

جامعة محمد خيضر بسكرة  
الكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
القسم العلوم الإنسانية



# مذكرة ماستر

علوم الإنسانية  
علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة  
رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:

حياة بن غربال

وناسة غمري

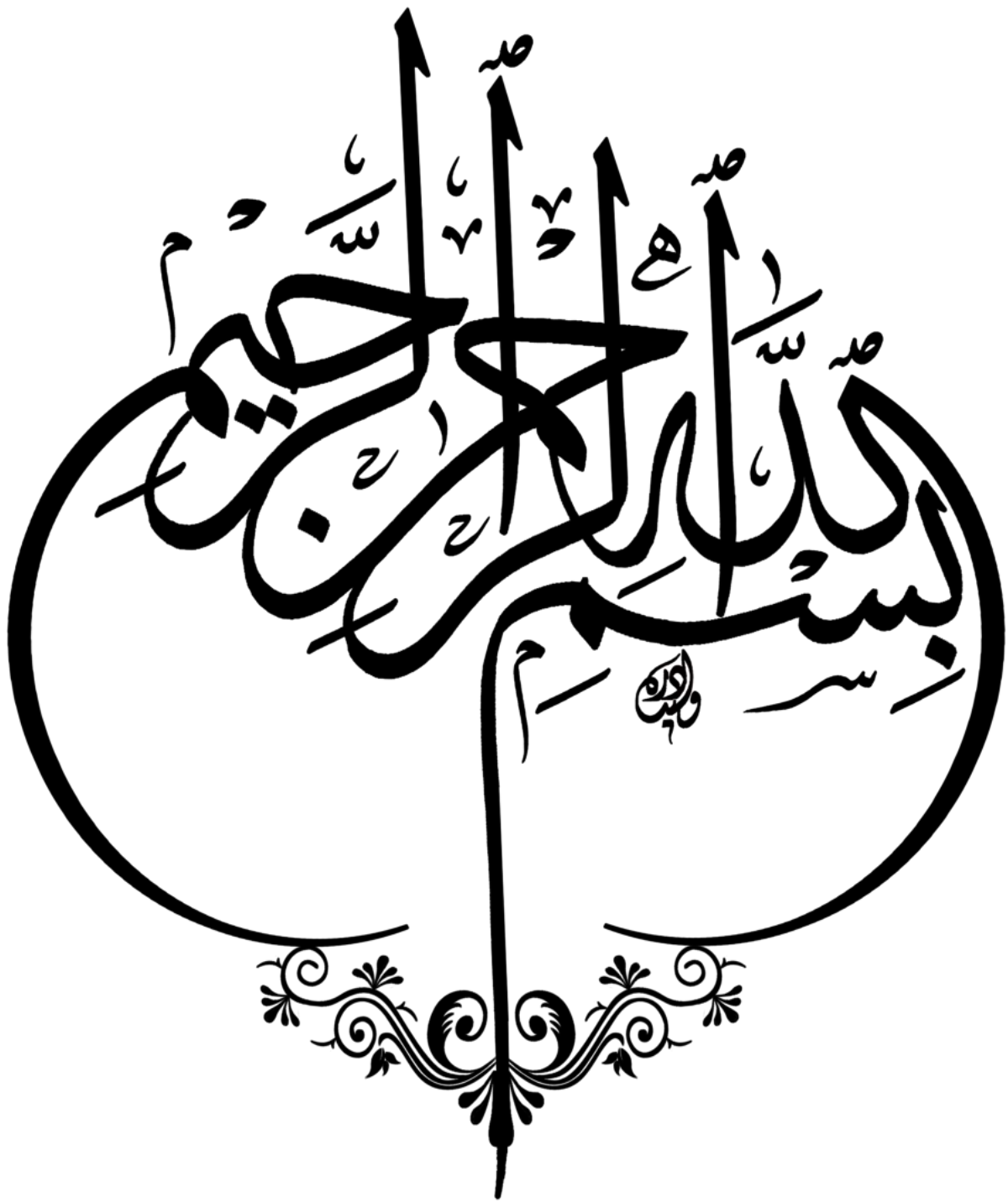
يوم: 27/06/2021

اتجاهات أساتذة علوم الإعلام و الاتصال في الجزائر نحو التوعية الصحية عبر  
شبكة الفيسبوك ضد فيروس كورونا المستجد دراسة مسحية لأساتذة علوم  
الإعلام و الاتصال \_ جامعة محمد خيضر\_ بسكرة \_

## لجنة المناقشة:

|        |         |                 |                |
|--------|---------|-----------------|----------------|
| رئيسا  | أ. د.   | محمد خيضر بسكرة | أ.د جفال سامية |
| مقررا  | أ. مس أ | محمد خيضر بسكرة | أ.حفيظي نهلة   |
| ممتحنا | د.      | محمد خيضر بسكرة | د.طلحة مسعودة  |

السنة الجامعية : 2020-2021



# الاهداء

الحمد لله الذي وفقنا لانجاز هذا العمل المتواضع

اهدي هذا العمل إلى "والدي" منج العطف و الحنان أطال الله في عمرها و متعها بالصحة والعافية

إلى حبيبي و صديقي العزيز "والدي" الذي لا يغفل عنى غال بارك الله في عمره

إلى فرساني الثلاث إخوتي، لطالما كنتم و ستظلون سر ابتسامتي و سعادتي

إلى رفيقة المشوار: حياة

والتقدم بمجنيل الشكر الى استاذتي الفاضلة (نملة حفيظي) التي اشرفت و ساهمت بالكثير ليكون العمل بهذه الصورة

إلى صديقتي (إيناس - ليننا)، شكرا على دعمكم و وفائكم و حكمكم لي

و شكر خاص لابنتي قطتي حبيبة قلبي

شكرا لكم جميعا

# الاهداء

قال تعالى "وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا"  
اهدي هذا العمل الى التي لم تفيها الكلمات ولا العبارات حقها الى الشمعة التي انارت  
دربي وسهرت الليالي في سبيل نجاحي الى اكثر انسانة في الوجود اطال الله في  
عمرها أُمي  
الى الذي احمل اسمه بكل فخر واعتزاز و من علمني ان الدنيا صمود ابي رحمه الله  
واسكنه فسيح جنانه  
الى من ترعرعت وكبرت معهم أخوتي  
الى من فتح قلبه لي واخترته شريكا لي  
الى رفيقات العمر وناسه ،رحاب ،، منى، مريم، جيهان

