



ARID Journals

**ARID International Journal of Media Studies and
Communication Sciences (AIJMCS)**

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMCS

ARID

International Journal of Media Studies and
Communication Sciences
مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال
VOL. 3, NO. 5, January 2022, ISSN: 2709-2062

ARID
ARAB RESEARCHER ID
ARID/ARABSCIENCE

مَجَلَّةُ أُرَيْدِ الدَّوْلِيَّةُ لِلدِّرَاسَاتِ الإِعْلَامِيَّةِ وَعِلْمِ الإِتِّصَالِ

المجلد الثالث، العدد الخامس، كانون الثاني 2022م

توظيف شبكة تويتر في التوعية بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)

تغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية نموذجاً

أسامة كناكر

ناجية البادي الكتبي *

قسم الاتصال -كلية القيادة والإدارة- جامعة العلوم الإسلامية الماليزية

n_alketbi@hotmail.com

arid.my/0005-6381

<https://doi.org/10.36772/arid.aijmcs.2022.359>

ARTICLE INFO

Article history:

Received 22/10/2021

Received in revised form 03/11/2021

Accepted 12/12/2021

Available online 15/01/2022

<https://doi.org/10.36772/arid.ajjmcs.2022.359>

ABSTRACT

This study aimed to determine the use of the Twitter network in raising awareness of the emerging corona virus (Covid-19) through analyzing the tweets of the UAE Ministry of Health and Community Protection that were published from 7/1/2020 - 31/7/2020, to reveal the communication role of health institutions in raising awareness of the disease. This study is a descriptive study that uses the analytical approach. It relied on the sample survey method using the content analysis tool. The tweet was considered as a unit of analysis using both social responsibility theory and information seeking. The number of tweets reached 513 tweets. The findings have shown that the Ministry of Health and Prevention in the UAE allocated 62% of its tweets in July to raise awareness of the emerging Corona virus and the majority of these tweets were supported by images and info graphics. Additionally, the tweets focused on all segments of the society. The interest of those in charge of the site appeared through answering all inquiries, The study recommends conducting specialized research in the field of communication networks and their role in health awareness.

Key words: social networks, Twitter, health awareness, new Corona, Covid-19

الملخص

هدفت الدراسة إلى الوقوف على توظيف شبكة تويتر في التوعية بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)، وذلك من خلال تحليل تغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية التي نشرتها في الفترة من 2020 /7/1 - 2020/7/31، للكشف عن الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في التوعية بالمرض، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستخدم المنهج التحليلي، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة باستخدام أداة تحليل المضمون وقد اعتبرت التغريدة كوحدة للتحليل، مستعينة بكل من نظرية المسؤولية الاجتماعية والتماس المعلومات وقد بلغت عدد التغريدات التي تم تحليلها 513 تغريدة، ومن أهم نتائج الدراسة: تخصيص وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتي 62% من تغريداتها في شهر يوليو للتوعية بفيروس كورونا المستجد، واعتمادها بشكل كبير على التغريدات المدعمة بالصور والأنفوجرافيك حيث بلغت نسبتها 93.7، وقد خاطبت التغريدات جميعها شرائح المجتمع، كما ظهر الاهتمام من قبل القائمين على الموقع وذلك من خلال الرد على جميع استفسارات المغردين، وتوصي الدراسة بإجراء البحوث المتخصصة في مجال شبكات التواصل ودورها في التوعية الصحية.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، تويتر، التوعية الصحية، كورونا المستجد، كوفيد-19

مدخل إلى مشكلة الدراسة:

تلعب التوعية الصحية دوراً مهماً في توعية أفراد المجتمع عن كيفية الوقاية من الأمراض عن طريق الحث على تغيير السلوكيات والعادات غير الصحية، بالإضافة إلى توفير المعلومات العلمية والإحصائيات الدقيقة عن الأمراض، وهنا يبرز دور المؤسسات الصحية من خلال منصاتها الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي في نقل الصور الصحية للجمهور.

ووفق تقرير صادر عن موقع «Global Media Insight» المتخصص، بلغ عدد الحسابات النشطة على تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي «يوتيوب، فيسبوك، إنستغرام، تويتر، ولينكد إن» في دولة الإمارات نحو 32.73 مليون حساب، وقد شهد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ارتفاعاً ملحوظاً خلال عام 2020، نتيجة الإجراءات الاحترازية التي تم اتخاذها للحد من انتشار فيروس كورونا المستجد، لا سيما الخاصة بالتباعد الاجتماعي، وأوضحت الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات في الإمارات في تقرير نشرته في مايو 2020، أن العدد الإجمالي لمرات استخدام التطبيقات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي ارتفع بنسب متباينة تصل إلى 26% (جريدة الرؤية، 2020)، ولقد أفاد تقرير نشره مجلس الإمارات للشباب بأن شبكات التواصل الاجتماعي حلت في المرتبة الأولى لمصادر أخبار الشباب بنسبة 42%، وذلك وفق دراسة استطلاعية أجراها المجلس الوطني للإعلام بالتعاون مع جامعة الإمارات حول مصادر الشباب للحصول على المعلومات والأخبار، ويتضمن التقرير رسوماً بيانية، لوسائل الإعلام التي يفضلها الشباب للحصول على المعلومات والأخبار، وحلت شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة 42%، وفي المرتبة الثانية التلفزيون بنسبة 23%، فيما حلت الإذاعة في المرتبة الأخيرة بنسبة 4%، كما تبين أن معظم الشباب يترددون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لمدة تراوح بين ساعة وخمس ساعات يومياً، في حين أن معظمهم يتصفحون دون مشاركة أو تفاعل. (الإمارات اليوم، 2018)، وقد أظهرت نتائج بعض الدراسات الإعلامية العلمية مثل دراسة (درويش السعد، 2017)، ودراسة (أحمد فاروق، 2013) أن أغلب المؤسسات الحكومية اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية جمهورها وتسويق الخدمات الحكومية.

