

عنوان البحث

**دور الفيديوهات الحكومية التوعوية في تنمية الوعي الصحي لدى الجمهور الأردني
بجائحة كورونا "دراسة مسحية"**

أ. فرح راضي الدرعاوي¹، أ. محمد خليل ابراهيم²

¹ بكالوريوس وماجستير في الصحافة والإعلام من جامعة اليرموك في المملكة الأردنية الهاشمية، صحافية مستقلة وباحثة في العلوم الإنسانية والاجتماعية والإعلامية. ايميل: farahjournalist1992@gmail.com

² باحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية والإعلامية، ومؤسس الدار العربية للأبحاث والترجمة. ايميل: mo.eb2221@gmail.com
HNSJ, 2024, 5(2); <https://doi.org/10.53796/hnsj52/10>

تاريخ القبول: 2024/01/12م

تاريخ النشر: 2024/02/01م

المستخلص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور الفيديوهات الحكومية التوعوية في تنمية الوعي الصحي لدى الجمهور الأردني، وتعدّ هذه الدراسة من البحوث الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح، حيث تمت الدراسة على عينة قوامها (300) مفردة من مجتمع الدراسة؛ المتمثل بسكان العاصمة عمان، بالاعتماد على الاستبانة أداة لجمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى أنّ (82.3%) من المبحوثين تابعوا الفيديوهات الحكومية التوعوية الخاصة بجائحة كورونا، وأنّ (44.5%) يشاهدون الفيديوهات التوعوية بمعدل مرتفع (4 فيديوهات وأكثر) يومياً، ويعتمدون في ذلك على القنوات التلفزيونية، وأظهرت الدراسة أنّ أهم أسباب متابعة المبحوثين للفيديوهات الحكومية التوعوية بجائحة كورونا الحاجة هي التثقيف الصحي واكتساب النصائح والتوجيهات لتفادي الإصابة بفيروس كورونا، وبينت الدراسة أنّ الفيديوهات الحكومية التوعوية ساهمت بزيادة الوعي الصحي للأفراد وتعزيزه أثناء ممارسة حياتهم اليومية وتثقيف الجمهور لكيفية الوقاية من الفيروس وآليات التعامل معه، وكشفت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا وكلاً من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

الكلمات المفتاحية: دور، الفيديوهات التوعوية، كورونا، الجمهور الأردني، الوعي الصحي.

RESEARCH TITLE

The Role of Government Educational Videos in Developing Health Awareness among the Jordanian Public during the COVID-19 Pandemic “A Survey Study”

Farah Radhi Al-Daraawi¹, A. Mohammed Khalil Ibrahim²

¹ Bachelor's and Master's degrees in journalism and media from Yarmouk University in the Hashemite Kingdom of Jordan. Independent journalist and researcher in the humanities, social and media sciences. Email: farahjournalist1992@gmail.com ² Researcher in the humanities, social and media sciences, and founder of the Arab House for Research and Translation. Email: mo.eb2221@gmail.com

HNSJ, 2024, 5(2); <https://doi.org/10.53796/hnsj52/10>

Published at 01/02/2024

Accepted at 12/01/2024

Abstract

The study aimed to identify the role of government educational videos in developing health awareness among the Jordanian public. This study is classified as descriptive-analytical research, which relied on the survey methodology, where the sample of the study consisted of (300) items from the population represented by residents of the capital, Amman, relied on the questionnaire as a data collection tool.

The study found that (82.3%) of the respondents followed government educational videos related to the COVID-19 pandemic, and (44.5%) watched these informative videos at a high frequency (4 videos or more) on a daily basis. They relied primarily on television channels to access these educational videos.

The study revealed that the main reasons for the respondents' engagement with government educational videos on the COVID-19 pandemic were for health education, acquiring advice, and guidance to prevent COVID-19 infection. It highlighted that these governmental educational videos contributed to increasing and enhancing individuals' health awareness during their daily lives. They also educated the public on virus prevention and management methods.

The study indicated a statistically significant relationship between the frequency of exposure of the Jordanian public to government educational videos about the COVID-19 pandemic and the cognitive, emotional, and behavioral impacts.

Key Words: Role, Awareness Videos, COVID-19 Pandemic, The Jordanian Public, Health Awareness.

المقدمة

يلعب الإعلام دوراً مهماً في اكساب الجمهور المعلومات والمعرفة ويقوم عبر وسائله المختلفة بوظائف عدة ما بين تثقيف وتوعية وترفيه بشكل ملموس وحيوي؛ حيث تمتلك وسائل الإعلام قدرات ومميزات هائلة في إنتاج المعلومات بكافة الطرق والأشكال وايصالها لقاعدة كبيرة من الجماهير، كما تمتلك وسائل الإعلام القدرة على التأثير على الأفراد وقادة الرأي وتوجيه المجتمعات وتثقيفها على مختلف مستوياتهم العمرية والتعليمية والثقافية وقد ازداد هذا التأثير مع التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال والإعلام والتحول الرقمي، وبرز دور وسائل الإعلام في مواجهة الأزمات المختلفة وخصوصاً الأزمات الصحية.

نعيش اليوم ظروف صحية ووبائية معقدة ومتلاحقة ونعاني من صراعات واضطرابات اجتماعية واقتصادية، وقد وضعت هذه جميعها الدول والحكومات أمام مسؤوليات وأعباء كبيرة وتحديات جمة، حيث شهد العالم مؤخراً انتشار وباء جديد أشاع الخوف والذعر في جميع أنحاء العالم ، ففي أواخر شهر ديسمبر 2019 ظهر في مدينة ووهان الصينية فيروس خطير أطلق عليه كورونا (كوفيد-19)، والذي يعد من الأمراض الخطيرة المعدية سريعة الانتشار والمتحورة، لتعلن منظمة الصحة العالمية أن كورونا اجتاحت العالم بوتيرة سريعة فرضت اتخاذ مجموعة من القرارات والإجراءات الاحترازية أهمها الحجر الصحي وحظر التجوال للحد من انتشار الفيروس الذي عمل على تجميد كافة أنشطة الحياة في جميع أنحاء العالم.

وفي الأردن بلغ عدد الحالات منذ ظهور الجائحة إلى 24 من كانون الأول/ يناير 2021 ، (319519) حالة، وقد شرعت الحكومة الأردنية منذ بداية الأزمة عدة قرارات بالتعاون مع عدة وزارات وخاصة وزارة الصحة من شأنها تقليل عدد الإصابات بالمرض، وعملت على الكثير من البرامج التوعوية، حيث قامت بداية بإطلاق موقع رسمي يوفر كافة المعلومات عن (كوفيد-19) بهدف نشر الوعي حول الفيروس والإجراءات المرتبطة به، وإدارة المخاطر والحد من انتشاره.

وفي ظل تعاظم دور الإعلام وقدرته على تشكيل الوعي لدى أفراد المجتمع وتوجيههم معرفياً وسلوكياً في الأزمات على اختلافها، وجب على الإعلام الرسمي مسؤولية كبيرة في بناء الوعي الصحي في المجتمع وتعريفه بالأمراض والأوبئة المختلفة وإرشادهم إلى وسائل الوقاية منها، ودحض الشائعات والمعلومات المغلوطة المتناقلة عنها، لذا جاءت هذه الدراسة في محاولة للتعرف على دور الفيديوهاات الحكومية التوعوية التي أطلقتها تزامناً مع انتشار (كوفيد-19) في تنمية الوعي الصحي لدى الجمهور الأردني بهذه الجائحة.