## فهرس المحتويات

| الصفحة                | فهرس المحتويات                      |
|-----------------------|-------------------------------------|
|                       | الإهداء                             |
| أب                    | مقدمة                               |
| <b>الإطار المنهجي</b> |                                     |
| 4                     | 1-الإشكالية                         |
| 5                     | 2-تساؤلات الدراسة                   |
| 5                     | 3-أسباب اختيار الموضوع              |
| 6                     | 4-أهداف الدراسة                     |
| 6                     | 5-أهمية الدراسة                     |
| 7                     | 6-المفاهيم الإجرائية للدراسة        |
| 9                     | 7-الدراسات السابقة                  |
| 12                    | 8-منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات |
| 15                    | 9-مجتمع البحث وعينة الدراسة         |
| 18                    | 10-النظرية المؤطرة للدراسة          |
| 24                    | 11-الصعوبات                         |

| الإطار النظري  |   |
|--|---|
| الفصل الأول: الإعلام الجديد و التوعية الصحية                       |   |
| 27   | المبحث الأول: الإعلام الجديد              |
| 27   | تعريف الإعلام الجديد                      |
| 28   | خصائص الإعلام الجديد                      |
| 29   | تصنيفات الإعلام الجديد                    |
| 30   | ايجابيات و سلبيات الإعلام الجديد          |
| 31   | المبحث الثاني : التوعية الصحية            |
| 31   | تعريف التوعية الصحية                      |
| 31   | خصائص التوعية الصحية                      |
| 33   | دور وسائل الاعلام في التوعية الصحية       |
| 35   | المبحث الثالث :الوعي الصحي                |
| 35   | تعريف الوعي الصحي                         |
| 35   | اهداف نشر الوعي الصحي                     |
| 36   | مؤشرات قياس الوعي الصحي                   |
| 36   | اهمية الاعلام في الوعي الصحي              |
| الفصل الثاني: شبكة الفيسبوك وعلاقتها بفيروس كورونا المستجد covid19 |   |
| المبحث الأول :شبكات التواصل الاجتماعي                              |   |
| 40   | تعريف شبكات التواصل الاجتماعي             |
| 41   | خصائص أنواع شبكات التواصل الاجتماعي       |
| 42   | أنواع شبكات التواصل الاجتماعي             |
| 42   | ايجابيات و سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي |
| 44   | المبحث الثاني : موقع الفيسبوك             |
| 44   | نشأة موقع الفيسبوك                        |
| 46   | مميزات موقع الفيسبوك                      |
| 47   | استخدامات موقع الفيسبوك                   |
| 48   | تطبيقات موقع الفيسبوك                     |

|                        |   |
|------------------------|---|
| 50                     | المبحث الثالث : اثر شبكات التواصل الاجتماعي ( فيسبوك ) في التوعية<br>لفيروس كورونا ( covid 19 ) |
| 50                     | تتمية الوعي الصحي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ( شبكة الفيسبوك )                                 |
| 51                     | طرق الوقاية من الوباء عبر شبكات التواصل الاجتماعي   |
| 51                     | شائعات حول فيروس كورونا و توجهاتها  |
| <b>الإطار التطبيقي</b> |   |
| 57                     | عرض البيانات الإحصائية للدراسة  |
| 84                     | النتائج النهائية للدراسة  |
| -ج-                    | خاتمة   |
| 89                     | قائمة المراجع   |
| 91                     | الملاحق   |

### فهرس الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول  | الرقم |
|--------|---|-------|
| 57     | يوضح متغير الجنس  | 01    |
| 57     | يوضح متغير السن   | 02    |
| 58     | يوضح المستوى التعليمي   | 03    |
| 58     | يوضح الخبرة المهنية   | 04    |
| 59     | يوضح اعتقاد ان شبكة الفايسبوك عرفت بشكل واضح طبيعة الفيروس وأعراضه                              | 05    |
| 60     | يوضح المدة الزمنية التي تستغرقها في التعرض لمضامين التوعية الصحية عبر شبكة الفايسبوك            | 06    |
| 61     | يوضح السرعة في طرح مستجدات ازمة كورونا على الصعيد الصحي من اسباب اللجوء اليها كمصدر اعلامي      | 07    |
| 63     | يوضح هل توثيق مستجدات ازمة كورونا بالصور والفيديوهات عبر الفايسبوك ساهم في تغيير السلوك الوقائي | 08    |
| 63     | يوضح راي المبحوثين في البرامج الصحية المقدمة حول فيروس كورونا                                   | 09    |
| 64     | يوضح النصائح والتوجيهات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي                                     | 10    |
| 65     | يوضح حجم المعلومات الصحية والوقائية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي                          | 11    |



|    |   |    |
|----|---|----|
| 66 | يوضح مدى وعي المبحوثين بفيروس كورونا وطرق الوقاية منه   | 12 |
| 67 | يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي  | 13 |
| 67 | يوضح المواضيع الصحية المنشورة عبر الفايسبوك   | 14 |
| 68 | يوضح مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في خلق التوعية الصحية حسب متغير الجنس والسن                                 | 15 |
| 69 | يوضح اراء المبحوثين في الصفحات المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي                               | 16 |
| 71 | يوضح تقييم المبحوثين للتوعية الاعلامية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي                                       | 17 |
| 71 | يوضح مدى مراعاة مواضيع التوعية الصحية ضد فيروس كورونا   | 18 |
| 72 | يوضح المواضيع الصحية المتناولة عبر شبكة الفايسبوك   | 19 |
| 75 | يوضح ترتيب الاهتمامات بالمواضيع الصحية  | 20 |
| 76 | يوضح مساهمة شبكة الفايسبوك في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا  | 21 |
| 77 | يوضح تأثير شبكة الفايسبوك على واقعك من خلال المضامين الصحية   | 22 |
| 78 | يوضح جهود شبكة الفايسبوك في التوعية الصحية  | 23 |
| 78 | يوضح سلبيات التوعية الاعلامية لفيروس كورونا   | 24 |
| 79 | يوضح شبكة الفايسبوك عملت كبديل اعلامي اكثر تأثيرا مقارنة بالقنوات التلفزيونية في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا | 25 |
| 80 | يوضح مقترحات التوعية الصحية حسب المبحوثين لمواجهة فيروس كورونا  | 26 |
| 80 | يوضح اساليب توعية الجمهور ضد فيروس كورونا   | 27 |
| 81 | يوضح مساهمة شبكة الفايسبوك في تنمية الوعي الصحي حسب المبحوثين   | 28 |
| 82 | يوضح مساهمة المبحوثين في نشر التوعية الصحية عبر شبكة الفايسبوك  | 29 |



مقدمة :

نعيش اليوم في عصر التكنولوجيا الاتصالية والمعلوماتية مما أتاح استحداث بيئة تواصلية جديدة أبرزها شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جعلت هذه الأخيرة الإنسان قادرا على الاتصال بكل أنحاء العالم بثوان ومنحته القدرة على جمع المعلومات والأخبار بكل سهولة وبساطة، وبالتالي أصبح العالم اليوم شبكة واسعة من الاتصالات، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها استخداما لدى جميع مستويات الطبقات الاجتماعية المختلفة، حيث أصبحت اليوم من المؤسسات الإعلامية الافتراضية المهمة التي تقوم بدورهم في تربية أجيال وإكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة عبر الانترنت مثل الفيسبوك حيث تعتبر هذه الشبكة من أحدث منتجات التكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد فان استخدامها امتد إلى تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد والمجتمع كالتعليم والتربية والتوعية في مختلف المجالات وخاصة الصحة.

فالتوعية الصحية هي عبارة عن عملية إعلامية هدفها حث الناس على تبني نمط حياة وممارسات صحية سليمة من أجل رفع مستوى الصحي للمجتمع والحد من انتشار الأمراض أيضا وتوعية الناس وإعطائهم السلوكيات الصحيحة التي يجب أن يتبنوها ويستعان بها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة شبكة الفيسبوك، وفي ضوء ما تطرقنا إليه سابقا نتضح لنا أهمية التفاعل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة في الجماعات التي تم تكوينها من شبكة الفيسبوك وتتخطى الحواجز والحدود واكتساب الخبرات وتنمية الوعي والتوعية الصحية في الذات من خلال الاستخدامات والاشباع والتفاعل بين الأفراد وخاصة في فترة انتشار فيروس كورونا المستجد.