لذلك نجد أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبح لها دوراً محورياً في نقل المعلومة للجمهور، فكان لا بد للمؤسسات الصحية الاستعانة بها من أجل إيصال رسالتها للجمهور بشكل أسرع وأدق، وقد جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا المستجد -كوفيد 19- وذلك من خلال تحليل تغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية.

أهداف الدراسة:

ترمي الدراسة إلى معرفة دور شبكة تويتر في التوعية بكورونا المستجد -كوفيد 19- وتحديد المجالات التي تناولتها تغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية عبر حسابها في تويتر ومضامين هذه التغريدات والأساليب المتبعة والفئات المستهدفة.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كونها دراسة تناولت موضوع جديد وهو دور شبكات التواصل الاجتماعي بالتوعية بفيروس كورونا المستجد، وتبرز أهمية الدراسات الإعلامية التي تتناول موضوع التوعية والتثقيف وبشكل كبير خلال الأزمات إذ تعتبر البوابة التي يحصل الجمهور من خلالها على كل ما يحتاجونه من معلومات قيمة وحديثة خلال هذه الفترة، وقد تسهم نتائج الدراسة في لفت نظر المسؤولين إلى أهمية تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجمهور ومعرفة متطلباتهم وتسهيل حصولهم على المعلومات العلمية الدقيقة، هذا وبالإضافة إلى دعم المكتبات العربية الإعلامية ببحوث إعلامية جديدة يمكن اعتبارها أساساً لدراسات لاحقة من باحثين آخرين.

أسئلة الدراسة:

يتمثل السؤال الرئيس للدراسة بالتالي: كيف استخدمت وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية شبكة تويتر في التوعية بكوفيد-19؟ وتنفرد من السؤال الرئيس أسئلة فرعية هي:

1. ما اللغة التي استخدمتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في تغريداتها؟
2. ما الموضوعات التي تضمنتها تغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية، وما هي نسبة التغريدات التي خصصتها للتوعية بكورونا المستجد في صفحتها؟
3. ما الأساليب التي استخدمتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في تغريداتها؟
4. ما وسائل الدعم والمرفقات التي أرفقتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في تغريداتها؟
5. ما الفئات التي استهدفتها تغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية؟
6. كيف جاءت طبيعة مشاركة الجمهور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في تويتر؟

حدود البحث ومحدداته:

تتمثل حدود البحث في التغريدات التي نشرتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية عبر حسابها الرسمي على شبكة " تويتر " للمدة من 2020/7/1-2020/7/31.

مصطلحات الدراسة:

توظيف: والتوظيف لغة: الإلزام، وظف الشيء على نفسه توظيفاً، أي ألزمه إياه إلزاماً ويقال استوظف: استوعب ذلك كله (ابن منظور، 2003) وفي القاموس المحيط يعني أنه الوظيفة والمؤازرة والملازمة (الفيروز آبادي، 2005).
اصطلاحاً: كل ما يعنيه الفعل وظف وهي تدل على تقدير شيء، يقال وظفت له أي قدرت له شيئاً (ابن زكريا، 1979).

إجرائياً: استخدام واستثمار شيء ما بكل قدراته وصوره وآلياته لتحقيق هدف الفرد أو المنظمة وبالتالي فتوظيف شبكة تويتر تعني استخدام هذه المنصة بكل آلياتها والإمكانيات الموجودة فيها كإضافة صور وفيديو وروابط وغيرها من أجل مخاطبة الجمهور وإقناعه أو كسب تأييده حول موضوع ما.

تويتر: موقع تواصل اجتماعي أمريكي يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات من شأنها الحصول على إعادة تغريد أو إعجاب المغردين بحد أقصى 280 حرفاً للرسالة الواحدة. (ويكيبيديا، 2020)

التغريدات: جمع تغريدة وهي تسمية تطلق على ما ينشر من رسائل اتصالية في شبكة التواصل الاجتماعي تويتر، إذ يبلغ الحد الأقصى لها 140 حرفاً، إلا أن إدارة الموقع عملت في 17 سبتمبر 2017 على تحديث المنصة لتسمح بنشر 280 حرفاً.

إجرائياً: التغريدات التي نشرتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية عبر حسابها الرسمي على شبكة تويتر.