مشكلة الدراسة

تؤدي التوعية الصحية دوراً هاماً في رفع مستوى الصحة العامة لدى أفراد المجتمع وتعتمد التوعية الصحية على وسائل الإعلام المختلفة للتأثير على المجتمع ورفع الوعي والمعرفة الصحية لديه بالحقائق العلمية الصحية وخاصة تلك المتعلقة بالأمراض الوبائية كفيروس كورونا، ولما قامت به الحكومة الأردنية من نشر فيديوهاات توعوية صحية متعلقة بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) بصورة لافتة عبر حملاتها الصحية، فإن الدراسة تسعى لمعرفة دور الفيديوهاات الحكومية التوعوية في تنمية الوعي الصحي لدى الجمهور الأردني خلال جائحة كورونا وما للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الجمهور الأردني على الفيديوهاات الحكومية التي بنت على وسائل الإعلام المرئي وعلى مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من حداثة القضية المدروسة والمتمثلة في جائحة كورونا، إضافة الى عدة اعتبارات منها:

- إثراء الرصيد البحثي حول مجال الفيديوهات التوعوية، نظراً لأهميتها وتنوع أساليبها.
- ستوفر نتائج الدراسة رؤية شاملة تساهم في استثمار فيديوهات التوعية الحكومية وتطويرها لمواكبة المجال التكنولوجي والإعلامي على الخصوص.
- كما تأتي أهميتها تبعاً للمتغيرات الصحية التي طرأت في العالم أجمع والتي فرضتها جائحة كورونا المستجد (19-covid).
- كما يكمن جوهر الدراسة في البحث في تأثير وسائل الإعلام في التوعية الصحية لمواجهة جائحة كورونا المستجد (19-covid).

أهداف الدراسة

- التعرف على عادات وأنماط تعرض الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية بجائحة كورونا.
- التعرف على أسباب اعتماد الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية بجائحة كورونا.
- التعرف على دور الفيديوهات التوعوية الحكومية في توعية الجمهور الأردني ضد جائحة كورونا.
- التعرف على التأثيرات الوجدانية والسلوكية والمعرفية الناجمة عن متابعة الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية.

أسئلة الدراسة

- ما عادات وأنماط تعرض الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية بجائحة كورونا؟
- ما مصادر تعرض الجمهور الاردني للفيديوهات التوعوية الحكومية بجائحة كورونا؟
- ما أسباب اعتماد الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية بجائحة كورونا؟
- ما دور الفيديوهات التوعوية الحكومية في توعية الجمهور الأردني ضد جائحة كورونا؟
- ما التأثيرات الوجدانية والسلوكية والمعرفية الناجمة عن متابعة الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا؟

فروض الدراسة

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تأثير الجمهور الأردني بالفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا (معرفياً، وجدانياً، سلوكياً) تُعزى للمتغيرات الديموغرافية
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين كثافة تعرض الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا وكلاً من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

الدراسات السابقة

1. دراسة فراج (2020) بعنوان: اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية وتأثيراتها عليهم "دراسة ميدانية على عينة من مراجعي المستشفيات"
- هدفت هذه الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد الجمهور الاردني على حملات العلاقات العامة الصحية وتأثيراتها.

استخدمت الدراسة المنهج المسحي الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من مراجعي المستشفيات الحكومية والخاصة، واستخدمت الدراسة اداة الاستبانة التي تم تطبيقها على (300) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى: أن درجة اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية جاءت بنسب متوسطة بلغت (58.3%)، كما وبيّنت الدراسة أن أكثر الموضوعات والقضايا الصحية التي اهتمت بها الحملات كانت (الحفاظ على النظافة الشخصية)، وأكدت الدراسة أن من أهم أسباب اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية كانت (الثقة في الجهة التي تقدم هذه المعلومات الصحية) بمتوسط بلغ (1.40)، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية وكلاً من التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية).

2. دراسة العلمي (2019) بعنوان: دور التلفزيون في نشر الوعي الصحي لبرنامج (dr.oz) (نموذجاً هدفت الدراسة إلى الوقوف على دور البرنامج الصحية وبرنامج Dr.oz في نشر الوعي الصحي ومعرفة دوافع التعرض للبرنامج، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي وتكون مجتمع الدراسة من جميع مشاهدي برنامج (dr.OZ)، واستخدمت الدراسة اداة الاستبانة التي تم تطبيقها على عينة عشوائية بلغت (61) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يتابعون البرنامج من أجل التثقيف واكتساب معلومات جديدة وتعلم السلوكيات الصحية الجيدة، أن البرنامج يساهم في تنمية الوعي والثقافة الصحية، أن (63.90%) من أفراد العينة يتابعون البرنامج من أجل تجنب السلوكيات الخاطئة التي تمس بصحة الأفراد.

3. دراسة الشلول (2018) بعنوان: استخدام الجمهور الأردني لمواقع الإلكترونيّة الصحية وعلاقته بمستوى المعرفة الصحية لديهم.

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى استخدام الجمهور الأردني للمواقع الإلكترونيّة الصحية ودرجة اهتمامهم وأسباب استخدامهم لهذه المواقع ونوع المعرفة الصحية المكتسبة ودرجة الثقة بالمعلومات الصحية المقدمة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وتم جمع البيانات باستخدام أداة الاستبانة التي وزعت على (400) مفردة من الجمهور الأردني باستخدام العينة العمدية. توصلت الدراسة إلى أن الاستخدام للمواقع الإلكترونيّة الصحية والاستفادة منها والاهتمام بالمعلومات الصحية المقدمة عبرها جاءت بدرجة متوسطة، فيما جاءت الثقة بالمعلومات الصحية بدرجة مرتفعة، وأيدت الدراسة نظرية الفجوة المعرفية وعززت الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث.

4. دراسة سلوغة (2017) بعنوان: اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام في التوعية الصحية هدفت الدراسة التعرف إلى مدى اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام من أجل التوعية الصحية وعادات وأنماط التعرض لهذه الوسائل، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي من خلال اداة الاستبانة والتي تم توزيعها على عينة قصدية عددها (50) مفردة، وتوصلت الدراسة الى أن نصف المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام بتركيز من أجل توعيتهم، ويرون أن وسائل الإعلام الجديدة تقدم معلومات بعمق أكبر في مجال التوعية الصحية مقارنة بالوسائل التقليدية، وبيّنت الدراسة أن نصف المبحوثين يفضلون اكتساب النصائح وتوجيهات تقادي الأمراض من وسائل الإعلام فيما يفضلها الباقي للترفيه والاطلاع على الاخبار وكسر الملل.

5. دراسة علي (2017) بعنوان: دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور "دراسة من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة".

هدفت الدراسة التعرف إلى رأي المختصين في وزارة الصحة الأردنية بما تنشره شبكة الفيسبوك من معلومات صحية، وأهم هذه المواضيع من وجهة نظرهم، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبانة والتي تم توزيعها على (273) مفردة، وتوصلت الدراسة الى أن موضوعات الإعلام في شبكة الفيس بوك تتسم بالتنوع، أن أهم الموضوعات التي قدمتها شبكة الفيسبوك هي زيادة الوعي الصحي، وبينت الدراسة أن الاشباع المتحققة هي زيادة الثقافة الصحية، زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، اكتساب العادات الصحية السليمة.

6. دراسة الفرم (2017) بعنوان: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية

هدفت الدراسة التعرف إلى مستوى استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا وتقييم مدى مشاركة المدن الطبية في برامج التوعية، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال تحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر حسابات الرسمية للمدن الطبية الخمس ومستشفياتها في الشبكات الاجتماعية (يوتيوب، فيس بوك، تويتر)، وتوصلت الدراسة الى أن (73%) من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي، أن (60%) من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل في التوعية ضد فيروس كورونا، ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها المنظومة الاتصالية الحديثة والتواصل مع المجتمع المحلي.

