

استخدامات منصات التواصل الاجتماعي من قبل مواطني اقليم كردستان العراق في زمن وباء الكورونا المستجد (Covid-19)

د.كاروان علي قادر* د.هersh رسول موراد** د.أحمد حمه غريب عمريلي***

الكلمات المفتاحية: منصات التواصل الاجتماعي، كوفيد-19، مستخدمي الانترنت، المشاركة، المعلومات الصحية
<https://doi.org/10.31271/jopss.10033>

ملخص البحث:

هدفت هذه الدراسة الى معرفة تصورات مواطني إقليم كردستان العراق ممن يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي من حيث استقبال المعلومات الصحية والوقائية عن فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) ومدى انخراطهم ومشاركتهم وتفاعلهم مع تلك المعلومات. كما ركزت الدراسة على معرفة وتحليل كفاءة وقابلية الجهات المعنية لإستخدام تلك المنصات للتواصل مع المواطنين وإقناعهم بالمسؤولية الوقائية أثناء الأزمة الوبائية من خلال وجهة نظر المواطنين. أما منهجياً، فإن هذه الدراسة هي من ضمن دراسات الاتصال الصحي التي اعتمدت على منهج المسح من خلال تطبيق الاستمارة الإلكترونية التي تمت تصميمها عبر تطبيق 'Google Forms' وتوزيعها إلكترونياً على عينة عشوائية قوامها ٥٢٤ مبحوثاً لأسباب اجرائية ومنهجية. توصلت الدراسة الى ان أغلبية المبحوثين يتقنون بالتعليمات الوقائية فيما يخص وباء الكورونا في حين أنهم مختلفين في رؤيتهم لقدرة المؤسسات الصحية والكوادر الطبية في اقليم كردستان العراق؛ إذ أن نسبة متواضعة فقط من المواطنين يرون فيهم القدرة الكافية لمواجهة الأزمات الصحية. و أوضحت الدراسة أن نسبة قليلة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي كانوا نشيطين في كتابة المواد ونشرها وإعادة نشر مواد الآخرين، وكذلك كتابة التعليقات أو ابداء الاعجاب، لذلك يبدو أنهم اكتفوا فقط بمتابعة التطورات على هذه المنصاته.

پوخته ی توژینه وه:

به کارهینانه کانی پلاتفۆرمی تۆره کۆمه لایه تییه کان له لایه ن هاوڵاتیانی هه ریمی کوردستانی عێراق

له ماوه ی بڵاوبونه وه ی په تای فایرۆسی کۆرنا ی نوێ (کۆفید-19) دا

ئهم توژینه وه به ئامانجی زانیی دێدو تێروانی هاوڵاتیانی هه ریمی کوردستانی عێراقه، ئه وانه ی که پلاتفۆرمه کانی میدیا کۆمه لایه تییه کان به کارده هین، سه باره ت به ده سته که وتنی زانیارییه ته ندروستی و خۆپاریزییه کان له په تای فایرۆسی کۆرۆنا (کۆفید-19) و راده ی به شدارییکردن و ئاوێته بوون و کارلێکیان له گه ل ئه و زانیاریانه. توژینه وه که ههروه ها کاریکردوو له سه ر زانیی و

karwan.ali@spu.edu.iq

* مدرس في جامعة التقنية السليمانية:

hersh.rasool@spu.edu.iq

** استاذ مساعد في جامعة التقنية السليمانية:

ahmed.bali@uhd.edu.iq

*** مدرس في جامعة التنمية البشرية:

شیکردنهوهی تواناو لێهاتووایی لایه نه په یوه ندییداره کان له به کارهینانی ئه و پلاتفۆرمانه ی میدیای کۆمه لایه تی لێهاتووایی هاوولاتیان به مه به سستی قه ناعه تییهینانیان به بهرپرسیاریتی خۆپاریزی له کاتی قهیرانی په تاکه دا، له روانگه ی هاوولاتیان خۆیانوه. له پرووی ریبازی توێژینه وه شه وه، ئه م توێژینه وه یه له خانه ی توێژینه وه کانی کۆمیونیکهیشنی ته ندروستی به پشی به ستوه به میتۆدی روویوویی به به کارهینانی فۆرمی راپرسی ئه لیکترونی که له ریگه ی پرۆگرامی (Google Form) ه وه دیزاین و جیه جیکراوه و به شیوه یه کی ئه لیکترونییش به سهر مشته یه که له به شداربوواندا دابه شکراوه که ژماره یان ۵۲۴ به رتوێژ بووه. توێژینه وه که گه یشتۆته ئه و ئه نجامه ی که زۆرینه ی به رتوێژان متمانه یان به رێنماییه خۆپاریزیه کانی تایبه ت به په تای کۆرژنا هه یه له ماوه ی ئه نجامدانی توێژینه وه که، به لام سه باره ت به تواناو لێهاتووایی دامه زراوه ته ندروستییه کان و کادیانی سیکته ری ته ندروستییه له هه ریمی کوردستانی عیراق، به رتوێژان دیدو تیروانیانیان جیاوازه، به جۆرێک که ته نها رێژه یه کی که م له هاوولاتی به شداربووه کانی توێژینه وه که پێیانوايه ئه و دامه زراوه ته ندروستی و کادیره کانی بواره که ش، تواناو لێهاتووایی پێوستییان هه یه بۆ رووبه پرووبوونه وه ی کیشه و قهیرانه ته ندروستییه کان له هه ریمدا. جگه له وانه، توێژینه وه که ئه وه شی روونکردۆته وه که ته نها رێژه یه کی که م له به کارهینانه رانی پلاتفۆرمانه کانی تۆره کۆمه لایه تییه کان چالاک بوونه له نووسینی پۆست و بلاوکردنه وه یان و دووباره بلاوکردنه وه ی پۆست و بابته ی کهسانی ترو ههروه ها نووسینی سه رنج و کۆمیت یان ده ربیرینی به دلّمه (لایک) له سهریان، چونکه وه که له توێژینه وه که ده رکه وتوو، ئه و به کارهینانه ته نها ئه وه نده یان کردوو که به دوا داچوون بکه ن بۆ پێشهات و زانیاریه کان له سه ر ئه و پلاتفۆرمانه.

Abstract:

The Social Media Usage by Citizens of the Iraqi Kurdistan Region During Coronavirus pandemic (Covid-19)

This study looked on social media usage by the internet users in the Kurdistan region pf Iraq during Coronavirus pandemic (Covid 19), which became a global crisis for several months. This study examines the perception of people about the health awareness campaign, which started during the quarantine in the region from March 14 to April 10, 2020. The study adopted a survey method through an online questionnaire using 'google forms' (N= 524) with responses from adults aged 18 and over. The research found that the majority of the respondents trust the preventive instructions regarding the disease and these instructions affected them to alter their daily health behavior, however, a small percentage of them believe that the government is completely capable to face the crisis. The findings also revealed that social media platforms' users were not engaged in the campaign actively since only a small minority of them have contributed in "liking, posting, and sharing relevant information on these platforms.

المقدمة :

ان الانتشار الواسع للتقنيات الحديثة للاتصالات والاعلام والانترنت على وجه الخصوص الذي اصبح في متناول اليد للكثيرين في العالم ادى الى تقليص تكاليف ونفقات الاعلام والاتصالات بشكل عام كما ساهم بشكل كبير في خلق اتصال افقي متبادل بين الناس بدلا من الاتصال العمودي التقليدي ذي الاتجاه الواحد. أن ظهور وابتكار التقنيات المرتبطة بال(Web 2.0) وخصوصا منصات التواصل الاجتماعي، مكن مستخدمي الانترنت من كتابة وخلق ونشر واستلام مواد اعلامية مختلفة (Syan, 2015).

تعد منصات التواصل الاجتماعي اليوم من أهم وسائل التواصل التي يعتمد عليها الناس والسلطات ايضا ويستفيدون منها لنشر النشاطات، الافكار ومواد اخرى في جميع المجالات. كما يسهل للسلطات بالاطلاع على مشاكل وهموم ومقترحات الناس بخصوص المسائل والقضايا ذات الاهتمام المشترك والعام في المجتمع سواء في الاوقات الطبيعية ام أوقات الأزمات. ليس هذا فحسب، بل في حين أن شرائح واسعة من الناس و المؤسسات الاعلامية في جميع المجتمعات يستخدمون هذه المنصات سواء كان استخداما نشطا فعلا كأن ينشرون أو يعيدون نشر مواد الآخرين ويعلقون عليها أم يستخدمونها فقط للمتابعة والمشاركة وقراءة ما تنشر على هذه المنصات، فهذا يعني تواصل وترابط الكثيرين على هذه المنصات وبقائهم على اتصال في أغلب الاوقات وبالتالي اطلاعهم على آخر التطورات.

خلال ازمة انتشار وباء فايروس كورونا المستجد (Covid-19) في العالم، تابع المواطنون في مختلف البلدان تطورات هذا الوباء والمواضيع المتعلقة به من خلال حساباتهم على منصات التواصل الاجتماعي. أظهرت العديد من الدراسات سواء التي اجريت على علاقة وتأثير هذه المنصات بهذا الوباء أو الوبئة التي سبقته والتي تم عرضها في دراستنا هذه، بأن الناس يتابعون ما تنشر على هذه المنصات ويتأثرون ويتفاعلون معها وأيضا . كما كان لهذه المنصات دور كبير في توعية الناس وتثقيفهم من خلال التعليمات والمعلومات المتعلقة بالوباء والتي كانت تنشر عليها.

نظرا للأهمية البالغة لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها الملحوظ على الناس في مختلف مجالات الحياة والأزمات التي يمر بها مجتمعاتنا، يقوم هذا البحث بدراسة استخدامات التواصل الاجتماعي لدى مواطني اقليم كردستان العراق خلال فترة انتشار وباء فايروس كورونا المستجد (Covid-19) وذلك لمعرفة أهم الأنماط والسلوك الاتصالية للجمهور فيما يتعلق بالوباء الفيروسي وتصوراتهم نحو النظام الصحفي ودور الجهات المعنية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي للتوعية وتوجيه المواطنين للتعامل مع الوباء. كما تناول هذا البحث الى جانب مراجعة الأدبيات والتراث العلمي في مجال هذا البحث، بتحليل نتائج الجزء الميداني وتفسيرها وعرضها بالإضافة الى تقديم الاستنتاجات والمقترحات بناء على النتائج.