وفي خضم إجراءات العزل و الإغلاق، أصبحت شبكة الفيسبوك أكثر أهمية من ذي قبل في حياتنا اليومية، كونها بدأت تلعب دور صلة الوصل بين الأفراد العائلة والأصدقاء وزملاء العمل كذلك، إضافة إلى نشر الإرشادات والسلوكيات الصحية لتجنب الفيروس، حيث تفرض الظروف الحالية على شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة شبكة الفيسبوك أن تتحمل عبء حاجة العالم للمعلومات، خصوصا على سعي المزيد من الناس في الحصول على المعلومات الصحية والصحيحة حول الفيروس و طرق الوقاية منه

ونظرا لأهمية الموضوع أردنا أن نتعرف على مدى نجاح شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية لأساتذة علوم الإعلام والاتصال من خلال هذا البحث العلمي الذي اعتمدنا فيه على الإطار المنهجي حيث قمنا فيه بتحديد المشكلة وذكر أسباب اختيار الموضوع و أهمية وأهداف الدراسة، كما قمنا بالتعريف بالمنهج المستخدم و تحديد العينة المراد دراستها، وكذلك تحديد أهم المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بالدراسة، كما ذكرنا أهم الدراسات التي تناولت مواضيع مشابهة لموضوعنا .

أما الإطار النظري فقد قمنا بتقسيمه إلى فصلين الأول بعنوان الإعلام الجديد والتوعية الصحية حيث تطرقنا فيه إلى الإعلام الجديد في المبحث الأول أما المبحث الثاني كان تحت عنوان التوعية الصحية، بالنسبة للمبحث الثالث تناولنا فيه الوعي الصحي، بعد ذلك تطرقنا إلى الفصل الثاني بعنوان شبكة الفيسبوك والوباء تضمن كذلك ثلاث مباحث، المبحث الأول تضمن شبكات التواصل الاجتماعي والمبحث الثاني تحت عنوان شبكة الفيسبوك وأخيرا المبحث الثالث بعنوان اثر شبكة الفيسبوك في التوعية نحو فيروس كورونا المستجد.

أما الإطار التطبيقي فقد حاولنا فيه رصد الإحصائيات الخاصة بإجابات عينة الدراسة وعرض النتائج وتحليلها وذلك بعد الاعتماد على أدوات البحث المنهجي وهي الاستمارة وفي الأخير تقديم الاستنتاجات النهائية للدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

## 1 الإشكالية :

تلعب وسائل الإعلام دورا بارزا في بناء اتجاهات وتصورات لدى أفراد المجتمعات في شتى المجالات بما فيها تزويده بالمعلومات الصحيحة عن القضايا والمواقف المختلفة وتحديد الاتجاهات الايجابية نحو مختلف الأحداث والوقائع، كما أنها تؤدي دورا بارزا في تعزيز المعرفة لدى كافة فئات المجتمع خاصة من الناحية الصحية وذلك من خلال التوعية الصحية، و بما أن هذه الأخيرة تؤدي دورا هاما في تطوير مستوى المعرفة الصحية لدى المجتمع فقد اعتبرها الأطباء والعلماء بأنها طريقة ووسيلة فعالة في زيادة توعية المجتمع من جهة وتحسين مستوى الرعاية الصحية للمجتمع من جهة أخرى، ومع التطورات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال، انتقلت التوعية من الإعلام التقليدي كالتلفزيون والإذاعة والصحف إلى التوعية الالكترونية لنستثمر فيما توفره وسائل الإعلام الجديدة من ميزات وخصائص كالسرعة الفائقة والانتشار وقلة التكلفة وغيرها من الميزات في تفعيل دور مختلف الوسائط الالكترونية ذات الصبغة الاتصالية في التوعية الصحية نحو مختلف القضايا الصحية مهما بلغت شدة خطورتها، ويعتبر الفيسبوك كأحد شبكات تواصل الاجتماعي أكثرها استخداما في الجزائر حسب ما تؤكد الإحصائيات في مجال التوعية كما يؤدي دورا فعالا في بناء معارف الجمهور الصحية نظرا لما تقدمه من معلومات ثرية سواء من الناحية الضمنية أو الشكلية.

حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي احد ابرز الفواعل في أزمة كورونا في حين جاءت هذه المواقع بهدف التواصل بين الأفراد، فإن استخدامات امتد إلى تحقيق أهداف متنوعة ترجع إلى الفرد والمجتمع كالترفيه ونقل الأخبار والتوعية، حيث كانت وسيلة أساسية للجهات الحكومية والمنظمات الدولية لنشر المعلومات والتعليمات الصحية وأيضا وسيلة للأفراد للحصول على المعلومات حول الفيروس الذي لا يزال يتسم بالغموض حتى الآن وقد حاولت الكثير من الصفحات نشر فيديوهات تتعلق بالفيروس، كذلك حث الأفراد على ضرورة الالتزام بالتعليمات والذي كرس من اجله وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها الكثير من حملات التوعية الصحية الإعلامية والتي في مضمونها تحمل رسائل ورموز موجهة للجمهور بضرورة اخذ الاحتياطات والتحلي بالسلوكيات الصحية لتفادي هذا المرض، فإن الفيسبوك يوفر للمستخدمين منافذ يعبروا من خلالها عن استجاباتهم الفردية والجماعية لنفشي جائحة كورونا، كما أنه يشكل تفاعل المشتركين باتجاهين، إحداهما إيجابي يحاول

التعايش مع الأزمة وتخطيها والأخر سلبي يحاول توظيف الأزمة لنشر الشائعات والخرافات ومن هذا المنطلق ترمي هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى فعالية التوعية الصحية الالكترونية في تكريس الثقافة الصحية عبر موقع الفيسبوك ومن خلالها نطرح الإشكال التالي:

كيف ساهمت شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا من وجهة نظر أساتذة الإعلام والاتصال بالجزائر؟

## 2-التساؤلات الفرعية للدراسة؟

- ما هي دوافع تعرض الأساتذة لمضامين التوعية الصحية ضد فيروس كورونا عبر شبكة الفاييسبوك؟
- كيف يمكن قياس وعي أساتذة علوم الإعلام والاتصال لفيروس كورونا وطرق الوقاية المقدمة عبر شبكة الفاييسبوك؟
- ما هي ايجابيات وسلبيات التوعية الصحية ضد فيروس كورونا عبر شبكة الفاييسبوك من وجهة نظر أساتذة علوم الإعلام والاتصال؟
- ما هي مقترحات الأساتذة لتطوير طرق التوعية الإعلامية الالكترونية ضد فيروس كورونا؟

## 3-أسباب اختيار الموضوع :

إن اختيارنا لموضوع الدراسة لم يأتي صدفة إنما جاء من خلال أسباب ذاتية وموضوعية منها:

\_ أسباب ذاتية:

\_ الاهتمام والميل إلى مواضيع الإعلام الجديد وكل ما يخص الوسائط الإلكترونية.

