

التناول الإعلامي لجائحة كورونا عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على الصورة الذهنية لأعضاء المهن الطبية والتمريض لدى الجمهور المصري

Media coverage of the pandemic Corona through social networking sites and their impact on the mental image of the members of the medical profession and nursing among the Egyptian public

د. أميمة أحمد رمضان *

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على الصورة الذهنية المتكونة لدى المبحوثين عن أعضاء المهن الطبية وهيئة التمريض خلال جائحة كورونا، والوقوف على مدى ثقة المبحوثين في المعلومات المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية خلال أزمة جائحة كورونا، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي للتحقق من أهداف وفرضيات الدراسة، كما طبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها ٤٥٠ مفردة من الجمهور المصري، وتمثلت أدوات الدراسة في صحيفة استقصاء متضمنة مقياس للصورة الذهنية من إعداد (الباحثة)، ويتكون المقياس من (٣٠) عبارة تنوعت بين الإيجابية والسلبية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: تصدر الصورة "الإيجابية" نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعة الجمهور المصري لدورهم عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (٧٤,٤٤٪)، كما بينت الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين درجة ثقة المبحوثين في الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين درجة متابعة المبحوثين للشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض، كما ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض.

الكلمات المفتاحية: جائحة - كورونا - الشبكات الاجتماعية - الصورة الذهنية

Abstract

The study aimed to identify the mental image formed by the respondents about the members of the medical professions and the

* مدرس بكلية التربية النوعية جامعة المنيا قسم الإعلام التربوي

nursing staff during the Corona pandemic, and to determine the extent of the respondents' confidence in the information provided through social networks during the Corona pandemic crisis. The researcher used the descriptive approach to verify the objectives and hypotheses of the study, and the study was applied to a sample of 450 individuals from the Egyptian public. The study concluded with results, the most important of which are: The "positive" image is issued towards members of the medical and nursing professions through the Egyptian public's follow-up to their role through the pages of social networking sites, where it came in first place with a percentage of (74.44%), and the study also showed a correlation Statistically significant direct correlation between the degree of respondents' confidence in social networks as a source of news and their mental image of members of the medical and nursing professions. It has also been proven that there are statistically significant differences between rural residents and urban residents in the mental image they form about members of the medical and nursing professions

مقدمة الدراسة:

مرت المجتمعات البشرية في الأونة الأخيرة بلحظات فارقة في تاريخ البشرية أجمع أثرت على الحياة العامة في جميع المجالات في مواجهة جائحة كورونا ، لا سيما الحالة النفسية للمواطنين التي أصبحت تعلو وتقل بين يوم وليلة ، وأصبح الغالبية العظمى - بل لن يخونني المعني إن قلت أن البشرية كافة - تترقب الأخبار عن أزمة كورونا تارة بالفرح وتارة أخرى بالترح ، الجميع يتربح لحظة وصول لقاح فعال ينتشلنا من الهلع والذعر الذي اجتاح العالم .

وتستخدم الوسائل الإعلامية بمختلف أنواعها الصورة الذهنية للتعبير عن وجهة نظر معينة سواء تعلق هذه الصور بالأشخاص ، المؤسسات ، الدول والمجتمعات ، وكثيراً ما تنجح في ذلك من خلال ترسيخ تصور معين ، أو إلغائه أو تغييره من السلبي إلي الإيجابي أو العكس ، لا سيما وأن الإعلام في عصرنا الحالي أصبح المحرك الأساسي لمجريات الأحداث الدولية وعامل لنشر الأفكار في المجالات المختلفة.

وفي هذه الأونة كانت مواقع التواصل الاجتماعي هي المصدر الرئيسي لمتابعة الأخبار بشأن أزمة كورونا لما لها من مزايا تجعلنا نجري سريعاً للتعرف على أحدث المستجدات من خلالها. كما تعتبر الوسائل المرئية أكثر وسائل الإعلام فاعلية وتأثير في

مجال تكوين الصورة النمطية ، حيث تعتمد على أكثر من حاسة لمخاطبة عقول الأفراد مما يعطى أهمية كبيرة لها في تفهم مضمون الصورة والرسالة الإعلامية المقدمة. ويتعاطم الدور الإعلامي ، خاصة الدور المعلوماتي لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها أهم الوسائل التي يتعرض لها الجمهور في أوقات الأزمات ، ولا سيما الأزمات الصحية التي تأخذ الصفة الدولية ، وذلك من خلال تشكيل الجدل حولها ، وتقديم انطباعات وتصورات مختلفة حول طبيعة المرض، والإجراءات التي يجب أن تُتبع لمواجهة ، والحد من خطورته ، وتزيد حاجة الجمهور إلى المعلومات ؛ لفهم ومعرفة ما الذي يحدث حوله ، فتكون تلك المواقع المصدر الأول الذي يلجأ إليه غالبية الجمهور لاستقاء معلوماتهم بشأن تلك الأزمة ، باعتبارها أسهل الوسائل وأيسرها وأسرعها.

وجسدت العديد من الرسومات التي نشرتها بعض الصحف والمواقع الإخبارية أدوار متنوعة ومؤثرة للطواقم الطبية ، من الأطباء والممرضين نساءً ورجالاً، وغيرهم من محاربي فيروس كورونا على الخطوط الأمامية ومحاولاتهم لكبح جماح الفيروس القاتل مما كان له أشد الأثر على متابعي مواقع الشبكات الاجتماعية بالإيجاب نحو الأطقم الطبية ؛ فكان لهذا الأثر مردود عظيم من قبل المواطنين ، فشهدنا من خلال ذلك ترحيب وتهليل عند قدوم أحد عناصر الأطقم الطبية عند رجوعهم من أماكن عملهم بمستشفيات العزل الطبي متفاخرين بهم ، وعلى النقيض الآخر تناولت بعض المواقع الإعلامية إهمال وتقصير من بعض عناصر الفرق الطبية فشكلت إنطباع سيء نحوهم من قبل الجماهير.

ومن خلال متابعة التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ظهرت بعض التغطيات والمعالجات بوسائل الإعلام المصرية في حالة تناقض وتخبط وارتباك خاصة في بداية تغطية الأزمة على المستويين الدولي والمحلي ، الأمر الذي كان ملحوظاً للغالبية العظمى من أفراد الجمهور، ولكن الأمر اختلف بعد ذلك من قبل بعض الوسائل الإعلامية ، فالتفت بعض العاملين بمجال الإعلام إلى أن الأزمة عالمية وتحتاج لمعالجة أكثر مهنية واحترافية.

في حين يزداد الاهتمام العالمي بالأخبار المتعلقة بأزمة كورونا ، تشكل هذه الأزمة اختباراً لوسائل الإعلام في جميع أنحاء العالم ، والتي تسعى إلى كسب ثقة الجمهور والمحافظة عليها ، ولذا فسوف ندرس في هذا البحث الصورة المتكونة لدى الجمهور عن الأطقم الطبية في إطار التناول الإعلامي لها.

مشكلة الدراسة:

في ظل الاهتمام العالمي بالأخبار التي تتعلق بجائحة كورونا كانت مواقع الشبكات الاجتماعية الدور الأكبر من الاهتمام لما تتميز به من السرعة والانتشار واللامكانية ، وشكلت هذه الأزمة اختباراً لوسائل الإعلام ومدى قدرتها على اختراق عقول المتابعين .

وفى ظل توافد الاخبار وتناقلها عبر الشبكات الاجتماعية تركت صورة الطبيب والتمريض بصمة لا ينساها الزمن فى عقول المواطنين وحازت على اهتمام كبير من قبل وسائل الإعلام ، فالطبيب هو الجندي المجهول الذى يقاتل فى ساحة المعركة دون أن يهاب الموت ، وتناقل العديد من نشطاء الإنترنت صوراً لأعضاء الفرق الطبية سرعان ما اجتاحت صفحات الجرائد وأصبحت العناوين الرئيسية للأخبار ، وفي وصف صورة الطبيب وهيئة التمريض ما بين الإيجاب والسلب ، ما بين الاستحسان والاستهجان تشكلت صورة ذهنية وانطباعات متنوعة عند المتابعين للأخبار، كما تناقلت بعض وسائل الإعلام صوراً كثيرة للأطباء فى ساحة المعركة ؛ منها ما يعظم دور الطبيب ومنها ما يقلل من أدائه ومنها ما يثير الذعر والخوف من العاملين فى القطاع الصحى خوفاً من تناقل العدوي بينهم.

ويتزايد الاعتماد علي وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والكوارث وانتشار الأوبئة ، وبين هذا وذاك يخوض العاملون في القطاع الصحى حرباً شرسة للتصدي لجائحة كورونا ويبدلون جهداً كبيراً في معالجة المصابين ، وتحملوا على عاتقهم العبء الأكبر فمنهم من كان يعالج المرضى ، ومنهم من وقع فريسة للمرض ولم ينج من الوباء ، فحتماً تغيرت نظرة الجمهور لهم ، فكان من الضروري قياس هذا الأثر والتعرف أيضاً على دور مواقع التواصل الاجتماعى فى تداول الأزمة ومدى تأثيرها على صورة أعضاء المهن الطبية والتمريض لدى الجمهور المصري.

وبناءً على ما سبق تم تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يتم تناول الإعلامى لجائحة كورونا عبر للشبكات الاجتماعية وتأثير ذلك على صورة أعضاء المهن الطبية والتمريض لدى الجمهور المصري؟

أهمية الدراسة:

أ- الأهمية النظرية:

١- مواكبة الاهتمام الكبير الذي حظيت به مواقع وشبكات التواصل الاجتماعى وبشكل علمي عن استخدامات الجمهور الكثيف لها وتفضيله للحصول على المعلومات عن جائحة كورونا من خلالها.

٢- محاولة الربط بين تناول الإعلامى لجائحة كورونا وصورة أعضاء المهن الطبية وهيئة التمريض لدى الجمهور.

٣- تسليط الضوء على أزمة فيروس كورونا المستجد ومدى وعي الجمهور به ، وتزوده بالمعلومات المختلفة عنه ، وتأثير هذه المعلومات على صورة أعضاء المهن الطبية والتمريض لديهم.

ب- الأهمية التطبيقية:

١- قد تسهم نتائج الدراسة في تقديم حلول لتحسين العلاقة بين الطبيب والمواطنين لا سيما أوقات الأزمات.

- ٢- يمكن أن تكون نتائج هذه الدراسة منطلقاً لباحثين آخرين للتعلم في دراسات الصورة الذهنية المتكونة جراء متابعة الجمهور للمعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي أوقات الأزمات.
- ٣- تحاول هذه الدراسة تقديم تقييم موضوعي لتعرض الجمهور المصري لأخبار جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في الآتي:

- ١- الوقوف على الصورة الذهنية المتكونة لدى المبحوثين عن أعضاء المهن الطبية وهيئة التمريض خلال جائحة كورونا.
- ٢- معرفة معدل تعرض المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا.
- ٣- التعرف على مدى ثقة المبحوثين في المعلومات المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية خلال أزمة كورونا.
- ٤- التعرف على دوافع تعرض المبحوثين للشبكات الاجتماعية خلال أزمة كورونا.
- ٥- رصد السلبيات التي واجهها المبحوثون عند متابعة أخبار جائحة كورونا عبر الشبكات الاجتماعية.
- ٦- التعرف على ملامح الصورة الإعلامية لأعضاء المهن الطبية وهيئة التمريض المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية.
- ٧- التعرف على الصورة الذهنية الايجابية /السلبية المتكونة لدى المبحوثين عن أعضاء المهن الطبية والتمريض أثناء جائحة كورونا.

تساؤلات الدراسة :

- ١- ما مدى تعرض الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٢- ما هي الصورة الذهنية لأعضاء المهن الطبية والتمريض لدى الجمهور المصري من خلال تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٣- كيف يتم تناول الإعلام لصورة أعضاء المهن الطبية والتمريض خلال جائحة كورونا؟
- ٤- ما أشكال تفاعل الجمهور مع المنشورات المختلفة عن الأطقم الطبية خلال جائحة كورونا؟
- ٥- ما دوافع تعرض الجمهور للشبكات الاجتماعية خلال جائحة كورونا؟
- ٦- إلى أي درجة تأثر الجمهور المصري بصورة الأطقم الطبية المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية؟

٧- كيف أثرت جائحة كورونا على الصورة الذهنية لأعضاء المهن الطبية والتمريض لدى الجمهور المصري؟

فروض الدراسة:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع - محل الإقامة - مستوى التعليم).
- ٢- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض.
- ٣- توجد علاقة بين درجة متابعة المبحوثين للشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض.
- ٤- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التأثير بصورة الأطم الطبية المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض .
- ٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع - محل الإقامة - مستوى التعليم) .

الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على العديد من الدراسات والأبحاث العلمية تم تحديد الدراسات الأكثر صلة بموضوع الدراسة الحالية ، وتم تقسيمها إلى محورين كالتالي:

المحور الأول: دراسات خاصة بجائحة كورونا والشبكات الاجتماعية:

١-دراسة ريهام سامي (٢٠٢١) بعنوان: اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو جائحة كورونا (كوفيد -١٩): تحليل من المستوى الثاني لدراسات مدخل معالجة اللغة الطبيعية وهدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تجاه جائحة كورونا ، حيث تم إجراء دراسة تحليلية من المستوى الثاني لدراسات مدخل معالجة اللغة الطبيعية ، التي اهتمت بتحليل اتجاهات المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تجاه هذه الجائحة ، ومن خلال تحليل ٩٢ دراسة عبر ٧ قواعد بيانات علمية ، وتوصلت الدراسة إلى: أن "تويتر" كان أكثر المواقع تحليلاً ؛ حيث كانت نسبة الدراسات التي اعتمدت عليه في تحليل اتجاهات المستخدمين نحو جائحة كورونا (٨٣,٧٪) ، وقد يرجع ذلك إلى الطابع الجاد الذي يتسم به "تويتر" عن غيره من مواقع التواصل الاجتماعي ، كما أكدت نتائج هذه الدراسة على إمكانية إجراء دراسات لقياس اتجاهات المستخدمين تجاه قضية معينة عبر العالم بأكمله.

٢- دراسة محمد صبحي محمد فودة (٢٠٢١) بعنوان^٢: اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بتشكيل الوعي الصحي لديهم نحو أزمة كورونا (كوفيد ١٩) دراسة ميدانية؛ هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل

وتفسير اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية نحو المتابعة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمها لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، ووظف الباحث منهج المسح الإعلامي بالعينة، مستخدماً الاستبانة الإلكترونية في جمع البيانات من عينة الدراسة البالغ قوامها ٤٠٠ مفردة تم اختيارهم باستخدام عينة كرة الثلج الشبكية، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع اليوم السابع من أهم المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ٩٠٪ من عينة البحث تابعوا جائحة كورونا عبر المواقع الإلكترونية، وجاء من أهم دوافع اعتماد الطلاب الوافدين-المغتربين عينة الدراسة على المواقع الإلكترونية "معرفة أسباب الوقاية اللازمة"، وجاء على رأس القرارات والتدابير التي اتخذتها الدولة للحد من مكافحة فيروس (كوفيد ١٩) في المواقع تعليق الدراسة بالمدارس والجامعات.

٣- دراسة أحمد محمد صالح (٢٠٢٠) ٣ بعنوان: دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا ؛ هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي يتعرضون للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك، وبلغ حجم العينة (٣٠٠) مبحوث بكلٍ من (جامعة سيناء - جامعة بورسعيد) في المرحلة العمرية من (١٨ : ٢١) سنة، وقد استخدم الباحث أداة الاستبانة الإلكترونية وذلك لجمع البيانات الخاصة بالدراسة ، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: أن من أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك هو تبسيط المعلومات التي يقدمها واختصارها وجاء في الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪، كما أثبتت النتائج وجود علاقة دالة إحصائياً بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

٤- دراسة إمام شكري إبراهيم أحمد القطان (٢٠٢٠) بعنوان: متطلبات رأس المال الفكري لتحقيق الأداء المتميز للإذاعة المدرسية وانعكاسها على الصورة الذهنية نحو هذا الأداء "دراسة ميدانية"؛ هدف الدراسة إلى التعرف على متطلبات رأس المال الفكري لتحقيق الأداء المتميز للإذاعة المدرسية، وانعكاسها على الصورة الذهنية نحو هذا الأداء، وطبقت على عينة عشوائية بلغ قوامها ٢١٠ مفردات من أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية بالمدارس الحكومية بمحافظة القليوبية، وكانت من أهم نتائج الدراسة جاء في مقدمة المتطلبات الإدارية لرأس المال البشري التي يرغب أخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية في توفيرها مطلب "أن تحرص الإدارة التعليمية على الرضا الوظيفي والمكانة الاجتماعية لأخصائي الإعلام التربوي"، يليه مطلب "أن تزود الإدارة التعليمية

أخصائي الإعلام التربوي بالمعلومات الجديدة عن طريق التدريب أو الاجتماعات الدورية بينهم وبين كبار الموجهين"؛ وذلك لأن هذه المتطلبات حصلت على أقل وزن نسبي (١٧، ٤٣، ٣٢، ٥٠) على الترتيب.

٥-دراسة ايمان عاشور سيد (٢٠٢٠)^(٥) بعنوان : التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد-١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم؛ هدفت الدراسة إلى التعرف على قياس درجة التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بالمناعة النفسية لديهم، كما رصدت الدراسة دوافع ونوع ومستوى المعرفة التي تم تحقيقها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة درجة إسهامها في رفع المناعة النفسية لدى عينة الدراسة، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي للتحقق من أهداف وفرضيات الدراسة، كما طبقت أدوات الدراسة على عينة قوامها ٣٥٨ من الجمهور المصري ، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور المصري لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات وأخبار حول فيروس كورونا والمناعة النفسية للجمهور المصري.

٦-دراسة جاد عويدات (٢٠٢٠) بعنوان "تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر الفيسبوك"، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد- ١٩) عبر الفيسبوك" ، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد- ١٩) عبر الفيسبوك بصفتي قناة المملكة الأردنية ، وقناة France ٢٤ عربي ، واستخدمت المنهج الوصفي باستخدام المسح الميداني لعينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعتي (القاهرة، والمنيا) ، من منابعي طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحتي قناة المملكة الأردنية و قناة France ٢٤ عربي وتوصلت إلى تفاعل الشباب الجامعي بدرجة كبيرة مع طرق الوقاية من فيروس كورونا المقدمة عبر القنوات، وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أشكال تفاعل الباحثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا على الفيسبوك لصالح قناة France ٢٤ عربي.

٧-دراسة جيهان سعد عبده(٢٠٢٠)^٧ بعنوان: أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid 19).. دراسة تحليلية؛ هدفت الدراسة التعرف على أطر معالجة بعض مواقع الصحف الإلكترونية وبعض المواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19) وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقه التحليلي، وقد اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لعينة من الأخبار والمواد الصحفية التي تم نشرها عبر مواقع الصحف والمواقع الإخبارية (موقع اليوم السابع، موقع بوابة أخبار اليوم، وموقع القاهرة ٢٤) ، وبلغت عينة الدراسة ٩٠٠ مادة صحفية، وقد توصلت الدراسة إلى أن المعالجة الإيجابية جاءت في مقدمة أنواع المعالجات الإعلامية بنسبة

٦٣٪ من عينة الدراسة، وتأتي في الترتيب الثاني المعالجة المحايدة؛ وهي التي لا تشمل في طياتها إبراز الإيجابيات أو السلبيات، وكانت بنسبة ٣٥,٣٪ من إجمالي عينة الدراسة، ثم تأتي المعالجة السلبية للأخبار في نهاية أنواع المعالجات الإعلامية بمواقع الدراسة. جاء إطار التأييد ودعم القرارات على رأس قائمة الأطر الفرعية المستخدمة في معالجة تداعيات فيروس كورونا، وفي الترتيب الثاني يوجد الإطار التحذيري بنسبة ٤٧,٣٪ من عينة الدراسة، وفي الترتيب الثالث يوجد إطار المسؤولية بنسبة ٤٣,١٪.

٨-دراسة ریحاب سامي لطيف محمد (٢٠٢٠^٨) بعنوان: اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه؛ هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح، وتم تطبيق استمارة استبانة إلكترونية أرسلت إلى عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري مستخدمين وسائل الإعلام الجديد متضمنة مقياساً للوعي الصحي، وتوصلت الدراسة إلى: كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد وارتفاع الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، وجاءت طرق الوقاية والأعراض وطرق انتقال العدوى والطرق الوقائية والاحترازية، واكتساب المعلومات الصحية الجيدة ومتابعة كل مستجدات الجائحة كأكثر المضامين المفضلة، وجاء الأطباء في مقدمة المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها المبحوثون وزادت الثقة في المواقع الرسمية أكثر من غيرها من وسائل الإعلام الجديد.