التوعية الصحية:

يقصد بها تعليم الناس عادات صحية سليمة، وسلوك صحي جديد، ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري، وهي كذلك علم وفن له تأثير على رغبات وسلوكيات الأفراد في المجتمع من خلال إكسابهم القوة لاتخاذ قرارات تجاه صحتهم. (رياض، 2006)

فيروس كورونا المستجد:

فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) من سلالة كورونا والتي تسبب لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد، وقد تم التعرف عليه لأول مرة عبر عدد من المصابين بأعراض الالتهاب الرئوي في مدينة ووهان بمقاطعة هوبي الصينية. (موقع وزارة الصحة ووقاية المجتمع، 2020)

الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة هي البنية الأساسية التي يستند إليها الباحث عند القيام بدراسة موضوع ما، حيث تساعد هذه الدراسات على تكوين خلفية تاريخية عن موضوع الدراسة، وتساهم في تعميق فهم المشكلة والتعرف على الأدوات والإجراءات المنهجية المناسبة للدراسة، وقد تم تصنيفها من الأقدم إلى الأحدث:

1. دراسة براين سميث (Brain, Smith 2010) عن استخدام تويتر في التفاعل بشأن زلزال هايتي عام 2010، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام تويتر في التفاعل بشأن الزلزال، وما هي الاستراتيجيات التي استخدمها من خلال مستخدمي الموقع، وذلك من خلال تحليل ما نشره المستخدمون على الموقع بشأن الحادث، وتوصلت الدراسة إلى أن تويتر ساهم في إيجاد وسيلة اتصال تفاعلي بين المستخدمين حيث تمكنوا من خلالها من

تبادل الرسائل والمعلومات بسرعة والتعريف بالجهود والأنشطة ومجالات التطوع الممكنة وتسهيل التعاون فيما بينهم.

2. دراسة جون وبول وجاستين (John, Paul, Justin.2010) أكدت على أن وسائل التواصل الاجتماعي تعد إحدى وسائل الاتصال الحديثة المهمة التي يمكن أن تحقق من خلالها المؤسسات الحكومية معايير الوضوح والشفافية من خلال إتاحتها للمعلومات الممكنة للجمهور عبر هذه الوسائل خاصة المعلومات بالقواعد والإجراءات والقرارات والأعمال، كما أنها يمكن أن تستخدم لتقديم خدمات حكومية أو تسهيلها مثل خدمة رعاية العملاء والشكاوي والإجابة على الاستفسارات.

3. دراسة أحمد فاروق (2013) والتي سعت إلى الكشف عن معايير وأساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصالات المؤسسية الحكومية بدولة الإمارات العربية المتحدة، وذلك عن طريق التعرف على طبيعة المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على موقع الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى تعدد مضامين المحتوى المنشور من حيث الهدف والمعلومات المقدمة وأسلوب تقديم المضمون وطبيعة مشاركة الجمهور، كما حددت الدراسة مجموعة من المعايير الإرشادية التي تحكم عملية إدارة حساب المنظمات الحكومية على هذه المواقع، بالإضافة إلى تقديم نموذج لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة ليتوافق مع التوجه نحو تطبيقات الحكومة الذكية للدولة يعرف باسم العلاقات العامة الذكية.

4. دراسة عبدالملك الشلهوب (2013) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في تنمية وتثقيف وتوعية أفراد المجتمع السعودي عن مرض السكري وكيفية التعايش معه، والمشكلات الصحية المترتبة عليه، كما هدفت أيضاً إلى معرفة مستوى الوعي الصحي لدى الجمهور عنه، اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية إلتماس المعلومات واستخدم الباحث المنهج المسحي والاستبانة للحصول على المعلومات من أفراد العينة التي بلغ عددها 413 مفردة من سكان الرياض، وقد أكدت الدراسة إلى أن الجمهور يسعى إلى المعلومات التي تساعده على مواجهة مشكلة مرض السكري عن طريق البحث في الإنترنت والمواقع الصحية ومواقع التواصل الاجتماعي.

5. دراسة هايين وتوماس (Hyejin & Thomas.2013) استهدفت الدراسة التعرف على مدى تفاعل المستخدمين مع إحدى حملات رعاية الأطفال التي تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لها، حيث تم دراسة عينة من 73 مشاركاً بهدف رصد تفاعلهم مع المدونة الخاصة بالحملة وصفحاتها على الفيسبوك وحسابها على تويتر وتوصلت الدراسة إلى أن ازدياد تفاعل المشارك مع هذه المواقع ارتبط باهتمامه بموضوع الحملة حيث شارك أفراد العينة في أنشطة إلكترونية مرتبطة بالحملة.

6. دراسة حمزة سعد (2015) هدفت إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي في دولة الإمارات العربية المتحدة لوسائل التواصل الاجتماعي وأكثر هذه الوسائل استخداماً بين الشباب ورصد الرغبات المتحققة لديهم نتيجة هذه الاستخدامات واتجاهات الشباب الإماراتي حول استخدامه لهذه الوسائل، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني حيث طبقت على عينة من طلاب جامعة الشارقة قوامها 200 طالب وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أ. جاء موقع الواتساب أكثر المواقع استخداماً من قبل عينة الدراسة يليه تويتر ثم الانستقرام.

