

# المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

## مجلة نصف سنوية محكمة

العدد الخامس

يناير ٢٠٢٤

التفاعلية على موقع الفيسبوك ودورها في التوعية  
الصحية (كوفيد ١٩- نموذجًا)

أ/ ملياء أكمل العقيلي

مدرس مساعد بقسم الاعلام السياسي بجامعة المستقبل

**المستخلص:**

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة (كوفيد-19) مرجعًا للمعلومات الصحية حول الأزمة، فأصبح من الصعب تجاهل الأدوار الحاسمة التي تلعبها تلك المواقع خلال حالة الطوارئ الصحية العامة؛ لذلك هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور التفاعلية على موقع فيسبوك وأثرها في التوعية الصحية خلال أزمة (كوفيد-19). اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة؛ حيث طُبِّقت استمارة الاستبيان الإلكترونية على عينة قوامها 408 مفردات من مستخدمي موقع فيسبوك في الفترة بين شهري إبريل 2023 ومايو 2023. واستفادت الدراسة من نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، ومدخل التفاعلية، وأهم ما توصلت له نتائج الدراسة الميدانية هو أن المعلومات الصحية على الفيسبوك أسهمت بنسبة (77.4%) في تغيير السلوكيات والعادات الخاطئة لدى أفراد العينة، وجاءت نسب التفاعل حول المحتوى الصحي الخاص بأزمة (كوفيد-19) جميعها أعلى من (50%)؛ حيث جاء تفاعل المبحوثين عن طريق الاتصال بالقائمين على الصفحات الصحية -سواء من خلال الرسائل، أو البريد الإلكتروني، أو أرقام الهاتف- في المرتبة الأولى من بين أدوات التفاعلية بنسبة (77.5%)، وجاء موقف المبحوثين تجاه آليات الدولة في التعامل أثناء الأزمة إيجابيًا بما يزيد على نصف العينة بنسبة (52.7%). ومن بين نتائج اختبارات الفروض اتضحت معنوية العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين للفيسبوك كأحد المصادر للحصول على المعلومات الصحية ومعدل التغيير في سلوكهم تجاه أزمة (كوفيد-19)، كما اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة حسب متغيراتهم الديموغرافية (النوع، والحالة الاجتماعية، والسن، والمستوى التعليمي، والدخل الشهري للأسرة) في معدل استخدامهم للفيسبوك للحصول على المعلومات الصحية حول الأزمة.

**الكلمات الدالة:** مواقع التواصل الاجتماعي، مدخل التفاعلية، الفيسبوك، الوعي الصحي، أزمة (كوفيد-19)- نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية

**Abstract:**

During the COVID-19 crisis, social media platforms have become the primary source of information about health factors. It is hard to deny the key role that these sites play during a public health emergency. This research outlines the interactive response on Facebook and its impact on implementing health awareness during the COVID-19 outbreak. The study is based on an online survey curriculum that displays data gathered from 408 Facebook users between April 2023 and May 2023. The critical findings of this research show that Facebook contributed (77.4%) to the changes in attitude and wrong behaviours in contributing individuals. In addition, the interac-

tion rates of COVID-19 online health content were surprisingly higher than (50%), where the interaction of candidates came by interacting with health institutions' web pages, whether through emails, or phone numbers, which was highlighted as the main interactive tool by (77.5%) of candidates. Alike, the respondent's positions towards the state's mechanisms in managing the crises positively more than half the candidates (52.7%). The results of hypotheses testing demonstrated a significant relationship between the rate of Facebook usage as a source of health information and the rate of change in behavior towards the COVID-19 crisis. Additionally, there was no statistically significant difference among the study sample regarding their demographic variables (gender, marital status, age, education level, and monthly family income) in their rate of Facebook usage for obtaining health information about the crisis.

**Keywords:** Social Media Platforms, Interactivity, Facebook, Health Awareness, COVID-19 crisis- Media Richness Theory.

## مقدمة

لقد أحرز التطور الرقمي في قطاع الصحة في مصر خلال عام 2020 وحده نجاحًا يوازي مسيرة عشرة أعوام، وتُسهم التكنولوجيا اليوم في تحسين الرعاية المجتمعية في إطار السعي لتقديم أرقى خدمات الرعاية الصحية للمرضى، حيث تسمح لنا التكنولوجيا بتحليل البيانات، واستخراج المعلومات المهمة؛ للتمكن من اتخاذ القرارات الصحية بشكل أفضل وأسرع. وفي نهاية المطاف، عندما يتعلق الأمر بتحقيق الرؤية المستقبلية طويلة الأجل للقطاع الصحي في مجتمعات الشرق الأوسط؛ فإنَّ التكنولوجيا هي السبيل إلى تحقيق نتائج أفضل للجميع.

وهما أن التوعية الصحية تؤدّي دورًا مهمًّا في رفع كفاءة الصحة العامة؛ فقد اعتبرها الأطباء والعلماء الوسيلة الأكثر فاعليَّة في تحسين مستوى صحة جميع أفراد المجتمع، وتخليص الناس من العادات الصحية الخاطئة، وإيجاد أفراد على مستوى عالٍ من الوعي الصحي؛ من أجل الوقاية، وتجنب الوقوع في المشاكل الصحية؛ لذا فقد شهدت التوعية الصحية تطورًا ملحوظًا من حيث الوسائل والأشكال، فأصبح وسائل الاتصال الحديثة أداة رئيسة في نشر التوعية الصحية والوقائية؛ لما تحظى به من انتشار واسع لدى الأفراد؛ فكان لتكنولوجيا المعلومات دور مهم في مواجهة تداعيات (كوفيد-19).

حيث تعتبر أزمة (كوفيد-19) واحدة من أكبر التحديات التي واجهت العالم في الآونة الأخيرة، منذ وُصف منظمة الصحة العالمية له بالجائحة في مارس 2020، وإعلانها حالة طوارئ صحية عامة ذات أهمية دولية- في إصابة 767.518.723 مصابًا، ووفاة ما يقرب من 7 ملايين حالة، وفي مصر وصل عدد المصابين في مايو 2022 إلى حوالي 516 مٌصابًا، ووفاة ما يقرب من 25 ألف حالة (الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء، 2022).

وهنا برزت أهمية ودور وسائل الإعلام في التوعية بمخاطر الإصابة بالفيروس. وفي ظل انتشار الأزمة أصبح الفيسبوك أداة مهمة لنشر الوعي الصحي، وتوعية الناس بأهمية الالتزام بالإجراءات الوقائية؛ لما يتميز به من التفاعلية التي تعد من العوامل الرئيسة التي تساعد في نشر الوعي الصحي؛ حيث يمكن للأشخاص التفاعل مع المحتوى المنشور، والتعليق عليه، ومشاركته مع الآخرين؛ ومن ثمَّ يمكن للمعلومات الصحية والإرشادات الوقائية الانتشار بشكل أسرع وأوسع؛ ومن ثمَّ يتم تعزيز الوعي الصحي، وتحقيق تأثير إيجابي على المجتمع.

من ناحية أخرى، أدَّى التوسع في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الجمهور أثناء الوباء إلى توسيع مساحة القلق بشأن الأخبار والمعلومات المضللة؛ لأن المنصة تسمح بالتفاعل السريع ونشر الأفكار؛ مما يمكّن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الترويج للأفكار، أو نشر الأخبار؛ من خلال المشاركة أو غيرها من الأدوات التفاعلية التشاركية؛ ونتيجة لذلك من المتوقع أن يتعرضوا لنوع من المعلومات التي لا يمكن السيطرة عليها، لا سيما الأخبار المنشورة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي المستقلين.

ولتحسين مستوى الوعي الصحي في محاولة لمواجهة أزمة (كوفيد-19-) تم إدراج مواقع التواصل الاجتماعي في الأنشطة الحكومية؛ حيث أدت الحكومة دورًا مهمًا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ لتوفير مصدر موثوق للمعلومات الصحية للجمهور؛ عن طريق نشر التحديثات الحكومية الرسمية حول تطورات الوضع الصحي، والإجراءات المتخذة، ونشر البيانات الرسمية، بالإضافة إلى التواصل المباشر مع المواطنين؛ من خلال تقديم الإرشادات والتوجيهات الصحية عبر منصات التواصل الاجتماعي، والرد على أسئلة المواطنين، وتقديم الدعم والمساعدة اللازمة؛ وبهذه الطريقة يتم توفير قناة مباشرة للتواصل بين الحكومة والمواطنين؛ مما يعزز الثقة، والتفاعل الإيجابي، والتصدي للشائعات، خاصة وقت انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة، حيث زادت حاجة الجمهور للحصول على المعلومات الصحية الموثوقة.

### الدراسات السابقة

لقد أشارت العديد من الدراسات السابقة التي اهتمت بوسائل الإعلام والاتصال إلى تزايد دورها يوميًا حتى أصبحت وسيلة لزيادة الوعي الصحي داخل المجتمع، ونظرًا لأهميتها ودورها الفعال للمجتمع -خاصةً في مجال الصحة- فقد اهتمت دراسات عديدة بتناولها، ويمكن تصنيفها إلى:

### أولاً: الدراسات التي تناولت التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي:

أشارت العديد من الدراسات إلى مفهوم الإعلام الرقمي، وما يتميز به من خصائص أفرزت العديد من المسميات؛ كالإعلام التفاعلي والإلكتروني، بجانب تناول مفهوم التفاعلية وخصائصها، واستكشفت الدراسات في جانبها النظري آفاق التفاعلية الحالية والمستقبلية، وعلاقتها بالرأي العام التقليدي والرأي العام الإلكتروني، وكيفية توظيفه؛ منها: دراسة المغير (2020) التي أكدت أهمية الإعلام التفاعلي في تواصل العمل والأنشطة البشرية، خاصة خلال الحجر الصحي الذي فرضته بلاد العالم للسيطرة على انتشار وباء فيروس كورونا المستجد، فأبرزت الدراسة أهمية التفاعلية، ومدى استخدام أساليبها وآلياتها بمواقع التواصل الاجتماعي حول المواضيع الصحية لتبادل المعلومات الصحية المختلفة.

وقامت العديد من الدراسات برصد التفاعلية بالمواقع الإخبارية والشبكات الاجتماعية بأبعادها المختلفة، وتوصيف أدواتها من منظور مقياس التفاعلية الوظيفية، ومقياس التفاعلية المدركة، ومقياس المشاركة لدى العينة؛ منها: دراسة خفاجة (2020) التي رصدت جميع أدوات وآليات التفاعلية وفق الأبعاد الستة التفاعلية لمقياس كاري هيتير بالصفحات الإخبارية على الفيسبوك وتويتر في صفحة (BBC News- France) لمدة شهر كامل، ورصدت النتائج أن موقع فيسبوك يعد من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية حرصاً على توفير آليات وأدوات الاتصال التفاعلي، كما يتميز موقع تويتر بتوفير الأدوات الاتصالية التي توفر التفاعلية في التعامل مع الموقع؛ فهو يتميز بالسرعة الفائقة. واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة بن عبو (2018) في أن الفيسبوك من أهم الوسائل الاتصالية الحديثة التي مكنت الأفراد والجماعات والمؤسسات من الاستفادة بخصائصه المختلفة؛ على غرار التفاعلية التي ينتجها الموقع، والأشكال اللغوية المختصرة والسريعة التي أصبحت تنافس اللغات الأم في كل مكان في العالم.

ومن حيث آليات وأشكال التفاعلية؛ اختلفت دراسة عقاد (2023) عن دراستي فهمي؛ حيث سَعَتْ دراسة عقاد (2023) إلى رصد الأشكال والقوالب التفاعلية على الفيسبوك التي قُدمت بها المنشورات، ورصدت النتائج تصدُّر شكل (فيديو) في قالب (حديث مباشر) مقدمة القوالب التي وُضع بها المنشور على الصفحات -عينة الدراسة- يليه شكل (نص مكتوب) في المرتبة الثانية، بينما ظهر -بشكل عام- ضعف اهتمام أصحاب الصفحات -عينة الدراسة- بأحد أشكال التفاعلية وهو (التعليقات) في التفاعل مع الجمهور؛ حيث بلغت نسبة انعدام تعليقات أصحاب الصفحات على تفاعلية جمهور المستخدمين للمنشورات في الصفحات -عينة الدراسة- (62.8%)، في حين جاء الإعجاب أعلى أشكال التفاعلية ضمن الأشكال التفاعلية التي يستخدمها الجمهور بنسبة (56.4%) بواقع 1420 إعجاباً.

بينما جاء التعليق بغرض إبداء الرأي في المرتبة الأولى بنسبة (80.3%) بواقع 834 تعليقا في دراسة فهمي (2021) التي سعت لدراسة أشكال التفاعلية لدى الجمهور باستخدام أداة تحليل المضمون لعينة عمّدية على صفحات برامج الفضائية المصرية على الفيسبوك، الأمر نفسه الذي أكّده الباحث في (2020) في دراسة هدفت إلى دراسة أشكال التفاعلية، وأشارت إلى تنوع أغراض التفاعل بالتعليقات ما بين إبداء الرأي، وتصحيح المعلومات، وإضافة معلومات، ومقترحات وطلبات، ومشكلات وشكاوى، واستفسارات؛ حيث ارتفعت نسبة التفاعلية بالتعليقات إلى (36.7%).

ولتسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق التفاعلية حول التوعية الصحية؛ هدفت دراسة الطاهر ووليد (2018) إلى التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة أو فضاء اتصالي لمستخدميها -سواء كانوا أشخاصاً أو مؤسسات- في نشر وتصميم الحملات الصحية التوعوية عبرها على عينة من 96 مفردة، وأكدت النتائج أن المواضيع الصحية الوقائية تحظى باهتمام مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، سواء في الحالات العادية أو غير العادية؛ بما يعكس مدى الوعي الصحي لدى مستخدميها، كما أن التفاعل مع المواضيع الصحية يبرز دور التفاعلية بمختلف أساليبها؛ إذ تتيح هذه الأخيرة شكلاً جديداً من أشكال التوعية الصحية بعروض مختلفة، وبشكل آني جعل أغلب المبحوثين يتفاعلون معها بشكل إيجابي، بغض النظر عن الظروف المحيطة بها. واتفقت نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة عيسى (2020) التي أوضحت أن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر وسائل الإعلام -بشكل عام- استخداماً للحصول على المعلومات الصحية، وموقع فيسبوك بشكل خاص؛ حيث احتل المرتبة الأولى لدى المبحوثين، واحتل موقع اليوتيوب المرتبة الثانية، بينما احتل موقع تويتر المرتبة الثالثة.

#### ثانياً: الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية:

اهتمت العديد من الدراسات بتناول دور وسائل الإعلام الحديثة في وقت الأزمات الصحية وانتشار الأمراض والأوبئة؛ لضمان سرعة وصول المعلومات إلى أكبر عدد من الجمهور، والعمل على تعزيز الوعي والثقافة الصحية، وفي هذا السياق من حيث الأزمات الوبائية؛ سعت دراسة إبراهيم ومهند وساهي (2021) لمعرفة درجة إسهام الإعلام الصحي في التعامل مع الأزمات الوبائية وعلاقته بتعزيز التوعية الصحية بالتطبيق على عينة عشوائية من 84 مفردة من الإعلاميين العاملين بالمؤسسات الصحية، وأوضحت النتائج ارتفاع الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى عن بقية الوسائل الإعلامية الأخرى كمصدر للحصول على المعلومات الصحية بنسبة (50%)، ثم التلفزيونيون في المرتبة الثانية بنسبة (43%). وأكدت دراسة مبني وحامدي (2020) -من خلال تحليل المضمون- أهمية موقع فيسبوك في غرس المفاهيم الصحية، وعلاقته بالتوعية الصحية، وأوضحت أن الفيسبوك يفتح للمستخدمين مجالاً لطرح الأسئلة التفاعلية التي تهدف

إلى التثقيف الصحي، واكتساب عادات وممارسات صحية جديدة، بالإضافة إلى تعدد القيم الصحية، خاصة قيمة الوقاية الصحية.

وسعت دراسة باهي (2019) لتقصي دور موقع فيسبوك في إدراك المخاطر تجاه وباء "الكوليرا" على عينة من 42 مبحوثاً من الأطباء العموميين، وتوصلت إلى أن الفيسبوك ساهم بدرجة كبيرة جداً بنسبة (73.8) في التوعية الصحية ضد داء الكوليرا في الجزائر؛ باعتباره مصدراً كافيًا - إلى حد ما - للتوعية في هذا المجال، لكنه لا يغني كلياً عن المصادر الإعلامية الأخرى، وجاء بنسبة (38.10%) من اقتراحات الأطباء بضرورة إثراء الصفحات والمجموعات بآخر الدراسات الصحية حول الأمراض والعلاجات، والعمل على نشر مقالات طبية، ومشاركة الآراء مع الزملاء؛ من أجل تفعيل دور الفيسبوك في التوعية الصحية. وأكدت دراسة سلام (2018) أن الإعلام الصحي يعتبر من أبرز حقول الإعلام تأثيراً على حياة المجتمعات؛ لما يقدمه من برامج صحية وتنموية وتثقيفية أصبحت مضموناً إعلامياً ومشروعاً مستهدفاً من قبل أرباب العمل المتخصصين في قطاع الإعلام التنموي؛ لاستقطاب شرائح المجتمع كافة.