7. Ferreira, and Susana (2020). Media and Misinformation in Times of COVID-19: How People Informed Themselves in the Days Following the Portuguese Declaration of the State of Emergency

هدفت الدراسة إلى التحقيق في العلاقة بين اعتماد الأشخاص على نظام الإعلام بما في ذلك الوسائط التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي، والاختيارات التي يتخذونها داخل هذا النظام. اعتمدت الدراسة منهج بحوث الارتباط من خلال تحليل كيفية ارتباط الاعتماد على وسائل الاعلام بالاختيار والثقة في وسائل الإعلام المختلفة، ووسائل الإعلام التقليدية مقابل وسائل التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات. تم جمع المعلومات من خلال استبيان تم تنفيذه على (344) في البرتغال خلال الأسبوع الأول من حالة الطوارئ. كشفت الدراسة وجود ظاهرة الاعتماد على الإعلام، مع التعرض القوي لمحتوى إعلامي تقليدي بامتياز كمصدر رئيسي، وامتياز إيجابيا من حيث الثقة. وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر رئيسي وقبول المعلومات المضللة. تم تأكيد فرضية أن وسائل الإعلام الرئيسية هي المفضلة من قبل أولئك الذين يبحثون عن المعلومات، أي التلفزيون والصحف الرقمية والشبكات الاجتماعية، على الرغم من استشارتها أو استخدامها بانتظام، إلا أن أقلية تثق بها.

8. Casero–Ripollés, A. (2020). “Impact of Covid–19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak”.

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى تأثير فيروس كورونا الجديد على استهلاك الأخبار، وعلى المصادقية التي يمنحها المواطنون لوسائل الإعلام، فضلاً عن قدرتهم على اكتشاف الأخبار المزيفة. للتحقق من هذه الأهداف أجرى الباحث تحليل استكشافي على البيانات الثانوية من الإنترنت مثل استطلاعات الرأي الخاصة بلوحة الاتجاهات الأمريكية التابعة لمركز بيو للأبحاث في الولايات المتحدة، ومقارنة البيانات قبل وبعد التفشي. تؤكد نتائج الدراسة تأثير كوفيد19 على نظام الوسائط. وتشير إلى ظهور تطورات مهمة في النظام العالمي مثل عودة دور الإعلام التقليدي، وخاصة التلفزيون، وحقيقة أن المواطنين الذين عادة ما يظنون بعبيدين عن المعلومات قد أعادوا الاتصال بالأخبار. لذلك، تم تقليل التفاوتات الحالية فيما يتعلق باستهلاك الأخبار بين المواطنين جزئياً، وهذا يولد فوائد محتملة للديمقراطية في شروط المواطنين المساواة وإمكانية الوصول فيما يتعلق بالشؤون العامة.

9. Hilmi (2014) The Role of public Relations Departments in Health Information Dissemination in Hospitals: Toward A Successful Health Care Delivery System in Oman

هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة في نشر المعلومات الصحية في المستشفيات العُمانية، وإن كانت هذه الأدوار تُقي بالمعايير المقبولة والوسائل الاتصالية التي تستخدمها، ومعرفة الفروقات بين المستشفيات العامة والخاصة والحضرية والريفية، وبلغت العينة (10) مستشفيات، تمثل جميع كوادر المستشفيات في سلطنة عُمان. كانت أداة الدراسة المستخدمة هي الاستبيان شبه المنظم للحصول على معلومات. وتوصلت الدراسة إلى أن ممارسة العلاقات العامة في نشر المعلومات الصحية في المستشفيات العُمانية لا تتفق مع المعايير الدولية، وأن رسائل التواصل الصحي المنشورة في تلك المستشفيات تصنف على أنها عامة جداً بدلاً عن كونها رسائل توعية صحية، وأن استخدام تكنولوجيا المعلومات في نشر المعلومات الصحية لا يتماشى مع التطور السريع في قطاع تكنولوجيا المعلومات، وبيّنت الدراسة بأن ممارسين العلاقات العامة لا يشاركون في التخطيط وصنع القرار في هذه المستشفيات.

التعليق على الدراسات السابقة

- تشابهت الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة من حيث الأداة المستخدمة، حيث وظفت أداة الاستبانة باستثناء دراسة الفرم (2016)، والتي استخدمت أداة تحليل المضمون.
- تشابهت الدراسة مع دراسة الثلول (2018)، ومعاينة (2014)، و (Herre 2012)، من حيث مجتمع الدراسة والعينة الممثلة وهي الجمهور، فيما اختلفت مع كلاً من فراج (2020)، والعلمي (2019)، سلوغة (2017)، ، علي (2017).
- اختلفت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات من حيث الموضوع المتناول وهو دور الفيديوهات الحكومية في التوعية ضد كورونا المستجد (. covid-19).

- استفاد الباحثان من خلال اطلاعها على الدراسات السابقة في تحديد متغيرات الدراسة، أساليب قياسها، وصياغة الأسئلة والمشكلة البحثية، واختيار مجتمع الدراسة، وتطوير الأداة البحثية. وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة كونها تركز على دور الإعلام في التوعية ضد الأوبئة والأمراض الجائحة، والتي لم تتطرق لها الدراسات السابقة حيث تُعتبر من الدراسات القلائل في معرفة دور الإعلام وتأثيره على المجتمع خلال هذه الجائحة مفاهيم ومصطلحات الدراسة

◆ الدور: هو مجموعة السلوكيات التي تصف بشكل دقيق التكوين الاجتماعي، بالإضافة إلى ذلك فهو يعبر عن الوظيفة التي تقوم بها وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور في شتى المجالات منها (تعليمية، تنموية، ترفيهية. (شلابي، 1994).

◆ الوعي الصحي: "العملية التي تستخدم فيها وسائل التعليم والاتصال لكي ننقل للناس والأفراد والمجتمعات المعرفة من أجل الوقاية من الأمراض وعلاجها، اضع تمكنهم استخدام هذه المعرفة لتطوير صحتهم وصحة أسرهم ومجتمعاتهم" (السباعي، 1995، 8) ويعرف أحمد بدح وآخرون (2009) بأنه إمام أفراد المجتمع بالمعلومات والحقائق الصحية واحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم من خلال الممارسة الصحية عن قصد نتيجة الفهم والافتتاح لتحويل تلك الممارسات الى عادات تمارس بلا شعور أو تفكير"

◆ الفيديوهات الحكومية التوعوية: هي عبارة عن عدد من الفيديوهات التي بثتها عبر القنوات الفضائية والأرضية وعبر مواقع التواصل الاجتماعي والوزارات والدوائر الحكومية خلال جائحة كورونا والتي تعنى بتزويد الجمهور الأردني بالمعلومات والإرشادات والنصائح لمواجهة فيروس كورونا المستجد (19-COVID) وتداعياته وطرق الوقاية منه والتغلب عليه.

◆ الجائحة: "المصيبة تحل بالرجل في ماله فتجتاحه كله، وفي اصطلاح الفقهاء: ما أذهب الثمر أو بعضه من آفة سماوية" (العمرى ويحيى، 1988)، وتعرف منظمة الصحة العالمية الجائحة: على أنها شيء يؤثر على نطاق جغرافي أوسع كأن يصيب بلداً بأكملها أو كوكب بأسره، تكون الغالبية العظمى معرضة للعدوى، كما في حال فيروس كورونا.

◆ كورونا المستجد (COVID-19): "هو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019. وقد تحول كوفيد-19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم" (منظمة الصحة العالمية)

نظرية الدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظريات التأثير غير المباشر لوسائل الإعلام التي تُركز على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام، ومدى اعتماد الفرد على هذه الوسائل والعلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والفرد والمجتمع، (خورشيد، 2011، 143).

إن العلاقة الرئيسية التي تحكمها النظرية هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور،

حيث قد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها. (ديفلير و روكيتش، 1993، ترجمة عبد الرؤوف). والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى. وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع، وقد تكون ديناميكية متغيرة، أو ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة (مكاوي، السيد، 1998) ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق إما الفهم أو التوجيه أو التسلية (مكاوي، 2009).

