348	اكتسبت معلومات وخبرات جيدة حول فيروس كورونا.	التأثيرات المعرفية
موافق	2.79	1	4	19	76	80	320	أعرف الطرق الوقائية لتجنب الإصابة بالفيروس.	
موافق	2.67	2	8	29	116	69	276	أستطيع التمييز بين فيروس كورونا ونزلة البرد العادية.	
موافق	2.51	7	28	34.8	139	58.3	233	تعرضت لمضامين ثرية ومتنوعة حول فيروس كورونا (فيديو- صور- إنفو جرافيك)	
موافق	2.59	1	4	39	156	60	240	تكون لدي وجهة نظر صحيحة بشأن جائحة كورونا وأثارها.	
محايد	2.02	16.8	67	64.8	259	18.5	74	أتناقش مع الآخرين في كل ما يتعلق بالجائحة.	
محايد	2.29	7	28	57.5	230	35.5	142	أدركت الدور المجتمعي للأطباء والمرضين.	
محايد	2.25	18	72	39.3	157	42.8	171	أصابني الخوف والقلق من أن أصاب أو أحد أفراد أسرتي بالفيروس.	
موافق	2.66	8	32	18	72	74	296	أتعاطف مع المصابين والمتوفين بسبب الإصابة بالفيروس.	
محايد	1.88	30.3	121	51.5	206	18.3	73	أشعر بالوحدة والعزلة والضيق بسبب البقاء بالمنزل.	
محايد	1.83	36.8	147	43.8	175	19.5	78	أشعر باللامبالاة والإحباط لعدم وجود علاج للفيروس.	
محايد	2.14	13.3	53	59.8	239	27	108	أشعر بالرضا على السياسات المتبعة لإدارة الأزمة من الدولة المصرية.	
موافق	2.79	2	8	17	68	81	324	أفتقد الجو الاجتماعي والمجتمعي بسبب الجائحة.	
محايد	2.26	4.8	19	64.5	258	30.8	123	رغم وجود كورونا أشعر بالطمأنينة وأمارس حياتي بشكل جيد.	

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	2.22	4	16	70	280	26	104	أتحكم بشكل جيد في سلوكياتي وحالتي النفسية في التعامل مع الأزمة.
موافق	2.64	1	4	33.8	135	65.3	261	أتعاون مع جهود الدولة المصرية لمكافحة الوباء.
محايد	2.22	12.5	50	53.5	214	34	136	قمت بالتبرع والدعم الاجتماعي للمتضررين من الخطر نتيجة الجائحة.
موافق	2.83	1	4	15	60	84	336	أحرص على النظافة الشخصية باستمرار للوقاية من الإصابة.
موافق	2.82	0	0	17.8	71	82.3	329	أهتم بتناول الغذاء الصحي لرفع مناعتي.
محايد	2.22	18	72	42.5	170	39.5	158	أحرص على ممارسة الرياضة للحفاظ على صحتي.
موافق	2.53	0	0	46.8	187	53.3	213	التزم بالإجراءات الوقائية أثناء خروجي من المنزل.
موافق	2.41	2	8	55.3	221	42.8	171	قمت بتعديل بعض السلوكيات الصحية الخاطئة.
موافق	2.67	1	4	31.5	126	67.5	270	أحرص على توعية ومساعدة الآخرين بنقل خبراتي ومشاركة معلوماتي.

التأثيرات السلوكية

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كانوا موافقين على التأثيرات المعرفية التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، اكتسبت معلومات وخبرات جيدة حول فيروس كورونا بمتوسط 2.87، أعرف الطرق الوقائية لتجنب الإصابة بالفيروس بمتوسط 2.79، استطيع التمييز بين فيروس كورونا ونزلة البرد العادية بمتوسط 2.67، تكون لدي وجهة نظر صحيحة بشأن جائحة كورونا وآثارها بمتوسط 2.59، تعرضت لمضامين ثرية ومتنوعة حول فيروس كورونا (فيديو- صور- إنفو جرافيك) بمتوسط 2.51، وكانوا محايدين على باقي التأثيرات المعرفية التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

وجد التأثيرات المعرفية أكثر التأثيرات تحققًا فوجد عبارة (اكتسبت معلومات وخبرات جيدة حول فيروس كورونا) بنسبة 87% من الجمهور موافقين ونسبة 13% محايدين، ويليهما عبارة (أعرف الطرق الوقائية لتجنب الإصابة بالفيروس) بنسبة 80% موافقين ونسبة 19% محايدين ونسبة 1% فقط معارضين، وعبارة (أستطيع التمييز بين فيروس كورونا ونزلة البرد العادية) بنسبة 69% موافقين و29% محايدين و2% فقط معارضين، وهذا يعكس الدور الهام الذي تؤديه وسائل الإعلام الجديد في إمداد متابعيها بالمعلومات والأخبار حول جائحة كورونا.

وكان أفراد العينة موافقين على التأثيرات الوجدانية التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19): (أفتقد الجو الاجتماعي والمجتمعي بسبب الجائحة) بمتوسط 2.79، وتتفق النتائج في ذلك مع (دراسة مسعودة فلوس، الخنساء تومي 2020م) حيث أكدت أن التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام الجديد جاءت سلبية على الصحة النفسية للأفراد بسبب القلق والخوف والتوتر؛ مما يجعلهم أكثر عرضة للإصابة بهذا الفيروس الخطير، أتعاطف مع المصابين والمتوفين بسبب الإصابة بالفيروس بمتوسط 2.66.

وكانوا محايدين على باقي التأثيرات الوجدانية التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

أفراد العينة كانوا موافقين على التأثيرات السلوكية التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19): (أحرص على النظافة الشخصية باستمرار للوقاية من الإصابة) بمتوسط 2.83، (أهتم بتناول الغذاء الصحي لرفع مناعتي) بمتوسط 2.82، (أحرص على توعية ومساعدة الآخرين بنقل خبراتي ومشاركة معلوماتي) بمتوسط 2.67، (أتعاون مع جهود الدولة المصرية لمكافحة الوباء) بمتوسط 2.64، (ألتزم بالإجراءات الوقائية أثناء خروجي من المنزل) بمتوسط 2.52، (قمت بتعديل بعض السلوكيات الصحية الخاطئة) بمتوسط 2.41، وكانوا محايدين على باقي التأثيرات السلوكية التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

وتدل النتائج السابقة على تحقق التأثيرات (المعرفية- والوجدانية- والسلوكية) لدى الجمهور المصري عينة الدراسة نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد كمصدر

للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا كما جاء بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام؛ ليتمكن من فهم الأحداث والقضايا وتكوين رأي تجاهها.