٩-دراسة ریحان زينب الحسيني رجب بلال (٢٠٢٠^٩) بعنوان: المعالجة الإخبارية الفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا: دراسة تحليلية" ، هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتستخدم المنهج المسحي، وأسلوب التحليل الكمي، وشملت عينة الدراسة تحليل مضمون المواد الإخبارية (نشرات - برامج) ، التي تبث عبر القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة للقناتين (الأولى - cbc extra)، وتم استخدام استمارة تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى أن أهم أساليب التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا كانت بأسلوب تفعيل الإجراءات الاحترازية والتباعد الاجتماعي (بالنشرات، والبرامج)، يليه أسلوب استخدام المطهرات بالنسبة للنشرات، ومتابعة مستجدات الفيروس بالنسبة للبرامج، بينما جاءت أهم أطر معالجة جائحة فيروس كورونا في: إطار تحديد الموضوعات (بالنشرات، والبرامج)، وإطار التقييم بالنسبة للنشرات، وإطار تقديم الأدلة والحجج بالنسبة للبرامج، في حين جاءت أهم الأهداف التي ركزت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا: هدف التوعية والتحذير (بالنشرات، والبرامج)، يليه هدف تفعيل الإجراءات الاحترازية بالنسبة للنشرات، ومواجهة الشائعات بالنسبة للبرامج.

١٠-دراسة "Rajvikram Madurai" (٢٠٢٠) التي اهتمت برصد إستراتيجيات الاتصال المستخدمة في مواجهة فيروس كورونا، من خلال مسح عينة قوامها (٨٥٦) من الجمهور الهندي ، وتوصلت الدراسة إلى استخدام منظمة الصحة العالمية لإستراتيجية النشر المكثف للمعلومات لتوعية الجمهور بجائحة كورونا، كما اعتمدت المنظمة على إستراتيجية الصدمة لبث حالة من الخوف والقلق لدى الجماهير للالتزام بالإجراءات الوقائية والاحترازية من الفيروس، وكشفت الدراسة الاعتماد على الهاتف المحمول وتطبيقات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالفيروس وإمداد الجمهور بالمعلومات؛ مما أسهم في الحد من انتشاره بين قطاعات الجمهور الهندي .

١١- دراسة "Rama Krish" (٢٠٢٠) التي اهتمت بتوظيف التقنيات الحديثة في التعامل مع فيروس كورونا، وذلك من خلال تحليل ١٣٧ مادة خبرية تم إذاعتها ونشرها في وسائل الإعلام الصينية والبريطانية والأمريكية، إضافة إلى (٧١) تقرير لمنظمة الصحة العالمية، وتوصلت الدراسة إلى أن الإستراتيجيات الاتصالية في التعامل مع أزمة كورونا اختلفت من بلد لآخر تبعاً للبيئة السياسية؛ إذا اتضح أن الصين كانت تميل إلى التكتم على أخبار كورونا واعتبرتها أمناً قومياً يؤثر على الجانب الاقتصادي، وفي المقابل اعتمدت الدول الغربية على إستراتيجية النشر المكثف والوضوح فيما يتعلق بمعلومات أزمة فيروس كورونا، وأشارت النتائج أيضاً أنه كلما زاد الاعتماد على التكنولوجيا في نشر أخبار ومعلومات فيروس كورونا كلما زادت درجة التوعية به وبآثاره وأخطاره، وزادت درجة الوعي الجماهيري.

١٢- دراسة Sang-Hwa Oh, Seo Yoon Lee & Changhyun Han (٢٠٢٠) حول استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على السلوك الوقائي للجمهور أثناء تفشي الأمراض المعدية، وتناولت هذه الدراسة طبيعة العلاقة بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الاجتماعي أثناء الأوبئة وسلوكيات الجمهور الوقائية ، والتأثيرات النفسية عليهم خلال فترة انتشار فيروس كورونا CoV-"ميرس في كوريا الجنوبية، واستخدمت الدراسة منهج المسح لعينة عشوائية من الجمهور قوامها (٤٠٠) مبحوث، وتوصلت الدراسة إلى: أن الاهتمام بوسائل الإعلام الاجتماعية يتزايد بشكل كبير في أوقات انتشار الأوبئة، وأن لتلك الوسائل أثراً على النواحي النفسية لمتابعيها كتلك المتعلقة بالخوف.

١٣- دراسة طارق محمد الصعيدي (٢٠٢٠) بعنوان : اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر ؛ وهدفت الدراسة إلى معرفة مدى استخدام الشباب المصري لصحافة الموبايل وتأثيراته على التوعية الصحية بجائحة كورونا ، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع اعتماد الشباب المصري على صحافة الهاتف كمصدر ثري للمعلومات والاتصالات خاصة أثناء جائحة كورونا، وارتفاع

الاعتماد على شبكة الإنترنت ومتصفحات الموبايل ومواقع التواصل الاجتماعي، خاصة الفيس بوك وتويتر وواتس آب.

١٤- دراسة فودة محمد علي (٢٠٢٠) بعنوان: اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا؛ هدفت الدراسة إلى معرفة مدى قدرة هذه الوسيلة الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي) بكافة منصاتها المختلفة على مد الشباب بالمعلومات، ولا سيما عن هذه الجائحة التي شغلت العالم كله، وأدت إلى ارتفاع كبير في معدل استخدام وسائل الإعلام، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبار أزمة كورونا أزمة عالمية جعلت العالم كله يجمعه مصير واحد، واستهدفت التعرف على تأثير الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي) في نشر الثقافة الصحية، والتعرف على مساوئ الإعلام الجديد وأضراره على المجتمع، وكيفية تلافي مثل تلك الإشكالات من وجهة نظر الشباب، وأهم الموضوعات التي تعرض لها الشباب نتيجة اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن كورونا، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان في الحصول على المعلومات، وأكدت النتائج أن ٨٢,٧٪ من أفراد العينة يرون أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات عن كورونا هو موقع "تويتر"، ونسبة ٤٠,٣٪ منهم يرون أنه موقع "الانستجرام"، ونسبة ٣٦٪ منهم يرون أنه موقع "سناپ شات"، ونسبة ٣٤٪ منهم يرون أنه موقع "الفيس بوك".

١٥- دراسة محمد الأمين موسى (٢٠٢٠) بعنوان: محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة فيروس كورونا في عصر الرقمنة" هدفت الدراسة إلى معرفة الكيفية التي تغطي بها القنوات الفضائية الإخبارية جائحة فيروس كورونا، اختار الباحث عينة عمدية تشمل أربع قنوات هي: قناة "سى إن إن" و "فوكس نيوز الأمريكيتين، وقناة "العربية"، وقناة "سكاي نيوز عربية"، وخلصت الدراسة إلى أن التغطيات الإخبارية لجائحة كورونا، في بعض القنوات الفضائية، كشفت عن مدى اهتمام الإعلام المعاصر بالجانب الصحي للمجتمع، وأهليته لكي يتصدر الأجندة الإعلامية. ونبهت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام المعاصرة يجب أن تأخذ العبرة من تجربة تغطيتها لجائحة فيروس كورونا، وتعيد النظر في فهمها وتعاطيها مع الإعلام الصحي، حتى لا تتكرر مثل هذه الجائحة في عصر تدعي فيه البشرية أنها خطت خطوات متقدمة في النمو والتطور، بينما يصعب عليها الاستعداد لمخاطر تهددها منذ القدم وتكرر أخطاءها التواصلية.

١٦- دراسة محمود سمير محمد (٢٠٢٠) بعنوان: توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية: دراسة تحليلية؛ هدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع العربية والعالمية، من خلال تحليل شكل ومضمون صحافة البيانات بأشكالها المختلفة وبخاصة القصص المدعومة بالبيانات، وذلك بالتطبيق على مواقع "مصر اوي"، "عكاظ"، "العين الإخبارية"، "الجارديان" و"يو إس ايه توداي" وذلك

خلال الفترة من يناير وحتى أبريل ٢٠٢٠. اتخذت الدراسة من نظرية ثراء الوسيلة إطاراً نظرياً ، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، ووظفت أداة تحليل الشكل والمضمون لعينة من (١٣٩٨) شكلاً من أشكال صحافة البيانات ، وتوصلت الدراسة إلى تفوق المواقع العالمية في حجم اهتمامها بصحافة البيانات من حيث عدد القصص المدفوعة بالبيانات حول فيروس كورونا، في مقابل تفوق المواقع العربية في توظيف الإنفوجرافيك والوسائط المتعددة في تناول الموضوع نفسه.

١٧- دراسة نادية محمد عبد الحافظ (٢٠٢٠، ١٧) بعنوان: اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد "؛ وهدفت الدراسة إلى رصد ومعرفة وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمه لقرارات مكافحته ، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: جاء موقع اليوم السابع من أهم المواقع الإخبارية التي حرصت عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك أثناء جائحة كورونا .

١٨-دراسة نشوة سليمان عقل(٢٠٢٠، ١٨) تناولت الدراسة العلاقة بين سلوك التماس المعلومات الصحية لدى المرأة المصرية مع انتشار وباء كورونا، ومستوى إدراكها للمخاطر المحيطة ، حيث طبقت صحيفة الاستبانة على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة ، لقياس المتغيرات، وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من النساء محل الدراسة أبدت سلوكاً متنامياً لالتماس المعلومات، كما وجدت الدراسة أن مصداقية المنشورات المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي تراجعت أمام صفحات ومواقع الجهات الرسمية على الإنترنت.

١٩- دراسة "Lisa Singha" (٢٠٢٠، ١٩) ؛ هدفت الدراسة معرفة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" في نشر الوعي بين الجمهور بفيروس كورونا ونشر الشائعات والمعلومات المضللة، وذلك من خلال تحليل (٦٦٤٨٧) تغريدة ، وبإجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها ٣٥٠ مفردة بمدينة نيويورك ، وتوصلت الدراسة إلى زيادة عدد المعلومات الصحيحة المصاحبة للتغريدات المنشورة بنسبة كبيرة جداً بلغت(٣٦٣٢٥) ، تغريدة مقابل (١١٣٥) تغريدة مضللة لا تعتمد على معلومات دقيقة ، وأوضحت الدراسة أنه كلما ارتبطت التغريدات بروابط ومصادر معلومات كلما حظيت بمصداقية عالية من فئات الجمهور، واتضح أيضاً سرعة الإعلان عن حالات الإصابة الجديدة على تويتر مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، كما أكدت النتائج فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالفيروس وانتشاره وطرق الوقاية منه لدى الجمهور الأمريكي.

المحور الثاني: دراسات خاصة بالصورة الذهنية:

١-دراسة آلاء بنت بكر علي الشيخ (٢٠٢٠) بعنوان: دور «تويتر» أثناء الأزمات وتأثيره في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة «أزمة حريق محطة القطار أنموذجاً؛ هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي «تويتر أنموذجاً» في

إدارة أزمة حريق محطة قطار الحرم، وهل أسهمت هذه الوسيلة في تلبية احتياجات الجمهور المعرفية حول هذه الأزمة. يندرج البحث الحالي ضمن البحوث الوصفية Descriptive Recherche، التي تهتم بجمع معلومات تتسم بالموضوعية والمنهجية عن الدراسة. نتائج الدراسة أن شركة «سار» أدارت الأزمة بشكل جيد، حيث استخدمت «تويتر» كوسيط مهم للتعامل مع الأزمة وركزت على النشر بانتظام فيما يخص الأزمة. وبالرغم من أن كثيراً من المواطنين أصيبوا بخيبة أمل بسبب الحريق الذي حدث في محطة القطر، إلا أن شركة «سار» نجحت في الاستجابة للأزمة واستخدمت «تويتر» كوسيط في تحسين الصورة الذهنية.

٢-دراسة رباب جمعة إبراهيم محمد (٢٠٢٠٢١) بعنوان "أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة علي اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدي الشباب الجامعي" ؛ سعت الدراسة إلي تحقيق الهدف الرئيسي التالي " التعرف علي أطر الأداء الحكومي بالبرامج التليفزيونية الساخرة علي اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدي الشباب الجامعي، في ضوء نظرية الأطر الإعلامية، تنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها لتحديدًا تحديداً دقيقاً ، وتم استخدام منهج المسح بشقيه (التحليلي والميداني). تشمل جميع حلقات برنامج "لايف من الدوبلكس" ٧٥ حلقة من خلال قناة البرنامج (الدوبلكس El Duplex) علي اليوتيوب ، وتمثل مجتمع العينة البشرية في عينة عشوائية من شباب الجامعات المصرية من (١٨-٢١) سنة قوامها ٤٠٠ مفردة ، وتوصلت الدراسة إلي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أطر معالجة البرامج الساخرة للأداء الحكومي ودرجة إدراك الباحثين لها ، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة إدراك الباحثين لأطر معالجة البرامج الساخرة عينة الدراسة للأداء الحكومي والصورة الذهنية المتكونة لديهم عنه.

٣-دراسة سامي نهار مطر الظفيري (٢٠٢٠٢٠) بعنوان: دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الاجتماعية في دولة الكويت ؛ وهدفت الدراسة لمعرفة دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات الاجتماعية في دولة الكويت والوقوف على أهم ملامح الصورة الذهنية للمؤسسات الاجتماعية في دولة الكويت ، والتعرف على أفضل الأساليب والوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة ومدى أسهامها في رسم الصورة الذهنية الطيبة عن المؤسسات الاجتماعية بدولة الكويت ، وقد تمثلت عينة الدراسة في (١٦ موظف من العلاقات العامة بوزارة الشؤون الاجتماعية ، ١٢ موظف من العلاقات العامة وزارة الأوقاف) ، وتوصلت هذه الدراسة للعديد من النتائج من أبرزها اهتمام الإدارات العليا بالمؤسسات الاجتماعية محل الدراسة بوجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة بتلك المؤسسات ويعود ذلك علي إدراك الإدارة لمهام ووظائف العلاقات العامة ، وكما أن لها دور في تلبية رغبات وحاجات الجمهور الداخلي

من نواحي مختلفة وخلق صورة ذهنية ايجابية للمؤسسة لدى الجمهور الداخلي والخارجي.

٤-دراسة علا ممدوح عيسى (٢٠٢٠٢٣) بعنوان : تفاعل مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي مع الصفحات الساخرة وعلاقته بتشكيل الصورة الذهنية عن الفاعلين السياسيين ؛ اهتمت الدراسة برصد استخدام السخرية في مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في تشكيل الصورة الذهنية عن الفاعلين سياسياً ورصد أبعاد تفاعل مستخدمى موقع "فيس بوك" مع الصفحات الساخرة و الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الفاعلين سياسياً، و تضمنت إجراء دراسة ميدانية عن طريق الاستبيان على عينة قوامها (٤٠٨) مفردة من مستخدمى موقع "فيس بوك"، أما الدراسة التحليلية فاستخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون لعينة من المنشورات الساخرة عن الفاعلين سياسياً بلغ عددها (٣٨٩) منشور، وتوصلت الدراسة إلى أن الصفحات الساخرة على "موقع فيس بوك" تلعب دوراً في تشكيل صورة ذهنية سلبية عن الفاعلين سياسياً. و أن متابعة الصفحات الساخرة تكون بالصدفة ، وجاءت أكثر أهداف السخرية وضوحاً كل من "إظهار السلبيات" و"الاستهزاء بالموضوع"، و كانت الطريقة المباشرة في التعبير عن السخرية هي الأكثر استخداماً في عينة المنشورات الساخرة، كما فضل الجمهور التفاعل مع المنشورات بأقل جهد فجاء الإعجاب في المرتبة الأولى.

٥- دراسة هيثم يونس أحمد يونس (٢٠٢٠) بعنوان: أطر تقديم مؤسسة القضاء في الصحافة المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية للقضاة لدى الجمهور؛ هدفت الدراسة إلى رصد وتوصيف وتفسير الأطر التي تقدم من خلالها مؤسسة القضاء في الصحف المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية للقضاة لدى الجمهور عينة الدراسة وتتكون الدراسة من جانب تحليلي تناول تحليل ثلاث صحف مصرية وهي (الاهرام والوفد والشروق) في الفترة من ٢٠١٢ حتى ٢٠١٦ كما تتضمن الدراسة جانب ميداني وتوصلت الدراسة الى اتفاق الصحف الثلاثة على تقديم مجموعة من السمات الايجابية وسلبية حول مؤسسة القضاء والقضاة وطغى الاتجاه الايجابي على المعالجة الصحفية لشئون السلطة القضائية واعضاءها.

٦- دراسة مى حسن محمد حسن (٢٠٢٠٢٠) بعنوان:الإعلان كأداة لإدارة الأزمات المؤسسية من أجل إستعادة الصورة الذهنية؛ وهدفت الدراسة إلى تأكيد دور الإعلان في إستعادة بناء الصورة الذهنية للمؤسسة لدى المتلقى حيث يهدف إلى نشر المعرفة والوعي وتغيير السلوك وبناء صورة ذهنية إيجابية ومعاني جديدة، وهدفت إلي تقليل الآثار السلبية لدى الرأي العام من خلال تفاعل المؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي، والإهتمام بردود فعل المتلقين ، وتتبع الدراسة المنهج الوصفي والمنهج التحليلي ، وتوصلت الدراسة إلى أن إستخدام الإعلان خلال فترة الأزمات التي يمر بها بعض المؤسسات له تأثير إيجابي على الرأي العام، والسلوك الشرائي وسمعة المؤسسة ، كما توصلت إلي أن إستخدام اعلان له تأثير واضح قبل الزمة وأثناء الأزمة وبعد

الأزمة، حيث أثبتت فاعلية إعلانات المؤسسات التي تحتوى على رسالة خاصة بخصوص أزمة ما.

٧- دراسة إيمان سيد علي عبد المطلب (٢٠١٩) بعنوان : **تعرض الجمهور لمضامين المشروعات القومية بالبرامج الحوارية وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية للأداء الحكومي المصري**؛ هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تساهم به البرامج الحوارية التي تتناول المشروعات القومية في تشكيل الصورة الذهنية للأداء الحكومي لدى الجمهور المصري، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، توظف منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الباحثة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة عشوائية قوامها ٣٠٠ مفردة من الجمهور المصري، توصلت الدراسة إلى أن زيادة نسبة المشاهدة الدائمة للبرامج الحوارية لدى عينة الدراسة يرجع إلى أن هناك بعض المبحوثين تكون القضايا السياسية هو محور الاهتمام الرئيسي بالنسبة لهم ويتابعون هذه البرامج الحوارية بشكل منتظم وفقاً لدرجة اهتمامهم بها، أو ما يتعلق من حيث نوع القضية المعروضة، كما تقوم البرامج الحوارية بالتركيز على شخصيات المسؤولين الحكوميين وتحلل صفاتهم وسماتهم التي تؤهلهم أن يكونوا مسؤولين في الدولة وتقرن سماتهم الشخصية بأداءهم في الحكومة.

٨- دراسة **Hans & Brosius & patric** (٢٠١٨) هدفت إلى التعرف على مدى تأثير تعرض البالغين لبرامج Talk Show على معالجتهم ورؤيتهم للكثير من الموضوعات الهامة والخاصة بهم ، وحاولت اكتشاف العلاقة بين محتوى هذه البرامج ومقاييس الغرس الثقافي، وأجريت تجربة على ١٦٥ طالب من طلاب المدرسة الثانوية بمدينة سيزد بألمانيا وتم تقسيمهم إلى مجموعتين الأولى ضابطة ، والأخرى مستقلة تجريبية، وطبقت استمارة ميدانية لقياس التأثيرات الممكنة لهذه البرامج على إدراك الواقع الاجتماعي ، وتوصلت الدراسة إلى :أن برامج الرأي اليومية الألمانية لها تأثير محدود على تأثيرات الغرس بالنسبة للمراهقين.