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدد من الفرضيات هي (عامر، 2012):

1. كلما كانت المعلومات التي تقدم من وسائل الإعلام ذات أهمية للجمهور زاد اعتمادهم على هذه الوسائل لانتقاء معلوماتهم.
 2. يختلف الجمهور من حيث درجة الاعتماد على وسائل الإعلام كنتيجة في اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية، والمتغيرات الديموغرافية.
 3. كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في انتقاء المعلومات، زادت بالتالي التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على هؤلاء الجمهور.
 4. هناك اختلاف في حجم التأثير المعرفي بين المعتمد على وسائل الإعلام والمستخدم لها، فكلما كان الاعتماد مركز وقوي، كلما كانت الآثار المعرفية مؤثرة.
 5. كلما زادت المجتمعات تعقيداً وتشابكاً، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام خارج إطار مجموعاتهم.
- ويذكر إسماعيل (2003) أن نظرية الاعتماد تشكل على وسائل الإعلام ثلاث تأثيرات رئيسة وهي التأثيرات المعرفية والمتمثلة ب: كشف الغموض وتكوين الاتجاه وترتيب الأولويات، واتساع المعتقدات، والقيم، والتأثيرات الوجدانية: وهي التي ترتبط ببعض المصطلحات مثل: المشاعر أو العواطف، ويحدد ديفلير وروكيتش هذه الآثار في الفُتور العاطفي والخوف والقلق والدعم المعنوي والإغتراب. والتأثيرات السلوكية: وتتنحصر الآثار السلوكية في سلوكيين أساسيين هما: التثبيط والخمول.

نوع الدراسة ومنهجها

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى إلى جمع البيانات الضرورية، وتحليلها بأكثر درجة من الدقة (حسين، 1976، ص125). وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، إذ يُعد من أنسب المناهج التي تُمكننا من الحصول على البيانات والمعلومات وأوصاف ظاهرة، بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات التي يتم الحصول عليها بمستويات ومعايير قياسية سبق اختبارها وإعدادها (حسين، 1995، ص147).

مجتمع الدراسة والعينة

تم تطبيق الدراسة على أفراد المجتمع الأردني في عاصمة المملكة الأردنية الهاشمية عمان، واعتمد الباحثان في هذه الدراسة على العينة المُتاحة، وهي إحدى أنواع العينات غير العشوائية، وتكونت العينة من (300) مفردة من الجمهور الأردني المتابع للفيديوهاات الحكومية التوعوية، وقد تم توزيع الاستبانة عليهم خلال الفترة ما بين 21 تموز 2020 حتى 18 آب 2020.

أداة الدراسة

اعتمدت الباحثان الاستبانة الإلكترونية عبر متصفح البيانات جوجل كأداة رئيسية لجمع المعلومات من أفراد العينة وهم الجمهور الأردني المتابع للفيديوهات الحكومية التوعوية الخاصة بجائحة كورونا. إجراءات الصدق والثبات

قياس الصدق: اعتمدت الدراسة على الصدق الظاهري؛ ومن أجل التأكد من صدق أداة الدراسة قام الباحثان بعرضها على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة، والتخصص في الإعلام لإصدار حكمهم على مدى صلاحية أداة جمع البيانات، وسلامة صياغتها، وملائمتها لموضوع الدراسة، وإدخال التعديلات المقترحة عليها. قياس الثبات: وللتأكد من ثبات أداة الدراسة، تم احتساب معامل الثبات كرونباخ ألفا والجدول رقم (1) يوضح معاملات الثبات لكل محور من محاور الدراسة.

جدول (1) معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا

الرقم	محاور الدراسة	كرونباخ ألفا
1	عادات وأنماط متابعة الفيديوهات الحكومية التوعوية	74.
2	أسباب متابعة الفيديوهات الحكومية التوعوية	79.
4	دور الفيديوهات الحكومية التوعوية في توعية الجمهور	87.
5	التأثيرات الناجمة عن متابعة الجمهور الأردني للفيديوهات الحكومية التوعوية الخاصة بجائحة كورونا	89.
-	الثبات الكلي	88.

تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى القيم التي حصلت عليها فقرات أداة الدراسة حسب محاورها. حيث تراوحت قيمة كرونباخ ألفا ثبات فقرات أداة الدراسة الحالية بين (74. - 89.)، وعند المجال الكلي حصلت على قيمة (88.)، وهي نسب تشير إلى ثبات الأداة.

المقاييس الإحصائية

اعتمدت الباحثان على برنامج التحليل الإحصائي SPSS، لتفريغ البيانات ومعالجتها وتحليلها، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
2. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
3. معامل الثبات كرونباخ ألفا، لحساب قيمة الثبات.

دور الإعلام في التوعية الصحية

انتشرت في السنوات الأخيرة الكثير من الأوبئة والأمراض المرتبطة بسلوكيات الإنسان الخاطئة، ولأن الصحة مطلب إنساني واجتماعي، يسعى الجميع لتحقيقه أفراداً ومجتمعات ودولاً، فهي تعدّ هدفاً غاية في الأهمية، وسبيلاً يوفر التنمية الاجتماعية الشاملة. لذا، فلا بدّ من العمل على نشر التوعية الصحية، من أجل رفع مستوى الوعي الصحي بين أفراد المجتمع وحمايته من خطر الإصابة بالأمراض المزمنة أو الخطيرة (الشميلة وآخرون، 2017، ص13). يعرف الدليمي (2019، ص227) التوعية الصحية على أنها: "مجموعة من الأنشطة التواصلية

والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي، بإطلاع الناس على واقع الصحة وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان، من أجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية والوقائية المنبثقة من عقيدة المجتمع ومن ثقافته". ويرى الباحثان أن ما قامت به الحكومة خلال جائحة كورونا من خلال وزاراتها ودوائرها المختلفة يعتبر نوعاً من أنواع الحملات التوعوية الصحية، وتعد الحملة الإعلامية الصحية من النشاطات الاتصالية المهمة التي تهدف للارتقاء بمستوى صحة الفرد، والتي تحتاج لتنفيذها إشراك العديد من الجهات وذلك سواء كان لنشر الأفكار أو المعلومات أو تعديل سلوكيات أو تعميمها على شريحة معينة (الغث، 2019)، وقد قامت أغلب الوزارات بدور مرموق في محاربة فيروس كورونا عبر القنوات المختلفة للإعلام الرسمي وعبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي. وتعد الحملات الإعلامية من الأدوات الفعالة في تحقيق ما يحتاجه المجتمع للتطور أو إحداث التغيير للاتجاهات وأنماط السلوك، فهي نشاط اتصالي منظم يهدف إلى إحداث تغييرات إدراكية وسلوكية لدى جمهور محدد خلال فترة محددة، وتعنى الحملات الإعلامية بنشر المعلومات حول فكرة معينة أو خدمة أو سلعة، وبصورة مخططة ومستمرة، ولفترة متواصلة بهدف الحصول على رد فعل ونتائج يتحقق من خلالها هدف الحملة (اسماعيل، 2015، ص240).