ب. إن الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة هم أكثر الفئات داخل المجتمع استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي إذ وصلت النسبة إلى 80%.

ج. جاءت الموضوعات الاجتماعية أكثر ما يفضلها الشباب الجامعي.

7. دراسة محمود مهني (2015) جاءت للتعرف على استخدامات الشباب الجامعي في دولة الإمارات لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الثقافية وقد طبقت على عينة قوامها 420 من طلاب الجامعات الإماراتية وتوصلت إلى النتائج إلى ارتفاع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب بشكل دائم بنسبة 86,6 %، وأكدت الدراسة أن الطالبات أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم بنسبة 97,4 %، وجاء موقع الواتساب أكثر المواقع استخداماً من قبل عينة الدراسة يليه موقع تويتر ومن ثم الانستقرام، وتوصلت الدراسة أن العينة تستخدم المواقع لمتابعة الشؤون العامة والأخبار والمعلومات الثقافية.

8. أوضحت دراسة كل من كاجان مارك (Kagan & Mark.2018) أن توظيف إمكانات الانستقرام مثل نشر ومشاركة الصور والفيديو والبث الفوري للقصص والأحداث ومشاركتها تساعد في بناء تواجد للأفراد والمنظمات في إطار أهداف اجتماعية بحيث ترتبط الصور بقيم وأنشطة ذات بعد اجتماعي أو ترتبط بأهداف ومشاركة أفراد ومجموعات في مناسبات أو أحداث معينة.

9. دراسة درويش السعد (2017) والتي هدفت إلى التعرف على تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال الحكومي بدولة الإمارات العربية المتحدة من خلال تحليل مئة حساب لعدد 25 جهة حكومية، توصلت الدراسة إلى استخدام هذه الحسابات في مجال نشر الأخبار الخاصة بهذه الجهات وكذلك في مجال التوعية وتسويق الخدمات الحكومية، بما يحقق شفافية التواصل مع المتعاملين ويدعم عملية الوصول إليهم وأشارت الدراسة إلى أن عملية نشر الأخبار والمعلومات عبر الحسابات قد تمت من خلال نشر الوثائق والروابط والفيديو والصور، كما أكدت على أن

حجم الاهتمام بنشر المعلومات قد فاق الاهتمام بالمشاركة والتفاعل مع الجمهور وإنتاج المحتوى وهو العنصر الذي أوصت الدراسة بتفعيله.

10. دراسة عزام عنانزه ومريم علي (2018) هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور تلفزيون أبوظبي في التنقيف الصحي للمرأة الإماراتية والكشف عن الأدوار الإيجابية والسلبية لبرامج التنقيف الصحي التي يقدمها تلفزيون أبوظبي وتحديد الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة لدى عينة الدراسة نتيجة متابعة هذه البرامج وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 400 مفردة من النساء في الإمارات، وقد توصلت الدراسة إلى أن 91% من عينة الدراسة يشاهدن البرامج الصحية في تلفزيون أبوظبي حيث تصدر تلفزيون أبوظبي المرتبة الأولى بوصفه مصدراً للتنقيف الصحي بين القنوات الفضائية ووسائل الإعلام الأخرى، كما إن 19% من مفردات العينة يفضلن موضوع صحة الأم والطفل عن الموضوعات الصحية الأخرى، وقد اعتبرت 77% من العينة أن تلفزيون أبوظبي يتمتع بدور إيجابي في عملية التنقيف الصحي للمرأة الإماراتية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- 1 - قدمت الدراسات السابقة مفاهيم ومداخل نظرية عن الوعي الصحي والمداخل المفسرة لدور الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة.
- 2 - الاستفادة من الجوانب المنهجية للدراسات والأساليب والأدوات المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة.

المدخل النظري للدراسة:

نظرية المسؤولية الاجتماعية: ظهرت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال تقرير نشر عام 1947 بواسطة لجنة هوتشينز وقد استهدفت النظرية وضع ضوابط أخلاقية للصحافة والتوفيق بين حرية الصحافة والمسؤولية الاجتماعية في المجتمعات الليبرالية .

فالالتزام اتجاه المجتمع يكون من خلال وضع مستويات مهنية للصدق والموضوعية والتوازن وتجنب أي شيء يؤدي إلى الجريمة أو العنف أو الفوضى، كما ينبغي أن تكون تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع..

أما التدخل في شؤون الصحافة ففي إطار المصلحة العامة وقد تمثل ذلك في أشكال مختلفة منها وضع قواعد للممارسة الصحفية وتنظيم التشريعات المضادة للاحتكارات الصحفية وإقامة مجالس الصحافة ووضع نظم لدعم الصحف، وهكذا تبرز الرقابة المحددة على الصحف الأمر الذي يؤكد عدم وجود حرية مطلقة ويثير التساؤل حول مغزى تراجع المفاهيم الليبرالية .