وبينت دراسة (Hornmoen and Mcinees 2018) -التي طبقت في دولتي النرويج والمملكة المتحدة- تصدراً أخبار الوباء على مواقع التواصل الاجتماعي وعلى وسائل الإعلام التقليدية، وأشارت إلى أن السلطات النرويجية قد أولت أهمية كبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي لسرعة إيصال المعلومات إلى الجمهور، في حين أن السلطات البريطانية أعطت اهتماماً محدوداً لتلك الوسائل. وسعت دراسة (Chan et al. 2018) لتقصي تأثير وسائل الإعلام تجاه فيروس "زيكا Zika" بالولايات المتحدة؛ من خلال تحليل 2660 مضموناً على وسائل الإعلام التقليدية و1.605.752 تغريدة على تويتر، بالإضافة إلى مسح ميداني على 29062 مبحوثاً خلال المقابلات التليفونية؛ لمعرفة مدى إدراكهم لخطر الفيروس، وتوصلت النتائج إلى أن هناك ارتباطاً بين استخدام الجمهور لوسائل الاتصال التقليدية والشبكات الاجتماعية وبين إدراك المخاطر واتخاذ الإجراءات الوقائية.

وحول أهم أسباب التعرض للصفحات الصحية على الفيسبوك طبقت دراسة طه (2018) تحليل المضمون على عينة من الصفحات الصحية على الفيسبوك (التفاح الأخضر - صحتي كل يوم)، بالإضافة إلى المسح الميداني على عينة عمدية تتكون من 400 مفردة من الشباب، وجاء من أهم النتائج أن الحصول على المعلومات الصحية عامةً في المرتبة الأولى من أسباب التعرض للصفحات، يليه زيادة الثقافة الصحية، ثم المساعدة في حل المشكلات الصحية، وأشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين للصفحات الصحية وتنمية الوعي الصحي لديهم، وعدم وجود فروق بين الذكور والإناث في معدل متابعة الصفحات الصحية على الفيسبوك.

وفيما يخص المكانة التي تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات الصحية؛ أشارت دراسة السنجري (2018) أن مواقع التواصل الاجتماعي -خاصة موقع فيسبوك- حققت إشباعات وحاجة الجمهور في الحصول على المعلومات الصحية والوقائية، فيمكن الاستفادة من موقع فيسبوك الذي يعد فضاءً إعلامياً متكامل الأبعاد في تعزيز الوعي والثقافة الصحية؛ من خلال توجيهه، ونشر المعلومات، وعرض الصور والفيديوهات التفاعلية التوعوية.

وذكرت دراسة فياض (2015) -التي طبقت منهج المسح على عينة من 210 مبحوثين من الشباب- أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يرتادها الشباب بخصوص القضايا الصحية، ودورها في تعزيز الوعي الصحي -بالترتيب- فيما يلي: حظي اليوتيوب بالأولوية لدى فئة الشباب بخصوص القضايا الصحية بنسبة (96%)، وشبكة تويتر بالمرتبة الثانية بنسبة (90.5%)، وشبكة فيسبوك بالمرتبة الثالثة بنسبة (87.1%). وأشارت النتائج إلى أن الشباب يميل إلى المقاطع الصورية والأفلام أكثر مما يميل إلى التقارير والأخبار في متابعة القضايا الصحية؛ على اعتبار أن الصورة أكثر قدرة على الإقناع والرسوخ في الذاكرة من الكلمة المكتوبة أو المنطوقة.

#### ثانياً: الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة (كوفيد19-):

اهتمت بعض الدراسات بتقصي دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا (كوفيد19-)، وفي هذا السياق كشفت دراسة صبري (2023) عن الدور الفعال لموقع فيسبوك، والتي طبقت على عينة عمدية من مستخدمي فيسبوك من الجمهور العام ممن تزيد أعمارهم على 18 عاماً، كشفت الدراسة وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام فيسبوك في ظل جائحة كورونا والانعكاسات الوجدانية الناتجة عن تداول أخبار الوفيات عبر الموقع، وقد تمثل أبرز شعور إيجابي في (المسؤولية تجاه الآخرين)، بينما تمثل أبرز شعور سلبي في (القلق).

فوسائل التواصل الاجتماعي لديها الإمكانيات إذا كانت مستخدمة بشكل مناسب لتوفر طرق النشر السريعة والفعالة للحصول على معلومات أساسية؛ مما أدى إلى زيادة الطلب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكشفت دراسة عبد الوهاب (2022) -بالتطبيق على عينة عمدية من 100 مبحوث- تفوق وسائل التواصل الاجتماعي على غيرها من وسائل الإعلام التقليدية بنسبة 58% في إمداد المبحوثين بالمعلومات حول جائحة كورونا، خاصة موقع فيسبوك الذي حاز (86%) من اعتماد المبحوثين عليه بشكل أساسي في إمدادهم بالمعلومات، ومتابعة مستجدات وتطورات الجائحة. وقد وقع الاختيار على منصات التواصل الاجتماعي



لتكون بمثابة الوسيط بين مختلف المؤسسات والأفراد بصفة عامّة؛ لكي يوجِدوا أسلوبًا ممكنًا للتواصل بين الأفراد، ومشاركة المعلومات ذات العلاقة بالجائحة.

كما أوضحت دراسة Apuke & Tunca (2021) أن الأفراد يلجأون إلى مشاركة المعلومات المتعلقة بالفيروس لعدة أسباب، مثل: تعزيز الذات؛ بمعنى أن يكون الشخص خبيرًا بالموضوع في عيون الآخرين، أو الإسهام في التماسك المجتمعي، والإحساس بالانتماء إلى المجتمع وقضاياه، أو الرغبة في التّواصل الاجتماعي، أو لكبح آثار الفيروس. في حين أشارت دراسة سليمان (2021) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهل -بشكل كبير- انتشار المعلومات المضللة، حيث أصبحت هذه المنصات مصدر قلق كبير خلال الوباء.

ومن الناحية النفسية أشار Zhou et al (2021) إلى أن زيادة التعرض لمنصات التواصل الاجتماعي، وما تحمله من معلومات يمكن أن يؤثر سلبيًا على الصحة العقلية للمجتمع، وتتفق مع ذلك دراسة Hammad & Alqarni (2021) حيث أشارا إلى أن المعلومات الخاطئة لا تؤثر على القرارات الصحية للأفراد فحسب؛ بل تؤثر أيضًا على صحتهم العقلية؛ مما يؤدي إلى زيادة الخوف والقلق، أيضًا اختلاف الناس حول حقيقة الفيروس، وتبادلهم المعلومات أدّى إلى حدوث نزاعات شخصية وعائلية.

وتوصلت دراسة Alashry (2021) إلى أن نشر المعلومات الخاطئة حول الجائحة عبر منصات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى نتائج سلبية؛ منها: الإحجام عن اتباع التوصيات المتعلقة بالفيروس للحفاظ على الصحة العامّة، كما أن تراكم هذه المعلومات التي لا أساس لها من الصحة يؤدي إلى الامتناع عن أخذ اللقاحات؛ مما يؤدي هو الآخر إلى عواقب وخيمة تودي بالصحة العامّة.

وأوضحت دراسة عيشوش وبوسرسوب (2020) -من خلال تطبيق أداة الملاحظة بالمشاركة- أن شبكة الفيسبوك تؤدي دورًا فعالًا في تعزيز التوعية الصحية الصحيحة، وأن أهم المواضيع التي تقدمها هي: زيادة الوعي، والتواصل مع الجهات الطبية، والاهتمام بالنظافة الشخصية، والفحص المبكر، فأغلب المبحوثين يشجعون -بنسبة عالية- تصفّح الصفحات الخاصة بالتوعية بفيروس كورونا بنسبة (50%)، وبنسبة (46.8%) أثرت تلك الصفحات على تعزيز قناعتهم الصحية.

بينما في دراسة مدفوني (2020) -التي سَعَت للبحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على استبيان إلكتروني على عينة تتكون من 150 مبحوثًا- حظي موقع فيسبوك

بالأفضلية بنسبة (83.10%)، يليه موقع يوتيوب بنسبة (9.5%)، ثم موقع إنستجرام بنسبة (4.10%)، كما احتل موقع فيسبوك المرتبة الأولى في دراسة غانم (2021)، يليه موقع تويتر، ثم إنستجرام، وفي المرتبة الرابعة موقع يوتيوب

### التعليق على الدراسات السابقة:

#### أولاً: القضايا والإشكاليات البحثية

• تباينت أهداف الدراسات السابقة ما بين رصد أشكال وأدوات التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي، وهدف بعضها إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الحديث في تثقيف الجمهور من الناحية الصحية بشكل عام، وفي وقت الأزمات بشكل خاص، واهتمت بعض الدراسات بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة فيروس (كوفيد-19)،. وتداعياته، وسبل الوقاية منه.

#### ثانياً: المناهج والأطر النظرية المستخدمة

• من حيث الإطار النظري: اعتمدت الكثير من الدراسات السابقة على إطار نظري متشابه هو نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واعتمد القليل منها على نظرية الاستخدامات والإشباع؛ مثل: دراسة فياض (2015)، ودراسة سليمان (2021)، وعلى نظرية بناء الأجندة؛ مثل: دراسة فهمي (2021).  
• من حيث الإطار المنهجي: تنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات العربية والأجنبية؛ حيث استخدم المنهج الوصفي، ومنهج دراسة الحالة، ومنهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، والمنهج التطبيقي المقارن.

#### ثالثاً: الأدوات والأساليب البحثية

• استخدمت معظم الدراسات العربية والأجنبية استمارة الاستبانة لجمع البيانات؛ مثل: صبري (2023)، ودراسة عبد الوهاب (2022). واستخدم القليل منها المقابلة؛ مثل: دراسة خالد مصطفى فهمي (2020)، بالإضافة إلى أداة الملاحظة بالمشاركة في دراسة عيشوش وبوسرسوب (2020)

#### رابعاً: مجتمع الدراسة والعينات المستخدمة

• جاءت الدراسات التي أجريت ميدانية؛ حيث تم تطبيقها على عينات من الجمهور المصري، سواء عن طرق العينة العشوائية، أو العمدية، أو كرة الثلج من الجمهور العام، أو بالتركيز على فئة الشباب من سن 18 فيما هو أكبر، كما تطرقت بعض الدراسات إلى تحليل مضامين وسائل الإعلام التي تم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي فما يخص المواضيع الصحية وحول (كوفيد-19).

وتشير مراجعة الدراسات السابقة إلى أن سلوك الأفراد في البحث عن المعلومات يمر بمراحل متعددة؛ يبدأ البحث بحاجة الفرد إلى المعلومات التي تدفعه للبحث عن المعلومات في مصادر مختلفة، ثم استخدام تلك المعلومات أو مشاركتها مع الآخرين. وتتفق معظم الدراسات على أن منصات وسائل التواصل الاجتماعي من بين أكثر مصادر المعلومات شيوعاً للأفراد لجمع المعلومات ومشاركتها؛ بسبب خصائصها التي تميزها عن المصادر الأخرى؛ وهذا يجعلها أيضاً وسيلة لنشر كميات هائلة من المعلومات المضللة؛ لذلك تسعى الدول إلى مكافحة هذه المعلومات بالتعاون مع المجتمع والمؤسسات المحلية والدولية، بأساليب متعددة من الرقابة، مثل: سن القوانين والتشريعات، أو دور تربوي عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرسمية، وإنشاء وحدات ومراكز لمكافحة الأخبار الكاذبة.

وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في التركيز على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية وإدارة أزمة (كوفيد-19)، كما تتفق مع العديد من الدراسات السابقة في متغير أساسي هو التوعية الصحية كموضوع فرض نفسه في ظل ظروف الصحية التي مرَّ بها العالم.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- الاستفادة بها في تحديد المشكلة البحثية تحديداً دقيقاً، ووضع تساؤلات وفروض الدراسة الحالية، وتحديد الإطار النظري.
- الاستفادة منها في تحديد الخطوات المنهجية العلمية المناسبة لموضوع الدراسة.
- الاستفادة منها في تصميم أداة البحث الملائمة وتطبيقها، والمقارنة بين نتائج الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية؛ للتعرف على أوجه الاختلاف والتشابه.
- الاستفادة منها في زيادة التعرف على الموضوع من الناحيتين النظرية والتطبيقية، مع معرفة جوانب التطور التي طرأت على مواقع التواصل الاجتماعي.

#### مشكلة الدراسة

وفي وقت أزمة (كوفيد-19) أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي -خاصة موقع فيسبوك- ذات أهمية قصوى لدى شريحة عريضة من الجمهور؛ لإرسال واستقبال المعلومات الصحية، ومتابعة الكثير من الأحداث المتزامنة في أسرع وقت، والتواصل مع الآلاف من المتابعين والتفاعل معهم، واعتمد الجمهور المصري على هذه الوسائل لأنها تناولت قضية من أهم قضايا العصر الراهن المرتبطة بالثقيف والوعي الصحي في ظل الأزمة التي صنَّها البعض بأنها من أخطر الأزمات التي مرَّ بها العالم؛ لذلك فإن تقييم دور منصات وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية العامة أمر بالغ الأهمية؛ لأنه يساعد في تحديد تأثير جهود الوقاية والتدابير التي تتخذها الحكومة.

ورغم أن الفيسبوك أصبح وسيلة للتواصل والتفاعل الفعال أثناء الأزمة؛ فإنه في الوقت نفسه يحمل العديد من الآثار السلبية على الفرد والمجتمع؛ من خلال نشر المعلومات الزائفة والشائعات، فالموقع يسمح للأفراد بنشر المعلومات دون التحقق من صحتها؛ مما أدى إلى زيادة انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة، فكون الفيسبوك مصدرًا للتواصل الاجتماعي ساعد في توفير الدعم النفسي والعاطفي للأفراد؛ حيث مكّن المستخدمين من مشاركة تجاربهم ومشاعرهم، وتبادل الدعم من خلال منشوراتهم وتعليقاتهم، ولكنه في الوقت ذاته أضر سلبيًا على الصحة النفسية للأفراد؛ مما أدى إلى الإصابة بالقلق والارتباك لدى المستخدمين، وأدى هذا إلى تكثيف جهود الحكومة والسلطات الصحية في استخدام تكنولوجيا المعلومات التي يوفرها التحول الرقمي؛ لمواكبة تطورات العصر والتفاعل مع المواطنين.

ومن خلال هذا تسعي مشكلة الدراسة لتقصي دور التفاعلية على موقع فيسبوك في التوعية الصحية حول أزمة (كوفيد-19)؛ من خلال دراسة تأثير العوامل المختلفة على تفاعل المستخدمين مع المضامين الصحية على موقع الفيسبوك، من خلال تحليل العوامل المتعلقة بالتفاعلية والثقة في المعلومات التي تقدم التوعية الصحية حول أزمة (كوفيد-19).

## أهمية الدراسة

تمثلت أهمية الدراسة الحالية في:

1. أنها تسلط الضوء على جائحة كوفيد-19؛ وهي إحدى القضايا المؤثرة في عملية صنع القرارات بالنسبة للجمهور، ليس في مجال الصحة فقط؛ ولكن على جميع المستويات المحلية والعالمية؛ وهو ما يستوجب الرصد والتحليل؛ لمعرفة تشكيل معارف واتجاهات الجمهور.
2. تعدُّ الدراسة محاولة للاستفادة من الزيادة المستمرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عامة، وموقع فيسبوك خاصة، في نشر الوعي الصحي والمعلومات الصحيحة حول (كوفيد-19)، والحد من انتشار الشائعات التي قد تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في ترويجها.
3. التعرف على آليات الدولة خاصة وزارة الصحة والسكان المصرية في رفع الوعي الصحي لدى المواطن بالاستفادة القصوى من التطور التكنولوجي لمواجهة ومحاربة الشائعات.
4. تعتبر الدراسة إضافة بحثية جديدة في مجال البحث العلمي المجتمعي، الذي يسلط الضوء على تفاعل الجمهور المصري مع وسائل الاتصال الجديدة، ومدى اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الصحية أثناء جائحة (كوفيد-19).

## أهداف الدراسة

- تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في ”التعرف على دور التفاعلية على الفيسبوك على الوعي بشأن أزمة (كوفيد19-)“، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية من أهمها:
- 1.تقييم الجمهور المصري للفيسبوك كوسيلة للحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد19-).
  - 2.التعرف على طبيعة مشاركة وتفاعل الجمهور على الفيسبوك مع المحتوى الصحي الموجّه لهم بشأن أزمة (كوفيد19-).
  - 3.تقييم الأساليب التفاعلية التي يعتمد عليها الجمهور على موقع فيسبوك في متابعة أزمة (كوفيد19-).
  - 4.تحليل دور موقع فيسبوك في تعزيز الوعي الصحي أثناء أزمة (كوفيد19-).
  - 5.الكشف عن اتجاهات الجمهور المصري نحو آليات تعامل الدولة مع التطور التكنولوجي أثناء أزمة (كوفيد19-).