عرض النتائج ومناقشتها

سيتم عرض كل سؤال من أسئلة أداة الدراسة وإجابات المبحوثين عليها، والتي تم تحليلها وفقاً لبرنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

أولاً: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول (2) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة %
النوع الاجتماعي	ذكور	131	43.7
	إناث	169	56.3
العمر	من 15 إلى 25 سنة	95	31.7
	من 26 إلى 35 سنة	127	42.3
	من 36 إلى 45 سنة	42	14.0
	45 سنة فأكثر	36	12.0
مكان السكن	مدينة	343	81.0
	قرية	52	17.3
	بادية	—	—
	مخيم	5	1.7
المجموع		300	100%

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى أن نسبة الإناث من عينة الدراسة بلغت (56.3%) مقابل (43.7%) للذكور، وقد يعزى ارتفاع عدد الإناث في عينة الدراسة إلى طبيعة الانثى والتي تتخذ مواقع مختلفة في المجتمع وعلى رأسها ربة منزل تهتم بأسرتها وصحتها وكل ما قد يعرضهم للخطر وهذا نابع من طبيعتها، وقد احتلت الفئة العمرية (من 26 أقل من 35 سنة) المرتبة الأولى من عينة الدراسة بنسبة (42.3%)، تلاها في المرتبة الثانية

(من 15 الى 25 سنة) بنسبة (31.7%). ويظهر الجدول أن الذين يقطنون (المدينة) من عينة الدراسة جاءوا في المرتبة الاولى بنسبة (81.0%)، تلاها في المرتبة الثانية من يقطنون (القرية) بنسبة (17.3%)، وفي المرتبة الثالثة جاء من يقطنون (المخيم) بنسبة (1.7%).

ثانياً: عادات وأنماط متابعة الفيديوهات الحكومية التوعوية

1. هل شاهدت الفيديوهات التوعوية الحكومية؟

قام الباحثان بسؤال عينة الدراسة عن الفيديوهات بعد عرض فيديو عبر استبيان الدراسة الإلكتروني يوضح للمبحوثين المقصود بالفيديوهات التوعوية الحكومية.

جدول (3) متابعة العينة للفيديوهات التوعوية

البدائل	التكرار	النسبة %
نعم	247	82.3
لا	53	17.7
المجموع	300	100%

تظهر بيانات الجدول رقم (3) الأفراد الذين يتابعون الفيديوهات الحكومية التوعوية التي بثت لتنمية الوعي الصحي بجائحة كورونا من عينة الدراسة، حيث يتابعها ما نسبته (82.3%) مقابل (17.7%) لا يتابعونها، وقد قام الباحثان باستبعاد الذين لم يتعرضوا للفيديوهات الحكومية التوعوية لتصبح عينة الدراسة (247).

2. منذ متى وأنت تتابع الفيديوهات الحكومية التوعوية الخاصة بجائحة كورونا؟

جدول (4) متابعة عينة الدراسة للفيديوهات الحكومية التوعوية

البدائل	التكرار	النسبة %
منذ ظهور أول حالة في الأردن	126	51.0
منذ انتشار الفيروس في الأردن على نطاق واسع	91	36.9
منذ أن فرض حظر التجوال	30	12.1
المجموع	247	100%

تظهر بيانات الجدول رقم (4) الفترة التي بدأت فيها عينة الدراسة التعرض للفيديوهات الحكومية التوعوية، حيث جاءت (منذ ظهور أول حالة في الأردن) في المرتبة الاولى بنسبة بلغت (51.0%)، تلاها في المرتبة الثانية (منذ انتشار الفيروس في الأردن على نطاق واسع) بنسبة بلغت (36.9%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت (منذ أن فرض حظر التجوال) بنسبة (12.1%). ويرى الباحثان أن أكثر من نصف العينة تابعت هذه الفيديوهات منذ بداية الجائحة وهذا يدل على اهتمام الجمهور من عينة الدراسة بالتعرف بفيروس كورونا وطرق الوقاية منه، وقد يشير ذلك إلى الخوف والهلع اللذان صاحبا الجمهور في بداية الجائحة، وربما يعود ذلك الى أن الرواية الحكومية في الأمور الصحية أقرب للصحة والتصديق من غيرها ومثيلاتها في مواقع التواصل الاجتماعي وقنوات الاتصال المختلفة، والتي قد يشوبها شيء من المبالغة والتحريف.

3. ما عدد الفيديوهات التوعوية التي كنت تشاهدها الخاصة بجائحة كورونا في اليوم؟

جدول (5) كثافة تعرض عينة الدراسة للفيديوهات الحكومية التوعوية

النسبة %	التكرار	البدائل
15.8	39	فيديو واحد (معدل منخفض)
39.7	98	من 2 الى 3 فيديوهات (معدل متوسط)
44.5	110	4 فيديوهات وأكثر (معدل مرتفع)
100%	247	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى كثافة تعرض عينة الدراسة للفيديوهات الحكومية التوعوية، حيث أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة وبنسبة بلغت (44.5%) يشاهدون الفيديوهات التوعوية بمعدل مرتفع (4 فيديوهات وأكثر) يومياً، وجاءت في المرتبة الثانية وجاء في المرتبة الثانية بمعدل متوسط وبنسبة مقدارها (39.7%)، من يشاهد (من 2 الى 3 فيديوهات)، وفي المرتبة الأخيرة جاء من يتابعون (فيديو واحد) بمعدل منخفض بنسبة (15.8%). ويمكن تفسير ارتفاع كثافة التعرض للفيديوهات الحكومية التوعوية بما يخص جائحة كورونا إلى طبيعة الحدث نفسه وأهميته وقربه من الأفراد، ونقص المعلومات المتوفرة عن طبيعته وانتشاره وأعراضه وطرق التعامل معه حيث أن الفيروس متجدد ومتحور بشكل يصعب السيطرة عليه، ووفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فإن الأفراد يزداد اعتمادهم على وسائل الإعلام عندما تقوم هذه الوسائل بنقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف، وتزداد شدته إذ تعرضت المجتمعات لحالات من عدم الاستقرار.

ثالثاً: الاعتماد على مصادر المعلومات في التعرض للفيديوهات الحكومية التوعوية

جدول (6) مدى الاعتماد على مصادر المعلومات في التعرض للفيديوهات

الرتبة	المتوسط الحسابي	النسبة	التكرار	المصادر
1	51.	50.6	125	القنوات التلفزيونية
3	12.	11.7	29	المواقع والصحف الإلكترونية
2	39.	38.9	96	الفيس بوك
5	02.	2.0	5	التويتر
4	03.	3.2	8	الانستغرام

*اختيار متعدد

*تراوحت المتوسطات بين (0 - 1) من خلال إعطاء الإجابات أوزاناً وفق مايلي: (لا=0) و (نعم =1).

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أنّ (القنوات التلفزيونية) جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (51). كأكثر وسيلة اتصالية يعتمد عليها الجمهور الأردني في التعرض للفيديوهات الحكومية التوعوية بجائحة كورونا، فيما جاء (الفيس بوك) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (39)، وجاءت (المواقع والصحف الإلكترونية) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (12)، تلاها في المرتبة الرابعة (الانستغرام) بمتوسط حسابي بلغ (03)، وفي المرتبة الأخيرة جاء (تويتر) بمتوسط حسابي بلغ (02). ويرى الباحثان أن احتلال التلفاز للمرتبة الأولى قد يشير إلى محافظة وسائل الإعلام التقليدي وخاصة التلفاز على المصداقية وتحريها الدقة في نقل المعلومات خاصة في أوقات الأزمات، ويشير ذلك أيضاً إلى أن التلفاز قدم المعلومات التي يحتاجها أفراد المجتمع

الأردني بالشكل المطلوب حيث أن الأفراد ينتقون الوسيلة التي تشبع احتياجاتهم المعرفية وتحقق أهدافهم، وهذا ما أكدته نظرية الاعتماد إذ أنه كلما كانت المعلومات التي تقدمها الوسائل ذات أهمية للجمهور زاد اعتمادهم على هذه الوسائل لانتقاء معلوماتهم.

رابعاً: أسباب متابعة الفيديوهات الحكومية التوعوية

- ما أسباب متابعتك للفيديوهات الحكومية التوعوية الخاصة بجائحة كورونا؟

جدول (7) أسباب متابعة عينة الدراسة للفيديوهات

الأسباب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
1	58.	495.	1
7	49.	501.	2
3	37.	484.	3
4	35.	479.	4
2	34.	473.	5
5	30.	459.	6
9	20.	400.	7
8	18.	387.	8
6	12.	327.	9
10	10.	297.	10
11	08.	273.	11
12	08.	273.	11

*اختيار متعدد

*تراوحت المتوسطات بين (0 - 1) من خلال إعطاء الإجابات أوزاناً وفق مايلي: (لا=0) و (نعم =1).