وعليه، قسم هيكلية هذا البحث الى مطلبين رئيسين، يتناول المطلب الاول: الاسس النظرية للدراسة وجوانبها المنهجية، في حين يعالج المطلب الثاني: المحاور الميدانية للدراسة وتفسير نتائجها، وذلك على النحو الآتي:

المطلب الأول: الاسس النظرية للدراسة:

يتناول هذا المطلب الاسس النظرية التي تقوم عليها الدراسة وجوانبها المنهجية من خلال الآتي:

أولاً: مراجعة الأدبيات والتراث العلمي في مجال البحث:

يعد فيروس كورونا المستجد المعروف بـ (كوفيد-19) حديث الظهور اذ تم اعتباره وباءً عالمياً من قبل منظمة الصحة العالمية بتاريخ ١١ من شهر آذار (World Health Organization, 2020)، لذا لا تتوفر دراسات كافية حول هذا الموضوع بالأخص دراسات في مجال العلوم الإنسانية حول وباء الكورونا، لكن بسبب كون الوباء فتاكاً ومسبباً للخوف لدى الإنسانية أجمع، تسبب بأزمة عالمية من نواح عدة، ما أدت بالنتيجة إلى تضافر وتوحيد الجهود والطاقات سواء لكيفية تجنب الإصابة والحد من تفشي الفيروس أو لإيجاد علاج مناسب للمرضى المصابين بالفيروس. من هذا المنطلق، نحاول في هذه المراجعة،قاء الضوء على الجهود العلمية المتعلقة بهذا المجال خصوصاً المنشورة منها وإبراز جهود ومحاولات المؤسسات العلمية ودور النشر، ومن ثم دعوة المجلات الأكاديمية العالمية لتشجيع الباحثين، اذ يساهم كل ذلك في إنتاج المعرفة. ومن بين أهم المجلات الأكاديمية المشهورة والبارزة التي بادرت في هذا السياق وهي: The Journal of the American Medical Association، The Lancet و New England journal of Medicine، وهم قائمون الآن على إجراء دراسات كما وينشرون نتائج بحثهم التي لم تكتمل ولم تنشر إلى الآن (Wellcome Trust, 2020). لذلك، نحاول في دراستنا هذه، توضيح وتحليل نتائج البحوث غير المنشورة أيضاً.

وفي سياق مماثل قامت مؤخراً مؤسسة Elsevier، وهي مؤسسة علمية مشهورة ورائدة بافتتاح مركز بإسم (Novel Coronavirus Information Center) بهدف توفير ونشر المصادر والمعلومات المرتبطة بوباء الكورونا لسلطات الصحة العامة في مختلف البلدان بدون مقابل، كي يتمكن الأطباء والباحثين من إدارة أزمة تفشي الوباء بشكل علمي ووضع حد لها (Elsevier, 2020). في محاولات مماثلة، قامت مؤسسات أخرى بتوفير وعرض دراساتهم دون مقابل، من بينها مؤسسات: Taylor and Francis، Emerland Publishing، (Emerland Publishin, 2020). كما قامت المؤسسة العلمية للنشر Springer Nature من خلال حملة واسعة تحت عنوان (الالتزام و المساعدة والتلبية العالمية لهذا الوباء) بعرض وتوفير بحوثها ودراساتها بدون أي مقابل مادي (Springer Nature, 2020).

فيما يخص الدراسات المرتبطة بوباء فيروس كورونا ومنصات التواصل الاجتماعي، قام كل من La وفريق مرافق له (La et al., 2020)، بإجراء دراسة عن سياسة منصات التواصل الاجتماعي و الصحافة العلمية التقليدية ووباء الكورونا (كوفيد-19) في فيتنام اذ توصلوا إلى نتيجة مفادها أن منصات التواصل الاجتماعي مارست دوراً فعالاً في توعية المواطنين. ففي ظل هذه النتيجة قام وزير صحة هذه الدولة بافتتاح حساب على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك لتوفير ونشر المعلومات المتعلقة بالوباء. وهناك أيضاً دراسة أخرى حول أهمية استخدام الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي من قبل مواطني الصين فيما يتعلق بفيروس كورونا (Covid-19). وصلت الدراسة الى نتيجة أن هناك علاقة بين استخدام الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي والتوعية من الوباء، ذلك كون غالبية مستخدمي

الإنترنت قاموا بالبحث عن إسم الوباء خلال مدة ١٠ الى ١٤ أيام قبل أن يصل تفشي وباء الكورونا والإصابة بها إلى أعلى مستوياتها. كما أن نسبة نشر المواد المتعلقة بالوباء على منصات التواصل الاجتماعي وصلت إلى ذروتها في (٢٠٢٠-١-٢٥)، أي ١٠ أيام قبل ذروة تفشي الوباء ونسبة المصابين، و إن أكثر المصطلحات التي تم نشر المواد عنها على منصات التواصل الاجتماعي كانت coronavirus اذ وصل الى (٢٦٢٩٧٧٤٦) مرة في ٢١-١-٢٠٢٠ يسبقها مصطلح pneumonia ب(٣٠٧٠٤٧٥٣) في نفس اليوم. جدير بالملاحظة أن مصطلح pneumonia يحتل الصدارة في البحث على الإنترنت في اليوم الذي تم ذكره ذلك لأن المصطلح يشير إلى أبرز علامات العدوى الذي يصيب الجهاز التنفسي وكون الصينين على دراية بها من خلال تجاربهم الماضية عندما تفشى عدوى فايروس سارس قبل سنوات وأصاب بشكل أساس الجهاز التنفسي أيضا لدى الإنسان.

تتناول دراسة أخرى قام بها (Binti Hamzah (2020 بالاشتراك مع فريق (Tracker Corona Community Research Group) الموضوع نفسه. اذ قاموا بتحليل ٣١٠٩ خبرا لمعرفة الاتجاهات والآراء وكيفية التحدث عن الوباء المذكور. تم جمع بيانات الدراسة التي نشرت بالكامل من قبل منظمة الصحة العالمية، في الفترة ما بين ٢٢ شهر شباط الى ٣ من شهر آذار ٢٠٢٠. حسب نتيجة الدراسة فأن غالبية التقارير الخبرية (٢٥٤٨) التي تم تحليلها تناولت أو تحدثت عن الوباء بشكل إيجابي في حين فقط ٥٦١ تقريراً خبرياً تناولت الموضوع بشكل سلبي. تظهر هذه النتيجة بأن المؤسسات والقنوات الإعلامية كانت مترددة في عرض وتوفير المعلومات عن الوباء وعن مدى خطورته على حياة الناس لأنها لم تكن متأكدة من توقعاتهم وكذلك تحسباً من تخويف الناس وترهيبهم من الوباء، لذا تناولت تقاريرهم الخبرية الوباء بشكل عادي. يذكر أن هذا الفريق مستمر في جمع البيانات عن الوباء وتحديث دراسته.

إن سرعة تفشي هذا فايروس كورونا (covid-19) أحدثت قلقاً لدى الباحثين بشكل عام، فمثلا قام كل من Depoux و ثلاثة باحثين في كل من بريطانيا، السويد وفرنسا بإجراء بحث مختصر دون الاعتماد على بيانات دقيقة، يحذرون من استخدامات منصات التواصل الاجتماعي كما يقترحون على المسؤولين أن يتعاملوا مع هذه المنصات بحذر وأن يسارعوا في الإجابة على تساؤلات الناس من جهة والرد على المعلومات الكاذبة وغير الصحيحة من جهة أخرى (Depoux et al, 2020).

كما يظهر، حقيقة هذا الوباء حديث الظهور والتفشي، فإن الدراسات عن الوباء ومنصات التواصل الاجتماعي نادرة جداً خصوصاً في المنطقة والدول العربية. في هذه المراجعة وفي حدود اطلاعنا لاحظنا فقط دراسة ميدانية واحدة أجريت من قبل الشعلان حول وسائل التوعية، والسلامة الشخصية وعلامات مرض وباء الكورونا على ٢٨٦ مبحوثاً من سكان مدينة الرياض ممن عندهم إمكانية القراءة وعمرهم فوق ١٨ سنة. اتضحت في النتيجة أن هناك علاقة طردية بين المستوى التعليمي والتوعية (Al Shaalan, 2020).

إضافة إلى وباء الكورونا، هناك أبحاث ودراسات سابقة أجريت عن العلاقة بين منصات التواصل الاجتماعي وأوبئة أخرى كوباء الايبولا وزيكا. بشكل عام تؤكد غالبية هذه الدراسات على أهمية دور منصات التواصل الاجتماعي خلال فترة الأزمات. قام Deng وآخرون (2020) بإجراء بحث بهذا

الخصوص واتضحت بالنتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت في توعية مستخدميها كما ساعدت السلطات المعنية في إصدار قرارات صحيحة ومناسبة. قام الباحثين في الدراسة بتحليل محتوى نصوص المواد المنشورة من قبل المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي في فترة تفشي الوباء، إذ تظهر تركيزهم على الخوف من الوباء والتأثيرات النفسية المصاحبة له. ويبدو أن عكس هذا صحيح أيضاً، إذ يشير كل من Varga و Bode (٢٠١٧) في دراستهما إلى الدور السلبي لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر معلومات صحيحة مفبركة وغير صحيحة عكس المعلومات التي تؤكد عليها منظمة الصحة العالمية عن الوباء. من جهة أخرى، قام علي وآخرون في دراسة بتحليل محتوى ٨٠٠ مادة منشورة على وسائل التواصل الاجتماعي عن وباء الزیکا واستنتجوا أن لمنصات التواصل الاجتماعي دور على الناحية النفسية لمستخدميها كما يزيد من التفاعل فيما بينهم (Ali, et al, 2016). وبالطريقة نفسها وعن الموضوع نفسه، أجريت دراسة حول استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي للتعامل مع الأوبئة إذ تم تحليل محتوى ٣٥٩١٦ مادة منشورة لـ (٨٠٩) مستخدماً تناولوا فيها وباء الإيبولا. نتيجة الدراسة تؤكد على أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الغالب يزدون من حجم الأوبئة وينشرون الخوف والقلق بين العامة (Strekalova, 2017).