٩- دراسة هبة الله محمد السيد حسب النبي (٢٠١٧) بعنوان **"الصورة الإعلامية للأساتذة الجامعيين -الشكل والمضمون في أفلام السينما المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المرهق** ؛ هدفت الدراسة إلى التعرف على العناصر الأساسية والملاحم التي يقدم بها الأستاذ الجامعي من خلال الأفلام العربية المعروضة على قنوات الأفلام الفضائية العربية وذلك لمعرفة مكونات الصورة التي يقدم بها الأستاذ الجامعي وحجم طبيعة الدور الذي تقوم به الأفلام العربية تجاه مهنة التدريس، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط بين مشاهدة الأفلام التي تتناول شخصية الأستاذ الجامعي وبين تأثيرها على مفهومة لصورة الأستاذ الجامعي لديه ، كما توصلت إلى وجود علاقة ارتباط بين مشاهدة الأفلام التي تتناول شخصية الأستاذ الجامعي والصورة التي تقدم بها الأستاذ الجامعي في أفلام السينما المصرية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

-أجمعت الدراسات السابقة على استخدام المنهج الوصفي كمنهج للتحقق من أهداف وفروض الدراسة ، واستفادت الباحثة من ذلك فى تحديد المنهج المناسب للدراسة الحالية ، لذا تتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة فى اختيار المنهج البحثى.

-اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على عينة من الشباب الجامعي ؛ نظراً لملاءمة العينة لطبية الدراسة ، واختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة ؛ حيث اختارت الباحثة عينة عشوائية من الجمهور المصري، حيث رأت الباحثة أن جميع فئات الشعب تعايشت مع الأزمة والغالبية منهم تعرضوا لمواقع التواصل الاجتماعى فى هذه الفترة من حيث المواقع الطبية والتعامل المباشرة وغير المباشر مع أفراد الطاقم الطبى، وكذلك رغبة الباحثة فى الوصول لكل الفئات والتعرف على مختلف الآراء للتعرف على الصورة الذهنية الصحيحة لدى فئات المجتمع المصرى على اختلاف طوائفه.

- اعتمدت معظم الدراسات السابقة التى اختلفت بفترة جائحة كورونا على دراسة تأثيرها النفسية والاجتماعية والسلوكية لدى المواطنين ، بينما تجاهلت معظم الدراسات المحور الفعال فى هذه الأزمة ألا وهم أفراد الطاقم الطبى وكيفية إدارتهم للأزمة ورؤية الجمهور المصرى لهذا الدور العظيم ومدى تأثيره على الصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض بعد أزمة جائحة كورونا لتى غيرت من أنماط وعادات وتقاليده المجتمع المصرى ؛ بل وأثرت على تفكيرهم وآرائهم نحو الكثير من الأمور ونحو نظرهم للحياه.

- تنوعت الدراسات السابقة فى استخدام المناهج البحثية فبعضها اعتمد على الدراسة الوصفية باستخدام أدوات الاستبيان وتحليل المضمون ، واعتمدت بعض الدراسات الأخرى لا سيما الدراسات الأجنبية على المنهج المقارن والمنهج التجريبي.

- ركزت معظم الدراسات السابقة على دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعى على الجانب النفسى أثناء جائحة كورونا ، حيث كان العامل النفسى من العوامل الهامة فى العلاج والوقاية أيضاً من المرض وتجنب التوتر والقلق والذعر الذى كان يصيب الناس ، بينما قلت الدراسات وإن شئت قلت ندرة الدراسات التى تناولت أعضاء المهن الطبية والتمريض وكيفية تعامل المواطنين معهم ورؤيتهم لهم خلال الأزمة.

الإطار النظري للدراسة:**أولاً: الصورة الذهنية**

إن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، من خلال توظيف مفهوم الصورة الذهنية ليس قاصراً على جوانب الحياة العامة ، والمواقف والأفراد والجماعات ، بل يتعداها كل جوانب الحياة البشرية ، بما فى ذلك أسلوب الحياة ، فقد تصوغ وسائل الإعلام نمط حياة من صنعها هي ، لتقدمه للجمهور على أنه الواقع الذى يجب أن يحتذى به^{٢٩}.

تعتبر وسائل الإعلام من أهم المؤسسات التى تسهم فى تشكيل الصور الذهنية فى أذهان الناس وتكوينها ، دون إغفال أن أداء الإعلام الجديد يتشكل على نحو واسع

وتكتسب هذه الوسائل أهمية كبرى في تكوين الصور الذهنية للمؤسسات والأشخاص بسبب انتشارها الواسع وقدراتها البالغة على التأثير والاستقطاب ، لا تعد الصور الذهنية نمطاً جامداً في ذهن الفرد ، بل مرنة قابلة للتحويل عبر مراحل طويلة وفقاً لما يحدث في مستوي العناصر المكونة لها من تبدل طبيعي أو مقصود ، وقد تطورت أساليب الدعاية ، وركزت على أهمية الرموز ودورها في صناعة الصور الذهنية ، وأصبحت موجهة أساساً لإثارة الغرائز^{٣٠}.

ويرى بعض الباحثين أن الصورة الذهنية هي تفاعل معرفة الإنسان بالمكان الذي يعيش فيه والعلاقات الشخصية والمعلومات التاريخية والثقافة المكتسبة^{٣١}. أما في مجال علم الاجتماع فالصورة الذهنية تعني أن إدراكها للآخرين لا يقوم على معرفة حقيقتهم في الواقع ، وإنما ما نحمله من أفكار وتصورات وتمثيلات ذهنية تنتج عنها عمليات استنتاج لا شعورية تمكننا من تشكيل انطباعات عن الآخرين بناء على أدلة (صوراً ذهنية) محدودة بشأنهم^{٣٢}.

والصورة الذهنية كما يعرفها الدليمي بأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين ، أو نظام ما ، أو شعب أو جنس بعينه ، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية ، أو دولية ، أو مهنة معينة أو شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير في حياة الإنسان ، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة ، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم ، وبغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب ، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلي ما حولهم^{٣٣}.

ويعرفها على عجوة على أنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما ، أو شعب أو جنس بعينه ، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان^{٣٤}.

الصورة الذهنية هي الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المؤسسات المختلفة، وقد تتكون على الأدلة والوثائق أو على الشائعات والأقوال غير الموثوقة، ولكنها تمثل واقعاً صادقاً من وجهة نظر من يحملها^{٣٥}.

أبعاد الصورة الذهنية:

١- البعد أو المكون المعرفي:

ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعاً ، أو قضية ، أو شخصاً ما ، وتعتبر هذه المعلومات الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناء على دقة المعارف والمعلومات التي نحصل عليها من الآخرين تكون دقة الصورة الذهنية التي نكونها عنهم^{٣٦}.

٢- البعد أو المكون الإدراكي :

وهو يربط المعرفة بالمفاهيم والثقافة الشخصية السابقة لتتحول إلي إدراك عقلي كامل ، ويتمثل بقناعة كاملة عن الجهة أو القضية^{٣٧}.

٣- البعد أو المكون الوجداني:

ويقصد به الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد ، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي ، ومع مرور الوقت تتلاشى المعارف والمعلومات التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة ، ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية^{٣٨}.

٤- البعد أو المكون السلوكي:

يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة ، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد ، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقياً أنها تعكس اتجاهاتهم في الحياة .

ثانياً: تناول الإعلامى لجائحة كورونا

لقد انتزعت جائحة فيروس كورونا (كوفيد ١٩) مركز الصدارة ضمن أجندة وسائل الإعلام العالمية من خلال تأثيرها الاستثنائي على دول العالم كافة عندما اضطرت عجلة الاقتصاد إلى التباطؤ واستحوذت على اهتمام السياسيين^{٣٩}.

تعتبر وسائل الإعلام بوجه عام هي الآلية المنوط بها توفير المعلومات وتقديم الشروح والتفسيرات بل والتصورات المستقبلية ، وأيضاً هي المسؤولة عن توعية الجماهير بالسلوك الأمثل في التعامل مع الأزمة المختلفة ، ولهذا تشير الأدبيات في مجال إدارة الأزمات إلى وسائل الإعلام بوصفها من أبرز وأهم آليات التعامل مع الأزمات والكوارث في المجتمعات^{٤٠}.

وكانت مواقع الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا بمثابة حلقة الوصل بين الجهات المعنية بإدارة الأزمات وأفراد المجتمع ، وتوضيح طبيعة الإجراءات التي تتخذها هذه الجهات بكل شفافية ووضوح ، منعا لأي غموض أو تأويلات مجافية للحقيقة ، حيث تقوم هذه المواقع في هذا السياق بنشر المعلومات الخاصة بأي أزمة أو كارثة ، ونقلها إلى الجمهور في رسالة واضحة وبسيطة ، تمكنهم من معرفة الأزمة بأبعادها المختلفة ، وإدراك ما تشكله من مخاطر وتحديات وكيفية التعامل معها^{٤١}.

كذلك من بين الأساليب الإعلامية تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس ، وهو الأسلوب الذي اتخذته منظمة الصحة العالمية (WHO) والتي تعد المسئول الأول عن الصحة في العالم ، من أهمها محاربة الأمراض والأوبئة المتوطنة وغير السارية مثل فيروس كورونا والذي اجتاح العالم في الأشهر القليلة الماضية ، لذلك اعتمدت منظمة الصحة

العالمية على توظيف استراتيجيات تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس، بغرض وضع قضية تفشي الفيروس في مقدمة أجندة أولويات الجمهور^{٤٢}.

كذلك من بين استراتيجيات التعامل الإعلامي الاستخدام الشامل لوسائل الاعلام بغرض زيادة كثافة تعرض الجماهير للمعلومات المتعلقة بـ (COVID ١٩) ، لذلك نجد أن الدول الغربية تتجه إلى الاعتماد بشكل كامل على تكنولوجيا الاتصال الحديثة بغرض التواصل مع الجماهير ، الأمر الذي يسهم بشكل كبير في نشر الوعي بين الجماهير في العالم الغربي والتي أصبحت بؤرة الفيروس ، الأمر الذي قد يحد من انتشار ذلك الفيروس والقضاء عليه في القريب العاجل^{٤٣}.

وبشكل عام ، تدرجت الدول في مستوى نشرها للمعلومات مع تطور انتشار فيروس كورونا ؛ حيث ركزت الدول في المرحلة الأولى من اندلاع الأزمة على نشر الاحتياطات الصحية العامة وأرقام الطوارئ عبر المنصات الرسمية لكن بتفاقم الأزمة ، بدأت الدول التوسع في تواجدها عبر قنوات التواصل الاجتماعي ؛ لنشر مستجدات وإحصائيات انتشار الجائحة ؛ مثل إجمالي أعداد المصابين والوفيات والتمتاتين للشفاء ، بالإضافة إلى أبرز تطورات السياسات الوطنية في ضوء تلك الأزمة. ثم تطور الأمر إلى مشاركة تلك التحديثات بصفة منتظمة عبر منصات خاصة دشنتها بعض الدول لنشر مستجدات الجائحة، مع توفير أنواع الدعم المختلفة^{٤٤}.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتنتمي هذه الدراسة إلى نوعية "البحوث الوصفية descriptive studies" التي تستهدف تحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف اجتماعي معين، ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة ما ، ووصف الظاهرة محل البحث ، وتفسيرها، وإلقاء الضوء على جوانبها المختلفة ،وفي هذا البحث يتم ذلك من خلال منهج المسح الميداني لعينة عشوائية من الجمهور المصري.

مجتمع الدراسة وعينتها:

أولاً : مجتمع الدراسة : يشمل المجتمع المصري ، وتم وصول الباحث لعينة من هذا المجتمع عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي مثل (الفيس- الواتس- والنشر في الجروبات العامة التي تتضمن فئات متعددة مختلفة التخصص والخصائص).

ثانياً : عينة الدراسة :

تمثلت في عينة من الجمهور المصري بلغ عددها ٤٥٠ مفردة ، ووزعت بطريقة عشوائية بسيطة ، وذلك بعد استبعاد عدد من الاستمارات الغير صحيحة ، ليصبح العدد الفعلي للاستمارات الصحيحة (٤٥٠) استمارة ، ويوضح جدول (١) توصيف عينة الدراسة وفقاً للنوع والسن ومحل الإقامة والمستوى التعليمي.

جدول (١)
يوضح توصيف عينة البحث

النسبة	التكرار	توصيف عينة البحث	
%٤٤,٤٤	٢٠٠	ذكر	وفقاً للنوع
%٥٥,٥٦	٢٥٠	أنثى	
%١٠٠,٠٠	٤٥٠	الاجمالي	
%٦٧,١١	٣٠٢	من ١٨ إلى ٣٠ سنة	وفقاً للسِّن
%٢١,٧٨	٩٨	من ٣٠ إلى ٥٠ سنة	
%١١,١١	٥٠	أكثر من ٥٠ سنة	
%٦٧,١١	٣٠٢	من ١٨ إلى ٣٠ سنة	
%١٠٠,٠٠	٤٥٠	الاجمالي	
%٥٤,٤٤	٢٤٥	ريف	وفقاً لمحل الإقامة
%٤٥,٥٦	٢٠٥	حضر	
%١٠٠,٠٠	٤٥٠	الاجمالي	
%١٨,٢٢	٨٢	ماجستير/دكتوراة	وفقاً للمستوي التعليمي
%٥٨,٠٠	٢٦١	مؤهل جامعي	
%٢٠,٠٠	٩٠	مؤهل متوسط	
%٣,٧٨	١٧	يقرأ ويكتب	
%١٠٠,٠٠	٤٥٠	الاجمالي	

أدوات الدراسة:

أ- استمارة الاستبانة

قامت الباحثة بتصميم استمارة استبانة كأداة لجمع البيانات الخاصة من الجمهور المصري ، وقد راعت الباحثة في الأسئلة التسلسل المنطقي والوضوح في صياغة الأسئلة ، وتم عرض الاستبانة ومقياس الصورة الذهنية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام ، وتم تطبيق الاستبانة والمقياس عبر الإنترنت على عينة الدراسة.

ب- مقياس الصورة الذهنية (من إعداد الباحثة) :

ويتكون من (٣٠) عبارة لقياس الصورة الذهنية للجمهور المصري نصفهم إيجابي والآخر سلبي نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال التناول الإعلامي لجائحة كورونا ، فكانت العبارات الإيجابية بالمقياس العبارة رقم (١٤،١٣،١١،٩،٤، ١٥، ١٦، ١٨، ٢٤، ٢٢، ٢١، ٢٠، ١٩، ٢٦، ٣٠) بالتساوي مع عدد العبارات السلبية وهم العبارة

رقم (١٧، ١٢، ١٠، ٨، ٧، ٦، ٥، ٣، ٢، ٢٧، ٢٥، ٢٣، ٢٨، ٢٩) وذلك لقياس الصورة الذهنية الصحية لأفراد عينة الدراسة.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على استخدام الجمهور المصري للشبكات الاجتماعية خلال جائحة كورونا والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض.

الحدود البشرية: تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من الجمهور المصري **الحدود الزمانية:** تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من ١٠-١-٢٠٢١ وحتى ٢٠-٣-٢٠٢١، واختارت الباحثة هذه الفترة بالتحديد حيث عايش المجتمع المصري بل والعالم أجمع أحداث وصراعات عديدة ما بين المرض والخوف من انتقال العدوى والخوف من المصير المجهول والقلق من المستقبل حيث مر المجتمع بموجة تلو الأخرى من موجات وباء كورونا، فهذه الفترة كانت كافية لقياس تأثير هذه الجائحة على الصورة الذهنية لأعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال تناول الإعلام للجائحة عبر الشبكات الاجتماعية، حيث استطاع الجمهور في هذه الفترة حشد معلومات عديدة من المصادر الطبية وغيرها عن طريق التعامل المباشر وغير المباشر، ومن ثم تكوين رأى عام حول الأزمة وطبيعة التعامل معها، مما يلزم قياس هذه الصورة التي تكونت لدى الجمهور نحو الجائحة لا سيما العنصر الفعال فيها والجدى المقاتل الذي لا يهاب الموت ألا وهما أفراد الطاقم الطبي والمعاونين.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: تناول الاعلام لجائحة كورونا عبر الشبكات الاجتماعية **المتغيرات الوسيطة:** وتتمثل في النوع (ذكور/إناث)، والإقامة (الريف/الحضر) والمؤهل الدراسي (يقرأ ويكتب - مؤهل متوسط - مؤهل فوق متوسط - مؤهل جامعي - مؤهل فوق جامعي: دراسات عليا- ماجستير- دكتوراه) والسن (٣٠:١٨)، (٥٠:٣٠)، (٥٠ فأكثر).

المتغير التابع: يتمثل في الصورة الذهنية لأعضاء المهن الطبية والتمريض لدى الجمهور المصري.

* اختباري الصدق والثبات :

بعد أن قامت الباحثة بإعداد استمارة الاستبيان أجريت عليها اختباري الصدق والثبات وذلك للتأكد من صلاحية الاستمارة لإجراء الدراسة الأساسية، وقد تم هذا على النحو التالي:

أ - اختبار الصدق :

يعني صدق الأداة نجاح أسلوب القياس في توفير المعلومات المطلوب قياسها، أي هل يقيس أسلوب القياس ما يفترض قياسه؟ وهل يوفر لنا بالفعل المعلومات المطلوبة؟ ولتحقيق درجة الصحة والصدق اتبعت الباحثة ما يلي :

١. التحليل الدقيق لوحدة الاستمارة وفئاتها وتعريفها تعريفاً دقيقاً واضحاً ، ولتحقيق هذا رجعت الباحثة إلي العديد من الدراسات السابقة للاستعانة بها.
٢. قامت الباحثة للتحقق من صدق الاستمارة في قياس متغيرات الدراسة بعرضها على مجموعة من المتخصصين في مجال الاعلام قوامها (٧) خبراء للحكم على صلاحية الاستمارة في قياس متغيرات الدراسة وتحقيق أهدافها ومراجعة العبارات والأسئلة ، ومدى كفايتها في تغطية جميع أبعاد المشكلة موضوع الدراسة ، وأجريت الباحثة التعديلات التي اقترحتها السادة محكمو الاستمارة لتصبح صالحة في صورتها النهائية .
٣. قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية علي عينة قوامها (٣٠) فرداً حيث تم تطبيق الاستمارة للحد من الغموض والأخطاء التي توجد فيها ، وكذلك للتأكد من سهولة الأسئلة واستيعابها لدى المبحوثين ، وتم تعديل بعض الأسئلة وصياغتها وفقاً لما لاحظته الباحثة أثناء التطبيق ، وتم وضع وصياغة الاستمارة في شكلها النهائي لتصبح جاهزة للتطبيق على عينة البحث .

ب- اختبار الثبات :

أجريت الباحثة اختبار ثبات التطبيق وإعادة التطبيق Test-Re-Test لقياس مدى اتساق إجابات مفردات عينة الدراسة بعد مرور فترة زمنية على إجراء الدراسة وتم ذلك من خلال إعادة تطبيق الاستمارة على (٣٠) فرداً من عينة الدراسة ومن غير العينة الأساسية ، وبعد مرور عشرة أيام من الانتهاء من الدراسة الأولى ثم تمت مقارنة إجابات المبحوثين على أسئلة الدراسة الأولى بنظيرتها في الدراسة الثانية وذلك باستخدام معامل الارتباط بين التطبيقين ، وقد بلغ معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني للاستبيان (٠,٩٢) وهو معامل ارتباط دال إحصائياً مما يشير إلى ثبات الاستبيان .

مصطلحات الدراسة:

الجمهور المصري:

يقصد به عينة أفراد الجمهور المصري المستخدمين للشبكات الاجتماعية.

الشبكات الاجتماعية :

يقصد بها مجموعة التقنيات والتطبيقات المتاحة على الشبكة العنكبوتية المبنية على أسس معينة ، والتي يستخدمها الناس لغايات التواصل والتفاعل فيما بينهم ، وتمكنهم من التعبير عن آرائهم ، والتعرف على أشخاص آخرين لمشاركة اهتماماتهم ، كما يعني هذا المفهوم جميع وسائل التواصل الإلكتروني المتاحة في القرن الحادي والعشرين ، ومن أشهر هذه المواقع الفيس بوك ، تويتر ، اليوتيوب ، المدونات، ماي سبيس ، وغيرها من المواقع التي تتيحها شبكة الإنترنت.