17- مدى معرفتك بالمعلومات والأخبار المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة كورونا (كوفيد-19):

جدول (18) يوضح مدى معرفة الجمهور المصري عينة الدراسة بالمعلومات والأخبار المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة كورونا (كوفيد-19) ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	خاطئة		صحيحة		العبارات
		%	ك	%	ك	
خاطئة	0.25	75.5	302	24.5	98	فيروس كورونا أعراضه مثل أعراض البرد العادي تمامًا.
صحيحة	0.92	8	32	92	368	فيروس كورونا يسبب ضيق في التنفس والتهاب رئوي حاد يؤدي للوفاة.
صحيحة	0.94	6	24	94	376	فيروس كورونا ينتقل بالبرذاذ أثناء التحدث.
صحيحة	0.59	41.3	165	58.8	235	لا ينتقل الفيروس من المصاب الذي توفي.
صحيحة	0.81	18.8	75	81.3	325	ينتقل الفيروس بالعناق والمصافحة بالأيدي.
صحيحة	0.95	5	20	95	380	ارتداء الكمامات والقفازات الطبية يقي من الإصابة بالفيروس.
صحيحة	0.75	24.8	99	75.3	301	تجنب الأماكن المزدحمة يحمي من الإصابة بالفيروس.
صحيحة	0.88	12.3	49	87.8	351	أعراض الإصابة بالفيروس تختلف من شخص لآخر.
صحيحة	0.94	6	24	94	376	الاهتمام بالنظافة الشخصية والتعقيم المستمر يقي من الإصابة.
صحيحة	0.97	3	12	97	388	تناول الغذاء الصحي المتوازن يزيد من مناعة الجسم ويحسن الحالة النفسية.
صحيحة	0.91	9	36	91	364	ممارسة الرياضة ضرورة لرفع مناعة الجسم.
صحيحة	0.92	8	32	92	368	الحمضيات كالليمون مهمة لزيادة مناعة الجسم.
صحيحة	0.66	34.5	138	65.5	262	الاهتمام بتطهير الحلق باستمرار ضروري للوقاية من الفيروس.
صحيحة	0.91	9	36	91	364	ارتفاع الحرارة الشديد والمستمر من أهم أعراض كوفيد - 19.
صحيحة	0.95	10.8	43	89.3	380	الفيروس أكثر خطورة على أصحاب الأمراض المزمنة.
خاطئة	0.89	10.8	43	89.3	357	يصيب الفيروس كبار السن فقط.
صحيحة	0.95	5	20	95	380	طرق الوقاية هي الأهم في مواجهة الفيروس.
صحيحة	0.90	9.8	39	90.3	361	استخدام الكمامات لا يسبب نقص الأكسجين أو زيادة ثاني أكسيد الكربون إذا استخدمت بشكل سليم.

تابع جدول (18) يوضح مدى المعرفة بالمعلومات والأخبار المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة كورونا (كوفيد-19) ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	خاطئة		صحيحة		العبارات
		%	ك	%	ك	
خاطئة	0.97	3	12	97	388	لا يمكن أن يتعرض الشباب والأطفال للإصابة بالفيروس.
صحيحة	0.82	18.5	74	81.5	326	فيروس كورونا (كوفيد -19) ليس له مصل أو لقاح حتى الآن.
صحيحة	0.86	13.8	55	86.3	345	الحرارة والرطوبة لا تمنعان من انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19).
صحيحة	0.84	16.5	66	83.5	334	تناول المشروبات الكحولية لا يقي من الإصابة بالفيروس أو تعالجه.
خاطئة	0.31	69	276	31	124	توفر اللقاحات المضادة للالتهاب الرئوي الوقاية من المرض.
صحيحة	0.92	7.8	31	92.3	369	مرض كورونا يسببه فيروس وليس بكتيريا.
صحيحة	0.64	35.8	143	64.3	257	القدرة على حبس نفسك لا يعني عدم الإصابة بالفيروس.
صحيحة	0.90	9.8	39	90.3	361	معظم الأشخاص الذين يصابون بالفيروس يتعافون منه.
خاطئة	0.49	50.8	203	49.3	197	ثبتت قدرة هيدوكسي كلوروكين على علاج المرض.
صحيحة	0.62	38.3	153	61.8	247	شرب الميثانول أو الإيثانول خطر ولا يقي من الإصابة بالفيروس.
صحيحة	0.78	22	88	78	312	فترة حضانة المرض تختلف بين الأطفال والبالغين.
صحيحة	0.71	28.8	115	71.3	285	تناول الوجبات الصحية الغنية بالفواكه والخضروات يعزز جهاز المناعة ضد الفيروس.
صحيحة	0.94	5.8	23	94.3	377	تتراوح فترة حضانة الفيروس ما بين يوم - 14 يوم.
صحيحة	0.78	22	88	78	312	تبدأ ظهور أعراض الفيروس في الظهور من 5-6 أيام من الإصابة به.
صحيحة	0.73	26.8	107	73.3	293	يمكن للمضادات الحيوية علاج الفيروس أو الوقاية منه.
صحيحة	0.65	35.3	141	64.8	259	غسل الأنف بمحلول ملحي لا يقي من الإصابة بالفيروس.
صحيحة	0.98	2	8	98	392	مراعاة آداب العطس والسعال يقي من الإصابة بالفيروس.

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كانوا موافقين على التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19):

ثانياً: اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار الصحية حول جائحة فيروس كورونا والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عنه.

جدول (19) يوضح درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار الصحية حول جائحة فيروس كورونا والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عنه.

مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	المتغير
0.01	ضعيف	طردي	0.144**	درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد
0.01	ضعيف	عكسي	-0.129**	التأثيرات المعرفية
			0.090	التأثيرات الوجدانية
		لا توجد علاقة	0.045	التأثيرات السلوكية
		لا توجد علاقة		التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار الصحية حول جائحة فيروس كورونا والتأثيرات المعرفية التي تحدث نتيجة الاعتماد عليها، حيث كانت ($r > 3$) وهي دالة عند مستوى 0.01. أي أنه كلما زادت درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار الصحية حول جائحة فيروس كورونا زادت التأثيرات المعرفية التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد.
- وجود علاقة عكسية ضعيفة بين درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار الصحية والتأثيرات الوجدانية التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد، حيث كانت ($r > 3$) وهي دالة عند مستوى 0.01. أي أنه كلما زادت درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار الصحية انخفضت التأثيرات الوجدانية التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل

الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات الصحية والتأثيرات السلوكية التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد، حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى 0.05.

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات الصحية والتأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد، حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى 0.05. أي أن الفرض الأول تحقق جزئيًا.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد ومستوى الوعي الصحي بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

جدول (20) يوضح اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد ومستوى الوعي الصحي

بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

المتغير	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد	0.149**	طردي	ضعيف	0.01
مستوى الوعي الصحي				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد ومستوى الوعي الصحي بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت (ر) > 0.3 وهي دالة عند مستوى 0.01. أي أنه كلما زاد اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد ارتفع مستوى الوعي الصحي بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19). وتتفق النتائج في ذلك مع نتائج دراسة (Lisa singh, 2020)، حيث أكدت على زيادة وعي الجمهور الأمريكي فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا، ودراسة (Abdelhafiz, 2020) حيث أكدت ارتفاع مستوى العرفة التي اكتسبت بنسبة كبيرة من وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت ودراسة (Rajvikran Madurai Elavarasan, 2020) التي أكدت أهمية دور تكنولوجيا الاتصال في نشر الوعي الصحي بين الجمهور الهندي وإمدادهم بالمعلومات، ودراسة (Wang, Ng, and Brook, 2020) التي أكدت أهمية توظيف تطبيقات التقنيات الرقمية في التوعية والحد من تفشي فيروس كورونا (كوفيد-19)، ودراسة (Qazi, A, 2020) التي أثبتت أن

الاعتماد على مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية يؤدي لزيادة الوعي الصحي بين الجماهير، ودراسة (عيشة علة 2020م) التي أثبتت التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في التوعية الصحية واحتلالها مكانة متقدمة بين المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون للمعرفة الصحية خاصة في ظل الأزمات العالمية، ودراسة (مرتضى الأمين، وخالد محمد 2020م)، حيث أكدت قيام صفحة وزارة الصحة السودانية علي الفيس بوك بدور كبير في تعزيز الوعي الصحي بنشر المعلومات والأخبار المستمرة عن فيروس كورونا، ودراسة (الزهراء محمد 2018 م) حيث أثبتت وجود علاقة إيجابية بين اعتماد الجمهور على المعلومات بشبكة الإنترنت والوعي الصحي لديهم، في حين اختلفت النتائج في ذلك مع نتائج (دراسة خالد الفرغ 2016م) التي أثبتت عدم توظيف المدن الطبية بمدينة الرياض السعودية ومستشفياتها الحكومية للشبكات الاتصالية الفاعلة في تعزيز الثقافة الصحية حول الأمراض والأوبئة، واختلفت أيضًا مع دراسة (عثمان محمد العربي 2014م) حيث أكدت انخفاض مستوى الوعي الصحي لدى الشباب، وجاء الاتصال الشخصي أكثر تأثيرًا في مستوى الوعي الصحي من وسائل الإعلام.

أي أن الفرض الثاني تحقق كليًا.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ومستوى الوعي الصحي لديه.

جدول (21) يوضح دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ومستوى الوعي

الصحي لديه

مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	المتغير
0.01	ضعيف	طردي	0.169**	دوافع اعتماد الجمهور المصري كمصدر للمعلومات والأخبار المقدمة على وسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)
				مستوى الوعي الصحي

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ومستوى الوعي الصحي لديه، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند

مستوى 0.01. أي أنه كلما زادت دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار المقدمة حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ارتفع مستوى الوعي الصحي لديه. وتتفق النتائج في ذلك مع نتائج عيشة علة 2020م، ودراسة مرتضي الأمين وخالد محمد 2020م، ودراسة وليد محمد 2020م، ودراسة (Rajvikran Madurai Elavarasan, 2020) التي أكدت جميعها على تأثير الاعتماد على وسائل الاعلام في تعزيز ورفع الوعي الصحي. في حين أثبتت نتائج دراسة خالد الفرم ضعف استخدام المدن الطبية السعودية للمنظومة الاتصالية الحديثة، ويمكن إرجاعه إلى فارق التوقيت الزمني لإجراء الدراسات؛ حيث أثر الفارق الزمني كان لصالح الاهتمام بالمنظومة الاتصالية الحديثة واستثمارها بشكل أفضل في التوعية الصحية، وخاصة بعد أزمة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) وما ظهر من ضعف في كيفية إدارة الأزمة بكافة أطرافها الطبية والاقتصادية والإعلامية.

- أي أن الفرض الثالث تحقق كليًا.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوعية المضامين التي يفضلها الجمهور المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ومستوى الوعي الصحي لديه.

جدول (22) يوضح نوعية المضامين التي يفضلها الجمهور المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ومستوى الوعي الصحي لديه

المتغير	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
نوعية المضامين التي يفضلها الجمهور المصري	0.200**	طردي	ضعيف	0.01
مستوى الوعي الصحي				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين نوعية المضامين التي يفضلها الجمهور المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ومستوى الوعي الصحي لديه، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01. أي أنه كلما زادت المضامين التي يفضلها الجمهور المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ارتفع مستوى الوعي الصحي لديه).