كما أظهرت بحوث ودراسات أخرى أن وسائل التواصل الاجتماعي تمارس بشكل عام دوراً إيجابياً وقت الأزمات كون هذه الوسائل أصبحت منبراً مشتركاً بين الناس والسلطات إذ بإمكان المستخدم تبادل المعلومات والتعليمات فيما بينهم. وبهذا صدد، قام King (٢٠١٨) بإجراء بحث حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات ولا سيما خلال إعصار هارفي وإرما (Hurricanes Harvey and Irma) التي ضربتا أجزاء من الولايات المتحدة الأمريكية. أظهرت نتائج هذه الدراسة على أن وسائل التواصل الاجتماعي تعد أكثر الوسائل فعالية لربط وتواصل السلطة مع المتضررين من الإعصار إذ مكنتهم من إيصال وتبادل المعلومات بشكل سريع.

تظهر هذه المراجعة للدراسات والبحوث التي أجريت في هذا المجال أن وسائل منصات التواصل الاجتماعي أصبحت منبراً حيويًا ونشطاً في أوقات الأزمات إذ مكنت مستخدميها والسلطة أن يكونوا على تواصل وأن يستفيدوا من ميزات هذه الوسائل خلال أوقات تفشي أوبئة كورونا، زیکا وإيبولا وأوقات الحوادث الطبيعية كالاعاصير. كما تؤكد لنا هذه المراجعة بأنه لا توجد إلا القليل من الدراسات عن استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وعدوى كورونا (Covid-19) على مستوى العالم بشكل عام والشرق الأوسط بشكل خاص. وهذا يعطينا حافزاً علمياً لإجراء تحاليل ومعرفة توجهات وسلوك مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وحوافزهم في زمن وباء الكورونا (Covid-19) من أجل التوصل إلى فهم علمي لنوعية العلاقة بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها إذ يمكنهم لعب دور بناء وإيجابي في التوعية والدعوة إلى الإلتزام بالتعليمات المتعلقة بالوباء من أجل السلامة الشخصية والعامة. كما أن بإمكان مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي أن يمارسوا دور الوسيط بين عامة الناس والسلطات في المجتمع.

ثانياً: الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة (Conceptual Framework)

يركز الإطار النظري والمفاهيمي لهذا البحث على محورين يفسران المنطلق الفكري ومبررات الدراسة ويتم إستخلاص هذين المحورين من خلال مراجعة الأدب المرتبط أي أن هذه الدراسة لا تستنبط مبرراتها من النظريات التقليدية الموجودة والمجربة؛ نظراً لحدثة الموضوع من جهة ومقاربة المفاهيم المستخلصة والمتخذة من الدراسات التطبيقية التي ألقت الضوء على علاقة منصات التواصل الاجتماعي بالأزمات الصحية للوباء الفيروسي من جهة أخرى. ويتمثل هذين المفهومين في: إشراك (Engagement) عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Di Gangi, & Wasko, 2016)، والمعلومات الصحية وإشراك الجمهور (Health Information and Audience Engagement) (Strekalova, 2017)، وفيما يلي يتم عرض هذين المحورين من خلال مراجعة الأدب المرتبط بالأزمة الصحية وخاصة تفشي الوباء على النحو التالي:

١. المشاركة (Engagement) عبر منصات التواصل الاجتماعي:

أخذ مفهوم المشاركة (Engagement) اهتماماً واسعاً في مجال الأعمال والتسويق، كما أخذ اهتماماً جديداً في مجال تكنولوجيا الإتصال باعتباره المنصة الأساسية التي تسهل التفاعلات الاجتماعية أثناء الأزمة بين المستخدمين (Di Gangi, Wasko ٢٠١٦) وخاصة عند ظهور منصات التواصل الاجتماعي (Omar Bali, et al, 2018)، والتي تسمح بتفاعل كبير بين المستخدمين وإمكانهم أن ترتبطوا بالآخرين سواء الأصدقاء أو أفراد الأسرة أينما كانوا وفي أي زمان (Jensen & Aanestad, ٢٠٠٧). وفسر Hwang and Thorn (٢٠٠٨) الإشراك بمستويين النفسي والسلوكي - أي يمكن للمستخدم أن يتفاعل نفسياً وذاتياً ودخلياً مع المخرجات المستقبلية عبر منصات التواصل الاجتماعي كالصور والنصوص والبيانات، ومقاطع الفيديو أو كل ذلك في سياق معين. أما بالنسبة للإشراك السلوكي فيجب على المستخدم أن يكون له ردود فعل خارجية مثل: عمل اعجاب (لايك)، تعليق، نشر، وإعادة نشر المواد عبر تلك المنصات، وتشير هذه الردود إلى درجات متفاوتة للمستخدمين من حيث درجة مشاركتهم وإرتباطهم عبر تلك المنصات. ومن هذا المنطلق، سيتم (وضع) تصميم مجموعة من الأسئلة وتطرح على عينة من المستخدمين لمعرفة درجة مشاركتهم بحملة التوعوية والإرشادات الوقائية حول فيروس كورونا المستجد.

٢. المعلومات الصحية ومشاركة الجمهور (Health Information and Audience Engagement)

تشير أغلبية الدراسات السابقة إلى أن الجمهور ينخرط مع منصات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الصحية وانتشار الوباء الفيروسي، وقد أشارت أحدث الدراسات التطبيقية أن أغلبية مواطنو الصين إنخرطوا عبر منصات التواصل الاجتماعي أثناء الحجر الصحي (Depoux et al, 2020). وفي سياق متصل، يشير Deng والآخرين (2019) إلى عامل مرتبط بإشراك الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات وهو الإشراك عبر الأونلاين مباشرةً والبعد النفسي (Online Engagement and Psychological Distance) بحسب أن منصات التواصل الاجتماعي تتيح للمستخدمين أن يكونوا

لهم الدراية والاطمئنان لاتباعهم نظراً لخدماتها المتعددة عبر عدة تطبيقات (Liu, et al, 2016). ويشير Liu أيضاً إلى أن دراسة البعد النفسي تساعد على تعزيز فهم سلوك المستخدمين عبر الإنترنت أثناء الكوارث، وإن تفشي الوباء يزيد قلق الجمهور عن ما يجري ويدفعهم للترابط مع البعض أكثر من الحالات الطبيعية (Malon & Kervyn, 2012). ويفترض أن الحجر الصحي يزيد قلق الجمهور نظراً لوضع الحاجز المكاني بينهم، ويمكن أن تعوض ذلك نسبياً عبر منصات التواصل الاجتماعي التي تزيح المسافة المكانية وتجعل مستخدميها أن ينخرطوا مع البعض بشكل مباشر. وتبين العديد من الدراسات أن منصات التواصل الاجتماعي تمكن المستخدمين أن يستقبلوا المعلومات بشكل أسرع، وفي الوقت نفسه يسمح لهم أن يقوموا بإعادة إرسال تلك المعلومات ومناقشتها مع أصدقائهم وأبنائهم وأقرانهم بشكل مباشر (Strekalova, 2017, Kim & Liu, 2012, Najad et al, 2020, Shadroo, et al, 2013; Thackeray et al, 2020). ويفترض أن تبادل المعلومات أثناء حدوث الأزمات تكون أكثر، ولا سيما في فترة الحجر الصحي؛ بحسب أن المواطنين يفقدون فرصة التفاعل الفيزيائي، وقد يتم تعويضها عبر منصات التواصل الاجتماعي. ومنذ بداية تفشي الوباء في إقليم كردستان وإعلان حالة الحجر الصحي قام المسؤولون المعنيون بالأزمة بإمداد الجمهور بالمعلومات الصحية عبر الوسائل الإعلامية التقليدية، وعلى حساباتهم الرسمية الخاصة بهم عبر منصات التواصل الاجتماعي ولا سيما الفيسبوك نظراً لكونها أكثر استخداماً لدى الجمهور.

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

أدى وباء فيروس كورونا المستجد إلى أزمة عالمية لم تشهد الإنسانية مثلها منذ الحرب العالمية الثانية؛ واضطرت العديد من الحكومات بما فيها حكومة إقليم كردستان إلى إعلان تدابير وقائية استثنائية وفرض إجراءات احترازية بما فيها الحجر الصحي في الإقليم من (٢٠٢٠-٣-١٤ إلى ٢٠٢٠-٥-٢)، وتؤكد الدراسات السابقة أن منصات التواصل الاجتماعي تتيح لمستخدميها أن تقوم بأدوار إيجابية من خلال إتاحة أرضية مناسبة لإجراء التواصل الصحيح بين المواطنين والجهات المعنية لفهم الإرشادات الصحية والوقائية، أو قد تستخدم تلك المنصات إلى تضخيم الأزمة ونشر القلق والخوف من خلال نشر معلومات مفبركة ومبهمّة وغير صحيحة. ويفترض أن مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي يتلقون أغلب الرسائل المتعلقة بالإرشادات الصحية والوقائية، وأن تتفاعل وتنخرط معها تلك المنصات بشكل تفي بخدمة المجتمع. بالرغم من تلك الافتراضات؛ لا توجد رؤية واضحة ودقيقة عن مدى استخدام مواطني الإقليم لتلك المنصات سواء كانت بشكل إيجابي أو سلبي؛ وعلى هذا النحو تكمن مشكلة هذه الدراسة من خلال وجود هذه الافتراضات والتكهنات المتباينة.

رابعاً: أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من الناحيتين النظرية والتطبيقية في ضوء النقاط الآتية:
١. تثرى هذه الدراسة الحديثة التراث العلمي، وتسهم خصوصاً في كيفية استخدام مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي أثناء الحجر الصحي.

٢. تسهم في تقديم مقترحات حول ترشيد إستخدام منصات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الصحية وخصوصاً في مجال التواصل الصحي والوقائي.
٣. تسهم هذه الدراسة في مدى مقارنة مفاهيم البعد النفسي والإشتراك بالمعلومات الصحية عبر منصات التواصل الاجتماعي في العالم الافتراضي.