## تساؤلات الدراسة

- تسعى الدراسة للإجابة على تساؤل رئيسي وهو ” ما دور التفاعلية على الفيسبوك على الوعي الصحي بشأن أزمة (كوفيد19-)“ وينبع من هذا التساؤل مجموعة أسئلة فرعية تتمثل في:
- 1.ما مدى تقييم المبحوثين للمعلومات الصحية المقدمة على الفيسبوك بشأن أزمة (كوفيد19-)?
  - 2.ما تأثير تعرّض المبحوثين للمعلومات الصحية على الفيسبوك على وعيهم الصحي بشأن أزمة (كوفيد19-)?
  - 3.كيف تفاعل واستجاب المبحوثون للمعلومات الصحية المنشورة على الفيسبوك بشأن أزمة (كوفيد19-)?
  - 4.ما تأثير تعرّض المبحوثين للمعلومات الصحية على الفيسبوك على تغيير سلوكياتهم تجاه أزمة (كوفيد19-)?

## فروض الدراسة

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في معدل استخدامهم للفيسبوك كمصدر للحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد19-) حسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، والحالة الاجتماعية، والسن، والمستوى التعليمي، والدخل الشهري للأسرة).
- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على الفيسبوك كأحد مصادر الحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد19-) ومستوى الوعي الصحي حول الأزمة.
- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين معدل استخدام المبحوثين للفيسبوك كأحد مصادر الحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد19-) ومعدل التغيير في سلوكهم تجاه الأزمة.
- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين معدل اعتماد المبحوثين على الفيسبوك كأحد مصادر الحصول

على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد-19) ودرجة ثقتهم بالمعلومات الصحية المقدمة عن الأزمة. •الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية بين معدل تفاعل المبحوثين على الفيسبوك كأحد مصادر الحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد-19) ومستوى الوعي الصحي لديهم حول الأزمة.

### المفاهيم والتعريفات الإجرائية:

التفاعلية: هي الجهود المخططة لتصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة، وبرامجها، ومحتواها، والتي تسمح للمستخدم بأكبر قدر من المشاركة في عملية الاتصال، والاختيار الحر من خلال المحتوى والخدمات المتاحة على شبكات الإنترنت بقدر حاجاته وتفضيله واهتمامه (كافي، 2016).

التعريف الإجرائي: هي أدوات المشاركة المتاحة بمواقع الإنترنت لجعل المستخدم متلقيًا ومرسلًا ومشاركًا للمعلومات الصحية الخاصة بفيروس كورونا.

التوعية الصحية: هي عملية تزويد الأفراد داخل المجتمع بالمعلومات والبيانات؛ بهدف التأثير في اتجاههم وسلوكهم فيما يتعلق بأمور الصحة (المشاقبة، 2012).

التعريف الإجرائي: هي مجموعة من الإجراءات، والإرشادات، والأنشطة التواصلية، والتعليمية، والإعلامية، والصحية؛ لمحاولة فهم واستيعاب أفراد المجتمع للمشكلات الصحية، وكيفية المحافظة على صحتهم، وتزويدهم بالبيانات والمعلومات، وتحذيرهم من المخاطر والفيروسات؛ عن طريق اتباع الإرشادات الصحية الصحيحة، وتجنب العادات الخاطئة.

فيروس كورونا المستجد (COVID-19): فيروسات كورونا هي فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. ومن المعروف أن عددًا من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامه؛ مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية، والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (السارس) (منظمة الصحة العالمية، 2020).

### النظرية المفسر للقضية البحثية

استندت الدراسة الحالية على نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية ومدخل التفاعلية، حيث تستخدم الأولى لدراسة معايير الاختيار بين وسائل الإعلام الجديد، أو ما يعرف باسم الإعلام الإلكتروني، وفقًا لدرجة ثرائها المعلوماتي، حيث يزداد تعرض الأفراد لوسائل الإعلام عندما تكون هناك حاجة للحصول على المعلومات والأخبار خاصة أثناء الكوارث والأزمات، فتكون شدة التعرض للأسرع والأكثر سهولة. كما كان هذا هو الحال في بداية جائحة (كوفيد-19)، حين وفرت مواقع التواصل الاجتماعي المعلومات الأسرع والأكثر تنوعًا وسهولةً في الوصول إليها، ولم تستطع وسائل الإعلام التقليدية مواكبة السرعة التي تم بها نقل المعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، واعتمد النظرية على عدة فروض وهي:

الفرض الأول: تمتلك الوسائل التكنولوجية قدرًا كبيرًا من المعلومات، بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها؛ ومن ثَمَّ تستطيع التغلب على الغموض والشك الذي يصيب الكثير من الأفراد عند التعرض لها. الفرض الثاني: كلما زادت درجة غموض والتباس المهمة الاتصالية؛ كان من الأفضل استخدام الوسائل الأكثر ثراءً.

الفرض الثالث: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مُرتبة من الأكثر إلى الأقل؛ وفقًا لدرجة الثراء، هي: (سرعة رد الفعل، التركيز الشخصي على الوسيلة، استخدام اللغة الطبيعية، تعدد الرموز) (Dennis, 1998).

#### واستفادات منها الباحثة في:

• تحديد مواطن تحقق قيم الثراء بالمواقع الإلكترونية، خاصةً شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"؛ بما يلقي الضوء على الإمكانيات التي تمتلكها تلك المواقع في تعزيز الوعي الصحي، وتوصيل المعلومات عن طريق تحقيق الاتصال، والتفاعل، ونقل المعلومات المتعلقة بالحدث، والقضايا المتعلقة بفيروس (كوفيد-19) "موضوع الدراسة" بطريقة تفاعلية؛ تمكّن المرسل والمستقبل من تبادل الآراء ووجهات النظر في إطار تفاعلي.

• بتطبيق نظرية ثراء الوسيلة على المعلومات الصحية المقدمة عبر المواقع الإلكترونية وشبكة "فيسبوك" نجد أنها قد تدعم فرص اختبار فرضيات الثراء؛ باعتبارها وسيلة تكنولوجية تمتلك قدرًا كبيرًا من المعلومات، بالإضافة إلى تنوع مضمونها؛ مما يمكّنها من التغلب على عنصر "الغموض" الناتج عن نقص المعلومات، والشك الناتج عن عدم تنوع المصادر، كما أنها تتمتع برجع الصدى الفوري المباشر من خلال التعليقات، كما تتيح حرية اختيار الموضوعات التي يفضل قراءتها، أو حذفها؛ مما يعزز من التركيز الشخصي، والخصوصية.

• تهتم الدراسة بقياس ثراء مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة فاعليتها في تبسيط المفاهيم والمعلومات؛ لما تحتويه من أدوات تفاعلية مثل: الصور، والنصوص، ومقاطع الفيديو التي تسهل عملية الفهم، وترفع درجة ثراء الإنترنت.

بالإضافة إلى مدخل التفاعلية الذي يستكشف الوسائل التي يتفاعل معها الجمهور المصري وأشكال التفاعلية في الوسيط لاختياره؛ حيث يزداد تعرض الأفراد لوسائل الإعلام عندما تكون هناك حاجة للحصول على المعلومات والأخبار خاصة أثناء الكوارث والأزمات، فتكون شدة التعرض للأسرع والأكثر سهولة. كما كان هذا هو الحال في بداية جائحة (كوفيد-19)، حين وفرت مواقع التواصل الاجتماعي المعلومات الأسرع والأكثر تنوعًا وسهولةً في الوصول إليها، ولم تستطع وسائل الإعلام التقليدية مواكبة السرعة التي تم بها

نقل المعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث توجد سهولة في الوصول إلى المعلومات، وتنوع في المحتوى، وقدرة الجمهور على تقديم ملاحظات فورية تفوق ثراء الوسائط التقليدية.

## الإطار المعرفي

### أولاً: الإعلام والتوعية الصحية

مع تطور وسائل الإعلام، وظهور الإعلام الرقمي؛ تضاعفت مسؤولية وسائل الإعلام المتعددة في اتخاذ خطوات جادة وفعالة في إدارة الأزمات حيث تواجه وسائل الإعلام -خاصةً الإعلام الصحي- صعوبة في أداء دورها في الوقت الراهن تكمن في أنها تتعامل مع السلوك الإنساني المعقد، فلا تكفي وسائل الإعلام بإيصال المعلومة فقط؛ وإنما تسعى -أيضاً- إلى توجيه الأفراد نحو السلوكيات الصحيحة؛ من خلال إمدادهم بالمعلومات الصحيحة عن القضايا الصحية -خاصةً وقت الأزمات- كي تعمل على تعزيز التوعية والتثقيف الصحي لدى الجميع؛ من خلال إقامة حملات التوعية الصحية التي تلائم مختلف الفئات العمرية، فعلى الإعلام مسؤولية قومية نحو الفرد، والأسرة، والمجتمع بوجه عام، ومن بين وسائل الإعلام التي تلعب دوراً حيوياً في التوعية الصحية:

• وسائل الإعلام التقليدية: التي تشمل الإذاعة، والتلفزيون، والصحافة، والتي يمكن لجميع أفراد المجتمع الوصول إليها، وتتسم بالانتشار الواسع، والتأثير الفعال في تغيير سلوكيات وممارسات الأفراد والجماعات، وتستخدم وسائل الإعلام التقليدية في شتى المجالات -لا سيّما المجال الصحي- فمن خلالها يتم بث الندوات، والمحاضرات، والبرامج الصحية المختلفة، والعروض التوضيحية، والأفلام والمسلسلات التي تهدف إلى التوعية الصحية، وإيصالها إلى المتلقي بطريقة ملائمة (الشنقيطي، 2002).

• وسائل التواصل الاجتماعي: أو ما يطلق عليه: الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي؛ وهو مصطلح يُطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت العالمية مثل: (تويتر، فيسبوك، واتساب، يوتيوب، إنستجرام) وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح للأفراد بالتواصل فيما بينهم في مجتمع افتراضي، يجمع بينهم الاهتمام أو الانتماء في نظام عالمي لنقل المعلومات (هماش، 2012).

وعلى جميع الأصعدة يسهم الإعلام في توعية الجمهور بكيفية التعامل مع الأزمات -خاصةً وقت الأزمات الصحية، وانتشار الأمراض والأوبئة- من خلال تحديد ما يصل إلى الجمهور من أخبار ومعلومات، وكيفية تفسيرها؛ من خلال الأحداث التي تتم تغطيتها، والطريقة التي يُقدّم بها الموضوع، فيجب أن يكون الهدف من تناول الإعلامي -لأي أزمة- هو مساعدة المجتمع في مواجهتها، والتغلب عليها، وغرس القيم، وبث الأمل بين أفراد المجتمع (الخاجة، 2018).



ومن خلال المزيد من العمل لدعم الجهود العلمية لرفع مستوى الوعي الصحي -خاصةً خلال انتشار الأمراض والأوبئة- تؤدي وسائل الإعلام دورًا مهمًا في تغيير سلوك وممارسة أفراد المجتمع للعادات الصحية المختلفة؛ لما لها من قدرة على التأثير في مختلف شرائح المجتمع؛ فعبر وسائل الإعلام يمكن إيصال الرسائل الإعلامية الصحية التي تساعد في تثقيف أفراد المجتمع، وتنمية وعيهم الصحي؛ مما يؤدي إلى ظهور ما يطلق عليه "الإعلام الصحي" (مصعب، 2014).

### الإعلام الصحي:

أصدرت الجمعية الأمريكية عام 1998م وثيقةً عن دور الإعلام الصحي في تعزيز الصحة العامة؛ مما أدى إلى انتشار مجال التوعية الصحية، وبناء رأي عام مجتمعي قادر على التعامل مع القضايا الصحية، خاصةً أثناء الأزمات والكوارث الصحية (مجاور وعبد، 2021).

ويعد مفهوم الإعلام الصحي أحد مجالات البحث الحديث، خاصةً في المجتمعات النامية، ويرى الباحثون أنه أحد عناصر الاتصال التنموي؛ لما يحتويه من رسائل توعوية؛ للوقاية من الأمراض السارية، وغير السارية، والمزمنة، والوراثية (سلامة، 2001).

ويقوم الإعلام الصحي على تحويل المعرفة الصحية إلى مضامين ورسائل يمكن فهمها وإدراكها بسهولة، وجعلها موضع التنفيذ من الفئات المستهدفة؛ من أجل تحقيق تأثير قصير أو طويل المدى؛ لجعل الممارسات الصحية الصحيحة ممارسات يومية، وسلوكًا اجتماعيًا (شهاب، 2012)، كما يوصف بأنه القدرة على قراءة المعلومات الصحية، وفهمها، وتنفيذها، ومستوى قدرة الفرد على تحصيل ومعالجة وفهم المعلومات والخدمات الصحية الأساسية اللازمة لاتخاذ قرارات صحية ملائمة.

### التوعية الصحية عبر وسائل الإعلام الرقمية:

شهدت التوعية الصحية تطورًا مستمرًا من حيث الوسائل والأشكال، فأصبحت التوعية الصحية تستخدم وسائل الإعلام الإلكتروني المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي -مثل: "فيسبوك"- فتساعد وسائل الإعلام الرقمي على تحسين الاتصال، وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور؛ مما يؤدي إلى تعزيز الوعي الصحي؛ عن طريق إنشاء المحتوى، ونشر التوعية؛ عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في الاستراتيجية العامة للتوعية (عزوز، 2021).

فأصبحت السياسات التوعوية الحديثة تعتمد على دمج المنصات الإلكترونية بعضها ببعض؛ مما يسهل عمل المنظمات الصحية في إدارة المواد، أو الصور، أو الرسائل، أو الصوت، أو مقاطع الفيديو الخاصة بها، وكذلك التفاعل مع مستخدمي وسائل المواقع الاجتماعية، ومساعدتهم في الحصول على المعلومات بأشكال متنوعة؛ مما يؤدي إلى الإسهام في تنمية الوعي الصحي لدى الجمهور (العربي، 2007).

فيمكن لوسائل التواصل الاجتماعي زيادة المعرفة الصحية لدى الجمهور، وسد الفجوة الصحية، بالإضافة إلى تطوير مهارات البحث عن المعلومات؛ مما يستدعي من المؤسسات الصحية توظيف الخصائص التفاعلية للمنصات الإلكترونية -مثل "فيسبوك"- وتفعيل برامج التوعية الصحية (علة، 2020).

وتتنامي أهمية مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها في التواصل الصحي؛ نظراً لعديد الأدوار التوعوية التي يمكن أن تؤديها؛ والتي يمكن عرضها كما يلي:

١- إمكانية الحصول على المعلومات الصحية بما يتناسب مع احتياجات المستخدمين، وتقديم الدعم النفسي والاجتماعي، وتلقيه عند الحاجة. (Kaushal, 2020)

٢- سمحت مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين بفرص التواصل الرقمي للحصول على المعلومات، ومتابعة نتائج التحاليل والفحوصات الطبية (Mekawie, 2013)، بالإضافة لوجود مسافة بين الطبيب والمريض لمتابعة الحالة عن بُعد. (Rupert, 2014)

٣- تطبيق وسائل التواصل الاجتماعي لمراقبة الصحة العامة، وتأثيرها الإيجابي على صنع السياسات الصحية (Abadi, 2015).

٤- من الأمثلة على نجاح مواقع التواصل الاجتماعي: سلسلة ألعاب الفيديو التي تم تصميمها لتعزيز السلوكيات الصحية للأطفال والمراهقين؛ لعلاج الربو، والرسائل النصية المرسلة إليهم كي تساعدهم على تحسين التزامهم بالأدوية، أو البحث عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على تشخيص الالتهاب الكبدي C، أو الجمع بين خدمات مواقع التواصل الاجتماعي مع مميزات أخرى، مثل: خصيصة "عداد الخطوات" التي تشجع على الحركة والمشى (Zuure, 2011).

ويزداد دور وسائل الإعلام في أوقات الأزمات، فالرسائل الإعلامية المخصصة للتأثير في الجمهور خلال الأزمات يجب أن تدرس طبيعة الجمهور، وكذا احتياجاته التي تختلف حسب قوة ونوع الأزمة.

### ثانياً: ظهور (كوفيد19-) وانتشاره في مصر:

أعلنت مصر عن ظهور أول إصابة بفيروس كورونا في شهر فبراير عام 2020م؛ مما استدعى أن تعلن وزارة الصحة والسكان عن تطبيق مجموعة من الإجراءات الاحترازية، مثل: تعليق حركة الطيران، ووقف الدراسة بالمدارس والجامعات، وإغلاق المناطق العامة، وتطبيق العزلة الجبرية، وحظر التجول (أشرف، 2020).

وأعلن الدكتور محمد عوض تاج الدين، مستشار الرئيس المصري للصحة، أن مصر ستشهد ارتفاعاً في أعداد الإصابات لتدخل بعدها ذروة الموجة الرابعة للفيروس في نوفمبر عام 2021م.

وفي غضون شهرين أعلن الدكتور حسام حسني، رئيس اللجنة العلمية لمكافحة فيروس كورونا، أن الموجة الخامسة للفيروس ستكون أكثر في عدد الإصابات، ولكن حدة الأعراض ستكون خفيفة، موضحاً أننا نعيش

مرحلة انتهاء الموجة الرابعة لفيروس (في شهر يناير عام 2022م) (Arabic.rt.com, 2021). وفقاً لذلك؛ سارعت وسائل الإعلام إلى الإبلاغ عن تفشي المرض، مسلطَةً الضوء على الجوانب المختلفة للوباء، وأصبحت منصات الصحافة على مواقع التواصل الاجتماعي هي المصادر الرئيسة للمعلومات؛ لأنها تقدم ثروةً من المعلومات، ولها أيضاً تأثير كبير على الجمهور. (Alashry, 2021).