أي أن الفرض الرابع تحقق كليًا.

الفرض الخامس: تؤثر المتغيرات الديموجرافية للجمهور المصري عينة الدراسة على درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

5 (أ) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

جدول (23) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

المتغير	الجنس	ذكور (ن=151)		إناث (ن=249)		ت	الدلالة د.ح 398
		ع	م	ع	م		
درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)		3.708	9.97	3.853	10.12	0.392	0.695 غير دالة

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

5 (ب) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف السن:

جدول (24) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف

السن

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	متوسط	ف	الدلالة
درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا	بين مجموعات	301.034	2	150.517	10.971	0.001
	داخل	5446.404	397	13.719		
	مجموع	5747.438	399			

من خلال الجدول السابق يتضح:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف السن في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

جدول (25) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين المتوسطات والانحرافات المعيارية في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف السن

الفئة العمرية			ن	متوسط	ع
أقل من 30 سنة	30 من -45 سنة	أقل من 30 سنة	196	9.33	4.056
30 من -45 سنة	45 من -60 سنة	أقل من 30 سنة	145	11.20	3.407
45 من -60 سنة	60 من -75 سنة	أقل من 30 سنة	59	9.71	3.124
جملة		أقل من 30 سنة	400	10.06	3.795

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية أقل من 30 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة عند مستوى 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من 30 إلى أقل من 45 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من 45 سنة لأقل من 60 سنة في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة عند مستوى 0.05.

5- (ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

جدول (26) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا

الدلالة د.ح 398	ت	حضر (ن=169)		ريف (ن=231)		الاقامة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.196 غير دالة	1.296	3.941	9.78	3.679	10.27	درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر ودرجة اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

5 (د)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف التعليم:

تم استخدام اختبار Kruskal-Wallis Test بدلاً لاختبار تحليل التباين وذلك لصغر حجم العينة لإحدى المجموعات لمعرفة درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف التعليم.

جدول (27) يوضح Kruskal-Wallis Test لمعرفة مصدر التباين في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا باختلاف التعليم

مستوى الدلالة	درجة الحرية	كا	متوسط الرتب	ن	المستوى التعليمي
0.001	3	29.211	104.08	26	متوسط
			233.19	36	فوق متوسط
			197.91	295	جامعي
			249.23	43	فوق جامعي
				400	جملة
درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)					

من خلال الجدول السابق يتضح:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف التعليم في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة (كا) دالة عند مستوى 0.001.

5 (هـ)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف مستوى الدخل.

جدول (28) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) مستوى الدخل

الدلالة	ف	متوسط	د.ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.001	22.247	289.618	2	579.235	بين مجموعات	درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا
		13.018	397	5168.202	داخل	
			399	5747.438	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتضح:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف مستوى الدخل في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

جدول (29) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين المتوسطات والانحرافات المعيارية في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف مستوى الدخل

مرتفع	متوسط	منخفض	ع	متوسط	ن	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
- *3.016	- *1.302		4.054	8.82	159	منخفض
- *1.714			3.430	10.13	135	متوسط
			3.077	11.84	106	مرتفع
			3.795	10.06	400	جملة

درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي الدخل المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى المتوسط في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لصالح أفراد العينة ذوي المستوى المتوسط عند مستوى 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي مستوى الدخل المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى المرتفع في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لصالح أفراد العينة ذوي المرتفع عند مستوى 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي مستوى الدخل المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى المرتفع في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لصالح أفراد العينة ذوي المستوى المرتفع عند مستوى 0.05.
أي أن الفرض الخامس تحقق جزئياً.

الفرض السادس: تؤثر المتغيرات الديموجرافية للجمهور المصري عينة الدراسة على دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على وسائل الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

6 (أ)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

جدول (30) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

المتغير	الجنس	ذكور (ن=151)		إناث (ن=249)		ت	الدلالة د.ح 398
		ع	م	ع	م		
دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)		1.723	6.46	1.882	6.72	1.357	0.176 غير دالة

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دوافع اعتماده على وسائل الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

6 (ب)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف السن:

جدول (31) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في دوافع اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار المقدمة حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف السن

الفروق تبعاً إلى	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	متوسط	ف	الدلالة
درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا	بين مجموعات	20.511	2	10.256	3.109	0.05
	داخل	1309.486	397	3.298		
	مجموع	1329.998	399			

من خلال الجدول السابق يتضح:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف السن في دوافع اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05.

جدول (32) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين المتوسطات والانحرافات المعيارية في دوافع اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار المقدمة حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف السن

الفئة العمرية			ن	متوسط	ع
أقل من 30 سنة	196	6.48	1.868	0.129	من 30 إلى 60 سنة
من 30-45 سنة	145	6.92	1.812	0.561*	من 30-45 سنة
من 45-60 سنة	59	6.36	1.637		من 45-60 سنة
جملة	400	6.62	1.826		

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية أقل من 30 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة في دوافع اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة عند مستوى 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من 30 إلى أقل من 45 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من 45 سنة لأقل من 60 سنة في دوافع اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة عند مستوى 0.05.

6 (ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في دوافع اعتماده على وسائل الاعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

جدول (33) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا

الدلالة د.ح 398	ت	حضر (ن=169)		ريف (ن=231)		الإقامة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.01	2.955-	1.783	6.93	1.826	6.39	درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا

يتضح من الجدول السابق:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في دوافع اعتماده على وسائل الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لصالح المقيمين بالحضر، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.01.
- 6 (د) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع اعتماد الجمهور المصري على وسائل الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف التعليم:

تم استخدام اختبار Kruskal-Wallis Test بدلاً لاختبار تحليل التباين؛ وذلك لصغر حجم العينة لإحدى المجموعات لمعرفة دوافع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف التعليم.