\_ التعرف على مختلف الموضوعات الصحية ضد فيروس كورونا التي يتناولها موقع الفاييسبوك.

\_ الرغبة الشخصية في معرفة مدى تأثير الأساتذة بالتوعية الصحية الالكترونية.

\_ أسباب موضوعية:

\_ رواج موقع الفاييسبوك وكثرة استخداماته.

\_ أهمية موضوعات التوعية الصحية ضد فيروس كورونا.

\_ محاولة معرفة مدى تجاوب الأساتذة مع موقع الفايسبوك والاستفادة منه.

\_ انتشار ظاهرة الإفتاء عبر مختلف وسائل الإعلام.

#### 4- أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف العام، والمتمثل في:

- التعرف على دوافع تعرض أساتذة علوم الإعلام والاتصال لمضامين التوعية الصحية ضد فيروس كورونا، عبر شبكة الفايسبوك.
- التعرف على كيفية قياس وعي أساتذة لفيروس كورونا وطرق الوقاية منه من خلال المضامين المقدمة عبر شبكة الفايسبوك.
- معرفة ايجابيات وسلبيات التوعية الصحية، والتعرف على أهم مقترحات أساتذة علوم الإعلام والاتصال لتطوير التوعية الصحية الإعلامية ضد فيروس كورونا.

#### 5- أهمية الدراسة:

تستند أهمية كل دراسة على المصطلحات والمفاهيم الإجرائية التي تتعامل معها، وتدور دراستنا حول شبكة الفيسبوك والتوعية الصحية التي بدأت تثبت وتطرح نفسها في الوقت الحالي مع الانتشار الواسع للأمراض وخاصة انتشار فيروس كورونا المستجد وترجع أهمية دراستنا إلى :

-التعرف على كثر على هذه الظاهرة

-التعرف على أهمية شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية للفرد باعتبار أن الصحة المحرك الأساسي لباقي الأنشطة الاجتماعية، فإذا اختل القطاع الصحي تبعته باقي القطاعات الأخرى.

-معرفة مدى نجاح شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية لدى الأساتذة.

#### 6-المفاهيم الإجرائية:

تعريف الاتجاه :

لغة: مفرد كلمة ( اتجاهات )

تهيؤ عقلي لمعالجة تجربة أو موقف من المواقف تصاحبه عادة استجابة خاصّة، ميل، نزعة اتجاه سياسيّ معتدل/ فكري.



**اصطلاحا:**

- " أن الاتجاه هو ميل مؤيد أو مناهض إزاء موضوع أو موضوعات معينة كالأشخاص والفئات الاجتماعية و الأشياء المادية"

أما "بروشاننسكي" و"سيدنبورج" فيقدمان تعريفاً للاتجاه أنه "عبارة عن ميل معقد للاستجابة بطريقة ملائمة أو غير ملائمة (نعم-لا) للموضوعات الموجودة في البيئة وتختلف طريقة الاستجابة هذه من ثقافة إلى أخرى . (عبلة، 2006، صفحة 20)

**التعريف الإجرائي :**

"وهو عملية إستعداد الفكري والعاطفي للفرد للإستجابة لموضوع معين أو نشاط ما بالاتجاه إلى الرفض أو القبول "

**تعريف التوعية :**

**لغة :-**توعية -اسم- هي مصدر الفعل وَعَى، وتَوَعَّيْتُ الناس من أسس المُوَاطَنَةِ: أي جعلهم يدركون حقائق الأمور، ونقول وَعَى يوعِي، وَعَّ، تَوَعَّيَّةً

**اصطلاحا :**

نشر المعرفة الصحيحة حول موضوع معين ليتسنى للمتلقي تجنب الضرر أو تجنب الكارثة التي قد تحدث قبل وقوعها.

**وفي تعريف آخر :**

- استعمال وسائل التعليمية والإرشادية محددة لتوعية الأفراد على تعديل سلوكهم وتحذيرهم مما قد يحيط بهم من مخاطر . (عمر، د.س، صفحة 40.39)

**التعريف الإجرائي :**

"وهي العملية التي تكسب الفرد و المتلقي توجيهها و وعيا إزاء موضوع معين لتجنب الوقوع في الأخطاء و المخاطر "

**التوعية الصحية :**

عرفتها منظمة الصحة العالمية بأنها :حالة السلامة والكفاية البدنية والنفسية والاجتماعية، وليست الخلو من الأمراض أو العجز.

-هي تقديم المعلومات والحقائق الصحية التي ترتبط بالصحة والمرض لكافة الناس.  
(سلوغة، 2017، صفحة 37)

### التعريف الإجرائي:

وهي التدابير والمعلومات والإرشادات الصحية المقدمة للجمهور لتفادي الأمراض وكيفية الوقاية منها.

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

التواصل لغة: التواصل لغةً هو الاقتران والاتصال والصلة والترابط والالتئام والجمع والإبلاغ والانتهاة والإعلام، وتعني إنشاء علاقة ترابط وإرسال وتبادل.

الاجتماعي لغة:—بالنظر في مادة جمع نجد أن الجيم والميم والعين أصل واحد يدل على تضام الشيء، يقال جمعت الشيء جمعا والجماع الأشابة من قبائل شتى، وفلان جماع لبنى فلان، يأوون إليه ويعتمدون على رأيه وسميت الجمعة جمعة، الاجتماع الناس فيها.

اصطلاحا : وهي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح فيها بإنشاء حساب خاص بالمشارك وربطه من خلال نظام اجتماعي الالكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات.

وفي تعريف آخر :

مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة. (عابد، 2012، صفحة 12)

### تعريف الإجرائي :

"وهي مجموعة المواقع التي تسمح للأفراد بالتعبير عن أنفسهم والتعرف على أشخاص جدد يتشاركون الاهتمامات نفسها ( مجتمعات افتراضية) "

### تعريف الفيسبوك:

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين حيث يساعد على التبادل ،سواء تبادل المعلومات أو النقاشات أو الحوار بين الأفراد وقد يتجاوز التبادل ذلك إلى مقاطع فيديو والصور، كما يمنح المستخدمين إمكانية التعليق، ورغم أن هذا كله يتم في عالم افتراضي، فهو إذا موقع يستخدمه الأفراد مجانا يمكن من خلاله إضافة أصدقاء والتعرف عليهم بعد الموافقة على طلب الصداقة وحينها يمكن إرسال إليهم

وفي تعريف آخر:

هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي وقد عرف موقع ويب\_ أوبيديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم بوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدمي إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل عالمي عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية. (احمد، 2012، صفحة 51)

التعريف الاجرائي :

وهو شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي التي تتيح للأشخاص فيها للتواصل والتعرف على مختلف الأشخاص من جميع المناطق، كما يتيح الفيسبوك للمشاركين فيه بمشاركة الصور والفيديوهات و الألعاب وإمكانية إنشاء صفحات شخصية.

فيروس كورونا covid19 :

فيروسات كورونا هي مجموعة من الفيروسات التي يمكنها أن تسبب أمراضًا مثل الزكام والالتهاب التنفسي الحاد الوخيم (السارز) ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرز). تم اكتشاف نوع جديد من فيروسات كورونا بعد أن تم التعرف عليه كمسبب لانتشار أحد الأمراض التي بدأت في الصين في 2019.