خامساً: أهداف الدراسة:

تكمن أهداف الدراسة في النقاط الآتية:

١. تحليل إتجاهات الجمهور نحو الجهود المبذولة حول الإرشادات الصحية، وفيما يخص الوقاية من الوباء الفيروسي.
٢. تحليل السلوك الاتصالي للجمهور وتفاعلهم وإنخراطهم في أثناء أزمة انتشار وباء الفيروس.
٣. معرفة أنماط ودوافع إستخدامات الجمهور لمنصات التواصل الاجتماعي بشكل عام، ومدى إهتماماتهم بالمسألة الوقائية من فيروس كورونا.
٤. تفسير مدى إشراك وإنخراط الجمهور بالأزمة الوبائية عبر منصات التواصل الاجتماعي.
٥. معرفة تصورات الجمهور نحو النظام الصحي للإقليم والقائمين بالعمل فيه.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

- بناءً على أهداف الدراسة ومفاهيمها النظرية تُثار عدة تساؤلات، يمكن عرضها على النحو الآتي:
١. ما هي أهم الأنماط والسلوك الإتصالية للجمهور ولا سيما فيما يرتبط بإنخراطهم مع رسائل المرتبط (المصابين) بالوباء الفيروسي.
 ٢. ما هي تصورات الجمهور نحو النظام الصحي وكفاءة الجهات المعنية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي لإرشاد المواطنين وإشراكهم بالمسؤولية الصحية.
 ٣. ما مدى إشراك وإنخراط الجمهور بالأزمة الوبائية عبر منصات التواصل الاجتماعي.
 ٤. ما مدى كفاءة الجهات المعنية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي لإرشاد المواطنين وإشراكهم بالمسؤولية الصحية

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتكون الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة من منهج الدراسة ومجتمع الدراسة وعينتها وأداة جمع البيانات والتحليل الإحصائي للدراسة على النحو التالي:

١. منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الميداني (Survey Method) من خلال تطبيق استمارة استبيان بالطريقة الإلكترونية (Google Forms) التي تتوفر ضمن تطبيقات (Google) كأداة لجمع البيانات وتحليلها كمّاً وتفسيرها، ويعد التحليل الكمي الوصفي من المناهج المهمة لقياس معرفة

وإتجاهات الجمهور نحو جهود الحكومات وحملات التوعية سواءً كانت خلال الأزمات أو ضمن البرامج الاستراتيجية أو التكتيكية للحكومة (Sakurai, 2019).

٢. مجتمع الدراسة وتوصيف عينتها:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة بالجمهور العام ممن يستخدمون إحدى منصات التواصل الاجتماعي على الانترنت وأعمارهم فوق ١٨ سنة، وقد تم توزيع استمارة الاستبيان الالكترونية بطريقة عشوائية بهدف الوصول إلى عدد مناسب من المواطنين ، ويندرج هذا النوع من العينة ضمن العينات الإحصائية التي تسمح بتعميم نتائجها (Pole & Lampared, 2002; Buckley, 2018). وقد تم شرح أسباب وأغراض هذه الاستمارة في مقدمتها؛ لتجنب أخطاء المعاينة المحتملة. كما تمت توزيع الاستمارة في الأسبوع الأخير لشهر مارس عام ٢٠٢٠ أي أثناء فترة الحجر الصحي المقرر في الإقليم، على عينة وصلت حجمها الى ٥٢٤ مبحوثاً. وبالرغم من أن نوع العينة هي عينة عشوائية، حاول الباحثين لهذه الدراسة مراعاة تمثيل المتغيرات الديموغرافية . ويتبين من خلال جدول رقم (١) أن فئة الذكور تشكل (٦١,٣٪) من أفراد العينة، وتبلغ نسبة الإناث (٣٨,٧٪) نظراً لاستجابة الذكور أكثر لهذه العينة. وبالنسبة للمرحلة العمرية جاءت مرحلة ١٨-٣٥ بنسبة (٦١,٩٪) نظراً لكبر حجم فئة الشباب في المجتمع أولاً وجماهيرية منصات التواصل الاجتماعي بينهم أكثر مقارنةً بالمراحل العمرية الأخرى، فضلاً عن قلة الأمية التكنولوجية بين الشباب. وتأتي المرحلة العمرية ٣٦-٥٠ بنسبة (٣٠٪)، وتليها مرحلة ٥١ فما فوق بنسبة (٨,٢٪)، نظراً لصغر حجم هذه الشريحة في المجتمع ومسألة الأمية التكنولوجية الموجودة بين هذه الشريحة (الجدول رقم ١ يوضح المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة).

جدول (١): توصيف عينة الدراسة

المتغيرات الديموغرافية		تكرارات	النسبة %	المراتب
الجنس	ذكر	٣٢١	٦١,٣	الأولى
	انثى	٢٠٣	٣٨,٧	الثانية
المجموع		٥٢٤	١٠٠ %	
المرحلة العمرية	٣٥-١٨	٣٢٤	٦١,٨	الأولى
	٥٠-٣٦	١٥٧	٣٠	الثانية
	٥١ فأكثر	٤٣	٨,٢	الثالثة
المجموع		٥٢٤	١٠٠ %	

٣. اختبار الصدق الظاهري لإستمارة استبيان:

بعد إنتهاء تصميم الإستمارة في صورتها النهائية بناءً على تساؤلات و اهداف الدراسة، تم عرضها على عدد من المحكمين الأكاديميين في مجال الإعلام *، وتم اجراء تعديلات على الإستمارة وفقاً لملاحظاتهم العلمية.

٤. أداة جمع البيانات ومعايير قياس أسلوب التحليل الإحصائي:

تمثل أداة جمع بيانات هذه الدراسة بإستمارة الاستبيان الالكتروني، وقد تمت تصميمها وتنفيذها بطريقة أونلاين (Online)؛ نظراً لمبررات واسباب اجرائية ومنهجية، أهمها مسألة الحجر الصحي الذي جعل عدم إمكان الباحثين الوصول إلى المبحوثين لأسباب صحية وقائية، ومن الناحية المنهجية أخذت هذه الطريقة من الدراسات تأييداً كبيراً وأصبح من الطرق المألوفة والمقبولة لدى الباحثين. وتعد طريقة الـ(أونلاين) سريعة وغير مكلفة مادياً وبإمكانها أن توصل إلى عدد كبير من المبحوثين، اذ وزعت هذه الاستمارة بطريقة عشوائية عن طريق الحسابات الشخصية للباحثين وعلى عدة مواقع للتواصل الاجتماعي، اذ تم استدعاء مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ملء الإستمارة وإعادة توزيعها إلى أصدقائهم وذويهم وأتباعهم للوصول إلى أكبر عدد من المبحوثين. وتتكون الاستمارة من أربعة محاور بشكل يجيب على تساؤلات الدراسة واستخدمت عدة مقاييس وفقاً لغرض الاسئلة المطروحة، اذ وضع مقياس الخيارات لقياس العادات والانماط الاتصالية للمبحوثين، بالإضافة إلى خيارات مفتوحة (أخرى لم تذكر)، وذلك لضمان عدم توجيه المبحوثين و وضع المقياس الثنائي (نعم و كلا) ومقياس الرباعي (نعم، الى حد ما، قليلا، كلا) لقياس معرفة وسلوك المبحوثين، وايضا وضع مقياس ثلاثي (نعم ، لا أعرف، كلا) لقياس تصورات المبحوثين. واعتمدت الدراسة على مستوى تحليل بسيط كالتكرارات، النسب المئوية والمراتب؛ نظراً لشدة علاقة المتغير الثابت (المعلومات الصحية حول وباء الكورونا) بالمبحوثين وحدثة الموضوع التي لم تسمح بوضع الفروض والتساؤلات المركبة التي تحتاج إلى الاستعانة بالتحليلات الإحصائية والبرامج الخاصة بها.

* السادة المحكمين أسماؤهم مرتبة حسب الدرجة العلمية و الحروف الهجائية:

٢. أ.م.د.آراز رمضان أحمد، الاعلام الالكتروني، جامعة رابرين

٣. أ.م. هردوان محمود كاكه شيخ، الاقتصاديات الاعلامية، قسم الاعلام، جامعة صلاح الدين-اربيل

٣. أ.م.د.فؤاد علي أحمد، الاتصال السياسي، قسم الاعلام، جامعة السليمانية

المطلب الثاني: المحاور الميدانية للدراسة:

خصص هذا المطلب لعرض نتائج الدراسة وتفسيرها، وقسمت نتائج الدراسة حسب التساؤلات المطروحة على المحاور الآتية:

المحور الأول:

خصص هذا المحور للإجابة عن سؤال البحث الأول، والذي يركز على أهم الانماط والسلوك الإتصالية للجمهور وخاصة فيما يتعلق بإنخراطهم مع الرسائل المرتبطة بالوباء الفيروسي وأنماط وسلوك المبحوثين في استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي

١. مدة استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الإجتماعي:

للمبحوثين تجربة جيدة كما يبدو في استخدامهم لمنصات التواصل الاجتماعي، فكما أظهرت النتائج (انظر للجدول رقم ٢) فإن غالبية مطلقة (نسبة أكثر من ٦٢٪) منهم يستخدمون هذه المنصات منذ ٧ سنوات وأكثر. وتتفاوت النسب المئوية الباقية (أكثر من ٣٦٪) بين سنة و ٦ سنوات. في حين (١٪) منهم فقط عندهم حسابات على منصات التواصل الاجتماعي لأقل من سنة. تدل هذه النسب على أن الغالبية العظمى من المبحوثين لهذه الدراسة على دراية كافية لكيفية وأسباب استخدامهم لهذه المنصات، مما يجعل من اجاباتهم للأسئلة أكثر قيمة ودقة ومقنعة ايضاً.

جدول (٢): مدة استخدام المبحوثين للإعلام الإجتماعي

مدة الإستخدام	تكرارات	النسبة %	المراتب
اقل من ١ سنة	٥	١	الخامسة
١-٢ سنة	٢٣	٤,٤	الرابعة
٣-٤ سنة	٥٤	١٠,٣	الثالثة
٥-٦ سنة	١١٤	٢١,٨	الثانية
٧ سنة وأكثر	٣٢٨	٦٢,٦	الاولى
المجموع	٥٢٤	١٠٠ %	

٢- استخدام ومتابعة المبحوثين لوسائل التواصل الإجتماعي:

بالنسبة لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين، أظهرت النتائج أن أغلب هذه الوسائل يتم استخدامها من قبل مواطني اقليم كردستان العراق لكن بنسب متفاوتة. كما هو مبين في الجدول رقم (٣) ان الغالبية العظمى يتابعون ويستخدمون الفيسبوك كونها احدى منصات التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعاً واستخداماً على مستوى العالم. أن الغالبية العظمى ما نسبته (٩٠,٥٪) من المبحوثين لديهم

* في هذا الجدول كان للمبحوثين فرصة لاختيار أكثر من متغير لذلك ظهر مجموع الاجابات أكثر من مجموع المبحوثين.

حسابات على الفيسبوك ويستخدمونها ويتابعون المواد والنصوص المختلفة المنشورة فيها. وشغلت (انستغرام) المرتبة الثانية ومن ثم يوتيوب (٤١,٢٪) وفاير (٣٩,٥٪) في المرتبتين الثالثة والرابعة على التوالي. وتبين هذه النتيجة، أن كل من (فيسبوك، انستغرام، يوتيوب، فاير) من وسائل التواصل الإجتماعي الأكثر شيوعا واستخداما عند مستخدمي وسائل ومنصات التواصل الاجتماعي في اقليم كردستان العراق.