وكان للإعلام الصحي دور حيوي في إدارة الأزمة؛ حيث استُخدمت الحملات الإعلامية المكثفة في تفسير أسباب انتشار الفيروس، والبحث عن جذوره، وشرح مخاطره، وصولاً إلى كيفية الحد منه، والقضاء عليه، والتوجيه الصحيح للأفراد لمعالجة الأزمة؛ من خلال إطلاق عدد من الهاشتاجات، مثل: (#في التباعد.. حياة، #خليك-بالبيت)، وحث المواطنين على الالتزام بمنزلهم وعدم الخروج إلا وهم ملتزمون بالإجراءات الاحترازية.

وتحولت نشرات الأخبار إلى منصات تعلن عن تزايد عدد المصابين بفيروس كورونا، وعدد المتعافين، وعدد الوفيات؛ من خلال عرض الإحصائيات اليومية، بالإضافة إلى استقبال اختصاصيين وأطباء لشرح مخاطر الفيروس، وكيفية الوقاية منه، وطرق العلاج التي يعمل عليها الباحثون، والتشديد على ضرورة البقاء بالمنزل؛ لتجنب تفشي الفيروس، فضلاً عن إعداد المقابلات، والتقارير، والبرامج التي تحمل اسم وهاشتاج كورونا؛ بهدف توعية المواطنين، ونشر الوعي الجماعي والصحي لديهم (المحمدي، 2019).

وكان نشر بيان تسجيل أول إصابة بالفيروس بالصفحات الرسمية لوزارة الصحة، وصفحات رئاسة مجلس الوزراء، وحسابات منظمة الصحة العالمية في مصر على مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة نقطة التحول في تغيير شكل الصفحات، وزيادة التفاعل مع كل محتوى (منشور، تدوينة، فيديو)، فوصل التفاعل ذروته -يومياً- مع إعلان وزارة الصحة التقرير اليومي لإجمالي حالات الإصابة، وعدد الوفيات، وعدد المتعافين من الفيروس (عزوز، 2021).

### آليات الدولة في التعامل تجاه أزمة (كوفيد19-):

تسبب فيروس كورونا (كوفيد19-) في حدوث أزمة صحية عالمية؛ كان لها تأثير عميق على الطريقة التي ننظر بها إلى عالمنا وحياتنا اليومية، ولا يقتصر انتشار العدوى وأنماط الانتقال على تعريض إحساسنا بالأمان للخطر، ولكن إجراءات السلامة الموضوعة لاحتواء انتشار الفيروس تتطلب أيضاً تباعداً اجتماعياً، وفي هذا الصدد من التهديد الجسدي والاجتماعي لا يمكن الاستهانة بدور القنوات الإعلامية المختلفة ووسائل التواصل الاجتماعي في الحياة على المستويات الفردية، والاجتماعية؛ من خلال الوصول إلى عدد كبير من

المستخدمين. (Iii et al, 2019)

ومع وجود أكثر من 3.8 مليار شخصٍ يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم؛ ليس من الغريب أن يؤثر القدر الكبير من المعلومات الواردة من خلال هذه المنصات على كيفية إدراكنا لوباء (كوفيد-19-) والتعامل معه.

وقبل تفشي المرض كان المرضى، والأطباء، والعلماء يحصلون بشكل متكرر على المعلومات المتعلقة بالصحة والعلوم من موقعي تويتر Twitter وفيسبوك Facebook، أو قنوات التواصل الاجتماعي الأخرى. (Jurkowitz & Mitchell, 2020)

وقد زاد عدد متابعي حسابات وزارة الصحة والسكان على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث نجحت صفحة الوزارة على "فيسبوك" في الاستحواذ على ما يقرب من 8.8 مليون متابع، كما صارت للجمهور المصري بمثابة المصدر الأول للحصول على المعلومات الصحية بشأن كورونا.

ووفقاً لدراسة (الشيبي، 2020) فإن (78.5%) من المبحوثين يتابعون الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان على "فيسبوك" للحصول على المعلومات؛ الأمر نفسه الذي أكدته دراسة (فهيم، 2020)، حيث احتلت صفحة وزارة الصحة والسكان على "فيسبوك" المرتبة الأولى من بين المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون.

وقد أعلنت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية على موقع "فيسبوك" في 23 من شهر إبريل لعام 2020م عن إدراج الرابط الإلكتروني لمنظمة الصحة العالمية، ويونيسيف مصر، وتصميم هاشتاج فيروس كورونا؛ بهدف الرد على الشائعات والمعلومات الخاطئة.

وكان لزيارة تلك المواقع دور مهم في الاستفادة بالمعلومات الصحيحة؛ لما يصاحب كل خبر من مقاطع فيديو توضيحية لكل المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا، بدايةً من أعراضه، وتعريفه، وطرق انتقاله، وكيفية التصرف في حالة الإصابة به (صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية على فيسبوك).

وبادرت وزارة الصحة والسكان بالإعلان عن تعاونها مع مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستجرام) لإطلاق مبادرة لنشر الوعي، وثقافة الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19-) بين المواطنين المقيمين في مصر وخارجها.

ومن خلال المبادرة يتمكن المواطنون من نشر التغريدات على موقع "تويتر" للاستفسار عن أي معلومات تتعلق بفيروس كورونا؛ من خلال نشرها مع الهاشتاج "#أسئلة كوفيد 19"، وتقوم الوزارة -عبر حسابها

الرسمي- بالرد على جميع الأسئلة في يوم الثلاثاء من كل أسبوع (حسن، 2021).

وفي شهر مارس لعام 2020م أوضح الدكتور خالد مجاهد، مستشار وزيرة الصحة والسكان لشئون الإعلام والمتحدث الرسمي للوزارة -آنذاك- أن تلك المبادرة جاءت بعد إعلان مارك زوكربيرج -الرئيس التنفيذي لـ"فيسبوك"- أن الشركة سوف تدعم كلاً من: وزارات الصحة بالعالم، ومنظمة الصحة العالمية؛ لنشر الوعي بفيروس كورونا المستجد، ومحاربة الشائعات المتداولة على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك". وأشار "خالد مجاهد- المتحدث وزارة الصحة السابق" إلى أنه ضمن خطة وجهود وزارة الصحة والسكان المصرية لنشر الوعي الصحي بالإجراءات الوقائية، ومحاربة الشائعات؛ لمواجهة فيروس كورونا؛ ستقوم الوزارة بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية- بإمداد "فيسبوك" بالمحتوى العلمي التوعوي، ويقوم "فيسبوك" بدوره- بإيصاله إلى أكبر عدد من المصريين وغير المصريين. ولفت إلى أنه تم الاتفاق على تخصيص حملة توعوية على "فيسبوك" خلال أسبوعين؛ بهدف زيادة الوعي عن طريق نشر الرسائل التوعوية المعتمدة من وزارة الصحة المصرية، ومنظمة الصحة العالمية، مشيراً إلى أن الهدف من المبادرة هو محاربة الشائعات، والقضاء على تداول المعلومات الصحية غير الدقيقة التي تثير الفزع لدى المواطنين. وأكد على أنه بموجب التعاون تصبح وزارة الصحة والسكان المصرية- بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية- المصدر الوحيد للمعلومات الصحيحة عن الفيروس في مصر.

#### مبادرة تعاون وزارة الصحة والسكان المصرية مع فيسبوك:

قامت وزارة الصحة والسكان بإطلاق تطبيق يحمل اسم "صحة مصر"؛ لتقديم النصائح والإرشادات الوقائية من فيروس كورونا، وقُسم هذا التطبيق إلى خمسة أقسام على النحو التالي:

- ١-مقالات: لعرض مقالات مختصرة للتعريف بالفيروس، وطرق الوقاية منه، بالإضافة إلى مقاطع الفيديو التي توضح طرق انتشار الفيروس، وعرض الأخطاء الشائعة التي تؤدي إلى انتشاره.
- ٢-الأسئلة الشائعة: للرد على أغلب أسئلة المواطنين بشأن فيروس كورونا.
- ٣-الإبلاغ: للإبلاغ عن حالة المصابين؛ من خلال إدخال البيانات الشخصية، والأعراض التي يشعر بها المصاب.
- ٤-أرقام تهمك: وهي أرقام خاصة بالاستفسار عن الفيروس، والإبلاغ عن الحالات المصابة، وكذلك الصفحات الرسمية لوزارة الصحة على الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي.
- ٥-تحدث معنا: للتواصل مع وزارة الصحة والسكان مباشرة عن طريق تطبيق "واتس آب"، ويقوم التطبيق بتحويل الشخص مباشرة للرقم الخاص بوزارة الصحة. (صفحة وزارة الصحة والسكان المصرية).

وفي عام 2021م صدّق الرئيس عبد الفتاح السيسي على القانون رقم (152) لسنة 2021 بشأن إجراءات مواجهة الأوبئة والجوائح الصحية؛ حيث تنص المادة الأولى منه على أن لرئيس مجلس الوزراء -بعد موافقة

- مجلس الوزراء- حال تفشي الأوبئة أو الجوائح الصحية أن يُصدر قراراً باتخاذ أي من التدابير اللازمة لمواجهة هذه الأخطار؛ بما يحفظ الصحة والسلامة العامة، ومنها:
- ١- وضع قيود على حرية الأشخاص في الانتقال، أو المرور، أو التواجد في أوقات معينة؛ سواء في مناطق محددة، أو كافة أنحاء البلاد.
  - ٢- تعطيل العمل جزئياً أو كلياً في الوزارات، والمصالح، والأجهزة الحكومية، ووحدات الإدارة المحلية، والهيئات العامة، وشركات القطاع العام، وقطاع الأعمال العام، والشركات الأخرى المملوكة للدولة والقطاع الخاص.
  - ٣- تعطيل الدراسة -جزئياً أو كلياً- بالمدارس والجامعات والمعاهد وغيرها من المؤسسات التعليمية، وأي تجمعات للطلاب بهدف تلقي العلم، واتخاذ ما يلزم من تدابير في شأن امتحانات العام الدراسي، وتعطيل العمل بدور الحضانة.
  - ٤- تحديد مواعيد فتح وغلق المحال العامة، وكذلك الأمر بإغلاق هذه المحال كلها، أو بعضها.
  - ٥- تنظيم أو حظر الاجتماعات العامة، والمواكب، والتظاهرات، والاحتفالات، وغيرها من أشكال التجمعات، وكذا الاجتماعات الخاصة.
  - ٦- تنظيم أو حظر إقامة المعارض، والمهرجانات الثقافية، وغيرها من الأنشطة، وهو ما يسري - أيضاً- على استقبال كل من: دور السينما، والمسارح، ودور الثقافة لروادها.

ونصت المادة الثانية من القانون على تشكيل لجنة عليا تسمى "اللجنة العليا لإدارة أزمة الأوبئة والجوائح الصحية" برئاسة رئيس مجلس الوزراء، وعضوية الوزراء المختصين بشئون كل من: (الصحة والسكان، العدل، الدفاع، الداخلية، التنمية المحلية، السياحة، المالية، التموين، التجارة الداخلية، التربية والتعليم، التعليم الفني، التعليم العالي، البحث العلمي، التضامن الاجتماعي، رئيس هيئة الدواء المصرية، رئيس الهيئة المصرية للشراء الموحد، الإمداد والتموين الطبي، إدارة التكنولوجيا الطبية).

#### ثالثاً: دور مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة (كوفيد19-)

لم تكن جائحة كورونا أول جائحة تشهدها مواقع التواصل الاجتماعي، ولكنها الجائحة الأكبر على مستوى العالم؛ فقد شهدت ثلاثة أوبئة في العقد الماضي؛ منها فيروس إنفلونزا الخنازير (H1N1) عام 2009م، وفيروس إيبولا (Ebola) عام 2014م، وفيروس زيكا (Zika) عام 2015م، وقد نالت جميعها معدلات نشر وتوثيق واسعة، وكان لها تأثير كبير على مواقع التواصل الاجتماعي (Brindha, 2020)؛ وفي هذا الصدد؛ لم يسبق في تاريخ البشرية أن كان من الممكن التواصل بهذه السرعة الفائقة أثناء الجائحة، وكانت منصات وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً من نشر المعلومات، ومع ذلك هناك العديد من المزايا والعيوب التي يجب مراعاتها؛ حيث يمكن أن يساعد الاستخدام المسئول لهذه الأدوات في سرعة نشر

المعلومات المهمة، وكذلك النتائج العلمية الجديدة ذات الصلة، ومشاركة بروتوكولات التشخيص والعلاج والمتابعة، بالإضافة إلى مقارنة الأساليب المختلفة على مستوى العالم، وإزالة الحدود الجغرافية لأول مرة في التاريخ. (Holmes, 2008).

وأثرت مواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً جوهرياً في التعامل مع أزمة فيروس كورونا؛ خاصةً لما صاحبه من نقص في المعلومات المتعلقة بالفيروس، وواجه الجمهور ضغطاً كبيراً وتهديداً صحياً بسبب جائحة الفيروس التاجي، فقدمت وسائل التواصل الاجتماعي منصةً من المعلومات المُحدّثة للأشخاص الذين يسعون للحصول على معلومات متعلقة بالصحة حول الوباء (Agius & Grech, 2020)؛ مما ترتب عليه تنامي معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أهم مصادر المعلومات عن الفيروس (البشير الأمين، 2020)، فوصل عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إلى نحو (4.65) مليار مستخدم حول العالم في شهر إبريل عام 2022م؛ أي ما يعادل (58.7%) من إجمالي سكان العالم وفي مصر وصل إلى 51.45 مليون مستخدم. (Datareportal.com)

ومع انتشار الفيروس -وتحديداً في شهر مارس- 2020 كان هناك تفاعل كبير من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي مع المنشورات المتعلقة بفيروس كورونا، وكانت أكثر الدول الغربية تفاعلاً بمواقع التواصل الاجتماعي هي الولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث تجاوز عدد المنشورات بها 177 مليون منشور، تليها إسبانيا بعدد منشورات تجاوز 35 مليون منشور، بينما كانت أكثر الدول العربية تفاعلاً هي المملكة العربية السعودية بنسبة (24.5%)، تليها مصر بنسبة (12.5%)، وعلى الرغم من أن عدد الإصابات في مصر أقل من دول عربية أخرى؛ فإنها صاحبة أكبر تعداد سكاني في المنطقة، وأكبر عدد من المغردين على مواقع التواصل الاجتماعي، وشهدت مواقع التواصل الاجتماعي تفاعلاً من المستخدمين تجاوز 5 مليارات مرة؛ سواء تعليقات أخرى "لا تحتوي على أي من هذه الكلمات"، أو إعجابات، أو إعادة تغريد، أو غيرها من التفاعلات. (خليفة، 2020).

وبعد مرور أكثر من ثلاث سنوات كان ثمة اختلاف ملحوظ في تداعيات هذه الأزمة، وكيفية التعامل معها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ بناءً على تحليل برنامج Talwalkar الذي يقوم بتحليل اتجاهات المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة؛ من خلال كلمات مفتاحية محددة (Corona- Cov- id-19) أو (كورونا- كوفيد-19)؛ حيث بلغ عدد المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي في شهر إبريل عام 2022م ما يقرب من 13 ألف منشور، وما يقارب 161 ألف تفاعل بين المستخدمين.

التطور الزمني للتفاعل حول فيروس كورونا عالمياً على مواقع التواصل الاجتماعي  
(Talkwalker.com, April, 2023)



وقد وفّرت منصات مواقع التواصل الاجتماعي وصولاً سهلاً للحصول على المعلومات الصحية؛ مما مكّن الأشخاص من تقييم المخاطر المتعلقة بالصحة، وإدارة المخاوف الصحية العالمية، وفي غضون ذلك كان المهنيّون الصحيّون -وكذا الحكومات- يتبنّون أدوات وسائل التواصل الاجتماعي لاحتواء وإدارة العواقب السلبية للأزمة الصحية (Tonsaker, Bartlett & Trpkov, 2014) فسمحت مواقع التواصل الاجتماعي لعددٍ كبيرٍ من منظمات الرعاية الصحية -كمراكز السيطرة على الأمراض والوقاية The Centers of Disease, Control and Prevention، ومنظمة الصحة العالمية World Health Organization، وغيرها من المنظمات الصحية- بنشر الثقافة والوعي الصحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر منصات عالمية لنشر المعلومات، والمحتويات، والآراء، وتعزيز التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد، وكذا بين المنظمات (الشيمي، 2020).