حيث يجيب ميريل عليه فيعترف أن الاعتماد على المسؤولية الاجتماعية كميّار للحكم على الصحف يعتبر بمثابة خيانة من وجهة نظر الديمقراطيات الغربية إلا أنه يرى أن هذا المعيار أكثر واقعية موضحاً أن الصحف المسؤولة اجتماعياً هي التي تعكس فلسفة نظامها الحكومي وتقدم مادة تعليمية جادة لقراءها، ووفق هذه النظرية يمكن أن تساهم الصحافة بدور فعال ومتوازن في المجتمع لأن المسؤولية الاجتماعية تحتم عليها التعبير عن رغبات وتطلعات المواطنين وتوجيهه إلى السلطة السياسية في حالة خروجها عن الشرعية. (حمدي، 1991)

لذا فنظرية المسؤولية الاجتماعية تعد تعديلاً أو تكييفاً لمبادئ الحرية الإعلامية وتوجيهها لخدمة المجتمع في إطار أخلاقيات الممارسة المهنية التي تضمن في النهاية أسلوباً للعمل والأداء يخدم حرية الفرد والمجتمع معا. (عبدالحميد، 2004)

وتعد لجنة حرية الصحافة (لجنة هوتشيز 1947 Hutchins) بالولايات المتحدة الأمريكية بداية تحديد الأفكار الخاصة بنظرية المسؤولية الاجتماعية حيث تضمن تقرير هذه اللجنة أسس النظرية لتتلاءم مع التحولات والتطورات الاقتصادية والتكنولوجية التي سادت العمل الإعلامي، ويشير التقرير إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تقوم على أن الصحافة الحرة المسؤولة لا بد أن تحمي قيم ومصالح واحتياجات المجتمع ولا تقتصر على حماية مصالح جماعة معينة وضرورة تقديمها للأحداث والحقائق في إطار من الموضوعية وأن تعبر عن آراء الجماهير مع تقديم وتوضيح أهداف وقيم المجتمع. (خليل، 2001)

ويشير دنيس ماكويل (McQuail، 2000) إلى مجموعة من الأسس والمبادئ التي تركز عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية وهي:

1. إن وسائل الإعلام لديها التزامات تجاه المجتمع يجب تضطلع بها حتى تحصل على ثقة الجمهور.
2. إن ما تنشره وسائل الإعلام لا بد أن يتميز بالحقيقة، العدالة، الدقة، الموضوعية والتوازن.
3. ضرورة أن تتمتع وسائل الإعلام بالحرية وأن تعمل على تنظيم نفسها ذاتياً.
4. التزام الوسائل الإعلامية بمجموعة من القوانين ومواثيق الشرف الأخلاقية والمعايير المهنية بحيث تتجنب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى وتوجيه إهانات إلى الأقليات.

5. تحتم بعض المواقف تدخل الحكومة لحماية ورعاية المصلحة العامة.

من هنا جاء استخدام هذه النظرية للدراسة لبيان أهمية الدور الذي تقوم به المؤسسات الطبية في نشر المعلومات الدقيقة في الأزمان، إذ تعتبر من باب المسؤولية الاجتماعية.

نظرية التماس المعلومات:

ركزت هذه النظرية على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك، وتسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضية مؤداها: " إن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة".

ولاحظ " دونهيو وتبتون" أن هناك عوامل عديدة يمكن أن تؤثر على اختيار الفرد للرسائل الاتصالية التي يتعرض إليها، وكذلك استخدام المعلومات في تدعيم الاتجاهات الحالية. ومن هذه العوامل إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة، أو إشباع حاجات أساسية في موضوع معين، أو البحث عنها لمجرد الترفيه والتسلية، أو بسبب الحاجة للتنوع، أو بسبب سمات الشخصية.

ويفترض نموذج " التماس المعلومات" وجود حوافز أو منبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة. وهناك عناصر أخرى ترتبط بالمواقف التي تؤثر على بحث الفرد عن المعلومات مثل: قيود الوقت ومحدوديته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع. وفيما يتعلق بنوع المعلومات التي يبحث عنها الفرد فقد يستخدم ما أطلق عليه "دونهيو" " استراتيجية البحث المجازف" التي تعتمد على مصدر معين أو على عدة مصادر أساسية، أو باتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من المعلومات، ثم يتم تصنيف هذه المعلومات وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة للفرد.

ويشتمل النموذج كذلك على تحديد أنواع مصادر المعلومات الرسمية مثل: الكتب والخبراء، والمصادر غير الرسمية مثل: الأقران والجماعات المرجعية.

كما يشتمل النموذج على تحديد النقطة التي يكتفي عندها الفرد في التماس المعلومات فيقرر إغلاق دائرة سعيه للحصول عليها بعد أن يشعر أنه جمع معلومات كافية تساعده في اتخاذ القرار المناسب. ويتم بعد ذلك قيام الفرد بنوع من السلوك مثل: مراجعة صورة الواقع نتيجة للمعلومات الجديدة، أو تدعيم المعتقدات الموجودة أو تغييرها، وتؤثر بنية المجتمع بشكل واضح على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال من أجل التماس المعلومات، حيث يؤثر نوع الوسائل المستخدمة في مجتمع ما على تفضيل