جدول (34) يوضح Kruskal-Wallis Test لمعرفة دوافع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف

التعليم

مستوى الدلالة	درجة الحرية	كا2	متوسط الرتب	ن	المستوى التعليمي
0.01	3	12.622	152.88	26	متوسط
			253.22	36	فوق متوسط
			197.31	295	جامعي
			207.03	43	فوق جامعي
				400	جملة
دوافع التماسه للمعلومات والأخبار المقدمة بوسائل الإعلام الجديد حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)					

من خلال الجدول السابق يتضح:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف التعليم في دوافع اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة (كا2) دالة عند مستوى 0.01.

6 (هـ) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف مستوى الدخل.

جدول (35) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في دوافع وأسباب الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف مستوى

الدخل

الدلالة	ف	متوسط	د.ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.001	11.727	37.095	2	74.189	بين مجموعات	درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا
		3.163	397	1255.808	داخل	
			399	1329.998	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتضح:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف مستوى الدخل في دوافع الاعتماد على وسائل الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.01.

جدول (36) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين المتوسطات والانحرافات المعيارية في دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار المقدمة حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) باختلاف مستوى الدخل

مرتفع	متوسط	منخفض	ع	متوسط	ن	المستوى الاجتماعي الاقتصادي
- *0.808	0.281		1.892	6.50	159	منخفض
- *1.089			1.743	6.22	135	متوسط
			1.641	7.31	106	مرتفع
			1.826	6.62	400	جملة

دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى المرتفع في دوافع اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار المقدمة حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لصالح أفراد العينة ذوي المستوى المتوسط عند مستوى 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى المرتفع في دوافع اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار المقدمة حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) لصالح أفراد العينة ذوي المستوى المرتفع عند مستوى 0.05. أي أن الفرض السادس تحقق جزئياً.

الفرض السابع: تؤثر المتغيرات الديموجرافية للجمهور المصري عينة الدراسة على مستوى الوعي الصحي لديه نتيجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة كورونا.

7 (أ) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الوعي الصحي.

جدول (37) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في مستوى الوعي الصحي

الدلالة د. ح 398	ت	إناث (ن=249)		ذكور (ن=151)		الجنس المتغير
		ع	م	ع	م	
0.080 غير دالة	1.756-	4.156	28.33	4.866	27.53	مستوى الوعي الصحي

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في مستوى الوعي الصحي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05. اتفقت النتائج في ذلك مع نتائج دراسة (مها كاظم العكلي 2015م) حيث أثبتت عدم وجود فروق دالة بين المبحوثين في مقياس الوعي الصحي بين الجنسين (ذكور- إناث) أي أن متغير النوع ليس له تأثير في مستوى الوعي الصحي لدى الشباب السعودي حول مرض الإيدز، ودراسة نورة حمدي 2015م أثبتت أيضاً عدم وجود تأثير لتغير النوع في مستوى المعرفة كورونا.

7 (ب) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الصحي باختلاف السن:

جدول (38) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مستوى الوعي الصحي باختلاف السن

الدلالة	ف	متوسط	د. ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.001	13.173	245.692	2	491.384	بين مجموعات	درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا
		18.651	397	7404.256	داخل	
			399	7895.640	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتضح:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف السن في مستوى الوعي الصحي، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

جدول (39) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين المتوسطات والانحرافات المعيارية في مستوى الوعي الصحي باختلاف السن

الفئة العمرية	ن	متوسط	ع	أقل من 30 سنة	من 30-45 سنة	من 45-60 سنة
أقل من 30 سنة	196	27.42	4.079	-	0.864	
من 30-45 سنة	145	29.45	4.026	*2.025	*2.889	
من 45-60 سنة	59	26.56	5.609			
جملة	400	28.03	4.448			

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية أقل من 30 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة في مستوى الوعي الصحي لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة عند مستوى 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من 30 إلى أقل من 45 سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من 45 سنة لأقل من 60 سنة في مستوى الوعي الصحي لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة عند مستوى 0.05. وتتفق النتائج في ذلك مع نتائج دراسة Kyungeun Jang and Young (Min Baek, 2019) حيث أكدت أن المعرفة حول فيروس كورونا تقل لدى الأكبر سنًا، ودراسة (Abdelhafiz, 2020). واختلفت النتائج في ذلك مع دراسة نورة حمدي 2015م والتي أثبتت عدم وجود فروق دالة في مستوى الوعي الصحي وفقًا لمتغير السن.

7(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مستوى الوعي الصحي.

جدول (40) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة

فيروس كورونا

الدلالة ح.د. 398	ت	حضر (ن=169)		ريف (ن=231)		الاقامة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.632 غير دالة	0.479	4.314	27.91	4.551	28.12	درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مستوى الوعي الصحي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05. وتتفق النتائج في ذلك مع نتائج دراسة Kyungeun Jang and Young (Min Baek, 2019) حيث أكدت أن المعرفة حول فيروس كورونا تقل لدى الأكبر سناً، ودراسة (Abdelhafiz, 2020).

7(د)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الصحي باختلاف التعليم:

جدول (41) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مستوى الوعي الصحي باختلاف التعليم

الدلالة	ف	متوسط	د.ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.05	3.357	65.281	3	195.844	بين مجموعات	درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا
		19.444	396	7699.796	داخل	
			399	7895.640	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتضح:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف التعليم في مستوى الوعي الصحي، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05.

جدول (42) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين في درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا باختلاف التعليم

فوق الجامعي	جامعي	فوق المتوسط	متوسط	ع	متوسط	ن	المستوى التعليمي
1.521-	0.364	1.491		3.424	28.27	26	متوسط
*3.013-	-			6.825	26.78	36	فوق متوسط
*1.886-	1.127			4.328	27.91	295	جامعي
				2.531	29.79	43	فوق جامعي
				4.448	28.03	400	جملة

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي التعليم فوق المتوسط وأفراد

العينة ذوي التعليم فوق الجامعي في مستوى الوعي الصحي لصالح أفراد العينة ذوي التعليم فوق الجامعي عند مستوى 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي التعليم الجامعي وأفراد العينة ذوي التعليم فوق الجامعي في مستوى الوعي الصحي لصالح أفراد العينة ذوي التعليم فوق الجامعي عند مستوى 0.05.