وصارت مواقع التواصل الاجتماعي ركيزةً رئيسةً في منظومة "الذكاء البائي" الذي يربط جميع أدوات مراقبة انتشار الأمراض، وكذلك أي معلومات تصدر عنها حول العالم، وجمع البيانات -سواء كانت رسمية، أو غير رسمية- بهدف تحليلها، وعرضها كمعلومات نهائية. وتختلف مواقع ووسائل التواصل الاجتماعي عن باقي أجزاء منظومة "الذكاء البائي" من جهة أن نشاطها يتمتع بالكثافة الفائقة في حال وجود جائحة ما، أو موجة وبائية؛ مما يجعل تقييد المحتوى أمراً ليس سهلاً؛ خاصةً في ظل انتشار كمّ هائل من المنشورات، والصور، والفيديوهات، والمقاطع الصوتية، هذا بالإضافة إلى التحليلات التي تحوي شرحاً مفصلاً عن جميع جوانب المرض، وأسبابه، وطرق انتشاره، وكيفية العلاج والوقاية منه (عبد الحي، 2020).

### الدور المزدوج لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة (كوفيد-19):

يعد البحث عن المعلومات المتعلقة بالصحة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل الاجتماعي أمراً



حيويًا في حياة الأفراد الذين يحتاجون إلى علاج طبي (Naslund, 2016)، وبالرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أسهمت في ظهور ما يطلق عليه (المواطن الإعلامي) أو ما يُعرف باسم (المواطن الصحفي)؛ حيث مكنته من تصوير الأحداث، وتوثيقها، ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما أدى إلى ظهور ما يُعرف باسم "الإعلام البديل" (أحمد، 2021)؛ كي يتكيف العالم مع الوضع الصحي الجديد والموارد المتاحة، إلا أن عدم توثيق الأخبار وصعوبة التحقق منها جعلتا مواقع التواصل الاجتماعي أداةً فاعلةً في يد كل من يريد نشر وترويج الشائعات (González, et al, 2020)؛ مما أدى إلى تفشي ما يسمّى بـ"الوباء المعلوماتي"، وفق ما أطلقت عليه منظمة الصحة العالمية؛ نتيجة وفرة انتشار المعلومات المضللة حوله؛ مما جعل من الصعب عبور الأفراد على المصادر الموثوقة؛ ومن ثمّ الشعور بالقلق، والخوف، والاكتئاب.

### أولاً: الدور الإيجابي

- ١- انتشار الخدمات الاستشارية عبر الإنترنت. وقد انتشرت هذه الخدمات بالبلدان التي بلغ فيها الوباء ذروته؛ مثل: الصين التي قدمت خدمة الاستشارات النفسية عبر الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي؛ مثل: (وي شات، وتيك توك) لنشر برامج تعليمية عن الصحة النفسية.
- ٢- نشر المعلومات والأخبار الصحية المتعلقة بفيروس كورونا؛ عن طريق نشر العديد من الرسائل التوعوية المعتمدة من وزارة الصحة لكل بلد، وكذلك منظمة الصحة العالمية، وتقديم الإحصائيات الخاصة بنسب الإصابة، والوفاة، والشفاء من فيروس كورونا.
- ٣- أدت شبكات التواصل الاجتماعي دورًا لا غنى عنه في توفير المعلومات الصحية من خلال "دعم الأقران"، ويشير هذا المفهوم إلى الدعم المعلوماتي الذي يقدمه الآخرون ممن يساعدون في مشاركة الخبرات؛ لتوفير المعلومات الصحية حول جائحة COVID-19؛ من خلال مطابقة احتياجات المعلومات المتعلقة بالصحة لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي (Fang (Wang & Others, 2020).
- ٤- أكدت دراسة (Hosseini, 2019) أن المرضى الذين يعانون من إصابات خطيرة يحتاجون علاجًا طارئًا بمساعدة أشخاص آخرين يشاركونهم الإحساس بالانتماء إلى المجموعة؛ مما ينتج عنه تزايد في الكفاءة الذاتية، واحترام الذات، وتقليل مخاطر عدم اليقين الذاتي بين الناس؛ وقد قللت وسائل التواصل الاجتماعي من حدة هذه المشكلة؛ حيث تزايدت رغبات الاتصال للحفاظ على التواصل، وتقليل العزلة الاجتماعية اللازمة لإدارة اضطرابات الصحة العقلية، والاكتئاب، والقلق، والصدمات الثانوية لما بعد الإصابة بالجائحة.
- ٥- أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين المزاج العام، أو الحالة النفسية للأفراد، حيث كانت إحدى وسائل الترفيه لهم في ظل حالة الاكتئاب العام التي مرت بها مختلف دول العالم خلال أزمة كورونا.
- ٦- نشرت العديد من صفحات المؤثرين -عبر مواقع التواصل الاجتماعي- مقاطع فيديو تتعلق بفيروس كورونا، وسُبل التعايش مع الأزمة الصحية، بالإضافة إلى ضرورة الالتزام بالإجراءات الاحترازية (سعدي

وبخالفه، (2021).

٧- بفضل هذه التقنيات أصبح مهنيو الرعاية الصحية -في الوقت الحاضر- قادرين على التواصل فيما بينهم، ومع مختلف أصحاب المصلحة عبر مجالات الطب واسعة النطاق، وبالمثل فإن العلماء من جميع المجالات قادرون على الربط بين نتائج أبحاثهم ونشرها بسرعة؛ ومن ثمَّ زيادة أبحاثهم العلمية التوعوية، ودعم الوصول الميسر إلى المعلومات؛ مما يتجاوز عوائق الماضي؛ لذلك تعد وسائل التواصل الاجتماعي -حاليًا- جزءًا رئيسيًا في حياتنا (Smailhodzic et al, 2020).

### ثانيًا: الدور السلبي

١- لم تخل مشاركات مواقع التواصل الاجتماعي من الأخبار الزائفة التي تحتاج جهدًا ومعرفَةً عميقة للتمييز بينها وبين الحقيقة. ونتيجة التعرض لسيل من الأخبار الكاذبة والشائعات حول فيروس كورونا؛ ظهر مصطلح جديد يطلق عليه "تعب الأخبار" أو "News Fatigue" وهي حالة تصيب الفرد والجماعة نتيجة التعرض المتكرر لسيل من الأخبار المغلوطة والمعالجات الإعلامية بطريقة سلبية؛ مما يؤثر تأثيرًا ضارًا في الصحة النفسية، وفي الاتجاهات الوجدانية، ويعزز حالة التوتر وعدم اليقين، ويُفقد الجمهور القدرة على اتخاذ القرارات السليمة (ياسر عبد العزيز، الشرق الأوسط، 2020).

٢- تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر شائعات حول فيروس كورونا، وأسبابه، وطرق علاجه؛ مما تسبب في إثارة الهلع والرعب في نفوس الأفراد، مثل موقع "يوتيوب" YouTube -وهو ثاني أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا بعد (فيسبوك Facebook)- والذي احتوى على أكثر من ربع مقاطع الفيديو المضللة الأكثر مشاهدة المتعلقة بـ COVID-19، والتي حققت ما يتجاوز ٦٢ مليون مشاهدة (Chan et al, 2020).

٣- انتشار حالة من فوضى المعلومات؛ نتيجة لكثرة الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، وتعدد أشكال فوضى المعلومات، ومنها: (انتشار المعلومات مجهولة المصدر، انتهاك الخصوصية، انتهاك حقوق الملكية، انتشار المعلومات المزيفة والمتناقضة)، حيث لجأ بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إلى التخفي وراء هويّات غير حقيقية لنشر الأخبار الكاذبة التي تثير الجدل لدى الكثيرين (سليمان، 2019).

٤- في يوم الرابع من شهر مايو لعام 2020م ظهر فيلم المؤامرة "Plandemic" على الإنترنت وحصد ملايين المشاهدات، وسرعان ما أصبح أحد أكثر الأمثلة على الانتشار المكثف للمعلومات الخاطئة المتعلقة بالفيروسات (Trethewey, 2020).

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي للشائعات خلال أزمة (كوفيد-19):

١- تم إطلاق مبادرة الأخبار الموثوقة Trusted News Initiative؛ وهو نظام تنبيه مشترك مع وسائل إعلام

دولية رائدة، ومنصات إلكترونية؛ مثل: (فيسبوك، جوجل، تويتر)؛ لتحديد ووقف انتشار المعلومات الخاطئة حول فيروس كورونا.

٢- نشر كل من (فيسبوك- مايكروسوفت- تويتر- يوتيوب- لينكد إن- جوجل) بيانًا ينص على العمل المشترك والوثيق بينهم؛ لتعزيز جهود مكافحة المعلومات الخاطئة حول فيروس كورونا؛ من خلال قيامها بما يلي (صادقي ومراد، 2020):

٣- مكافحة الاحتيال والمعلومات المضللة حول فيروس كورونا بشكل مشترك، وزيادة نشر المضامين الموثوقة، بالإضافة إلى مشاركة التحديثات المهمة بالتنسيق مع وكالات الرعاية الصحية الحكومية حول العالم.

٤- إزالة الادعاءات الكاذبة، ونظريات المؤامرة التي نوهت عنها منظمة الصحة العالمية؛ للمساعدة في مكافحة المعلومات المغلوطة بشأن فيروس كورونا.

٥- القيام بحظر الإعلانات عن المنتجات التي تقدم أي علاجات، أو الوقاية من انتشار فيروس كورونا.

٦- أعلن موقع تويتر عن تكثيف الجهود عبر جميع أقسامه الداخلية والخارجية؛ لبناء شراكات، وحماية المحادثة العامة، ودعم الأشخاص على "تويتر" في العثور على معلومات صحيحة، وتبديد المعلومات المضللة، والحرص على منع انتشار الأخبار الخاطئة؛ من خلال إزالة التغريدات التي تحمل معلومات مغلوطة، أو رفض توجيهات السلطات الصحية العالمية، أو التي تحمل وصف العلاجات غير الفعالة أو الضارة، أو إنكار الحقائق العلمية، بالإضافة إلى انتقال هوية مسئول حكومي أو صحي لنشر معلومات خاطئة حول تشخيص الفيروس. (Deutsche Welle.2022)

٧- بدأ موقع "يوتيوب" في إزالة أي محتوى أو مقاطع فيديو تحتوي على معلومات مغلوطة، وعند البحث عن مقاطع فيديو تتعلق بكورونا يقوم الموقع بترشيح المقاطع الصادرة من الجهات الرسمية والموثوقة -وعلى رأسها منظمة الصحة العالمية، ووزارة الصحة- فضلاً عن توفير مساحات إعلانية مجانية للمنظمة، ولوزارات الصحة، وللسلطات المعنية؛ للقيام بتوعية الأفراد (لطروش، 2021).

٨- ومن جانب آخر فإن وسائل الإعلام -عمومًا- ومواقع التواصل الاجتماعي -على وجه الخصوص- استطاعت في العديد من الدول أن تمارس دورها في الرقابة على مضامينها الإعلامية، وعلى إجراءات الحكومات في التعامل مع الأزمة، وكشف الأخبار الكاذبة.

### دور موقع فيسبوك خلال أزمة (كوفيد19-):

يعتبر موقع فيسبوك -الذي أنشأه الأمريكي "مارك زوكربيرج" في عام 2004 أحد أهم المواقع الإلكترونية والوسائل الاتصالية في العصر الحديث؛ نظرًا لتعدد خدماته، وبذلك أصبح من المواقع الأكثر استخدامًا؛ لطبيعة التواصل الاجتماعي التي يتيحها، والتي تتعلق -بالدرجة الأولى- باهتمامات وتطلعات المستخدمين. وقد استطاع الموقع أن يفرض وجوده في مختلف المجالات، كما استطاع أن يُشكّل مكانةً متميزةً بين المواقع

الإلكترونية التفاعلية -بصفة عامة- وبين مستخدميه -بصفة خاصة- وذلك لسهولة عملية الاتصال، ونشر الثقافات عبر صفحاته؛ من خلال الصور، ومقاطع الفيديو، ومختلف المعلومات، والموضوعات . (Cuello, Pérez, et,2020)

وفي شهر يناير عام 2021م أعلن مارك زوكربيرج خلال مؤتمر "Connect2021" عن إعادة تسمية شركة فيسبوك Facebook إلى Meta ميتا، وقال الرئيس التنفيذي: إن العلامة التجارية الجديدة تجمع تطبيقات وتقنيات الشركة -مثل: تطبيق فيسبوك، وتطبيق واتساب، وتطبيق إنستجرام وغيرها- تحت هوية واحدة. وخلال أزمة (كوفيد-19-) أطلقت منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك عدّة مبادرات في زمن كورونا، منها (الصفحة الرسمية لفيسبوك):

١- أطلقت منصة فيسبوك مركز معلومات فيروس كورونا (كوفيد-١٩) Covid Information Center ويحتوي على آخر المستجدات والنصائح من المنظمات الصحية العالمية والمحلية؛ للحصول على أحدث المعلومات الدقيقة، والمساعدة في الحد من انتشار المعلومات المضللة.

٢- تفعيل هاشتاغ "#HealthatHome" لتشجيع المستخدمين على البقاء بصحة جيدة في المنزل؛ لتقليل انتشار عدوى فيروس كورونا.

٣- منحت منظمة الصحة العالمية مساحةً إعلانيةً مجانيةً تقوم من خلالها بوضع الإعلانات التوعوية التي تراها المنظمة مناسبة.

٤- قامت شركة فيسبوك -في مبادرة لها- بربط منظمة الصحة العالمية ووزارات الصحة حول العالم بالمطورين الذين يتعاملون معها حول العالم؛ بهدف تطوير نظام رد تلقائي عبر تطبيق "ماسنجر" يقوم بتوفير معلومات وإجابات مسبقة للرد التلقائي والفوري على استفسارات زوار هذه الجهات الحكومية عبر صفحاتهم على فيسبوك.

٥- مشاركة حملة منظمة الصحة العالمية لجمع تبرعات لمكافحة فيروس كورونا؛ حيث تبرعت شركة فيسبوك بمبلغ مماثل للتبرعات التي تجمعها حملة جمع التبرعات بقيمة ١٠ ملايين دولار أمريكي، ويتم توجيه إجمالي المبالغ التي يتم جمعها على "فيسبوك" وإنستغرام" إلى المنظمة المستفيدة.

٦- استخدام البث المباشر ليدعم عمليات التواصل الشخصي في الوقت الفعلي؛ باستخدام مقاطع فيديو البث المباشر؛ ليتمكن للمتفاعل -على الفور- من طرح الأسئلة، أو التعليق، أو التفاعل، أو الاكتفاء بالمتابعة.

٧- إنشاء صفحة AFP Fact Check على "فيسبوك" -التابعة لوكالة الأنباء الفرنسية- وصفحة "في ميزان فرانس برس" -التابعة للوكالة باللغة العربية- حيث تعتبر وكالة فرانس برس وكالة أنباء عالمية توفر تغطية سريعة كاملة بالفيديو، والنص، والصورة، والوسائط المتعددة، والرسوم البيانية التي تتميز بالدقة.

وبالتعاون مع موقع فيسبوك تعتبر وكالة فرانس برس (Agency France- Presse) أكبر مساهم لتقني

الحقائق، والتأكد من صحة المعلومات والأخبار التي تساعد على الحد من انتشار المعلومات الخاطئة المنشورة على موقعي فيسبوك وإنستغرام (صفحة فرانس برس على فيسبوك). كما يعد تطبيق واتس آب من أشهر منصات المراسلة والدرشة بالعالم، وبالتعاون مع منظمة الصحة العالمية أطلق التطبيق خطوةً لتحديث المعلومات عن فيروس كورونا؛ لمساعدة المستخدمين في العثور على معلومات دقيقة حول الفيروس، حيث تتميز خدمة الرسائل بسهولة الاستخدام، والقدرة على الوصول إلى جمهور لا يقل عن ملياري شخص؛ لإيصال المعلومات الصادرة عن المنظمة مباشرةً إلى المواطنين المهتمين بها، كما خصصت منظمة الصحة العالمية خدمات لتوعية المواطنين، وإرشادهم بالخطوات التي يجب فعلها عند الإصابة بالمرض، وإجراءات الوقاية للحد منه (لطروش، 2021). وتتيح خدمة الرسائل لجميع الأفراد أحدث المستجدات والمعلومات عن فيروس كورونا؛ بما في ذلك التفاصيل المتعلقة بأعراض المرض، وكيف يحمي الناس أنفسهم والآخرين منه.

كما تتضمن الخدمة روابط حول أحدث تقارير الحالات، وتقديم آخر الأرقام الآنية لمساعدة مقرري السياسات في الحكومة على حماية صحة مواطنيهم، ويمكن الاشتراك في الخدمة من خلال وصلات إلكترونية تنبثق منها -تلقائياً- محادثة في تطبيق واتساب، ويكفي إرسال كلمة "مرحباً" لتفعيل المحادثة على الرقم المخصص لذلك من خلال عرض قائمة خيارات تسمح بالإجابة عن أسئلة المستخدمين بشأن (كوفيد-19-) (منظمة الصحة العالمية، 2020).

