



**Dr.SAFAA ALI
JABBAR**

E-Mail :

Safaa73ali@gmail.com

Phone Number :
07721779345

**Dr. Mujashaa
Mohammed Ali**

E-Mail :

mujashaa@yahoo.com

Phone Number :
07730223015

Ministry of Higher Education
Department and Cultural
Relations

Keywords:

- Social networks Media.
- Dependence theory
Mutant
- Covid-19 media.
- Health awareness.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 12 / 7 /2023

Accepted : 17 / 8 /2023

Available Online : 15 / 9 /2023

HOW CAN SOCIAL MEDIA NETWORKS ENHANCE AWARENESS AMONG THE IRAQI PUBLIC TO FIGHT THE OMICRON VARIANT

ABSTRACT

The research aims to identify social networks and their relationship to enhancing awareness among the Iraqi public to confront the Covid-19 mutant Omicron.

from 1/11/2021 to 30/11/2021, This is after the discovery of the Omicron Variant, the random sample consisted of 133 items

The most important results of the research were - :

The study sample's use of social networks always came first with a percentage of 69.9%, while it sometimes came in second place with 24.8%, then we find 5.3% who rarely use social networking sites. The social networks that the study sample prefers to rely on to learn about the news of the Omicron Variant came first, while Facebook came first. The contribution of social networks to creating and promoting health awareness of the Omicron Variant in the research sample came first (learning methods of prevention and means to reduce infection and spread of the virus).

شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتعزيز الوعي لدى الجمهور العراقي لمواجهة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون "دراسة ميدانية بالتطبيق على أزمة متحور أوميكرون"

المستخلص

يهدف البحث التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتعزيز الوعي لدى الجمهور العراقي لمواجهة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون. ويعد هذا البحث من الدراسات الوصفية حيث تستهدف توصيف وتحليل- الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور العراقي لمواجهة الازمات الصحية (متحور كوفيد-١٩ أوميكرون)، ويستخدم البحث منهج المسح بالعينة من الجمهور العراقي، للمدة من ٢٠٢١/١١/١ إلى ٢٠٢١/١١/٣٠ وهي تمثل المجتمع من الذكور و الاناث والحضر والريف وعلى اختلاف مؤهلاتهم العلمية والعمرية.

وقد توصل البحث إلى نتائج منها استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم وان غالبية الجمهور العراقي تحرص على متابعة ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي ، ويكشف البحث تفضيل عينة البحث الاعتماد على الفيس بوك في متابعة اخبار متحور كوفيد-١٩ أوميكرون ولذلك فهي تسهم في خلق وتعزيز الوعي الصحي وفي تعلم اساليب الوقاية ووسائل الحد من العدوى وانتشار الفيروس مما يعطي دلالة عن مدى تنامي الوعي بين الجمهور في تثقيف انفسهم صحياً وترسيخ الوعي بالامور الصحية.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

د صفاء علي جبار
الإيميل :

Safaa73ali@gimal.com

رقم الهاتف :

٠٧٧٢١٧٧٩٣٤٥

د مجاشع محمد علي

معهد التدريب الإعلامي – شبكة
الإعلام العراقي
الإيميل :

mujashaa@yahoo.com

رقم الهاتف :

٠٧٧٣٠٢٢٣٠١٥

عنوان عمل الباحث:

وزارة التعليم العالي دائرة البعثات
و العلاقات الثقافية
الكلمات المفتاحية:

- شبكات التواصل الاجتماعي.
- نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.
- متحور كوفيد-١٩ أوميكرون.
- الوعي الصحي.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢٣ / ٧ / ١٢

القبول : ٢٠٢٣ / ٨ / ١٧

التوفر على الانترنت: ٢٠٢٣ / ٩ / ١٥

المقدمة : يمثل انتشار متحور كوفيد-١٩ أوميكرون في العراق مصدر قلق كبير بسبب ارتفاع الإصابات الكبير في وقت قصير، وما سيسببه هذا من ضغوط على القطاع الصحي.

وسجلت حالات الإصابة بكورونا في الأسابيع الماضية في العراق ارتفاعا كبيرا، وبلغ العدد الإجمالي للإصابات المسجلة في البلاد منذ مطلع عام ٢٠٢٠م حتى منتصف شهر كانون الثاني الماضي أكثر من مليونين و١١٨ ألف إصابة، في حين بلغ عدد الوفيات ٢٤ ألفا و٢٥٢

حالة، وبهذا يكون العراق قد احتل المرتبة الأولى بين البلدان العربية الأكثر تضرراً من فيروس كورونا، حيث بلغ عدد الإصابات، وتبعه الأردن في المرتبة الثانية بـ ١.٠٨٨ مليون إصابة، وجاء المغرب في المرتبة الثالثة بـ ١.٠١٧ مليون إصابة، ولبنان في المرتبة الرابعة بـ ٧٩٤ ألف إصابة، ثم الإمارات في المرتبة الخامسة بـ ٧٩٣ ألف إصابة، وفقاً لإحصائيات جامعة جونز هوبكنز الأمريكية في شهر كانون الثاني الماضي.

أما فيما يخص عدد الوفيات، جاءت تونس في المرتبة الأولى بـ ٢٥.٧ ألف حالة وفاة ناجمة عن فيروس كورونا، بينما حلّ العراق في المرتبة الثانية، تلتها مصر في المرتبة الثالثة بـ ٢٢ ألف حالة وفاة، والمغرب في المرتبة الرابعة بـ ١٤.٩ ألف حالة وفاة، ثم الأردن في المرتبة الخامسة بـ ١٢.٩ ألف حالة وفاة، بحسب إحصائيات جامعة جونز هوبكنز الأمريكية^(١).

ولعل الحكومة العراقية حينما شعرت بخطورة الأوضاع الصحية حاولت استثمار الإعلام وخاصة الإلكتروني في التوعية الصحية لذلك باتت وسائل الاعلام الإلكترونية من أهم أدوات إدارة الأزمات في عالمنا المعاصر، وليس بخاف على أحد أن مسؤولية الإعلام في مواجهة الأزمات الصحية باتت تشكل أولوية متقدمة في دائرة اهتمامات الجهات والمؤسسات المعنية، خاصة في وقتنا الراهن الذي لا يقتصر فيه تأثير الأزمات على دولة أو منطقة بعينها، وإنما يشمل العالم أجمع كما هو الحال في فيروس كورونا المتجدد الذي لم تعد دولة في العالم بمأمن منه.

فالتوعية الصحية تشكل حاجزا قوياً ومتيناً لدى الناس، من خلال التعرف على العديد من الأمراض، وطرق الوقاية منها، وهذا بدوره يؤدي إلى مساعدتهم في التصدي إلى الأمراض المختلفة التي قد يصابون بها، والذي يعود عليهم بالتمتع بالصحة الجيدة عقلياً وجسمياً.

وحتى الدول المتقدمة أدركت أهمية ثقافته الصحية لشعوبها فقامت بإعداد العديد من البرامج للتربية الصحية بهدف نشر ثقافته الصحية عبر وسائل الاعلام المختلفة لمحو الامية الصحية بين الجمهور والاستفادة منها بهدف زيادة الوعي لدى عامة الناس^(٢).

لقد فرضت وسائل الإعلام الإلكترونية واقعاً تفاعلياً جديداً للوضع الراهن لوسائل الاعلام ، والذي القى بظلاله على استخدامات الجمهور واعتمادهم عليها خاصة في أوقات الأزمات والأحداث المهمة.

وبرزت الى الساحة الاعلامية أبرز وسائل الاعلام الإلكترونية وهي شبكات التواصل الاجتماعي والتي أصبحت أحد العلامات البارزة في عصرنا الحديث وأحد أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام وهي بمثابة ثورة شعبية ضد وسائل التواصل التقليدية، حيث بدت آثار ممارسات هذه الشبكات تتبدى على قواعد حرية النشر والتعبير، وعلى الفكر الديمقراطي وحقوق الانسان وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة

(١) العراق الأكثر تضرراً.. إليكم ترتيب الدول العربية بحسب إصابات ووفيات فيروس كورونا متاح على الانترنت <https://arabic.cnn.com/health/article/2022/01/13/ovid-cases-deaths-arab-countries-covid-jan-2022> تاريخ البحث ٢٠٢٢-٢-٢٢م.

(٢) حمزة السيد حمزة خليل، "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الفعلي لأزمة جائحة فيروس كورونا"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، مجلد ٢٠، العدد ٢، ٢٠٢١م، ص ١٤٩.

استخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية يرى البعض أنها سوف تؤدي الى بزوغ فكر كوكبي يعمل على تغيير العالم^(١).

وقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت وسيلة الاتصال المؤثرة في الأحداث اليومية في ظهور منحى جديد لمفهوم المسؤولية المجتمعية من خلال التأثير في الأحداث وتوجيهها خاصة لدى الشباب الذي يمثل الشريحة الأكبر في المجتمعات العربية، بحيث اتاحت الفرصة للشباب، لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم الثقافية والاجتماعية والسياسية وما يرغبون في نقله، متجاوزين في ذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة لا رقيب لها، وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر تفاعلية والأكثر قرباً من المستخدم فأصبح التعليق على المادة المكتوبة وإبداء الرأي، وكذا الإضافة إلى محتوى الصفحة وأيضاً التغيير في محتواها ممكناً، بل وتعدى الأمر ذلك بأن أصبحت وسيلة من وسائل الضغط في المجتمع التي تشكل الكثير من الأجندات السياسية والإعلامية والثقافية^(٢).

