

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

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

نائب 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

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد 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 الرابع والخمسون - الجزء الرابع - ذو القعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: 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

- التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية
أ.م.د. نشوة سليمان عقل
٢٠٣٧
-
- اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد
أ.م.د. نادية محمد عبد الحافظ
٢٠٩٣
-
- اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر.. دراسة ميدانية
أ.م.د. طارق محمد محمد الصعيدي
٢١٦٩
-
- توظيف مقاطع الفيديو التشاركية في التوعية بجائحة كورونا والوقاية منها - دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية
د. محمد بسيوني جبريل
٢٢٢٧
-
- معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد ١٩) «دراسة تحليلية»
د. ريهام مرزوق إبراهيم عبدالدايم
٢٢٩١
-
- تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا - تقييم مرحلي
د. آمال إسماعيل محمد زيدان
٢٣٥٣
-
- استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا (دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية)
د. نرمين علي عجوة
٢٤٣٣

- ٢٤٩٥ ■ دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا
د. أحمد محمد صالح العميري
-
- ٢٥٣٧ ■ التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم
د. إيمان عاشور سيد حسين
-
- ٢٦٠٥ ■ اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد ١٩ وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم
د. حسام فايز عبد الحي
-
- ٢٦٥٧ ■ دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية
د. ولاء فايز محمد السريتي
-
- ٢٧١٣ ■ اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-١٩) في منطقة جازان
د. دعاء عادل، وآخرون
-
- ٢٧٥٥ ■ توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية- دراسة تحليلية
د. سمير محمود

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- 9168	2366- 9168	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836	1110- 6836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844	1110- 6844	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

● دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال فى نشر التوعى الصحى
عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية

- **The role of media campaigns in children's channels in spreading health awareness about the Corona virus and its effects on middle school students**

● د/ ولاء فايز محمد السريتي

مدرس الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام التربوى- كلية التربية النوعية -
جامعة المنوفية.

walaa.elserati@sed.menofia.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الحملات الإعلامية التوعوية بقنوات الأطفال الفضائية فى نشر الوعي الصحي لدى طلاب المرحلة الإعدادية الخاصة بفيروس كورونا، ومعرفة تأثيرات الحملة على الأبعاد الاجتماعية والمعرفية والسلوكية الخاصة بهؤلاء الطلاب، كما هدفت الدراسة إلى معرفة نوعية المعلومات التي استفاد بها الطلاب عينة الدراسة من خلال متابعة محتوى الحملة وقياس مدى الاستفادة من تلك المعلومات، واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي عن طريق اختيار العينة المحسوسة وطبقت على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من المبحوثين والمبحوثات بمدارس السادات وأشمون، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى: وجود فروق دالة إحصائية بين الطلاب عينة الدراسة في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا وفق المتغيرات الديموجرافية، وتراوحت النسب المئوية لدرجة تعرض الطلاب للقنوات الفضائية المفضلة لديهم في مشاهدة الحملات التوعوية المتعلقة بفيروس كورونا ما بين (٧٦,٥٨٪ - ٤٩,٣٣٪)، حيث جاءت قناة (ماجد) في الترتيب الأول، بينما جاءت قناة (سمسم) في الترتيب الأخير، ووجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل الاستفادة من تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية، وتراوحت النسب المئوية لمدى استفادة الطلاب من متابعة الحملات التوعوية الصحية في القنوات الفضائية المخصصة للأطفال ما بين (٩٤,٨٦٪ - ٣٣,٢٦٪)، حيث جاءت عبارة (أحرص على غسل يدي باستمرار خوفاً من أصابتي بكورونا) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (بعد كورونا أفتقد اللعب مع أصدقائي) في الترتيب الأخير

الكلمات المفتاحية: الحملات الإعلامية- الوعي الصحي- التأثيرات- فيروس كورونا

Abstract

The study aimed to know the role of awareness campaigns in children's satellite channels in spreading health awareness among students of the preparatory stage of Corona virus and to know the effects of the campaign on the social, cognitive and behavioral dimensions of these students. The study also aimed to know the type of information that students benefited from the study sample through following The content of the campaign and measuring the extent of benefiting from this information, and the researcher relied in its study on the survey method by selecting the physical sample and applied to a sample of 300 individuals from the respondents in the Sadat and Ashmoun schools, and the study reached its results to:

- There are statistically significant differences between the study sample students in the rate of their benefit from the information and topics that they were exposed to in the awareness campaigns in the Corona virus according to demographic variables.
- The percentages of students' exposure to their favorite satellite channels in watching awareness campaigns related to Corona virus ranged between (76.58: 49.33%) where (Majid) came in the first order, while (Sesame) came in the last.
- There was a positive correlation with statistically significant rate of benefit from students' exposure to health awareness campaigns with Corona virus and rate of social, behavioral and cognitive effects.
- The percentages of students' benefit from following up healthy awareness campaigns in satellite channels designated for children ranged between (94.86: 33.26) where the phrase (I make sure to wash my hands constantly for fear of my corona) came in the first order, while the phrase (after Corona I miss Playing with my friends) in the last order.

Key words: media campaigns, health awareness, effects, corona virus

يعيش العالم اليوم حالة من الرعب والخوف والهلع حيث تشكل الصحة رأس مال الجميع، فهي نعمة من نعم الله بها يستطيع الإنسان أن يفعل كل شيء، كما أنه يتمكن من تحقيق وإنجاز جميع مهامه اليومية وأعماله الخاصة والعامة وتلبية جميع متطلباته الإنسانية والمعرفية والاجتماعية، وكما يختلف الوعي من شخص لآخر يضطلع الإعلام كمؤسسة اجتماعية بدور بارز في تشكيل وعي المواطنين.

إضافة إلى ذلك، فقد اهتمت الحملات الإعلامية والتوعوية في الفترة الأخيرة، خاصة في ظل جائحة كورونا، بتقديم العديد من الموضوعات على اختلاف أنماطها وأشكالها، حيث تسهم بقدر عالٍ في نشر الوعي الصحي والمساهمة في نشر السلوكيات الصحية السليمة، وذلك يتطلب أن تكون الحملات الإعلامية على قدر عالٍ من المهنية والمصداقية؛ لذا لا بد أن تتضمن هذه الحملات الثقافة الصحية وكيفية تميمتها لدى الجمهور.

ومن خلال متابعة الأحداث والحملات الإعلامية وبعض المضامين، لاحظت الباحثة تخصيص العديد من الفئات البرمجية والحوارية من أجل توعية الجمهور بجائحة كورونا وتعريفهم بطرق الوقاية وطرق انتقال العدوى وكيف يستطيعوا حماية أنفسهم من هذا الخطر، كما قامت بمعالجة جائحة كورونا وبث العديد من المواد الداعمة للأزمة التي تعمل على تثقيف الجمهور بكل فئاته، وبالتالي اختصت المضامين بفئة الأطفال كجزء أساسي من المجتمع خاصة بعد انتشار العديد من الأخبار والمعلومات التي أكدت على إمكانية إصابة الأطفال بهذا الفيروس بعدما ذاع في البداية بين الجمهور عدم إمكانية وصول الإصابة لهذه الفئة بالتحديد.

وهذا ما سبب العديد من علامات القلق بين الأمهات، وانتقل هذا القلق إلى الأبناء، وبالتالي تأثر الأبناء بما يسمعونه ويرؤونه من مضامين ومعلومات متعلقة بإصابات وحالات وفاة وطرق وقاية وغيرها من المعلومات والبيانات التي ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بفيروس كورونا.

* الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بالاطلاع على العديد من الدراسات والأدبيات العلمية للوصول إلى عدد من الدراسات السابقة التي تتصل بالموضوع الحالي للدراسة، ويمكن الاستفادة منها في تحليل ورصد الظاهرة محل الدراسة الحالية، وتم سرد هذه الدراسات كآتي:

المحور الأول: دراسات خاصة بالحملات الإعلامية:

١- دراسة (دريال كريمة، ٢٠١٨)^(١): هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي، واستخدامت الباحثة المنهج الوصفي المسحي بالاعتماد على أداة الاستبانة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن من وسائل الإعلام الأكثر تداولاً بين أفراد العينة (المرأة) والأكثر تعرضاً لها هي الإنترنت، وأن نسبة (٥٦٪) من أفراد عينة الدراسة تعرضن لوسائل الإعلام يوميًا، وأن من أكثر أسباب ودوافع تعرض المرأة لوسائل الإعلام متابعة المواضيع الصحية والقضايا الاجتماعية، وأن اهتمام المرأة بالمضامين التي تهتم بالقضايا الصحية يكون دائمًا، واهتمام المرأة بوسائل الإعلام بشكل كبير وهو ما توضحه نسبة اهتمامها التي قدرت ب(٨٦,٧٪)، ورأى أفراد العينة أن وسائل الإعلام لها تأثير بشكل فعال على زيادة وعيهم الصحي، ويرون أن درجة فعاليتها كبيرة جدًا، واعتماد المرأة على وسائل الإعلام للحصول على المعرفة للكشف المبكر عن سرطان الثدي يكون بدرجة متوسطة، وهو ما أوضحتها نسبة (٦٦,٧٪)، ومن بين وسائل الإعلام المتداولة يرى أفراد عينة الدراسة أن التلفزيون والإنترنت مفيدة بشكل كبير في تنمية الوعي الصحي لديهم.

٢- دراسة (بشير مصطفى، ٢٠١٦)^(٢): هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إقبال الطلبة على متابعة الحملات الإعلامية، ومعرفة أهمية ودور الحملات الإعلامية في نشر الوعي الصحي، ولتحقيق هذه الأهداف اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، وتم استخدام العينة الحصصية المتساوية من جمهور طلبة علوم مستعدين في جمع المعلومات بأداة رئيسية، هي استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن اهتمام الطلبة بالحملات الإعلامية جاء بدرجة متوسطة، واحتل التلفزيون المرتبة الأولى في مشاهدة الحملات الإعلامية من بين وسائل الإعلام، وأن تأثير الحملات الإعلامية على الطلبة كان بدرجة متوسطة وتأثير إيجابي، وأن الدور التوعوي للطلبة أكثر الأدوار التي تؤدها الحملات الإعلامية، وتسهم الحملات الإعلامية في نشر وعي

صحي لدى الطلبة الجامعيين بدرجة المساهمة متوسطة، كما أن الحملات الإعلانية تفتح مجالاً كبيراً لاكتساب المعلومات.

٣- دراسة (Brenda Scholtz & Clayton Burger) (٢٠١٦)^(٣): هدفت هذه الدراسة

إلى التعرف على دور الحملات فى التوعية البيئية عبر وسائل التواصل الاجتماعى بمؤسسة التعليم العالى بجنوب أفريقيا، وتم إجراء المسح بالاستبيان على عينة ٢٥ فرداً من المشاركين، وأظهرت النتائج أن غالبية المشاركين استخدموا face book بنسبة ٩٦٪. وكشفت النتائج أن الحملة كان لها عدد من الفوائد الإيجابية فى تعزيز الوعي البيئى، وإفادة المشاركين من الحملة ومشاركتهم فى المحتوى المقدم على مواقع التواصل الاجتماعى، وكانت هناك زيادة واضحة فى المعرفة البيئية للمشاركين؛ لكون وسائل التواصل الاجتماعى تعد وسيلة صالحة للقيام بحملة توعية بيئية؛ لتنفيذ الإرشادات المقدمة بنجاح.

٤- دراسة (حليمة حبوح، ٢٠١٥)^(٤): هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي

تقوم به الحملات الإعلامية التليفزيونية فى التوعية الصحية للجمهور الجزائري، وأيضاً التعرف على عادات وأنماط مشاهدة سكان مدينة أم البواقي للحملات والتعرف على الحملات الإعلامية التليفزيونية الخاصة بالتوعية الصحية من طرف الجمهور الجزائري، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى التحليلي، واستعانته بأداتي الاستبيان والمقابلة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن السكان يشاهدون كل البرامج التي تبث عبر التليفزيون مع وجود تفاوت في درجات المشاهدة؛ حيث عادت على نسبة المشاهدة الأخبار تليها البرامج السياسية بنسبة أقل، ثم المسلسلات والبرامج الاجتماعية بنفس نسبة المشاهدة، ثم الأفلام بنسبة أقل، وبعدها حملات التوعية بنسبة قليلة جداً.

٥- دراسة (إيمان فتحي، ٢٠١٣)^(٥): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الحملات

الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية فى توعية الشباب الجامعي، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح بالعينة، كما استخدمت الدراسة استمارة تحليل المضمون باعتبارها إحدى أدوات جمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها استخدام جميع الحملات الإعلامية محل الدراسة للغة العامية بنسبة ١٠٠٪، وأن جميع الحملات الإعلامية محل الدراسة اعتمدت على الأسلوب المنتظم فى عرض رسائلها بنسبة ١٠٠٪، وتناولت أغلبية الحملات الإعلامية محل الدراسة رسالة واحدة بنسبة ٩٤٪، بينما تناولت حملة واحدة فقط بنسبة ٩٪، وأن (فئة

أكثر من قالب فني) جاءت في مقدمة القوالب الفنية للرسالة المقدمة بالحملات الإعلامية محل الدراسة بنسبة ٣٢,٦٪، وجاءت (الأغنية المنتجة خصيصًا للحملة) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٥٪، ثم (مادة مصورة مصحوبة بتعليق صوتي) بنسبة ٢٣,٢٪، ثم (الأغنية المتخذة من لحن أغنية معروفة، والعمل الدرامي) في المرتبة الثالثة بنسبة ٧,٦٪، وأخيرًا (المقال، والريورتاج) بنسبة ٢٪ لكل منهما، كما جاءت أهداف التوعية والإرشاد والتوجيه في المرتبة الأولى بنسبة ٢٨,٣٪، يليها هدف تقديم معلومات في المرتبة الثانية بنسبة ١٥,١٪، بينما لا توجد أهداف أخرى للرسائل التي تحتويها الحملات الإعلامية.

٦- دراسة (Li- Ling, Huang) (٢٠١٣)^(٦): هدفت هذه الدراسة إلى تقييم حملات الإعلام الجماهيري لتغيير المدخنين (المعارف- المواقف- والسلوك) في تايوان والصين، وتشير إلى أن الإعلانات التليفزيونية المناهضة للتدخين أكثر فاعلية إذا كانت تحتوي على رسائل من المذكرات العاطفية أو شهادات شخصية تصور عواقب وخيمة ناتجة عن التدخين، وقد أظهرت الدراسة عدة نتائج، من أهمها أنها أكدت أن حملات وسائل الإعلام التي تحتوي على رسائل عاطفية ورسوم بيانية يتم نقلها ثقافيًا أو شخصيًا يمكن أن يكون لها دور كبير في التوعية بأضرار التدخين، وتغيير المواقف المؤيدة للتدخين وتحفز في الإقلاع عن التدخين في آسيا.

٧- دراسة (لامية صابري، ٢٠١٠)^(٧): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الحملات الإعلانية في باقة mbc التوعوية الدينية للشباب وآثارها المحتملة عليهم، واعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة من خلال أدوات جمع البيانات المتمثلة في استمارة استبيان وزعت على الشباب عن طريق عينة قصدية قوامها (٣٠٢) مفردات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن حملة "أقم صلاتك" هي أكثر الحملات التي أثارت اهتمام الشباب بنسبة (٢٥,٥٣)٪، وأن أكثر المبحوثين مجبرين على مشاهدة الإعلانات في انتظار عودة البرامج بنسبة (٢١,٤١)٪، وتعتبر أكثر المعلومات المكتسبة من الحملات الإعلانية متعلقة بمعاملة الناس وكيفية التمازج معهم ممن يكتسبون معلومات مختلفة بنسبة (٢٥,٤٣)٪، يليها يتعلمون ويكتسبون بنسبة (٢٤,٠٣)٪، وكيفية ضبط النفس والتعامل مع وساوس الشيطان ممن يكتسبون معلومات جديدة متعلقة بأداء الصلاة بنسبة (٢٢,٠٤)٪، وتأتي في الأخير نسبة معلومات متعلقة باللغة واكتساب عبارات ومفردات بنسبة (١٠,٤٤)٪، وأن أفراد العينة الذين يوافقون على أن الحملات

الإعلانية الدينية حسنت من أدائهم للصلاة بلغت نسبتهم (٢٢,٠٤٪)، ومن يرون أن هذه الحملات حسنت من طريقة تعاملهم مع الغير نسبتهم (٤٤,٥٤٪).