#### دور موقع فيسبوك في التصدي للشائعات أثناء أزمة (كوفيد-19-):

لم تخلُ منصة فيسبوك من سيل الأكاذيب ومقاطع الفيديو المفبركة؛ فوفقاً لدراسة (يسعد، 2020) فإن (78%) من مستخدمي "فيسبوك" يعتقدون أن الأخبار التي يتعرضون لها زائفة. وقد أُعلن في يوم 24 من شهر مارس عام 2020م أن خدمة "ماسنجر" أصبحت تختنق بحجم المعلومات التي تتدفق إليها، وقد أصيبت بالعطل، فحتى على مستوى المنشورات والتعليقات التي تُنشر على صفحات "فيسبوك" باتت وسيلة -أيضاً- لنشر الشائعات؛ مما أدّى إلى إصابة المستخدمين بالهلع، والذعر، والتوتر، بالإضافة إلى الاكتئاب والقلق؛ سواء بالنسبة للأشخاص المصابين، أو غير المصابين (González et al, 2020). لذلك قامت منصة "فيسبوك" ببعض الإجراءات اللازمة للتصدي للشائعات على النحو التالي (حسن، 2021):

- ١- إطلاق ميزة تطبيق الرسائل Messenger التي تسمح فقط بإرسال الرسائل إلى خمسة أشخاص -كحد أقصى- لزيادة صعوبة نشر المعلومات المغلوطة المتعلقة بفيروس كورونا.
- ٢- تحذير المستخدمين الذين تفاعلوا مع المنشورات المغلوطة؛ سواء عن طريق الرموز التعبيرية، أو المشاركة، أو التعليق بإظهار رسالة في الإشعارات؛ كي توجههم إلى صفحة "تصحيح المفاهيم المغلوطة" التابعة

لمنظمة الصحة العالمية.

- ٣- حظر الإعلانات والقوائم التجارية التي تبيع كلاً من: الأقنعة الطبية، ومعقمات اليدين، والمنايدل المطهرة للأسطح، ومجموعات فحص الإصابة بفيروس كوفيد19- (سكاي نيوز عربية، 2021).
- ٤- توسيع نطاق برنامج "تدقيق الحقائق عبر جهات خارجية" باللغة العربية في منطقة الشرق الأوسط، بالتعاون مع منصة "فتبينوا"، وهي منصة مستقلة متخصصة في التحقق من صحة الأخبار، مؤكداً أن هذه الشراكة تهدف إلى دعم جهود المنصة في محاربة الأخبار الزائفة والشائعات؛ عبر الحد من وجود المعلومات المغلوطة.
- ٥- إضافة زر جديد Fact Check يقوم بمسح المعلومات الخاصة بفيروس كورونا المشكوك في صحتها؛ حيث يدرك الزر أن المعلومات خاطئة أو مغلوطة.
- ٦- في حين واجه تطبيق واتس آب صعوبات في وضع حدّ لانتشار الشائعات، ومكافحة الأخبار الكاذبة بخصوص كورونا- فأعلن التطبيق عن تدابير لمنع المستخدمين من إعادة توجيه الرسائل إلى أكثر من خمسة أشخاص أو مجموعات، خصوصاً بعد انتشار المعلومات الخاطئة في بعض البلدان، وأن هناك عدداً من المدققين للحقائق المحلية، مؤكداً أن الشركة تسعى لتمكين المزيد من القيام بعملهم المهم؛ حتى يتم التعرف على الشائعات ومواجهتها (مراد وفوزية، 2020).

## نوع ومنهجية الدراسة:

### أولاً: نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الكمية؛ التي تسعى لكشف العلاقات المختلفة بين متغيرات الدراسة، ومدى وجود ارتباط بينها من عدمه؛ من خلال رصد تفاعل الجمهور مع المنشورات الصحية الخاصة بأزمة (كوفيد19-) على موقع فيسبوك، ومستوى الوعي الصحي لديهم، واستخلاص النتائج والدلالات؛ للخروج برؤية واضحة وشاملة للظاهرة.

### ثانياً: منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح من أجل الحصول على معلومات دقيقة عنها، ويُعد هذا المنهج هو المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام؛ فهو يساعد في التعرف على اتجاهات المبحوثين، وآرائهم، ومشاعرهم في الموضوعات والقضايا ذات الطابع الجماهيري، وكذلك المسوح التي تستهدف دراسة تأثيرات الوسائل الإعلامية على الجمهور؛ للحصول على المعلومات المفصلة، والبيانات الدقيقة، واستخدامها الباحثة للتعرف على دور موقع فيسبوك في تغيير مدركات الجمهور المصري لأزمة (كوفيد19-)، ودوره في تعزيز الوعي الصحي لدى مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك.

#### ثالثًا: مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في جميع مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) الذين يعتمدون عليه في الحصول على المعلومات بشأن أزمة (كوفيد19-).

#### رابعًا: عينة الدراسة:

جاءت عينة الدراسة عَمْدِيَّة غير احتمالية، وتكونت من 408 مبحوثًا ممن يتعرضون للمضامين الصحية عبر الفيسبوك، مع الأخذ في الاعتبار مراعاة تمثيل الذكور والإناث والمستويات التعليمية والاجتماعية والفئات العمرية المختلفة. وطُبِّقت الدراسة الميدانية على فترة أزمة (كوفيد19-) في مصر في الفترة الزمنية من بين شهري إبريل 2023 ومايو 2023.

#### خامسًا: أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على استمارة استبيان إلكترونية تم إرسالها للجمهور عبر موقع فيسبوك كأسلوب لجمع البيانات؛ للتعرف على دور موقع فيسبوك في تغيير مدركات الجمهور المصري لأزمة (كوفيد19-)، ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديهم.

#### سادسًا: اختبار الصدق والثبات:

• اختبار الصدق: للتأكد من صدق الاستمارة الظاهري، وللتأكد من قدرتها على تحقيق أهداف الدراسة، واختبار فروضها، والخروج بنتائج ذات معنًى فيما يخص مجال الدراسة؛ تم عرضها على مجموعة من المحكمين في المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة؛ للتأكد من مناسبتها لقياس الفئات بدقة. اختبار الثبات: بعد تحكيم الاستمارة وتعديلها تم تطبيقها على حوالي 5% من إجمالي العينة وعددهم (20 مبحوثًا)، وبعد أسبوع تم توزيع الاستمارة على المبحوثين نفسِها، وبعد إجراء المقارنة (بين الإجابات الأولى والثانية) وبالخروج بنتائج متشابهة؛ تم التأكد من ثبات أسئلة الأداة.

#### سابعًا: الأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" المعروف باسم SPSS اختصارًا لـ: (Statistical Package for the Social Sciences (Version 23)؛ وذلك باللجوء إلى المُعامِلات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

• المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

• حساب الوزن النسبي للبيانات المقيسة على مقياس ليكرت؛ وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لها، ثم ضرب النتائج  $X 100$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس.

• معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)؛ لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.4، ومتوسطة ما بين 0.4-0.7، وقوية إذا بلغت 0.7 فأكثر.

• اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test)؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

• تحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

• الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference)؛ لمعرفة مصدر التباين، وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر؛ أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل النتائج

أولاً: عرض أهم النتائج الميدانية التي خرجت بها الدراسة بناءً على التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة:

١. تقييم الفيسبوك كوسيلة للحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد-19):

جدول رقم (1)

تقييم الفيسبوك كوسيلة للحصول على المعلومات الصحية بشأن الأزمة

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الموقف	
							ك	%
84%	4.20	-	4	73	169	162	ك	يعتبر الفيسبوك المصدر الأكثر سرعة في نشر المعلومات الخاصة بالفيروس
		-	1%	17.9%	41.4%	39.7%	%	



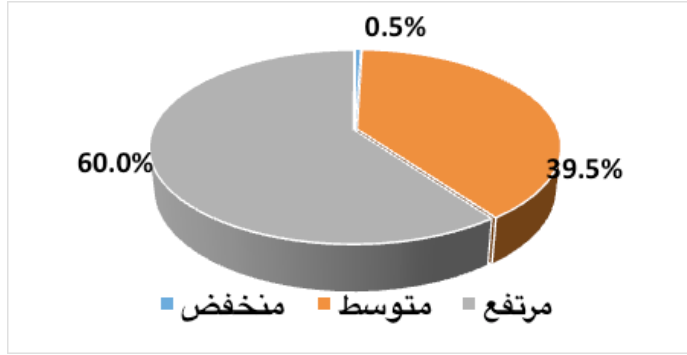
74%	3.71	7	35	124	145	97	ك	يعتبر الفيسبوك وسيلة لترويج الشائعات والمعلومات الخاطئة حول الفيروس
		1.7%	8.6%	30.4%	35.5%	23.8%	%	
74%	3.70	6	38	129	134	101	ك	يعتبر الفيسبوك وسيلة تعمل على إخفاء الحقائق حول الفيروس
		1.5%	9.3%	31.6%	32.8%	24.8%	%	
73.6%	3.68	8	31	119	175	75	ك	يعتبر الفيسبوك وسيلة للتفاعل وتبادل الخبرات حول الفيروس
		2%	7.6%	29.2%	42.8%	18.4%	%	
71.3%	3.56	9	36	154	134	75	ك	يعتبر الفيسبوك وسيلة تركز على بعض السلبيات وتبالغ في نشرها
		2.2%	8.8%	37.7%	32.8%	18.4%	%	
69%	3.45	9	31	195	113	60	ك	يعتبر الفيسبوك وسيلة تتمتع بالمصداقية والشفافية عند عرض المعلومات الصحية الخاصة بالفيروس
		2.2%	7.6%	47.8%	27.7%	14.7%	%	
62%	3.10	19	119	130	83	57	ك	يعتبر الفيسبوك مجرد وسيلة للترفيه فقط
		4.7%	29.2%	31.9%	20.2%	14%	%	
60%	3.00	-	-	407	1	-	ك	يعتبر الفيسبوك وسيلة تتسم بتقديم معلومات موضوعية حول الفيروس
		-	-	99.8%	2%	-	%	

### انقسمت العبارات إلى عبارات إيجابية وأخرى سلبية على النحو الآتي:

حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة أن الفيسبوك يعتبر المصدر الأكثر سرعة في نشر المعلومات الخاصة بالفيروس بمتوسط حسابي (4.20)، ووزن نسبي (84%)، بينما جاءت في الترتيب الأول للعبارات السلبية عبارة أن الفيسبوك وسيلة لترويج الشائعات والمعلومات الخاطئة حول الفيروس بمتوسط حسابي (3.71)، ووزن نسبي (74.2%).

ويشير هذا إلى أن "الفيسبوك" يتميز بأنه الوسيلة الأكثر سرعة في نقل المعلومات؛ خاصة منذ بداية الأزمة الصحية وحتى الآن بنسبة (84%)؛ مما يؤدي إلى إشباع حاجة المبحوثين في الوصول إلى المعلومة في أقصر وقت ممكن؛ وهو ما يمكن تفسيره في ضوء متغيرات نظرية ثراء الوسيلة التي تؤكد أن عامل الوقت من العوامل المؤثرة في اختيار الوسيلة المناسبة للاعتماد عليها؛ مما يجعلها أكثر ثراءً من غيرها، لكنة في الوقت نفسه وسيلة تفاعل وتواصل نتج عنها انتشار الشائعات بشكل كبير خلال أزمة (كوفيد-19)، حيث أصبح الفيسبوك وسيلة لنشر الأخبار المغلوطة الخاصة بالفيروس.

2. معدل تأثير التعرض للمعلومات الصحية بموقع الفيسبوك على الوعي الصحي بشأن أزمة (كوفيد-19):



شكل رقم (1)

تأثير التعرض للمعلومات الصحية بموقع الفيسبوك على الوعي الصحي بشأن الأزمة

مما يدل على قوة مواقع التواصل الاجتماعي -ولا سيما موقع الفيسبوك- في التأثير على الوعي الصحي لدى المبحوثين من خلال تقديم كل ما يختص بزيادة الوعي الصحي عن طريق تزويد معرفتهم بالجائحة، وأسبابها، وخطورتها، وكيفية الوقاية من الإصابة، وضرورة الالتزام بالإجراءات الاحترازية، والتشديد على تبني عادات وسلوكيات صحية جديدة لتجنب الإصابة؛ مما ساعد في زيادة الوعي الصحي لديهم، وعلى الرغم من كثرة المعلومات التي أدت إلى الإصابة بالخوف والذعر من الإصابة بالمرض، فإن نسبة التأثير السلبية كانت ضئيلة (0.5%).

3. طرق التفاعل مع المحتوى الصحي المقدم على الفيسبوك بشأن أزمة (كوفيد-19):

جدول رقم (2)

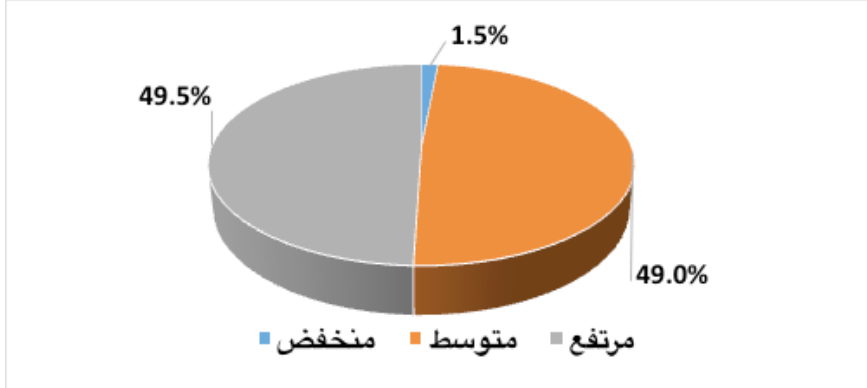
طرق التفاعل مع المحتوى الصحي المقدم على الفيسبوك بشأن الأزمة

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا		أحياناً		دائماً		الدرجة	كيفية التفاعل
		%	ك	%	ك	%	ك		
77.5%	2.32	8.8%	36	50%	204	41.2%	168	أقوم بالاتصال مع القائمين على الصفحة عبر أرقام الهواتف أو البريد الإلكتروني أو الرسائل	
76.1%	2.28	9.6%	39	52.7%	215	37.7%	154	أعبر عن إعجابي بالمحتوى Like	
75.2%	2.26	9.1%	37	56.1%	229	34.8%	142	أشترك بالصفحة Like مع تفعيل زر المتابعة المستمرة Follow لمعرفة كل جديد حول الفيروس	

69.2%	2.08	21.1%	86	50.2%	205	28.7%	117	أحذر الآخرين Report وأبرز عدم صحة المعلومات المنشورة
68.5%	2.05	18.9%	77	56.9%	232	24.3%	99	أشارك المحتوى مع الآخرين Share للاستفادة من المعلومات المنشورة
66.8%	2.00	23.5%	96	52.5%	214	24%	98	أفعل خيارات الإشعارات لمعرفة كل ما ينشر على الصفحة Notifications
65.8%	1.98	26.5%	108	49.5%	202	24%	98	أطرح سؤالاً وأستفسر حول الأزمة
64.8%	1.94	28.2%	115	49.3%	201	22.5%	92	إمكانية التعليق على المحتوى Comment (استخدام أكثر من لغة - استخدام الوسائط المتعددة)
63.1%	1.89	30.6%	125	49.5%	202	19.9%	81	أدعو الأصدقاء لمتابعة الصفحة Invite
59.8%	1.79	40.9%	167	38.8%	158	20.3%	83	أدخل نقاشات مع الآخرين حول المعلومات المنشورة Reply
58.9%	1.77	41.9%	171	39.5%	161	18.6%	76	لدي إمكانية الإبلاغ عن الموضوعات والتعليقات غير اللائقة

ويشير هذا التفاعل إلى إيجابية ووعي المبحوثين بأهمية المشاركة والتواصل، وعدم الاكتفاء بالمتابعة فقط؛ فمن خلال بذل الجهود في التفاعل مع المحتوى تنتج زيادة مشاركة المعلومات الصحية وتبادلها بين المستخدمين؛ مما ينتج عنه زيادة الوعي الصحي؛ ومن ثمَّ ثراء "الفيسبوك" بالأدوات التفاعلية المختلفة؛ مثل: البريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، وإمكانية طرح الأسئلة، واستطلاعات الرأي المختلفة، وغيرها من أدوات التفاعل؛ مما أدى لزيادة الإقبال الجماهيري على متابعة الصفحات الصحية.

4. مدى إسهام المعلومات الصحية على الفيسبوك في تغيير السلوكيات تجاه أزمة فيروس (كوفيد19-):



شكل رقم (2)

مدى مساهمة المعلومات الصحية على الفيسبوك في تغيير السلوك تجاه الأزمة

مما يدل على أن "الفيسبوك" قد نجح في تغيير السلوك الصحي لدى أفراد العينة خلال فترة الجائحة عن طريق تقديم المعلومات الصحية، وإيضاح الفكرة بشكل بسيط ومفهوم للمتلقي؛ مما يشير إلى ثراء "الفيسبوك" وقدرته على إزالة الغموض، واستخدام أدوات تفاعلية تسهم في تسهيل عملية الفهم، وتنمية درجة الوعي بضرورة اتخاذ قرارات إيجابية صحيحة، والتخلي عن العادات الخاطئة؛ لتجنب الإصابة بالمرض.