ويستخدم الجمهور وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات الحديثة بشأن القضايا الصحية أولاً بأول، وبالرغم من كثرة المعلومات اليومية حول تفشي الفيروس، فإن الأسئلة الأساسية تتمحور حول انتشار الفيروس، ومناعة ما بعد التعافي، والمصل أو العلاج الدوائي. ولذلك لجأ معظم المواطنين إلى وسائل التواصل الاجتماعي لتوضيح وتفسير الإنتاج الزائد من المعلومات حول فيروس كورونا؛ حيث يمكنهم الحصول على الكثير من المناقشات المتعلقة بالجائحة حول الاقتصاد، وإغلاق المدارس، ونقص الإمدادات الطبية، وتقديم الرعاية الصحية، والتباعد الاجتماعي، وغيرها.

ومن هذا المنطلق جاءت هذا البحث ليكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجمهور، حيث تساهم تكنولوجيات المعلومات الجديدة في إعادة تشكيل عميق للثقافة السياسية، كما يعتمد المجتمع المدني في القرن الواحد والعشرين على الإنترنت ووسائل الاتصالات الأخرى في بنيته التحتية، وفي الحصول على ملاذ رقمي يمكن فيه إدارة النقاشات، مما يجعل المواطنين يتأقلمون مع التفكير والعمل الديمقراطي الحر وتشكيل الوعي وخاصة الصحي.

البحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

أعلنت منظمة الصحة العالمية في شهر شباط من العام ٢٠٢٢م، تسجيل نصف مليون حالة وفاة بكوفيد-١ منذ اكتشاف المتحور أوميكرون من فيروس كورونا، ووصفت هذه الحصيلة بأنها "أكثر من مأساوية". وإنه تم تسجيل ١٣٠ مليون إصابة و ٥٠٠ ألف وفاة في العالم منذ إعلان أوميكرون متحوراً مثيراً للقلق أواخر نوفمبر /تشرين الثاني من العام ٢٠٢١م.

(١) اسماعيل محمود علي، الاعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، (الاسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، ٢٠١٥م) ص ٥٦.

(٢) محمد عبد حسين الطائي، المسؤولية الاجتماعية للشركات واخلاقيات الاعمال، (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م) ص ٤٩.

ومنذ ذلك الحين تجاوز أوميكرون المتحور دلتا بسرعة ليصبح الطاغى فى العالم كونه أسرع انتشاراً، مع أنه بدأ أن أعراضه المرضية أقل حدة.

كما لاحظ الباحث الكثير من الناس يتداولون المعلومات الصحية التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي ويتبادلونها ويرددوها فيما بينهم . لهذا رأى الباحث دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتعزيز الوعي لدى الجمهور العراقي لمواجهة متحور أوميكرون ومن ثم تتبلور مشكلة البحث في التساؤل الرئيسى التالى:

ما دور شبكات التواصل الاجتماعي فى زيادة وعي الجمهور العراقي لمواجهة متحور أوميكرون؟

ثانيا : تساؤلات البحث:

- ١- ما مدى إستخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ٢- أى من شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر اعتماداً من قبل الجمهور العراقي للتعرف على أخبار متحور أوميكرون؟
- ٣- كيف ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي فى خلق وتنمية الوعي الصحي لمتحور أوميكرون لدى الجمهور العراقي؟
- ٤- كيف كان تجاوب الجمهور العراقي مع المحتوى الصحي للحملات التوعوية الخاصة بمتحور أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ٥- ما طرق تقديم المواضيع الصحية المفضلة لدى الجمهور العراقي الخاصة بمتحور أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ٦- ما رأي الجمهور بشأن طرق تناول والمعالجة للمواضيع الصحية الخاصة بمتحور أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ٧- ما رؤية الجمهور حول المستوى التوعوي المطلوب لشبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بمتحور أوميكرون ؟
- ٨- ما دوافع الجمهور فى العراق نحو متابعة أزمة متحور أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- ٩- كيف تناولت شبكات التواصل الاجتماعي متحور أوميكرون من وجهة نظر الجمهور العراقي؟
- ١٠- ما التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة من متابعة الجمهور العراقي لأزمة بمتحور أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟

رابعاً: أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث فى ارتباطها بأهم قضية محورية تشغل فكر المجتمع العراقي وهي قضية الثقافة الصحية التي تعمل على إيجاد وتوفير الوقاية اللازمة لعدم إنتشار الأمراض والإصابة بها ومنها إنتشار متحور أوميكرون ومن أهمية دور شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد الأكثر سهولة وتداولاً بين الجمهور لإستقاء المعلومات.

خامساً: أهداف البحث :

يهدف البحث التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الجمهور العراقي لمواجهة فيروس كورونا.. وينبثق من هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:

- ١- التعرف على مدى مشاركة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور العراقي لمواجهة متحور أوميكرون.
- ٢- تحديد مدى الاستفادة الصحية لدى الجمهور من المضامين المقدمة في شبكات التواصل الاجتماعي بخصوص متحور أوميكرون.
- ٣- التعرف على طرق تقديم المواضيع الصحية المفضلة لدى الجمهور الخاصة بمتحور أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- ٤- التعرف على طريقة المعالجة الأكثر تأثيراً على الجمهور العراقي في تناول الموضوعات الصحية المتعلقة بمتحور أوميكرون.
- ٥- التعرف على دوافع اعتماد الجمهور العراقي على شبكات التواصل الاجتماعي للمعرفة بمتحور أوميكرون.
- ٦- التعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور العراقي نتيجة تتبعهم لأخبار متحور أوميكرون.

سادساً: حدود البحث:

- ١- الحدود الموضوعية : تتمثل في دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الجمهور العراقي لمواجهة الأزمات الصحية.
- ٢- الحدود الزمنية: اقتصر الباحث على الفترة الزمنية التي بدأت من ٢٠٢١/١١/١م إلى ٢٠٢١/١١/٣٠م وذلك في اشد الاوقات انتشاراً لمتحور أوميكرون.
- ٣- الحدود البشرية: اقتصر الباحث على عينة من الجمهور العراقي من ٢٠-٦٠ عاماً ممثلة للمجتمع ككل.
- ٤- الحدود المكانية: طبق الباحث الاستمارة الإلكترونية على الجمهور العراقي لوجود انماط كثيرة من فئات المجتمع العراقي من "الذكور و الإناث" و "الحضر والريف" وعلى اختلاف المؤهلات العلمية والعمرية في حدود (١٣٣) مفردة.

سابعاً: نوع ومنهج البحث:-

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية، التي تستهدف رصد واقع الظاهرة أو مجموعه الظواهر أو القضايا والأحداث المختلفة من جميع جوانبها، بهدف تحليلها وتفسيرها في محاولة للاستشراف أو التنبؤ بما سيكون عليه وضعها مستقبلاً، وهذا البحث من البحوث الوصفية حيث تستهدف توصيف وتحليل- الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور العراقي لمواجهة الأزمات الصحية(متحور كوفيد-١٩ أوميكرون).

يعتمد هذا البحث على منهج المسح Survey باعتباره انسب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة وتوضيحها وتفسيرها وشرح العلاقات الارتباطية بين متغيراتها، ويستخدم البحث منهج المسح بالعينة من الجمهور العراقي لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لهم لمواجهة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون.

ثامناً: عينة ومجتمع البحث:-

تم الاعتماد على العينة المتاحة نظراً لصعوبة الاوضاع في العراق ونقص الموارد المالية، وتم الاعتماد على توزيع الاستمارة الكترونياً عبر رفعها على google drive وإرسالها لصفحات الفيس بوك الخاصة وعبر تطبيق واتساب والماسينجر من اساتذة الاكاديميين في الجامعات العراقية والمضامين لدى صفحات تواصل الباحث. ووصل عدد من استجابوا للبحث من المبحوثين هو ٣٤٤ مبحوث ، ويوضح الجدول التالي السمات العامة لعينة البحث على النحو التالي:، وذلك بعد عرضها على مجموعة من المحكمين(*) لإقرار صلاحيتها للتطبيق.

تم سحب العينة بأسلوب العينة المتاحة والتي بلغ قوامها (١٣٣) مفردة من الجمهور العراقي المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي من الجنسين ومختلف المستويات التعليمية والمراحل العمرية وأماكن الإقامة، وذلك إجمالي الاستجابات للاستمارات الإلكترونية الصالحة للمعالجة وتحليل البيانات من إجمالي الجمهور الذي بلغ (١٧٨).

تاسعاً: أدوات البحث

استخدم الباحث استمارة استمارة اليكترونية وذلك لعمل دراسة ميدانية على عينة عشوائية منتظمة تمثل الجمهور العراقي المتابع لشبكات التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء الجمهورية من ٢٠-٦٠ سنة.

عاشراً : الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

بعد الانتهاء من جمع بيانات البحث الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS "Statistical Package for the Social Science"، وتم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات البحث:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
٣. اختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio) .