٨- دراسة (Robert&Others,Griffin) (٢٠٠٨)^(٨): هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع الجمهور للتعرض لحملات التوعية بمخاطر الفيضانات، والتعرف أيضًا على الدوافع والعوامل التي تجعل الأفراد ينتبهون للحملات الإعلامية عن مخاطر الفيضانات، بل ويسعون لطلب المزيد من المعلومات عنها، واستعانت الدراسة بنموذج طلب وتمثيل المعلومات، وتم إجراء مكالمة هاتفية مع سكان مقاطعة Menomonee River Watershed الأكثر تعرضًا لمخاطر الفيضانات، وذلك في الفترة من أكتوبر ١٩٩٩ حتى عام ٢٠٠٠، ثم تم إجراء استقصاء بالمقابلة مع نفس العينة في فترة شتاء عام ٢٠٠٠ حتى عام ٢٠٠١، وتوصلت إلي مجموعة من النتائج من أهمها: أن سكان هذه المقاطعة كانت لديهم قدرة أكبر من طلب المعلومات، وتمثيلها بشأن خطر الفيضان نظرًا لإحساسهم بقرب الخطر منهم، وتأثيره القوي عليهم، وأن الأعلى في المستويات التعليمية كانوا الأعلى في قدرتهم على طلب وتمثيل المعلومات.

١- المحور الثاني: دراسات خاصة بالوعي الصحي

١- دراسة (رشيد، ٢٠١٩)^(٩): هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى الوعي الصحي لدى طلبة الجامعة، والتعرف على الفروق بين الجنسين في مستوى الوعي الصحي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي للتحقق من نتائج الدراسة، وقد تم استخدام مقياس للوعي الصحي مكون من خمسة محاور (التغذية- ممارسة النشاط الرياضي- الصحة الشخصية- الصحة النفسية- القوام)، بمجموع عبارات 47 عبارة، وتم استخدام اختبار مؤشر كتلة الجسم.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- أن مستوى الوعي الصحي العام لطلبة الجامعة مرتفع.
- لا توجد فروق دالة إحصائية في مستوى الوعي الصحي لدى الطلبة تبعًا لمتغير المستوى الدراسي (الكلية والمعهد).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الصحي لدى الطلبة تبعًا لمتغير الجنس لصالح الذكور.

٢- دراسة (رياب حلاب، ٢٠١٨)^(١٠): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الوعي الصحي ومصادر الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة محمد

بوضياف، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي للتحقق من نتائج الدراسة، وقد تم استخدام مقياس للوعي الصحي مكون من خمس محاور (صحة الغذاء- الأمراض المعدية- صحة البيئة- صحة الفرد- المخدرات والتدخين)، مكونة من (٥٥) فقرة، وقد جرى التحقق من خصائصها السيكومترية، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- أن أفراد العينة بحاجة إلى وعي عالٍ في كل المجالات، وعلى الأداة ككل؛ لأن المستوى جاء منخفض، ولا توجد فروق بين الجنسين في مستوى الوعي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الصحي لمجال مصادر الحصول.

٣- دراسة (هدى كاظم، ٢٠١٨)^(١١): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الوعي الصحي لدى طلبة كلية التربية بجامعة القادسية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثلت أداة البحث في مقياس الوعي الصحي، وتوصلت إلى أن طلبة كلية التربية بجامعة القادسية يمتلكون مستوى جيداً من الوعي الصحي، وعدم وجود فروق دالة إحصائية في مستوى الوعي الصحي وفق متغير الجنس، ووجود فروق ذات دالة إحصائية وفق متغير التخصص (علمي- إنساني) لصالح التخصصات العلمية.

٤- دراسة (دبن زيدان وآخرون، ٢٠١٦)^(١٢): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الوعي الصحي لدى الطلبة المعاقين حركياً الممارسين وغير الممارسين للنشاط الرياضي، بقصد توضيح أهمية الممارسة الرياضية في المحافظة على الصحة، وتم استخدام المنهج التجريبي على عينة قوامها ١٠٠ معاق حركياً منهم ٥٠ ممارساً للنشاط الرياضي من بعض الولايات (مستغانم-سعيدة -عين تيموشنت- غليزان) بدولة الجزائر، ومن الأدوات المستخدمة مقياس الوعي الصحي، وجاءت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن المعاقين حركياً الممارسين للنشاط الرياضي (كرة السلة على الكراسي المتحركة) لديهم وعي صحي عالٍ مقارنة بالمعاقين حركياً غير الممارسين للنشاط الرياضي، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الصحي بين المعاقين حركياً الممارسين وغير الممارسين لصالح عينة الممارسين للنشاط الرياضي.

٥- دراسة (عبد الحليم، ٢٠١٣)^(١٣): هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الضبط الصحي على مستوى الوعي الصحي لدى طلبة المركز الجامعي، وتم استخدام

المنهج الوصفي باستخدام المقياس الذي طوّره عماد الدين وزملاؤه عام (٢٠١٢)، ومقياس مصدر الضبط الصحي متعدد الأبعاد (لوالستون)، وتم التوصل إلى أن مستوى الوعي الصحي لدى طلبة المركز الجامعي عالٍ جدًا، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الوعي الصحي.

٦- دراسة (عبد الحسين وآخرون، ٢٠١٢)^(١٤): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الوعي الصحي لدى طلبة كلية التربية الرياضية بجامعة المثلى، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثلت أداة الدراسة في مقياس الوعي الصحي ومصادر الحصول على المعلومات الصحية، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى الوعي الصحي لدى أفراد عينة الدراسة متدني كما توصلت إلى وجود فروق دالة إحصائية تبعًا لمتغير الجنس لصالح الإناث، كما توصلت إلى فروق دالة إحصائية تبعًا لمتغير التخصص الدراسي لصالح التخصصات العلمية.

٧- دراسة (بسام الأمامي، ٢٠١١)^(١٥): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استقصاء مستوى الوعي الصحي ودرجة الممارسات الصحية لدى طلاب المرحلة الأساسية في مدارس محافظة معان، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثلت أداة الدراسة بمقياس الوعي الصحي، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى الوعي الصحي ودرجة الممارسات الصحية كانت مرتفعة، وأيضًا وجود فروق دالة إحصائية لأثر النوع الاجتماعي على مستوى الوعي الصحي ودرجة الممارسة للطلبة.

٨- دراسة (سوزان زكنة، ٢٠٠٩)^(١٦): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الوعي الصحي ومصادره لدى طلبة كلية التربية (ابن الهيثم)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على أداة قياس الوعي الصحي ومصادره، وتم التوصل إلى امتلاك عينة الدراسة درجة جيدة من الوعي الصحي، ومستوى الوعي الصحي لطلبة قسم الكيمياء كان أعلى من مستواه لدى طلبة قسم علوم الحياة، وتدرجت مصادر الحصول على المعلومات الصحية بين الأهل في المرتبة الأولى والنشاطات الثقافية في المرتبة الأخيرة.

٩- دراسة (علي رحيم، ٢٠٠٧)^(١٧): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الوعي الصحي لدى طلبة كلية التربية المرحلة بأقسامها العلمية والإنسانية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثلت أداة الدراسة في مقياس الوعي الصحي، وتوصلت الدراسة إلى وجود فرق دال إحصائيًا في مجالي التربية الغذائية والتربية الإنجابية لدى أقسام (الفيزياء، وعلوم الحياة).

١٠- دراسة (عبدالناصر القدومي، ٢٠٠٥)^(١٨): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المستوى الصحي ومصادر الحصول على المعلومات الصحية لدى لاعبي الأندية العربية لكرة الطائرة، واستخدمت المنهج الوصفي، وتمثلت أداة الدراسة في مقياس الوعي الصحي، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى الوعي الصحي كان مرتفعاً، فضلاً عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجالات الوعي الصحي، حيث كان المجال الاجتماعي أعلى المجالات، بينما لم تكن متغيرات المؤهل العلمي والخبرة دالة إحصائياً.

• **التعقيب على الدراسات السابقة والاستفادة منها:**

- تتفق الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بموضوع التوعية الاجتماعية الصحية خاصة في الأزمات الصحية، وهكذا إبراز ما للتوعية من فوائد في التقليل أو الحد من الظواهر السلبية وتعزيز سلوكيات ومواقف إيجابية في الفرد والمجتمع عامة.
- اتفقت الدراسة الحالية مع كل من دراسة (بشير مصطفى، ٢٠١٦)، و(حليمة حبجوب، ٢٠١٥) في استخدام العينة الحصصية المتساوية من الجمهور، وأيضاً اتفقت مع دراسة (دربال كريمة، ٢٠١٨) في استخدام المنهج الوصفي المسحي.
- ركزت أغلب الدراسات السابقة على فئات من الطلبة الجامعيين، واختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة، حيث اختارت الباحثة عينة عمدية من طلاب المرحلة الإعدادية، ويرجع ذلك لأن هؤلاء الطلاب اعتادوا على الحرية التي سلبت منهم بين يوم وليلة بسبب انتشار جائحة كورونا؛ فكان لابد من التطرق إلى معرفة دور الحملات الإعلامية في تخفيف الآثار النفسية والاجتماعية والسلوكية في إحداث التغيير والتعامل مع فيروس كورونا المستجد.
- في دراسة (علي رحيم، ٢٠٠٧) لم تكن فروق بين أقسام كلية التربية في مجال الصحة والوقاية من الأمراض، لأنها وجدت فروقاً بين أقسام علوم الحياة على حساب قسمي التاريخ والعلوم التربوية.
- استخدام مقياس للدراسة، وهو مقياس لقياس التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والوجدانية، أما الدراسات السابقة فأغلبها استخدم مقياس الوعي الصحي، مثل دراسة (القومي، ٢٠٠٥)، و(زنكنة، ٢٠٠٩)، و(الأمامي، ٢٠١١).
- الاختلاف في الظروف، حيث أن كل باحث لديه أهداف خاصة يريد الوصول إليها.

- لذا، استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد أدوات الدراسة ومنهجها، كذلك اختيار العينة المناسبة، وصياغة متغيرات ومصطلحات الدراسة بطريقة صحيحة.
- كما استفادت الباحثة في التعقيب وتفسير النتائج التي تم الوصول إليها في هذه الدراسة.
- المساعدة في بناء الإطار المعرفي للدراسة، وتشكيل هيكل عام لها.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد متغيرات الدراسة.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في صياغة الإطار النظري والتعليق والتفسير.

• الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية، تنقسم إلى شقين (شق ميداني- شق تحليلي)، للتعرف وتحديد الشكل الإعلامي لهذا المضمون المقدم بقنوات الأطفال، وحتى تكون هذه الدراسة الاستطلاعية استرشادية للباحثة في صياغة إشكالية الدراسة.

قامت الباحثة بعمل استطلاع رأي لبعض من النخبة الأكاديمية الإعلامية المتخصصة في مجال الإذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة والإعلان بكليات الجامعات المصرية*، عن تحديد الشكل الإعلامي الذي يقدم به مضمون التوعية الصحية عن فيروس كورونا المستجد في قنوات الأطفال الفضائية مثل (قناة ماجد الفضائية- سييس تون الفضائية- CN بالعربية- Mbc3 الفضائية)، وتم عرض هذا المضمون المقدم إلى

* أ.د/ محمد معوض إبراهيم: أستاذ الإعلام وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.
 أ.د/ بركات عبد العزيز: أستاذ الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
 أ.د/ محمود يوسف مصطفى: أستاذ العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
 أ.د/ وائل عبد الباري: أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاجتماع - كلية البنات- جامعة عين شمس.
 أ.د.م / سكرة حسن البريدى: أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
 أ.د.م/ رباب صلاح: أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
 أ.د.م/ السيد السعيد عبد الوهاب: أستاذ العلاقات العامة المساعد بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنوفية.
 أ.م.د/ حنفي حيدر: أستاذ الإعلام المساعد المتفرغ بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.
 أ.م.د/ وائل صلاح نجيب: أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد ورئيس قسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.
 أ.م.د/ عبد المحسن حامد عقيلة: أستاذ الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.
 أ.م.د/ ناصر عبد الفتاح: أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا.

هذه الفئة، فجاء رأي النخبة بنسبة ١٠٠٪ أن هذا الشكل الإعلامي هو حملات إعلامية، ويرجع ذلك للأسباب الآتية:

لأنها تتضمن معايير وشروط ومبادئ الحملات الإعلامية، وهي:

- ١- لها اسم محدد وشعار ثابت (خليك_في_البيت).
 - ٢- تحديد الجمهور المستهدف (الأطفال من سن ٧-١٥ سنة).
 - ٣- لها أهداف واضحة وتم التخطيط لها بشكل مدروس وممنهج.
 - ٤- التكرار وعرضها بشكل مستمر، واستخدام أسلوب الخطة المستمرة، وهي واحدة من أهم أساليب التخطيط للحملة الإعلامية.
 - ٥- استخدام العديد من القوالب الفنية لعرض المحتوى المقدم في الحملة من أجل الجذب والتأثير.
 - ٦- تقديم رسائل واضحة محملة بكل المعلومات عن المضمون المستهدف وصوله إلى فئة الجمهور المستهدفة (تقدم أكثر من قالب فني، مثل الجرافيك والكاريكاتور والرسوم والأغاني وغيرها من القوالب والأشكال الفنية التي تسهم في جذب انتباه الأطفال).
 - ٧- لها مدة زمنية واضحة (من شهر مارس ٢٠٢٠ وما زالت مستمرة).
 - ٨- مواكبة الحملات للأحداث الجارية.
 - ٩- تحديد اتجاه الرسالة في تقديم كافة الأشكال الوقائية والصحية للتعامل مع جائحة كورونا.
 - ١٠- هدف الرسالة المقدمة يشمل تقديم كافة المعلومات عن جائحة كورونا (التوجيه- الوقاية- الإرشاد الصحي- تغيير أنماط السلوك).
 - ١١- تحديد الوسيلة المناسبة لعرضها (قنوات الأطفال).
- وتتفق هذه المعايير والشروط، التي أقرتها النخبة، مع الدراسات الآتية: (دراسة عادل عبد الغفار ٢٠٠٩)، و(دراسة لامية صابر ٢٠١٠)، و(دراسة زكريا بن صغير ٢٠١٤)، و(دراسة بوران برهان ٢٠٠١)، و(دراسة فؤاد عبدالمنعم البكري ٢٠٠٧)، و(دراسة أحمد إبراهيم عبد الهادي ٢٠١٠)، وبناءً عليه قامت الباحثة بعمل دراسة استطلاعية تحليلية لتحليل عينة من هذه الحملات الإعلامية للتعرف على المحتوى المقدم، ولأي فئة عمرية، حتى تكون هذه الدراسة الاستطلاعية استرشادية للباحثة في تحديد إشكالية الدراسة، وفي تصميم استمارة الاستبيان لكي تتناسب مع الفئة العمرية عينة الدراسة، لذا ترى الباحثة بناء على رأي النخبة أن المعلومات التي تقدمها القنوات عينة الدراسة

الحالية تعد حملة إعلامية تمتاز بخصائص وشروط وسمات الحملات الإعلامية، ومن ثم قامت الباحثة باختيار هذا المتغير.