### ثانيًا: عرض وتفسير نتائج فروض الدراسة

1. كشفت نتائج اختبارات الفروض عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في معدل استخدامهم موقع فيسبوك كأحد المصادر للحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد-19-) حسب متغيراتهم الديموغرافية (النوع، والحالة الاجتماعية، والسن، والمستوى التعليمي، والدخل الشهري للأسرة)؛ مما يدل على حاجة الجمهور لمعرفة كل شيء عن الفيروس المستجد، فجميع أفراد المجتمع -من ذكور وإناث وجميع الفئات العمرية من 20 سنة إلى 50 سنة فأكثر- يستخدمون الفيسبوك للبحث عن المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد-19-)، فلم يقتصر استخدام الفيسبوك على فئة عمرية محددة، أو مستوى تعليمي، أو دخل شهري؛ فالجميع في أمس الحاجة للتماس المعلومات.

2. اتضحت معنوية العلاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على الفيسبوك كأحد مصادر الحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد-19-) ومستوى الوعي الصحي لديهم عن الأزمة؛ أي إنه كلما أدرك المبحوثون الخطر؛ زادت درجة اعتمادهم على المعلومات الصحية بالفيسبوك؛ ومن ثمَّ زاد وعيهم الصحي حول الفيروس، وأسبابه، وطرق انتشاره، وكيفية الوقاية من الإصابة به، مما يتفق مع فروض نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية.

3. اتضحت معنوية العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين للفيسبوك كأحد مصادر الحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد-19-) ومعدل التغير في سلوكهم تجاه الأزمة؛ فكلما زاد معدل تعرُّض المبحوثين للمعلومات الصحية على الفيسبوك؛ زاد معدل التغير في سلوكياتهم، وتبني عادات سلوكية صحية صحيحة، والتخلي عن العادات الخاطئة؛ للحفاظ على أنفسهم وعلى غيرهم من الإصابة.

4. اتضحت معنوية العلاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على الفيسبوك كأحد مصادر الحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد-19-) ودرجة ثقة المبحوثين بالمعلومات الصحية المقدَّمة عن الأزمة؛ فكلما زاد معدل استخدام الفيسبوك للحصول على المعلومات الصحية بشأن الأزمة؛ زادت ثقة المبحوثين في الأخبار والمعلومات المتداولة.

5. اتضحت معنوية العلاقة بين معدل تفاعل المبحوثين على الفيسبوك كأحد مصادر الحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد-19-) ومستوى الوعي الصحي لديهم عن الأزمة؛ فكلما أدرك المبحوثون خطورة

الفيروس؛ زاد حرصهم على المشاركة الفعالة وتبادل المعلومات والخبرات حول الفيروس، وزاد وعيهم الصحي تجاه الأزمة، وهذا ما يؤكد مدخل التفاعلية من ضرورة وجود أدوات التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي لتُمكّن الجمهور من التفاعل والحصول على أكبر قدر من مصادر المعلومات (صوت- صورة- فيديو).

### مناقشة النتائج العامة للدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

1. فيما يتعلق بتقييم المبحوثين للفيسبوك كمصدر للحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد-19): جاءت بالمقدمة عبارة أن "الفيسبوك يعتبر المصدر الأكثر سرعةً في نشر المعلومات الخاصة بالفيروس" بنسبة (84%)، وفي المرتبة الثانية عبارة أن "الفيسبوك وسيلة لترويج الشائعات والمعلومات الخاطئة حول الفيروس" بنسبة (74.2%)، وهما نسبتان متقاربتان؛ مما يدل على أن موقع الفيسبوك من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر سرعة في نقل المعلومات؛ حيث تصل المعلومات إلى عدد هائل من المستخدمين في أقصر وقت، إلى جانب عفوية وواقعية هذه المعلومات التي تصل مباشرة من المصدر دون أن تخضع لرقابة المحتوى وتحريه؛ مما يُسهم في انتشار الشائعات؛ فهو سلاح ذو حدين. وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة أم الخير (2021) التي أكدت أن الفيسبوك كان عاملاً من عوامل انتشار الشائعات أثناء أزمة (كوفيد-19) بنسبة (71%)، وأن أغلب أفراد العينة بنسبة (79%) لا يصدقون المعلومات الصحية المنشورة على الفيسبوك؛ وذلك بسبب تهويل وتضخيم الموضوع، وهذا ما أكدته نتيجة الدراسة الحالية.

2. فيما يتعلق باستجابات المبحوثين وتأثير التعرض للمعلومات الصحية على الفيسبوك على الوعي الصحي بشأن أزمة (كوفيد-19): احتلت عبارة أن "الفيسبوك ساعد المبحوثين في اكتشاف أعراض المرض" المرتبة الأولى بوزن نسبي (80.3%)؛ مما يدل على قوة مواقع التواصل الاجتماعي -ولا سيما موقع الفيسبوك- في التأثير على الوعي الصحي لدى المبحوثين من خلال تقديم كل ما يختص بزيادة الوعي الصحي عن طريق تزويد معرفتهم بالجائحة، وأسبابها، وخطورتها، وكيفية الوقاية من الإصابة، وضرورة الالتزام بالإجراءات الاحترازية، والتشديد على تبني عادات وسلوكيات صحية جديدة لتجنب الإصابة؛ مما ساعد في زيادة الوعي الصحي لديهم، وعلى الرغم من كثرة المعلومات التي أدت إلى الإصابة بالخوف والذعر من الإصابة بالمرض، فإن نسبة التأثير السلبية كانت ضئيلة (0.5%). واتفقت نتيجة هذه الدراسة مع دراسة ودراسة ريشي وغري (2022) في احتلال عبارة أن الفيسبوك أسهم في إمدادهم بالمعلومات الصحية في المرتبة الأولى، وكذلك اتفقت مع نتيجة دراسة الأحسن (2022) في الدور الإيجابي للفيسبوك في تنمية وتعزيز الوعي الصحي الوقائي ضد الفيروس؛ من خلال مساهمة المنشورات في تنوير الرأي العام، سواء تعلق بعرض أسباب وعوامل انتشار الفيروس، أو كيفية الوقاية والحماية من الإصابة بالعدوى، أو من خلال توجيه المستخدمين إلى التخلي عن العادات الصحية غير الصحيحة، وحثهم على اتباع العادات السليمة.

3. فيما يتعلق بطبيعة التفاعل مع المحتوى الصحي بشأن أزمة (كوفيد-19)؛ جاءت نسب التفاعل جميعها أعلى من 50%؛ مما يدل على المشاركة الفعالة والأدوات التفاعلية التي يتمتع بها الفيسبوك، وجاءت في المرتبة الأولى لأهم أنماط التفاعل مع المحتوى: تفاعل المبحوثين عن طريق الاتصال مع القائمين على الصفحة عبر أرقام الهواتف أو البريد الإلكتروني أو الرسائل بنسبة (77.5%)؛ وهو ما يدل على إيجابية الجمهور، وحرصهم على المشاركة، والحصول على المعلومات من مصدرها. وتختلف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة زياد وسرحان (2021) في عدم توظيف أدوات الاتصال المتاحة على الفيسبوك بالشكل الأمثل لتحقيق الفهم الكامل للجمهور؛ وإنما ركزت على نشر الأخبار فقط.

4. فيما يتعلق بمدى مساهمة المعلومات الصحية على الفيسبوك في تغيير السلوكيات تجاه أزمة فيروس (كوفيد-19)؛ جاءت في المرتبة الأولى عبارة أن المبحوثين أصبحوا أكثر حرصًا على الآخرين، خاصة كبار السن وذوي الأمراض المزمنة من الإصابة بالفيروس بنسبة (86.1%)؛ مما يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد بمنزلة العمود الفقري للبرامج التوعوية الصحية الحديثة، خاصة الفيسبوك الذي أدى دورًا أساسيًا ورئيوسًا في تعزيز الهوية الصحية السليمة؛ من خلال نشر الأخبار والمعلومات المستمرة حول فيروس كورونا، واستخدامها أساليب متنوعة ومصادر مختلفة لنشر رسائل التوعية وتعزيز خدمات الرعاية الصحية. واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتيجة دراسة بوخونة رموش (2021) التي أكدت أن الفيسبوك أسهم في تغيير السلوك الصحي لدى المستخدمين تجاه الأزمة بنسبة (53.84%).

### توصيات الدراسة

ومن خلال تحليل أهمية ودور التفاعلية على الفيسبوك ودورها في التوعية الصحية خلال أزمة (كوفيد-19) يُمكن تقديم بعض المقترحات التالية:

1. تحليل أنماط التفاعل والمشاركة على صفحات الفيسبوك المتخصصة في التوعية الصحية لفهم مستوى التفاعل والمشاركة، وتحديد العوامل التي تؤثر في زيادة التوعية الصحية.
2. تقييم جودة المحتوى التوعوي على الفيسبوك ودراسة تأثيره على التوعية الصحية للمستخدمين.
3. ضرورة الاهتمام من قبل مؤسسات الدولة بالتفاعل مع الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي والرد على استفساراتهم بشكل فوري ومنتظم لضمان تفاعلية وإيضاح المعلومات لهم وتجنب انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة.
4. إصدار نشرات خاصة من قبل المؤسسات الإعلامية؛ لتعريف المواطنين بإيجابيات وسلبيات استخدام الفيسبوك - وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي - في المجال الصحي.
5. الاهتمام بتقصي ظاهرة الأخبار المضللة وقت الأزمات؛ وضرورة تفعيل دور الرقابة الخاص بالمضامين

الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي.

### ملخص الدراسة

يعد المجال الصحي أحد المجالات التي تأثرت بالثورة الرقمية خلال أزمة (كوفيد-19)؛ فقد بدأت هذه التقنيات الحديثة في إحداث تغييرات في نظام الرعاية الصحية، وتحسين كفاءة رعاية المرضى؛ كما أسهمت إجراءات التحول الرقمي لقطاع الرعاية الصحية -ضمن رؤية مصر -2030 نسبيًا في تميز تعامل الحكومة مع تفشي الفيروس، حيث أجرت عدة مبادرات أصبحت محل تقدير من دول العالم من خلال دعم استراتيجية وزارة الصحة للاستجابة لكوفيد-19؛ تضمنت هذه التقنيات استخدام تطبيقات ومنصات تكنولوجية أدت دورًا فعّالًا خاصة موقع فيسبوك خلال تلك الأزمة الصحية العالمية؛ لما يمتلكه فيسبوك من خدمات وأدوات تفاعلية.

وفي ضوء ذلك هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التفاعلية على فيسبوك في التوعية الصحية، خاصة أثناء أزمة (كوفيد-19)، سواء من خلال الوقوف على الدور الإيجابي أو السلبي لها على الجمهور المصري، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة؛ حيث طبقت استمارة الاستبيان الإلكترونية على عينة قوامها 408 مفردات من مستخدمي موقع فيسبوك في الفترة بين شهرَي إبريل 2023 ومايو 2023.

### وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- ١- أن موقع فيسبوك ما زال أهم المصادر الصحية للحصول على المعلومات بشأن الأزمة، خاصة الصفحات الصحية الرسمية التابعة للدولة على فيسبوك، وأن المعلومات الصحية المقدمة على فيسبوك ساهمت في ترشيد سلوكيات المستخدمين الصحية حول هذا الوباء.
- ٢- أسهمت موقع فيسبوك في التواصل والتفاعل للسيطرة على انتشار الفيروس، ومساعدة أفراد المجتمع المصري على إجراء اختبارات كورونا وأخذ اللقاح، علاوة على تثقيفهم بشأن الفيروس، والتصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة، ومحاولة طمأنة المواطنين.
- ٣- المعلومات الصحية على فيسبوك أسهمت بنسبة (77.4%) في تغيير السلوكيات والعادات الخاطئة لدى أفراد العينة.
- ٤- جاءت نسب التفاعل حول المحتوى الصحي الخاص بأزمة (كوفيد-19) جميعها أعلى من (50%)؛ حيث جاء تفاعل المبحوثين عن طريق الاتصال بالقائمين على الصفحات الصحية -سواء من خلال الرسائل، أو البريد الإلكتروني، أو أرقام الهاتف- في المرتبة الأولى من بين أدوات التفاعلية بنسبة (77.5%)
- 5- جاء موقف المبحوثين تجاه آليات الدولة في التعامل أثناء الأزمة إيجابيًا بما يزيد على نصف العينة

بنسبة (52.7%).

٦-ومن بين نتائج اختبارات الفروض اتضحت معنوية العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين للفيسبوك كأحد المصادر للحصول على المعلومات الصحية ومعدل التغيير في سلوكهم اتجاه الأزمة.  
٧-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في معدل استخدامهم للفيسبوك كأحد مصادر الحصول على المعلومات الصحية بشأن أزمة (كوفيد19-) حسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، والحالة الاجتماعية، والسن، والمستوى التعليمي، والدخل الشهري للأسرة).

#### ثانيًا: مقترحات الدراسة:

ومن خلال تحليل أهمية ودور التفاعلية على الفيسبوك ودورها في التوعية الصحية خلال أزمة (كوفيد19-) يُمكن تقديم بعض المقترحات التالية:

١-ضرورة التعاون بين مختلف وسائل الإعلام والجهات والمنظمات المعنية المهتمة بالشأن الصحي ليصبح لها دور تنموي وتوعوي ولا يقتصر على نقل الأخبار فقط.

٢-إصدار نشرات خاصة من قِبَل المؤسسات الإعلامية؛ لتعريف المواطنين بإيجابيات وسلبيات استخدام الفيسبوك -وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي- في المجال الصحي.

٣-الاهتمام بتقصي ظاهرة الأخبار المضللة وقت الأزمات؛ وضرورة تفعيل دور الرقابة الخاص بالمضامين الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي.

٤-الاهتمام بتقديم المحتوى التوعوي بأشكال وقوالب اتصالية جذابة للحث على التفاعل والمشاركة الفعالة.

٥-ضروه الاهتمام من قبل مؤسسات الدولة بالتفاعل مع الجمهور المصري علي مواقع التواصل الاجتماعي والرد على استفساراتهم بشكل فوري ومنتظم لضمان تفاعلية وإيضاح المعلومات لهم وتجنب انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة.

٦-إعداد نخبة وكوادر مصرية ذات كفاءة في مجال الإعلام الصحي.

٧-تعزيز الاستعداد والتأهب لمواجهة الأزمات الصحية المستقبلية، وتطوير آليات استجابة سريعة وفعالة، بما في ذلك استخدام وسائل الإعلام والاتصال؛ لنشر المعلومات والتوجيهات السليمة.

٨-توجيه الجهود نحو تحسين جودة المعلومات والمصادر المعتمدة عند إعداد الخطط والتوجيهات الصحية للجمهور، وضمان توافر ترجمة المعلومات العلمية المعقدة بشكل مبسط ومفهوم للجمهور.

ثالثًا: ما تثيره الدراسة من أبحاث مستقبلية:

تفترح الدراسة مجموعة من القضايا البحثية المتمثلة في:



- ١- إجراء دراسات للعوامل النفسية والضغط التي تواجه الفريق الطبي من العاملين بمستشفيات العزل والحميات.
- ٢- إجراء دراسات مقارنة لتحليل التغطية الإعلامية لفيروس كورونا في مختلف البلدان، وتحديد الأساليب الفعالة في نقل المعلومات وإشراك الجمهور في مواجهة الأزمات الصحية.
- ٣- إجراء دراسات تحليلية لتغطية وسائل الإعلام التقليدية والرقمية للأزمة الصحية العامة الناجمة عن الأوبئة، وتقييم جودة المعلومات وأثرها على سلوك الجمهور واتخاذ القرارات.
- ٤- إجراء دراسات تحليلية لتأثير الإعلام في تشكيل السياسات العامة واتخاذ القرارات الصحية، وكيفية تعزيز التواصل بين الجهات المعنية والجمهور.