* تم عرض الاستبيان على الأساتذة الآتي أسماءهم:

- أ.د. وسام فاضل راضي - الأستاذ بكلية الإعلام في جامعة بغداد.
- أ.د. مؤيد خلف حسين الدليمي - رئيس قسم الإعلام في كلية الآداب جامعة الانبار.
- أ.د. عادل الغريري - الأستاذ بكلية الإعلام في جامعة بغداد .
- أ.م.د. محمد جاسم فلحي - الأستاذ بكلية الإعلام في جامعة بغداد.
- أ.م.د. غالب الدعيمي - رئيس قسم الإعلام بجامعة أهل البيت ب كربلاء.
- أ.م.د. صفد حسام الساموك - الأستاذ بكلية الإعلام في جامعة بغداد .

٤. تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف - اختصارًا - باسم (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

٥. الاختبارات البعدية (PostHoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) و المعروف - اختصارًا - باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائية بينها.

إحدى عشر: دراسات سابقة:

تعد الدراسات السابقة أحد السبل الأساسية لتحديد المشكلة البحثية لذلك تسعى الباحثة إلى استعراض أهم الدراسات السابقة التي ترتبط بالمشكلة البحثية، ولذلك تم تناول الدراسات السابقة من (الأحدث إلى الأقدم) كالتالي:

١- دراسة (عبدالرحمن شوقي محمد يونس)^(١):

أستهدف البحث التعرف على الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك) كوسيلة بديلة للصحافة المدرسية، يستخدمها أخصائي الإعلام التربوي أثناء الأزمات والكوارث؛ لإخبار المعلمين والطلاب بأهم التعليمات التي تسعى إدارة المدرسة أو الموجهين لإيصالها إليهم، كما سعى لمعرفة الدور الذي يمكن أن تؤديه كوسائل مرشدة للطلاب؛ للبحث على المواقع التي تفيدهم في العملية التعليمية أثناء بداية جائحة كورونا، وكيفية تطورها، من خلال بحث تحليلي على عينة من صفحات بعض المدارس على فيسبوك، هي مدارس: (صفية زغلول الثانوية بنات التابعة لإدارة حدائق القبة التعليمية – مدرسة السلام الإعدادية بنين التابعة لإدارة الوايلي التعليمية – مدرسة القبة الفداوية الابتدائية التابعة لإدارة الوايلي التعليمية)، من ديسمبر ٢٠١٨م حتى نوفمبر ٢٠٢١م، واستخدم الباحث استمارة تحليل مضمون للصفحات المدرسية عينة البحث، وقد توصل البحث إلى عدد من النتائج جاءت ملائمة لموضوعه، وأكدت أن العلاقة بين صفحات المدارس على فيسبوك والصحافة المدرسية علاقة تكاملية، لا يمكن أن تلغي إحداها الأخرى على الإطلاق؛ بل يعملان جنباً إلى جنب خلال أوقات الأزمات والكوارث- لا قدر الله- ولتحقيق فكرة الأنية والحالية، ثم جاءت أهم توصيات البحث بضرورة إجراء بعض الأبحاث المرتبطة.

٢- دراسة (ناصر نافع البراق) (٢٠٢١م)^(٢):

وتناول البحث مدى اعتماد الجمهور السعودي على حسابات المؤسسات الإسلامية بوسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات بشأن جائحة كورونا، وتهدف الدراسة الى التعرف على مستوى هذا الاعتماد ، ودوافعه ودرجة الثقة بهذه الحسابات ، بالإضافة الى التحقق من التأثيرات المعرفية ، والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

(١) عبدالرحمن شوقي محمد يونس، بعنوان "استخدام أخصائي الإعلام التربوي لصفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) كبديل لصفح الحائط أثناء جائحة كورونا"، مجلة البحوث الإعلامية، مصر، جامعة الأزهر، المجلد ٦٠، العدد ٢، يناير ٢٠٢٢م، الصفحة ١٠٢٣-١٠٥٩.

(٢) ناصر نافع البراق، اعتماد الجمهور السعودي على حسابات المؤسسات الإسلامية بوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول جائحة كورونا .. دراسة ميدانية، بحث منشور بمجلة البحوث والدراسات الإعلامية، (مصر- المنيا)، المجلد ١٦، العدد ١٦، الربيع ٢٠٢١م، الصفحة ٨٩-١.

وترجع أهمية هذه الدراسة الى تناولها للخطاب الديني تحديدا ودوره في تهدئة الراي العام وتوعيته في اوقات الازمات ومحاولة رسم الحدود وملاحم هذا الدور خاصة ان هناك ندره في مثل هذه النوعية من الدراسات في المجتمع السعودي. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي واداة الاستبانة للكشف عن مدى اعتماد المستخدمين.

٣- دراسة (مصطفى شكري محمد علوان)(٢٠٢١م)^(١):

أستهدف البحث تقييم الدور الإعلامي للمؤسسات الدينية الرسمية في مصر حيال تناول جائحة كورونا، من خلال استخدام وتوظيف المنصات الرقمية التابعة لتلك المؤسسات، وذلك في إطار مفهوم التكامل بين المنصات الإعلامية، ومدى اهتمام المؤسسات الدينية بتناول تطورات الجائحة، وتوصل البحث لمجموعة من النتائج من أهمها: توظيف المؤسسات الدينية الرسمية لمنصاتها الرقمية المتعددة والمتنوعة - بشكل فعّال- بهدف تعزيز حضور الخطاب الديني ضمن أطر مواجهة الجائحة، والتأكيد على التكيف مع الإجراءات التي اتخذتها الدولة المصرية، والمساهمة في عملية رفع الوعي المجتمعي لمواجهة كورونا.

٤- دراسة (محمد محمود العزاوي وبشرى جميل الراوي)(٢٠٢١م)^(٢):

هدفت هذه الدراسة إلى تبين دلالة البناء السردى في الاعلان التلفزيوني وما يحمله من دلالات، واختار الباحثان الإعلان السنوي لشركة زين للاتصالات لعام ٢٠٢٠م، الذي سلط الضوء على أزمة جائحة كورونا العالمية، ونالت الفكرة استحساناً واسعاً، كونه ركز على المعاناة التي يشهدها العالم، ولا سيما العاملين في المجال الطبي والأمني، وتأثر العلاقات الأسرية. فضلاً عن التفاعل العالمي الإيجابي مع الرسالة التي طرحتها الشركة في هذه الظروف الاستثنائية، فقد تخطى الإعلان الذي يستغرق ٢.٣٥ دقيقة الـ ١٣ مليون مشاهدة في مدة قصيرة. مما دفعنا الى اختيار هذا الإعلان للوقوف على أهمية وحقيقة الدور المناط بإعلانات المسؤولية الاجتماعية للشركات الخدمية في مواجهة الاوبئة والأمراض والتوعية بها.

اثني عشر: التعريفات الاجرائية لمصطلحات البحث:

متحور كوفيد-١٩ أوميكرون: وهو المتحور الذي يحتوي على عدة طفرات قد تؤثر على سلوك الفيروس، ثمة أدلة متسقة بأن متحور أوميكرون ينتشر بسرعة أكبر كثيراً من سرعة انتشار متحور دلتا في البلدان التي يوجد فيها انتقال عدوى مجتمعي موثق، إذ يتضاعف عدد الإصابات بعد مرور فترة ما بين ٢ إلى ٣ أيام. وبظل الخطر العام المرتبط بهذا المتحور الجديد عالياً جداً.

الوعي الصحي: يعرف الوعي الصحي على أنه تنمية معرفة وثقافة الأفراد الصحية، بكيفية تبني نمط حياة وممارسات صحية وقائية وعلاجية صحيحة، والتعامل مع الأمراض والإصابات المختلفة، وتجنب الإصابة بالأمراض الخطيرة.

(١) مصطفى شكري محمد علوان، توظيف المؤسسات الدينية المصرية لمنصاتها الرقمية في تناول جائحة كورونا- دراسة تحليلية في إطار مفهوم تعدد المنصات، مجلة البحوث الإعلامية، مصر، جامعة الأزهر المجلد ٥٩، العدد ٤، أكتوبر ٢٠٢١م، الصفحة ١٧٨٥-١٨٥٢.

(٢) محمد محمود العزاوي و بشرى جميل الراوي ، سيميولوجيا البناء السردى في الاعلان التلفزيوني لإعلان "الن ينسانا الله" حول جائحة كوفيد ١٩ - لشركة زين للاتصالات" بحث منشور بمجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام - جامعة بغداد، مجلد ١٣ عدد ٥٢ (٢٠٢١م) .

المبحث الثاني: نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

إن الفكرة الجوهرية للنظرية تقوم على أساس أن المتغير الأساسي لفهم كيف، ومتى، ولماذا تؤثر الوسائل الإعلامية في معتقدات الجمهور وأحاسيسهم أو سلوكهم هو درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، والاعتماد وفقاً لهذا الإطار يُعرف كعلاقة يستطيع من خلالها الأفراد انجاز أهدافهم بناءً على مصادر معلومات النظام الإعلامي⁽¹⁾.