جدول (٣): استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

الوسيلة	تكرارات	النسبة %	المراتب
Facebook	٤٧٤	٩٠,٥	١
Twitter	٨٨	١٦,٨	٨
WhatsApp	١٥٧	٣٠	٦
YouTube	٢١٦	٤١,٢	٣
Instagram	٢٨٢	٥٣,٨	٢
Snapchat	١٧٩	٣٤,٢	٥
MySpace	٥	١	١٢
Skype	١٣	٢,٥	١١
LinkedIn	٢٣	٤,٤	١٠
Badoo	١	٠,٢	١٥ / م
Viber	٢٠٧	٣٩,٥	٤
Telegram	٨٩	١٧	٧
IMO	٢٨	٥,٣	٩
Google Plus	٣	٠,٦	١٣
Messenger	٢	٠,٤	١٤
TikTok	١	٠,٢	١٥ / م
FaceTime	١	٠,٢	١٥ / م
المجموع	٥٢٤	% ١٠٠	

٣- مدة تعرض واستخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي:

بقاء الناس في بيوتهم استجابة للتعليمات ومنع التجول لتجنب الإصابة بالفيروس والحد من تفشي الوباء، ساهم بشكل كبير في ازدياد مدة استخدام ومتابعة وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة وذلك للترفيه عن النفس، الحصول على آخر المستجدات والمعلومات والتطورات المتعلقة بالوباء وايضا عدم انقطاعهم عن المجتمع ونشاطاتهم بالإضافة الى مشاركتهم في الحوار والنقاشات وابداء الرأي في المسائل التي تهم الجميع. تظهر بيانات جدول رقم (٤) أن الغالبية (نسبة ٤٩,٤%) متواجدون على منصات التواصل الاجتماعي لمدة أكثر من ساعتين في اليوم الواحد. في حين تشكل نسبة الذين يتعرضون لهذه المنصات لمدة أقل من نصف ساعة نسبة (٣,١%) فقط من المبحوثين. هذه النتيجة تؤكد على ان استخدام ومتابعة وسائل التواصل الاجتماعي احتلت مساحة كبيرة في حياة الناس اليومية في المجتمع الكوردي في الإقليم خلال وباء فايروس الكورونا.

جدول (٤): مدة تعرض واستخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

مدة التعرض	تكرارات	النسبة %	المراتب
يومية اقل من ٣٠ دقيقة	١٦	٣,١	الخامسة
يومية ٣١-٦٠ دقيقة	٧٩	١٥,١	الرابعة
يومية ٦١-٩٠ دقيقة (١-١,٥ ساعة)	٨٦	١٦,٤	الثانية
يومية ٩١-١٢٠ دقيقة (١,٥-٢ ساعة)	٨٤	١٦	الثالثة
يومية اكثر من ١٢٠ دقيقة (٢ ساعة)	٢٥٩	٤٩,٤	الاولى
المجموع	٥٢٤	١٠٠ %	

٤- هدف إستخدام ومتابعة وسائل التواصل الاجتماعي*:

تعد منصات التواصل الاجتماعي من أفضل الوسائل من حيث سرعة ايصال المعلومات للمتلقي، اذ ان لدى كافة المؤسسات الاعلامية ومواقع الاخبار حسابات على هذه المنصات، فتلجأ لنشرها على هذه المنصات تزامنا مع نشرها على القنوات، وفي حين أن لدى الكثيرين حسابات على هذه المنصات ويتابعونها مرات عدة في اليوم، فيسهل لهم الحصول على أحدث المعلومات والاخبار وآخر التطورات. يرغب الناس بشكل عام الحصول على معلومات عن مجتمعه والعالم خصوصا في فترة لزومهم في البيت وانقطاعهم عن الحياة الواقعية خارج البيت، لذا من الطبيعي ان يأتي غرض أو هدف متابعة واستخدام منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات وآخر الأخبار في طليعة الاغراض والأهداف

* في هذا الجدول كان للمبحوثين فرصة لاختيار أكثر من متغير لذلك ظهر مجموع الاجابات اكثر من مجموع المبحوثين.

الآخري. ففي هذه الدراسة، تشير بيانات جدول رقم (٥) أن (الحصول على الأخبار والمعلومات الجديدة) كهدف لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي شغلت المرتبة الاولى بنسبة (٨٩,٥٪)، في حين وصلت غرض (استمرارية وادامة العلاقة مع الأصدقاء) في المرتبة الثانية بنسبة (٤٥,٨٪). أن الالتزام بالتعليمات والقرارات بالبقاء في البيوت وعدم الخروج أدى أيضا الى انقطاع الاصدقاء والزملاء عن بعضهم البعض لفترة، ففي حين أن أسهل وسيلة للبقاء على اتصال ومعرفة أخبارهم في ظل ظروف كهذا هي منصات التواصل الاجتماعي من بينها منصات التواصل، لذا فإن نسبة كبيرة من مبحوثي هذه الدراسة لجئوا لهذه المنصات لتحقيق هذا الغرض. وحلت في المرتبة الأخيرة هدف (التعارف الجديدة). الجدول رقم (٥) يبين مراتب وتكرارات أهداف استخدامات ومتابعة منصات التواصل الاجتماعي ويوضح أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يأتي لتحقيق أهداف متنوعة من أهمها الوصول الى الأخبار والمعلومات الجديدة، اذ يبدو أن هناك حاجة للحصول على آخر التطورات فيما تخص الوباء الفيروسي.

جدول (٥): هدف استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

الأهداف	تكرارات	النسبة %	المراتب
حوار ومناقشات حول المنشورات	١٢٧	٢٤,٢	٧
الحصول على الأخبار والمعلومات الجديدة	٤٦٩	٨٩,٥	١
نشر التعليقات والآراء	١٣١	٢٥	٦
نشر النشاطات	١٢٥	٢٣,٩	٨
نشر الصور ومقاطع الفيديو و حياة الشخصية	٨٥	١٦,٢	١٢
ادامة العلاقة مع الأصدقاء	٢٤٠	٤٥,٨	٢
ادامة العلاقة مع العائلة	١٠٩	٢٠,٨	١٠
ادامة العلاقة مع الأقرباء	١١٦	٢٢,١	٩
التعارف الجديدة	٢٧	٥,٢	١٣
تبادل الآراء والرسائل مع الآخرين	١٣٨	٢٦,٣	٥
الإطلاع على النشاطات و حياة الآخرين	١٠١	١٩,٣	١١
متابعة المنشورات الكوميديّة والطنزيّة والترفيهية	١٨١	٣٤,٥	٣
إستخدامها لصاح الدراسة ونشاطات العلمية	١٥٢	٢٩	٤
المجموع	٥٢٤	١٠٠ %	

٥- نشاط المستخدم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (منشورات، تعليقات، مشاركات، الإستجابة)

أظهرت بيانات جدول رقم (٦) أن الغالبية الساحقة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي متخدمون نشطون اذ يشاركون في نشر المواد حول مواضيع مختلفة، يكتبون التعليقات على المواد المنشورة من قبل مستخدمين آخرين ويتفاعلون كما يعيدون نشر المواد المنشورة أيضا. بلغت نسبة المستخدمين النشطين لمنصات التواصل الاجتماعي المرتبة الاولى بنسبة بلغت أكثر من النصف (٥٣,٨%). في حين جاءت نسبة هؤلاء المستخدمين غير النشطين الذين يستخدمون هذه المنصات فقط لغرض المتابعة في المرتبة الثانية (٤٦,٢%) من مجموع المبحوثين.

جدول (٦): نشاط المستخدم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

المراتب	النسبة %	تكرارات	المتغيرات
الاولى	٥٣,٨	٢٨٢	نعم
الثانية	٤٦,٢	٢٤٢	كلا
	١٠٠ %	٥٢٤	المجموع

٦. - مدى الاستفادة من المعلومات والمواضيع المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي حول الكورونا للتوعية:

أسهل الطرق وأسرعها في يومنا هذا للحصول على المعلومات عن كافة المجالات هي الانترنت، اذ تتوفر على هذه الوسيلة كم هائل للمعلومات بإمكان المستخدم الحصول عليها بسرعة وبسهولة. ميزات الانترنت، منها منصات التواصل الاجتماعي، جعلت من الناس يلجئون الى هذه الوسيلة للحصول على معلومات ضرورية ومفيدة عن وباء الكورونا سواء بالبحث عنها أو تلقيها لدى الولوج الى هذه المنصات ومتابعتها، وذلك لكي يكونوا واعين عن اسباب الإصابة، علاماتها، الوقاية منها وجوانب أخرى. حسب نتيجة دراستنا هذه وكما هو موضح في الجدول رقم (٧)، فأن أغلبية عظمى وصلت نسبتها الى (٧٤%) من المبحوثين قد استفادوا من المعلومات والمواد على وسائل التواصل الاجتماعي لتوعيتهم من الوباء الفيروسي. في حين نفى عدد صغير (نسبة ٥,٧%) من المبحوثين بأن يكونوا قد استفادوا من هذه المعلومات والمواضيع للتوعية. وهذا يدل على إن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في اقليم كردستان العراق قد استفادوا بشكل ملحوظ من المعلومات والمواضيع التي نشرت على تلك الوسائل حول وباء الكورونا.

هذه النتيجة قريبة من نتيجة دراسة اخرى تناولت أهمية استخدام الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي من قبل المواطنين في الصين فيما يتعلق بفايروس كورونا (Covid-19). اذ استنتجت الدراسة ان هناك علاقة بين استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والتوعية من الوباء، ذلك كون غالبية مستخدمي الإنترنت يقومون بالبحث عن معلومات تتعلق بالوباء (لمزيد من التفاصيل انظر الى الفصل الأول). وهذا يؤكد على أن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور كبير في توعية المواطنين من الأوبئة

والأزمات بشكل عام.

جدول (٧): مدى الاستفادة من المعلومات والمواضيع المنشورة في وسائل التواصل الإجتماعي حول الكورونا للتوعية

المتغيرات	تكرارات	النسبة %	المراتب
نعم	٣٨٨	٧٤	الاولى
لا أعرف	١٠٦	٢٠,٢	الثاني
كلا	٣٠	٥,٧	الثالث
المجموع	٥٢٤	١٠٠ %	

المحور الثاني:

خصص هذا المحور للإجابة عن سؤال البحث الثاني الذي يبحث عن معرفة وتحليل تصورات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي نحو النظام الصحي وكفاءة الجهات المعنية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي لإرشاد المواطنين و إشراكهم بالمسؤولية الصحية.