#### قائمة المصادر والمراجع

- ١- إبراهيم، أ.، مهند، ر.، ساهي، ص (أغسطس، 2021). درجة مساهمة الإعلام الصحي في التعامل مع الأزمات الوبائية وعلاقته بتعزيز التوعية الصحية للجمهور العراقي: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين العاملين في المؤسسات الصحية: دائرة صحة الأنبار نموذجًا (للفترة من 2021-2-25 إلى 2021-3-25). مجلة العربي للدراسات الإعلامية، 13 (13)، 68-95.
- ٢- الأحسن، ح. (2022). دور الفيسبوك في غرس وتنمية الوعي الوقائي ضد جائحة كورونا لدى طلبة جامعة مولود معمري - تيزي وزو - الجزائر. المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري، مج4، ع2، 1 - 21. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1296651>
- ٣- أحمد، إ. (2021). الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، 2 (1)، 47-97. <https://doi.org/10.21608/mebp.2021.53890.1004>
- ٤- أشرف، إ. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-19). مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، ع(29)، 193-246. <http://search.mandumah.com/Record/1093621>
- ٥- ام الخير، خ. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي وترويج الشائعات في زمن كورونا- الفيسبوك نموذجًا- دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. [رسالة ماجستير]. جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
- ٦- باهي، ر. (2019). استخدام الفيسبوك في التوعية الصحية ضد داء الكوليرا في الجزائر: دراسة ميدانية على الأطباء العموميين لمدينة أم البواقي. [رسالة ماجستير]. جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي. <http://hdl.handle.net/123456789/8695>

- ٧- بسام عبد الرحمن المشاقبة (2012). الإعلام الصحي. القاهرة: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- ٨- بن عبو، و. (2018). دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنتاج أشكال تفاعلية ولغوية جديدة: دراسة تحليلية لموقع الفيسبوك. المجلة العربية مداد، ع(٤)، 65-89. <http://search.mandumah.com/Record/938623>.
- ٩- بوخونة، س، رموش، ن. (2021). دور موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك نموذجًا) في تنمية الوعي الصحي لدى الطلبة حول وباء كوفيد-19، دراسة ميدانية على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. [رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل].
- ١٠- حسن، أ. (2021). تداول الشائعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك وتويتر) ودور المؤسسات الرسمية في الدولة في مواجهتها. [رسالة دكتوراه غير منشورة]. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ١١- الخاجة، م. (2018). الإعلام الصحي في دولة الإمارات من المنظورين الأكاديمي والطبي: دراسة استطلاعية ميدانية. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 15 (2). <https://doi.org/10.36394/jhss/20/2/1>
- ١٢- خفاجة، آ. (2020). أدوات الاتصال والتفاعل بالشبكات الاجتماعية كمنتج وعملية: دراسة تحليلية على الصفحات الإخبارية أثناء الأحداث الهامة. مجلة جامعة الملك عبد العزيز- كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 25 (9). <http://search.mandumah.com/Record/1057990>. 191-230.
- ١٣- خليفة، إ. (2020)، اتجاهات تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع كورونا. الأحد: 29 مارس 2020 <https://shorturl.at/ghqJT>
- ١٤- ريشي، ش، غربي، ي. (2022)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا (Covid 19)، فيسبوك نموذجًا: دراسة ميدانية في صفحة الفيسبوك الرسمية للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية قالمة. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة 8 ماي 1945 قالمة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع.
- ١٥- زهية يسعد، ز. (30 يونيو 2020)، الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين: دراسة ميدانية خلال أزمة فيروس كورونا. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 3 (1)، 122-144. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/125686>.
- ١٦- زياد، م، سرحان، ع. (2021). توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا ( وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية نموذجاً). المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (22) <https://dx.doi.org/10.33193/IJoHSS.22.2021>
- ١٧- سعدي، ك، بوخلفة، س. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي من مخاطر أزمة فيروس كورونا "الفيسبوك نموذجًا": دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.

- ١٨-السلام المعايطه، م. (2014). دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي، دراسة في برنامج صحتك بالدنيا. [رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا [https://shorturl.at/zBCG0.
- ١٩-سلام، ك. (٣٠ ديسمبر، ٢٠١٨). دور الإعلام الصحي في التحسيس من أجل الكشف المبكر لسرطان الثدي. مجلة دراسات في علم نفس الصحة، 3 (4)، 103-115. <http://surl.li/kgcew>.
- ٢٠-سلامة، ب. (2001). الصحة والتربية الصحية. دار الفكر العربي.
- ٢١-سليمان، أ. (2019). تأثير فوضى المعلومات الإلكترونية على مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور شبكات التواصل الاجتماعي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. 3 (1)، 1-21. <https://search.emarefa.net/detail/BIM-895880>.
- ٢٢-سليمان، ع. (2021). المعلومات المغلوطة بالمواقع الإلكترونية المصرية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية على الجمهور المصري بالتطبيق على أزمة كورونا (كوفيد-19). المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 74 (74)، 167-119. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2021.154454>.
- ٢٣-السنجري، ب. (أغسطس، 2018). الإشباع المتحققة من استخدام المرأة العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية. (الفيسبوك أمودجًا). مجلة الدراسات الإعلامية ع(4)، ألمانيا، برلين المركز الديمقراطي العربي. <https://rb.gy/ywtvq> صبري، س. (يناير، ٢٠٢٣). الانعكاسات الوجدانية لتداول أخبار الوفيات على موقع فيسبوك إبان جائحة كورونا، في إطار نموذج العملية المزدوجة للتأقلم مع الأحداث المفجعة. مجلة البحوث الإعلامية، 64 (2)، 717-776. <https://doi.org/10.21608/jsb.2023.175629.1533>.
- ٢٤-شهاب، م (2012). توظيف حملات العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي في العراق. [رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- ٢٥-الشمي، م. (2020). اعتماد الجمهور المصري على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة كمصدر للمعلومات أثناء جائحة كورونا: دراسة تحليلية وميدانية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 19 (3)، 577-641. <https://dx.doi.org/10.21608/JOA.2020.147660>
- ٢٦-الطاهر، ر، وليد، خ. (2018). التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية الصحية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. <http://dspace.univ-msila.dz:8080/xmlui/handle/123456789/6830>.
- ٢٧-طه، ال. (2018). دور الصفحات الصحية عبر فيسبوك في تنمية الوعي الصحي لدى المراهقين. [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية الدراسات العليا، جامعة الأزهر.
- ٢٨-عبد الحي، ح (2020). اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استيفاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا (كوفيد 19) وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لهم. مجلة البحوث الإعلامية، 54 (54)، 2605-2565. <https://doi.org/10.21608/jsb.2020.108841>
- ٢٩-عبد الوهاب، ع. (١٩ مارس ٢٠٢٢). قياس مدى اعتماد الجمهور الليبي على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في إدراك مخاطر انتشار جائحة كورونا ومعرفة طرق الوقاية منها: دراسة ميدانية على

- عينة أعضاء هيئة التدريس بجامعة عمر المختار. المجلة الليبية لبحوث الإعلام، ع(٢). <https://journals.uob.edu.ly/TLJMR/article/view/2052>
- ٣٠-العربي، ع. (2007). الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي. المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٣١-عزوز، ه. (2021). دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2021 (76)، 121-77. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2021.194724>
- ٣٢-عقاد، و. (2023). تفاعلية الجمهور مع صفحات الشخصيات النسائية العامة على موقع "فيسبوك": دراسة تحليلية. مجلة البحوث الإعلامية، 2 (64)، 654-591. <http://search.mandumah.com/Record/1352455>
- ٣٣-علة، ع. (٢٤ مايو ٢٠٢٠). دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19): دراسة ميدانية. مجلة الدراسات الإعلامية، ع (١١)، ص504، ألمانيا، برلين المركز الديمقراطي العربي.
- ٣٤-عيسى، ع. (2020). تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع الصفحات الساخرة وعلاقته بتشكيل الصورة الذهنية عن الفاعلين السياسيين] رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- ٣٥-عيشوش، ع، بوسرسوب، ح. (2020). دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا (كوفيد 19)، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك، صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجًا. مجلة التمكين الاجتماعي، 2 (2)، 309-288. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/123161>
- ٣٦-غانم، م. (2021). الحملات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفة الشباب بمضمونها. المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، 9 (9)، 126-101. <https://dx.doi.org/10.21608/mktc.2021.182783>
- ٣٧-غانم، م. (2021). الحملات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفة الشباب بمضمونها. المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، 9 (9)، 126-101. <https://dx.doi.org/10.21608/mktc.2021.182783>
- ٣٨-فهمي، ب. (2020). تفاعل الجمهور المصري حول أزمة فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 19 (3)، 235-167. <https://doi.org/10.21608/joa.2020.147641>
- ٣٩-فهمي، خ (يناير، 2021). تفاعلية الجمهور مع صفحات القنوات الفضائية المصرية عبر الفيسبوك: دراسة انعكاسات التفاعلية على بناء الأجندة الإعلامية. مجلة بحوث الإعلام والاتصال، 5 (5)، 19-1. <https://doi.org/10.21608/mcr.2022.234086>

- ٤٠- فهمي، خ. (يناير، 2020). توظيف تعليقات الجمهور عبر صفحات الفضائيات المصرية على الفيسبوك في صناعة المحتوى الإعلامي لديها- دراسة على القائم بالاتصال. مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، 9 (9).  
<https://doi.org/10.21608/mcr.2022.234107.75-99>
- ٤١- فوزية، ص، مراد، م. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 3(1)، 145-159. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/125687>
- ٤٢- فياض، م. (2015). دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين: دوافع التعرض والإشباع المتحققة. مجلة كلية الفنون والإعلام، ع(٢)، 84-53. <https://doi.org/10.46485/1574-000-002-002>
- ٤٣- كافي، م (2016). الإعلام التفاعلي. القاهرة: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- ٤٤- لطروش، ع. (2021). تفاعل شبكات التواصل الاجتماعية مع جائحة كورونا، جامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر. مقال منشور في مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية، ع 67، ص99. <https://jilrc.com/archives/13417>
- ٤٥- مبني، ن، حامدي، ك. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي أوعية جديدة لنشر الوعي الصحي- صفحة التفاح الأخضر على الفيسبوك أمودجًا. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية 17(1). <http://dspace.univ-se-tif2.dz/xmlui/handle/123456789/1460>
- ٤٦- مجاور، أ، عبده، ر. (2021). الآثار الإيجابية للخطاب الإعلامي في المجتمع السعودي- أزمة فيروس كورونا (Covid-19) نموذجًا. مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، 8 (20). <https://doi.org/10.55074/hesj.v8i20.394>
- ٤٧- المحمدي، س. (2019). اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 18(2)، 79-1. <https://dx.doi.org/10.21608/joa.2019.92080>
- ٤٨- المحمدي، س. (2019). اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 18(2)، 79-1. <https://dx.doi.org/10.21608/joa.2019.92080>
- ٤٩- مدفوني، ج. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا: دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين في الجزائر. مجلة طبنة للدراسات الأكاديمية، 3 (2)، 530-550. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/139645>
- ٥٠- المغربي، م. (٢٤ مايو، ٢٠٢٠). السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا. مجلة الدراسات الإعلامية، 3 (11). ألمانيا، برلين المركز الديمقراطي العربي، ص459. <https://democraticac.de/?p=66631>

- ٥١-المغير، م. (٢٤ مايو، ٢٠٢٠). السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا. مجلة الدراسات الإعلامية، 3 (11). ألمانيا، برلين المركز الديمقراطي العربي، ص459. <https://democraticac.de/?p=66631>.
- ٥٢-هماش، س (2012). الشبكات الاجتماعية وآثارها على الفرد والمجتمع من منظور قيمي، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة. 1 (2)، 66-67. <https://sites.google.com/site/valuemediadeterminismtheory/journal-of-contemporary-studies-of-media-and-values>
- 53-Abadi, T., & Sheikhtaheri, A. (2015). Social Media and Health Care: Necessity of Facing Their Challenges. *Iranian Journal of Public Health*, 44 (4), 596– 597. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4441977/>.
- 54-Agius, S., Grech, A., & Grech, V. (2020). WITHDRAWN: The way in which COVID-19 changed behaviour on social media in Malta. *Early human development*, 105255. Advance online publication. <https://doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2020.105255>
- 55-Alashry, M. (2021). A Comparative Analysis of the Reportage of COVID-19 During the First and Second Wave: A Case of the Egyptian and Jordanian Newspapers. *International Journal of Media and Information Literacy*. 6. <http://dx.doi.org/10.13187/ijmil.2021.1.17>
- 56-Apuke, O., & Tunca, E. (2019). Social Media and Crisis Management: A Review and Analysis of Existing Studies. *Journal of Social Sciences*, 199-215. [https://www.researchgate.net/publication/330468226\\_SOCIAL\\_MEDIA\\_AND\\_CRISIS\\_MANAGEMENT\\_A\\_REVIEW\\_AND\\_ANALYSIS\\_OF\\_EXISTING\\_STUDIES](https://www.researchgate.net/publication/330468226_SOCIAL_MEDIA_AND_CRISIS_MANAGEMENT_A_REVIEW_AND_ANALYSIS_OF_EXISTING_STUDIES)
- 57-Brindha, M. D., Jayaseelan, R., & Kadeswara, S. (2020). Social media reigned by information or misinformation about COVID-19: a phenomenological study. Available online at SSRN: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3596058](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3596058)
- 58-Chan, M., Winneg, K., Hawkins, L., Farhadloo, M., Jamieson, K., & Dolores Albarracín, D., (2018). Legacy and social media respectively influence risk perceptions and protective behaviors during emerging health threats: A multi-wave analysis of communications on Zika virus cases, *Social Science & Medicine*, 212, 5-59. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2018.07.007>.
- 59-Cuello-Garcia, C., Pérez-Gaxiola, G., & van Amelsvoort, L. (2020). Social media can have an impact on how we manage and investigate the COVID-19 pandemic. *Journal of Clinical Epidemiology*, 127, 198–201. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2020.06.028>
- 60- Fang J, Wang X, Wen Z, et al. (2020). Fear of missing out and problematic social media use as mediators between emotional support from social media and phubbing behavior. *Addict Behaviors*. 107:106430. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106430>

- 61-González-Padilla, D. A., & Tortolero-Blanco, L. (2020). Social media influence in the COVID-19 Pandemic. *International braz j urol: Official Journal of the Brazilian Society of Urology*, 46 (suppl.1), 120–124. <https://doi.org/10.1590/S1677-5538.IBJU.2020.S121>
- 62-Hammad. M., & Alqarni, T. (2021). Psychosocial effects of social media on the Saudi society during the Coronavirus Disease 2019 pandemic: A cross-sectional study. *Journal of PLoS ONE* 16 (3): e0248811. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248811>
- 63-Holmes, B.J.(2008). Communicating about emerging infectious disease: the importance of research. *Health & Risk Society*,10 (4):349-360. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/13698570802166431>.
- 64-Hornmoen, H. and McInnes, C. (2018). *Social Media Communication During Disease Outbreaks: Findings and Recommendations*. Emerald Publishing Limited Bingley, pp. 255-275. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-269-120181016>
- 65-Hosseini N, Fakhari F, Kiani B, et al. (2019). Enhancing the security of patients' portals and websites by detecting malicious web crawlers using machine learning techniques. *Int J Med Inform.*;132:103976. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2019.103976>
- 66-Iii, Charles & Meadows, Cui & Tang, Lu & Liu, Wenlin. (2019). Unraveling Public Health Crises Across Stages: Understanding Twitter Emotions and Message Types During the California Measles Outbreak. *Communication Studies*. <http://dx.doi.org/10.1080/10510974.2019.1582546>
- 67-Jurkowitz M, Mitchell A. Americans who primarily get news through social media are least likely to follow COVID-19 coverage, and most likely to report seeing made-up news. *Journalism & Media: Pew Research Center*: [updated 25 March 2020]. Available at: <https://www.journalism.org/2020/03/25/americans-who-primarilygetnews-through-social-media-are-least-likely-to-follow-covid-19-coverage-most-likelyto-report-seeing-made-up-news/>. Accessed 18 May 2020
- 68-Kaushal, A., Kassianos, A. P., Sheringham, J., Waller, J., & von Wagner, C. (2020). Use of social media for cancer prevention and early diagnosis: scoping review protocol. *BMJ open*, 10 (2), e033592. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2019-033592>
- 69-Mekawie, N. (2013). *Factors affecting adoption of eHealth in Egypt*. [PhD thesis, Middlesex University]. <https://eprints.mdx.ac.uk/id/eprint/12334>.
- 70-Naslund JA, Aschbrenner KA, Marsch LA, et al.(2016). The future of mental health care: peer-to-peer support and social media. *Epidemiol Psychiatr Sci.*;25 (2):113–122. <https://doi.org/10.1017/S2045796015001067>
- 71-Rupert, D. J., Moultrie, R. R., Read, J. G., Amoozegar, J. B., Bornkessel, A. S., O'Donoghue, A. C., & Sullivan, H. W. (2014). Perceived healthcare provider reactions to patient and caregiver

- use of online health communities. *Patient education and counseling*, 96 (3), 320–326. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2014.05.015>
- 72-Smailhodzic E, Hooijsma W, Boonstra A, Langley DJ. Social media use in healthcare: a systematic review of effects on patients and on their relationship with healthcare professionals. *BMC Health Serv Res*; 16:442. <https://doi.org/10.1186/s12913-016-1691-0>
- 73-Tonsaker, T., Bartlett, G., & Trpkov, C. (2014). Health information on the Internet: gold mine or minefield? *Canadian family physician Medecin de famille canadien*, 60 (5), 407–408. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24828994/>.
- 74-Trethewey S. P. (2020). Strategies to combat medical misinformation on social media. *Postgraduate medical journal*, 96 (1131), 4–6. <https://doi.org/10.1136/postgradmedj-2019-137201>
- 75-Zhou. C., Xiu. H., Wang. Y., & Yu. X. (2021). Characterizing the dissemination of misinformation on social media in health emergencies: An empirical study based on COVID-19. *Journal of Information Processing & Management*, 58 (4), 102554. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102554>.
- 76-Zuure, F. R., Heijman, T., Urbanus, A. T., Prins, M., Kok, G., & Davidovich, U. (2011). Reasons for compliance or noncompliance with advice to test for hepatitis C via an internet-mediated blood screening service: a qualitative study. *BMC Public Health*, 11, 293. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-11-293>

#### المواقع الإلكترونية:

- سكاي نيوز عربية، موجة كورونا الثالثة في مصر.. الأطباء يحذرون من أعراض جديدة. (23 إبريل 2021). <https://shorturl.at/desQ7>
- عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي <https://datareportal.com/social-media-users>
- منظمة الصحة العالمية (أغسطس، 2021)، ماذا تعرف عن المتحورات الفيروسية؟، <https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-58021261>