يعرف الفيروس الآن باسم فيروس المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة كورونا 2 (سارز كوف 2). ويسمى المرض الناتج عنه مرض فيروس كورونا 2019 - covid19.

7-الدراسات السابقة

على الباحث في البحث العلمي أن يتبع العديد من الخطوات العلمية لبلوغ الأهداف المحددة وعليه تعد الدراسات السابقة نقطة بداية في العديد من البحوث العلمية خاصة فيما يتعلق بموضوع البحث المراد دراسته.

الدراسة الاولى

دراسة: محمد فاضل علي تحت عنوان دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور(دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية)، الأردن 2017.

التساؤل الرئيسي للدراسة: ما هو الدور الذي تؤديه شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية من

وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية  
المنهج المعتمد: اعتمد الباحث على منهج الوصفي  
مجتمع البحث: اختيار مختصين في وزارة الصحة الأردنية، واعتمد الباحث على العينة  
العشوائية ووزع 300 استبانة.

#### أهم النتائج التي توصل إليها الباحث :

- هناك اهتمام من قبل المنشورات الشبكة بموضوعات تتصل بفوائد الغذاء، والطب  
التجميلي، والثقافة الصحية العامة، والاكتشافات الطبية الحديثة فضلا عن الطب العربي.  
- أهم المواضيع التي تقدمها شبكة الفيسبوك من وجهة نظر الفئة المبحوثة في سبيل تعزيز  
التوعية الصحية هي زيادة الوعي الصحي.  
- الاشباع المحققة من شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية كانت حسب الترتيب:  
زيادة الثقافة الصحية، زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، اكتساب العادات الصحية السليمة،  
الفحص الدوري المبكر، التنقيف بالجراحات التجميلية، المهارات في الإسعافات الأولية،  
ترسيخ العادات الغذائية المنظمة، التوقف عن ممارسة العادات الصحية السيئة .

#### الدراسة الثانية

دراسة لدكتور خالد فيصل الفرم جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية تحت عنوان  
استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا دراسة تطبيقية على  
المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية، 2016  
مشكلة الدراسة: تقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في التوعية حيال مرض كورونا،  
من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة توعوية في ظل وجود خطر وبائي  
متمثل في فيروس كورونا

المنهج المعتمد: اعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي.

مجتمع البحث: كافة المدن الطبية ومكوناتها من مستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض.

عينة الدراسة : مدينة الملك عبد العزيز الطبية ومستشفى الملك الفهد.

مدينة الأمير سلطان العسكرية والطبية ومستشفى القوات المسلحة بالرياض.

مدينة الملك سعود الطبية التابعة لوزارة الصحة.

## نتائج الدراسة

توصلت هذه الدراسة إلى أن 83% من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تملك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر فيسبوك)، كما بينت الدراسة أن 70% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية حيال مرض كورونا، ما يعني غياب إستراتيجية صحية وطنية تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي، كما وضحت الدراسة أيضا ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لاستخدام المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلية وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي ما يعني أيضا التفريط بتوظيف الشبكات الاتصالية الفاعلة خلال الأمراض والأوبئة من يعزز من حجم الخسائر الوطنية.

### الدراسة الثالثة :

رانيا سلوغة تحت عنوان اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام في التوعية الصحية، الجزائر (جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي) -2017

التساؤل الرئيسي للدراسة: هل يعتمد الشباب أم البواقي على الوسائل الإعلامية من أجل التوعية الصحية.

**المنهج المعتمد:** اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي.

**مجتمع البحث :** وهم شباب أم البواقي، واعتمدت الباحثة على العينة القصدية و تتضمن 50 مفردة من شباب أم البواقي.

### نتائج الدراسة :

-يقبل شباب أم البواقي على متابعة المواضيع الصحية مع وجود تفاوت، حيث نسبة أكثر المواضيع متابعة هي الأمراض النفسية، يليها أمراض الأسنان، ثم تليها نسبة أقل هي أمراض العيون والأمراض الجسدية ونسبة ضئيلة جدا وهي الحوادث.

- النصف من المبحوثين يتابعون الوسائل الإعلامية باهتمام وتركيز من أجل توعيتهم، أما المتبقين يفضلون متابعتها بشكل عادي ودون اهتمام وتركيز.

- ما يفوق النصف من المبحوثين يتابعون الوسائل الإعلامية المخصصة للتوعية في البيت في أوقات مختلفة، أما قلة من المبحوثين يتابعونها حسب ظروفهم في المقهى أو السيارة أو العمل.

- جاء دافع الكشف عن السرطان في المرتبة الأولى، يليه دافع الكشف عن السيدا في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة دافع الكشف عن التلقيح الموسمي.

- ما يقارب نصف المبحوثين يستغرقون في متابعتها أكثر من 3 ساعات، أما بقية المبحوثين يستغرقون ما يقارب من ساعة إلى 3 ساعات.

**أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية و الدراسات السابقة :**

**أوجه التشابه :**

✓ تتفق كل من الدراسة الحالية والدراسات السابقة من ناحية اهتمامهم بالتوعية الصحية.

✓ تتفق أيضا في إبرازهم لدور شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في نشر التوعية.

✓ تحاول كلا من الدراسات في تسليط الضوء على ظاهرة معينة و لفت انتباه و نشر الوعي للجمهور.

✓ تحاول التعريف بالأمراض ودور التوعية في محاربتها و خاصة فيروس كورونا المستجد.

**أوجه الاختلاف :**

✓ اختلاف المجال المكاني و الزماني.

✓ اختلاف في تطبيق المنهج المعتمد في الدراسة الحالية و الدراسات السابقة.

✓ اختلاف في الأهداف حيث لكل باحث أهداف يسعى للوصول إليها.

**أوجه الاستفادة :**

✓ المساعدة في بناء إشكالية و معالجة الدراسة.

✓ المساعدة في الإطار النظري و الحصول على المعلومات اللازمة.

✓ استفادة من المراجع المذكورة في الدراسات السابقة.

**8- منهج الدراسة :**

تتعدد طرق و مناهج الدراسة حسب اختلاف المواضيع التي يدرسها الباحث وفق ما

يتناسب معها، لذلك فان اختيار المنهج الأنسب يعتبر أساس نجاح انجاز المذكورة.