وتعتمد هذا البحث على نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، حيث تعد هذه النظرية جزءاً من مدخل الإعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، وتفترض النظرية أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، وأن هناك حالات يتزايد فيها اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لتلبية أهدافهم المعرفية وهي الحالة التي ترتفع فيها درجات الصراع داخل المجتمع وأخارجه .

ويرصد النموذج ثلاث أنواع من التغيرات المتعلقة بالتأثيرات المعتمد على وسائل الإعلام وتتمثل في: مجموعة التأثيرات المعرفية Cognitive، وتتحدد في بناء الاتجاهات وإزالة الغموض عن القضايا المختلفة، ومجموعة التأثيرات الوجدانية Effective ومجموعة التأثيرات السلوكية Behavioral وتتحدد في تقليل حالة الإغتراب، ويؤكد المدخل على أنه كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما زاد استخدامه لها كلما زادت أهميتها بالنسبة له وتأثيرها عليه⁽²⁾.

يقوم مدخل الإعتماد على عدة إفتراضات رئيسية منها: أن درجة إستقرار المجتمع تؤثر على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، كما يفترض المدخل أن طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور تؤثر على إختلاف درجة الإعتماد على وسائل الإعلام⁽³⁾.

وتعد نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام إطاراً نظرياً ملائماً لهذا البحث للأسباب الآتية:

- تحاول هذه النظرية اختبار دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور العراقي بمتحور أو ميكرون ، وذلك للتعرف على متى؟ ولماذا وإلى أي حد يعتمدون عليها؟ وما أهداف هذا الاعتماد؟ وما التأثيرات الناتجة عنه؟، ولهذا تعد هذه النظرية مناسبة لأنها تتضمن توصيفاً دقيقاً لدوافع الإعتماد وتأثيراته المختلفة.
- أصبحت دراسة تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على المعارف والتوعية والاتجاهات والسلوكيات لأفراد الجمهور الأساس الأكثر استخداماً والأكثر تركيزاً عليه في أبحاث الاتصال الجماهيري، والكثير من هذه الأبحاث تعترف بتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام.

(¹) Pablo Halpern,; Media Dependency and Political Perception in an Authoritarian Political System, Journal of Communication, Vol. 14, No 1994. 3, P. 60.

(²) Stanley J. Baran & Dennis , K. Dawis. Mass Communication theory. (USA : McGraw, 2002 . P. 324.

(³) James, Watson. Media Communication: An Introduction to Theory and Process, 3th Edition. (USA: Palgrave Macmillan, 2008) Pp. 77-80.

- تمثل قضية مواجهة الأزمات الصحية من القضايا المهمة التي لا بد وأن تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي، ولذا تحاول النظرية معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمتحور أوميكرون.

توظيف شبكات التواصل الاجتماعي بالوعي الصحي

باتت المنظمات الصحية المعاصرة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها التوعوية الحديثة حيال قضايا الصحة العامة والتثقيف، فقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور، ما يعزز الفعل التوعوي ويعزز دمج عناصر الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في الاستراتيجية العامة للتوعية، وتعزيز دافعية سريان المعلومات في اتجاهين أو الاتصال متعدد الاتجاهات بين المؤسسات الصحية والجمهور، وهذا يتطلب الاعتراف بقوة شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها الكبير في برامج التوعية الصحية والوصول إلى شرائح واسعة من جهة، والكلفة الكبيرة للرعاية الصحية التي تستدعي تفعيل الطب الوقائي عبر استخدام الحملات التوعوية لشبكات التواصل الاجتماعي لآقل كلفة وأكثر فاعلية^(١).

لذا أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي طريقة سهلة وفعالة للمؤسسات الصحية من حيث كلفة توصيل المعلومات الصحية مقارنة بفاعليتها وانتشارها، ما يعزز الخدمات الوقائية للمؤسسات الصحية وبناء مجتمعاتها الصحية، كما بدأت شركات التأمين تقديم النصائح الصحية وإرسال رسائل التسويق عبر شبكات التواصل في محاولة للتفاعل مع العملاء وتحسن صورة صناعة التأمين الصحي.

المبحث الثالث: إعتدال الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتعزيز الوعي لديهم

أصبحت دراسة تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على المعارف والتوعية والاتجاهات والسلوكيات لأفراد الجمهور الأساس الأكثر استخداماً والأكثر تركيزاً عليه في أبحاث الاتصال الجماهيري، والكثير من هذه الأبحاث تعترف بتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام، ويهدف البحث التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتعزيز الوعي لدى الجمهور العراقي لمواجهة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون والدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور العراقي لمواجهة الأزمات الصحية (متحور كوفيد-١٩ أوميكرون).

(١) خالد فيصل الفرم، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال - العددان ١٤ - ١٥ - يوليو / ديسمبر - ٢٠١٦م، ص ١٧١.

١- خصائص عينة الدراسة للمبحوثين من الجمهور العراقي.
جدول (١) يوضح الخصائص الديموغرافية للمبحوثين من الجمهور العراقي.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
ذكر	٧١	٥٣.٤	الأولى
انثى	٦٢	٤٦.٦	الثانية
الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
متزوج	٩١	٦٨.٤	الأولى
أعزب	٣٦	٢٧.١	الثانية
مطلق	٥	٣.٨	الثالثة
أرمل	١	٠.٨	الرابعة
المرحلة العمرية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
من ٣٥ : أقل من ٥٠	٧٢	٥٤.١	الأولى
من ٢٠ : أقل من ٣٥ سنة	٥١	٣٨.٣	الثانية
من ٥٠ سنة- فأكثر	١٠	٧.٥	الثالثة
الاقامة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
ريف	٧٥	٥٦.٤	الأولى
حضر	٥٨	٤٣.٦	الثانية
المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
بكالوريوس	٦٢	٤٦.٦	الأولى
دراسات عليا	٦١	٤٥.٩	الثانية
دبلوم وثانوية	١٠	٧.٥	الثالثة

يبين الجدول السابق الخصائص الديموغرافية للمبحوثين من حيث (النوع – الحالة الاجتماعية – المراحل العمرية – والاقامة – المؤهل العلمي، حيث جاءت عينة البحث مقسمة طبقاً للحالة الاجتماعية الى أعزب بنسبة 27.1%، متزوج بنسبة 68.4%، ومطلق بنسبة 3.8%، وأرمل بنسبة 0.8%، وجاءت عينة البحث مقسمة طبقاً للمرحلة العمرية من ٢٠ سنة إلى أقل من ٣٥ سنة بنسبة 38.8%، ومن ٣٥ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة بنسبة 54.1%، و من ٥٠ سنة - فأكثر بنسبة 7.5%، كما جاءت عينة البحث مقسمة من حيث الإقامة الى ريف بنسبة 56.4% ، وحضر بنسبة 43.6% ، وجاءت عينة البحث مقسمة طبقاً للمؤهل العلمي لدراسات عليا بنسبة ٤٥.٩%، وبكالوريوس بنسبة ٤٦.٦%، ومتوسط بنسبة ٧.٥%.

٢- مدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي .
جدول (٢) يوضح مدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي

العبارات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
دائماً	٩٣	٦٩.٩	الأولى
أحياناً	٣٣	٢٤.٨	الثانية
نادراً	٧	٥.٣	الثالثة
الإجمالي	١٣٣	١٠٠%	

جاء استخدام عينة البحث لشبكات التواصل الاجتماعي دائماً في المرتبة الأولى بنسبة ٦٩.٩%، بينما جاء أحياناً في المرتبة الثانية بنسبة ٢٤.٨%، ثم نجد ٥.٣% نادراً ما يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، ومن هنا نلاحظ ان غالبية الجمهور العراقي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي .

٣- شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين لمتابعة أخبار متحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون.

جدول (٣) يوضح شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين للتعرف على أخبار متحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون.

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط	لاأستخدمها		أحياناً		دائماً		شبكات التواصل الاجتماعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	.736	.42	6	8	12	16	80	109	الفيس بوك
٢	.731	.36	11.3	15	68.4	91	20.3	27	مشاركة الفيديو (يوتيوب)
٣	.698	.35	38.3	51	42.1	56	19.5	26	المواقع الإخبارية
٤	.681	.24	7.5	10	70.7	94	21.8	29	الموقع الرسمي لوزارة الصحة على شبكة الإنترنت
٥	.602	.23	15	20	53.4	71	31.6	42	المواقع الالكترونية للصحف والقنوات العربية
٦	.584	.22	9	12	50.4	67	40.6	54	المواقع الالكترونية للصحف والقنوات الأجنبية
٧	.575	.16	20.3	27	70.7	94	9	12	تويتر
٨	.573	.11	27.8	37	65.4	87	6.8	9	المنتديات
٩	.554	.10	25.6	34	66.2	88	8.3	11	المدونات

جاءت شبكات التواصل الاجتماعي التي تفضل عينة البحث الاعتماد عليها للتعرف على أخبار متحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون في المرتبة الأولى (الفيس بوك) بمتوسط قدره 42. ، حيث أشار البحث إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي العمود الفقري للبرامج التوعوية الصحية الحديثة، كما أشار إلى أنه يفترض من المنظمات الصحية أن يكون لديها هدف استراتيجي، من خلال مشاركة الجمهور المستهدف من خلال التفاعل عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ليكون ذلك جزءاً من خطة متكاملة للاتصالات الاستراتيجية، وفي المرتبة الثانية مشاركة الفيديو (يوتيوب) بمتوسط قدره 36.، وفي المرتبة الثالثة المواقع الإخبارية بمتوسط قدره 36.، وفي المرتبة الرابعة الموقع الرسمي لوزارة الصحة على شبكة الإنترنت بمتوسط قدره 24.، وفي المرتبة الخامسة (المواقع الالكترونية للصحف والقنوات العربية) بمتوسط قدره 23.، وفي المرتبة السادسة (المواقع

الايكترونية للصحف والقنوات الأجنبية) بمتوسط قدره 22، وفي المرتبة السابعة تويتر بمتوسط قدره 16، وفي المرتبة الثامنة المنتديات بمتوسط قدره 11، وفي المرتبة التاسعة المدونات بمتوسط قدره 10.