- أهداف الحملة:

- تقديم معلومات صحية ووقائية عن فيروس كورونا المستجد حول ما يمكن القيام به، وذلك من منظور الوعي والتثقيف الصحي.
- عرض الإجراءات الاحترازية بشكل مبسط للأطفال، ونشر طرق الوقاية المقدمة من قبل وزارة الصحة والسكان ومنظمة الصحة العالمية.
- زيادة الثقافة الصحية ونشرها للأطفال عن طريق الرسوم المتحركة، والأغاني والموسيقى، والقصص، والكرتون، والمحاكاة اليومية لحياة بعض الأطفال بممارسة عاداتهم اليومية للتعايش في ظل هذه الأزمة، وخفض القلق والخوف الناجم عن المعلومات والأخبار المنتشرة عن المصابين والمتوفين.
- استخدام استمالات الإقناع المتنوعة من أجل تغيير السلوك الاجتماعي واكتساب عادات جديدة فرضها الفيروس على المجتمع، مثل غسل اليدين، وارتداء الكمامات، وعدم التصافح، واتباع أسلوب غذائي سليم، والتباعد عن جماعة الأقران، وغيرها من ممارسات تم فرضها من أجل تقليل نسب الإصابة.
- تقديم بعض المهارات الصحية والحياتية حتى يستطيع الأطفال التمييز بين أعراض كورونا وأعراض البرد العادي.
 - المداومة على غسل اليدين.
 - لا تستخدم أدوات الآخرين.
 - تجنب ملامسة العينين والأنف والفم.
 - قم بارتداء الكمامة.
 - احرص على النظافة الشخصية.
 - تناول الأغذية الصحية السليمة.
 - احرص على ممارسة التمارين الرياضية.
 - قم بتجربة عادات حياتية جديدة لكسر الملل والروتين اليومي.
 - قم بمحاكاة إنجازاتك اليومية مع أصدقائك من خلال العالم الافتراضي الخاص بك (مواقع التواصل الاجتماعي).
- مدة العرض: تتنوع مدة العرض حسب القوالب المستخدمة، وتشمل (أقل من دقيقة- من ٢-٣ ق- من ٣ ق فأكثر).

- اللغة المستخدمة: تم استخدام اللغة الفصحى في بعض الجرافيك، وتم استخدام اللغة العامية في الأغنية، وتم استخدام الفصحى البسيطة في باقي القوالب الفنية المستخدمة.

- أساليب التخطيط المتبعة في عرض الحملة: تم استخدام الخطة المستمرة من خلال التكرار في تقديم المعلومات عن انتشار فيروس كورونا، من أجل نشر الوعي الصحي، والحرص على التوعية بالإجراءات الاحترازية لهؤلاء الأطفال، والتأثير في إحداث التغيير المعرفي من خلال اكتساب المعلومات، وتغيير السلوك، وذلك من خلال المحافظة على النظافة الصحية وغسل اليدين، وارتداء الكمامات، وتناول الأغذية الصحية المفيدة.

مشكلة الدراسة:

تعب القنوات الفضائية دورًا كبيرًا في التثقيف والتوعية وإمداد الجمهور بالعديد من المعلومات الخاصة بالقضايا المتنوعة الصحية والاجتماعية والتعليمية؛ لذا يمكن توظيف القنوات الفضائية في إكساب الطلاب التوعية اللازمة لبناء معرفتهم الصحية، وبناء على ما تم عرضه من نتائج خاصة بالدراسة الاستطلاعية، تعتبر المعلومات المقدمة في القنوات الفضائية الخاصة بالأطفال بمثابة حملات موجهة؛ لذا تحاول الباحثة من خلال هذه الدراسة التعرف على دور هذه الحملات في نشر الوعي الصحي ومعرفة التأثيرات الناجمة عنها خاصة في ظل جائحة كورونا، حيث تطلبت جائحة كورونا تغيير العديد من السلوكيات مع الرفاق واللعب وغيرها من السلوكيات الاجتماعية التي اعتاد الأطفال القيام بها من قبل؛ لذا تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس: ما دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية؟

- تساؤلات الدراسة:

يتفرع من التساؤل الرئيس عدة تساؤلات أخرى فرعية منها:

- ما علاقة الطلاب بالحملات الإعلامية الخاصة بفيروس كورونا؟
- ما درجة تعرض الطلاب عينة الدراسة لقنوات الأطفال الفضائية المفضلة؟
- ما أسباب مشاهدة عينة الدراسة لهذه الحملات الإعلامية؟
- ما أساليب متابعة عينة الدراسة للحلقات والمواد الإعلامية بقنوات الأطفال الخاصة بفيروس كورونا؟

- ما مدى مساهمة الحملات التي قام الطلاب (عينة الدراسة) بمشاهدتها سابقًا في بناء وعيهم الصحي؟
- ما مستوى الاستفادة من المعلومات والموضوعات التي تعرض لها الطلاب عينة الدراسة في الحملات التوعوية؟
- ما درجة تقييم الطلاب عينة الدراسة لما تم مشاهدته في الحملات الإعلامية بالقنوات المفضلة؟
- ما تأثيرات مشاهدة الحملات الإعلامية التوعوية الخاصة بجائحة كورونا في الأبعاد (النفسية والاجتماعية والسلوكية الخاصة بالطفل).

المحور الأول: الجوانب المنهجية:

• أهداف الدراسة:

- تسعى الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق العديد من الأهداف، ويمكن الهدف الرئيس في: التعرف على دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي لدى طلاب المرحلة الإعدادية وتأثيراتها عليهم.
- يتفرع من الهدف الرئيس عدة أهداف أخرى فرعية منها:
 - التعرف على أنماط وعادات التعرض للحملات الإعلامية من خلال عينة الدراسة.
 - التعرف على الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية في زيادة الوعي الصحي بمخاطر فيروس كورونا.
 - الكشف عن درجة تقييم الطلاب عينة الدراسة لما تمت مشاهدته في الحملات الإعلامية.
 - التعرف على درجة تقييم الطلاب عينة الدراسة لما تمت مشاهدته في الحملات الإعلامية عن نشر الوعي الصحي.
 - التعرف على تأثيرات مشاهدة الحملات الإعلامية التوعوية الخاصة بجائحة كورونا في الأبعاد الخاصة بالبعد النفسي والاجتماعي والسلوكي.
 - الكشف عن الفروق المرتبطة بالمتغيرات الديموجرافية في درجات الوعي الصحي عن طريق تأثير الحملات.

- أهمية الدراسة:
 - يمكن تقسيم أهمية الدراسة إلى نوعين:
- الأهمية النظرية:
 - يمكن أن تسهم الدراسة الحالية في تقديم إطار معرفي ونظري خاص بأنواع الحملات الإعلامية ودورها في نشر الوعي الصحي.
 - تتبع أهمية الدراسة من أهمية المرحلة العمرية وطبيعة العينة وخصائصها الاجتماعية والنفسية حيث تشكل نسبة كبيرة من المجتمع المصري.
 - أهمية المرحلة الراهنة وخطورتها، وذلك من خلال التعرف على تأثيرات جائحة كورونا على عينة الدراسة.
- الأهمية التطبيقية:
 - تسهم هذه الدراسة في تقديم رؤية تربوية لتأثيرات الحملات الإعلامية التوعوية في نشر الوعي الصحي.
 - من الممكن أن تضيف بعض القيم لبعض القنوات الفضائية في الحملات الإعلامية المرتبطة بموضوعات الصحة.
 - قد تفيد هذه الدراسة العاملين في المجال التربوي والإعلامي في إعادة تقييم الحملات الإعلامية ومضمونها.
- فروض الدراسة:
 - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية.
 - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية ومعدل الاستفادة منها.
 - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا وكثافة تعرضهم.
 - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل الاستفادة من تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية.

- توجد فروق دالة إحصائيًا بين الطلاب عينة الدراسة في معدل تعرضهم لحمات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع- مستوى المعيشة- محل الإقامة- نوع المدرسة).
- توجد فروق دالة إحصائيًا بين الطلاب عينة الدراسة في معدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية الناتجة عن تعرضهم لحمات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع- مستوى المعيشة- محل الإقامة- نوع المدرسة- المستوى التعليمي للوالدين).
- توجد فروق دالة إحصائيًا بين الطلاب عينة الدراسة في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع- مستوى المعيشة- محل الإقامة- نوع المدرسة- المستوى التعليمي للوالدين).
- توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث عينة الدراسة في شعورهم أثناء مشاهدة الحملات التوعوية بفيروس كورونا.

● متغيرات الدراسة:

- اشتملت الدراسة الحالية على المتغيرات الآتية:
 - المتغير المستقل: وتمثل في التعرض للحملات الإعلامية التي قدمتها القنوات الفضائية.
 - المتغير التابع: وتمثل في نشر الوعي الصحي وتأثيرات الحملات على طلاب المرحلة الإعدادية.
 - المتغيرات الوسيطة: وتمثلت في المتغيرات الديموجرافية الآتية (النوع- محل الإقامة- نوع المدرسة- المستوى التعليمي للوالدين).

● حدود الدراسة:

- تمثلت حدود الدراسة الحالية في الآتي:
 - الحدود الموضوعية: تتناول الدراسة دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي المتعلق بفيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية.
 - الحدود البشرية: تمثلت حدود الدراسة في مجموعة من طلاب المرحلة الإعدادية بمدارس مدينة السادات ومدينة أشمون دون غيرها من المراحل العمرية الأخرى.

- الحدود المكانية: أجريت الدراسة الحالية واقتصرت على محافظة المنوفية مركز مدينة السادات ومركز أشمون دون غيرها من المحافظات الأخرى بجمهورية مصر العربية.

- الحدود الزمانية: طبقت أدوات الدراسة الحالية في الفترة الزمنية من ٢٠٢٠/٣/٢٥ حتى ٢٠٢٠/٥/٢٥.
● منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج المسحي، عن طريق استخدام العينة الحصصية، حيث يعتبر المنهج الأكثر ملاءمة لطبيعة الدراسة الحالية، من أجل قياس أهداف وفروض الدراسة الحالية؛ لذا تنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي تقدم وصفاً دقيقاً لظاهرة موضوع الدراسة الحالية.

● عينة الدراسة:

طبقت الدراسة على عينة من طلاب المرحلة الإعدادية بلغ قوامها ٣٠٠ مفردة من المبحوثين والمبحوثات (ذكور- إناث)، تم التوصل إليها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (الواتسآب- التليجرام- المنصات التعليمية)، التي تم استخدامها بعد توقف الدراسة بالمدارس، وقامت المدارس بتفعيل هذه المواقع للتواصل مع الطلاب وهذه المواقع رسمية مفعلة من قبل المدارس ووزارة التربية والتعليم.

جدول (١) يوضح توصيف عينة الدراسة الحالية:

النسبة %	التكرار	متغيرات عينة الدراسة	
٥٠%	١٥٠	ذكر	النوع
٥٠%	١٥٠	أنثى	
١٠٠%	٣٠٠	الإجمالي	
١٩%	٥٧	عالي	مستوى المعيشة
٢٥,٣%	٧٦	فوق المتوسط	
٥٥,٧%	١٦٧	متوسط	
١٠٠%	٣٠٠	الإجمالي	
٥٠%	١٥٠	ريف	محل الإقامة
٥٠%	١٥٠	حضر	
١٠٠%	٣٠٠	الإجمالي	
٥٠%	١٥٠	حكومية	نوع المدرسة
٥٠%	١٥٠	خاصة	
١٠٠%	٣٠٠	الإجمالي	

- الحملات الإعلامية:

يمكن للباحثة تعريفها إجرائيًا بأنها: نشر المفاهيم والمعلومات الخاصة بفكرة أو قضية أو مرض ما، موجهة إلى فئات معينة من الجمهور، مستخدمة التكرار لفترة زمنية محددة، وسلسلة من الرسائل الإعلامية، مع استخدام أساليب استمالة مؤثرة، من أجل إحداث تغييرات في سلوكيات واتجاهات الجمهور المستهدف والتأثير في مواقفهم بالإيجاب أو السلب.

- الوعي الصحي:

تعرفه الباحثة إجرائيًا بأنه: مدى إلمام طلاب المرحلة الإعدادية بمجموعة العادات والمفاهيم والممارسات الصحية وتحويلها إلى أنماط سلوكية ومعرفية ووجدانية سليمة، والقدرة على التصرف الصحيح تجاه التعامل مع فيروس كورونا المستجد بما ينعكس إيجابيًا على السلوك الصحي لديهم.

التأثيرات:

هي مجموعة من التأثيرات المعرفية والسلوكية والاجتماعية، الغرض منها إحداث تغيير لكي تؤدي إلى رفع الوعي الصحي لجائحة كورونا لدى عينة الدراسة من خلال إكسابهم معلومات ومفاهيم تساعد على رفع مستوى التوعية الصحية لديهم.

فيروس كورونا:

فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي تصيب الجهاز التنفسي، أو القناة الهضمية لدى الثدييات، وسمي بهذا الاسم بسبب النتوءات الموجودة على سطحه التي تشبه التاج، مسببًا التهابًا معديًا يصيب الشعب الهوائية، من علامات نزلات البرد والرشح، وقد تحول كوفيد ١٩ إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم، وتتمثل أعراضه الأكثر شيوعًا في الحمى والإرهاق والسعال الجاف، ويصاب الناس بالعدوى دون أن يشعروا إلا بأعراض خفيفة جدًا christian Noronviruses (2017)⁽¹⁹⁾.

* المعاملات الإحصائية المستخدمة:

باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss" من خلال اللجوء إلى المعاملات الإحصائية الآتية:

- معامل الفا كرونباخ لحساب الثبات.
- الجذر التربيعي لحساب الصدق.
- التكرارات والنسب المئوية.
- الوزن النسبي.
- معامل ارتباط بيرسون.
- المتوسط الحسابي Average.
- الانحراف المعياري.
- اختبار (ت) لدلالة الفروق T.Test.
- اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه One-way ANOVA.

أدوات الدراسة:

بعد اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة المتشابهة مع موضوع الدراسة الحالية، قامت الباحثة ببناء أدوات الدراسة الحالية متمثلة في صحيفة استقصاء متضمنة مقياس لقياس التأثيرات المترتبة على مشاهدة ومتابعة عينة الدراسة للحملات الإعلامية التوعوية بقنوات الأطفال، وبعد ذلك عرضت الباحثة الأدوات على مجموعة من المحكمين المختصين لمعرفة آرائهم في مدى صلاحية الأدوات للتطبيق، وبعد إجراء العديد من التعديلات طبقت الباحثة هذه الأدوات، وجاءت الأدوات بالشكل الآتي:

- المحور الأول من الاستبيان، وتمثل في أهم القنوات التي تفضل العينة مشاهدتها.
- المحور الثاني: اشتمل على الأوقات ومدة المشاهدة ومتابعة الحملات الإعلامية.
- المحور الثالث: أسباب ودوافع متابعة الحملات الإعلامية.
- المحور الرابع: مدى مساهمة الحملات الإعلامية في بناء الوعي الصحي لدى عينة الدراسة.
- المحور الخامس: مقياس التأثيرات النفسية، والاجتماعية، والسلوكية.

وصف المقياس:

اشتمل المقياس على حوالي ٢٩ عبارة ما بين السلبية والإيجابية، وكان ترتيب الأبعاد والعبارات كالآتي:

البعد	البعد الاجتماعي	البعد السلوكي	البعد الوجداني
ترتيب العبارات	١-٢-٣-٤-٥-٦-٧-٨	١١-١٢-١٣-١٤-١٥	٢٠-٢١-٢٢-٢٣-٢٤
	١٠-٩	١٦-١٧-١٨-١٩	٢٥-٢٦-٢٧-٢٨-٢٩

- طريقة تصحيح المقياس:

الدرجة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
العبارات الإيجابية	٥	٤	٣	٢	١
العبارات السلبية	١	٢	٣	٤	٥

- الصدق والثبات:

إجراءات ثبات الاستبيان: قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبيان بالتطبيق على عينة استطلاعية قوامها (٤٠) مبحوثاً بهدف تقنين أدوات البحث، وباستخدام معادلة ألفا كرونباخ تبين أن قيمة معامل الثبات بلغت (٠.٨٢) وهي درجة تؤكد تمتع الاستبيان بدرجة ثبات عالية.

الصدق الذاتي: تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الاستبيان، وقد جاء مساوياً (٠.٩٠)، مما يدل على تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الصدق.

المحور الثاني: الإطار المعرفي للدراسة:

أهمية الإعلام في نشر الوعي الصحي:

يمثل الإعلام جزءًا أساسيًا في الحياة الاجتماعية، لما يقدمه من أخبار دقيقة وصادقة وحقائق تساعد على إدراك ما يجري حوله، ويتم الإعلام بواسطة وسائل متعددة تحمل الناس هذه المعلومات والحقائق؛ إذ أصبح الأفراد أشد ارتباطًا بهذه الوسائل، ومنها: التلفزيون، والإذاعة، والإنترنت، والمصقات، والحملات الإعلامية. (١٠)

فقد أصبحت وسائل الإعلام من أهم أدوات التأثير والتثقيف والتوجيه والتعليم في أي مجتمع، خاصة بعد ظهور العديد من المشاكل والأحداث، لعل من أبرزها تفاقم الوضع الصحي خاصة بعد انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) الذي جعل المسألة الصحية تحتل مكانة أساسية، التي من شأنها المساس بالفرد والمجتمع على حد سواء.