فالمنهج هو "الطريق الذي يسلكه الباحث للتعرف على الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة والكشف عن الحقائق المرتبطة بها، بغرض التوصل إلى إجابات على الأسئلة التي تثيرها المشكلة أو الظاهرة من خلال استخدام مجموعة من الأدوات لتجميع البيانات وتحليلها، والتوصل إلى نتائج التي تساعد في الإجابة عن تلك التساؤلات". (ابوبكر، 2002، صفحة 43)

وفي البحث العلمي فإن المنهج كما عرفه موريس انجرس "هو مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة" (انجرس، 2004، صفحة 36) كما يعرف "بأنه مجموعة الإجراءات والطرق الدقيقة، المتبناة للوصول إلى نتيجة"، ولوضع تصور دقيق يسمح لنا بالوقوف على اتجاهات أساتذة علوم الإعلام والاتصال حول التوعية الصحية ضد فيروس كورونا، لذلك فإن اختيار منهج المسح الاجتماعي هو الأنسب لإنجاز هذه الدراسة، لأنه الكفيل بتحقيق الغرض المطلوب. ويعرف المسح الاجتماعي على أنه :

عرفه الباحث دوقان عبيدات "بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات، عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها". (عبيدات، 1999، صفحة 46)

أما الباحث محمد زيان عمر فعرفه "بأنه دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي، دون أي تدخل من قبل الباحث أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية" (مرسلي، 2003، صفحة 286)

"انه أحد أشكال الخاصة بجمع المعلومات، عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، فهو يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات". (الحميد، 2004، صفحة 158)

وهو الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته ومشكلاته بقصد تقديم برنامج الإصلاح الاجتماعي و تقديم المعلومات، يمكن الاستفادة منها في المستقبل.

ومن أهداف منهج المسح الاجتماعي، تقديم المعلومات يمكن الاستفادة منها في تحقيق التخطيط و التنمية لإصلاح الاجتماعي. (النصر، 2017، صفحة 140)

كذلك من خصائصه: انه لا يعتبر المسح الاجتماعي منهجا من مناهج العلوم بل طريقة من طرق البحث الاجتماعي.

\_ توجه طريقة المسح الاجتماعي لدراسة الظواهر الاجتماعية، بمجتمع ما في مكان وزمان معين .

\_ تتميز طريقة المسح الاجتماعي بأنها تدرس الظاهرة الاجتماعية بأبعادها المختلفة أي بكل تشعباتها في المجتمع .

حيث أن للمسح الاجتماعي شروط تمثلت في :

\_ تحديد مشكلة البحث.

\_ تحديد الأهداف العامة والخاصة لموضوع البحث.

\_ تحديد وتجميع البيانات التي يتطلبها موضوع الدراسة.

\_ الأداة البحثية الملائمة لجمع هذه البيانات، وعادة ما يستخدم المسح الاجتماعي أسلوب المقابلة، الذي قد يعتمد على إعداد استخدام الاستمارة، كأداة لجمع بيانات.

**تعريف إجرائي:**

وهو المنهج الذي يستهدف التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى قراء الصحف ومستمعي الإذاعة ومشاهدي التلفزيون ومستخدمي المواقع الإعلامية على الانترنت ووسائل الإعلام الجديد أدوات الدراسة :

تعتبر عملية جمع البيانات في الدراسة العلمية ركيزة أساسية يتوقف عليها نجاح هذه الأخيرة أو فشلها، وانطلاقا من طبيعة البحث يطلب منا الاعتماد على أداة البحث العلمي، حيث يعتمد منهج المسح الاجتماعي على أدوات علمية قصد جمع المعلومات والبيانات من مجتمع الدراسة بما يقتضي اعتماد أدوات منها:

**الاستبيان:**

\_ الاستبانة أو الاستقصاء تعرف على أنها: "مجموعة من التساؤلات الاستفهامية رتبت بطريقة معينة، في وثيقة مكتوبة توجه إلى أشخاص معينين، يعدون مصدر لجمع المعلومات، يتولون ملئ المعلومات المطلوبة بأنفسهم، ليعيدونها عقب ذلك إلى مصدر الاستفهام ". (الطائي، 2007، صفحة 242)



\_ فالاستبيان أو الاستفتاء أو الاستقصاء كلها ترجمة انجليزية questionnaire فالأداة هنا تقوم على مجموعة من الأسئلة، موجهة إلى مجموعة من الأفراد إما عن طريق البريد أو عن طريق المقابلة و المواجهة أو عن طريق شبكة الانترنت . (اسماعيل، 2011، صفحة 193)

\_ ويعرف أيضا بأنه : "أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية، أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدما وذلك بهدف التعرف عن حقائق معينة، وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة". (حسين، 2006، صفحة 206)

\_ "فالاستبيان عبارة عن صحيفة أو الكشف يتضمن عددا من الأسئلة تتصل باستطلاع الرأي و بخصائصه، أية ظاهرة متعلقة بنشاط اقتصادي أو اجتماعي .. فني ... ثقافي ". (البلداوي، 2007، صفحة 22)

" وهو وسيلة لجمع المعلومات والبيانات، عن طريق تعبئة استمارات من قبل المبحوثين.

"وهو عبارة عن مجموعة من الخطوات المنتظمة، التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة، وتنتهي باستقبال استمارات الاستقصاء عن المبحوثين. (غناية، 2008، صفحة 214)

وتعتبر مقننا لأن تنظيم إجراءاته وأدواته يتم بطريقة منتظمة، توفر كثيرا من الوقت والجهد والنفقات المبذولة فيه، وتوفر على الباحث التدخل ثانية في مراحل التطبيق ".

تعريف آخر : وهي مجموعة الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل إلى أشخاص معينين عن طريق البريد أو تسليمها باليد تمهيدا للحصول على إجابة. (الجرجاوي، 2010، صفحة 16)

#### تعريف إجرائي للاستمارة :

وهي وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها وتحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب مناسب.

9-مجتمع البحث وعينة الدراسة :

مرحلة تحديد مجتمع البحث، من أهم المراحل المنهجية في بحوث العلوم الإنسانية والتي تتطلب الدقة الواجب توفرها لدى الباحث.

ويعرف مجتمع البحث هو المجموع الكلي من المفردات المحدودة أو غير محدودة إما مفردات البحث التي تعرف أيضا لدى الباحثين بعناصر البحث، أو وحدات البحث فهي الأجزاء المكونة لمجتمع البحث.

ويقصد به "جميع المفردات والأشياء التي نريد معرفة حقائق عليها، ويعرف على انه المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها. (الحيزان، 2004، صفحة 71)

لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكلي المستهدف الذي يهدف الباحث إلى دراسته ويتم تعميم الدراسة على كل مفرداته .

\_ ويعرف مجتمع البحث أيضا بأنه "المجتمع الأصلي أو الكلي للدراسة بحيث يتم من خلاله إنتقاء مجتمع متاح تجرى عليه الدراسة ليتم تعميمها على المجتمع الأصلي ". (خفاقة، 2002، صفحة 186.187)

ويعرف أيضا جميع المشاهدات موضع الدراسة أو هي كافة مفردات مجتمع الدراسة فإن مجتمع البحث في هذه الحالة يمثل جميع أساتذة علوم الإعلام والاتصال في جامعة محمد خيضر بسكرة، إذا يمثل مجتمع البحث جميع الأفراد أو الأشخاص موضوع الدراسة.

-تعرف العينة-

على أنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي. العينة هي "الوحدة المتمثلة للمجتمع الأصلي أو البعض الممثل لكل فالبعض يمثله مجموعة من أفراد المجتمع، والكل يمثله جميع أفراد المجتمع .