وهذا يعكس النسب المرتفعة لمستخدمي الفيس بوك عنه ببقية شبكات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور العراقي، مما قد يوضح درجة وسهولة استخدامه وبساطة التفاعل عبره وعدم وجود قيود تفاعلية لدى المستخدمين مما يزيد من تفضيله والإقبال عليه إذ أنه يجمع خصائص مختلف المواقع كاليوتيوب في الفيديو والصور في انستجرام وغيرها.

٤- مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في خلق وتعزيز الوعي الصحي بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون.

جدول (٤) يوضح كيف ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في خلق وتعزيز الوعي الصحي بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون لدى المبحوثين.

النتيجة	المتوسط	الانحراف المعياري	موافق		العبارات
			%	ك	
١	.29	.442	٣٢.٣	٥٤	تعلم أساليب الوقاية ووسائل الحد من العدوى وانتشار الفايروس
٢	.26	.431	٢٥.٧	٤٣	زيادة الوعي الصحية عن متحور كوفيد-١٩ أوميكرون
٣	.21	.413	٢٢.٨	٣٨	التعرف على اساليب التعامل مع الفيروس في مرحلة الأولية
٤	.18	.401	١٢.٦	٢١	ساهمت في تعزيز طرق الشفاء والعودة للحياة الطبيعية
٥	.13	.342	6.6	11	ساهمت في تغيير طريقة التفكير واسلوب الحياة بما يتناسب والحالة الوبائية

جاءت مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في خلق وتعزيز الوعي الصحي بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون لدى عينة البحث بالمرتبة الأولى (تعلم أساليب الوقاية ووسائل الحد من العدوى وانتشار الفايروس) بمتوسط قدره 29، مما يعطي دلالة عن مدى تنامي الوعي بين الجمهور في تثقيف أنفسهم صحياً وترسيخ الوعي بالأمر الصحية، وفي المرتبة الثانية (زيادة الوعي الصحية عن متحور كوفيد-١٩ أوميكرون) بمتوسط قدره 26، وفي المرتبة الثالثة (التعرف على اساليب التعامل مع الفيروس في مرحلة الأولية) بمتوسط قدره 18، وفي المرتبة الرابعة (ساهمت في تعزيز طرق الشفاء والعودة للحياة الطبيعية) بمتوسط قدره 18، وفي المرتبة الخامسة (ساهمت في تغيير طريقة التفكير واسلوب الحياة بما يتناسب والحالة الوبائية) بمتوسط قدره 13.

٥- تجاوب عينة البحث مع المحتوى الصحي الافتراضي للحملات التوعوية الخاصة بمتحور كوفيد-١٩ أو ميكرون عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (٥) يوضح تجاوب المبحوثين مع المحتوى الصحي الافتراضي للحملات التوعوية الخاصة بمتحور كوفيد-١٩ أو ميكرون عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي.

النتيجة	المتوسط	الانحراف المعياري	موافق		العبارات
			ك	%	
١	.71	.497	٧١	٢٠.٩	مشاركة الخطط الاحترازية والتبليغات الحكومية مع الافراد الاخرين على شبكات التواصل الاجتماعي
٢	.63	.484	٦٢	١٨.٢	تعليقات ونقاشات على صفحتي والصفحات الأخرى
٣	.51	.477	٥٥	١٦.٢	أبداء الرأي والمشاركة والمساهمات على شبكات التواصل
٤	.48	.465	٥٢	١٥.٣	عدم الاهتمام أو مشاركة المضامين عن الفايروس
٥	.26	.455	٣٨	١١.٢	الاطلاع لمعرفة أي جديد عن متحور كوفيد-١٩ أو ميكرون
٦	.20	.398	٣١	٩.١	استفيد من محتواها ولا أشارك بها
٧	.16	.354	٢٠	٥.٩	توزيع روابط الصفحات المعنية بالفيروس في المجموعات التي اشترك بها
٨	.11	.334	١١	٣.٢	تجاوبت في البداية وانصرفت فيما بعد لعدم وجود جديد بها

جاء تجاوب عينة البحث مع المحتوى الصحي الافتراضي للحملات التوعوية الخاصة بمتحور كوفيد-١٩ أو ميكرون عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (مشاركة الخطط الاحترازية والتبليغات الحكومية مع الافراد الاخرين على شبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط قدره .71، وفي المرتبة الثانية (تعليقات ونقاشات على صفحتي والصفحات الأخرى) بمتوسط قدره .63، وفي المرتبة الثالثة (أبداء الرأي والمشاركة والمساهمات على شبكات التواصل) بمتوسط قدره .51، وفي المرتبة الرابعة (عدم الاهتمام أو مشاركة المضامين عن الفايروس) بمتوسط قدره .48، وفي المرتبة الخامسة (الاطلاع لمعرفة أي جديد عن متحور كوفيد-١٩ أو ميكرون) بمتوسط قدره .26، وفي المرتبة السادسة (استفيد من محتواها ولا أشارك بها) بمتوسط قدره .20، وفي المرتبة السابعة (توزيع روابط الصفحات المعنية بالفيروس في المجموعات التي اشترك بها) بمتوسط قدره .16، وفي المرتبة الثامنة (تجاوبت في البداية وانصرفت فيما بعد لعدم وجود جديد بها) بمتوسط قدره .11.

٦- طريقة المبحوثين المفضلة في تقديم المواضيع الصحية الخاصة بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول (٦) يوضح الطريقة المفضلة لدى المبحوثين في تقديم ومعالجة المواضيع الصحية الخاصة بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

النتيجة	المتوسط	الانحراف المعياري	موافق		العبارات
			%	ك	
١	.68	.452	٢٦.٣	٧٩	لقاءات حوارية توعوية وقائية بكل جديد ومفيد
٢	.60	.489	١٩.٣	٥٨	افلام قصيرة تثقيفية موثقة بالرأي العلمي الطبي
٣	.59	.491	١٨.٠	٥٤	تقارير علمية موثقة بالاحصائيات ونتائج البحوث الطبية
٤	.58	.492	١٧.٧	٥٣	باسلوب الانيميشن إرشادية مبسطة لا تحوى تعقيد
٥	.43	.467	٩.٣	٢٨	فيديوهات تحفيزية بعرض النماذج الإيجابية لرفع الروح المعنوية
٦	.28	.457	٣.٧	١١	أخبار قصيرة نصية أو فيديو
٧	.20	.436	٣.٠	٩	افلام تحذيرية لتفعيل الدوافع لتوخي الأضرار
٨	.16	.345	٢.٠	٦	رسوم متحركة فيديو مدعمة بالشروح والرسوم المعلوماتية (الإنفوجرافيك)
٩	.10	.423	٠.٧	2	باسلوب الحديث المباشر من الأطباء المتخصصين عبر منصات شبكات التواصل المختلفة

اختارت عينة البحث أفضل طريقة لتقديم المواضيع الصحية الخاصة بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (لقاءات حوارية توعوية وقائية بكل جديد ومفيد) بمتوسط قدره ٠.68، وفي المرتبة الثانية (افلام قصيرة تثقيفية موثقة بالرأي العلمي الطبي) بمتوسط قدره ٠.60، وفي المرتبة الثالثة (تقارير علمية موثقة بالاحصائيات ونتائج البحوث الطبية) بمتوسط قدره ٠.59، وفي المرتبة الرابعة (باسلوب الانيميشن إرشادية مبسطة لا تحوى تعقيد) بمتوسط قدره ٠.58، وفي المرتبة الخامسة (فيديوهات تحفيزية بعرض النماذج الإيجابية لرفع الروح المعنوية) بمتوسط قدره ٠.43، وفي المرتبة السادسة (أخبار قصيرة نصية أو فيديو) بمتوسط قدره ٠.38،

٧- طريقة التناول والمعالجة للمواضيع الصحية الخاصة بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول (٧) يوضح رأي المبحوثين بطريقة التناول ومعالجة المواضيع الصحية الخاصة بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

العبارة	موافق		الانحراف المعياري	المتوسط	النتيجة
	ك	%			
تثقيفية ومفيدة	٧٤	٣٠.٠	.452	.29	١
مبسطة وجذابة	٦١	٢٤.٧	.413	.21	٢
إفتعالية ومعقدة	٥٨	٢٣.٥	.346	.16	٣
متناقضة وغير مقنعة	٢٤	٩.٧	.289	.09	٤
متوازنة ومقنعة	١٩	٧.٧	.264	.08	٥
غير موثوق بها	١١	٤.٥	.243	.05	٦

بينت نتائج عينة البحث أن طريقة التناول والمعالجة للمواضيع الصحية الخاصة بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى كانت (تثقيفية ومفيدة) بمتوسط قدره 29، وفي المرتبة الثانية (مبسطة وجذابة) بمتوسط قدره 21، وفي المرتبة الثالثة (إفتعالية ومعقدة) بمتوسط قدره 16، وفي المرتبة الرابعة (متناقضة وغير مقنعة) بمتوسط قدره 09، وفي المرتبة الخامسة (متوازنة ومقنعة) بمتوسط قدره 08، وفي المرتبة السادسة (غير موثوق بها) بمتوسط قدره 05. ويتضح من ذلك درجة إقبال الجمهور المتصفح لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادها عليها لما يجده عبر المضامين المختلفة التي تبث عبره من فائدة ومضامين تثقيفية مبسطة تخاطب كافة المستويات الفكرية.