مما جعل للتوعية الصحية أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات، خاصة تلك الموجهة لفئة الأطفال بحكم ارتباطهم القوي والتصاقهم بمفاهيم هذا الجانب، وكان لزامًا أن يتعرف هؤلاء الأطفال على ماهية هذا الفيروس؛ فالوعي الصحي يؤدي إلى حمايتهم من الإصابة به؛ بل يؤدي إلى تمتعهم بالصحة الجيدة واكتساب السلوك الصحيح للمحافظة على حياتهم الصحية وكيفية التعامل مع الآخرين.

ولذلك، فإن توظيف الوسيلة الإعلامية وتفعيلها في مجتمعاتنا يعد خطوة أساسية لمعالجة هذه الأوضاع والأحداث التي يمر بها العالم أجمع، فمن المهم جدًا للإعلام مواكبة الأحداث وتبسيط الضوء على هذه المواضيع والقضايا في إطار معالجتها والبحث عن سبل لتفاديها والوقاية منها أو الحد من انتشارها، وكيفية التعامل معها، فإن تبصير هؤلاء الأطفال وتنمية إدراكهم وتثقيفهم صحياً من خلال وسائل الإعلام، خاصة قنوات الأطفال الفضائية، له دور فعال في المجال الصحي والمحافظة على صحتهم وجعل السلوك الصحي السليم نمطاً يميز حياتهم.

ومن هذا السياق، يظهر دور الحملات الإعلامية التوعوية في مواكبة الحياة الصحية وتغطيتها من جميع جوانبها المختلفة، وذلك بتقديم كافة المعلومات عن انتشار فيروس كورونا المستجد وكيفية التعامل معه، مما يؤدي إلى رفع مستوى الوعي الصحي لدى الأطفال.

والحملات الإعلامية تعد من المراجع التي أثارت اهتمام وسائل الإعلام، فقد شهد العقدان الأخيران اهتمامًا متزايدًا بها في عديد من المجتمعات والدول، ومن مظاهرها تزايد الاهتمام بالصحة، والتوجه والتركيز الدولي على مشكلة الأوبئة الصحية بأشكالها المختلفة، على اعتبار أننا نعيش على كوكب واحد وأرض واحدة، وأي خطر يستهدف دولة أو بلد سيطلق لا محالة باقي الدول؛ مثل جائحة كورونا التي وحدت العالم أجمع وأثرت على جميع الأوضاع والمجالات، سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو التعليمية أو الصحية في المقام الأول والأخير.

- دور القنوات الفضائية في نشر الوعي الصحي عن جائحة كورونا:

للقنوات الفضائية دور مهم في نشر الوعي الصحي منذ بدء جائحة كورونا، حيث أنها تعنى بتقديم كافة المعلومات والبيانات والمستجدات، بالإضافة إلى كافة الإجراءات الاحترازية وكيفية التعامل مع الفيروس من أجل تقليل فرص العدوى والحد من انتشاره، وأيضًا الإحساس بالمسؤولية نحو صحة الأفراد وصحة غيرهم من خلال الحملات التوعوية (خليك في البيت)، و(احمي نفسك- احمي وطنك- احمي بلدك)، وغيرها من الحملات التوعوية التي استهدفت الكبار والصغار، كما يسهم الوعي الصحي من خلال القنوات الفضائية في تحويل الممارسات الصحية إلى عادات تمارس بلا شعور أو تفكير، وهو الهدف الذي يجب أن تسعى إليه وتتوصل إليه، لا أن تبقى المعلومات الصحية كتقافة صحية فقط (٢١).

إن الأساس في نشر الوعي الصحي مساعدة الناس على تحسين سلوكهم بما يحافظ على صحتهم، وإن الوعي الصحي بمثابة عملية لإيصال المعلومات والمهارات الضرورية لممارسة الشخص حياته وتغيير بعض السلوكيات لتحسين نوعية هذه الحياة؛ الأمر الذي ينعكس على صحة الفرد والجماعة والمجتمع.

وتقدم القنوات الفضائية العديد من خدمات الوعي الصحي، تتضمن الآتي (٢٢):

١- نشر المعلومات العامة الصحية:

إن نشر المعلومات السليمة عن الصحة أهم عنصر يجب أخذه بالاعتبار عند وضع برامج الوعي والتثقيف الصحي؛ لأن خلق قاعدة واسعة من المفاهيم الصحية السليمة هو سر نجاح آلية قنوات وبرامج التثقيف ونشر الوعي الصحي لفئات محددة.

٢- غرس السلوكيات الصحية:

من المسلم به أن هناك سلوكيات صحية يجب أن ندرب الناس عليها، تتعلق هذه السلوكيات بالفرد بصورة خاصة، ونقصد بذلك كيفية تعامله بالأسلوب السليم المبني على القواعد الصحية السليمة، كأن يتعود الإنسان على أنماط صحية تساعده على التمتع بحياته والحد من الإصابة بالعدوى، وهذا بالفعل ما قدمته القنوات الفضائية من خلال التوعوية بنشر كافة الإجراءات الاحترازية من قبل وزارة الصحة والسكان ومنظمة الصحة العالمية بهدف غرس سلوكيات صحية للحد من انتشار الفيروس (٢٣).

٣- تغيير السلوكيات غير الصحية:

تنتشر في بعض المجتمعات سلوكيات غير صحية، خاصة في ظل انتشار الأمراض والأوبئة المعدية؛ الأمر الذي يعرض المجتمع لأمراض خطيرة، التي بدورها تحرم المجتمع من عطاء هذه الفئات المصابة وتكلف الدولة مبالغ باهظة، وبالفعل ينطبق هذا على جائحة كورونا، فيكون الحث على تغيير العادات الخاطئة من خلال التباعد عن الآخرين، وعدم المصافحة وارتداء الكمامات، وأيضًا عدم استخدام أدوات الآخرين وغسل اليدين والتنظيف والتعقيم باستمرار وغيرها من إجراءات يتم التأكيد عليها باستمرار من خلال نشرها على القنوات الفضائية طوال فترة انتشار الفيروس.

٤- خلق قيادات للتثقيف الصحي:

يعتبر العنصر البشري أهم عناصر نشر الوعي الصحي، هذا العنصر له دور فعال لتحقيق الغايات والأهداف المنشودة في نشر الوعي الصحي، وهذا بالفعل ما اهتمت به القنوات الفضائية خلال السنوات الأخيرة، وذلك من خلال حرصها على تهيئة جميع مناهج التعليم بصورة خاصة حتى تتمكن من تحقيق التواصل بين القيادات المتخصصة في المهنة وبين القيادات القائمة على تعليم الأجيال المختلفة والفئات التي تقوم برعاية هذه الأجيال صحيًا إضافة للعاملين في مجالات الإعلام بوسائله المختلفة، فمن دون ذلك لن يتحقق الهدف الأساسي من التوعية الصحية بصورة عامة (٢٤).

وهذا يعني أن الوعي الصحي يجب ألا يفهم بصورة ضيقة تتعلق بوجود المرض أو غيابه؛ بل يجب أن يكون أوسع من هذا المفهوم الضيق باعتباره يتعلق بحياة الإنسان اليومية، ويدرس كنمط من أنماطه، ويحاول التأثير عليه بما يحقق للإنسان الصحة والعافية بمفهومه الواسع.

ثانياً: الوعي الصحي:

يعد الإسهام في زرع الوعي الصحي لدى الناس من الموضوعات المهمة، فالصحة أحد أهم أولويات الناس لاسيما مع ارتفاع مستوى الوعي الصحي لدى الأفراد، حيث يشكل الوعي الصحي لدى الأفراد حجر الأساس في أنماط سلوكياتهم اليومية، التي لها أثر كبير في حالتهم الصحية بشكل عام، وتعتبر وسائل الإعلام المصدر الرئيس للمعلومات وتؤدي دورًا كبيرًا ومهمًا في بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي، من خلال عملها على زيادة رصيده من المعلومات والخبرات التي تتسج مواقفه وآراءه وسلوكياته، ومن خلال اعتماده عليها، فوسائل الإعلام أصبحت أداة مؤثرة في استحداث وتغيير السلوكيات والممارسات، فمضامينها أصبحت مرتبة للأفكار، واصفة للمعايير، ناقلة للحياة.

وأصبحت هذه الوسائل قوة كبيرة من خلال إحكام سيطرتها على مصادر المعلومات، التي يعتمد عليها أفراد المجتمع ونخبته ومجموعاته ومنظماته في اتخاذ الآراء والقرارات وتحقيق الأهداف، ولأجل ذلك يسعى الأفراد لإقامة علاقة اعتماد على وسائل الإعلام؛ لذلك يتعين أن يلعب الوعي الصحي دورًا كبيرًا في الوقاية من الإصابة بالأمراض؛ لاسيما الخطر منها مثل انتشار وباء فيروس كورونا المستجد خاصة مع عدم الوصول إلى علاج طبي لمكافحة، هنا الدور يقع على التوجه إلى المسؤولية الاجتماعية ونشر الوعي الصحي خاصة لفئة الأطفال من خلال المحافظة على العادات والسلوكيات الصحية السليمة، ومنها غسل وتعقيم اليدين بعد اللعب وعند ملامسة أي جسم غريب وقبل الأكل، كما أن غرس ثقافة النظافة في نفوسهم للوقاية من الأمراض تعد أمرًا ضروريًا يزيد مسؤولية الأسر وحملات التوعية تجاه الأبناء والمجتمع.

- مفهوم الوعي الصحي:

هو إدراك المعارف والحقائق الصحية والأهداف الصحية للسلوك الصحي، أي أنه عملية إدراك الفرد لذاته، وإدراك الظروف الصحية المحيطة، وتكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع^(٢٥).

إنه عبارة عن وعي معرفي بالحقائق والمفاهيم الصحية ينتج عنه وعي وجداني يظهر على هيئة اتجاهات وميول صحية؛ مؤديًا في النهاية إلى وعي تطبيقي من خلال ممارسات صحية إيجابية^(٢٦).

- أهمية الوعي الصحي:

- يساعد الأفراد في التمتع بنظرة علمية صحيحة في تفسير الظواهر الصحية ويجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها.
- يعتبر رصيّدًا معرفيًا يستفيد منه الإنسان من خلال توظيفه له وقت الحاجة في اتخاذ القرارات الصحية الصائبة إزاء ما يعترضه ويواجهه من مشكلات صحية.
- يولد لدى الفرد الرغبة في الاستطلاع، ويفرس فيه حب اكتشاف المزيد منه؛ كونه نشاط غير جامد يتسم بالتطور المتسارع⁽²⁷⁾.

أهداف نشر الوعي الصحي:

هناك عدد من الأهداف يراد تحقيقها والوصول إليها من خلال نشر الوعي الصحي بين أفراد مجتمع من المجتمعات، وهي⁽²⁸⁾:

- إيجاد مجتمع يكون أفراداه قد أَلَمُوا بالمعلومات الصحية عن مجتمعهم، وأَلَمُوا بالمشكلات الصحية، وأسبابها، وطرق انتقالها، وأعراضها، والأمراض المعدية المنتشرة في مجتمعهم، ومعدل الإصابة بها، والوقاية منها، ووسائل مكافحتها.
- إيجاد مجتمع يكون أفراداه قد فهموا وأيقنوا أن حل مشكلاتهم الصحية، والمحافظة على صحتهم وصحة مجتمعهم، هي مسئوليتهم قبل أن تكون مسئولية الجهات الحكومية.
- إيجاد مجتمع يتبع أفراداه الإرشادات والعادات الصحية السليمة في كل تصرفاتهم، بدافع من شعورهم ورغبتهم، ويشتركون إيجابيًا في حل مشكلاتهم الصحية، ويبدلون المال والجهد في هذا السبيل.
- إيجاد مجتمع يكون أفراداه قد تعرفوا على الخدمات والمنشآت الصحية في مجتمعهم، وتفهموا الغرض من إنشائها، وكيفية الانتفاع بها بطريقة منظمة ومجدية.

مكونات الوعي الصحي:

من أهم مكونات الوعي الصحي مجموعة المعارف والمعتقدات التي يكونها الفرد عن الأمور والقضايا والمشكلات الصحية والأمراض، كما في المشكلات الصحية المزمنة كالتدخين والإدمان والإصابة بالأمراض الجنسية والسمنة، فإن مكافحة ذلك تعتمد على

تغيير أنماط حياة وعادات الأفراد السلوكية في مجالات محددة، وحجر الأساس في هذا التغيير هو المعرفة، التي تعني المعرفة الأولية بالعوامل والمسببات التي تؤدي إلى هذه المشكلة الصحية، والمعرفة الصحية التي نغنيها هنا مجموعة المعلومات والخبرات والمدرجات التراكمية التي يحصل عليها الإنسان من المصادر الموثوقة حول الحقائق والآراء الصحية التي تشكل عاملاً مهماً في الوقاية من المرض، ورافداً من روافد تحسين الصحة وترقيتها^(٢٩).

مصادر الوعي الصحي:

- ١- التلقي: وهو وصول الوعي والمعرفة إلى الإنسان نقلاً عن مصادر أخرى غير الشخص نفسه، منقولة من مصادر أخرى.
- ٢- الملاحظة: وهي المعرفة التي يتوصل إليها الإنسان من الواقع مباشرة بحواسه الخمس.
- ٣- التجربة: وهي التي تأتي من خلال التجارب المرضية التي يمر بها الإنسان أو غيره وتصب في مخزونه المعرفي، فيوظفها للتعرف على الأمراض المستقبلية من خلال الأعراض المرضية السابقة.

وتشكل وسائل الإعلام (تلفزيون- صحف- إنترنت- إذاعة)، إضافة إلى الاتصال الشخصي (الأطباء- الصيادلة- الأسرة- الأصدقاء)، أهم المصادر المعرفية الصحية، وتلعب دوراً مهماً في تحقيق الوعي الصحي، ولأهمية ذلك، اهتمت الدراسات الإعلامية في الغرب بالبحث عن الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في تحقيق الوعي الصحي، توصل سنايدر في دراسته عن الحملات الصحية المعتمدة على وسائل الإعلام أن هذه الحملات لا تقل فاعلية عن برامج التدخل الوقائي المعتمدة على المدرسة، وأنها تكون أكثر نجاحاً عندما تصل إلى أكبر شريحة من الجمهور المستهدف، وعندما تسوق سلوكاً جديداً، أو يصحبها إجراءات رادعة، أو تنشر معلومات جديدة، وأوضحت الدراسة أيضاً نجاح الحملة الأمريكية لتشجيع الشباب على ممارسة النشاط البدني في تحقيق بعض أهدافها، حيث أن الدراسات التقييمية وجدت ازدياداً في هذا النشاط في السنة الأولى بعد انطلاق الحملة، ومن خلال نتائج هذه الدراسات تقوم الجهات المسؤولة عن الإعلام الصحي ببناء وتصميم حملاتها الإعلامية بحيث تتمكن من معرفة نوع الرسالة والوسيلة والجمهور المستهدف وطبيعته وأنسب الوسائل له، وبالتالي تحويل دور وسائل الإعلام في المجال الصحي من دور الناقل للأخبار الصحية إلى دور مشارك في المجتمع، لاسيما وأن

الدراسات تؤكد أن العالم يشهد وسيشهد خلال السنوات القادمة ارتفاعاً كبيراً في احتياجات الرعاية الصحية.

خلاصة:

تعتبر الحملات الإعلامية الصحية من أبرز المضامين الإعلامية التي تستهدف الجمهور عامة والأطفال خاصة والتأثير فيهم، حيث أصبحت من أهم العمليات التي يجب أن تطبق في المجتمع، وذلك لمحاولة خلق شخصية متوازنة للفرد، وزيادة معرفته بالأمور التي تخص الصحة وكل ما يتعلق بها، وتحقيق التوعية والتثقيف الصحي للمجتمع، ويعد الوعي الصحي وسيلة فعّالة والأداة الرئيسة في تحسين مستوى صحة الجميع؛ لأنها من مجالات الصحة العامة وأحد فروعها الرئيسة بهدف تغيير العادات والمفاهيم والاتجاهات والممارسات الصحية، دون أن ننسى الهدف الأسمى وهو تحقيق السعادة للمجتمع عن طريق تحريكه للعمل لتحسين أحواله من جميع النواحي، وتحقيق السلامة البدنية والنفسية والعقلية والاجتماعية؛ لذا يجب تقديم رسالة في نشر الوعي الصحي بين الأطفال لترسيخ العادات الصحية لأنها تلعب دوراً في بث الوعي الصحي وغرسه وتعويدهم على السلوك الصحي وعلى الالتزام بالنظافة العامة والشخصية، وبالتالي تطوير الوعي الصحي لديهم عن كيفية التعامل مع جائحة كورونا.