"العينات هي المفردات التي يتم جمع معلومات الدراسة عن طريقها، لكي تمثل مجتمع الدراسة الأكبر حجما والذي يتم توجيه وتعميم نتائج الدراسة تجاهه ". (العريبي، 2016، صفحة 31)

\_ وتعرف أيضا "هي اختيار مجموعة من المفردات من مجموع مجتمع البحث وهؤلاء الوحدات يكونون المجتمع الأصلي للبحث يعتمد الباحث ليطخذه كأداة لمعالجة بحثه " فالعينة تمثل جزء من مجتمع الدراسة من حيث الخصائص والصفات ويتم اللجوء إليها عندما تغني الباحث عن دراسة كافة وحدات المجتمع.

العينة هي "الوحدة المتمثلة للمجتمع الأصلي أو البعض، الممثل لكل فالبعض يمثله مجموعة من أفراد المجتمع، والكل يمثله جميع أفراد المجتمع .

"فالعينات هي المفردات التي يتم جمع معلومات الدراسة عن طريقها، لكي تمثل مجتمع الدراسة الأكبر حجما والذي يتم توجيه وتعميم نتائج الدراسة تجاهه " . (العريبي، مناهج البحث العلمي ، 2016، صفحة 31)

\_ وتعرف أيضا "هي إختيار مجموعة من المفردات من مجموع مجتمع البحث وهؤلاء الوحدات يكونون المجتمع الأصلي للبحث يعتمد الباحث ليطخذه كأداة لمعالجة بحثه " \_ ولقد تم إختيار "العينة القصدية والتي يختار فيها الباحث أفراد هذه العينة إذا أدرك أنهم يحققون أغراض دراسته " .

\_ كما نعني بالعينات العمدية أو القصدية "أن يكون الإختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه يحقق هذا الإختيار هدف الدراسة " . ولهذا اعتمدنا على 15 مفردة من أساتذة علوم الإعلام و الاتصال.

10- النظرية المؤطرة للدراسة :

أولا :نظرية الاستخدامات و الإشباعات

مفهوم النظرية :

تعني النظرية بإختصار "تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة وإستجابة الدوافع والحاجات، ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات بالنشاط والايجابية والقدرة على الاختيار الواعي والتفكير وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعني بما يفعله وسائل الإعلام بالجمهور .

✓ ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة

✓ لماذا نستخدم وسائل الإعلام

✓ ما الحاجات الذاتية التي تدفعنا لإستخدام وسيلة إعلامية دون أخرى

✓ لماذا نحتاج نوع معين من المحتوى الإعلامي دون غيره

✓ ما درجة نجاح وسائل الإعلام في إشباع هذه الحاجات

لذا إتجه الباحثون لدراسة ما يفعله الناس بوسائل الإعلام بدلا من الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور ولا يمكن من خلال أحد هذين الإتجاهين وحده فهم مكانة وسائل الإعلام في حياة الناس فهذه النظرية تسعى إلى التأكيد على أن وسائل الإعلام ليست هي التي تحدد للجمهور الرسائل الإعلامية التي يجب أن يتلقاها بل أن الجمهور نفسه يقرر ويحدد وسائل الإعلام التي يتعرض لها الجمهور يقرر طبيعة المضمون الذي يتعرض له داخل هذه الوسيلة تتأثر هذه القرارات بالاهتمامات الشخصية للفرد ورغباته وقيمه وعاداته في إشباع احتياجاته المختلفة والتي تتمثل في :

1 - حاجيات معرفية وتشمل - حاجة الفرد للمعلومات

- رغبة الفرد لفهم ومحاولة التحكم في البيئة المحيطة، بالإضافة إلى إشباع الفضول ورغبة الإستكشاف.

2 - حاجات وجدانية وتشمل : حاجات التذوق الجمالي وإشباع حاجات عاطفية وترفيهية.

3 - حاجات شخصية وتشمل: تتعلق بتقوية العلاقات الاجتماعية مع الآخرين وهذا يتضمن أفراد الأسرة والأصدقاء والمجتمع ككل.

4 - الهروب من الواقع وتشمل: وهي حاجات متعلقة بالشرود الذهني وتخفيف حدة التوتر النفسي والرغبة في التسلية والترفيه.

### جوهر النظرية

تعني نظرية الاستخدامات والإشباع في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته الكامنة ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من ما تعرضه ويسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بالدرجة ما باحثون ناشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة إختيارهم له.

### فروض النظرية :

بما أن نظرية الاستخدامات والإشباع قامت على افتراض الجمهور النشط على العكس من النظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور مثل نظرية الرصاصة فأضفت النظرية بذلك صفة الايجابية على الجمهور فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيا بل ينظر إليه على انه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية.

لذا يرى ايلهو كاتز وزملاؤه أن هذا المنظور قائم على مجموعة من الفروض فهي كالاتي

1- أن جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى إشباع حاجة معينة من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.

2 - أن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسئول عن اختيار الرسالة من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات ويحاول إشباعها من خلال استخدام الوسائل الإعلامية المتعددة.

3 - أن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجماهير.

### عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع :

1 - إفتراض الجمهور النشط.

2 - الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.

3- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.

4 - التوقعات من وسائل الإعلام.

5- التعرض لوسائل الإعلام.

6- إشباعات وسائل الإعلام

أهداف الرئيسية لمنظور الاستخدامات و الاشباعات ما يلي :

السعي وراء إكتشاف كيف يتم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة شبكة الفيسبوك، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار المنشورات التي يتعرض لها.

شرح دوافع التعرض الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي، وفهم تعرضهم لشبكة الفيسبوك التأكيد على نتائج إستخدام شبكة الفيسبوك، ومدى تلقيهم للتوعية الصحية.

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات :

وقد تمثلت أوجه النقد كالأتي:

1\_ يستخدم هذا المدخل مصطلحات غامضة يصعب قياسها مثل الدوافع والحاجات مع التشكيك في أن الأفراد قد لا يجيبون على أسئلة الاستقصاء الخاصة بقياس دوافعهم نحو استخدام وسائل الاتصال بشكل يتفق بالفعل مع دوافعهم الحقيقية على نحو روتيني دون تحكيم للفكر والعقل حيث أن الكثير من الأفراد عندما يشعرونهم موضع دراسة فإنهم يعطون إجابات لا تعبر عن سلوكهم الواقعي.

2- تأكيد على فكرة الجمهور النشط في حين أن العديد من الدراسات أثبتت انه كثيرا ما يتم التعرض للمحتويات الإعلامية بدرجة قليلة بل وبشكل اعتيادي.

3- تنظر البحوث التي تستند إلى هذه النظرية الو وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الوسائل والرسائل الإعلامية.

4- تدعو هذه النظرية إلى إبقاء على نظام السياسي والاقتصادي والثقافي السائد ودعمه حينما يدعي أن الأفراد سيجدون دائما بعض الاشباعات من أي استخدام لوسائل الإعلام.

5- تأكيد النظرية على فكرة القصد و العمدية في اختيار وسائل الإعلام ومضامينها من اجل التعرض إليها. (الطرابشي، 2006، صفحة 260.261.262)

ثانياً-نظرية ثراء الوسيلة :

تعريف ونشأة النظرية :

إن نظرية ثراء الوسيلة هي نظرية تم وضعها قبل أن يتم الاستخدام الواسع لوسائل الإعلام الحديثة، مثل الكمبيوتر وشبكة الانترنت والهواتف الذكية، فقد قدم كل من (ريتشارد) و(روبيرت) نظرية ثراء وسائل الإعلام عام (1984)، وقد وضعت في المقام الأول لوصف وتقييم وسائل الاتصال داخل المنظمات، واعتمدت على نظرية معالجة المعلومات وكيفية تبادل المعلومات داخل المنظمات.