٨- تقييم المبحوثين لمستوى التوعية في شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول (٨) يوضح تقييم المبحوثين لمستوى التوعية في شبكات التواصل الاجتماعي

العبارة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
الى حد ما	٨١	٦٠.٩	الأولى
نعم	٤١	٣٠.٨	الثانية
لا	١١	٨.٣	الثالثة
الإجمالي	١٣٣	%١٠٠	

أظهرت نتائج الجدول أن عينة البحث ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي على المستوى التوعوي المطلوب بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون جاء الى حد ما بنسبة ٦٠.٩% بينما جاءت نعم بنسبة ٣٠.٨% ، ثم جاءت شبكات التواصل الاجتماعي ليست على المستوى التوعوي المطلوب بنسبة ٨.٣% .

٩- الموضوعات التي تجذب المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالمستوى التوعوي حول متحور كوفيد-١٩ أوميكرون .

جدول (٩) يوضح الموضوعات التي تجذب المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالمستوى التوعوي حول متحور كوفيد-١٩ أوميكرون.

العبارة	موافق		الانحراف المعياري	المتوسط	النتيجة
	ك	%			
مشاركة الفيديوهات بوسائل التواصل الاجتماعي لاثارة الفوضى والبلبله والشك في المعلومات	٤٢	٣٠.٤	.383	١.	١
السباق في تحقيق التريند الأعلى بهدف الدهشة والابهار والانتشار	٣٧	٢٦.٨	.287	.08	٢
ساهم المحتوى في تفاقم الشائعات مع قلة المعلومات عن متحور كوفيد-١٩ أوميكرون	٢٢	١٥.٩	.361	.07	٣
أساليب العرض للمعلومات غير جميلة إما معقدة أو سطحية أو نمطية	١٧	١٢.٣	.253	.06	٤
بعض المعلومات مغلوبة التي ينقلها غير الاعلاميين او المتخصصين	١١	٨.٠	.221	.05	٥
التباطؤ وعدم المواكبة السريعة لتطورات المرض وطرق الوقاية أو العلاج	٩	٦.٥	.162	.02	٦

اظهرت نتائج الجدول السابق ما الذي لم يعجب عينة البحث في شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالمستوى التوعوي بشأن متحور كوفيد-١٩ أوميكرون في المرتبة الأولى (مشاركت الفيديوهات بوسائل التواصل الاجتماعي لاثارة الفوضى والبلبله والشك في المعلومات) بمتوسط قدره ١.، وفي المرتبة الثانية (السباق في تحقيق التريند الأعلى بهدف الدهشة والابهار والانتشار) بمتوسط قدره ٠.08، وفي المرتبة الثالثة (ساهم المحتوى في تفاقم الشائعات مع قلة المعلومات عن متحور كوفيد-١٩ أوميكرون) بمتوسط قدره ٠.07، وفي المرتبة الرابعة (أساليب العرض للمعلومات غير جميلة إما معقدة أو سطحية أو نمطية) بمتوسط قدره ٠.06، وفي المرتبة الخامسة (بعض المعلومات مغلوبة التي ينقلها غير الاعلاميين او المتخصصين) بمتوسط قدره ٠.05، وفي المرتبة السادسة (التباطؤ وعدم المواكبة السريعة لتطورات المرض وطرق الوقاية أو العلاج) بمتوسط قدره ٠.٠٢.

١٠-دوافع متابعة المبحوثين لأزمة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (١٠) يوضح دوافع متابعة المبحوثين
لأزمة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

النتيجة	المتوسط	الانحراف المعياري	موافق		العبارات
			%	ك	
١	.34	.484	٢٤.٤	١١٥	تكسبني بمعلومات وتوعية صحية بكل جديد بشأن الوباء
٢	.26	.463	١٦.٧	٧٩	تعطني تربية وسلوك صحيين للتعامل مع الوباء
٣	.25	.421	١٣.١	٦٢	للاطلاع على البيانات اليومية لانتشار الوباء
٤	.12	.395	١٢.٣	٥٨	لمعرفة الخدمات الصحية التي تقدمها وزارة الصحة للمصابين بالفيروس
٥	.11	.372	١٠.٨	٥١	لدعم رفع معنويات المتعافين من خلال اخبار ايجابية
٦	.10	.366	٩.٣	٤٤	لمتابعة سلوكيات الغير نحو التعامل مع فيروس
٧	.8	.326	٧.٤	٣٥	لتحديد اساليب الوقاية المناسبة لحماية نفسي وأقاربي من الإصابة بالفايروس
٨	.7	.324	٥.٩	٢٨	تعزز قدراتي على النقاش مع الآخرين في قضايا التوعية

بينت دوافع عينة البحث إلى متابعة أزمة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (تكسبني بمعلومات وتوعية صحية بكل جديد بشأن الوباء) بمتوسط قدره .34، وفي المرتبة الثانية (تعطني تربية وسلوك صحيين للتعامل مع الوباء) بمتوسط قدره .26، وفي المرتبة الثالثة (للاطلاع على البيانات اليومية لانتشار الوباء) بمتوسط قدره .25، وفي المرتبة الرابعة (لمعرفة الخدمات الصحية التي تقدمها وزارة الصحة للمصابين بالفيروس) بمتوسط قدره .12، وفي المرتبة الخامسة (لدعم رفع معنويات المتعافين من خلال اخبار ايجابية) بمتوسط قدره .11، وفي المرتبة السادسة (لمتابعة سلوكيات الغير نحو التعامل مع فيروس) بمتوسط قدره .10، وفي المرتبة السابعة (لتحديد اساليب الوقاية المناسبة لحماية نفسي وأقاربي من الإصابة بالفايروس) بمتوسط قدره .8، وفي المرتبة الثامنة (تعزز قدراتي على النقاش مع الآخرين في قضايا التوعية) بمتوسط قدره .07.

١١-التأثيرات المعرفية لمتابعة المبحوثين لأزمة متحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول (١١) يوضح التأثيرات المعرفية لمتابعة المبحوثين لمتحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		التأثيرات المعرفية
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	.665	1.49	9.8	13	23.3	31	66.9	89	اخفت الغموض تجاه الأزمة، فقد أمدتني بالمعلومات اللازمة بشأن اساليب انتشار المرض وطرق الوقاية و العلاج
٢	.647	1.46	12.8	17	27.8	37	59.4	79	منحتني المعلومات بالإلمام بأسلوب حياة مختلف وقيم وعادات صحية جديدة
٣	.621	1.38	10.5	14	26.3	35	63.2	84	وسعت مدراكي بشأن كيفية التعامل مع المصابين المقربين المحيطين بي ومع نفسي عند الشعور بالأعراض .
٤	.564	1.35	11.3	15	27.8	37	60.9	81	زودت معرفتي ومعتقداتي بما يجب فعله، وما يجب الابتعاد عنه إزاء التعامل مع الفايروس

جاءت التأثيرات المعرفية الناتجة من متابعة عينة البحث لأزمة متحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى(اخفت الغموض تجاه الأزمة، فقد أمدتني بالمعلومات اللازمة بشأن اساليب انتشار المرض وطرق الوقاية و العلاج) بمتوسط قدره 1.49، وفي المرتبة الثانية(منحتني المعلومات بالإلمام بأسلوب حياة مختلف وقيم وعادات صحية جديدة) بمتوسط قدره 1.46، وفي المرتبة الثالثة (وسعت مدراكي بشأن كيفية التعامل مع المصابين المقربين المحيطين بي ومع نفسي عند الشعور بالأعراض) بمتوسط قدره 1.38، وفي المرتبة الرابعة (زودت معرفتي ومعتقداتي بما يجب فعله، وما يجب الابتعاد عنه إزاء التعامل مع الفايروس) بمتوسط قدره 1.35 .