١. الخوف من الكورونا:

خوف الناس من وباء مميت اجتاح جزءا كبيرا من العالم وأدى الى موت عشرات الاف في غضون أشهر قليلة، حالة طبيعية، خصوصا وانه لم يتوفر لهذا الوباء خلال أشهر اي دواء تعالج أو تحد من الوباء. فبقاء الناس منعزلين في بيوتهم والتزامهم بالتعليمات الوقائية ومتابعتهم للتطورات المتعلقة بوباء كورونا (Covid-19) زاد من الضغط النفسي عليهم. لذا ليس من المستغرب ان يخافون من الوباء. في دراستنا هذه، كما هو مبين في الجدول رقم (٨) اقلية صغيرة فقط من المبحوثين اظهروا عدم خوفهم من الوباء، في حين الغالبية العظمى (٨٦% تقريبا)، اظهروا تخوفهم من الوباء ولكن بنسب متفاوتة. فنسبة (٣٨,٢%) يخافون الى حد ما من الوباء وما نسبته (٢٧,١%) يخافون قليلا، أما (٢٠,١%) من المبحوثين يخافون تماما من الوباء.

جدول (٨): الخوف من الكورونا

المتغيرات	تكرارات	النسبة %	المراتب
نعم	١٠٨	٢٠,٦	الثالثة
الى حد ما	٢٠٠	٣٨,٢	الاولى
قليلا	١٤٢	٢٧,١	الثانية
كلا	٧٤	١٤,١	الرابعة
المجموع	٥٢٤	١٠٠ %	

٢. الثقة بتعليمات الوقاية من الكورونا:

يثق المواطنون عموماً بالتعليمات المتعلقة للوقاية من فيروس كورونا كغسل اليدين، استخدام الكمادات و الحفاظ على المسافة الاجتماعية. فكما تظهر النتائج يبدي الغالبية العظمى من المبحوثين أي نسبة ٩٤,٨٪، ثقتهم بالتعليمات في حين ما نسبته (٥,٢٪) فقط منهم أبدوا عدم ثقتهم بها، كما هو مبين في الجدول رقم (٩). التعليمات والمعلومات المتعلقة بالوباء سواء كانت مصدرها منظمة الصحة العالمية، المؤسسات الصحية في الاقليم والعراق عموماً، المختصين بالأطباء والكوادر الصحية الاخرى، التقارير والدراسات العلمية والصحافة العالمية، تمت تداولها ونشرها على منصات التواصل الاجتماعي، ذلك لكي يستفيد منها أكثر عدد ممكن من المواطنين.

جدول (٩): الإثتمان بالتعليمات فيما يخص الوقاية من الكورونا

المراتب	النسبة %	تكرارات	المتغيرات
الاولى	٩٤,٨	٤٩٧	نعم
الثانية	٥,٢	٢٧	كلا
	١٠٠ %	٥٢٤	المجموع

٣. الثقة بقدرة الأطباء والمراكز الصحية الحكومية للاقليم:

أما فيما يخص الثقة بقدرة الاطباء والمؤسسات الصحية في الاقليم للتعامل مع الوباء، فقد أظهرت النتيجة كما يتضح في الجدول رقم (١٠)، عدم وجود ثقة كافية لدى المبحوثين. ما نسبته (٢٥,٨٪) فقط منهم يثقون بقدرة الاطباء والمؤسسات الصحية للتعامل مع الوباء، في حين النسبة المتبقية اما لا يثقون (١٣,٢٪)، أو ثقتهم هي الى حد ما (٤٠,٣٪)، أو يثقون قليلاً فقط. سبب هذا التباين في الثقة بقدرة الامكانيات المحلية كما يبدو يرجع الى ضعف القطاع الصحي، كأغلب القطاعات الاخرى في الاقليم وعدم وجود مستشفيات واجهزة متطورة وكافية لمواجهة وضع طارئ كهذا. إضافة الى عدم وجود موارد مادية وبشرية كافية للتصدي للوباء.

جدول (١٠): الثقة بقدرة الأطباء والمراكز الصحية الحكومية

المراتب	النسبة %	تكرارات	المتغيرات
الثانية	٢٥,٨	١٣٥	نعم
الاولى	٤٠,٣	٢١١	الى حد ما
الثالثة	٢٠,٨	١٠٩	قليلاً
الرابعة	١٣,٢	٦٩	كلا
	١٠٠ %	٥٢٤	المجموع

٤. ثقة المستخدمين بتعليمات الجهات المعنية في حكومة الإقليم عن وباء الكورونا التي تنشر على وسائل التواصل الاجتماعي:

أما فيما يتعلق بالمعلومات والمواد المتعلقة بوباء الكورونا (Covid-19) التي تنشرها الجهات المعنية في إقليم كردستان العراق على وسائل التواصل الاجتماعي، فإنها حازت على ثقة المواطنين مستخدمي التواصل الاجتماعي. الجهات المعنية الرسمية هي المسؤولة عن الاجراءات الاحترازية وتوفير البيانات عن ما يخص الواقع الصحي في الاقليم، لذلك ينتظر المواطن ما تعلنه هذه الجهات من معلومات وتعليمات بهذا الخصوص. وهكذا يعتمد عليها ويلتزم ويثق بها. وهذا ينطبق على الدراسة ايضا، اذ أبدت غالبية عظمى وصلت نسبتها الى (٧١٪) من المبحوثين ثقتهم بما تنشرها الجهات الرسمية المعنية من تعليمات وبيانات عن الوباء، في حين قلة صغيرة فقط (١١,٦٪) لا تثق بها (انظر للجدول رقم ١١ لمزيد من التفاصيل). هذا ايضا يدل على ان أغلبية المتلقين في إقليم كردستان العراق لديهم قناعة بتعليمات الجهات المختصة والتي تنشرها على وسائل التواصل الاجتماعي، خلال فترة اجراء البحث.

جدول (١١): مستوى مصداقية المستخدمين بتعليمات جهات المعنية من الإقليم

المرتبات	النسبة %	تكرارات	المتغيرات
الاولى	٧١	٣٧٢	نعم
الثانية	١٧,٤	٩١	لا أعرف
الثالث	١١,٦	٦١	كلا
	١٠٠ %	٥٢٤	المجموع

٥. مدى ثقة المستخدمين بالمعلومات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي:

بينت النتائج أن غالبية المبحوثين لديهم ثقة بما تنشر على وسائل التواصل الاجتماعي فيما تخص وباء الكورونا (Covid-19). احتلت هذه الفئة على المرتبة الأولى بحصولها على نسبة (٤٢,٩٪)، أما نسبة (٢٤,٢٪) لا يثقون بها كما هو مبين في الجدول رقم (١٢). أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في يومنا هذا واعين في تعاملهم مع المعلومات والمواد التي تنشر فيها، اذ أن اغلبهم يتابع فقط المعلومات التي تنشر على حسابات متزنة موثوقة سواء شخصية أو تابعة لمؤسسات رسمية، لذا يثقون في الغالب بهذه المعلومات.

جدول (١٢): مدى ثقة المستخدمين بالمعلومات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي

المرتبات	النسبة %	تكرارات	المتغيرات
الاولى	٤٢,٩	٢٢٥	نعم
الثانية	٣٢,٨	١٧٢	لا أعرف
الثالث	٢٤,٢	١٢٧	كلا
	١٠٠ %	٥٢٤	المجموع

٦. مدى انجذاب المستخدم للمعلومات والمواضيع حول وباء الكورونا:

وباء جعل الناس بشكل عام يلزمون منازلهم ويعتزلون عن باقي المجتمع تجنباً للإصابة بالمرض، جعل الأغلبية العظمى من المبحوثين أن يبدون اهتمامهم وينجذبون للمواد المتعلقة بالوباء والمنشورة على منصات التواصل الاجتماعي، وذلك بغرض الحصول على معلومات عن آخر التطورات سواء فيما يتعلق بضحايا الوباء ومدى انتشاره، علامات المصابين بالمرض وخطورته، جهود صنع علاج للوباء أو فيما يتعلق بكسب الوعي لكيفية الوقاية منه. مدى انجذاب الناس كما تتضح في الجدول رقم (١٣)، تتفاوت ما بين الى حد ما (٥٢,٧٪)، كثير (٢٢,١٪) وقليل (١٨,٥٪)، في حين أقلية صغيرة فقط من المبحوثين اظهروا انهم لا ينجذبون بأي شكل للمعلومات والمواضيع المتعلقة بالوباء.

جدول (١٣): مدى انجذاب المستخدم للمعلومات والمواضيع حول وباء الكورونا

المرتبة	النسبة %	تكرارات	المتغيرات
الثانية	٢٢,١	١١٦	كثيرا
الاولى	٥٢,٧	٢٧٦	الى حد ما
الثالثة	١٨,٥	٩٧	قليل
الرابعة	٦,٧	٣٥	لا شيء
	% ١٠٠	٥٢٤	المجموع

المحور الثالث:

خصص هذا المحور للإجابة عن السؤال الثالث للبحث الذي وضع لدراسة وتحليل إشراك وإنخراط الجمهور بالأزمة الوبائية عبر منصات التواصل الاجتماعي.

١. تأثير التعليمات الوقائية المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد الوقائي

أثرت ما تنشر من معلومات وتعليمات على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير على مستخدمي الانترنت لدرجة انها غيرت من سلوكهم الوقائية. ان كون وباء فيروس كورونا (Covid-19) جديداً، جعل مواطني اقليم كردستان العراق، متحمسين للمعلومات والتعليمات التي تنشر لأول مرة عن الفيروس، ما أدى الى تكييفهم مع الظرف الصحي الجديد وتأقلمهم من خلال تغيير سلوك وعاداتهم الصحية. وهنا أظهرت النتائج أن الأكثرية العظمى (٨٣,٤٪) من المبحوثين قد تأثرت عاداتهم وسلوكهم الصحية بما تنشر على وسائل التواصل الاجتماعي من تعليمات ومعلومات فيما يتعلق بالوباء (انظر جدول رقم ١٤). هذا يعني أن لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير كبير على سلوك وعادات أفراد المجتمع، خصوصا أثناء الأزمات.