تظهر بيانات الجدول رقم (7) أسباب متابعة عينة الدراسة للفيديوهات الحكومية التوعوية بجائحة كورونا حيث جاءت عبارة (لغايات التثقيف الصحي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (0.58)، وجاءت في المرتبة الثانية عبارة (لاكتساب النصائح والتوجيهات لتقادي الإصابة بفيروس كورونا) بمتوسط حسابي بلغ (0.49)، تلاها عبارة (لحفاظ على صحتي) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (0.37)، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة (لسهولة وسرعة الوصول للمعلومات الصحية الدقيقة المتنوعة) بمتوسط حسابي بلغ (0.35)، وفي المرتبة الخامسة جاءت عبارة (للتوقف عن ممارسة العادات الصحية الخاطئة) بمتوسط حسابي بلغ (0.34). واحتلت العبارات (للقضاء على الشك بداخلي من إصابتي بفيروس كورونا، وضوح أسلوب عرض المعلومات الصحية، لتقتي في الجهة التي تقدم هذه المعلومات الصحية، لأنها خالية من المغالطات الطبية مجبر على مشاهدتها، لملى وقت الفراغ، استخدام المصطلحات والتوصيفات الطبية المتخصصة) المراتب السادسة وحتى الحادية عشر على التوالي وبمتوسطات حسابية تراوحت من (0.30 - 0.08). ومن خلال النتائج في الجدول نرى أن المبحوثين من الجمهور الأردني يتابعون الفيديوهات التوعوية الخاصة بجائحة كورونا لغايات نفعية تمثلت باكتساب المعرفة حول الفيروس وتوعية من مخاطره والمحافظة على الصحة، ويمكن أن يعود ذلك إلى حالة الهلع والخوف من الإصابة في

الفيروس وما لحق بها من شائعات حول صعوبة الأعراض وشدتها وكذلك الحديث عن الموت، والذي دفع الأفراد للتأكد من مدى صحة هذه الشائعات، خاصة أن الفيديوهات شملت الموضوعات الصحية وطرق الوقاية والعزل والتعقيم وغيرها، وتبين نظرية الاعتماد أن الأفراد يلجئون إلى وسائل الإعلام التي نالت ثقتهم، و تتمتع بالمصداقية والشمولية بتزويدهم بالمعلومات، أثناء الأزمات والصراعات التي تتال اهتمام الرأي العام وتكون حديث الساعة وتمس أمنهم وحياتهم.

خامساً: دور الفيديوهات الحكومية التوعوية في توعية الجمهور

- ما دور الفيديوهات الحكومية التوعوية في توعية الجمهور الأردني ضد جائحة كورونا؟

جدول (8) دور الفيديوهات في توعية عينة الدراسة

البدائل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
3	69.	462.	1
4	48.	501.	2
2	43.	496.	3
7	42.	495.	4
1	40.	491.	5
9	36.	480.	6
5	35.	477.	7
10	33.	472.	8
6	19.	396.	9
8	19.	392.	9

*اختيار متعدد

*تراوحت المتوسطات بين (0 - 1) من خلال إعطاء الإجابات أوزاناً وفق مايلي: (لا=0) و (نعم =1).

تظهر بيانات الجدول رقم (8) دور الفيديوهات الحكومية التوعوية بتوعية الجمهور حيث أنها تقوم ب (زيادة الوعي الصحي للأفراد وتعزيزه أثناء ممارسة حياتهم اليومية) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (69)، وجاءت في المرتبة الثانية عبارة (تنقيف الجمهور لكيفية الوقاية من الفيروس وآليات التعامل معه) بمتوسط حسابي بلغ (48)، تلاها في المرتبة الثالثة عبارة (التصدي للشائعات والتهويل والمبالغة) بمتوسط

حسابي بلغ (43)، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة (إيصال المعلومات بطريقة مبسطة للجمهور على اختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية) بمتوسط حسابي بلغ (42)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت كلا العبارتين (بناء ثقة متوازنة بين الجمهور والإعلام والحكومة حول مستجدات جائحة كورونا، نشر المعلومات بطريقة جذابة تساعد باستهداف جميع الفئات العمرية للجمهور) بمتوسط حسابي بلغ (19). ويرى الباحثان أن الفيديوهات التوعوية قامت بالدور المناط بها حيث أنها وفقاً لما يرى أفراد العينة قامت بتثقيفهم وزيادة وعيهم تجاه فيروس كورونا والتعامل بشكل عام مع الجائحة، وهذا يشير إلى قدرة وسائل الإعلام الحكومية على نشر الثقافة والوعي خلال الأزمات والتعامل معها بحرفية، ويشير كذلك إلى أن الفيديوهات كانت موضع ثقة لدى الجمهور، حيث أن الفرد يعتمد على المصادر والوسائل التي تحقق له منظر ثقافي وتكون موضع ثقة بالنسبة له، وتؤكد نظرية الاعتماد أن الوسيلة هي مصدر اكتساب المعلومة في نظر الجمهور وتحقق لهم عدة أهداف كالفهم وهو المعرفة الذاتية من خلال التعلم والحصول على الخبرات والتي تمثلت بهذه الدراسة بالتوعية بفيروس كورونا، والتوجيه والمتمثل بالحصول على إرشادات عن كيفية التعامل مع جائحة كورونا.

سادساً: التأثيرات الوجدانية والسلوكية والمعرفية الناجمة عن متابعة الجمهور الأردني للفيديوهات الحكومية التوعوية الخاصة بجائحة كورونا؟
أولاً: التأثيرات المعرفية

جدول (9) التأثيرات المعرفية التي أحدثتها الفيديوهات الحكومية التوعوية على الجمهور الأردني

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لم أتأثر		بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		البدايل	
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن		
1	738.	3.38	2.0	5	9.3	23	37.7	93	51.0	126	10	ساهمت في معرفتي بإجراءات التباعد الاجتماعي
2	698.	3.37	1.2	3	8.9	22	41.3	102	48.6	120	1	زودتني بمعلومات عن طرق العدوى بالفيروس وأساليب الوقاية
2	790.	3.37	4.9	12	4.9	12	38.9	96	51.4	127	11	ساهمت في معرفتي بإجراءات الحجر الصحي وأماكنه
4	838.	3.36	5.7	14	6.5	16	34.4	85	53.4	132	2	أصبحت أكثر علماً بالوضع الوبائي في الأردن ومستويات الخطورة
4	804.	3.36	3.6	9	9.7	24	33.2	82	53.4	132	3	زودتني بمعلومات حول قوانين الدفاع وما يترتب على مخالفتها
6	907.	3.33	6.9	17	9.3	23	27.9	69	55.9	138	5	ساهمت في معرفتي بأعراض الإصابة بفيروس كورونا
7	894.	3.31	6.5	16	9.7	24	30.4	75	53.4	132	7	زودتني بمعلومات عن تعليمات وشروط الخروج من المنزل
8	755.	3.27	2.4	6	11.3	28	43.3	107	42.9	106	8	ساهمت في معرفتي بالمخاطر المضرة

											بالصحة المسببة للعدوى
9	870.	3.11	6.1	15	14.6	36	41.7	103	37.7	93	ساهمت في معرفتي بطرق التبليغ عن حالات الاشتباه بالإصابة بفيروس كورونا والتجمعات المخالفة
10	941.	3.09	9.7	24	10.9	27	40.1	99	39.3	97	زودتني بمعلومات حول طرق التنقل باستخدام المواصلات العامة والمركبات الخاصة
11	966.	2.90	11.7	29	16.6	41	41.3	102	30.4	75	ساهمت بمعرفتي بطرق التعامل مع الأطفال خلال فترة الحظر

*اعتمد السؤال على المقياس الرباعي.