جائحة كورونا Corona pandemic :

تعتبر الجائحة أعلى درجات انتشار المرض وفق الطبيعة الجغرافية بحيث إنه لا تكاد تخلو منطقة من التأثير المباشر منه ، مما يتطلب تدخلات مباشرة وإشراف من قبل المنظمات الدولية وخاصة منظمة الصحة العالمية ؛ لمتابعة الإجراءات الوقائية وتحديد السياسات الصحية العالمية ، إذ تعتبر المنظمة صاحبة اليد العليا في رسم ملامح التعاطي مع الجائحة على المستوى العالمي^{٤٥} .
أولاً: النتائج العامة للدراسة:

جدول (٢)

يوضح مدى متابعة المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية

المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	٢٥٢	٥٦,٠٠%
أحياناً	١٧٣	٣٨,٤٤%
نادراً	٢٥	٥,٥٦%
الاجمالي	٤٥٠	١٠٠,٠٠%

يتضح من جدول (٢) ما يلي :

- ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يتابعون مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل دائم ؛ حيث بلغت نسبتهم (٥٦,٠٠%) ، وهو ما يمثل أكثر من نصف عينة الدراسة مئوية بلغت ، مقابل (٣٨,٤٤%) من عينة الدراسة يتابعون مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل غير دائم ، بينما جاءت في الترتيب الأخير عبارة أتابعها (نادراً) بنسبة مئوية بلغت (٥,٥٦%) ، مما يشير ذلك إلى أن استخدام غالبية الجمهور المصري لهذه المواقع أصبح عادة اتصالية يومية يقومون بها لدوافع متعددة وهو ما يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت إحدى وسائل الإعلام الرئيسية في حياة الشباب ، يستخدمونها لإشباع العديد من الرغبات ولتحقيق عدة حاجات لديهم باختلاف السمات الشخصية والحاجات الاجتماعية والنفسية لكل فرد.

وتتفق هذه النتائج ودراسة (أميمة أحمد رمضان^{٤٦} ٢٠١٨) التي توصلت إلى ارتفاع نسبة المبحوثين عينة الدراسة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم حيث بلغت نسبتهم (٥٧,٢٥%) بالنسبة للعينة الكلية ، في حين جاء نسبة الاستخدام نادراً (٦,٢٥%) ، كما تتفق ودراسة (أحمد حسين محمد^{٤٧} ٢٠١٢) التي توصلت إلى أن ٦٦,٥% من عينة الدراسة يتصفحون المواقع الاجتماعية يومياً ، وأن ٨٦,٧% منهم يستخدمون الفيس بوك .

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من النظام والروتين اليومي للأفراد ، خاصة مع انتشار التكنولوجيا الحديثة التي أصبحت متاحة للجميع لا سيما بين أوساط الشباب في المراحل العمرية المختلفة ، فضلاً عما

تتيح وسائل الاتصال الحديثة من السرعة والأنية وحرية إبداء الرأي ، والتعرف على وجهات النظر المختلفة ، بل ومشاركة الآخرين مواقفهم وأحداثهم والتفاعل معها ، فكل ذلك يفسر الاستخدام الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ، حيث ذكرت الكثير من الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيس بوك تعتبر أداة للتواصل ومشاركة الآراء والمعلومات ، لذلك من الضروري وجود القوانين والضوابط التي تنظم عملية النشر على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لمنع الأكاذيب والإدعاءات.

جدول (٣)

معدل التعرض للأخبار والمعلومات عبر مواقع الشبكات الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	المعدل
٤٧,١١٪	٢١٢	دائماً
٤٥,٥٦٪	٢٠٥	أحياناً
٧,٣٣٪	٣٣	نادراً
١٠٠,٠٠٪	٤٥٠	الإجمالي

يتضح من جدول (٣) ما يلي :

- جاء في الترتيب الأول من حيث معدل التعرض للأخبار والمعلومات عبر مواقع الشبكات الاجتماعية (دائماً) بنسبة مئوية بلغت (٤٧,١١٪) ، بينما جاءت في الترتيب الثاني (أحياناً) بنسبة مئوية بلغت (٤٥,٥٦٪) ، بينما جاءت في الترتيب الأخير (نادراً) بنسبة مئوية بلغت (٧,٣٣٪) .

واختلفت نتائج هذه الدراسة إلى حد ما مع دراسة (سارة عبد العزيز ٢٠١٦م^{٤٨}) التي توصلت إلى أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيس بوك (بكتافة متوسطة) ، حيث بلغت نسبتهم (٥٥,٥٧٪) ، بينما بلغت نسبة من يستخدمون موقع الفيس بوك (بكتافة مرتفعة) (٢٩,٧٥٪) ، بينما تتفق مع دراسة (أحمد يونس ٢٠١٣م) التي ذكرت أن (٩٦٪) من المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية ، حيث تصدر الفيس بوك المرتبة الأولى من حيث أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً.

كما تتفق هذه النتائج مع دراسة^{٤٩} (جيهان حسن ٢٠١٤م) التي توصلت إلى أن المبحوثين يحرصون بشكل كبير على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم ، وهو ما يتفق أيضاً مع دراسة (نورهان محمد ٢٠١٦م) التي توصلت إلى أن كثافة التعرض لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك مرتفعة بنسبة (٦٧,٨٪) . وهذا ما أكدت عليه أيضاً دراسة^{٥٠} (سلوى أبو العلا ٢٠١٥م) في دراستها ، حيث ذكرت أن معدلات التصفح اليومية لموقع الفيس بوك في ارتفاع مستمر حيث تقضي عينة الدراسة أكبر وقت في تصفحه.

جدول (٤)
درجة تعرض الجمهور المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا

الترتيب	النسبة المئوية	الدرجة المقدرة	التكرار				العبارات	م
			لا أتابعها	أتابعها بدرجة ضعيفة	أتابعها بدرجة متوسطة	أتابعها بدرجة كبيرة		
١	89.50	1611	8	26	113	303	الفيس بوك	١
٧	47.39	853	203	124	90	33	تويتر	٢
٢	73.89	1330	49	59	205	137	اليوتيوب	٣
٩	41.28	743	262	107	57	24	المدونات	٤
١١	37.72	679	269	133	48	-	الفليكر (موقع للصور)	٥
١٠	38.06	685	279	115	48	8	ماي سبيس	٦
٨	41.33	744	228	158	56	8	الواتساب	٧
٦	53.39	961	156	141	89	64	انستجرام	٨
٥	55.67	1002	156	100	130	64	جوجل بلس Google-plus	٩
١٢	36.78	662	295	98	57	-	لينكد إن Linked in	١٠
٤	56.11	1010	148	108	130	64	فيديوهات البث المباشر	١١
٣	64.61	1163	73	115	188	74	مواقع الصفحات الإخبارية	١٢
	52.98	11443					الدرجة الكلية	

يتضح من جدول (٤) ما يلي :

- تراوحت النسبة المئوية لدرجة تعرض الجمهور المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية في ظل جائحة كورونا ما بين (٣٦,٧٨٪ : ٨٩,٥٠٪) ، كما جاءت النسبة المئوية لمعدل التعرض (٥٢,٩٨٪) ، وهو ما يشير إلى تعدد وتنوع مصادر الحصول على معلومات أزمة فيروس كورونا؛ الأمر الذي يعود إلى رغبة الجمهور المصري في تكوين صورة كلية عامة عن طبيعة التطورات اليومية المتلاحقة الخاصة بانتشار فيروس كورونا ، وكذلك معرفة دور أعضاء المهن الطبية والتمريض لمواجهة فيروس كورونا، سواء على المستوى المصري أو العالمي؛ نظراً لارتباط الفيروس بطبيعة الوجود الإنساني ذاته وما يمثله من خطر يهدد الصحة العامة وحياة الإنسان، وقد يؤدي إلى الوفاة، كما حدث مع ملايين الأفراد حول العالم ، وبناء على ذلك تنوعت مصادر المعرفة المستخدمة خلال جائحة كورونا؛ حيث جاء في الترتيب الأول (الفيس بوك) وهو من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً نظراً لتعدد مميزاته ، يليه في الترتيب الثاني اليوتيوب ؛ وقد يرجع ذلك إلى سهولة استخدامه من قبل فئات لمجتمع المختلفة ، وكذلك سهولة التعامل معه والتعرف من خلاله على كل ما هو جديد بشأن فيروس "كورونا"، بينما جاءت صفحات المواقع الإخبارية في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (64.61) ، مما يشير إلى أهمية تلك

المواقع في الحصول على المعلومات المتعلقة بأزمة فيروس كورونا، وهو أمر طبيعي في ظل زيادة التطبيقات الإخبارية وانتشارها، إضافة إلى ما يميزها من سرعة نشر كافة تفاصيل المعلومات المتعلقة بالفيروس ونقلها، إضافة إلى ميزتها في أنها تدعم معلوماتها بالصوت والصورة والإنفوجراف؛ الأمر الذي يعطي فرصاً أكبر في المعرفة الموسعة بكل تفاصيل أزمة كورونا. بينما جاء في الترتيب الأخير (لينكد إن. Linked in) .

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (حنان عبده الوهاب عبد الحميد ٢٠٢٠) التي توصلت إلى أن أنماط التعرض لبيئة وسائل الإعلام لدى عينة الجمهور المصري تمثلت في "شبكات التواصل الاجتماعي" في الترتيب الأول على مستوى التعرض المنتظم بنسبة بلغت ٨٨,٥%، تليها المواقع الإخبارية بنسبة بلغت ٦٧,٨%، كما تتفق ودراسة (محمود رمضان أحمد^١ ٢٠١٨) حيث تصدر موقع "الفييس بوك" مقدمة أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض من خلالها الجمهور المصري والسعودي للشائعات بنسبة ١٨%، بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (إيمان عاشور سيد ٢٠٢٠^٢) والتي توصلت إلى أن الترتيب الأول بالنسبة لدرجة تعرض الجمهور المصري لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي جاء من نصيب "الواتساب"؛ حيث حصل على وزن نسبي (٩٠,٤٣) ، يليه في الترتيب "الفييس بوك" بوزن نسبي (٨٣,٤٥) ، وترجع الباحثة هذا الاختلاف إلى طبيعة موضوع الدراسة وتوقيت تطبيقها.

وتتفق أيضاً نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (وليد أحمد إبراهيم ٢٠١٥) حيث بينوا أن الفييس بوك جاء في مقدمة ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على الأحداث والمعلومات الجارية.

كما تتفق نتائج هذه الدراسة أيضاً مع دراسة (رباب رأفت الجمال ٢٠١٢^٤) التي توصلت إلى أن أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضلها المبحوثون في متابعة الأحداث السياسية في مصر كانت شبكة الفييس بوك في المركز الأول ، يليها في المركز التاني التويتر ، بنسبة بلغت ٤٥,٩% ، وهو ما يتفق أيضاً مع ما توصلت إليه دراسة (أشرف جلال حسن ٢٠١٢^٥) التي توصلت إلى أن (الفييس بوك - اليوتيوب - ماي سبيس) من المواقع الاجتماعية التي تأتي في مقدمة المواقع التي تفضل عية الدراسة استخدامها. كما اتفقت هذه النتائج مع ما أشارت إليه (أمل متولى دراز ٢٠١٤^٦) في دراستها التي توصلت إلى أن نسبة ٣٦,٥% من أفراد العينة يفضلون موقع الفييس بوك باعتبار الأكثر انتشاراً واستخداماً بين الشباب ، وهو ما يتفق أيضاً مع ما توصلت إليه دراسة (B, Mbaum 2008^٧) حيث أشارت إلى أن نسبة ٦٠% من الطلاب عينة الدراسة تفضل استخدام موقع الفييس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي الهامة وسهلة الاستخدام بالنسبة لهم.

جدول (٥)

الطرق التي يتم التفاعل بها مع المحتوى المقدم عن جائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الطرق
21.33%	96	اكتفى بالإعجاب
24.89%	112	أضع تعليق مبدياً فيه وجهة نظري
17.78%	80	أقوم بمشاركة المنشور مع الأصدقاء
37.33%	168	اكتفى بالمتابعة فقط ولا أعبّر عن وجهة نظري
19.56%	88	أناقش فيها مع الأصدقاء مبدياً وجهة نظري
100.00%	٤٥٠	اجمالي عدد العينة

يتضح من جدول (٥) ما يلي :

- تنوعت وتعددت طرق التفاعل مع المحتوى المقدم عن جائحة كورونا ؛ واحتلت الترتيب الأول (اكتفى بالمتابعة فقط ولا أعبّر عن وجهة نظري) بنسبة مئوية بلغت (٣٧,٣٣٪) ، يليها في الترتيب الثاني (أضع تعليق مبدياً فيه وجهة نظري) بنسبة مئوية بلغت (24.89%) ، (بينما جاءت في الترتيب الاخير (أقوم بمشاركة المنشور مع الأصدقاء) بنسبة مئوية بلغت (١٧,٧٨٪) . وهو ما يشير إلى تعدد وتنوع طرق وأشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تمثلت في (، المتابعة ، الإعجاب ، قراءة التعليقات ، المشاركة، التعليق، تبادل الرسوم والصور).

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة أميمة أحمد رمضان (٢٠١٨) التي توصلت إلى أن أكثر الطرق استخداماً للتفاعل مع المضامين (اكتفى بالإعجاب) وذلك بنسبة مئوية بلغت 67.50% ، يليها عبارة (اكتفى بالمتابعة فقط ولا أعبّر عن وجهة نظري) بنسبة 33.25%، ثم (أقوم بمشاركة المنشور مع الأصدقاء) بنسبة 32.00% ، وأخيراً عبارة (أقوم بإرسال مواقف كوميدية مشابهة إلى الصفحة لنشرها) بنسبة 11.25%.

وتتفق نتائج الجدول السابق مع ما توصلت إليه دراسة (سارة عبد العزيز ٢٠١٦) والتي خلصت إلى أن عبارة (مجرد المشاهدة Just see) جاءت في المرتبة الأولى ، يليها عبارة (الإعجاب like) في المرتبة الثانية ، بينما جاءت عبارة المشاركة share في الترتيب الثالث ، في حين جاءت عبارة (التعليق) في المرتبة الأخيرة ، كما تتفق نتيجة هذه الدراسة أيضاً مع ما أشارت إليه دراسة (غادة واكد ٢٠١٣) حيث توصلت إلى أن "الإعجاب" جاء في مقدمة أساليب تفاعل المبحوثين مع الرسوم الكاريكاتيرية على الفيس بوك بنسبة بلغت (٣٨,٧٪) ، ثم "المشاركة" في المرتبة الثانية بنسبة (٣٥,١٪) ، ثم التعليق في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٦,٢٪.

كما تتفق هذه النتيجة أيضاً ودراسة (سلوى أبو العلا ٢٠٢٠) حيث بينت أن أكثر طريقة مستخدمة للتفاعل مع الرسوم الساخرة بالصفحات محل الدراسة هي الاكتفاء بالاطلاع على الرسوم الساخرة المطروحة بالصفحة بنسبة ٩٨٪ حيث فئة دائماً ٤١٪

وأحياناً ٥٧٪ ، يليها إبداء الإعجاب بالرسم الساخر بالضغط على Like وذلك بنسبة ٩٧٪، أما في المرتبة الثالثة فيفضل المبحوثون قراءة تعليقات الزوار بنسبة ٩٥٪.

جدول (٦)

أسباب ودوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب والدوافع
58.67%	264	لمعرفة آراء الأطباء حول الوقاية من الفيروس
49.78%	224	لمعرفة تفاصيل انتشار الفيروس وخلفياته
35.56%	160	لإزالة الرهبة والقلق من الوباء
37.33%	168	لمعرفة تجارب الآخرين حول الوقاية من فيروس كورونا
39.11%	176	لمعرفة تطورات الوباء في مصر والعالم
30.22%	136	للحصول على معلومات جديدة عن الوباء
28.44%	128	لمعرفة الإجراءات الرسمية للحد من الفيروس
40.89%	184	لمعرفة كيفية الحفاظ على صحتي وصحة أسرتي
24.89%	112	معرفة آراء الأفراد حول الوقاية من الفيروس
32.00%	144	لمعرفة تطور أعداد الإصابات والوفيات بمصر والعالم
100,00%	٤٥٠	اجمالي عدد العينة

يتضح من جدول (٦) ما يلي:

- تعددت وتنوعت دوافع وأسباب استخدام الجمهور المصري للشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا، حيث جاء في الترتيب الأول (لمعرفة آراء الأطباء حول الوقاية من الفيروس) بنسبة مئوية بلغت (٥٨,٦٧٪) ، وهذا يعني ثقة المبحوثين بآراء ومعلومات الأطقم الطبية وهيئة التمريض ، والتي جاءت في الصدارة مما يدل على أهمية دور الاطقم الطبية بالنسبة لعينة الدراسة كمصدر لمعلوماتهم حول فيروس كورونا المستجد ؛ مما يفسر ذلك الصورة الذهنية الإيجابية المتكونة لدى المبحوثين نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض ومدى تقدير الجمهور لهم ولدورهم في مواجهة الوباء وحرصهم على الاستفادة من تجاربهم ، واحتلت الترتيب الثاني عبارة (لمعرفة تفاصيل انتشار الفيروس وخلفياته) بنسبة مئوية بلغت (49.78%) ، مما يشير ذلك إلى أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية التي يفضل الجمهور المصري متابعتها ، ودورها في تقديم معلومات وافية حول أزمة فيروس كورونا ، لأن الجمهور إذا لم يجد جميع ما يحتاجه ويشبع رغبته في هذه الوسيلة حتمًا سيبحث عن وسيلة غيرها وقد زاد هذا من حرص وسائل الإعلام المختلفة على التنافسية وتلبية رغبات واحتياجات الجمهور وخاصة في تناول الإعلامي للقضايا والأزمات، حتى تصير هذه الوسيلة هي الأولى بالنسبة لجمهورها ؛ وذلك يدل على استمرارية الأزمة وظهور تحديثات متعلقة بها يوميًا سواءً على الصعيد المحلي أو العالمي واهتمام الجمهور المصري بالتغطية الإعلامية لجائحة كورونا ، وجاءت في

الترتيب الاخير (معرفة آراء الأفراد حول الوقاية من الفيروس) بنسبة مئوية بلغت (٢٤,٨٩٪).

كما ذكر العينة أسباب ودوافع أخرى منها (قلة الجرائد والمجلات - الجمهور يريد أن يعيش اللحظة ومعرفة كل شئ في وقته - السوشيال ميديا جعلتنا في خضم الاحداث الانية والمتابعة اللحظية لكل من يحدث علي أرض الواقع - للتهكم والسخرية).

وتتقارب هذه النتيجة إلى حد كبير مع دراسة (حنان عبد الوهاب عبد الحميد ٢٠٢٠) والتي توصلت إلى أن الدوافع المعرفية جاءت في الترتيب الأول من إجمالي دوافع التعرض، وتمثلت في معرفة تطورات الوباء في مصر والعالم بنسبة ٩٤,٧ ٪، والحصول على معلومات جديدة عن الفيروس بنسبة ٩٤,٢ ٪، ومعرفة تفاصيل انتشار الفيروس وخلفياته ، ٪ بنسبة ٩٠,٦ ٪، ولمعرفة الإجراءات الرسمية للحد من الفيروس بنسبة ٨٩,٦ ٪، ومعرفة أعداد الإصابات والوفيات في مصر والعالم بنسبة ٨٢,٦ ٪.

بينما تختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (إيمان عاشور ٢٠٢٠) ؛ حيث ذكرت أن الدوافع والأسباب التي جاءت معبرة عن رأي الجمهور المصري في ظل جائحة كورونا جاءت في الترتيب الأول عبارة (التواصل مع الآخرين بوزن نسبي بلغ (٩٥,٦٢)، في حين جاء في الترتيب الثالث (لمتابعة أهم الأزمات والقضايا حول العالم مثل أزمة فيروس كورونا ، وقد يرجع هذا الاختلاف إلى طبيعة الدراسة واختلاف توقيت تطبيقها وكذلك اختلاف الدوافع والاسباب في كلاً من الدراستين.

جدول (٨)

مدي ثقة المبحوثين فيما تقدمه الشبكات الاجتماعية من أخبار ومعلومات

النسبة المئوية	التكرار	مدي الثقة
٪٢٠,٠٠	٩٠	أثق بدرجة كبيرة
٪٦٥,٣٣	٢٩٤	أثق بدرجة متوسطة
٪١٢,٨٩	٥٨	أثق بدرجة ضعيفة
٪١,٧٨	٨	لا أثق
٪١٠٠,٠٠	٤٥٠	الإجمالي

يتضح من جدول (٨) ما يلي :

- جاء في الترتيب الاول من حيث مدي ثقة المبحوثين فيما تقدمه الشبكات الاجتماعية من أخبار ومعلومات (أثق بدرجة متوسطة) بنسبة مئوية بلغت (٦٥,٣٣) ٪، بينما جاءت في الترتيب الثاني (أثق بدرجة كبيرة) بنسبة مئوية بلغت (٢٠,٠٠) ٪، بينما جاءت في الترتيب الثالث (أثق بدرجة ضعيفة) بنسبة مئوية بلغت (١٢,٨٩) ٪، بينما جاءت في الترتيب الاخير (لا أثق) بنسبة مئوية بلغت (١,٧٨) ٪. وهو ما يشير إلى أن ليست كل الأخبار والمعلومات التي يتم تناولها على مواقع التواصل الاجتماعي مصدر ثقة بالنسبة

للمتابعين ، ويتوقف هذا على نوعية المضمون والجهة التي تصدر عنها الأخبار والموضوعات التي تهتم معظم متابعي الشبكات الاجتماعية.