الأفراد لوسيلة (وسائل) معينة كمصدر للمعلومات. ولاحظ بعض الباحثين أن بنية المجتمع تشكل عنصراً رئيساً في السيطرة على المعلومات. فمن خلال تحديد ظروف وسائل الإعلام، تميل بنية المجتمع إلى تشكيل طريقة استخدام الأفراد لوسائل معينة، وتفضيلاتهم النسبية لبعض الوسائل على غيرها، وبالتالي يكون نمط المعلومات المستخدمة والمتوفرة للأفراد في مجتمع ما يختلف بشدة من مجتمع لآخر. (مكاوي، 2000)

منهجية الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تعتمد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يعرفه محمد حجاب (2002) بأنه مفهوم البحث الوصفي بأنه يعنى بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكماله، أو تطويره، وتمثل هذه الاستنتاجات فهماً للحاضر، يستهدف توجيه المستقبل مجتمع البحث، وقد اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المحتوى حيث يعد أنسب المناهج التي تستخدم لوصف محتويات رسائل الاتصال وقد عرفه برنارد بيرلسون (1953) بأنه أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمحتوى الظاهر للمادة، ويعتمد نجاح تحليل المحتوى كما يراها رشدي طعيمة (1987) على عدة عوامل أهمها التحديد الدقيق لفئات التحليل وتستخدم الفئات في الوصف الموضوعي لمضمون مادة الاتصال ويقصد بفئات التحليل العناصر الرئيسة والثانوية، حيث يتم وضع وحدات التحليل فيها كلمة أو موضوع أو شخصية، والتي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها وتصنف على أساسها.

مجتمع وعينة الدراسة:

يعرف ربحي عليان (2008) مجتمع الدراسة بأنه جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة، وقد تم تحديد مجتمع الدراسة والتي تتمثل العينة بمسح شامل لمجتمع الدراسة المتمثل بتغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية على حسابها الرسمي في تويتر في المدة 2020/7/31-2020/7/1 ، والبالغ عددها 513 تغريدة.

أداة البحث:

تم اعداد استمارة تحليل مضمون لتحليل تغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية، المتمثلة بعينة الدراسة، والتي تتضمن فئتان، الأولى فئة ماذا قيل؟ والثانية فئة كيف قيل؟ بهدف معرفة مجالات التغريدات والفئات التي استهدفتها ومضامين تلك التغريدات وأيضاً الوقوف على الأساليب التي استخدمت فيها.

فئات المضمون: تدور حول مضمون الرسالة الإعلامية أو المعاني التي تنقلها للجمهور وهي تجيب على سؤال ماذا قيل؟

وتضم:

فئة الموضوعات التي تناولتها تغريدات وزارة الصحة وتنمية المجتمع حول كوفيد-19

فئة الجمهور المستهدف: هي الفئة التي تهدف إلى الكشف عن الجمهور الموجه إليه المادة.

صدق وثبات أداة التحليل:

يعد عنصر الصدق والثبات من العناصر الحاسمة في تحديد صحة نتائج الدراسات لذا على الباحث الإلتزام بتحقيقهما جميعاً والفارق بينها يكمن بصورة رئيسة في أن معيار الثبات يتعلق بصورة أساسية بالأداة المستخدمة في البحث في حين أن معيار الصدق يتعلق بشكل عام بمضمون تلك الأداة. (الحيزان، 2004)

ولحساب نتائج ثبات التحليل استخدم الباحثان طريقة إعادة التحليل عبر الزمن (بعد ثلاثة أسابيع من إجراء التحليل الأول)، وتم إعادة التحليل على 20% أي ما يساوي تقريباً 100 مفردة من عينة الدراسة بالاستعانة بباحثين آخرين متخصصين في تحليل المضمون الإعلامي، وذلك بعد إطلاعهم على التعريفات الإجرائية التي تم تحديدها بالدراسة، وبعد الانتهاء من إجراء عمليتي التحليل قام الباحثان باستخدام معادلة هولستي لحساب ثبات التحليل.

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لحساب كل ما يلي:

النسبة المئوية والتكرارات.

معادلة هولستي لاستخراج ثبات الأداة.

نتائج الدراسة والتوصيات :

تم القيام بإجراء التحليل لتغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع في منصة تويتر واستخراج التكرارات والنسب المئوية فخرج البحث بالنتائج الآتية:

أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

ما اللغة التي استخدمتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في تغريداتها؟

جاءت التغريدات على موقع تويتر لوزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية بكل من اللغة العربية والإنجليزية