١٢-التأثيرات الوجدانية لمتابعة المبحوثي لمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول (١٢) يوضح التأثيرات الوجدانية لمتابعة المبحوثين لمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		التأثيرات الوجدانية
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	.802	1.78	٣٨.٣	٥١	١٩.٥	٢٦	٤٢.١	٥٦	اكسبتني القدرة في السيطرة على الشعور السلبي وعدم الخوف الهيسيتيري من الإصابة بالمرض
٢	.801	1.76	١٢.٠	16	٤٩.٦	66	٣٨.٣	51	تفانم لدى الوسواس والشك في التعامل مع الحياة المحيطة بي خوفا من الإصابة بالمرض
٣	.762	1.75	12.8	17	56.4	75	30.8	41	رفعت لدى الروح المعنوية والأمن النفسى الى حد كبير وفعال
٤	.711	2.09	42.1	56	34.6	46	23.3	31	جعلتني أشعر بالخوف والقلق الناتج من أزمة كورونا وتداعياتها
٥	.689	2.15	39.1	52	43.6	58	17.3	23	أصابتي بالفتور والتبدل العاطفي إزاء كثرة الأحداث المعروضة حول الأزمة

جاءت التأثيرات الوجدانية الناتجة من متابعة عينة البحث لأزمة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (اكسبتني القدرة في السيطرة على الشعور السلبي وعدم الخوف الهيسيتيري من الإصابة بالمرض) بمتوسط قدره 1.78، وفي المرتبة الثانية (تفانم لدى الوسواس والشك في التعامل مع الحياة المحيطة بي خوفا من الإصابة بالمرض) بمتوسط قدره 1.76، وفي المرتبة الثالثة (رفعت لدى الروح المعنوية والأمن النفسى الى حد كبير وفعال) بمتوسط قدره 1.75، وفي المرتبة الرابعة (جعلتني أشعر بالخوف والقلق الناتج من أزمة كورونا وتداعياتها) بمتوسط قدره 2.09، وفي المرتبة الخامسة (أصابتي بالفتور والتبدل العاطفي إزاء كثرة الأحداث المعروضة حول الأزمة) بمتوسط قدره 2.15.

١٣- التأثيرات السلوكية لمتابعة المبحوثين لأزمة متحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول (١٣) يوضح التأثيرات السلوكية لمتابعة المبحوثين لأزمة متحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		التأثيرات السلوكية
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	.797	2.27	10.5	١٤	26.3	٣٥	63.2	٨٤	دعمت قدرتي على التعامل الواعي للأزمة ومواصلة الحياة بشكل أكثر انتباها وحرصا
٢	.731	2.24	8.3	11	38.3	51	53.4	71	جعلتني قادرا على إتخاذ قرارات صحيحة وأقوم بسلوكيات إيجابية حيال أزمة أوميكرون.
٣	.719	2.11	42.1	56	36.1	48	21.8	29	تجعلني اشعر بالخمول السلوكي تجاه الأزمة الراهنة، فلم يصدر مني أي رد فعل حيال ذلك .
٤	.633	1.65	51.9	69	39.8	53	8.3	11	وسعت من عزلتي وعدم الرغبة في التعامل مع الآخرين.
٥	.587	1.52	72.9	97	23.3	31	3.8	5	ليس لي القدرة على تحديد اولوياتي والتردد في اتخاذ القرار حيال التطبيق الفوري للتعليمات والارشادات

جاءت التأثيرات السلوكية الناتجة من متابعة عينة البحث لأزمة متحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (دعمت قدرتي على التعامل الواعي للأزمة ومواصلة الحياة بشكل أكثر انتباها وحرصا) بمتوسط قدره 2.97، وفي المرتبة الثانية (جعلتني قادرا على إتخاذ قرارات صحيحة وأقوم بسلوكيات إيجابية حيال أزمة أوميكرون) بمتوسط قدره ٢.٢٤، وفي المرتبة الثالثة (تجعلني اشعر بالخمول السلوكي تجاه الأزمة الراهنة، فلم يصدر مني أي رد فعل حيال ذلك) بمتوسط قدره ٢.١١، وفي المرتبة الرابعة (وسعت من عزلتي وعدم الرغبة في التعامل مع الآخرين) بمتوسط قدره ١.٦٥، وفي المرتبة الخامسة (ليس لي القدرة على تحديد اولوياتي والتردد في اتخاذ القرار حيال التطبيق الفوري للتعليمات والارشادات) بمتوسط قدره ١.٥٢ .

❖ نتائج البحث

١- جاء استخدام عينة البحث لشبكات التواصل الاجتماعي دائماً في المرتبة الأولى بنسبة ٦٩.٩%، بينما جاء أحياناً في المرتبة الثانية بنسبة ٢٤.٨%، ثم نجد ٥.٣% نادراً ما يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، ومن هنا نلاحظ ان غالبية الجمهور العراقي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي

٢- جاءت شبكات التواصل الاجتماعي التي تفضل عينة البحث الاعتماد عليها للتعرف على أخبار متحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون وفي المرتبة الأولى جاء الفيس بوك (بمتوسط قدره ٤٢٠).

٣- جاءت مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في خلق وتعزيز الوعي الصحي بمتحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون لدى عينة البحث بالمرتبة الأولى (تعلم أساليب الوقاية ووسائل الحد من العدوى وانتشار الفايروس) بمتوسط قدره ٢٩٠، مما يعطي دلالة عن مدى تنامي الوعي بين الجمهور في تثقيف أنفسهم صحياً وترسيخ الوعي بالأمور الصحية.

٤- جاء تجاوب عينة البحث مع المحتوى الصحي الإفتراضي للحملات التوعوية الخاصة بمتحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (مشاركة الخطط الاحترازية والتنبيهات الحكومية مع الافراد الاخرين على شبكات التواصل الاجتماعي).

٥- اختارت عينة البحث طريقة تقديم المواضيع الصحية الخاصة بفيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى تقارير علمية موثقة بالاحصائيات ونتائج البحوث الطبية، وفي المرتبة الثانية افلام قصيرة تثقفية موثقة بالرأى العلمى الطبى.

٦- اختارت عينة البحث أفضل طريقة لتقديم المواضيع الصحية الخاصة بمتحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (لقاءات حوارية توعوية وقائية بكل جديد ومفيد).

٧- بينت دوافع عينة البحث إلى متابعة أزمة متحوّر كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (تكسبني بمعلومات وتوعية صحية بكل جديد بشأن الوباء).

٨- أظهرت نتائج الجدول أن عينة البحث ترى أن شبكات التواصل الاجتماعي على المستوى التوعوي المطلوب بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون جاء الى حد ما بنسبة ٦٠.٩% بينما جاءت نعم بنسبة ٣٠.٨% ، ثم جاءت شبكات التواصل الاجتماعي ليست على المستوى التوعوي المطلوب بنسبة ٨.٣% .

٩- بينت دوافع عينة البحث إلى متابعة أزمة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (تكسني بمعلومات وتوعية صحية بكل جديد بشأن الوباء) .

١٠- جاءت التأثيرات المعرفية الناتجة من متابعة عينة البحث لأزمة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (اخفت الغموض تجاه الأزمة، فقد أمدتني بالمعلومات اللازمة بشأن اساليب انتشار المرض وطرق الوقاية و العلاج).

١١- جاءت التأثيرات الوجدانية الناتجة من متابعة عينة البحث لأزمة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (اكسبني القدرة في السيطرة على الشعور السلبي وعدم الخوف الهستيري من الإصابة بالمرض).

١٢- جاءت التأثيرات السلوكية الناتجة من متابعة عينة البحث لأزمة متحور كوفيد-١٩ أوميكرون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (دعمت قدرتي على التعامل الواعي الأزمة ومواصلة الحياة بشكل اكثر انتباها وحرصا) بمتوسط قدره ٢.٩٧ .

١٣- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا بين درجة اعتماد عينة البحث المقيمين ب (الريف - الحضر) على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة نشر الوعي الصحي بينهم عند مستوى دلالة (٠.٠٠٢) .

١٤- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور (الذكور والاناث) في درجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي الصحي بمتحور كوفيد-١٩ أوميكرون لديهم.

١٥- جود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤهلات العلمية المختلفة في درجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة وعيهم الصحي بمتحور أوميكرون .

❖ توصيات ومقترحات البحث:-

- ١- تبين الحاجة الماسة لممارسة دور تأثيري ومعرفي أكثر لمختلف شبكات التواصل الاجتماعي وهذا يتطلب العمل على حسن استغلال هامش الحرية والتعبير في مواقع التواصل الاجتماعي والاهتمام بعرض الآراء بطريقة متوازنة ومستقلة مع مختلف التيارات.
- ٢- التركيز على فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التفاعلية بشأن المواضيع الصحية والحملات التوعوية خاصة للمؤسسات الحكومية كوزارة الصحة.
- ٣- توجيه نظر الباحثين إلى متغيرات جديدة لم ترس في نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام رغم أنها أساسية في تحديد طبيعة ومدى حدوث درجات الاعتماد والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عنه ويمكن الاهتمام بهذه المؤشرات كمجالات أساسية للدراسات المستقبلية.
- ٤- على وزارة الصحة والأطباء إنشاء مبادرات توعوية عبر منصات شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف الاشكال (صورة- فيديو- صوت) حتى تتسجم مع حواس ونمط المتلقي وتوقعات التلقي التفاعلي والاستفادة من خدمات البث المباشر لتقديم محاضرات توعوية صحية.
- ٥- البحث عن آليات وقواعد جديدة لتنظيم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تحديث القوانين الخاصة بحرية الإعلام وتدريب الكوادر الصحفية الفنية لمواقع التواصل الاجتماعي.