المحور الثالث: نتائج الدراسة:

- أولاً: النتائج العامة للدراسة:

- درجة تعرض طلاب المرحلة الإعدادية للقنوات الفضائية للأطفال
- جدول (٢) يوضح درجة تعرض الطلاب لقنوات الأطفال الفضائية المفضلة لديهم في مشاهدة الحملات التوعوية المتعلقة بفيروس كورونا

العينة الكلية						القنوات
النسبة المئوية	الوزن النسبي	التكرار				
		لا أتعرض لها	بدرجة ضعيفة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	
٧٦,٥٨	٩١٩	٣٥	٤٥	٨٦	١٣٤	قناة ماجد
٧٢,٠٨	٨٦٥	٤٥	٦٠	٨٠	١١٥	قناة MBC3
٦٧,٩١	٨١٥	٥٩	٦٦	٧٦	٩٩	قناة CN بالعربية
٦٣,١٦	٧٥٨	٧٥	٨٩	٧٩	٦٧	قناة الجزيرة الأطفال
٦٠,٩١	٧٣١	٧٥	٩٥	٥٤	٧٦	قناة سبيس تون بالعربية
٥٣,٣٣	٦٤٠	١١٥	٨٤	٤٧	٥٤	قناة كراميش
٥٠,٥٨	٦٠٧	١٢٦	٧٨	٥٩	٣٧	قناة سبيس تون بالإنجليزية
٤٩,٣٣	٥٩٢	١٣١	٨٩	٣٧	٤٣	قناة سمس

يتضح من الجدول (٢) أن النسب المئوية لدرجة تعرض الطلاب للقنوات الفضائية المفضلة لديهم في مشاهدة الحملات التوعوية المتعلقة بفيروس كورونا تراوحت بين (٧٦,٥٨ : ٤٩,٣٣%)، حيث جاءت قناة (ماجد) في الترتيب الأول، بينما جاءت قناة (سمس) في الترتيب الأخير.

ويمكن تفسير ذلك بأن قناة (ماجد) تمتاز بتنوع الموضوعات الأكثر صلة بطبيعة هذه المرحلة، كما تلبي احتياجات الطلاب المعرفية والاجتماعية بتقديم المعلومات التي تتناسب مع هذه المرحلة المليئة بالتشويق والجاذبية والاهتمام بالمحتوى الصحي والثقافي أكثر من ذلك المحتوى الترفيهي، كما يمتاز طلاب المرحلة الإعدادية بالبحث عن المعلومات الجديدة أكثر من الاهتمام بالترفيه، ومن ثم جاءت قناة (سمس) في الترتيب الأخير حيث تهتم هذه القناة بتقديم المحتوى المبسط والترفيهي الذي يتناسب مع المراحل الأدنى من هذه المرحلة، ولكن لاحظت الباحثة أن معظم القنوات السابقة مع اختلاف

ترتيب أفضليتها بالنسبة لعينة الدراسة اهتمت بتقديم المحتوى الصحي الذي ينشر الوعي الصحي بين الأطفال بصفة عامة، ومنها الاهتمام بغسل اليدين وتناول الأغذية السليمة والصحية التي تسهم في بناء الجسم وتقوية الجهاز المناعي لديهم، خاصة في ذروة الأزمة وتعطيل الدراسة؛ مما يسهم في رفع الوعي الصحي لدى الطلاب وتقديم مبررات لما حدث من تعطيل الدراسة وتحويلها إلى التعليم الإلكتروني أو التعليم عن بعد، ومحاولة لنقل خطورة الفيروس للجمهور، وضرورة توخي الحظر أثناء الخروج، وهذا ما انصبت عليه جميع المواد الإعلامية في جميع القنوات الخاصة والحكومية.

جدول (٣) يوضح مدة مشاهدة الحملات التوعوية الصحية على القنوات المفضلة

الإجمالي		العينة				مدة المشاهدة
		إناث		ذكور		
النسبة المئوية	التكرار	%	ك	%	ك	
٢٤%	٧٢	٢٤,٧%	٣٧	٢٣,٤%	٣٥	منذ أقل من سنة
٣٧,٧%	١١٣	٣٦%	٥٤	٣٩,٣%	٥٩	منذ سنة فأكثر
٣٨,٣%	١١٥	٣٩,٣%	٥٩	٣٧,٣%	٥٦	منذ عدة سنوات
١٠٠%	٣٠٠	١٠٠%	١٥٠	١٠٠%	١٥٠	الإجمالي

يتضح من الجدول (٣) أن مدة مشاهدة الحملات التوعوية الصحية على القنوات المفضلة تمثلت في (منذ عدة سنوات) في الترتيب الأول بنسبة ٣٨,٣%، ثم (منذ سنة فأكثر) في الترتيب الثاني بنسبة ٣٧,٧%، وأخيراً (منذ أقل من سنة) بنسبة ٢٤%.

تعكس النتائج السابقة اهتمام عينة الدراسة الحالية بالموضوعات الصحية ومتابعتها، وذلك يعكس اهتمام الدولة بالصحة، وبما أن المؤسسات الإعلامية مؤسسات خدمية من أجل خدمة المجتمع، تعتبر وظائف التثقيف والتوعية والمعرفة من أهم وظائف الإعلام واهتماماته.

وكان لا بد أن تتضمن الخطة البرمجية للقنوات، خاصة تلك التي تخاطب الأطفال لبناء الوعي الصحي والحفاظ على بناء ثقافة صحية لديهم، ولم يقتصر ذلك على القنوات الخاصة بالأطفال فحسب؛ لكن امتدت هذه الثقافة وهذه الأيدلوجية إلى جميع القنوات ووسائل الإعلام المقروءة والمسموعة، وهي الحفاظ على مجتمع صحي منتج قادر على الإنتاج والعطاء، ولن يكون ذلك بدون توعية مخطط لها ومدروسة من أجل تحقيق التنمية المستدامة، وكان هذا شعار الدولة في الأعوام السابقة.

حيث اهتمت بتطوير منظومة الصحة من خلال إطلاق العديد من المبادرات؛ منها مبادرة فيروس سي، وحملات تطعيم الأطفال، والكشف المبكر عن سرطان الثدي، وسرطان الأطفال، ونظرًا لانسجام وظائف الإعلام مع استراتيجيات الدولة، وإيمانًا من المسؤولين بدور الإعلام في نقل ونشر الثقافة الصحية، توجّ الإعلام هذه الحملات من خلال التغطية والمتابعة بأنماط إعلامية مختلفة منها (التقارير- الحملات التوعوية- المسلسلات والدراما بشكل عام- أغاني الأطفال- الكارتون)، فتم إنتاج العديد من الإعلانات والحملات الإعلامية التي تعكس اهتمام الإعلام بمنظومة الصحة.

• دوافع وأسباب مشاهدة طلاب المرحلة الإعدادية للحملات الإعلامية التوعوية بالقنوات الفضائية.

جدول (٤) يوضح أسباب مشاهدة عينة الدراسة لهذه الحملات على القنوات الفضائية المفضلة

العينة الكلية					الأسباب
النسبة المئوية	الوزن النسبي	التكرار			
		نادراً	أحياناً	دائماً	
٨٣	٧٤٧	٣٨	٧٧	١٨٥	أكتسب بعض المهارات الصحية والحياتية
٨٢,٧٧	٧٤٥	٤١	٧٣	١٨٦	للحصول على المعلومات
٨٠,٥٥	٧٢٥	٣٥	١٠٥	١٦٠	أتعلم منها الكثير من مواقف الحياة
٧٩,٧٧	٧١٨	٤٦	٩٠	١٦٤	بها معلومات تهمني
٧٦,٦٦	٦٩٠	٥٠	١١٠	١٤٠	لزيادة معارفي
٧٦,٦٦	٦٩٠	٣٧	١٣٦	١٢٧	لأنها مفيدة وبها الكثير من المفاهيم
٧٦,١١	٦٨٥	٤٨	١١٩	١٢٣	للتعرف على الأبطال وقصصهم
٧٤,٦٦	٦٧٢	٦٧	٩٤	١٣٩	تمكنني من حل بعض مشكلاتي
٧١,٣٣	٦٤٢	٦٦	١٢٦	١٠٨	لأنها تعلمك عادات حسنة
٧٠,١١	٦٣١	٧٣	١٢٣	١٠٤	لأنني مجبر على مشاهدة هذه الحملات
٦٧,٦٦	٦٠٩	١١٢	٦٧	١٢١	لتنمية مهارتي الثقافية واللغوية
٦٦,٧٧	٦٠١	٩٣	١١٣	٩٤	لأنها تغير فيك سلوك سلبي
٤٩,٥٥	٤٤٦	٢٠٢	٥٠	٤٨	للتسلية والترفيه

يتضح من الجدول (٤) أن النسب المئوية لأسباب مشاهدة عينة الدراسة لهذه الحملات على القنوات الفضائية المفضلة تراوحت بين (٨٣ : ٤٩,٥٥)، حيث جاءت عبارة (أكتسب بعض المهارات الصحية والحياتية) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (للتسلية والترفيه) في الترتيب الأخير، ويتبين من خلال النتائج السابقة تعدد وتنوع أسباب مشاهدة عينة الدراسة للحملات الصحية، ولكن تصدر دافع اكتساب المهارات الحياتية والصحية الترتيب الأول، وذلك يرجع إلي طبيعة ونوع المضمون الصحي الذي تقوم عليه

الحملات، حيث صممت خصيصاً من أجل إكساب الجمهور بعض المهارات التي تتعلق بالحفاظ على الصحة وإعطاء العديد من المعلومات التي تهض بالوعي الصحي، كما أنها حملات متخصصة في التوعية، لذا تنصب أهدافها على إكساب العينة العديد من المهارات والمعلومات، ومن ثم جاء في الترتيب الأخير الترفيه والترفيه، وذلك يرجع أيضاً إلى اعتماد الحملات التوعوية على نهج صحي معرفي بعيد عن أسلوب الترفيه والتسلية.

فكما أشارت الباحثة في الجدول السابق إلى أن تكثيف هذه الحملات يرتبط ارتباطاً وثيقاً بأزمة صحية معينة أو مشكلة أو قضية لها علاقة بالصحة، مثلما يحدث الآن في ظل جائحة كورونا، تنصب جميع الحملات على التوعية الصحية مع اختلاف إطار وأسلوب المعالجة المتبعة في كل قناة أو وسيلة.

يتبين من النتائج السابقة مدى حرص عينة الدراسة على متابعة جميع فقرات الحملات التوعوية، وذلك يؤكد مدى استفادتهم من هذه الحملات، كما يعكس وعي العينة بأهمية هذه الحملات في الوقت الراهن وحاجتهم إليها في ظل وجود العديد من الشائعات التي قد تتسبب في تدهور الحالة الصحية للجمهور، خاصة هؤلاء الطلاب، حيث أنهم يمتازون في هذه المرحلة بالانفتاح الاجتماعي ومخالطة الاصدقاء والرفاق والذهاب إلى الأندية وغيرها من وسائل التفاعل الاجتماعي.

جدول (٥) يوضح الوقت الذي يمضيه الطلاب في مشاهدة الحملات التوعوية

الإجمالي	العينة				الوقت
	إناث		ذكور		
النسبة المئوية	التكرار	%	ك	%	ك
٤٠	١٢٠	٣١,٣	٤٧	٤٨,٧	٧٣
٣٧	١١١	٥٢,٧	٧٩	٢١,٣	٣٢
١١,٣	٣٤	٨	١٢	١٤,٧	٢٢
٦	١٨	٤,٧	٧	٧,٣	١١
٥,٧	١٧	٣,٣	٥	٨	١٢
%١٠٠	٣٠٠	%١٠٠	١٥٠	%١٠٠	١٥٠

يتضح من الجدول (٩) ويتبين من البيانات والنتائج السابقة أن الترتيب الأول جاء من نصيب متابعة الحملات (أقل من ساعة في اليوم)، وذلك يتفق مع طبيعة المدة الزمنية المخصصة لهذه الحملات، حيث يتم بثها في ساعات متفرقة بين مختلف المواد الإعلامية التي تتضمنها القناة، كما تتنوع فقرات الحملات الإعلامية ما بين التقارير والإعلانات والأفلام المصورة وغيرها من الأنواع والمواد الفيلمية، وذلك يرجع إلى اختلاف القنوات المفضلة لدى عينة الدراسة الحالية.

جدول (٦)

يوضح مدى مساهمة الحملات التي قام الطلاب بمشاهدتها سابقًا في بناء وعيهم الصحي

الإجمالي		العينة				مدى المساهمة
		إناث		ذكور		
النسبة المئوية	التكرار	%	ك	%	ك	
٤٥,٦	١٣٧	٤٨,٧	٧٣	٤٢,٦	٦٤	دائمًا
٤٢,٧	١٢٨	٤٠,٧	٦١	٤٤,٧	٦٧	أحيانًا
١١,٧	٣٥	١٠,٦	١٦	١٢,٧	١٩	نادرًا
%١٠٠	٣٠٠	%١٠٠	١٥٠	%١٠٠	١٥٠	الإجمالي

يتضح من الجدول (٦) أن الحملات التي قام الطلاب بمشاهدتها سابقًا ساهمت في بناء وعيهم الصحي (دائمًا) بنسبة ٤٥,٦% في الترتيب الأول، ثم (أحيانًا) في الترتيب الثاني بنسبة ٤٢,٧%، وأخيرًا (نادرًا) بنسبة ١١,٧%.

يتضح من الجدول السابق اتفاق عينة الدراسة على مدى أهمية الحملات الإعلامية في القنوات الفضائية المفضلة لديهم، وقدرتها على تحسين وبناء وعيهم، حيث أجمعوا على أن دائمًا ما تسهم الحملات التوعوية في بناء المعلومات الصحية والوعي الصحي لديهم، وذلك سيسهم في تقليل فرص المخاطر والقضاء على الشائعات المنتشرة وقت الأزمات الصحية؛ لذا لا بد أن تكون هناك برامج صحية للأطفال، كالعديد من البرامج مثل صحي وغيرها من البرامج الصحية التي تخاطب الجمهور بصفة عامة، ولا بد أن يكون هناك في الخطط البرمجية برامج صحية توعوية خاصة بالأطفال لحمايتهم والحفاظ على صحتهم، وكذلك من أجل تكثيف المعلومات الصحية والتوعوية.

جدول (٧) يوضح مستوى الاستفادة للمعلومات والموضوعات التي تعرض لها الطلاب في الحملات التوعوية

النسبة المئوية	الوزن النسبي	العينة الكلية			أهم المعلومات
		التكرار			
		درجة منخفضة	درجة متوسطة	درجة كبيرة	
٨٨,٤٤	٧٩٦	٢٣	٥٨	٢١٩	معرفة آخر المستجدات لأخذ الإجراءات الاحترازية المتعلقة بفيروس كورونا
٨٠,٣٣	٧٢٣	٢٣	١٣١	١٤٦	زيادة الثقافة الصحية عن فيروس كورونا
٧٧,٨٨	٧٠١	٦٤	٧١	١٦٥	الاهتمام بالنظافة الشخصية
٧٥,٦٦	٦٨١	٦٧	٨٥	١٤٨	الاهتمام بنظافة المكان الذي أجلس فيه
٧٠,٢٢	٦٣٢	٨٠	١٠٨	١١٢	الأغذية الصحية وفوائدها
٦٨,٨٨	٦٢٠	٩٣	٩٤	١١٣	الاهتمام بنظافة الطعام
٦٦,٣٣	٥٩٧	١١٤	٧٥	١١١	الاهتمام بطرق الوقاية من الأمراض
٦٣,٥٥	٥٧٢	١٠٢	١٢٤	٧٤	طريقة الأكل الصحي

يتضح من الجدول (٧) أن النسب المئوية لمستوى الاستفادة للمعلومات والموضوعات التي تعرض لها الطلاب في الحملات التوعوية تراوحت بين (٨٨,٤٤ : ٦٣,٥٥)، حيث جاءت عبارة (معرفة آخر المستجدات لأخذ الإجراءات الاحترازية المتعلقة بفيروس كورونا) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (طريقة الأكل الصحي) في الترتيب الأخير.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اهتمام عينة الدراسة بطبيعة المعلومات التي تتضمنها الحملات الصحية جاءت في المطلق الاهتمام بمعرفة آخر المستجدات المتعلقة بفيروس كورونا، حيث يترتب على معرفة آخر المستجدات العديد من الإجراءات منها تلك المتعلقة بالمفضلات الاجتماعية وبعض العادات السلوكية والاجتماعية، كما يترتب عليها العديد من الأمور المتعلقة بالممارسات اليومية والخروج وممارسة الهوايات.