اتفقت النتائج في ذلك مع نتائج دراسة نورة حمدي التي أثبتت وجود فروق دالة إحصائية بين الباحثين في مستوى المعرفة كورونا تبعاً لدرجة التعليم، واختلفت نتائج الدراسة في ذلك مع نتائج دراسة عثمان محمد عربي 2014م والتي أثبتت عدم تأثير متغير التعليم على مستوى الوعي الصحي بموضوع البدانة، ودراسة Kyungeun Jang (and Young Min Baek, 2019) حيث أكدت أن المعرفة حول فيروس كورونا تقل لدى الأقل في مستوى التعليم، ودراسة (Abdelhafiz, 2020).

7(هـ)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الصحي باختلاف المستوى الدخل جدول (43) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مستوى الوعي الصحي باختلاف مستوى الدخل

الدلالة	ف	متوسط	د. ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.001	24,168	428.491	2	856.982	بين مجموعات	درجة اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا
		17.730	397	7038.658	داخل	
			399	7895.640	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتضح:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف مستوى الدخل في مستوى الوعي الصحي، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001.

جدول (44) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين المتوسطات والانحرافات المعيارية في مستوى الوعي الصحي باختلاف مستوى الدخل

مرتفع	متوسط	منخفض	ع	متوسط	ن	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	
-	0.228		4.136	27.26	159	منخفض	
*3.204						مستوى الوعي الصحي	
-			5.068	27.03	135		متوسط
*3.433							متوسط
			2.918	30.46	106		متوسط
			4.448	28.03	400	جملة	

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى المرتفع في مستوى الوعي الصحي لصالح أفراد العينة ذوي المستوى المرتفع عند مستوى 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى المرتفع في مستوى الوعي الصحي لصالح أفراد العينة ذوي المستوى الدخل المرتفع عند مستوى 0.05.

أي أن الفرض السابع تحقق جزئيًا. وتتفق النتائج في ذلك مع نتائج دراسة (Kyungeun Jang and Young Min Baek, 2019) حيث أكدت أن المعرفة حول فيروس كورونا تقل لدى الأقل في مستوى الدخل، وكذلك دراسة (Abdelhafiz, 2020).

خاتمة الدراسة وخلاصة النتائج:

- سعت الدراسة التي تقع ضمن حقل الدراسات الوصفية إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه، وتم الاعتماد على منهج المسح، وتطبيق دراسة ميدانية على عينة عشوائية غير منتظمة من الجمهور المصري مستخدمًا وسائل الإعلام الجديد، وانبثقت أهمية الدراسة من دراستها لعنصري من عناصر العملية الاتصالية (الوسيلة- الجمهور).

ومن خلال ما تقدم من عرض مفصل للنتائج يمكن استخلاص عدة مؤشرات لها:

- بينت النتائج كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد وارتفاع درجة الاعتماد عليها في

استقاء المعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، وأثبتت أن لها دورًا كبيرًا في نشر الوعي الصحي بين الجمهور حول الجائحة، واتفقت النتائج في ذلك مع دراسة (عيشة علة 2020) حيث أكدت أهمية وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية، ودراسة (مرتضى الأمين، وخالد محمد 2020) حيث أكدت دور صفحة وزارة الصحة السودانية على الفيس بوك في تعزيز الوعي الصحي، ودراسة (الزهراء محمد 2018) حيث أكدت أهمية دور الصفحات الصحية على فيس بوك في تنمية الوعي الصحي للمراهقين ودراسة (Abdelhafiz, 2020) حيث أكدت أن المشاركين لديهم معرفة جيدة بفيروس كورونا مكتسبة من خلال القنوات الإعلامية الجديدة.

- أكدت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر وسائل الإعلام الجديد استخدامًا في استقاء المعلومات حول جائحة فيروس كورونا، يليها الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية والصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية، في حين أن درجة الثقة الأكبر كانت للصفحات الرسمية لكل من منظمة الصحة العالمية ووزارة الصحة والسكان المصرية والصفحات الطبية المتخصصة نظرًا لكثرة الأخبار المفبركة والكاذبة بمواقع التواصل.

- جاءت طرق الوقاية والأعراض والطرق الوقائية والاحترازية أكثر المضامين تفضيلًا لدى الباحثين.

- احتل دافع اكتساب المعلومات الصحية الجيدة حول الفيروس الترتيب الأول والحرص على متابعة كل ما يستجد حول الجائحة بشكل مستمر.

- أثبتت النتائج الإفادة الكبيرة لعينة المشاركين في وسائل الإعلام الجديد في اكتساب المعلومات حول جائحة فيروس كورونا، وجاء الأطباء في مقدمة المصادر غير الإعلامية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

- كشفت نتائج التحليل الإحصائي تحقق الفرض الأول جزئيًا؛ حيث وجدت علاقة طردية ضعيفة بين اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات الصحية والتأثيرات المعرفية نتيجة لهذا الاعتماد عند مستوى 2.01، في حين ثبت وجود علاقة عكسية ضعيفة بين درجة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار والتأثيرات الوجدانية التي تحدث نتيجة لهذا الاعتماد وهي دالة عند مستوى 0.01، في حين لم تثبت وجود علاقة بين درجة

الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد والتأثيرات السلوكية لهذا الاعتماد وهي غير دالة عند مستوى 0.05.

- ثبوت صحة الفرض البحثي الثاني؛ حيث ثبت وجود علاقة طردية ضعيفة بين اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد ومستوى الوعي الصحي بجائحة كورونا، عند مستوى دلالة 001، وهذا يعني أنه كلما زاد اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات حول جائحة كورونا ارتفع مستوى الوعي الصحي لديه.

- تحقق الفرض الثالث كليًا، والقائل بوجود علاقة ارتباطية بين دوافع اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ومستوى الوعي الصحي لديه.

- تحقق الفرض الرابع كليًا، حيث ثبت وجود علاقة طردية ضعيفة بين نوعية المضامين، المفضلة لدى الجمهور المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات ومستوى الوعي الصحي بجائحة فيروس كورونا حيث كانت دالة عند مستوى 0.01، أي أنه كلما زادت نوعية المضامين التي يفضلها الجمهور للحصول على المعلومات الصحية حول الجائحة كلما زاد مستوى الوعي الصحي لديه.