جدول (١٤): تأثير التعليمات الوقائية المنشورة على وسائل التواصل الإجتماعي على سلوك الفرد

المتغيرات	تكرارات	النسبة %	المراتب
نعم	٤٣٧	٨٣,٤	الاولى
كلا	٨٧	١٦,٦	الثانية
المجموع	٥٢٤	١٠٠ %	

٢. مدى المشاركة في ابداء الاعجاب وكتابة التعليقات على المواضيع فيما يخص وباء الكورونا: ردود فعل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على المواد المتعلقة بوباء الكورونا والمنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي تتفاوت نسبها. فهناك من يتفاعل بشكل نشط، في حين هناك آخرون تفاعلهم محدود الى حد ما أو قليل. أظهرت نتائج هذه الدراسة أن أغلبية المبحوثين يبدون ردود الفعل بالإعجاب (Like أو غيرها) أو كتابة التعليقات على المواد المنشورة عن الوباء بنسبة قليلة (٣٠,٩٪)، في حين نسبة (٢٩,٨٪) منهم يتفاعلون مع هذه المواد الى حد ما. وتظهر النتيجة ايضا أن الأقلية فقط (١٧,٤٪) يبدون الكثير من ردود الفعل ويكتبون التعليقات على المواد المنشورة. الجدول رقم (١٥) .

جدول (١٥): مدى المشاركة في ابداء الإعجابات وكتابة التعليقات على المواضيع فيما يخص وباء

المتغيرات	تكرارات	النسبة %	المراتب
كثيرا	٩١	١٧,٤	الرابعة
الى حد ما	١٥٦	٢٩,٨	الثانية
قليلا	١٦٢	٣٠,٩	الاولى
لا شيء	١١٥	٢١,٩	الثالثة
المجموع	٥٢٤	١٠٠ %	

٣. مدى مشاركة المستخدم في نشر المواد المتعلقة بوباء الكورونا واعادة نشر مواد الآخرين : نسبة قليلة من المبحوثين لهم دور كبير في نشر المواضيع المتعلقة بوباء الكورونا ويشاركون في اعادة نشر المواد عن هذا الموضوع على منصات التواصل الاجتماعي. فحسب النتيجة، فان نسبة (٨,٦٪) فقط من المبحوثين يشاركون كثيرا في النشر ويساهمون بشكل فعال في اعادة نشر المعلومات والمواضيع فيما يخص الوباء، وذلك بغية توعية الناس للوقاية واعلامهم بآخر التطورات المتعلقة بالوباء. أما الغالبية،

استخدامات منصات التواصل الاجتماعي من قبل مواطني اقليم كردستان العراق في زمن وباء (Covid-19)

كما هو مبين في الجدول رقم (١٦) ادناه، والتي تشكل نسبة (٣٨,٩٪) من المبحوثين، لا يشاركون لا في النشر ولا إعادة النشر. أما الباقي، فمشاركتهم محدودة بهذا الخصوص، فما نسبته ٢٣,١٪ يشاركون الى حد ما في هذه الأنشطة و٢٩,٤٪ لا يشاركون الا قليلا في نشر وإعادة نشر المواد المتعلقة بالوباء. هذه النتيجة تبين فعالية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في النشر (Post) والمشاركة (Share) للمواضيع فيما يخص وباء الكورونا. كما تبين حقيقة ان الكثيرين من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي ليسوا مهتمين بنشر المواد سواء أكانت متعلقة بوباء الكورونا ام في مجالات اخرى ويكتفون بالمتابعة والتفاعل مع الاصدقاء والاقرباء.

جدول (١٦): مدى فعالية المستخدم في النشر والمشاركة في المواضيع فيما يخص الوباء الكورونا

المرتبات	النسبة %	تكرارات	المتغيرات
الرابعة	٨,٦	٤٥	كثيرا
الثالثة	٢٣,١	١٢١	الى حد ما
الثانية	٢٩,٤	١٥٤	قليلا
الاولى	٣٨,٩	٢٠٤	لا شئ
	١٠٠ %	٥٢٤	المجموع

٤. مدى متابعة المستخدمين للمعلومات المنشورة من المصادر الأصلية (المواقع العالمية): يتابع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط ما يتم نشره على هذه الوسائل، بل بغرض التأكيد من صحة المعلومات والحصول على تفاصيل أكثر يرجع الى المصادر الأصلية ايضا. اظهرت نتائج هذه الدراسة أن الغالبية المطلقة يقوم بمتابعة المعلومات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي من مصادرها الاصلية أيضا. احتلت هذه الفئة على المرتبة الأولى بحصوله على (٥٥,٣٪) (انظر جدول رقم ١٧). ويدل هذا أيضا على وجود رغبة لدى الجمهور للحصول على الأخبار والمعلومات الخاصة بالوباء الفيروسي من المصادر الأصلية كالمواقع الخيرية والمتخصصة العالمية.

جدول (١٧): مدى متابعة المستخدمين للمعلومات المنشورة من المصادر الأصلية

المرتبات	النسبة %	تكرارات	المتغيرات
الاولى	٥٥,٣	٢٩٠	نعم
الثانية	٤٤,٧	٢٣٤	كلا
	١٠٠ %	٥٢٤	المجموع

المحور الرابع:

خصص هذا المحور للإجابة عن السؤال الرابع للبحث الذي وضع لدراسة وتحليل تصورات الجمهور نحو كفاءة الجهات المعنية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي لإرشاد المواطنين و إشراكهم بالمسؤولية الصحية.

١. عوائق فهم الرسائل والمواد المتعلقة بوباء الكورونا على وسائل التواصل الاجتماعي:

بالنسبة لعدد ملحوظ من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي هناك معوقات تحول دون فهمهم للمواد المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي. هذه المعوقات والتي سيتم ذكرها في المقطع التالي، عرقلت فهم نسبة (٢٤,٦٪) من المبحوثين للرسائل الاعلامية المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي. لكن الاكثية من المشاركين (نسبة ٤٦,٩٪) بحسب النتيجة لم يجدوا عوائق تذكر تعرقل استيعابهم وفهمهم لهذه الرسائل الاعلامية المتعلقة بالوباء. لمزيد من التفاصيل انظر الى الجدول رقم (١٨).

جدول (١٨): عوائق فهم الرسائل والمواد المتعلقة بوباء الكورونا على وسائل التواصل

الاجتماعي

المتغيرات	تكرارات	النسبة %	المراتب
نعم	١٢٩	٢٤,٦	الثالثة
لا أعرف	١٤٩	٢٨,٤	الثانية
كلا	٢٤٦	٤٦,٩	الاولى
المجموع	٥٢٤	١٠٠ %	

٢. عوائق فهم الرسائل والمواد المتعلقة بوباء الكورونا المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي*:

كما أظهرت النتيجة وتم مناقشتها في المقطع السابق، فإن نسبة ملحوظة من المبحوثين يواجهون معوقات لفهم ما يتم نشرها من مواد تخص الوباء الفيروسي على وسائل التواصل الاجتماعي. من أهم هذه المعوقات التي تعرقل فهم المواد المتعلقة بالوباء على هذه الوسائل هي ضعف وراءة محتوى المواد المحلية أو الوطنية اذ احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى بنسبة (٤٠,٨٪). ويرجع هذا الى عدم موفقية محرري المواد المتعلقة بالوباء في كتابة وصياغة هذه المواد بشكل سلسل ومنظم وسهل الاستيعاب. في حين جاءت الحالة النفسية والقلق المصاحب للوضع الطارئ بسبب وباء الكورونا في المرتبة الثانية كأحد العوائق لفهم المواد المتعلقة بالوباء والمنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي. انظر إلى جدول (١٩) للمزيد من التفاصيل.

* في هذا الجدول كان للمبحوثين فرصة لاختيار أكثر من متغير لذلك ظهر مجموع الاجابات اكثر من مجموع المبحوثين.

جدول (١٩): عوائق فهم الرسائل والمواد المتعلقة بوباء الكورونا المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي

العوائق	تكرارات	النسبة %	المراتب
اللغة	٣٣	١٦,٨	٧
رداءة أو عدم وجود الأنترنت	٥٩	٣٠,١	٣
أزمة الكهرباء	٣٩	١٩,٩	٦
ضعف محتوى الرسائل الوطنية والمحلية	٨٠	٤٠,٨	١
الجانب النفسي (القلق)	٧٤	٣٧,٨	٢
ضعف المستوى المعيشي (المالي)	٥١	٢٦	٤
عدم الإهتمام بموضوع وباء الكورونا	٤١	٢٠,٩	٥
المشاكل الصحية (الأمراض الجسدية)	٨	٤,١	٩
عدم الإطلاع بسبب قلة الوقت	٢٣	١١,٧	٨
الأخبار والمعلومات المزيفة	٣	١,٥	١٠
المجموع	٥٢٤	% ١٠٠	

٣.مدى موفقية مسؤولي الإقليم (اعضاء غرفة مواجهة أزمة وباء الكورونا) في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية:

أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين أبدوا رضاهم عن أداء المسؤولين المختصين لمواجهة وباء الكورونا، خصوصا غرفة مواجهة الوباء في لجوئهم الى وسائل التواصل الاجتماعي لنشر التعليمات الوقائية، آخر البيانات عن عدد الوفيات والمصابين، القرارات المتعلقة بحضر التجوال ومواد اخرى متعلقة بالوباء. استخدام الانترنت من قبل عدد كبير من الناس ووجودهم على منصات التواصل الاجتماعي من خلال حسابات خاصة بهم، حفز المسؤولين للجوء الى التواصل الاجتماعي لنشر المواد الضرورية المتعلقة بالوباء. تظهر النتائج أن أغلبية المبحوثين (نسبة ٥٣,٦%) كانوا راضين عن أداء المسؤولين المختصين بأزمة وباء الكورونا على وسائل التواصل الاجتماعي. في حين جاءت فئة عدم الراضين عن أدائهم في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٢,٩%، كما هو موضح في الجدول رقم (٢٠).

هذه النتيجة مطابقة تقريبا لنتيجة دراسة اجريت في فيتنام عن وباء فيروس كورونا ومنصات التواصل الاجتماعي، من قبل La وفريق مرافق له (La et al., 2020)، وتم مناقشتها في الفصل الأول لهذه الدراسة، اذ توصلوا إلى نتيجة مفادها أن منصات التواصل الاجتماعي مارست دوراً فعالاً في توعية

المواطنين، لذلك قام وزير صحة هذه الدولة بافتتاح حساب على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك لتوفير ونشر المعلومات المتعلقة بالوباء بالسرعة الممكنة ولأكبر عدد من الناس.