وتتفق نتائج الجدول السابق مع دراسة (فودة محمد على ٢٠٢٠٦٢) التي توصلت إلى أن أكثر من نصف عينة الدراسة يثق بدرجة متوسطة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي من اخبار ومعلومات حيث بلغت نسبتهم (٦٠,٣٪) ، ونسبة ٤٪ لا يتقنون فيها ، ونسبة ١,٧٪ لا يتقنون فيها مطلقا ، بينما تختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (إسلام عثمان ٢٠١٣) والتي توصلت إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يتقنون إلى حد ما بمضمون المواد السياسية عبر موقع الفيس بوك ، كما تتفق ودراسة (غادة واكد ٢٠١٣) التي أشارت إلى أن (٢٣,٨٪) من الباحثين أعربوا عن ثقتهم في الأخبار والمعلومات والآراء التي تقدمها صفحات الفيس بوك ، بينما أعرب ٦١٪ منهم عن ثقتهم فيها إلى حد ما ، بينما تختلف هذه النتائج مع دراسة Katharina Kleinen von (2011)⁶³ ، حيث توصلت الدراسة إلي أن نسبة ٥٥٪ من أفراد عينة الدراسة يتقنون فيما تقدمه البرامج الساخرة من معلومات إخبارية.

جدول (٩)

أسباب عدم ثقة الباحثين في المحتوى المقدم عبر الشبكات الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
39.11%	176	التحيز في بعض الآراء
46.22%	208	تبالغ في تفسير المواقف والأحداث
19.56%	88	التشدد في معالجة القضايا والأزمات
31.78%	143	التناقض في عرض الموضوعات
32.00%	144	تقدم الصورة السلبية في الأحداث لإثارة الرأي العام
24.89%	112	تعرض القضية والحدث من وجهة نظر واحدة
24.44%	110	مصادرها للأخبار مجهلة في الغالب
17.78%	80	تعتمد في تفسير الموضوعات على معلومات هشة ليست موثقة بالأدلة
١٠٠,٠٠٪	٤٥٠	اجمالي عدد العينة

ينضح من جدول (٩) ما يلي :

- تعددت وتنوعت أسباب عدم ثقة الباحثين في المحتوى المقدم عبر الشبكات الاجتماعية ؛ حيث جاء في الترتيب الأول عبارة (تبالغ في تفسير المواقف والأحداث) بنسبة مئوية بلغت (٤٦,٢٢٪) ، يليها في الترتيب الثاني عبارة (التحيز في بعض الآراء) بنسبة مئوية بلغت (39.11%) ، بينما جاءت في الترتيب الثالث عبارة (تقدم الصورة السلبية في الأحداث لإثارة الرأي العام) بنسبة مئوية بلغت (32.00%) ، بينما جاءت في الترتيب الأخير عبارة (تعتمد في تفسير الموضوعات على معلومات هشة ليست موثقة بالأدلة) بنسبة مئوية بلغت (١٧,٧٨٪) ، بينما أجاب بعض الباحثين بأن هناك أسباب أخرى لعدم ثقتهم في المحتوى المقدم عبر الشبكات الاجتماعية منها (عدم توافر عنصر

المصداقية في بعض المضامين المقدمة على صفحات السوشيال ميديا - ومعظم المنتشر مخلط بأراء سياسية للكثير من الأفراد) ، كما ذكر بعض المبحوثين أسباب اخرى منها (يوجد أشياء غير محبذة وموضوعات جادة تدخل في نطاق السخرية ولا يمكن التسلية بها في الشبكات الاجتماعية داخل مصر ، لذلك وجب التأكد من صحة كل ما يعرض فيها .- تعتمد علي اثاره الرأي العام والبلبله من باب جذب أكبر عدد من المتابعين – إطلاق عناوين هدفها إثارة الخوف والرعب ولا علاقة لها بالمحتوى التابع لها).

وتتقارب نتائج الجدول السابق مع ما توصلت إليه دراسة (ريحاب سامي لطيف محمد ٢٠٢٠) والتي ذكرت من أسباب عدم ثقة المبحوثين في المعلومات المقدمة عبر وسائل الإعلام الجديد كانت لأجل (كثرت المعلومات والأخبار المفبركة في هذه الوسائل) ، بنسبة مئوية بلغت (٧٤,٨٪) يليها عبارة (لا استطيع التأكد من المعلومات ومصادرها) بنسبة مئوية بلغت (٦٣,٦٪) ، بينما تختلف نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (غادة واكد ٢٠١٣) التي أشارت إلى تنوع أسباب عدم ثقة المبحوثين في الأخبار والمعلومات والآراء التي تقدمها صفحات الفيس بوك حيث جاء (لأنها تغلب عليها الشائعات) في مقدمة هذه الأسباب بنسبة ٧٦٪ ، يليها (لأن معلوماتها غير موثقة) ، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة (لأنها تهتم بالخلافات وتزيد من الصراعات بين المستخدمين) بنسبة ١٢٪ .

وترى الباحثة في إطار عرض النتائج السابقة أن المبحوثين يختلفون في ترتيب أسباب عدم ثقتهم في المحتوى المقدم عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ، ولكنهم يتفقون حول الأسباب الرئيسية لعدم ثقتهم بها ، والتي تمثلت في (المبالغة في عرض ومناقشة الأحداث ، غلبة الشائعات عليها ، أنها تقدم من مصادر غير موثقة بالأدلة ، ويرجع ذلك إلى اختلاف المعايير التي يحكم الشخص من خلالها علي الأشياء ، وقد تختلف أيضاً باختلاف توجهات الشخص، ومدى انتماءه الحزبي ، لأنها تعكس شخصيته وهويته، ومدى أهمية الموضوع بالنسبة له ، وكذلك تختلف حسب الهدف من التعرض.

جدول (١٠)

كيفية تعبير وسائل الإعلام عبر الشبكات الاجتماعية عن صورة الطبيب وهيئة التمريض أثناء جائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الكيفية
19.56%	88	مقصر في عمله
55.11%	248	يقوم بواجبه على أكمل وجه
51.56%	232	يتحدى الصعاب ويواجه الموت من أجل معالجة مصابي كورونا
2.44%	11	يهرب من مسئولتيه وواجبه خوفاً على نفسه وأسرته
14.22%	64	السخرية من أدائه المهني
15.78%	71	مصدر للعدوى والوباء يجيب تجنب التعامل معه
14.22%	64	غير متعاون في عمله مع المصابين
40.89%	184	يحارب لمواجهة الوباء رغم ضعف الإمكانيات
6.89%	31	يستغل أزمة كورونا لتحقيق مكاسب مادية
100.00%	٤٥٠	اجمالي عدد العينة

يتضح من جدول (١٠) ما يلي :

- تصدرت عبارة (يقوم بواجبه على أكمل وجه) الترتيب الأول من حيث كيفية تعبير وسائل الإعلام عبر الشبكات الاجتماعية عن صورة الطبيب وهيئة التمريض أثناء جائحة كورونا) بنسبة مئوية بلغت (٥٥,١١%) ، وهو ما يشير إلى تقدير المواطنين لدور الأطباء في هذه الفترة الزمنية الصعبة واعترافهم بصعوبة الأعمال الموكلة إليهم ومهامهم المتعددة بمستشفيات العزل ، وجاءت في الترتيب الثاني عبارة (يتحدى الصعاب ويواجه الموت من أجل معالجة مصابي كورونا) بنسبة مئوية بلغت (51.56%) ، مما يعكس ذلك مدي وعي المجتمع المصري وإدراكه بالدور الذي قام به أعضاء المهن الطبية والتمريض لمواجهة جائحة كورونا ، واحتلت الترتيب الثالث عبارة (يحارب لمواجهة الوباء رغم ضعف الإمكانيات) ، وهي نتيجة منطقية ومكملة للعبارات السابقة ، حيث اعتبرت الدولة الطاقم الطبي جنود في ساحة القتال ؛ وكأنهم في حالة حرب لا يجب عليهم التخلي عن المعركة حتى آخر لحظة ؛ بل وأطلق عليهم لقب "الجيش الأبيض" إيماناً بدورهم العظيم والقيادي نحو المواطنين والمرضى والمصابين ، لمواجهة العدو الغير مرئي ألا وهو فيروس كورونا ، وفي المقابل جاءت في الترتيب الأخير عبارة (يستغل أزمة كورونا لتحقيق مكاسب مادية) بنسبة مئوية بلغت (٦,٨٩%) ، كما ذكر بعض أفراد عينة الدراسة عبارات أخرى منها خوف بعض الأطباء وعدم قدرتهم على القيام بعملهم على أكمل وجه ، وأيضاً إخفاء بعض وسائل الاعلام لبعض الحقائق ، كما ذكر بعض المبحوثين أنه بالرغم من الأشادة التي قدمتها معظم الشبكات الاجتماعية إلا أنه ظهر نقد كبير لأطباء وممرضين نتيجة لضغط العمل وحوادث أدت إلى انهيار بعضهم ، وكذلك وصفتهم بعض وسائل الإعلام بالتعنت في العمل .

جدول (١١)

درجة التأثير بصورة الأطقم الطبية المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	درجة التأثير
54.22%	٢٤٤	تأثرت بدرجة كبيرة
38.22%	١٧٢	تأثرت بدرجة متوسطة
5.56%	٢٥	تأثرت بدرجة ضعيفة
2.00%	٩	لم أتأثر على الإطلاق
100,00%	٤٥٠	الاجمالي

يتضح من جدول (١١) ما يلي :

- يتبين من خلال نتائج الجدول السابق تأثر الجمهور المصري بشكل كبير بصورة الأطقم الطبية المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية ؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة (تأثرت بدرجة كبيرة) بنسبة مئوية بلغت (٥٤,٢٢٪) ، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بطبيعة الفترة الزمنية واللحظات الحرجة التي مر بها المجتمع المصري والتي انعكست نتائجها على الصورة الذهنية لدى المواطنين نحو الأطقم الطبية ، حيث أعاد البعض نظرهم إلى الأطباء والتمريض بعدما شعروا بحجم الخوف والقلق والرعب المحاط بهم ، فكان الطاقم الطبي مصدر الأمان بالنسبة لهم ، وليس إلى هذا الحد فقط فكان هؤلاء مصدر المعلومة الأساسية بالنسبة لهم ، حيث أشارت العديد من الدراسات أن المعلومات المأخوذة من الطاقم الطبي ذات مصداقية عالية من قبل المواطنين بينما جاءت في الترتيب الثاني (تأثرت بدرجة متوسطة) بنسبة مئوية بلغت (٣٨,٢٢٪) ، بينما جاءت في الترتيب الثالث (تأثرت بدرجة ضعيفة) بنسبة مئوية بلغت (٥,٥٦٪) ، بينما جاءت في الترتيب الأخير (لم أتأثر على الإطلاق) بنسبة مئوية بلغت (٢,٠٠٪) .

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن طبيعة الفترة التي عايشها المجتمع أثرت في الجميع بشكل كبير ، وانطلقت صفحات الأطباء ومواقع البث المباشر لهم لإملاء تعليماتهم والواجبات الاحترافية للمواطنين ، فكان التأثير بهذه الأطقم لا خيار فيه ؛ فرضته طبيعة الظروف الصعبة ، أصبحت صفحات ومواقع الأطباء من أكثر الصفحات متابعة ، انطلقت صفحات "طبيبك اون لاين" وكذلك واصل الأطباء متابعة حالات العزل المنزلي للمصابين فكان وجودهم وبصماتهم علامة سيذكرها التاريخ كثيرا .

جدول (١٢)
كيفية التأثير بالصورة المقدمة عن الطبيب وهيئة التمريض المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الكيفية
28.44%	128	الحرص عند التعامل معهم وتجنبهم قدر الإمكان
53.11%	239	أقدر دورهم الصعب وأحاول مساعدتهم
3.56%	16	جعلتني أسخر من أدايمهم ومواقفهم المهنية
42.67%	192	أشارك مواقفهم البطولية وافتخر بهم
24.89%	112	أصبحت ادعمهم وأتعاطف معهم
5.11%	23	جعلتني أشعر بالخوف والقلق عند التعامل معهم
7.11%	32	جعلتني امتنع عن التعامل معهم إلا في الضرورة
42.67%	192	استمع لنصائحهم وتعليماتهم بشأن الوقاية من الفيروس
33.56%	151	تغيرت معاملتي مع الأطقم الطبية للأفضل
1.78%	8	تغيرت معاملتي مع الأطقم الطبية للأسوأ
100.00%	٤٥٠	اجمالي عدد العينة

يتضح من جدول (١٢) ما يلي :

- جاء في الترتيب الأول من حيث كيفية التأثير بالصورة المقدمة عن الطبيب وهيئة التمريض المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية (أقدر دورهم الصعب وأحاول مساعدتهم) بنسبة مئوية بلغت (٥٣,١١٪) ، وجاءت في الترتيب الثاني عبارة (أشارك مواقفهم البطولية وافتخر بهم) ، وعبارة (استمع لنصائحهم وتعليماتهم بشأن الوقاية من الفيروس) بنسبة مئوية بلغت (42.67٪) ، واحتلت الترتيب الثالث عبارة (تغيير معاملتي مع الأطقم الطبية للأفضل) بنسبة مئوية بلغت (33.56٪) ، بينما جاءت في الترتيب الرابع عبارة (الحرص عند التعامل معهم وتجنبهم قدر الإمكان) ، وقد يكون ذلك خوفاً من انتقال العدوى إليهم عند الاحتكاك المباشر بهم ، وجاءت في الترتيب الخامس عبارة (أصبحت ادعمهم وأتعاطف معهم) بنسبة مئوية بلغت (24.89٪) بينما جاءت في الترتيب الأخير عبارة (تغيرت معاملتي مع الأطقم الطبية للأسوأ) بنسبة مئوية بلغت (١,٧٨٪) .

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن جائحة كورونا أوجدت أحداث جديدة كان بطلها الأول أفراد الطاقم الطبي جميعهم أطباء وتمريض ومعاونين ، حيث كان الأطباء هم المصدر الأول للحصول على المعلومات عن جائحة كورونا كما ذكرت دراسة (ريحاب سامي لطيف محمد ٢٠٢٠) أن ٨٦٪ من عينة الدراسة يرون أن أهم المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بفيروس كورونا، الأطباء .

- كما ذكر بعض أفراد العينة عبارات أخري منها (أنهم يستحقوا كل التقدير والاحترام والاشادة بمواقفهم البطولية – أنهم لا يهابون الموت فهم جنود فى ساحة القتال يعملون بكل ما يملكون من طاقة وجهد وإمكانيات – اصبحت أكثر حياً لهم وتعاوناً معهم).

جدول (١٣)

صورة المهن الطبية وهيئة التمريض خلال جائحة كورونا كما تناولتها الشبكات الاجتماعية

م	العبارات	التكرار			النسبة المئوية	الترتيب
		مؤيد	محايد	معارض		
١.	يرسخ الإعلام الإلكتروني سمات مشوهة عن الأطقم الطبية والتمريض في التعامل مع الأزمات	165	106	179	67.70	٢٦
٢.	أثرت الصورة المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية عن الأطقم الطبية بالسلب على التعامل معهم.	148	157	145	66.44	٢٧
٣.	يستغلون الأزمة لتحقيق مصالح شخصية والضغط علي الدولة لتحسين أوضاعهم	65	156	229	78.81	١٨
٤.	جعلتني أعظم واقدر دورهم البطولي عن طريق إبراز مجهوداتهم الصعبة في مواجهة الوباء	344	74	32	89.78	٩
٥.	قدمت صورة منقوصة عن مجهودات الأطقم الطبية في التعامل مع الأزمات.	147	189	114	64.22	٢٨
٦.	جعلتني أفقد الثقة والمصداقية في أداؤهم المهني.	58	173	219	78.59	١٩
٧.	أتجنب الاقتراب منهم والتعامل معهم خارج أماكن عملهم.	57	188	205	77.63	٢٠
٨.	يبين الإعلام مدى تخاذل بعض أفراد الطاقم الطبي في التعامل مع المواطنين أثناء أزمة كورونا.	181	149	120	62.15	٢٩
٩.	ضعف موقف الأطباء أمام حجم الإمكانيات التي تتطلبها	228	181	41	80.52	١٦

						مستشفيات العزل
٢١	76.44	1032	196	190	64	١٠. جعلتني أشكك في مهنتهم وإنسانيتهم تجاه المرضى.
١١	87.26	1178	41	90	319	١١. أشعر بالتعاطف معهم وأحاول التخفيف عنهم ومساعدتهم.
١٥	81.70	1103	252	149	49	١٢. أمتنع عن مساعدتهم وأرفض وجودهم بأماكن قريبة مني.
١٤	82.89	1119	50	131	269	١٣. لست راضيا عن تعامل بعض المواطنين مع الأطقم الطبية بطريقة سلبية.
٥	91.63	1237	24	65	361	١٤. يتعرض الجيش الأبيض لعبء جسدي ونفسي في مواجهة الوباء ويجب تقديم الدعم النفسي لهم.
٦	91.56	1236	8	98	344	١٥. أحب الاستماع إلي تجاربهم ومواقفهم في التعامل مع مرضى العزل .
١	95.19	1285	8	49	393	١٦. استفيد من تجارب الأطقم الطبية في مستشفيات العزل واقدر ترحيهم بالمرضى والتخفيف عنهم.
١٣	83.93	1133	281	121	48	١٧. أقاطع الأطباء وأشعر بقسوة الأطقم الطبية في التعامل مع المرضى.
١٧	79.63	1075	32	211	207	١٨. رفعت مؤشرات الثقة بين المواطنين والفرق الطبية.
٢	92.22	1245	16	73	361	١٩. دعم الأطقم الطبية بالمستشفيات وأدعم أسر شهداء الجيش الأبيض وضرورة تكريمهم.
٦	91.56	1236	16	82	352	٢٠. تقديم مساعدات للأطباء بمستشفيات العزل والعمل علي رفع الروح المعنوية لديهم
٤	91.70	1238	-	112	338	٢١. استمع لتعليمات الفرق الطبية وأقوم بمشاركة منشوراتهم عبر الشبكات الاجتماعية.

٣	92.15	1244	8	90	352	٢٢. تسهم في زيادة الوعي بأهمية دور الطبيب والتمريض واستمد من قصصهم طاقة إيجابية.
٢٣	73.85	997	196	155	99	٢٣. تروج للعلاقة السلبية بين الأطقم الطبية والمواطنين
١٢	86.00	1161	34	121	295	٢٤. تدعم الصورة الإيجابية للطبيب وهيئة التمريض في التعامل مع الأزمات
٢٤	70.67	954	130	244	76	٢٥. تظهرهم وسائل الإعلام في مظهر استغلال نفوذ وظيفتهم
٨	90.37	1220	8	114	328	٢٦. أؤيد وصف الإعلام لهم بالجيش الأبيض لأنهم خط الدفاع الأول ضد المرض
٣٠	60.30	814	96	172	182	٢٧. تحاول بعض وسائل الإعلام الإلكتروني السخرية من أدائهم والهجوم عليهم وانتقادهم
٢٥	70.07	946	168	160	122	٢٨. إثارة الرأي العام ضد الأطقم الطبية والتمريض وإلقاء اللوم عليهم في زيادة عدد وفيات كورونا
٢٢	74.52	1006	180	196	74	٢٩. أشعر بالخوف والقلق عند التعامل مع الأطباء وهيئة التمريض خوفاً من العدوي
١٠	87.85	1186	17	130	303	٣٠. جعلتني أكثر إيجابية وتعاون وترحيب عند التعامل معهم.
	80.58	32634				الدرجة الكلية

يتضح من جدول (١٣) ما يلي :

- تراوحت النسبة المئوية لصورة المهن الطبية وهيئة التمريض خلال جائحة كورونا كما تناولتها الشبكات الاجتماعية ما بين (٦٠,٣٠٪ : ٩٥,١٩٪) ، كما جاءت النسبة المئوية للصورة (٨٠,٥٨٪) ، وهو ما يوضح تأثير عينة الدراسة بما ينشر على صفحات الشبكات الاجتماعية من أخبار ومعلومات حول جائحة كورونا ؛ حيث جاء في الترتيب الأول (استفيد من تجارب الأطقم الطبية في مستشفيات العزل واقدر ترحيبهم بالمرضي والتخفيف عنهم) ، بنسبة مئوية بلغت (95.19) ولعل ذلك يرجع إلى قدرة مواقع الشبكات الاجتماعية على نقل خبرات وتجارب الأطقم الطبية إلى متابعي الشبكات الاجتماعية أثناء أزمة كورونا ، ويدل أيضاً على مدى ثقة الجمهور المصري بالمعلومات المقدمة من قبل أفراد الأطقم الطبية وحرصهم على الاستماع لتعليماتهم وتجاربهم ونصائحهم من داخل مستشفيات العزل الصحي لأنهم المعنيون بمعالجة المرضى دون خوف أو رهبة ، ويفسر ذلك إنطلاق العديد من صفحات الأطباء حول العالم لتقديم الخدمة الطبية المجانية للمواطنين دون عناء ، كما جاءت في الترتيب الثاني عبارة (دعم الأطقم الطبية بالمستشفيات وأدعم أسر شهداء الجيش الأبيض وضرورة تكريمهم) بنسبة مئوية بلغت (92.22) ، وهو ما يشير إلى مدى وعي الجمهور بدور الطاقم الطبي ، فمنذ بداية انتشار فيروس كورونا في مصر، ومع ازدياد أعداد المصابين، واحدا تلو الآخر، راهن الشعب المصري والحكومة والقيادة السياسية ، على أطباء مصر وممرضيهما ، وتصديهم للجائحة ، التي ضربت العالم، حتى لقبهم الشعب المصري بـ"جيش مصر الأبيض" ، لتصدرهم المشهد، وقوفهم في وجه الخطر، تقديراً لما يواجهه الأطقم الطبية.