تشير بيانات الجدول رقم (9) إلى التأثيرات المعرفية التي أحدثتها الفيديوهات الحكومية التوعوية على الجمهور حيث أنها (ساهمت في معرفتي بإجراءات التباعد الاجتماعي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.38)، تلاها في المرتبة الثانية كلا العبارتين (زودتني بمعلومات عن طرق العدوى بالفيروس وأساليب الوقاية، ساهمت في معرفتي بإجراءات الحجر الصحي وأماكنه) بمتوسط حسابي بلغ (3.37) لكل منهما، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة (ساهمت بمعرفتي بطرق التعامل مع الأطفال خلال فترة الحظر) بمتوسط حسابي بلغ (2.90).

ثانياً: التأثيرات الوجدانية

جدول (10) التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها الفيديوهات الحكومية التوعوية على الجمهور الأردني

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لم أتأثر		درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		البدايل
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	
1	822.	3.28	4.9	12	8.9	22	39.3	97	47.0	116	أقدر الجهود التي تبذلها الحكومة إزاء المحافظة على الوضع الصحي
2	848.	3.18	4.5	11	15.0	37	38.5	95	24.1	104	زادت من شعوري بالمسؤولية تجاه التوقف عن الممارسات غير الصحية
3	981.	3.09	11.3	28	9.7	24	37.2	92	41.7	103	زادت من تعاطفي مع مصابي كورونا
4	924.	3.01	9.7	24	13.0	32	44.1	109	33.2	82	ساهمت في تمكين قدرتي من التواصل مع الأشخاص خلال فترة الحجر الصحي
5	916.	2.90	9.7	24	18.2	45	44.5	110	27.5	68	زادت الفيديوهات التوعوية من شعوري بالأمان
6	901.	2.88	6.9	17	26.3	65	38.5	95	28.3	70	زادت الفيديوهات التوعوية من قلقي حول واقع الوضع الوبائي في الأردن
7	1.011	2.84	14.2	35	17.8	44	38.1	94	30.0	74	كسرت حاجز الخوف من التبليغ في حال إصابتي بفيروس كورونا
8	989.	2.61	16.6	41	25.9	64	37.2	92	20.2	50	ساهمت من شعوري بالاكتماب من الوضع

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لم أتأثر	درجة منخفضة	درجة متوسطة	درجة كبيرة	البيانات
			%	%	%	%	
3	1.026	2.55	22.3	55	18.2	45	زادت الفيديوهات التوعوية من اغترابي المجتمعي
8	1.034	2.18	34.4	85	24.3	60	زادت من شعوري باللامبالاة إزاء الوضع الوبائي

*اعتمد السؤال على المقياس الرباعي

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها الفيديوهات الحكومية التوعوية على الجمهور حيث أنها (أقدر الجهود التي تبذلها الحكومة إزاء المحافظة على الوضع الصحي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.28)، تلاها في المرتبة الثانية (زادت من شعوري بالمسؤولية تجاه التوقف عن الممارسات غير الصحية) بمتوسط حسابي بلغ (3.18)، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة (زادت من تعاطفي مع مصابي كورونا) بمتوسط حسابي بلغ (3.09)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة (زادت من شعوري باللامبالاة إزاء الوضع الوبائي) بمتوسط حسابي بلغ (2.18).
ثالثاً: التأثيرات السلوكية

جدول (11) التأثيرات السلوكية التي أحدثتها الفيديوهات الحكومية التوعوية على الجمهور الأردني

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لم أتأثر		درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		البيانات
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	
1	735.	3.45	2.0	5	8.5	21	32.4	80	57.1	141	الترحم الحظر والامتثال لقوانين الدفاع الصادرة
2	714.	3.26	3.2	8	6.1	15	52.2	129	38.5	95	الترحم بمعايير التباعد الاجتماعي
3	781.	3.19	3.2	8	13.0	32	45.3	112	38.5	95	الترحم بالتعليمات الصحية الواردة في الفيديوهات التوعوية
4	786.	3.15	2.8	7	15.8	39	44.5	110	36.8	91	أعبر عن رأيي حول الوضع الوبائي بالأردن
5	867.	3.01	5.3	13	21.1	52	40.9	101	32.8	81	أتناقش بالموضوعات التي يتم طرحها عبر الفيديوهات الحكومية التوعوية الخاصة بجائحة كورونا
6	1.072	2.96	13.4	33	19.4	48	25.5	63	41.7	103	قمت باستخدام التطبيقات الذكية الموصى بها من قبل الحكومة
7	1.108	2.50	25.5	63	22.3	55	29.1	72	23.1	57	أقوم بمشاركة الفيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي
8	1.192	2.40	35.2	87	12.6	31	28.7	71	23.5	58	لا أقوم بالتبليغ عن أي اشتباه بإصابة
9	1.085	2.28	33.6	83	19.8	49	31.6	78	15.0	37	لا أتفاعل مع الفيديوهات الحكومية التوعوية

*اعتمد السؤال على المقياس الرباعي.

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى التأثيرات السلوكية التي أحدثتها الفيديوهات الحكومية التوعوية على الجمهور حيث أنها (الترم الحظر والامتنال لقوانين الدفاع الصادرة) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.45)، تلاها في المرتبة الثانية (الترم بمعايير التباعد الاجتماعي) بمتوسط حسابي بلغ (3.26)، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة (الترم بالتعليمات الصحية الواردة في الفيديوهات التوعوية) بمتوسط حسابي بلغ (3.19)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة (لا أتفاعل مع الفيديوهات الحكومية التوعوية) بمتوسط حسابي بلغ (2.28).

نتائج اختبار فرض الدراسة

1. الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تأثير الجمهور الأردني بالفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا (معرفياً، وجدانياً، سلوكياً) تُعزى للمتغيرات الديموغرافية. وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى تأثير الجمهور الأردني بالفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا (معرفياً، وجدانياً، سلوكياً) وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر)، ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار (T-test) واختبار (ANOVA One Way) والجدول أدناه يوضح ذلك.

الجدول رقم (12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (T-test) واختبار (ANOVA One Way) للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة تعرض الباحثين للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا تُعزى للمتغيرات الديموغرافية

التأثيرات	المتغير	الفئة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	الدالة الإحصائية
التأثيرات المعرفية	النوع الاجتماعي	ذكور	3.14	790.	T=2.11	036.
		إناث	3.32	519.		
	العمر	من 15 إلى 25 سنة	3.16	636.	6.08	001.
		من 26 إلى 35 سنة	3.10	667.		
من 36 إلى 45 سنة		3.53	601.			
45 سنة فأكثر		3.51	562.			
التأثيرات الوجدانية	النوع الاجتماعي	ذكور	2.74	681.	T=1.88	060.
		إناث	2.90	543.		
	العمر	من 15 إلى 25 سنة	2.80	612.	1.38	247.
		من 26 إلى 35 سنة	2.77	679.		
من 36 إلى 45 سنة		3.00	486.			
45 سنة فأكثر		2.90	507.			
التأثيرات السلوكية	النوع الاجتماعي	ذكور	2.83	627.	T=1.40	161.
		إناث	2.94	472.		
	العمر	من 15 إلى 25 سنة	2.80	560.	5.94	001.
		من 26 إلى 35 سنة	2.80	538.		
من 36 إلى 45 سنة		3.22	504.			
45 سنة فأكثر		2.98	452.			