وذلك يعتمد على مدى خطورة الموضوع أو أهم ما وصلت إليه الأزمة، فقد لاحظنا في بداية ظهور جائحة كورونا نوعاً من اللامبالاة والاستهتار والتقليل من خطورة الموضوع، كما انتشرت العديد من (الإيهايات) والمواقع الساخرة التي تسخر من موضوع فيروس كورونا، ولكن مع استمرار الأزمة وسقوط العديد من الوفيات والإصابات علم الجمهور وأيقن خطورة الموضوع؛ لذا زاد اهتمامه وحرصه على متابعة كل ما هو جديد.

جدول (٨) يوضح مدى تحقق الطلاب من بعض المعلومات التي حصلوا عليها من الحملات التي تابعوها

الإجمالي		العينة				مدى التحقق
		إناث		ذكور		
النسبة المئوية	التكرار	%	ك	%	ك	
٢٦,٣	٧٩	٢٦,٧	٤٠	٢٦	٣٩	دائمًا
٥٢,٧	١٥٨	٥٤	٨١	٥١,٣	٧٧	أحيانًا
٢١	٦٣	١٩,٣	٢٩	٢٢,٧	٣٤	نادرًا
%١٠٠	٣٠٠	%١٠٠	١٥٠	%١٠٠	١٥٠	الإجمالي

يتضح من الجدول (٨) أن الطلاب يتحققون من بعض المعلومات التي حصلوا عليها من الحملات التي تابعوها (أحيانًا) بنسبة ٥٢,٧٪، ثم (دائمًا) بنسبة ٢٦,٣٪، وأخيرًا (نادرًا) بنسبة ٢١٪.

من خلال مؤشرات النتائج السابقة، ترى الباحثة أن عينة الدراسة لديها ثقة في المعلومات التي حصلت عليها من خلال الحملات الإعلامية التي قاموا بمتابعتها؛ وذلك يعكس في وجود درجة من الثقة في طبيعة الحملات وطريقة معالجة الموضوع؛ لذا لا يقوم الطلاب بالتحقق دائمًا من المعلومات التي حصلوا عليها، وهذا لا يعني وجود درجة مطلقة من الثقة، ولكن في بعض الأحيان يتأكد الطلاب عينة الدراسة من المعلومات التي تمت متابعتها، وذلك يتوقف على طبيعة المعلومات التي يقومون بمتابعتها في الحملات التوعوية.

وتعكس درجة وعي الطلاب عينة الدراسة بضرورة فحص ونقد المعلومات التي تعتبر محل شك من قبلهم، لتحقيق درجة عالية من الثقة والاستفادة من هذه المعلومات وتطبيقها في الحياة اليومية.

جدول (٩) يوضح شعور الطلاب أثناء مشاهدة هذه الحملات التوعوية الصحية عن فيروس كورونا

الإجمالي		العينة				الشعور
		إناث		ذكور		
النسبة المئوية	التكرار	%	ك	%	ك	
٢٥	٧٥	٢٩,٣	٤٤	٢٠,٧	٣١	الخوف
٦٣,٧	١٩١	٦٧,٣	١٠١	٦٠	٩٠	القلق
٦,٣	١٩	٣,٣	٥	٩,٣	١٤	الرضا
٥	١٥	٠	٠	١٠	١٥	لا شيء
%١٠٠	٣٠٠	%١٠٠	١٥٠	%١٠٠	١٥٠	الإجمالي

يتضح من الجدول (٩) أن شعور الطلاب أثناء مشاهدة هذه الحملات التوعوية الصحية عن فيروس كورونا تمثل في (القلق) في المقام الأول بنسبة ٦٣,٧٪، ثم (الخوف) بنسبة ٢٥٪، وأخيراً (لا شيء) بنسبة ٥٪.

تعكس هذه النتائج حقيقة الأزمة التي نمر بها في هذه الفترة، وهو ما يستدعي القلق والتوتر نتيجة تزايد أعداد الوفيات والإصابات بشكل يومي، كما كثفت الحملات محل الدراسة الحالية من المواد الفيلمية التي تشرح طرق انتقال الفيروس، وهذا خلف العديد من المشاعر منها الخوف والقلق؛ مع الأخذ في الاعتبار اتباع الكثير من الطرق والتداعيات التي تحافظ على صحتهم وتحميهم من الإصابة بفيروس كورونا، وعدم الخروج إلا في حالة الضرورة القصوى؛ كل ذلك أثار لدى الجمهور بصفة عامة والأطفال وطلاب المرحلة الإعدادية مسار القلق وترقب انتهاء الأزمة والقضاء على الفيروس.

جدول (١٠) يوضح قدرة الطلاب على تقييم مستوى فهمهم للحملات التوعوية عن فيروس كورونا

الإجمالي		العينة				البدائل
		إناث		ذكور		
النسبة المئوية	التكرار	%	ك	%	ك	
٥٥,٣	١٦٦	٦٣,٣	٩٥	٤٧,٣	٧١	كبير
٢٢,٧	٦٨	٢١,٣	٣٢	٢٢,٧	٣٤	متوسط
٧,٧	٢٣	١٥,٤	٢٣	٣٠	٤٥	قليل
١٠٠٪	٣٠٠	١٠٠٪	١٥٠	١٠٠٪	١٥٠	الإجمالي

يتضح من الجدول (١٦) أن قدرة الطلاب على تقييم مستوى فهمهم للحملات التوعوية عن فيروس كورونا تمثلت في (كبير) في الترتيب الأول بنسبة ٥٥,٣٪، ثم (متوسط) بنسبة ٢٢,٧٪، وأخيراً (قليل) بنسبة ٧,٧٪.

وترجع قدرة الطلاب على تقييم المعلومات الواردة بالحملات التي تمت متابعتها أثناء جائحة كورونا بدرجة كبيرة يرجع إلى طبيعة العوامل التي ساهمت بدرجة كبيرة ودفعت الطلاب إلى التقييم، وهي تمكنهم من الحصول على العديد من المعلومات في وقت قصير من خلال أكثر من مصدر؛ لذا يحتاج الطلاب إلى تحديد مصادرهم الأولية، ولن يتم ذلك إلا من خلال قدرتهم على التقييم، ويعتمد التقييم على أكثر من بعد، ومنها مدى ثقتهم بالمعلومات التي حصلوا عليها ومدى استفادتهم من هذه المعلومات، وقد تحققت هذه البنود في هذه الدراسة.

جدول (١١) يوضح التأثيرات الاجتماعية للحملات التوعوية
الصحية في القنوات الفضائية المخصصة للأطفال

النسبة المئوية	الوزن النسبي	العينة الكلية				التأثيرات الاجتماعية	
		التكرار		موافق بشدة	موافق بشدة		
		معارض بشدة	معارض			محايد	موافق
٨٩	١٣٣٥	٣	١٢	٤٥	٢٧	٢١٣	أكتفي بالاطمئنان علي أصدقائي بالهاتف
٧٤,٩٣	١١٢٤	١٤	١٢	١٢٥	٣٤	١١٥	رغم وجود كورونا أمارس ألعابي وعلاقتي بالأخرين
٧٤,٢	١١١٣	١١٨	١٥	١٤٣	١٠	١٤	لدي شعور قوي بأنني مصاب بكورونا وسوف أموت
٦٢	٩٣٠	١٢٥	١٥	٢٥	٣٥	١٠٠	أفضل اللعب على هاتفي عن حديثي مع أصدقائي
٥٨,٩٣	٨٨٤	٨٠	٠	١٢٧	١٠	٨٣	يقلقني رؤية أي شخص خوفاً من إصابتي بكورونا
٥٢,٧٣	٧٩١	١٥	١٢٣	١٤	٣٤	١١٤	أشعر بالضيق لعدم لعبي بالشارع بعد كورونا
٤٣,٨٦	٦٥٨	١٢	١٦	١١٤	٣٤	١٢٤	أفتقد يومي الرياضي وذهابي للنادي بعد أزمة كورونا
٣٣,٨٦	٥٠٨	٢١	١١	٢٣	٤٥	٢٠٠	أشعر بالحزن لعدم خروجي من المنزل
٣٣,٦٦	٥٠٥	١٦	١٣	٥٠	٢	٢١٩	أقلق من مصافحة أي شخص بعد أزمة كورونا
٣٣,٢٦	٤٩٩	٤	٦	٣٥	٩٥	١٦٠	بعد كورونا أفتقد اللعب مع أصدقائي

يتضح من الجدول (١١) أن النسب المئوية للتأثيرات الاجتماعية للحملات التوعوية الصحية في القنوات الفضائية المخصصة للأطفال تراوحت بين (٢٦,٣٣ : ٨٩)، حيث جاءت عبارة (أكتفي بالاطمئنان علي أصدقائي بالهاتف) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (بعد كورونا أفتقد اللعب مع أصدقائي) في الترتيب الأخير.

جدول (١٢) يوضح التأثيرات السلوكية للحملات التوعوية

الصحية في القنوات الفضائية المخصصة للأطفال

النسبة المئوية	الوزن النسبي	العينة الكلية				التأثيرات السلوكية	
		التكرار					
		معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
٩٤,٨٦	١٤٢٣	٠	٠	٢٧	٢٣	٢٥٠	أحرص على غسل يدي باستمرار خوفاً من إصابتي بكورونا
٩٢,٣٣	١٣٨٥	٠	٠	٣٢	٥١	٢١٧	أحرص على تناول الخضروات والفاكهة حتى لا أصاب بكورونا
٨٧,٩٣	١٣١٩	٠	٨	٢٢	١١٣	١٥٧	أنظف ثيابي باستمرار خوفاً من العدوى
٨٦,٣٣	١٢٩٥	١٦	١٣	٥٠	٢	٢١٩	أعتقد أن كورونا يسبب الوفاة إذا لم أتبع الممارسات السليمة
٨٤,٨٦	١٢٧٣	١٤	١٠	٣٢	٧٧	١٦٧	أحرص علي ممارسة الرياضة بالمنزل حفاظاً على صحتي وإصابتي بالكورونا
٨٣,٦	١٢٥٤	١٤	١٢	٤٧	٦٠	١٦٧	أحرص على أن يكون بيني وبين أي شخص مسافة كافية
٨٣	١٢٤٥	١٩	٢١	٣٥	٤٦	١٧٩	ارتدي الكمامة إذا اضطررت للخروج
٧٩,٧٣	١١٩٦	١٥	٣٤	١٤	١١٤	١٢٣	لا أمس أي شيء بيدي مباشرة خوفاً من نقل الفيروس

يتضح من الجدول (١٢) أن النسب المئوية للتأثيرات السلوكية لحملات التوعوية الصحية في القنوات الفضائية المخصصة للأطفال تراوحت ما بين (٩٤,٨٦ : ٧٩,٧٣)، حيث جاءت عبارة (أحرص على غسل يدي باستمرار خوفاً من إصابتي بكورونا) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (لا أمس أي شيء بيدي مباشرة خوفاً من نقل الفيروس) في الترتيب الأخير.

جدول (١٣) يوضح التأثيرات المعرفية للحملات التوعوية

الصحية في القنوات الفضائية المخصصة للأطفال

النسبة المئوية	الوزن النسبي	العينة الكلية التكرار					التأثيرات المعرفية
		معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
٩٠,٢	١٣٥٣	٣	١٢	٢٧	٤٥	٢١٣	أبحث على الإنترنت لمعرفة كل شيء خاص بكورونا
٨٤,٦٦	١٢٧٠	٢١	١١	٤٥	٢٣	٢٠٠	أعلم طرق الوقاية وأتبعها في جميع مجالاتي
٨٤,٦٦	١٢٧٠	٠	١	٥٥	١١٧	١٢٧	أعلم أن غسل يدي باستمرار بالصابون والماء يحميني من كورونا
٨٠,٢٦	١٢٠٤	١٢	٣٤	١٦	١١٤	١٢٤	أتعلم من الحملات طرق الوقاية والحفاظ على النفس
٧٩,٨	١١٩٧	٠	٤٠	٥٠	٨٣	١٢٧	لدي معلومات عن أعراض كورونا
٧٩,٣٣	١١٩٠	١٥	٣٤	١٤	١٢٠	١١٧	تمدني الحملات الصحية بالقنوات بمعلومات صحية مفيدة
٧٤,٩٣	١١٢٤	١٤	١٢	١٢٥	٣٤	١١٥	أعلم أن الحمضيات كالليمون من المضادات لفيروس كورونا
٧٣,٥٣	١١٠٣	١٤	١٥	١٤٣	١٠	١١٨	لدي خبرة معرفية للتمييز بين أعراض كورونا وأعراض البرد العادي
٧١,٣٣	١٠٧٠	٢٥	١٥	١٢٥	٣٥	١٠٠	أتابع جميع الحملات التوعوية وأستفيد منها
٧١	١٠٦٥	١٤	١٤	١٠١	١٣٥	٣٦	لدي معلومات كافية لأكتشف إذا كنت مصابًا بكورونا أو لا

يتضح من الجدول (١٣) أن النسب المئوية للتأثيرات المعرفية للحملات التوعوية الصحية في القنوات الفضائية المخصصة للأطفال تراوحت ما بين (٩٠,٢ : ٧١)، حيث جاءت عبارة (أبحث على الإنترنت لمعرفة كل شيء خاص بكورونا) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (لدي معلومات كافية لأكتشف إذا كنت مصابًا بكورونا أو لا) في الترتيب الأخير.

بعد تأكيد العينة على أهمية الحملات التوعوية الصحية وحثية وجود مثل هذه النوعية من الحملات خاصة في ظل ظروف جائحة كورونا، وكل ذلك يعكس التأثيرات التي يمكن أن تسببها متابعة هذه الحملات، وذلك في ضوء ما نتج عن تداعيات كورونا ووصول الأزمة إلي ذروتها؛ لذا يمكن القول بأن الأبعاد الخاصة بجوانب الشخصية الاجتماعية قد تأثرت بالفعل في ضوء هذا الفيروس، فقد حلّ التفاعل الافتراضي محل التفاعل الاجتماعي الفعلي، كما ترتب على ذلك اختلاف الأولوية المعرفية لدى طلاب

المرحلة الإعدادية، كذلك الأمر ظهرت بعض المستجدات التي ارتبطت بالنظافة الشخصية التي قد تصل إلى درجة المبالغة خوفاً من الإصابة.

لذا؛ جاء التأثير السلوكي بكل عباراته في مقدمة التأثيرات التي خلفتها الحملات الإعلامية التوعوية الخاصة بفيروس كورونا، وتمثلت هذه السلوكيات في حرص أفراد العينة على غسل اليدين باستمرار، وذلك يعكس فهم العينة لطرق انتقال الفيروس، وكذلك يؤكد حرص العينة على اتباع التعليمات وطرق الوقاية التي تعزز المناعة والتصدي لفيروس كورونا.

بدورها أيقنت عينة الدراسة أهمية وضرورة التباعد الاجتماعي من أجل حماية أنفسهم، وجاء ذلك متزامناً مع قرارات الدولة من أجل حماية مواطنيها، لذا نرى تأخر ترتيب عبارة (أفتقد اللعب مع أصدقائي)، وذلك يبرر الإجراءات الاحترازية التي اتخذتها وزارة الصحة من أجل تقليل تفشي فيروس كورونا بين الجمهور، كما أن عينة الدراسة من الطلاب مولعون باللعب على الموبايل؛ لذا أنشأوا العديد من الجروبات من أجل تبادل الألعاب الإلكترونية والمنافسة عن بعد بهذه الألعاب، وذلك يعكس أن استخدام التكنولوجيا قد يكون بديلاً للتفاعل الاجتماعي ولا يشعر الجمهور بفارق كبير بين التفاعل التقليدي.