وجاءت في الترتيب الثالث عبارة (تسهم في زيادة الوعي بأهمية دور الطبيب والتمريض واستمد من قصصهم طاقة إيجابية)، بنسبة مئوية بلغت (92.15) ؛ ونتج هذا الوعي عن متابعة صفحات الأطباء ومواقع البث المباشر لهم والخدمات الطبية التي قدموها عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي. كما جاءت في الترتيب الرابع عبارة (استمع لتعليمات الفرق الطبية وأقوم بمشاركة منشوراتهم عبر الشبكات الاجتماعية)، بنسبة مئوية بلغت (91.70) ، وهو ما يفسر حصول صفحات الأطباء على الترتيب الأول كمصدر لمعلومات المواطنين بشأن جائحة كورونا ، واحتلت الترتيب الخامس عبارة (يتعرض الجيش الأبيض لعبء جسدي ونفسي في مواجهة الوباء ويجب تقديم الدعم النفسي لهم). بنسبة مئوية بلغت (91.63) ، وهو ما يشير إلى اعتراف الجمهور المصري بكم الضغط النفسي والجسدي الذي عايشه أفراد الطاقم الطبي في هذه الفترة الصعبة لا سيما مع ذروة انتشار المرض وتحمل مستشفيات العزل فوق طاقتها ، وتحمل الأطباء في ذلك الحين العبء الأكبر لا سيما العدوى التي قد يتعرض لها الأطباء والعاملون في القطاع الصحي ، حيث أنهم ينتقلون بين المرضى، وأنهم يعودون إلى أسرهم، وقد يتسببون في نقل المرض إليهم، فضلاً عن أن مسببات العدوى بالمستشفيات قد تتصف أحياناً بشراستها ومقاومتها للمضادات الحيوية ، إضافة إلى أنهم

قد يسقطون ضحايا لمرض يحاولون البحث عن علاجه ، مما يؤثر ذلك بالسلب على حالتهم النفسية ؛ ومع مرور الوقت ، طالت الجائحة جيش مصر الأبيض ، وبدأت تسقط الضحايا من الأطباء والممرضين ، بعد إصابتهم بالفيروس، واحتسبهم الشعب المصري عند الله شهداء، لأنهم يخوضون معركة حقيقية ضد الفيروس اللعين.

وفى المقابل جاءت فى الترتيب الأخير عبارة (تحاول بعض وسائل الإعلام الإلكتروني السخرية من أدائهم والهجوم عليهم وانتقادهم) ، بنسبة بلغت (60.30). وترجع الباحثة حصول هذه العبارة على الترتيب الأخير لأن العاملون فى القطاع الصحي خاصة هم من تحملوا الصعاب والجنود الحقيقية التى تقاوم من أجل علاج المرضى.

جدول (١٤)

الصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الصورة
74.44%	335	إيجابية
18.22%	82	محايدة
7.33%	33	سلبية
100.00%	٤٥٠	الاجمالي

يتضح من جدول (14) ما يلي :

- يتبين من خلال نتائج الجدول السابق تصدر الصورة " الإيجابية" نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعة الجمهور المصري لدورهم عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث جاءت فى الترتيب الاول بنسبة مئوية بلغت (٧٤,٤٤٪) ، وهو ما يعكس مدى اهتمام الجمهور المصري بما يقدمه أعضاء المهن الطبية ورضاهم عن الدور البطولي الذين يقومون به لمحاربة فيروس كورونا ، ومن ثم جاءت فى الترتيب الثاني عبارة (محايدة) بنسبة مئوية بلغت (١٨,٢٢٪) ، بينما جاءت فى الترتيب الاخير (سلبية) بنسبة مئوية بلغت (٧,٣٣٪) وهى نتيجة منطقية فرضتها طبيعة الظروف نظراً لكون الطاقم الطبي فى خط الدفاع الأول لمواجهة جائحة كورونا وفي قلب المعركة ، فكل ذلك غير من نظرة المواطنين لهم ، وذلك تقديراً لدورهم البطولي .

ونتائج هذا الجدول ما هي إلا نتيجة عكسية لنتائج الجدول السابق ، حيث حصدت العبارات الإيجابية نحو الطاقم الطبي والهيئة المعاونة على الترتيبات الأولى وهو ما يفسر الصورة الإيجابية من قبل المواطنين نحوهم الأطباء وهيئة التمريض.

وتشير هذه النتائج إلى الدور الرئيسي الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية فى تناول الإعلامى للأزمات ومدى حرص وسائل الإعلام على إبراز دور الأطباء وعدم التقليل من شأنهم ؛ كما ساعدتهم على الظهور على الشاشة والوصول إلى بيت كل مواطن لمناشدة المواطنين وتوعيتهم وتقديم الخدمات الطبية لهم ، كما يتبين من خلال نتائج هذا

الجدول مدى وعي غالبية الجمهور المصري بدور الفريق الطبي وكان ذلك واضحاً من خلال تقديم الدعم لهم ومساندتهم وتقديم يد العون لهم ، ويرجع ذلك إلى طبيعة الأزمة نفسها وما حولها من تداعيات ، حيث يعد الفريق الطبي خط الدفاع الأول لمواجهة وباء كورونا.

وتلعب وسائل الإعلام بشكل عام دوراً كبيراً في تشكيل الصورة الذهنية للجماهير وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي التي انتشرت بشكل سريع في الفترة الأخيرة ، ومن متابعة الجمهور لها في ظل جائحة كورونا كان رؤيتهم للأطباء بأنهم خط الدفاع الأول وراح آلاف المواطنين لمتابعة صفحاتهم وكتابة التعليقات الإيجابية لهم ، بل يتعدى الأمر أكثر من ذلك ، فأطلق البعض صفحات شكر لهم مثل صفحة (شكرا جيش مصر الأبيض) ، بل أن هناك الكثير من الأشخاص الذين عبروا عن مشاعرهم وتقديرهم لصورة الأطباء برسوم وصور تظهر دورهم البطولي .

وتقديرًا لمجهودات الطاقم الطبي أصدرت مصلحة الخزائن العامة وسك العملة في مصر، عملة معدنية جديدة، تحمل صورة الأطقم الطبية التي شاركت في الخط الأمامي لمكافحة انتشار فيروس كورونا المستجد، وهو الأمر الذي حظي بتفاعل واسع على وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (١٥)

أهم السلبيات التي تم مواجهتها في متابعة الأخبار عن جائحة كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
51.33%	231	تلقي رسائل كثيرة للغاية تشتت الانتباه
26.67%	120	ضيق كثير من الوقت في ملاحقة الأخبار
28.44%	128	نقص الخبرة في تصفح المواقع والتطبيقات
46.22%	208	كثرة الشائعات والأخبار الزائفة والمضللة
44.22%	199	كثرة المعلومات المغلوطة من مصادر مجهولة
33.78%	152	أصابني الهلع والرعب من تجارب الآخرين الغير موفقة
35.56%	160	أصابني الإحباط من تعامل بعض المواطنين مع شهداء الجيش الأبيض
22.89%	103	اشعر بالاكتناب عند متابعة الأخبار السلبية
100,00%	٤٥٠	اجمالي عدد العينة

يتضح من جدول (١٥) ما يلي :

- بينت نتائج الجدول السابق أن السلبيات التي تم مواجهتها في متابعة الأخبار عن جائحة كورونا جاءت في مقدمتها عبارة (تلقي رسائل كثيرة للغاية تشتت الانتباه) بنسبة مئوية بلغت (٥١,٣٣٪) ، يليها في الترتيب الثاني عبارة (كثرة الشائعات والأخبار الزائفة والمضللة) بنسبة مئوية بلغت (46.22%) ، وترى الباحثة أن من أخطر السلبيات على

المواطنين في هذه الفترة هي " المعلومات الزائفة والمضللة" فليس هناك أشد ضرراً في أوقات الجائحة إلا المعلومات المضللة فهي الوباء الحقيقي الذي يواجهه الناس ؛ فقد أثبتت تلك الجائحة أن أثر التعرض إلى المعلومات المزيفة والمضللة يمكن أن يكون أفدح من تداعيات الجائحة ذاتها، وهو الأمر الذي وقع في بلدان عديدة، منها إيران التي تسبب نشر خبر زائف بها عن أساليب الوقاية من الفيروس في وفاة المئات في فترة محدودة، بشكل فاق عدد ضحاياه في الفترة نفسها. وتجاوباً مع ذلك الطرح، راحت مؤسسات دولية مرموقة، منها الأمم المتحدة، تحذر من جائحة جديدة ستنهك العالم، ويمكن أن تنزل به خسائر موجعة وعميقة الأثر... وهي «الجائحة المعلوماتية» (Infodemic) التي ثبت أن وسائط «التواصل الاجتماعي» لعبت الدور الأكبر في شيوعها ونفاذ تأثيرها.

وجاءت في الترتيب الثالث عبارة (كثرة المعلومات المغلوطة من مصادر مجهولة) بنسبة مئوية بلغت (44.22%) ، بينما جاءت في الترتيب الأخير (اشعر بالاكتئاب عند متابعة الأخبار السلبية) بنسبة مئوية بلغت (٢٢,٨٩٪) .

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (حنان عبد الوهاب عبد الحميد ٢٠٢٠) حيث جاءت عبارة (انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة عن الفيروس) في الترتيب الثاني ، من حيث نوعية التعرض للموضوعات السلبية المصاحبة لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية وذلك بنسبة مئوية بلغت ٧١,٧٪؛ وإن دل ذلك يدل على تعدد مصادر المعلومات وعدم وجود مصادر معروفة وواضحة لنقل المعلومات ؛ مما يفسر ذلك كثرة الشائعات والأقاويل حول فيروس كورونا في هذه الفترة خصيصاً.

وتكشف نتائج بيانات الجدول السابق على أن التخطيط في المعلومات وطريقة عرضها وتداول المواطنين لها دائماً ما يثير قلق وإزعاج الغالبية العظمى من الناس لا سيما أننا في فترة حساسة لا تحتمل أية شائعات أو أخبار من مصادر غير موثوق في صحتها ، مما يعكس ذلك حالة الخوف والقلق المرتبط بالمواطنين جراء انتشار الفيروس ؛لإسماء مع زيادة حالات الوفاة ، وإرهاق الطاقم الطبي والهيئة المعاونة في ظل تفشي فيروس كورونا .

وترى الباحثة أن ترتيب عينة الدراسة للسلبيات التي تمت مواجهتها عند متابعة الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا ترجع إلي طبيعة الفترة من حيث الأوضاع الصحية ، ومن ثم الوضع النفسي والمادي للمواطنين فكل ذلك انعكس على رؤيتهم للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي ،؛ ومن ثم خوفهم من الشائعات والأخبار مجهولة المصدر.

ثالثاً : فروض الدراسة :

- التحقق من صحة الفرض الأول :

توجد فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع - محل الإقامة - مستوى التعليم).

أولاً : النوع :

جدول (١٦)

دلالة الفروق بين الذكور والإناث في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض (ن = ٤٥٠)

مستوي الدلالة	قيمة (ت)	الإناث		الذكور		المتغير
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.01	**٣,٦٢	٩,٠١	٧٣,٧٨	٧,٢٨	٧٠,٩٤	صورة المهن الطبية وهيئة التمريض خلال جائحة كورونا كما تناولتها الشبكات الاجتماعية

قيمة (ت) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦ (٠,٠١) = ٢,٥٨

* دال عند مستوى (٠,٠٥) ** دال عند مستوى (٠,٠١)

يتضح من جدول (١٦) ما يلي :

- تحقق الفرض ، حيث ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض حسب النوع ، وفي اتجاه الإناث.

حيث تشير نتائج اختبار "ت" إلى وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات كل الباحثين عينة الدراسة في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض ، وبلغت قيمة "ت" بين المجموعتين (٣,٦٢) * ، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) .

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن الإناث هم أكثر إقبالاً على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا لمعرفة التعليمات المتبعة وطرق الوقاية من فيروس كورونا ، حيث أنهم يتبعون التعليمات والإجراءات الاحترازية التي يلقتها لهم الفريق الطبي ، وهم أكثر تأثراً وتعاطفاً مع المحتوى المنشور على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إيمان عاشور سيد ٢٠١٩) والتي توصلت إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات الذكور والإناث في الصورة الذهنية لأساتذة الجامعة لديهم لصالح الإناث .

ثانياً : محل الإقامة :

جدول (١٧)

دلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض (ن = ٤٥٠)

المتغير	الريف		الحضر		مستوي الدلالة	قيمة (ت)
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
صورة المهن الطبية وهينة التمريض خلال جائحة كورونا كما تناولتها الشبكات الاجتماعية	٧١,٥٤	٨,٤٥	٧٣,٦٩	٨,٢٠	0.01	**٢,٧٣
الصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا	٢,٤٧	٠,٧٢	٢,٩٢	٠,٢٨	٠,٠١	**٨,٤٦

قيمة (ت) الجدولية عند مستوي معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦ (٠,٠١) = ٢,٥٨
* دال عند مستوي (٠,٠٥) ** دال عند مستوي (٠,٠١)

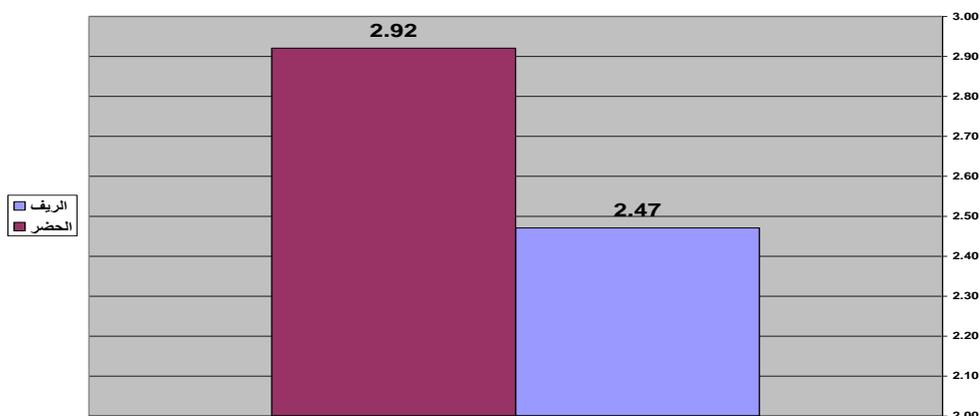
يتضح من جدول (١٧) ما يلي :

- **تحقق الفرض** ، حيث ثبت وجود فروق دالة إحصائياً بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كل من صورة المهن الطبية وهينة التمريض خلال جائحة كورونا كما تناولتها الشبكات الاجتماعية والصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا وفي اتجاه المقيمين بالحضر .

حيث تشير نتائج اختبار "ت" إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات كل المبحوثين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض ، وبلغت قيمة "ت" (٢,٧٣) ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، وبناء على ذلك يثبت صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض .

وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى ان الحضر هم أكثر وعياً وتعاملاً مع الشبكات الاجتماعية التي تناولت صورة الطاقم الطبي خلال جائحة كورونا ، كما أن نسبة

المتعلمين في الحضر تفوق المدينة وأيضاً المستوى الثقافي فكل ذلك يؤثر في الصورة الذهنية لديهم ، فالصورة الذهنية هي عملية حركية تتغير وتتبدل بحسب تطور الواقع الاجتماعي ، وتغير الأوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية ، لذلك فهي لا تنصف بالثبات والجمود ، وإنما تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر، فتتطور وتتمون وتتسع وتتعدد ، وتعمق ، وتقبل التغير طوال الحياة ؛ لذلك فالصورة الذهنية نتاج عمليات تفاعلية نتيجة تأثر معارف الإنسان بعوامل عدة ، منها المكان الذي يحيا فيه وموقعه من العالم الخارجي ، والعلاقات الشخصية ، وروابط الأسرة ، والجيران ، والأصدقاء المحيطين به والزمان والمعلومات التاريخية التي يحصل عليها.



الصورة الذهنية للمعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا

شكل (1)

رسم بياني يوضح الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض

ثالثاً : مستوي التعليم :

جدول (١٨)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين فئات مستوي التعليم المختلفة (ماجستير/دكتوراه ، مؤهل جامعي ، مؤهل متوسط ، يقرأ ويكتب) في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف
صورة المهن الطبية وهيئة التمريض خلال جائحة كورونا كما تناولتها الشبكات الاجتماعية	بين المجموعات	٤٢٨,٨٢	٣	١٤٢,٩٤	٢,٠٤
	داخل المجموعات	٣١٢٢١,٥٠	٤٤٦	٧٠,٠٠	
الصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا	بين المجموعات	١١,١٦	٣	٣,٧٢	**١٠,٧٦
	داخل المجموعات	١٥٤,١٧	٤٤٦	٠,٣٥	

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة $(٠,٠٥) = ٢,٦٢$ $(٠,٠١) = ٣,٨٣$
* دال عند مستوي $(٠,٠٥)$ ** دال عند مستوي $(٠,٠١)$

يتضح من جدول (١٨) ما يلي :

تحقق الفرض ، حيث ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين فئات مستوي التعليم المختلفة (ماجستير/دكتوراه ، مؤهل جامعي ، مؤهل متوسط ، يقرأ ويكتب) في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض ، مما يستلزم إجراء أحد اختبارات المقارنة لتحديد اتجاه هذه الفروق ولذا سوف تستخدم الباحثة اختبار شيفية لتحديد اتجاه الفروق .

جدول (١٩)

اختبار شيفية بين فئات مستوي التعليم المختلفة (ماجستير/دكتوراه ، مؤهل جامعي ، مؤهل متوسط ، يقرأ ويكتب) في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض

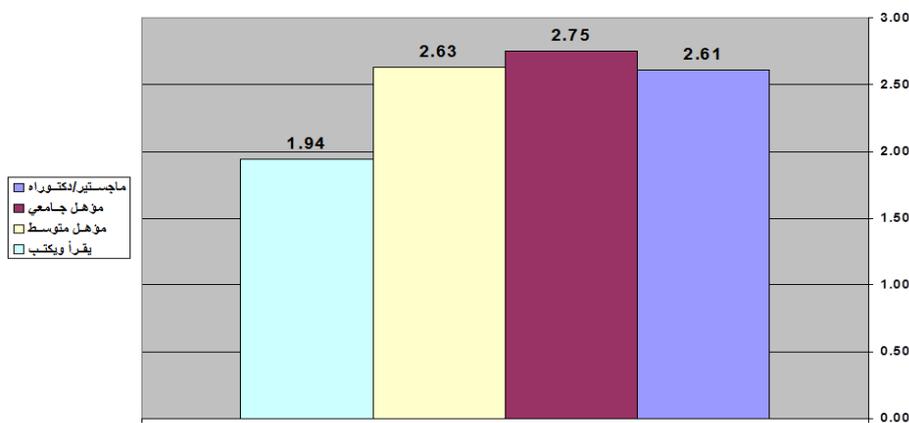
المتغيرات	المجموعات	المتوسطات	ماجستير/دكتوراه	مؤهل جامعي	مؤهل متوسط	يقرأ ويكتب
الصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا	ماجستير/دكتوراه	٢,٦١		٠,١٤	٠,٠٢	**٠,٦٧
	مؤهل جامعي	٢,٧٥			٠,١٢	**٠,٨١
	مؤهل متوسط	٢,٦٣				**٠,٦٩
	يقرأ ويكتب	١,٩٤				

* دال عند مستوي $(٠,٠٥)$ ** دال عند مستوي $(٠,٠١)$

يتضح من جدول (١٩) ما يلي :

- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي ماجستير/دكتوراه والحاصلين علي مؤهل جامعي في (الصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا) ، كما توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي ماجستير/دكتوراه والحاصلين علي مؤهل متوسط ، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي ماجستير/دكتوراه ومن يقرأ ويكتب وفي اتجاه الحاصلين علي ماجستير/دكتوراه ، كما توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي مؤهل جامعي والحاصلين علي مؤهل متوسط ، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي مؤهل جامعي ومن يقرأ ويكتب وفي اتجاه الحاصلين علي مؤهل جامعي ، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي مؤهل متوسط ومن يقرأ ويكتب وفي اتجاه الحاصلين علي مؤهل متوسط .