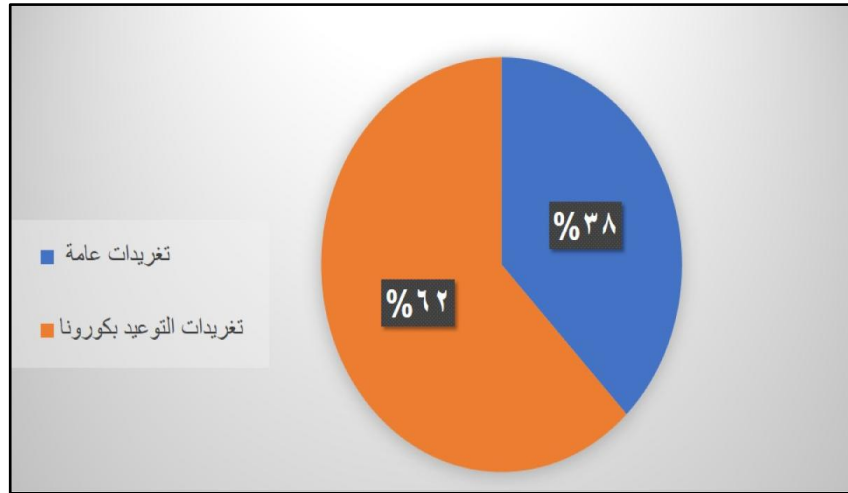
بشكل متساو، حيث إن كل تغريدة باللغة العربية تقابلها تغريدة باللغة الإنجليزية.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

ما الموضوعات التي تضمنتها تغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية، وما هي نسبة التغريدات التي خصصتها

للتوعية ب كورونا المستجد في صفحتها؟

بلغت عدد التغريدات التي خصصتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-19): 319 تغريدة من مجموع 513 تغريد لشهر 7 وبنسبة 62% ، أما التغريدات العامة فبلغ عددها 194 تغريدة حيث بلغت نسبتها 38% ، كما هو موضح في الشكل رقم (1)



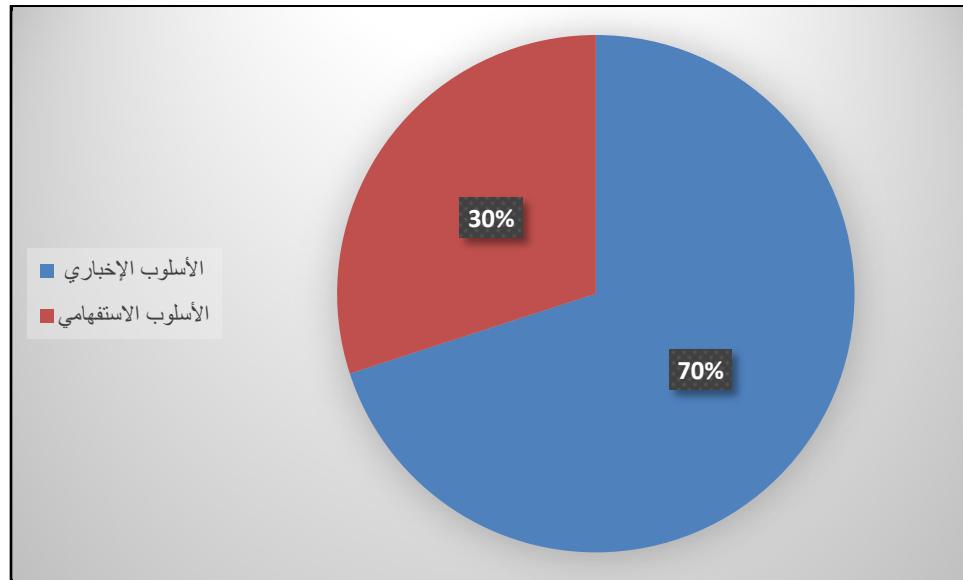
الشكل (1)

أما بالنسبة للموضوعات التي تناولتها في صفحتها في تويتر فقد جاء موضوع ساهم في الحد من انتشار العدوى باتباعك السلوك الصحي عند العطاس والسعال في المرتبة الأولى، تلاه موضوع الطبيب الاقتراضي لفيروس كورونا ومن ثم نصائح للحماية من فيروس كورونا.

وقد تنوعت الموضوعات التي طرحها الوزارة في صفحتها فقد ركزت على اتباع إرشادات السلامة في كل من بيئة البيت والعمل وأثناء الخروج من البيت للصلاة في المساجد أو التسوق، كما بينت التغريدات الطرق الصحيحة لإرتداء الكمامات وما هي أنواع الكمامات، بالإضافة إلى تركيزها على نفي بعض المعلومات الخاطئة مثل حماية أشعة الشمس من كورونا، ونقل الأحذية للفيروس.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:

ما الأساليب التي استخدمتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في تغريدها؟
 اتبعت التغريدات كل من الأسلوب التقريري الإخباري والأسلوب الاستفهامي، وجاءت 70% من التغريدات بالأسلوب الإخباري بنسبة أكبر من الأسلوب الاستفهامي كما هو موضح في الشكل رقم (2)



الشكل (2)

رابعاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:

ما وسائل الدعم والمرافقات التي أرفقتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في تغريداتها؟ تنوعت وسائل الدعم في عرض المحتوى المقدم من وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية عبر صفحتها الرسمية في تويتر ما بين نصوص مصاحبة لصور، نصوص مصاحبة لفيديو، نصوص فقط، وروابط، واحتلت النصوص المدعمة الصور والانفوجرافيك المرتبة الأولى حيث بلغ عددها 302 بنسبة 93.7.

خامساً: النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس:

ما الفئات التي استهدفتها تغريدات وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية؟ انقسمت الفئات التي استهدفتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في تغريداتها إلى قسمين الجمهور العام ويقصد به كل شرائح المجتمع والجمهور الخاص ويقصد به الفئات التالية: الموظفين، النساء الحوامل، كبار السن، أصحاب الهمم وخط الدفاع الأول.