وكل ذلك يعكس اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الأزمة ومستجداتها مما يسهم في بناء الوعي الصحي لديهم.

- نتائج اختبار فرض الدراسة:

*** التحقق من الفرض الأول:**

الفرض الأول ينص على "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الطلاب لحمات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية".

جدول (١٤) يوضح معاملات الارتباط بين معدل تعرض الطلاب لحمات التوعية الصحية بفيروس كورونا

بالقنوات الفضائية ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية

تعرض الطلاب لحمات التوعية الصحية بفيروس كورونا			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	٠,٠١	**٠,٤٣	التأثيرات الاجتماعية
دال إحصائياً	٠,٠١	**٠,٥٤	التأثيرات السلوكية
دال إحصائياً	٠,٠١	**٠,٥٢	التأثيرات المعرفية
دال إحصائياً	٠,٠١	**٠,٦١	معدل التأثيرات ككل

(**) دال عند مستوى ٠,٠١

يتضح من نتائج الجدول (١٤)

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الطلاب لحمات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية؛ بمعنى أنه كلما زاد معدل التعرض لحمات التوعية بفيروس كورونا كلما زادت التأثيرات المعرفية والسلوكية والاجتماعية الناتجة عن هذا التعرض.

مما يؤكد على أهمية وجود وتكثيف مثل هذه النوعية من الحملات، خاصة إذا كانت المسألة ترتبط بصحة الجمهور بأكمله، كما لا بد أن يكون هناك خطط مستقبلية لعقد العديد من الحملات التوعوية التي تسهم في معرفة المواطن بالسلوكيات الصحية والمعرفية السليمة، وكل ذلك من شأنه أن يزيد لدى الجمهور الدافعية لمشاهدة الحملات التوعوية؛ إذ شعرت

العينة بأهمية التعرض لها وأيقنت أهميتها والاستفادة التي تعود عليها نتيجة متابعتها، وتعتبر بمثابة التحصين لها من الوقوع فريسة للفيروسات وتفتشي الأمراض، وكلما كانت عينة الدراسة تتمتع بوعي صحي كلما ساهم ذلك في بناء الوعي المعرفي، وكذلك زيادة نسبة التحصيل لديهم، وهذا بالضرورة يعود على المجتمع بالنفع.

* التحقق من الفرض الثاني:

الفرض الثاني ينص على " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية ومعدل الاستفادة منها".
جدول (١٥) يوضح معاملات الارتباط بين معدل تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية ومعدل الاستفادة منها

معدل الاستفادة منها			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	٠,٠١	*,٣٨**	تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا

(**) دال عند مستوى ٠,٠١

يتضح من نتائج الجدول (١٥)

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية ومعدل الاستفادة منها، ومن ثم تم قبول الفرض.

ويمكن تفسير ذلك بأن حجم التعرض ومستوى متابعة الحملات التوعوية ينتج عنه تغيير في مستوى الاستفادة، كلما زاد مستوى التعرض كلما زادت الاستفادة من الحملات، وذلك يؤكد على ضرورة وجود هذه الحملات وأهميتها بالنسبة لعينة الدراسة؛ حيث يمكن من خلالها تعديل وتغيير العديد من السلوكيات وإكساب العديد من المعارف والمهارات.

وبالتالي يفضل استخدامها في الأزمات الصحية الشديدة والمتزامنة مع بعض المتطلبات الاجتماعية والتعليمية وغيرها من جوانب الحياة، وهذا ما أكدته بعض الدراسات أن الحملات

الإعلامية تضيف رصيّدًا معرفيًا لدى متابعيها، ويمكن من خلالها توظيف ما توصل إليه في اتخاذ القرارات الصائبة خاصة تلك المرتبطة بالصحة وحماية الذات^(٣٠).

التحقق من الفرض الثالث:

- الفرض الثالث ينص على " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الطلاب لحمالات التوعية الصحية بفيروس كورونا وكثافة تعرضهم".

جدول (١٦)

يوضح معاملات الارتباط بين دوافع تعرض الطلاب لحمالات التوعية الصحية بفيروس كورونا وكثافة تعرضهم

كثافة تعرضهم			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائيًا	٠,٠١	٠,٢٤***	دوافع تعرض الطلاب لحمالات التوعية الصحية بفيروس كورونا

(***) دال عند مستوى ٠,٠١

يتضح من نتائج الجدول (١٦)

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الطلاب لحمالات التوعية الصحية بفيروس كورونا وكثافة تعرضهم؛ ومن ثم تم قبول الفرض.

ويمكن تفسير ذلك بأن الدوافع وتنوع واختلاف طبيعتها تعكس السلوك الانتقائي للتعرض لوسائل الاعلام عامة والقنوات الفضائية بصفة خاصة، حيث أنها تعكس المفضلات الترفيهية أو المعرفية أو المهنية، وذلك بدوره يحدد حجم التعرض، فكلما تعددت الدوافع زاد التعرض للحملات، فمن لديه دافع الاهتمام بطرق الوقاية سوف تقتصر متابعته على الأجزاء الخاصة بطرق الوقاية، ومن أراد معرفة كل شيء خاص بالفيروس تمددت مشاهدته ومتابعته لكل الأجزاء والحملات التي تتناول كل النقاط التي يريد معرفتها وتسهم في تغطية جميع النقاط التي يحتاج معرفتها والإمام بالمعلومات بها.

التحقق من الفرض الرابع:

- **الفرض الرابع ينص على** " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل الاستفادة من تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية".

جدول (١٧)

يوضح معاملات الارتباط بين معدل الاستفادة من تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية.

معدل التأثيرات			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	٠,٠١	٠,٢٩**	معدل الاستفادة من تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا

(**) دال عند مستوى ٠,٠١

يتضح من نتائج الجدول (١٧)

تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل الاستفادة من تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية، ومن ثم تم قبول الفرض.

ويمكن تفسير ذلك بأنه كلما زادت الاستفادة من الحملات التوعوية الصحية كلما زادت التأثيرات؛ فحجم التأثيرات يتوقف على معدل الاستفادة؛ لذا يقوم الباحثون بتنفيذ ما تم الاستفادة به من خلال السلوكيات المعرفية والاجتماعية والسلوكية، وهذا يترجم طريقة ونمط تفاعل الجمهور مع الأزمة الصحية ومدى وعيهم بأبعادها المختلفة على المستوى النفسي والاجتماعي والسلوكي، وبهذا يمكن القول بأن الحملات الصحية تؤثر في سلوك الباحثين من ارتداء كمامة وغسل اليدين وغيرها من الاحتياطات، واللعب مع الرفاق والخروج من المنازل، فجميع هذه السلوكيات تأثرت نتيجة متابعة الحملات التوعوية، وكثافة مشاهدتها ومتابعتها من قبل الباحثين.

كما يعتبر التلفزيون من أهم أجهزة الاعلام ذات التأثير الكبير على الكبار والصغار، ويمكن استخدامه في شتى مجالات التثقيف والتوعية الصحية خاصة في ظل

انتشار الأزمات والأمراض والأوبئة لكي يتمكن الجمهور من تجنب الأمراض الخطيرة (٣١).

التحقق من الفرض الخامس:

• توجد فروق دالة إحصائية بين الطلاب عينة الدراسة في معدل تعرضهم لحمات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع- محل الإقامة- نوع المدرسة- مستوى المعيشة).

(أ) الفروق وفقاً للنوع، ومحل الإقامة ونوع المدرسة:

جدول (١٨)

يوضح دلالة الفروق بين عينة الدراسة في معدل تعرضهم لحمات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية وفق متغيرات النوع ومحل الإقامة ونوع المدرسة ومستوى المعيشة

(ن=٣٠٠)

قيمة الدلالة	ع	م	ن	مجموعات العينة	
قيمة (ت) **٢,٣٩	٠,٥٩	١٩,٦٧	١٥٠	ذكر	النوع
	٠,٥٦	٢٢,٦٥	١٥٠	أنثى	
قيمة (ت) **٢,٤٨	٠,٥٠	١٨,٧٥	١٥٠	ريف	محل الإقامة
	٠,٥٥	٢٠,٠٥	١٥٠	حضر	
قيمة (ت) **٢,٤٩	٠,٧١	١٨,٧٧	١٥٠	حكومية	نوع المدرسة
	٠,٦٩	٢٢,٠٠	١٥٠	خاصة	
قيمة (ف) **١٢,٠٨	١,٠٣	٢٣,١١	٥٧	عالي	مستوى المعيشة
	١,٩٦	٢٠,٠٧	٧٦	فوق المتوسط	
	١,٩٩	١٨,٠١	١٦٧	متوسط	

يوضح الجدول (١٨):

- وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل تعرضهم لحمات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية لصالح الإناث.

- كما ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين طلاب الريف والحضر عينة الدراسة في معدل تعرضهم لحمات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية لصالح طلاب الحضر.

- كذلك ثبت وجود فروق دالة إحصائيًا بين طلاب المدارس الحكومية والخاصة عينة الدراسة في معدل تعرضهم لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية لصالح طلاب المدارس الخاصة.

- كما اتضح وفق تحليل التباين وجود فروق دالة إحصائيًا بين مستويات المعيشة (عالي، فوق متوسط، متوسط، متوسط) في معدل تعرضهم لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية.

ولتحديد اتجاه الفروق وفقًا لمتغير مستوى المعيشة ولعرفة الفروق ستكون لصالح أي مستوى تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hoc- LSD)، وعقب تطبيق اختبار (Post Hoc- LSD) اتضح وجود فروق دالة إحصائيًا بين المستويات المختلفة (عالي، فوق متوسط، متوسط) في معدل تعرضهم لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية لصالح أصحاب مستوى المعيشة المرتفع.

وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في معدل تعرضهم لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية لصالح الإناث.

ويمكن تفسير هذه الفروق بأن المبحوثات عينة الدراسة أكثر حرصًا على متابعة الحملات الصحية حيث تناولت الحملات العديد من الطرق والوسائل المستخدمة لتطهير المنازل والأدوات المنزلية، وذلك يعتمد على طبيعة عملهن بالمنزل من القيام بمساعدة الأمهات في أمور التنظيف والتطهير وهكذا، وبالتالي يرجع الاختلاف في الإقبال على متابعة الحملات ومشاهدتها إلى اختلاف الدوافع والاستفادة بين الذكور والإناث لطبيعة الظروف التي وضع فيها المبحوثون والمبحوثات وطبيعة المهام التي يقوم بها كلا الطرفين.

※ التحقق من الفرض السادس:

• توجد فروق دالة إحصائية بين الطلاب عينة الدراسة في معدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية الناتجة عن تعرضهم لحمولات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع- محل الإقامة- نوع المدرسة- مستوى المعيشة- المستوى التعليمي للوالدين).
(أ) الفروق وفقاً للنوع:

جدول (١٩)

يوضح دلالة الفروق بين عينة الدراسة في معدل التأثيرات وفق متغيرات النوع ومحل الإقامة ونوع المدرسة، ومستوى المعيشة، والمستوى التعليمي للوالدين

(ن=٣٠٠)

قيمة الدلالة	ع	م	ن	مجموعات العينة	
قيمة (ت) ***٤,٥٦	١,٠١	١١٨,٢٣	١٥٠	ذكر	النوع
	١,٠٣	١٣١,٥١	١٥٠	أنثى	
قيمة (ت) ***٢,٩١	٠,٩٨	١٢٨,٢١	١٥٠	ريف	محل الإقامة
	٠,٩٧	١٣٣,١٥	١٥٠	حضر	
قيمة (ت) ***٣,٥٥	٠,٧١	١٢٩,٣٧	١٥٠	حكومية	نوع المدرسة
	٠,٦٩	١٣٢,٦٧	١٥٠	خاصة	
قيمة (ف) ***٧,٠٩	٢,١٨	١٣٣,٥٦	٥٧	عالي	مستوى المعيشة
	٢,٣٤	١٢٦,٠٣	٧٦	فوق المتوسط	
	٢,٣٨	١٢٣,١١	١٦٧	متوسط	
قيمة (ف) ***٣١,٠٧	٢,٦٧	١٠١,٥	١٣	بقرأ ويكتب	المستوى التعليمي للوالدين
	٢,٠٥	١٠٥,٠٤	٢٦	مؤهل متوسط	
	٢,٣٣	١١٢,٥٧	٤٧	مؤهل فوق المتوسط	
	٢,٠١	١٣٥,٤٣	٢١٤	مؤهل عالي	

يوضح الجدول (١٩):

- وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية الناتجة عن تعرضهم لحمولات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية لصالح الإناث.

- كما ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين طلاب الريف والحضر عينة الدراسة في معدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية الناتجة عن تعرضهم لحمولات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية لصالح طلاب الحضر.

- كذلك ثبت جود فروق دالة إحصائية بين طلاب المدارس الحكومية والخاصة عينة الدراسة في معدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية الناتجة عن تعرضهم لحمولات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية لصالح طلاب المدارس الخاصة.

- كما اتضح وفق تحليل التباين وجود فروق دالة إحصائياً بين مستويات المعيشة (عالي- فوق متوسط- متوسط) في معدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية، ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير مستوى المعيشة ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي مستوى تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- LSD)، وعقب تطبيق اختبار (Post Hock- LSD) اتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين المستويات المختلفة (عالي- فوق متوسط- متوسط) في معدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية الناتجة عن تعرضهم لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية لصالح أصحاب مستوى المعيشة المرتفع (العالي).

- كما اتضح وفق تحليل التباين وجود فروق دالة إحصائياً بين مستويات التعليمية للوالدين (يقراً ويكتب- مؤهل متوسط- مؤهل فوق متوسط- مؤهل عالي) في معدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية، ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير مستوى المعيشة ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي مستوى تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- LSD)، وعقب تطبيق اختبار (Post Hock- LSD) اتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين المستويات التعليمية للوالدين (يقراً ويكتب- مؤهل متوسط- مؤهل فوق متوسط- مؤهل عالي) في معدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية الناتجة عن تعرضهم لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية لصالح الوالدين أصحاب المستوى التعليمي العالي.

وهذا يؤكد أن الاعلام يسعى إلى تثقيف الناس والمجتمعات عبر وسائله المختلفة، كيث برامج تثقيفية تعنى بالتغذية الصحية أو بالأمور الطبية أو بفئة المعوقين، كما أصبح يهتم بقضايا التغذية والأمراض المزمنة وغيرها من القضايا الصحية^{٢٢}، وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (رشيد، ٢٠١٩) حيث أكدت على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الصحي لدى الطلبة تبعاً لمتغير الجنس لصالح الذكور، كما تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (رياب حلاب، ٢٠١٨) حيث أثبتت أن أفراد العينة بحاجة إلى وعي عالٍ في كل المجالات، وعلى الأداة ككل، لأن المستوى كان منخفضاً، ولا توجد فروق بين الجنسين في مستوى الوعي، كما اختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (هدى كاظم) حيث أثبتت عدم وجود فروق دالة إحصائياً في مستوى الوعي الصحي وفق متغير الجنس، واختلفت أيضاً مع نتيجة دراسة (عبد الحليم، ٢٠١٢) حيث أكدت على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الوعي الصحي، بينما اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة

(عبد الحسين، ٢٠١٢) حيث أكدت وجود فروق دالة إحصائية تبعاً لمتغير الجنس لصالح الإناث.

التحقق من الفرض السابع:

• توجد فروق دالة إحصائية بين الطلاب عينة الدراسة في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع- مستوى المعيشة- محل الإقامة- نوع المدرسة- المستوى التعليمي للوالدين).