ومن خلال عرض نتائج الجدول السابق يتضح أن المستوى التعليمي يؤثر على الصورة الذهنية للمبوهين نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض وتفسر الباحثة هذه الفروق بأن درجات تعرض الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي تختلف من شخص متعلم لشخص لا يقرأ ويكتب وبالتالي يختلف مردود ووقع المادة الإعلامية عليهم فهناك من يصدق المعلومة دون بحث وتمحيص وهناك من يحلل ويفسر ليتحرى الدقه وليكون ملم بمجريات الأحداث ، ولذلك تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين الحاصلين علي مؤهل جامعي وبين من يقرأ ويكتب وذلك لصالح المؤهل الجامعي ؛ وهي نتيجة منطقية عكستها طبيعة التعرض ومستوى الثقافة لكليهما ومدى تصديق المعلومة وتأثيرها عليهم ومستوى استخدامهم وتعرضهم للشبكات الاجتماعية وأيضاً مستوى الوعي كل ذلك يبرر الفروق بين المجموعتين في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض جراء متابعتهم للشبكات الاجتماعية.



الصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا

شكل (2)

رسم بياني يوضح الفروق بين فئات التعليم المختلفة (ماجستير/دكتوراه ، مؤهل جامعي ، مؤهل متوسط ، يقرأ ويكتب) في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض

التحقق من صحة الفرض الثاني :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض .

جدول (٢٠)

معاملات الارتباط بين درجة ثقة المبحوثين في الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض (ن = ٤٥٠)

درجة ثقة المبحوثين في الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار		المتغيرات	
مستوي الدلالة	قيمة ر		
٠,٠١	**٠,٤٤	صورة المهن الطبية وهينة التمريض خلال جائحة كورونا كما تناولتها الشبكات الاجتماعية	الصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض
٠,٠١	**٠,٣٤	الصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا	

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٩٨.٠ (٠,٠١) = ٠,١٢٨

* دال عند مستوي (٠,٠٥) ** دال عند مستوي (٠,٠١)

يتضح من جدول (٢٠) ما يلي :

- تحقق الفرض ، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين درجة ثقة المبحوثين في الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض .

وهذا يعني أنه كلما زادت درجة ثقة المبحوثين في الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار كلما ارتفعت الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض ؛ وهي نتيجة منطقية تعكسها متسوى المتابعة ومن ثم درجة الثقة في الأخبار والمعلومات المقدمة خلال فترة جائحة كورونا ، لا سيما أن معظم المعلومات والأخبار تتحدث عن الطاقم الطبي سواء في صورة إرشادات وتعليمات أو في صورة تعاملهم مع المرضى وشرحهم لطرق الوقاية والعلاج ، فانطلقت مواقع البث المباشر للأطباء وصفحات لتقدم الخدمة الطبية للمرضى ، وشهدت هذه الصفحات إقبالا وتفاعلا من قبل المواطنين نحوها ، وإن دل فيدل على ثققتهم بما يقدم بها من محتوى بشأن جائحة كورونا ، مما يفسر ذلك ارتفاع الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض فما هي إلا انعكاس للتعرض للمحتوى الإعلامي لهم على صفحات السوشيال ميديا ، ومدى ارتباطهم وتفاعلهم وثقتهم بهذا المحتوى يعكس مستوى الصورة الذهنية المتكونة لديهم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (آلاء بنت بكر علي الشيخ ٢٠٢٠) ^{٦٥} التي توصلت إلى أنه كلما ارتفعت ثقة المبحوثين في إدارة الشركة للأزمة بشكل جيد، تشكلت لديهم صورة ذهنية إيجابية عن الشركة. **التحقق من صحة الفرض الثالث:**
توجد علاقة بين درجة متابعة المبحوثين للشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض .

جدول (٢١)

معاملات الارتباط بين درجة متابعة المبحوثين للشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض (ن = ٤٥٠)

المتغيرات		درجة متابعة المبحوثين للشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا
مستوي الدلالة	قيمة ر	
٠,٠١	**٠,٥٦	صورة المهن الطبية وهيئة التمريض خلال جائحة كورونا كما تناولتها الشبكات الاجتماعية
٠,٠١	**٠,٤٠	الصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا
		الصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٩٨.٠ (٠,٠١) = ٠,١٢٨

* دال عند مستوي (٠,٠٥) ** دال عند مستوي (٠,٠١)

يتضح من جدول (٢١) ما يلي :

- تحقق الفرض ، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطيه طردية دالة إحصائياً بين درجة متابعة المبحوثين للشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض .

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن الصورة الذهنية للمبحوثين لن تتكون إلا عن طريق متابعة الوسيلة الإعلامية ومستوى هذه الصورة يتوقف على درجة المتابعة فكلما زادت درجة المتابعة كلما تعرض الجمهور لمعلومات وقصص وبطولات لأفراد الطاقم الطبي على السوشيال ميديا ، فكل ذلك حتماً يؤثر في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض حيث أنهم الفئة الأكثر تأثراً وتأثيراً في المجتمع في ظل هذه الفترة الزمنية.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة (نهاد فتحي سليمان ٢٠١٨) ^{٦٦} والتي بينت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب لصفحات القادة والمؤسسات السياسية واتجاهاتهم نحو الصورة الذهنية للقادة والمؤسسات السياسية

المصرية ، كما تتفق مع دراسة (إيمان سيد على عبد المطلب ٢٠١٩^{٦٧}) التي بينت أنه كلما زادت كثافة المشاهدة كلما زاد معدل تغيير الصورة الذهنية للحكومة المصرية. وتتفق أيضاً مع دراسة (رضوى الجابري ٢٠١٤) التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة المشاهدة والتأثير بالمحتوى المعروض فكثيف المشاهدة هم الأكثر تأثراً مقارنة بضعيف المشاهدة . وتتفق أيضاً هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (غادة واكد ٢٠١٣) التي أشارت إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل استخدام طلاب الجامعة للكريكاتير على الفيس بوك ومستوى الوعي السياسي لديهم ، وتتفق هذه النتائج أيضاً مع دراسة (آلاء بنت بكر علي الشيخ ٢٠٢٠) التي توصلت إلى أنه كلما ارتفعت ثقة المبحوثين في تصريحات شركة "سار" ارتفعت نيتهم لمتابعة حساب الشركة عبر تويتر.

وترى الباحثة أن أهمية وسائل التواصل الاجتماعي ازدادت في الآونة الأخيرة ، لا سيما أوقات الأزمات ، فلم تعد تقتصر على كونها نافذة للتواصل بين الأفراد ، وإنما باتت تشكل أهم أدوات التأثير في صناعة الرأي العام وتشكيله وتنشئة الشباب وثقافته سياسياً، بل وينظر إليها البعض على أنها يمكن أن تقود حركة التغيير في العالم العربي. لما لها من قدرة هائلة على التأثير في الرأي العام إذ تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في نقل الأفكار والآراء المتعلقة بقضية معينة لعدد كبير من الأشخاص في مناطق مختلفة من العالم، وتتيح بذلك المجال لبلورة رأي عام دولي مساند لبعض القضايا، وهو الأمر الذي ينتج عنه تغيير إيجابي في بعض مناحي الحياة ، غير أنها في المقابل قد تقع في فخ التضليل الإعلامي والتأثير السلبي في الرأي العام، حينما يتم توظيفها بهدف تغيير قناعات أفراد المجتمع في دولة ما في اتجاه معين ونحو فئة معينة من الأفراد، ويتوقف ذلك على درجة وعي الجماهير وثقافتهم من خلال متابعة الشبكات الاجتماعية.

- التحقق من صحة الفرض الرابع :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التأثير بصورة الأطقم الطبية المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض .

جدول (٢٢)

معاملات الارتباط بين درجة التأثير بصورة الأطقم الطبية المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض (ن = ٤٥٠)

المتغيرات		درجة التأثير بصورة الأطقم الطبية المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية
قيمة ر	مستوي الدلالة	
٠,٢٢	**٠,٠١	صورة المهن الطبية وهيئة التمريض خلال جائحة كورونا كما تناولتها الشبكات الاجتماعية
٠,٢٣	**٠,٠١	الصورة الذهنية للعبئة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة $(0,05) = 0,98.0$ *
 * دال عند مستوي $(0,05)$ ** دال عند مستوي $(0,01)$
 يتضح من جدول (٢٢) ما يلي :

- تحقق الفرض ، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين درجة التأثير بصورة الأطقم الطبية المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض ؛ مما يشير ذلك إلى ان الصورة الإعلامية للمهن الطبية التي تناولتها الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا أثرت بشكل كبير على الصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة أنه كلما زادت درجة تأثير المبحوثين بصورة الأطقم الطبية المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية كلما ارتفعت الصورة الذهنية للعينة نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعتهم لها عبر الشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا . وهي نتيجة منطقية حيث أن الصورة الذهنية هي نتاج تفاعل عناصر المعرفة والإدراك، وهذه الصورة الذهنية للأشياء والموضوعات المحيطة تؤثر مرة أخرى في إدراكنا لها وبالتالي تقويمها تقويماً صحيحاً، فمن خلال المعلومات الناقصة أو الاعتقادات السلبية عن أحد الموضوعات يتكون إدراك خاطئ يؤثر في تصورنا عن هذا الموضوع، وبالتالي فإن هذه الصورة تؤثر بعد ذلك في التعرض لكل ما يرتبط بهذا الموضوع من معلومات أو معارف أو معتقدات أو اتجاهات، وتظل هذه الصورة غير الصحيحة موجودة إلى أن يتم تصحيحها من خلال استكمال المعلومات أو تعديل الاعتقادات وتصحيح إدراك موضوع الصورة، ومنها تظهر دائرية العلاقة بين المعرفة والإدراك، والصورة الذهنية التي تؤثر في تعرض الفرد أو إدراكه للموضوعات المحيطة به.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إيمان سيد على عبد المطلب ٢٠١٩) التي بينت أنه باستخدام معامل الارتباط بيرسون بين الصورة الإعلامية للحكومة المصرية التي تقدمها البرامج الحوارية ، وبين الصورة الذهنية (إيجابية – سلبية) التي يكونها الجمهور عينة الدراسة عن الحكومة المصرية تبين أن معامل بيرسون يساوي $(0,124)$ وهو ارتباط طردى ضعيف ؛ مما يعني أنه الصورة الإعلامية إيجابية وتؤثر بشكل كبير على الصورة الذهنية التي يكونها الجمهور عينة الدراسة عن الحكومة المصرية.

وترجع الباحثة النتيجة السابقة إلى مدى قوة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المبحوثين من الجمهور المصري عينة الدراسة ، حيث أن قوة مواقع التواصل الاجتماعي تكمن في أنها أصبحت المصدر الأول للأخبار والمعلومات بالنسبة لمعظم الأفراد ، وهي السبيل في الشرح والتفسير والإيضاح لكل قضايا وأحداث المجتمع المصري ومن ثم تنفيذها وتقديمها للجمهور والمتابعين ، مما كان له عظيم الأثر في تغطية أحداث جائحة كورونا .

- التحقق من صحة الفرض الخامس :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع - محل الإقامة - مستوى التعليم) .
أولاً : النوع :

جدول (٢٣)

دلالة الفروق بين الذكور والإناث في درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية (ن = ٤٥٠)

المتغير	الذكور		الإناث		قيمة (ت)	مستوي الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية	٣,٠٩	٠,٦٤	٣,٠٠	٠,٦٢	١,٤٩	غير دال

قيمة (ت) الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦ (٠,٠١) = ٢,٥٨

* دال عند مستوى (٠,٠٥) ** دال عند مستوى (٠,٠١)

يتضح من جدول (٢٣) ما يلي :

- لم يتحقق الفرض ، حيث ثبت وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية .

حيث تشير نتائج اختبار "ت" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الذكور /الإناث في درجة الثقة فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية ، حيث بلغت قيمة اختبار (ت) بين المجموعتين (١,٤٩) ، وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥) .

أثبتت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في درجة الثقة فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية ؛ وترجع الباحثة ذلك بأن درجة الثقة لا ترتبط بالنوع ، فالأخبار الغير صحيحة والمشكوك فى مصداقيتها لا يثق فيها كلا النوعين ، فقد لا ترتبط درجة الثقة بالنوع على قدر ارتباطها بالمعلومات والمحتويات المقدمة ونوعية هذه المعلومات وطبيعة مصادرها وإتجاهاتهم من قبل صفحات مواقع التواصل الاجتماعى .

وبذلك يتم رفض الفرض الفرعى القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور فى درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية .

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (اميمة أحمد رمضان ٢٠١٨^{٦٨}) التى بينت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من الإناث/الذكور فى درجة الثقة بالمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعى ، حيث بلغت قيمة "ت" بين المجموعتين ١,٩٤ ، وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥) .

ثانياً : محل الإقامة :

جدول (٢٤)

دلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية (ن = ٤٥٠)

مستوي الدلالة	قيمة (ت)	الحضر		الريف		المتغير
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠,٠١	**٣,٩١	٠,٥٥	٣,١٦	٠,٦٨	٢,٩٣	درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية

قيمة (ت) الجدولية عند مستوي معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦ (٠,٠١) = ٢,٥٨
* دال عند مستوي (٠,٠٥) ** دال عند مستوي (٠,٠١)

يتضح من جدول (٢٤) ما يلي :

- **تحقق الفرض** ، حيث ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية وفي اتجاه المقيمين بالحضر.

وتشير نتائج اختبار(ت) أن هناك فروق واضحة بين المبحوثين المقيمين بالحضر والمبحوثين المقيمين بالريف نحو درجة ثقتهم بالمحتوى المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؛ حيث بلغت قيمة اختبار ت (٣,٩١)** وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى ان المقيمين بالحضر أكثر وعياً عند تلقيهم للمعلومات وتفسر الباحثة ذلك بأن نسبة الحاصلين على مؤهلات عليا ترتفع في الحضر عن الريف ، ما ينعكس على رؤيتهم للمعلومات لمقدمة إليهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، على عكس المبحوثين المقيمين بالريف ، فهناك عدد ليس بقليل منهم يقرأ ويكتب فقط غير حاصل على مؤهل عالي ، ولذلك يمكن القول بأن المستوى الثقافي والتعليمي للمواطنين ينعكس على تلقيهم للمعلومات ومدى تصديقهم لها.

وبناء على ذلك يتم قبول الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير محل الإقامة ودرجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية.

ثالثاً : مستوى التعليم :

جدول (٢٥)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين فئات مستوى التعليم المختلفة (ماجستير/دكتوراه ، مؤهل جامعي ، مؤهل متوسط ، يقرأ ويكتب) في درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف
درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية	بين المجموعات	١٢,١٣	٣	٤,٠٤	**١٠,٧٨
	داخل المجموعات	١٦٧,٣٠	٤٤٦	٠,٣٨	

قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٢,٦٢ (٠,٠١) = ٣,٨٣
* دال عند مستوي (٠,٠٥) ** دال عند مستوي (٠,٠١)

يتضح من جدول (٢٥) ما يلي :

توجد فروق دالة إحصائية بين فئات مستوى التعليم المختلفة (ماجستير/دكتوراه ، مؤهل جامعي ، مؤهل متوسط ، يقرأ ويكتب) في درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية ، مما يستلزم إجراء أحد اختبارات المقارنة لتحديد اتجاه هذه الفروق ولذا سوف تستخدم الباحثة اختبار شيفية لتحديد اتجاه الفروق

جدول (٢٦)

اختبار شيفية بين فئات مستوى التعليم المختلفة (ماجستير/دكتوراه ، مؤهل جامعي ، مؤهل متوسط ، يقرأ ويكتب) في درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية

المتغيرات	المجموعات	المتوسطات	ماجستير/دكتوراه	مؤهل جامعي	مؤهل متوسط	يقرأ ويكتب
درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية	ماجستير/دكتوراه	٢,٩٠		*٠,٢٦	٠,٠١	٠,٤٣
	مؤهل جامعي	٣,١٦			*٠,٢٥	**٠,٦٩
	مؤهل متوسط	٢,٩١				٠,٤٤
	يقرأ ويكتب	٢,٤٧				

* دال عند مستوي (٠,٠٥) ** دال عند مستوي (٠,٠١)

يتضح من جدول (٢٦) ما يلي :

- توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي ماجستير/دكتوراه والحاصلين علي مؤهل جامعي في (درجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية) وفي اتجاه الحاصلين علي ماجستير/دكتوراه ، كما توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي ماجستير/دكتوراه والحاصلين علي مؤهل متوسط ، كما توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي ماجستير/دكتوراه ومن يقرأ ويكتب ، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي مؤهل جامعي والحاصلين علي مؤهل متوسط وفي اتجاه الحاصلين علي مؤهل جامعي ، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي مؤهل جامعي ، كما توجد فروق غير دالة إحصائياً بين آراء الحاصلين علي مؤهل متوسط ومن يقرأ ويكتب.

يتبين من خلال نتائج الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً في مستوى التعليم ودرجة ثقة المبحوثين فيما يقدم عبر الشبكات الاجتماعية وقد يرجع ذلك إلى طبيعة المستوى الثقافي بين المتعلمين فالمبحوثين الحاصلين على مؤهل عالي ومنهم الحاصل على درجة الماجستير والدكتوراه هم أكثر وعياً وتحليلاً وتفسيراً للأخبار والمحتوى المقدم عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي فهم ليسوا متلقين فقط للأخبار والمعلومات بل يبحثون في أكثر من موقع ويحاولون التأكد من صحة المعلومات من خلال التعرض لوسائل الإعلام الأخرى والمقارنة بين صحة المعلومات المقدمة إليهم ، ومن ثم تترتب مستويات الثقة بناء على كيفية تناولهم لمعلومات الشبكات الاجتماعية وطبيعة الوسائل التي يتعرضون لها والتي تتعلق بالمستوى الثقافي والتعليمي للأفراد.

النتائج العامة للدراسة

- تنوعت وتعددت طرق التفاعل مع المحتوى المقدم عن جائحة كورونا ؛ واحتلت الترتيب الأول (اكتفى بالمتابعة فقط ولا أعبّر عن وجهة نظري) بنسبة مئوية بلغت (٣٧,٣٣) % ، يليها في الترتيب الثاني (أضع تعليق مبدئياً فيه وجهة نظري) بنسبة مئوية بلغت (24.89%) ، (بينما جاءت في الترتيب الاخير (أقوم بمشاركة المنشور مع الأصدقاء) بنسبة مئوية بلغت (١٧,٧٨) %).
- تعددت وتنوعت دوافع وأسباب استخدام الجمهور المصري للشبكات الاجتماعية أثناء جائحة كورونا، حيث جاء في الترتيب الاول (لمعرفة آراء الأطباء حول الوقاية من الفيروس) بنسبة مئوية بلغت (٥٨,٦٧) % ، مما يشير إلى ثقة المبحوثين بآراء ومعلومات الأطقم الطبية وهيئة التمريض ، واحتلت الترتيب الثاني عبارة (لمعرفة تفاصيل انتشار الفيروس وخلفياته) بنسبة مئوية بلغت (49.78%) ، مما يشير ذلك إلى أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية التي يفضل الجمهور المصري متابعتها ، ودورها في تقديم معلومات وافية حول أزمة فيروس كورونا ، وجاءت

في الترتيب الاخير (معرفة آراء الأفراد حول الوقاية من الفيروس) بنسبة مئوية بلغت (٢٤,٨٩٪).