يشير جدول رقم (12) إلى:

أولاً: التأثيرات المعرفية

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \leq \hat{a})$ في التأثيرات المعرفية للجمهور الأردني نتيجة التعرض للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا وفق متغير (النوع الاجتماعي) وجاءت الفروق لصالح (الإناث).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \leq \hat{a})$ في التأثيرات المعرفية للجمهور الأردني نتيجة التعرض للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا وفق متغير (الفئة العمرية)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول (13).

جدول (13) المقارنات البعدية بطريقة (LSD) لمتغير الفئة العمرية

الفئة العمرية (I)	الفئة العمرية (J)	الفرق المتوسطات (I-J)	الخطأ المعياري	الدالة الإحصائية
من 36 إلى 45 سنة	من 15 إلى 25 سنة	*368.	136.	007.
	من 26 إلى 35 سنة	*430.	131.	001.
45 سنة فأكثر	من 15 إلى 25 سنة	*349.	132.	009.
	من 26 إلى 35 سنة	*411.	127.	001.

* دالة عند مستوى الدلالة $(\hat{a} \geq 0.05)$

يتبين من الجدول (13):

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\hat{a} \leq 0.05)$ بين كل من (من 36 إلى 45 سنة) من جهة وكل من (من 15 إلى 25 سنة، من 26 إلى 35 سنة) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح (من 36 إلى 45 سنة).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\hat{a} \leq 0.05)$ بين كل من (45 سنة فأكثر) من جهة وكل من (من 15 إلى 25 سنة، من 26 إلى 35 سنة) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح (45 سنة فأكثر).

ثانياً: التأثيرات الوجدانية

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \leq \hat{a})$ في التأثيرات الوجدانية للجمهور الأردني نتيجة التعرض للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا وفق متغير (النوع الاجتماعي) وجاءت الفروق لصالح (الإناث).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\hat{a} \leq 0.05)$ في التأثيرات الوجدانية للجمهور الأردني نتيجة التعرض للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا وفق متغير (الفئة العمرية).

ثالثاً: التأثيرات السلوكية

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\hat{\alpha} \leq 0.05$) في التأثيرات السلوكية للجمهور الأردني نتيجة التعرض للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا وفق متغير (النوع الاجتماعي) وجاءت الفروق لصالح (الإناث)
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\hat{\alpha} \leq 0.05$) في التأثيرات السلوكية للجمهور الأردني نتيجة التعرض للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا وفق متغير (الفئة العمرية)، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة LSD كما هو مبين في الجدول (14).

جدول (14) المقارنات البعدية بطريقة (LSD) لمتغير الفئة العمرية

الفئة العمرية (I)	الفئة العمرية (J)	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الخطأ المعياري	الدالة الإحصائية
من 36 إلى 45 سنة	من 15 إلى 25 سنة	*419.	113.	000.
	من 26 إلى 35 سنة	*418.	109.	000.

* دالة عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \hat{\alpha}$)

يتبين من الجدول (14):

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\hat{\alpha} \leq 0.05$) بين كل من (من 36 إلى 45 سنة) من جهة وكل من (من 15 إلى 25 سنة، من 26 إلى 35 سنة) من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح (من 36 إلى 45 سنة).

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا وكلاً من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون للتحقق من العلاقة بين (كثافة تعرض الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية) و(التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية) والجدول أدناه يوضح ذلك. جدول (15) معامل ارتباط بيرسون لكثافة تعرض الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا والتأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية

المتغير	كثافة تعرض الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا		
	معامل الارتباط بيرسون	الدالة الإحصائية	العدد
التأثيرات المعرفية	**254.	000.	217
التأثيرات الوجدانية	**216.	001.	217
التأثيرات السلوكية	**150.	027.	217

* دالة عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \hat{\alpha}$)

يتبين من الجدول (15):

- وجود علاقة (طردية) دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الجمهور الأردني للفيديوهات التوعوية الحكومية الخاصة بجائحة كورونا وبين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا التعرض عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \hat{\alpha}$).

قائمة المصادر والمراجع

- اسماعيل، محمود. (2015). الصحافة الإعلامية والمجتمع، الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.
- بدح، أحمد، والمزاهرة، ايمن، و بدران، زين. (2009) الثقافة الصحية (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة
- حسين، سمير محمد. (1976). بحوث إعلام : الأسس والمبادئ (ط1)، القاهرة: عالم الكتب.
- حسين، سمير محمد. (1995). دراسات في مناهج البحث العلمي، القاهرة: عالم الكتب.
- الدليمي، عبد الرزاق. (2019). الإعلام المتخصص، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- ديفلير، م و روكيتش، س. (1993). نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف (ط1)، القاهرة: الدار الدولية للنشر.
- السباعي، حسن وآخرون. (1995). التثقيف الصحي مبادئه وأساليبه، الرياض: دار السباعي.
- سلوغة، رانيا. (2017). اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام في التوعية الصحية. رسالة ماجستير، جامعة ام البواقي، الجزائر.
- شلبي، كرم. (1994). معجم المصطلحات الإعلامية. بيروت: دار الجيل.
- الشلول، تسنيم أحمد. (2018). استخدام الجمهور الأردني لمواقع الإلكترونية الصحية وعلاقته بمستوى المعرفة الصحية لديهم. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، الأردن.
- الشمايلة، ماهر، الضلاعين، علي، كافي، مصطفى، اللحام، محمود، والحمايدة، خولة. (2017). الإعلام الصحي والسلامة المهنية، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- عامر، فتحي. (2012). علم النفس الإعلامي، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- العلمي، نسبية. (2019). دور التلفزيون في نشر الوعي الصحي "برنامج Dr.OZ أنموذجاً". رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهدي، الجزائر.
- علي، فاضل. (2017). دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور "دراسة من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة". رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، الأردن.
- العمري، ابن الفضل، و يحيى، شهاب الدين. (1988). التعريف بالمصطلح الشريف (ط1). بيروت: دار الكتب العلمية.
- الغلث، سليمان. (2019). دور حملات الصحة التوعوية، استرجعت في 1 ايار، 2020 <http://qh.gov.sa/?p=47098>
- فراج، روان. (2020). اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية وتأثيراتها عليهم "دراسة ميدانية على عينة من مراجعي المستشفيات"، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، الأردن.
- الفرم، خالد بن فيصل. (2017). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومة بمدينة الرياض السعودية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع14، ص ص 205-225.

- محمد، منال. (2010). فاعلية الحملات الإعلامية في نشر الوعي الصحي: دراسة تطبيقية على حملات شلل الأطفال بتلفزيون السودان في الفترة من 2007-2009، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسن. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة (ط1)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكاوي، حسن. (2009). نظريات الإعلام، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- منظمة الصحة العالمية. (2021). عن مرض كوفيد-19، استرجعت في تاريخ 15 ايلول، 2021 من <http://www.emro.who.int/ar/health-topics/corona-virus/about-covid>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. Casero-Ripollés, Andreu (2020). "Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak". El profesional de la información, 29(2), e290223.
- Ferreira, Gil Baptista and Borges, Susana (2020) Media and Misinformation in Times of COVID-19: How People Informed Themselves in the Days Following the Portuguese Declaration of the State of Emergency. Journal. Media 2020, 1, 108-121; doi: 10.3390/journalmedia1010008
- Hilmi. Hind.(2014). The Role of Public Relations Departments in Health Information Dissemination in Hospitals: Toward A Successful Health Care Delivery System in Oman. Department of Communication Studies, College of Applied Sciences, International Journal of Arts and Commerce Vol. 3 No.9
- Morton, T. A., & Duck, J. M. (2001). Communication and health beliefs: Mass and interpersonal influences on perceptions of risk to self and others. Communication Research, 28(5), 602-626.
- what's the difference between an epidemic and pandemic Retrieved 14-7-2020. Edited <https://health.usnews.com/conditions/articles>
- www.dictionary.com, Retrieved 14-7-2020. Edite www.dictionary.com/browse/epidemic