- تحقق الفرض الخامس جزئيًا؛ حيث ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور والإناث في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، وثبت وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف السن في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد لصالح أفراد العينة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة، ولم يثبت وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المقيمين بالريف والحضر ودرجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة كورونا، وثبت وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة باختلاف درجة التعليم واختلاف مستوى الدخل في الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث كانت قيمة (ف) دالة غير مستوى 0.01.

- تحقق الفرض السادس جزئيًا، حيث لم يثبت وجود فروق في متوسطات درجات الذكور والإناث في دوافع الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا، في حين ثبت وجود فروق بين متوسطات درجات الفئات العمرية في دوافع وأسباب الحصول على

المعلومات حول جائحة فيروس كورونا لصالح الفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 45 سنة، ووجود فروق بين المقيمين بالحضر والمقيمين بالريف لصالح المقيمين بالحضر حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف التعليم ومستوى الدخل في دوافع اعتماده على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار المقدمة حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.01.

- تحقق الفرض السابع جزئيًا، حيث لم يثبت وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات درجات الذكور والإناث في مستوى الوعي الصحي حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائيًا بين متوسطات أفراد العينة باختلاف السن في مستوى الوعي الصحي، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.01.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مستوى الوعي الصحي حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف التعليم في مستوى الوعي الصحي، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف مستوى الدخل في مستوى الوعي الصحي، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.01.

توصيات البحث:

في ضوء ما توصلت إليه نتائج البحث الحالي، توصي الباحثة بما يلي:

- استثمار وسائل الإعلام الجديد كوسائل لها إقبال جماهيري كبير في زيادة الوعي لدى الجمهور بصفة عامة والوعي الصحي بصفة خاصة ليساعدهم على تخطي الأزمات.

- ضرورة التكامل والتنسيق بين كافة وسائل الإعلام فيما يتعلق بنشر الوعي الصحي حول جائحة فيروس كورونا.

- تفعيل موانئ الشرف الأخلاقية الخاصة بالإعلام الجديد في نشر المعلومات والأخبار وتحري الدقة والموضوعية قبل النشر وتقييد الشائعات والأخبار الكاذبة؛ حتى لا يؤدي لنشر الخوف والقلق بالمجتمع.

- تطوير إعداد الكوادر المهنية المؤهلة في مجال الإعلام الصحي والعمل على تطوير أدائهم باستمرار للعمل بشكل أكثر كفاءة.
- الاهتمام بمجال الإعلام الصحي، وتقديم كافة السبل والإمكانات لتطويره والنهوض به؛ لما له من دور هام لينعكس بشكل إيجابي على الفرد والمجتمع.
- إجراء مزيد من الأبحاث والدراسات المستقبلية حول دور وسائل الإعلام المختلفة في تعزيز وتنمية الوعي الصحي.
- إجراء دراسات مقارنة بين سلوك استقاء الجمهور للمعلومات الصحية حول الأمراض المختلفة والأوبئة في فترات زمنية مختلفة داخل المجتمع الواحد، وكذلك بين بيئات اجتماعية مختلفة.

المراجع

- (1) عبد الله المهاجري 2017م: دور الإعلام في نشر التوعية الأسرية في المجتمع، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد الثاني، أغسطس.
- (2) محمد محمد المغير 2020م: إدارة المحتوى الإعلامي في الاعتداء على قطاع غزة نوفمبر 2019م، ما بين نشر الإشاعة والطمأنينة، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي العربي، العدد التاسع، برلين.
- (3) جاد عويدات (2020م): "تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر الفيسبوك: دراسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "France24 عربي"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين: ألمانيا "العدد الحادي عشر".
- (4) محمد محمد عبد ربه المغير (2020م): "السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين: ألمانيا، (العدد الحادي عشر)، ص458.
- (5) مسعودة فلوس، الخنساء تومي (2020م): "الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، (العدد الحادي عشر).
- (6) وليد محمد عبد الحليم محمد عاشور (2020م): "تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا المستجد Covid-19 - دراسة ميدانية"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين: ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو.
- (7) Abdelhafiz, A.S., Mohammed, Z, Ibrahim, M.E, Ziady, H.H., Alorabi, M., Ayyad, M, and Sultan, E.A, Knowledge, Perceptions, and Attitude of Egyptians

Towards the Novel corona virus Disease (Covid-19). Journal of community Health, 2020, p.p.1-10.

- (8) Han Woo Park et al, (2020): Conversations and medical News frames on twitter infodemiological study on covid-19 in south korea, Journal of Medical Internet Research, 05May 2020, Available at: <https://researchgate.net/publication/340215785>.
- (9) Lisa Singha: Afirst Look at Covid-19, Information and misinformation on Twitter: apaper presented to University of minnesoto, 2020.
- (10) Rajvikran. Madurai: Restructured society and environment: Areview on potential technological strategies to control the covid-19 pandemic, science of the total Environ ment, 2020.
- (11) Wang. C.J. Ng,C.Y., and Brook, R.H. (2020): Response to Covid-19 in Taiwan: big data analytics, New technology, and proactive testing. Jama, 323 (14), 1341-1342.

(12) عيشة علة، دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19) دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين: المركز العربي الديمقراطي، العدد الحادي عشر، مايو 2020، ص496-515. <http://democraticac.de/?>

(13) مرتضي البشير الأمين، خالد عبد الحفيظ محمد (2020م): وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا (صفحة الموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية على الفيس بوك- أنموذجًا)، المركز الديمقراطي العربي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الحادي عشر، مايو. <http://democraticac.de/?>

(14) الزهراء محمد أحمد (2018): "دور الصفحات الصحية على الفيس بوك في تنمية الوعي الصحي لدى المراهقين"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة).

(15) مها حسن مختار (2018م): "التماس المعلومات الصحية من شبكة الإنترنت"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، عدد 21.