سادساً: النتائج المتعلقة بالسؤال السادس:

كيف جاءت طبيعة مشاركة الجمهور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في تويتر؟ جاءت طبيعة مشاركة الجمهور على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية في تويتر من خلال الإشارة بالإعجاب بالمحتوى وبلغ عددها 3153 وإعادة تدوير التغريدة حيث بلغت 1424 والتعليقات على التغريدات وبلغت 449 تعليق، كما ظهر التفاعل من قبل القائمين على الموقع في الرد على جميع الاستفسارات.

بالنظر لما توصلت إليه الدراسة من نتائج يوصي الباحثان بالآتي:

- 1 - أهمية إجراء دراسات بحثية أخرى من باحثين آخرين عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية.
- 2 - الاستفادة من الميزات التي توفرها منصة تويتر لتحقيق الهدف المرجو من الحملات الصحية والتوعوية على هذه المنصة الرقمية.
- 3 - على المؤسسات الحكومية الإلمام بدراية كاملة بما يحتاجه الجمهور من معلومات وتوضيحها بشكل تفصيلي.
- 4 - على المواقع الحكومية استخدام أكثر من لغة في أوقات الأزمات خاصة لمن يعيش على أرضها جنسيات مختلفة حتى تصل رسالتها لعدد أكبر من الناس.
- 5 - إجراء دراسات مقارنة بين شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة أيها أكثر استخداماً وتأثيراً.

قائمة المصادر والمراجع:

1. ابن زكرياء، أحمد فارس. 1979. معجم مقاييس اللغة العربية. تحقيق: عدالسلام هارون. القاهرة: دار الفكر للطباعة والنشر.
2. ابن منظور. 2003. لسان العرب. بيروت: دار صادر للطباعة والنشر.
3. أحمد رياض. 2006. المراقب الصحي في الأردن مهامه وواجباته. إربد: دار المتنبي للنشر.
4. أحمد فاروق. 2013. معايير وأساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصالات المؤسسية الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة نموذجاً نحو التحول إلى الحكومة الذكية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال. العدد 23. القاهرة: كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية.
5. حجاب، محمد منير. 2002. أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية. القاهرة: دار الفجر للنشر.
6. حمدي، حسن. 1991. الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام. القاهرة: دار الفكر العربي.
7. الحيزان، محمد. 2004. البحوث الإعلامية. مكتبة الملك فهد: الرياض.
8. زایل، محمد و خورشيد، كامل. 2019. توظيف شبكة تويتر في الحملات الانتخابية للرئاسة الأمريكية 2016 تفريديت المرشح الأمريكي ونالد ترامب نموذجاً. مجلة الباحث الإعلامي. ع 46. مج 11. بغداد.
9. الشلهوب، عبد الملك. 2013. دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين حول مرض السكري. المجلة العربية للإعلام والاتصال. الرياض. العدد 10.
10. طعيمة، رشدي. 1987. تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية. القاهرة: دار الفكر.
11. عبد الحميد، محمد. 2004. نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
12. عليان، ربحي. 2008. أساليب البحث العلمي وتطبيقاته. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
13. عنانزه، عزام وعلي، مريم. 2018. دور تلفزيون أبوظبي في التثقيف الصحي للمرأة الإماراتية. حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية. جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي. المجلد 39. العدد 509.
14. الفيروز آبادي. 2005. القاموس المحيط. تحقيق: محمد نعيم العرقسوسي. بيروت: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر.
15. محمود خليل و هشام عطيه. 2001. مستقبل النظام الصحفي المصري. دراسة لعناصر وآليات تطور الصحافة المصرية 1982 – 2000 وسيناريوهات التطور المستقبلي 2000-2020. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. ع 3. ج 2، يوليو 2001.
16. محمود مهني. 2015. استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الثقافية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القاهرة.
17. مكاي، حسن عماد. 2000. الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
18. Berelson.B (1952).Content Analysis Of Communication Research. Glencoe. The free press publishers.
19. Brain.G.Smith (2010). Socially distributing public relations: Twitter, Haiti and Interactivity in social media.Public Relations Review. Vol.36.
20. Darwish.E.B(2017). The effectiveness of the use of social media in government communication in the UAE: Journal of Arab and Muslim Media Research.Vol.10.
21. Hyejin.P,Thomas.H (2013). Engagement across three social media platforms an exploratory: study of a cause –related PR campaign. Public Relations Review. Vol.39.
22. John.C,Paul.T & Jastin.M (2010). Using ICT to create a culture of transparency E-government and social media as openness and anti-corruption tools for society. Government Information Quarterly.
23. Kagan.K, Mark.D(2018): Problematic Instagram Use.The Role of Perceived feeling of Presence and Escapism. International Journal of Mental Health and Addiction.
24. McQuail D.(2000) Mass Communication Theory. 4th edition, London , Sage Publications.
25. Saad.H (2015). The use of social media among public relations students in the UAE. International of Customer Relationship Marketing and Management. Vol.6.