جدول (٢٠): مدى موفقية مسؤولي الإقليم (اعضاء غرفة مواجهة أزمة وباء الكورونا) في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية

المتغيرات	تكرارات	النسبة %	المراتب
نعم	٢٨١	٥٣,٦	الاولى
لا أعرف	١٢٣	٢٣,٥	الثانية
كلا	١٢٠	٢٢,٩	الثالثة
المجموع	٥٢٤	١٠٠ %	

تاسعا : الاستنتاجات والتوصيات والمقترحات

أ.الاستنتاجات:

- في ضوء التحليلات النظرية والعملية للدراسة والتي أجريت على مواطني اقليم كردستان ممن يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، تم التوصل للاستنتاجات التالية:
- ١- حسب ما بينتها الدراسة، يتفق غالبية المبحوثين بأنهم يثقون بالتعليمات الوقائية للسلامة العامة فيما يخص وباء الكورونا وأن التزامهم بها يأتي في مصلحتهم قبل كل شيء. لكن على غرار هذا، فأنهم مختلفين في رؤيتهم لقدرة المؤسسات الصحية والكوادر الطبية في اقليم كردستان العراق، اذ أن نسبة متواضعة فقط من المواطنين يرون فيهم القدرة الكافية لمواجهة الأزمات الصحية.
 - ٢- بينت الدراسة ايضا أن نسبة كبيرة من المواطنين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي قد استفادوا من المعلومات والمواد المتعلقة بوباء فيروس كورونا والتي نشرت على هذه الوسائل، اذ زادت من التوعية الصحية لديهم و أن سلوكهم الصحي قد تغيرت متأثرا بما تنشر من مواد على وسائل التواصل الاجتماعي رغم وجود بعض العوائق لفهم هذه المواد لدى البعض.
 - ٣- أغلبية المواطنين كما ظهرت في الدراسة لديهم ثقة بتعليمات المؤسسات والجهات المعنية الرسمية في اقليم كردستان فيما يتعلق بأزمة وباء الكورونا والتي تقوم بنشرها على وسائل التواصل الاجتماعي وايضا يرون بأن المسؤولين المشرفين والمختصين بأزمة الوباء كانوا موفقين في استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي للتعامل مع الوباء من حيث توعية الناس وايصال الارشادات والتعليمات الضرورية.
 - ٤- رغم أنه كان للوباء تأثير على جميع المواطنين، لكن ما عدى قلة قليلة من مستخدمي وسائل

التواصل الاجتماعي كانوا نشيطين على هذه الوسائل وشاركوا في كتابة المواد ونشرها، إعادة نشر مواد الآخرين، كتابة التعليقات أو ابداء الاعجاب، فيبدو أنهم اكتفوا فقط بمتابعة التطورات على هذه الوسائل.

ب. التوصيات

يوصي الباحثون بما يلي:

- ١- ضرورة اللجوء الى وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الجهات الرسمية للتواصل مع المواطنين خصوصا خلال أوقات الازمات لميزات هذه الوسائل واستخدامها من قبل نسبة كبيرة من المواطنين.
- ٢- تنظيم المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي من قبل حكومة إقليم كردستان ونشرها على حسابات رسمية لتعزيز ثقة الناس بها خلال الأزمات والأوضاع الطارئة.
- ٣- الأخذ بعين الاعتبار آراء ومواقف الناس التي تنشر على وسائل التواصل والاستفادة منها لتحسين القرارات الرسمية لمؤسسات حكومة إقليم كردستان بأزمة وباء كورونا.
- ٤- طالما ان لوسائل التواصل الاجتماعي تأثير كبير على سلوك الفرد الصحي، فمن الضروري ايلاء اهتمام أكبر بها لنشر الوعي الصحي وتوجيه الناس وتثقيفهم للعناية بسلامتهم الشخصية والعامة.

ج. المقترحات

في ضوء النتائج والاستنتاجات التي وصل اليها الباحثون اليها يمكن تسجيل المقترحات الآتية:

- ١- اجراء بحث عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية عن طريق تحليل محتوى المواد والمعلومات المنشورة على احدى منصات التواصل الاجتماعي وأيضا لمعرفة اتجاهات الجمهور ازاء الوباء وكيفية التعامل معها على هذه الوسائل.
- ٢- أجراء بحث عن التوعية الصحية ودور وسائل التواصل الاجتماعي من منظور الكوادر الطبية في الاقليم.
- ٣- اجراء بحوث أخرى لاستبيان تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع من الناحية الصحية في الاوقات الطبيعية وذلك للاستفادة القصوى من هذه الوسائل لضمان السلامة العامة.

قائمة المصادر:

- Al Shaalan, M., Omair, A., Alsharyoufi, M., Abdullah, J. B., & Al-Howti, S. Y. (2016). Jacobs Journal of Community Medicine.
- Ali, K., Zain-ul-abdin, K., Li, C., Johns, L., Ali, A. A., & Carcioppolo, N. (2019). Viruses Going Viral: Impact of Fear-Arousing Sensationalist Social Media Messages on User Engagement. *Science Communication*, 41(3), 314-338.
- Binti Hamzah, et al (2020). CoronaTracker: World-wide COVID-19 Outbreak Data Analysis and Prediction. Retrieved from https://www.who.int/bulletin/online_first/20-255695.pdf.
- Buckley, R. (2018). Simultaneous analysis of qualitative and quantitative social science data in conservation. *Society & Natural Resources*, 31(7), 865-870.
- Deng, Q., Liu, Y., Liu, X., Zhang, H., & Deng, X. (2019). Social media usage during disasters: exploring the impact of location and distance on online engagement. *Disaster medicine and public health preparedness*, 1-9.
- Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Bsd, R. P., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of travel medicine*.
- Di Gangi, P. M., & Wasko, M. M. (2016). Social media engagement theory: Exploring the influence of user engagement on social media usage. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 28(2), 53-73.
- Elsevier. (2020). Novel Coronavirus Information Center. Retrieved from <https://www.elsevier.com/connect/coronavirus-information-center>.
- Emerald Publishing. (2020). Free content related to Coronavirus and the management of epidemics. Retrieved from <https://www.emeraldgrouppublishing.com/promo/coronavirus.htm>.
- Hwang, M. I., & Thorn, R. G. (1999). The effect of user engagement on system success: a meta-analytical integration of research findings. *Information & Management*, 35(4), 229-236.
- Jensen, T. B., & Aanestad, M. (2007). How Healthcare Professionals "Make Sense" of an Electronic Patient Record Adoption. *Information Systems Management*, 24(1), 29-42.
- Kervyn, N., Fiske, S. T., & Malone, C. (2012). Brands as intentional agents framework: How perceived intentions and ability can map brand perception. *Journal of Consumer Psychology*, 22(2), 166-176.
- Kim, S., & Liu, B. F. (2012). Are all crises opportunities? A comparison of how corporate and government organizations responded to the 2009 flu pandemic. *Journal of Public Relations Research*, 24(1), 69-85.
- King, L. J. (2018). Social Media Use During Natural Disasters: An Analysis of Social Media Usage During Hurricanes Harvey and Irma.
- La, V. P., Pham, T. H., Ho, M. T., Hoàng, N. M., Linh, N. P. K., Trang, V. T., ... & Vuong, Q. H. (2020). Policy response, social media and science journalism for the sustainability of the public health system amid COVID-19 outbreak: The Vietnam lessons.
- Li, C., Chen, L. J., Chen, X., Zhang, M., Pang, C. P., & Chen, H. (2020). Retrospective analysis of the possibility of predicting the COVID-19 outbreak from Internet searches and social media data,

- China, 2020. *Eurosurveillance*, 25(10), 2000199.
- Liu, Y., Wang, B., Wu, B., Shang, S., Zhang, Y., & Shi, C. (2016). Characterizing super-spreading in microblog: An epidemic-based information propagation model. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 463, 202-218.
- Nature. (2020). Calling all coronavirus researchers: keep sharing, stay open. Nature. Retrieved from <https://www.nature.com/articles/d41586-020-00307-x>.
- Nejad, Met al. (2020). Using Twitter to raise the profile of childhood cancer awareness month. *Network Modeling Analysis in Health Informatics and Bioinformatics*, 9(1), 3.
- Omar Bali, A., Karim, M. S., & Rached, K. (2018). Public diplomacy effort across facebook: A comparative analysis of the US consulate in Erbil and the Kurdistan Representation in Washington. *SAGE Open*, 8(1), 2158244018758835.
- Pole, C. J., & Lampard, R. (2002). *Practical social investigation: Qualitative and quantitative methods in social research*. Pearson Education.
- Sakurai, R. (2019). Introducing Ideas and Approaches of Human Dimensions in Japan. In *Human Dimensions of Wildlife Management in Japan* (pp. 107-119). Springer, Singapore.
- Shadroo, Set al. (2020). A comparison and analysis of the Twitter discourse related to weight loss and fitness. *Network Modeling Analysis in Health Informatics and Bioinformatics*, 9, 1-12.
- Strekalova, Y. A. (2017). Health risk information engagement and amplification on social media: News about an emerging pandemic on Facebook. *Health Education & Behavior*, 44(2), 332-339.
- Strekalova, Y. A. (2017). Health risk information engagement and amplification on social media: News about an emerging pandemic on Facebook. *Health Education & Behavior*, 44(2), 332-339.
- Syan, Karwan Ali Qadir (2015) *Media in an emergent democracy: the development of online journalism in the Kurdistan region of Iraq*. PhD Thesis. University of Bradford.
- Taylor and Francis. (2020). All COVID-19 related, peer-reviewed research published in Taylor & Francis journals is free to access and available for anyone to read. Retrieved from https://www.tandfonline.com/?utm_medium=email&utm_source=EmailStudio&utm_campaign=IPC_13733_3628789.
- Thackeray, R., Crookston, B. T., & West, J. H. (2013). Correlates of health-related social media use among adults. *Journal of medical Internet research*, 15(1), e21.
- Vraga, E. K., & Bode, L. (2017). Using expert sources to correct health misinformation in social media. *Science Communication*, 39(5), 621-645.
- Wellcome Trust. (2020). Sharing research data and findings relevant to the novel coronavirus (COVID-19) outbreak [Press release]. Retrieved from <https://wellcome.ac.uk/press-release/sharing-research-data-and-findingsrelevant-novel-coronavirus-covid-19-outbreak>.
- World Health Organization. (2020b). General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020. Retrieved from General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020.03.