❖ قائمة المراجع

❖ المراجع العربية

- ٥- اسماعيل محمود علي، الاعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية. (الاسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، م٢٠١٥م).
- ٦- حمزة السيد حمزة، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الفعلي لأزمة جائحة فيروس كورونا، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، مجلد ٢٠، العدد ٢، ٢٠٢١م..
- ٧- خالد فيصل الفرغ، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية عدل المدن الطبية ومستشفياتها الحكومة بمدينة الرياض السعودية ، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال - العددان ١٤ - ١٥ - يوليو / ديسمبر - ٢٠١٦م .
- ٨- راجية إبراهيم عوض، "اتجاهات الصفوة المصرية نحو تغطية المواقع الإخبارية الإلكترونية لجائحة كورونا: دراسة في إطار مدخلي الاعتماد على وسائل الإعلام- والتهديد المجتمعي" مجلة

- الإذاعة والتلفزيون ، مصر كلية الإعلام جامعة القاهرة ، المجلد ٢٠٢١، العدد ٢٢، يوليو ٢٠٢١م.
- ٩- سالم محمد الحاج، وسائل التواصل الاجتماعي وجائحة كورونا الفيسبوك أنموذجاً: دراسة لتفاعلات المواطنين الليبيين مع بيانات المركز الوطني لمكافحة الأمراض بليبيا.مجلة القلعة، جامعة المرقب - كلية الآداب والعلوم بمسلاته. ع ١٤، ٢٠٢٠م .
- ١٠- عبدالرحمن شوقي محمد يونس، بعنوان "استخدام أخصائي الإعلام التربوي لصفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) كبديل لصحف الحائط أثناء جائحة كورونا"، مجلة البحوث الإعلامية، مصر، جامعة الأزهر، المجلد ٦٠، العدد ٢، يناير ٢٠٢٢م.
- ١١- عدیل أحمد الشerman. دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية: وباء فيروس كورونا نموذجاً، بحث منشور في المجلة العربية للدراسات الأمنية، المجلد ٣٦، العدد (٢)، ٢٠٢٠م.
- ١٢- محمد المغير. السياسات الإعلامية في الحد من أخطار كورونا، بحث منشور بمجلة الدراسات الإعلامية- المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠م.
- ١٣- محمد عبد حسين الطائي، المسؤولية الاجتماعية للشركات واخلاقيات الاعمال، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م.
- ١٤- محمد محمود العزاوي و بشرى جميل الراوي ، سيميولوجيا البناء السردي في الاعلان التلفزيوني لإعلان "لن ينسانا الله" حول جائحة كوفيد ١٩ - لشركة زين للاتصالات" بحث منشور بمجلة الباحث الإعلامي (كلية الإعلام - جامعة بغداد) مجلد ١٣ عدد ٥٢ (٢٠٢١م).
- ١٥- محمد موسى. محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة، مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠٢٠م/٤/٩/٢٠٢٠ <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4595>
- ١٦- مرتضى البشير عثمان الأمين وخالد عبد الحفيظ محمد. وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجاً، بحث منشور بمجلة الدراسات الإعلامية ، المجلد ٣، العدد الحادي عشر أيار - مايو ٢٠٢٠م.
- ١٧- مسعودة فلوس؛ الخنساء تومي. الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات من جرّاء جائحة فيروس كورونا، بحث منشور بمجلة الدراسات الإعلام- المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو، ٢٠٢٠م.
- ١٨- مصطفى شكري محمد علوان، توظيف المؤسسات الدينية المصرية لمنصاتها الرقمية في تناول جائحة كورونا- دراسة تحليلية في إطار مفهوم تعدد المنصات، مجلة البحوث الإعلامية، مصر، جامعة الأزهر المجلد ٥٩، العدد ٤، أكتوبر ٢٠٢١م.
- ١٩- ناصر نافع البراق ، بعنوان "اعتماد الجمهور السعودي على حسابات المؤسسات الإسلامية بوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول جائحة كورونا .. دراسة ميدانية" بحث منشور بمجلة البحوث والدراسات الإعلامية، (مصر- المنيا)، المجلد ١٦، العدد ١٦، الربيع ٢٠٢١م.
- ٢٠- نهلة نجاح عبدالله العنزي. العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية -دراسة تحليلية لإدارة أزمة فايروس كوفيد ١٩ عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك

للمدة من ٢٠٢٠/٣/٢١ حتى ٢٠٢٠/٤/٢١، بحث منشور في مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، المجلد ٣٨، العدد ٣٨، السنة ٢٠٢٠م.

❖ المراجع الانكليزية

- 1) Abd al-Rahman Shawqi Muhammad Younis, entitled “The Educational, Media Specialist’s Use of Social Media Pages (Facebook) as an Alternative to Wall Newspapers During the Corona Pandemic,” Journal of Media Research, Egypt, Al-Azhar University, Volume 60, Issue 2, January 2022.
- 2) Adeel Ahmed Al-Sharman. The Role of the Media in Confronting Epidemics and Infectious Diseases: The Corona Virus Epidemic as a Model, research published in the Arab Journal for Security Studies, Volume 36, Issue (2), 2020.
- 3) Ismail Mahmoud Ali, New Media and Theoretical and Practical Challenges. 1st edition (Alexandria: Al-Wafaa Legal Library, ed. 2015).
- 4) James, Watson. Media Communication: An Introduction to Theory and Process, 3th Edition. (USA: Palgrave Macmillan, 2008).
- 5) Khalil, Hamza El Sayed Hamza, Employing Artificial Intelligence Applications to Analyze Social Media Users' Feelings in Real Time for the Coronavirus Pandemic Crisis, Egyptian Journal of Public Opinion Research, Cairo University - Faculty of Information - Public Opinion Research Center, Volume 20, Issue 2, 2021 AD. p. 149.
- 6) Masouda Floss; Tommy Handmaiden. New media threatens mental health within societies as a result of the Corona virus pandemic, research published in the Journal of Media Studies - the Arab Democratic Center, Berlin, Germany, the eleventh issue, May, 2020 AD.
- 7) Mortada Al-Bashir Othman Al-Amin and Khaled Abdul Hafeez Muhammad. Social media and promoting health awareness to prevent corona virus, the Facebook page on the official website of the Sudanese Ministry of Health as a model, research published in the Journal of Media Studies, Volume 3, the eleventh issue of May - May 2020 AD.
- 8) Muhammad Abdul Hussein Al-Taei, Corporate Social Responsibility and Business Ethics, Amman: Dar Al-Thaqafa for Publishing and Distribution, 2016.
- 9) Muhammad Mahmoud Al-Azzawi and Bushra Jamil Al-Rawi, Semiology of Narrative Construction in the TV Ad of “God Will Not Forget Us” about the Covid 19 Pandemic - for Zain Telecom Company, a

research published in the Media Researcher Magazine (College of Information - University of Baghdad), Volume 13, Issue 52, 2021 AD.

10) Muhammad Musa. Determinants of news satellite channels' coverage of the Corona pandemic in the age of digitization, Al Jazeera Center for Studies, 4/9/2020 ([https:// studies.aljazeera.net/ar/article/4595](https://studies.aljazeera.net/ar/article/4595)).

11) Mustafa Shukri Muhammad Alwan, Egyptian religious institutions employing their digital platforms in dealing with the Corona pandemic - an analytical study within the framework of the concept of multiple platforms, Journal of Media Research, Egypt, Al-Azhar University, Volume 59, Issue 4, October 2021.

12) Nahla Najah Abdullah Al-Enezi. Public relations through social media and health crisis management - an analytical study for managing the Covid 19 virus crisis through the Ministry of Health's Facebook page for the period from 3/21/2020 to 4/21/2020, a research published in the Lark Journal of Philosophy, Linguistics and Social Sciences, Volume 3, Issue 38 , the year 2020 AD.

13) Nasser Nafie Al-Buraq, entitled "The Saudi public's reliance on the accounts of Islamic institutions on social media to obtain information about the Corona pandemic ... a field study," a research published in the Journal of Media Research and Studies, (Egypt - Minya), Volume 16, Issue 16, Spring 2021.

14) Pablo Halpern, Media Dependency and Political Perception in an Authoritarian Political System, Journal of Communication, Vol. 14, No. 3, 1994.

15) Ragia Ibrahim Awad, "The attitudes of the Egyptian elite towards news websites' coverage of the Corona pandemic: a study within the framework of the two approaches to relying on the media - and the societal threat." Radio and Television Journal, Egypt, Faculty of Information, Cairo University, Volume 2021, Issue 22, July 2021.

16) Salem Mohammed Al-Hajj. Social media and the Corona pandemic. Facebook as a model: A study of the interactions of Libyan citizens with the data of the National Center for Disease Control in Libya. Al-Qalaa Journal, Al-Marqab University - College of Arts and Sciences, Musallatah. P. 14, 2020 .

17) Stanley J. Baran & Dennis , K. Dawis. Mass Communication theory. (USA : McGraw, 2002.

18) Muhammad Al-Moghir. Media policies in reducing the risks of corona, research published in the Journal of Media Studies - Arab Democratic Center, Berlin, Germany, the eleventh issue, May 2020.