(16) خالد فيصل الفرغ (2016م): "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 14.

(17) مها كاظم العكلي (2015م): "الوعي الصحي عبر وسائل الاتصال دراسة لقياس الواقع الصحفي لدي طلبة جامعة بغداد بشأن مرض الإيدز"، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العدد 27.

(18) نورة حمدي محمد: "علاقة التعرض للصحف السعودية (الورقية والإلكترونية) بمستوي المعرفة بمرض كورونا"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 43، يناير 2015م، ص85: 166.

- (19) عثمان محمد العربي (2014م): "استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانة والتغذية والنشاط البدني- دراسة مسحية في مدينة الرياض"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، تصدر عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.
- (20) Kyungenn Jang and Young Min Baek, When Information From Public Health Officials in Untrustworthy: The use of online News, Interpersonal Networks, and social Media during the MERS Outbreak in south korea. Health communication Journal. Vol 34. No9.2019, p991-998.
- (21) QaziA, Qazi, J, Naseer,K, Zeeshan, M, Hardaker, G, Maitama, J.Z, and Haruna, K, analyzing situational Awareness through public opinion to predict adoption of social distancing amid pandemic covid-19, Journal of medical virology 1-7, 2020.
- (22) سامي طايح (2001): "بحوث الإعلام"، ط1 (القاهرة: دار النهضة العربية)، ص167.
- (23) سمير محمد حسين (1995م): دراسات في منهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتاب، الطبعة الثانية، ص131.
- (24) Roger D. Wimmer And Joeph R. Dominick, (2003) ; Mass Media Research: An Introduction (New York: Wadsworth publishing company) pp. 113-114.
- (25) محمد عبد الحميد (2000م): البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: دار عالم الكتب)، ص153.
- (26) صلاح مصطفى الفوال (1982م): مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، (القاهرة: مكتب غريب)، ص35.
- (27) Roger D. Wimmer and Joeph R. Dominick, op. cit, p114.
- (28) Sun, Shqojing Rubin, Alan M. Haridekis poul M. (2008). "the role of motivation and media in volvmnt in explaining internet depending". Pp 408-431 in: Journal of Broad casting and Electronic media. Vol (52) Issue (3).
- (29) منظمة الصحة العالمية (19 مارس 2020): المصطلحات الطبية المتعلقة بفيروس كورونا متاح على موقع المنظمة WWW.emro.who.int/ar/cov.org
- (30) صندوق الأمم المتحدة للسكان (مارس 2020م): فيروس كورونا من منظور اجتماعي، نيويورك متاح بالموقع الإلكتروني WWW.unfps.org
- (31) منظمة الصحة العالمية (18-5-2020م): فيروس كورونا المستجد (ncov-2019)، مقال على رابط المنظمة (<http://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel.coronavirus-2019>)
- (32) منظمة الصحة العالمية (2012م). متاح عبر الموقع الإلكتروني <http://www.who.int/mediacentre>

- (33) ماهر عودة الشمالية وآخرون (2014م): "الإعلام الرقمي الجديد"، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ص19.
- (34) انتصار إبراهيم، صفد حسام الساموك، (2011م): "الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، العراق، ص ص8-9.
- (35) حسنين شفيق، (2013م): "علم النفس والإعلام الجديد، دار فكر وفن، القاهرة، مصر، ص52.
- (36) رايح عمار (2017م): "الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني"، دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، شعبة علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة أحمد بن بله، وهران، الجزائر، ص66.
- (37) موقع المركز الوطني للوقاية من الأمراض ومكافحتها، الدليل الإرشادي لفيروس كورونا، (الحجر الصحي- العزل الطبي).
- http://covid-19.cdc.gov.sa/ar/professionals-health_workers-ar/guideline_for_quarantine_and_isolation-ar/
- (38) يونيسف: رسائل وأنشطة رئيسية للوقاية من مرض كوفيد-19 والسيطرة عليه في المدارس مارس/ آذار 2020م، 2020/5/10 متاح من خلال www.unicef.org/media/65781.org.
- (39) موقع منظمة الصحة العالمية 19 مارس 2020م متاح على الرابط www.emro.int/ar/cov.org
- (40) محمد الزكري: "جهود الصحافة في نشر المعرفة الصحية: دراسة تحليلية على الصفحات الصحية" رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، 2006)، ص54.
- (41) منظمة الصحة العالمية: دليل التثقيف الصحي في مجال الرعاية الصحية الأولية، التثقيف من أجل الصحة، المكتب الإقليمي لشرق المتوسط الإسكندرية، الطبعة الأولى.
- (42) أبو السعود إبراهيم، محمد عبد الهادي (2001م): "النشر الإلكتروني ومصادر المعلومات الإلكترونية"، القاهرة- دار الثقافة العلمية.
- (43) Little John, Stephen W. and Foss, Karen A. (2008) ; Theories of Human Communication 9th Edition (Australia: Thomson wodswoth) pp 302-203.
- (44) Pablo Halpern, (1994) ; Media Dependency and political perception in an Authoritarian Political system, Journal of Communication, Vol. 14, No. 3, p.60.
- (45) Baran, Stanley J. (2010) ; Introduction to mass communication: Media Literacy and cul ture, Updated fifth Edition, Boston: Mc Graw- Hill.
- (46) Stanly J. Baran Dennis K. Davis. Mass Communication theory. Third Edition, United states, 2003, P.320.

- (47) نهلة محمود رضا: "دور الصحافة المدرسية في إمداد المراهقين الصم بالمعلومات"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2004)، ص90.
- (48) Sandra Ball- Rokeach, Melvin Defleur, Adependency model of mass- Media effects. Communication Research, 1976, P7.
- (49) Tyrone H Glade, September 11/2001; Individual Media Dependency Perspective. Master thesis. Young university, 2004, p42.
- (50) حسن عماد مكاوي (2004): "نظريات الإعلام"، ط (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع)، ص200.
- (51) المرجع السابق نفسه، ص213: 214.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Language checker: Gamal Abogabal: Demonstrator at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by : Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 55 October 2020 - part 5

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.