(أ) الفروق وفقاً للنوع:

جدول (٢٠)

يوضح دلالة الفروق بين عينة الدراسة في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا وفق متغيرات النوع ومحل الإقامة ونوع المدرسة، ومستوى المعيشة، والمستوى التعليمي للوالدين

(ن=٣٠٠)

قيمة الدلالة	ع	م	ن	مجموعات العينة	
				النوع	
قيمة (ت) ***٣,٠١	٠,٦٧	٢٠,٠١	١٥٠	ذكر	النوع
	٠,٦٥	٢٢,١٧	١٥٠	أنثى	
قيمة (ت) ***٢,٤١	٠,٤٧	١٩,٢٧	١٥٠	ريف	محل الإقامة
	٠,٤٥	٢١,٥٠	١٥٠	حضر	
قيمة (ت) ***٢,٥٧	٠,٤٥	١٧,٢٠	١٥٠	حكومية	نوع المدرسة
	٠,٤٧	١٩,١٢	١٥٠	خاصة	
قيمة (ف) ***١١,٧٠	١,٩٣	٢٠,٨٩	٥٧	عالي	مستوى المعيشة
	١,٩٨	١٧,٠٤	٧٦	فوق المتوسط	
	٢,١٥	١٦,١١	١٦٧	متوسط	
قيمة (ف) ***٥,٩٢	٢,١٨	١١,٠٣	١٣	يقراً ويكتب	المستوى التعليمي للوالدين
	٢,١١	١٣,١٣	٢٦	مؤهل متوسط	
	٢,٠١	١٧,٠٩	٤٧	مؤهل فوق المتوسط	
	١,٩٩	٢١,١٣	٢١٤	مؤهل عالي	

يوضح الجدول (٢٠):

- وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا لصالح الإناث.

- كذلك وجود فروق دالة إحصائية بين طلاب الريف والحضر عينة الدراسة في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا لصالح طلاب الحضر.

- كما ثبت أيضاً وجود فروق دالة إحصائية بين طلاب المدارس الحكومية والخاصة عينة الدراسة في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا لصالح طلاب المدارس الخاصة.

- كما اتضح وفق تحليل التباين وجود فروق دالة إحصائية بين مستويات المعيشة (عالي- فوق متوسط- متوسط) في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا، ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير مستوى المعيشة ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي مستوى تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- LSD)، وعقب تطبيق اختبار (Post Hock- LSD) اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين المستويات المختلفة (عالي- فوق متوسط- متوسط) في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا لصالح أصحاب مستوى المعيشة المرتفع (العالي).

- كما اتضح وفق تحليل التباين وجود فروق دالة إحصائية بين المستويات التعليمية للوالدين (يقراً ويكتب- مؤهل متوسط- مؤهل فوق متوسط- مؤهل عالي) في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا، ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير مستوى المعيشة ولمعرفة الفروق ستكون لصالح أي مستوى تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- LSD)، وعقب تطبيق اختبار (Post Hock- LSD) اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين المستويات التعليمية للوالدين (يقراً ويكتب- مؤهل متوسط- مؤهل فوق متوسط- مؤهل عالي) في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا لصالح الوالدين أصحاب المستوى التعليمي العالي.

مما سبق نلاحظ تحقيق معدل الاستفادة من الحملات بالقنوات التليفزيونية، وذلك لأن الإعلام المرئي يكتسب خصائص كونه يتعامل مع أكثر حواس الإنسان، ويمتاز بذلك أنه يستخدم حاستي السمع والبصر اللتان تعززان الانفعالات الشعورية لدى المتلقي^(٣٣).

* التحقق من الفرض الثامن:

• توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة في شعورهم أثناء مشاهدة الحملات التوعوية بفيروس كورونا.

جدول (٢١)

يوضح دلالة الفروق بين الذكور والإناث عينة الدراسة في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا

(ن=٣٠٠)

نوع الدلالة	قيمة (ت)	الإناث ن=١٥٠		الذكور ن=١٥٠		المتغيرات
		ع	م	ع	م	
دال	**٢,٣٤	٠,٣٥	٣,٣٩	٠,٣٦	٢,٠١	الخوف
دال	**٢,٣٠	٠,٣١	٢,٦٩	٠,٣٣	١,٨٩	القلق
غير دال	٠,٤٨٠	٠,٢٨	١,٠٣	٠,٢٩	١,٠٨	الرضا
غير دال	٠,٥٣١	٠,٢٩	٠,٨٠	٠,٣٠	٠,٨٩	لا شيء

يوضح الجدول (٢١):

تحقق الفرض جزئياً، حيث ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث عينة الدراسة في شعورهم أثناء مشاهدة الحملات التوعوية بفيروس كورونا لصالح الإناث في كل من شعور (الخوف، والقلق)، في حين لم يثبت وجود فروق بينهم في شعور (الرضا، واللاشعور).

وذلك لأن الحملات الإعلامية التوعوية بالتليفزيون من أكثر المواد التي تستخدم المحاكاة والتجسيد لبعض الأمور، وذلك يكسبها واقعية أكثر ويتفاعل المشاهد معها بمشاعره وعواطفه^(٢٤)، بالإضافة إلى ذلك، يمتاز النظام التليفزيوني بقدرته على إرسال واستقبال الصورة المرئية والمتحركة بأكبر قدر ممكن من الأمانة من مكان إلى آخر، وذلك يسهم في بث العديد من التأثيرات الانفعالية وغيرها من المشاعر التي تسهم في بناء الوعي الصحي^(٢٥).

النتائج العامة للدراسة:

مما سبق عرضه من نتائج يمكن إيجاز أهم النتائج فيما يأتي:

جاءت قناة (ماجد) في الترتيب الأول، بينما جاءت قناة (سمسم) في الترتيب الأخير، ويمكن تفسير ذلك بأن قناة ماجد تمتاز بتنوع الموضوعات الأكثر صلة بطبيعة هذه المرحلة كما أنها تلبى احتياجات الطلاب المعرفية والاجتماعية بتقديم المعلومات التي

تتناسب مع هذه المرحلة، كما كان من أهم أسباب مشاهدة عينة الدراسة للحملات الإعلامية بقنوات الأطفال الفضائية (أكتسب بعض المهارات الصحية والحياتية) في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة (للتسلية والترفيه) في الترتيب الأخير، وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (إيمان فتحي، ٢٠١٣) حيث جاءت أهداف التوعية والإرشاد والتوجيه في المرتبة الأولى بنسبة ٢٨,٢٪، يليها هدف تقديم معلومات في المرتبة الثانية بنسبة ١٥,١٪، بينما لا يوجد أهداف أخرى للرسائل التي تحتويها الحملات الإعلامية، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية؛ بمعنى أنه كلما زاد معدل التعرض لحملات التوعية بفيروس كورونا كلما زادت التأثيرات المعرفية والسلوكية والاجتماعية الناتجة عن هذا التعرض، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Brenda Scholtz & Clayton Burger, 2016) حيث أثبتت أن الحملة كان لها العديد من الفوائد الإيجابية في تعزيز الوعي البيئي، وإفادة المشاركين من الحملة ومشاركتهم في المحتوى المقدم على مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت هناك زيادة واضحة في المعرفة البيئية للمشاركين.

إضافة إلى ذلك، وجدت فروق دالة إحصائية بين الطلاب عينة الدراسة في معدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية الناتجة عن تعرضهم لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا بالقنوات الفضائية وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع- مستوى المعيشة- محل الإقامة- نوع المدرسة- المستوى التعليمي للوالدين)، وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Robert & Others, Griffin, 2008) حيث أكدت نتائجها أن الأعلى في المستويات التعليمية كانوا هم الأعلى في قدرتهم على طلب وتمثيل المعلومات.

- توصيات الدراسة:

من خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، وفي إطار ما تقدم، يمكن أن توصي الباحثة بمجموعة من التوصيات والبحوث المستقبلية المقترحة:

١- ضرورة تكثيف الجهد الإعلامي في مجال برامج وإعلانات حملات التوعية والوعي الصحي من قبل دوائر وزارة الصحة المسؤولة عن هذا النشاط لأهمية تلك الحملات على الحياة اليومية للأطفال والجمهور بشكل عام.

- ٢- تصميم استراتيجية توعوية صحية وطنية، تسهم فيها كافة مكونات المنظومة الصحية، من القطاعات الحكومية المختلفة وكذلك من قبل القطاع الخاص.
- ٣- أهمية قيام المدن الطبية والمستشفيات الكبرى بتأسيس منظومة اتصالية حديثة، والقيام بدورها الوطني حيال التوعية الصحية، واستخدام القنوات الفضائية ووسائل الإعلام الجديد في التواصل مع مكونات المجتمع.
- ٤- إجراء أبحاث دورية لتقييم مستوى الأداء بالبرامج الصحية بالقنوات المحلية على مستوى الإعداد والتقديم والإخراج والموضوعات والقضايا التي تتناولها للتطوير؛ لكي تتطلق البرامج والحملات الصحية من أساس معلوماتي ومعرفي للجماهير المستهدفة.
- ٥- توظيف وسائل الإعلام الجديد في ظل فيروس كورونا المستجد في التعليم عن بعد.
- ٦- عقد العديد من الندوات والورش لتوعية الجمهور المصري بكل فئاته عن آخر الإجراءات الاحترازية خاصة في ظل تفاقم هذه الأزمة.
- ٧- الإكثار والتتبع من الأساليب الإقناعية في الحملة الإعلامية لإحداث التأثير المطلوب في المشاهد خاصة فئة الأطفال.
- ٨- الاهتمام بإعداد وتنظيم الحملات الإعلامية خاصة الحملات ذات الهدف التوعوي.
- ٩- استغلال وقت الذروة في بث هذه الحملات الإعلامية.
- ١٠- ضرورة القيام بدراسة الجمهور المستهدف قبل تصميم الحملة الإعلامية.
- ١١- توفير البيانات الصحية المتعلقة بفيروس كورونا المستجد لضمان تدفق المعلومات وسهولة الحصول عليها.

- البحوث المقترحة:

- إجراء العديد من الدراسات التجريبية على الطلاب من أجل معرفة تأثير أزمة كورونا على الجانب النفسي والاجتماعي.
- إجراء دراسات عن تناول الأطر الإخبارية لأزمة كورونا.
- إجراء دراسات تتناول فئات كبار السن ومدى اهتمام الدولة بهذه الفئات المهمشة.
- ضرورة إجراء دراسات دورية للتعرف على التغييرات في مستوى السلوك الصحي للطلبة في مدارس الحلقة الثانية من التعليم الأساسي.

مراجع الدراسة:

- ^١ - دريال كريمة، دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي، **مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر،** (جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة: كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، ٢٠١٨).
- ^٢ - بشير مصطفى، دور الحملات الإعلانية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي - دراسة وصفية ميدانية، **مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر،** (الجزائر: جامعة العربي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٦).
- ³ - Brenda Scholtz & Clayton Burger- etc "Asocial media environmental awareness campaign To promote sustain able: practices in educational environments" **Advances new trends in environmental and energy informatics book**، spring er.p.355.2016.
- ^٤ - حليلة حبوب، دور الحملات الإعلامية التليفزيونية في التوعية الصحية - دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة أم البواقي، **مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر** (الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٥).
- ^٥ - إيمان فتحي عبد المحسن حسين، دور الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية في توعية الشباب الجامعي بالقضايا المجتمعية: دراسة تحليلية، **مقال** (مجلة جامعة عين شمس: معهد الطفولة، مجلد ١٦ يناير - مارس ٢٠١٣).
- ⁶ - Huang, Li- Ling. "Evaluation of mass media campaigns to change smokers" knowledge attitudes, and behaviors China and Taiwan. **Ph.D** (University of South Carolina, United States, 2013)
- ^٧ - لامية صابر، الحملات الإعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب، **رسالة ماجستير،** (جامعة باتنة: قسم الإعلام والاتصال، ٢٠١٠).
- ⁸ - Griffin, Robert & Others. **AFTER The Flood: Anger, attribution, and the seeking of information science communication**، (Vol.29, No.3.2008)
- ^٩ - رشيد عبد القوي، مستوى الوعي الصحي وعلاقتها بالحفاظ على الوزن الطبيعي لدى طلبة الجامعة، **رسالة دكتوراة** (الجزائر: جامعة عبد الحميد بن باديس، ٢٠١٩).
- ^{١٠} - رباب حلاب، مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة الجامعة، **رسالة مكملة لشهادة الماستر** (الجزائر: جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٨).
- ^{١١} - هدى كاظم كريم، مستوى الوعي الصحي لدى طلبة كلية التربية، **رسالة مكملة لنيل شهادة البكالوريوس** (جامعة القادسية، كلية التربية، ٢٠١٨).
- ^{١٢} - دين زيدان حسين وآخرون (٢٠١٥/٢٠١٦)، نقلاً عن رباب حلاب (٢٠١٨)، مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة الجامعة، مرجع سابق، ص ١١.
- ^{١٣} - عبد الحليم خلفي (٢٠١٣)، نقلاً عن رباب حلاب، **المرجع السابق نفسه**، ص ١٠.

- ١٤ - جاسم محمد عبد الحسين وآخرون، الوعي الصحي لدى طلبة كلية التربية الرياضية، جامعة المثلى، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد(٨)، جامعة بابل، ٢٠١٢.
- ١٥ - بسام الأمامي، مستوى الوعي الصحي ودرجة الممارسات الصحية الأساسية في مدارس محافظة معان، مجلة كلية التربية، العدد(١٤٥)، الجزء الأول، جامعة الأزهر، ٢٠١١.
- ١٦ - سوزان دريد زنكنة، مستوى الوعي الصحي ومصادره لدى طلبة كلية التربية، مرجع سابق، ص ١-٣٧.
- ١٧ - علي رحيم محمد، مستوى الوعي الصحي لدى طلبة كلية التربية جامعة القادسية، مجلة الآداب والعلوم التربوية، مجلد(٦)، العددان (١-٢)، ٢٠٠٧، ص ١٨٧-٢٠٧.
- ١٨ - عبد الناصر عبد الرحمن القدومي، مستوى الوعي الصحي ومصادر الحصول على المعلومات لدى لاعبي الأندية العربية للكرة الطائرة، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلد (٦)، العدد(١)، جامعة النجاة الوطنية، نابلس، فلسطين، ٢٠٠٥، ص ٢٢٤-٢٦٣.
- 19 - Christian Noronavist,Coronaviruses: Symptoms, Treatments and variants. www-medicainews today.com,Retrived 2017/11/01. Edited
- ٢٠- بشير مصطفى، دور الحملات الإعلامية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، مرجع سابق، ص أ.
- ٢١ - بهاء الدين إبراهيم سلامة، الصحة والتربية الصحية، ط٢، (مصر: دار الفكر العربي، ٢٠٠١)، ص ٢.
- ٢٢ - زهير أحمد السباعي، التثقيف الصحي مبادئه وأساليبه، د.ط، (السعودية: الرياض، ٢٠٠٦)، ص ٨.
- ٢٣ - أحمد باريان، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، (السعودية: جامعة الملك سعود، ٢٠٠٥)، ص ٥١.
- ٢٤ - عبد الرحمن عبد الله العوضي، التثقيف الصحي أداة تعزيز الصحة، مجلة تعريب الطب، المركز العربي للوثائق والمطبوعات، الكويت، العدد(٣)، ١٩٩٧، ص ٧٠.
- ٢٥ - محمد جوهرى وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٠)، ص ٢٩٠.
- ٢٦ - رباب حلاب، مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة الجامعة، مرجع سابق، ص ١٨.
- 27 - عثمان العربي، البناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧).
- ٢٨ - على بن حسن الأحمدى، مستوى الوعي الصحي لدى التلاميذ وعلاقته باتجاهاتهم الصحية، رسالة ماجستير، (الرياض: جامعة أم القرى، قسم المناهج وطرق التدريس، ٢٠٠٢/٢٠٠٣)، ص ٣٦.
- ٢٩ - عثمان العربي، البناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، مرجع سابق، ص ٦٤٥.
- ٣٠ - عثمان العربي، الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، مرجع سابق.
- ٣١ - نايلي سماح، دور الدراما التليفزيونية في تنمية الوعي الصحي لدى طلبة الجامعة، جامعة العربي تبيسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٦.

- ٣٢ - كمال نور رشيد، الاتصال الجماهيري، ط١، دار مسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ٢٠١٠.
- ٣٣ - أبو حمام، الإعلام الثقافي، ط١، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٠.
- ٣٤ - كامل خورشيد، الاتصال الجماهيري، مرجع سابق.
- ٣٥ - سليم عبد النبي، الإعلام التليفزيوني، ط١، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٠.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawy, President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Ghanem Alsaad

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

Deputy 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: Omar Ghonem: Assistant Lecturer 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 54 July 2020 - part 4

● Deposit - registration number at Dareknotob almasrya /6555

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

● International Standard Book Number «Electronic 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.