- تعددت وتتنوعت أسباب عدم ثقة المبحوثين في المحتوى المقدم عبر الشبكات الاجتماعية ؛ حيث جاءت في الترتيب الاول عبارة (تبالغ في تفسير المواقف والأحداث) بنسبة مئوية بلغت (٤٦,٢٢٪) ، يليها في الترتيب الثاني عبارة (التحيز في بعض الآراء) بنسبة مئوية بلغت (39.11%) ، بينما جاءت في الترتيب الاخير عبارة (تعتمد في تفسير الموضوعات على معلومات هشة ليست موثقة بالأدلة) بنسبة مئوية بلغت (١٧,٧٨٪) .

- تأثر الجمهور المصري بشكل كبير بصورة الأطقم الطبية المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية ؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة (تأثرت بدرجة كبيرة) بنسبة مئوية بلغت (٥٤,٢٢٪) ، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بطبيعة الفترة الزمنية واللحظات الحرجة التي مر بها المجتمع المصري والتي انعكست نتائجها على الصورة الذهنية لدى المواطنين نحو الأطقم الطبية ، بينما جاءت في الترتيب الثاني (تأثرت بدرجة متوسطة) بنسبة مئوية بلغت (٣٨,٢٢٪) ، بينما جاءت في الترتيب الثالث (تأثرت بدرجة ضعيفة) بنسبة مئوية بلغت (٥,٥٦٪) ، بينما جاءت في الترتيب الاخير (لم أتأثر على الإطلاق) بنسبة مئوية بلغت (٢,٠٠٪) .

- جاء في الترتيب الاول من حيث كيفية التأثير بالصورة المقدمة عن الطبيب وهيئة التمريض المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية (أقدر دورهم الصعب وأحاول مساعدتهم) بنسبة مئوية بلغت (٥٣,١١٪) ، وجاءت في الترتيب الثاني عبارة (أشارك مواقفهم البطولية وافتخر بهم) وعبارة (استمع لنصائحهم وتعليماتهم بشأن الوقاية من الفيروس) بنسبة مئوية بلغت (42.67%) ، بينما جاءت في الترتيب الاخير عبارة (تغيرت معاملتي مع الأطقم الطبية للأسوأ) بنسبة مئوية بلغت (١,٧٨٪).

- تراوحت النسبة المئوية لصورة المهن الطبية وهيئة التمريض خلال جائحة كورونا كما تناولتها الشبكات الاجتماعية ما بين (٦٠,٣٠٪:٩٥,١٩٪) ، كما جاءت النسبة المئوية للصورة الذهنية (٨٠,٥٨٪) ؛ حيث جاء في الترتيب الأول (استفيد من تجارب الأطقم الطبية في مستشفيات العزل واقدر ترحيهم بالمرضي والتخفيف عنهم) ، بنسبة مئوية بلغت (95.19) ، كما جاءت في الترتيب الثاني عبارة (دعم الأطقم الطبية بالمستشفيات وأدعم أسر شهداء الجيش الأبيض وضرورة تكريمهم) بنسبة مئوية بلغت (92.22) ، وجاءت في الترتيب الثالث عبارة (تسهم في زيادة الوعي بأهمية دور الطبيب والتمريض واستمد من قصصهم طاقة إيجابية) ، بنسبة مئوية بلغت (92.15).

- تصدر الصورة " الإيجابية" نحو أعضاء المهن الطبية والتمريض من خلال متابعة الجمهور المصري لدورهم عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث جاءت في الترتيب الاول بنسبة مئوية بلغت (٧٤,٤٤٪) ، بينما جاءت في الترتيب الاخير (سلبية) بنسبة مئوية بلغت (٧,٣٣٪) ، وهي نتيجة منطقية فرضتها طبيعة الظروف نظراً لكون الطاقم الطبي في خط الدفاع الأول لمواجهة جائحة كورونا وفي قلب المعركة ، فكل ذلك غير من نظرة المواطنين لهم ، وذلك تقديراً لدورهم البطولي.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في الصورة الذهنية المتكونة لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض حسب النوع ، وفي اتجاه الإناث.
- وجود علاقة ارتباطيه طردية دالة إحصائياً بين درجة ثقة المبحوثين في الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار والصورة الذهنية لديهم عن أعضاء المهن الطبية والتمريض ، فكلما زادت درجة المتابعة كلما تعرض الجمهور لمعلومات وقصص وبطولات لأفراد الطاقم الطبي على السوشيال ميديا.

توصيات الدراسة والبحوث المستقبلية:

- الاهتمام بمعرفة دور شبكات مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمة ودوره في التعليم عن بعد والربط بين المعلم والمتعلم.
- إجراء العديد من الدراسات حول تأثير أزمة كورونا على العوامل النفسية والاجتماعية للأطباء والتمريض وانعكاس هذا التأثير على الصورة الذهنية لهم على مواقع الشبكات الاجتماعية.
- تقييم أداء وسائل الإعلام في إدارة الأزمة وانعكاس هذا الأداء على المستوى الاقتصادي والسياسي والاجتماعي لا سيما مع إعلان الحظر وإلغاء التجمعات ، والأحداث التي عايشها المجتمع المصري أثناء جائحة كورونا.
- إجراء بحوث عن المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمواقع الإخبارية لمعالجة جائحة فيروس كورونا لا سيما مع انتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة والمواقع التي تثير قلق المواطنين.
- إجراء أبحاث دورية لتقييم مستوى الأداء في المواقع الإخبارية على مستوى الإعداد والتقديم والإخراج والموضوعات التي تتناولها للتطوير، كي تنطلق الموضوعات المقدمة على أساس معلوماتي ومعرفي بال جماهير المستهدفة.

مراجع الدراسة:

- ^١ ريهام سامي، " اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو جائحة كورونا (كوفيد-١٩): تحليل من المستوى الثاني لدراسات مدخل معالجة اللغة الطبيعية" ، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ٢٠٢١، المجلد ٥٦، الجزء الثالث، ص ص 1277-1318.
- ^٢ محمد صبحي محمد فودة، اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بتشكيل الوعي الصحي لديهم نحو أزمة كورونا (كوفيد ١٩) دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، (جامعة الأزهر، مجلد ٥٦، ٥٦، الجزء الأول، ٢٠٢١)، ص ص ١٥٧-٢١٨.
- ^٣ أحمد محمد صالح، دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، **مجلة البحوث الإعلامية**، ٢٠٢٠، العدد ٥٤، المجلد الرابع، ص ص ٢٤٩٥ - ٢٥٣٦.
- ^٤ إمام شكري إبراهيم أحمد القطان، متطلبات رأس المال الفكري لتحقيق الأداء المتميز للإذاعة المدرسية وانعكاسها على الصورة الذهنية نحو هذا الأداء "دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية** جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، المجلد ٥٤، ٥٤، - الجزء الثالث، ٢٠٢٠.
- ^٥ ايمان عاشور سيد حسين، "التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد-١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٤٥، المجلد الرابع، ٢٠٢٠، ص ص ٢٥٣٧ - ٢٦٠٤.
- ^٦ جاد عويدات، "تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر الفيسبوك: دراسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة France ٢٤ عربي، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، برلين: ألمانيا "العدد الحادي عشر، ٢٠٢٠.
- ^٧ جيهان سعد عبده، أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد "Covid 19": دراسة تحليلية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ٢٠٢٠، ص ص ٣٣٥١ - ٣٤٠٦.
- ^٨ ریحاب سامي لطيف محمد، "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر بالقاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٢٠، المجلد ٥٥، الجزء الخامس.

^٩ ريجان زينب الحسيني رجب بلال، المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا: دراسة تحليلية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٥، الجزء الرابع، ٢٠٢٠).

¹⁰ Rajvikran Madurai,(2020), Restructured society and environment: A review on potential technological strategies to control the COVID-19 pandemic, *Science of the total Environment*).

¹¹ Rama Krishna, (2020), Smart technologies for fighting Pandemics: The techno- and human- driven approaches in controlling the virus transmission, *Government Information Quarterly*.

¹² Sang-Hwa Oh, Seo Yoon Lee & Changhyun Han, he Effects of Social Media Use on Preventive Behaviors during Infectious Disease Outbreaks: The Mediating Role of Self-relevant Emotions and Public Risk Perception, *Health Communication*. 2020, Available at: <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1724639>

^{١٣} طارق محمد الصعيدي، اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية لصحية بجائحة كورونا في مصر..؛ دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، (كلية الإعلام، جامعة الأزهر العدد الرابع والخمسون - الجزء الرابع- ذو القعدة ١٤٤١ هـ - يوليو ٢٠٢٠ م).

^{١٤} فودة محمد علي، "اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا، *مجلة البحوث الإعلامية*، (كلية الإعلام، جامعة الأزهر المجلد ٥٥، الجزء السادس، ٢٠٢٠) ص ص ٣٢٥٣-٣٣١٤

^{١٥} محمد الأمين موسى، "محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة"، متاح على مركز الجزيرة للدراسات، . [https://studies . Aljazeera.net /ar/article/](https://studies.Aljazeera.net/ar/article/) ٢٠٢٠.

^{١٦} - محمود سمير محمد، توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية: دراسة تحليلية، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٤، الجزء الرابع، ٢٠٢٠) ص ص ٢٧٥٥-٢٨٣

^{١٧} نادية محمد عبد الحافظ، اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد، بحث منشور، *مجلة البحوث الإعلامية*، (كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون- الجزء الرابع- ذو القعدة ١٤٤١ هـ - يوليو ٢٠٢٠ م).

^{١٨} نشوة سليمان عقل، التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقتها بمستوى إدراك (المخاطر لدى المرأة المصرية" بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، (كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون - الجزء الرابع- ذو القعدة ١٤٤١ هـ - يوليو ٢٠٢٠)

¹⁹ Lisa Singha,(2020), A first look at covid -19, Information and misinformation tharing on Twitter: apaper presented to University of Minnesoto.

^{٢٠} آلاء بنت بكر علي الشيخ ، دور «تويتر» أثناء الأزمات وتأثيره في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة «أزمة حريق محطة القطار أنموذجًا ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر بالقاهرة ، كلية الإعلام ، المجلد ٥٣ ، الجزء الثاني ، ٢٠٢٠. ص ص 963-1032

^{٢١} رباب جمعة إبراهيم محمد "أطر تقديم الأداء الحكومي بالبرامج الساخرة علي اليوتيوب وعلاقتها بالصورة الذهنية لدي الشباب الجامعي " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة. كلية التربية النوعية. قسم الاعلام التربوي ، ٢٠٢٠.

^{٢٢} سامي نهار مطر الظفيري ، "دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الاجتماعية في دولة الكويت ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة. كلية الآداب. قسم الإعلام ، ٢٠٢٠.

^{٢٣} علا ممدوح عيسى ، "تفاعل مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي مع الصفحات الساخرة وعلاقته بتشكيل الصورة الذهنية عن الفاعلين السياسيين "، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة. ٢٠٢٠.

^{٢٤} هيثم يونس أحمد يونس ، " أطر تقديم مؤسسة القضاء فى الصحافة المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية للقضاة لدى الجمهور " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة. كلية الإعلام. قسم الصحافة. ، ٢٠٢٠.

^{٢٥} مى حسن محمد حسن ، "الإعلان كأداة لإدارة الأزمات المؤسسيه من أجل إستعادة الصورة الذهنية" ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة حلوان. كلية الفنون التطبيقية . قسم الإعلان ، ٢٠٢٠.

^{٢٦} إيمان سيد علي عبد المطلب ، تعرض الجمهور لمضامين المشروعات القومية بالبرامج الحوارية وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية للأداء الحكومي المصري" ، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر بالقاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١٩ . المجلد ٥١ ، الجزء الثاني ، ص ص 685-732

²⁷ Rossler, Patrick; Brosius, Hans-Bernd. "Do Talk shows cultivate Adolescents view of the world: a prolonged Exposure experiment"9

Journal of communication, Vol.38, No.8, March 5380, P.p. 800-800.

^{٢٨} هبة الله محمد السيد حسب النبي ، الصورة الإعلامية للأساتذة الجامعيين - الشكل والمضمون في أفلام السينما المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى المرهق ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٧.

^{٢٩} موسى محمد الخير موسى ، استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية : دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على الصندوق القومي لرعاية الطلاب السودانيون في الفترة من ٢٠١٤-٢٠١٥ ، رسالة دكتوراه منشورة ، جامعة ام درمان الإسلامية ، كلية الإعلام ، السودان ٢٠١٦ ، ص ١٥٠.

³⁰ Denis Mcquail, Mass Communication Theory: An Introduction, London: SAGE Publication, 8.00, P. 33

³¹ Noshina saleem us media framing of foreign countries image , journal of media studies, ٢٠٠٧. vol. 2 , no, 1

^{٣٢} باقر موسى ، الصورة الذهنية في العلاقات العامة ، (عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٤) ص ٥٥.

^{٣٣} ايمان عاشور سيد ، مرجع سابق ، ص ص ٢٥٣٨ - ٢٦٠٤

^{٣٤} على عجوة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، ط٣ ، القاهرة ، عالم الكتب للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٥ .

^{٣٥} محمد منير حجاب ، الاتصال والعلاقات العامة ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧ ، ص ١٦٨.

^{٣٦} ندا ايمن منصور ، الصورة الذهنية والإعلامية : عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير ، القاهرة ، ٢٠٠٤ ، ص ٧٩

^{٣٧} زينهم حسن علي ، العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي لقضية تهويد القدس على مواقع التواصل الاجتماعي والصورة الذهنية للعرب ، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية ، جامعة المنيا ، كلية التربية النوعية ، ٢٠١٨ ، العدد ١٧ ، ص ص ٢٥-٧٤.

^{٣٨} خلف لاقى الحلبي الحماد ، الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني - دراسة ميدانية" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة البترا ، كلية الآداب والعلوم ، قسم الصحافة والإعلام ، ٢٠١٤ . ص ٣٢.

³⁹ Fredrick, J. A, Phyllis C Blumenfeld, Alison H Paris, School Engagement: (" Educational Research, Potential of the Concept, State of the Evidence. Review of vol. 74, 2004, p60.

^{٤٠} نجوى إبراهيم جمعة ، "المعالجة الإعلامية لأزمة مياه النيل بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو العلاقات المصرية الإفريقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال)، ٢٠١٨، ص ٦٧

⁴¹ omenti, S.,Murtarelli ,G. :Organizations conversation in social media :Applying Dialogue Strategies in times of crisis .Corporate communication :An International Journal ,vol.19,Iss.1,2014 ,p.365.

⁴² Rajvikram Madurai Elavarasan" Restructured society and environment: A review on potential technological strategies to control the COVID-19 pandemic" Science of the Total Environment.2020, p.8.

⁴³ Rama Krishna Reddy Kummitha" Smart technologies for fighting pandemics: The techno- and human- driven approaches in controlling the virus transmission"

Government Information Quarterly.2020. p.1.

^{٤٤} محمد بدر الدين زايد ، سوزان عابد ، تداعيات الجائحة: رؤى تحليلية ونقدية لتداعيات جائحة كورونا لعام ٢٠٢٠ ، مجموعة من مقالات الرأي والدراسات حول فيروس كورونا المستجد COVID-19 ، صادر عن مركز الدراسات الإستراتيجية ، مكتبة الأسكنرية ، ٢٠٢٠ . ص ٩٢ .

^{٤٥} منظمة الصحة العالمية (١٩ مارس ٢٠٢٠) : المصطلحات الطبية المتعلقة بفيروس كورونا متاح على موقع المنظمة

.WWW.emro.who.int/ar/cov.org

^{٤٦} أميمة أجمد رمضان محمد ، تعرض الشباب الجامعي للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة المنيا ، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي ، ٢٠١٨)

^{٤٧} أحمد حسين محمد ، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام نحو الأحداث السياسية في مصر: دراسة حالة على الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢" ، "المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام بعنوان الإعلام وبناء الدولة الحديثة" ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢ م) ، ص ٦٠ .

^{٤٨} سارة عبد العزيز ، "مرجع سابق" ، ص ٢٨٢ .

^{٤٩} جيهان حسن أمين حسين ، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي: دراسة حالة لشباب ثورة ٢٥ يناير " ، "رسالة ماجستير غير منشورة" ، جامعة القاهرة - معهد الدراسات والبحوث التربوية - قسم أصول التربية و تعليم الكبار ، (٢٠١٤).

^{٥٠} سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف ، "تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على علاقة المرأة بالرجل : دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك" ، دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك ، منشور بالمجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد (١٤) ، العدد (٣) ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ٢٠١٥).

^{٥١} محمود رمضان أحمد ، التعرض للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحالة المزاجية للرأي العام السعودي والمصري: دراسة ميدانية ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام ، المجلد ٦٤ ، ٢٠١٨).

^{٥٢} إيمان عاشور سيد، التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، العدد ٥٤ ، الجزء الرابع ٢٠٢٠). ص ص ٢٥٣٨-٢٦٠٤

^{٥٣} وليد أحمد إبراهيم ، " استخدامات الأطفال الصم لموقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة المجتمع) ، ٢٠١٥.

^{٥٤} رباب رأفت الجمال . " دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر للفترة ما بعد ثورة ٢٥ يناير- دراسة في إطار نظرية المجال العام" ، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام بعنوان الإعلام وبناء الدولة الحديثة ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، ٢٠١٢) ، ص ٢٤.

^{٥٥} أشرف جلال حسن. "دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية : دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في مصر- تونس- ليبيا- سوريا- اليمن" ، "المؤتمر العلمي السنوي الثامن عشر لكلية الإعلام" ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١-٣ يوليو ٢٠١٢ م ، ص ٢١)

^{٥٦} أمل أحمد متولى دراز ، " اعتماد الشباب المصري على شبكات التواصل الاجتماعي فى أوقات الأزمات خلال المرحلة الانتقالية" ، "المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال" ، جامعة الأهرام الكندية ، (العدد الرابع ، السنة الثانية ، مارس ، ٢٠١٤) ، ص ١٢

⁵⁷ Mattew Gardner B, Mbaum. (2008) , " Talking Goff man on at our of face book, collage students and the presentation of self in

mediated, digital environment", PH.D Dissertation Tucson, Arizona, University of Arizona, Available at: Proquest dissertation

^{٥٨} سارة محمود عبد العزيز سلام، التعرض للسخرية السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بصورة المسؤولين السياسيين في مصر: بالتطبيق على بعض الصفحات الساخرة على موقع بوك، "رسالة دكتوراه غير منشورة" (جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٦)، ص ٣٢١.

^{٥٩} غادة واكد، "استخدام طلاب الجامعة للكاريكاتير على موقع الفيس بوك وعلاقته بالوعي السياسي لديهم"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٣)، ص ٢٧١.

^{٦٠} سلوى أحمد محمد أبو العلا، "تصميم الرسوم الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على علاقة المرأة بالرجل: دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك"، دراسة تطبيقية على صفحات الفيس بوك، منشور بالمجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (١٤)، العدد (٣)، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٥).

^{٦١} إيمان عاشور سيد حسين، التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم، مرجع سابق، ٢٥٣٧ - ٢٦٠٤.

^{٦٢} فودة محمد على، اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا، مرجع سابق، ص ٣٢٥٣-٣٣١٤.

^{٦٣} Katharina Kleinen von, Localizing The Daily Show: The heute show in Germany (University of Vienna, Special Issue of Popular Communication, 2011, p10.

^{٦٤} إيمان عاشور سيد، الصورة الذهنية للأستاذ الجامعي في الدراما المصرية وعلاقتها بدافعية الإنجاز لدى طلاب الجامعة، مرجع سابق.

^{٦٥} آلاء بنت بكر علي الشيخ، دور «تويتر» أثناء الأزمات وتأثيره في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة «أزمة حريق محطة القطار أنموذجاً»، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ٢٠٢٠، المجلد ٥٣، ٥٣-٥٣، ج ٢، ٢٠٢٠.

^{٦٦} نهاد فتحي سليمان حجازي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية، رسالة دكتوراه منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٨).

^{٦٧} إيمان سيد على عبد المطلب، تعرض الجمهور لمضامين المشروعات القومية بالبرامج الحوارية وعلاقته بتكوين الصورة الذهنية للأداء الحكومي المصري، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ٢٠١٩، ع ٥١، ج ٢.

^{٦٨} أميمة أحمد رمضان، مرجع سابق، ص ٢٤٢.