عرف دافت ولينجيل ثراء المعلومات على أنها "قدرة المعلومات على تغيير الفهم خلال فترة زمنية".

أن عمليات الاتصال التي تستطيع التغلب على الأطر المرجعية المختلفة وتوضح القضايا الغامضة لتعزيز الفهم في الوقت المناسب تعتبر أكثر ثراءً. أما عمليات الاتصال التي تستغرق وقت أطول لنقل الفهم تكون أقل ثراءً.

**تعريف آخر:** هو القدرة على حمل المعلومات المحتملة للبيانات بأشكال مختلفة ووسائط متعددة فهو يقوم بتفعيل العلاقات الاجتماعية بوسائل الاتصال المختلفة حيث يتاح الاتصال بعدة وجوه التفاعلات الاجتماعية البسيطة تكون أكثر فعالية عن طريق بعض الوسائط مثل البريد الإلكتروني.

التفاعلات الاجتماعية المعقدة (مثل المفاوضات) تكون أكثر نجاحاً عن طريق نظرية الحضور الاجتماعي، وفي نظرية ثراء المعلومات يجب اختيار الوسط المناسب المرتبط بمهمة الاتصال المعينة، مع تنوع الوسائط المستخدمة

**فروض النظرية :**

- كلما زاد التواجد الاجتماعي للوسيلة أدى ذلك إلى خلق فورية ودفء أكبر للاتصال، وذلك بسبب زيادة عدد القنوات.
- تتنبأ نظرية ثراء وسائل الإعلام أن يقوم المديرين بإختيار طريقة الاتصال على أساس ملائمة غموض الرسالة لثراء الوسيلة، ومع ذلك، فكثيراً ما تدخل عوامل أخرى في الاعتبار، مثل المزارد المتاحة للقائم بالاتصال، وهذا يفترض أن يكون المديرين أكثر

تركيزاً على كفاءة المهمة (وهي تحقيق الهدف بأكبر قدر من الكفاءة)، ولا يأخذوا في الاعتبار عوامل أخرى، مثل بناء العلاقات.

• وقد قام الباحثون بالإشارة لاحقاً إلى أن المواقف تجاه وسيلة ما قد لا يتنبأ بدقة احتمالية استخدام شخص ما لتلك الوسيلة، حيث أن استخدام وسيلة الإعلام لا يكون دائماً اختياري. فإذا كانت مبادئ منظمة ما ومواردها تدعم أحد الوسائل، يكون من الصعب على مديرها أن يختار وسيلة أخرى لنقل رسالته.

• يدخل ثراء الوسيلة أيضاً في الاعتبار عند النظر في مدى كون الرسالة شخصية بشكل عام، الرسائل الأكثر ثراءً تكون أكثر شخصية لأنها تشمل الإشارات اللفظية وغير اللفظية ولغة الجسد وتغيير مقام الصوت والإيماءات والتي تشير إلى رد فعل الشخص تجاه الرسالة.

• فالوسائل الأكثر ثراءً يمكنها تعزيز علاقة أقرب بين الرئيس المرؤوس. وسواء كانت الرسالة إيجابية أو سلبية ذلك يمكن أن يكون له تأثير على الوسيلة التي تم اختيارها.

• قد يرغب المديرون في نقل الرسالة السلبية بشكل شخصي أو من خلال وسائل إعلامية أكثر ثراءً، حتى إذا كانت درجة غموض الرسالة غير مرتفعة، وذلك لتيسير العلاقات بشكل أفضل مع المرؤوسين، من ناحية أخرى، فإن إرسال رسالة سلبية عبر وسيلة أقل ثراءً قد يضعف اللوم المباشر لمرسل الرسالة ويمنعه من مشاهدة رد فعل المُستقبل.

### استخدامات النظرية في الإعلام و الاتصال:

إن التطبيق الأكثر فورية وعمق لنظرية ثراء وسائل الإعلام خاص بالمرسلين في اختيار وسيلة الاتصال. وتعني أن المرسل يجب أن يختار وسيلة ذات ثراء مناسب لنقل الرسالة المطلوبة.

وقد أكدت دافت ولينجيل في مقال لهم عام 1989 إن وسائل الإعلام الأكثر ثراءً تكون أكثر ملائمة للرسائل الغامضة غير الروتينية، في حين تكون وسائل الإعلام الأقل ثراءً أكثر ملائمة للرسائل الروتينية غير الغامضة.

في الواقع، كثيراً ما يجبر المرسلين على استخدام طرق أقل ثراءً للاتصال. ويجب على المرسلين الذين يستخدموا وسائل إعلام اتصالية أقل ثراءً أن يتفهموا القيود المفروضة على تلك الوسيلة في أبعاد رجوع الصدى والإشارات المتعددة وصناعة الرسالة والانفعالات.



على سبيل المثال، الصعوبة النسبية لتحديد ما إذا كان نص رسالة عصرية بلهجة جادة أم ساخرة

### المواقع و النص التشعبي:

إن المواقع الإلكترونية كوسيلة إعلام حديثة يمكن أن تختلف في ثرائها، ففي دراسة تختبر تمثيل يوغوسلافيا السابقة على الشبكة العالمية، أفترض كل من جاكسون وبرسل أن النص التشعبي يلعب دور في تحديد ثراء المواقع الفردية، فقد وضعوا إطار من المعايير التي تمكن من خلالها تقييم استخدام النص التشعبي في الموقع من حيث خصائص ثراء وسائل الإعلام التي أوضحها دافت ولينجيل في نظريتهم الأصلية، من ناحية أخرى، قام سيمون وبيباس في مقال لهم عام 2004 بدراسة ثراء المواقع المنتجة من حيث استخدام الوسائط المتعددة. فقد صنفوا " المواقع الإعلامية الغنية " على إنها تلك التي تشمل نصوص وصور وأصوات وفيديو كليب، بينما تكون " المواقع الإعلامية الفقيرة " هي تلك التي تحتوى على نصوص فقط، وقاموا بإنشاء أربعة مواقع في دراستهم ( موقعين ثريين وموقعين فقيرين) لوصف المنتجين ( أحدهم بسيط والآخر معقد ) ووجدوا أن أكثر المستخدمين، بغض النظر عن تعقيد المنتج، فضلوا المواقع التي تقدم وسائل إعلام أكثر ثراءً

### التراسل الفوري :

من نتائج الدراسة التي أجراها آناندا راجان وآخرون عن استخدام جيل واي المعروف أيضاً بجيل الألفية للتراسل الفوري، تم استنتاج ما يلي " كلما زاد إدراك المستخدمين للتراسل الفوري على أنه وسيلة اتصال ثرية، كلما كان من المرجح اعتقادهم بان هذه الوسيلة مفيدة للتنشئة الاجتماعية ".

بالإضافة إلى ذلك، قام شيرر بدراسة تأثير كل من وسائل الإعلام والتحكم في الاتصال، من أجل فهم أفضل لاستخدام المراهقين لبرامج MSN. ومن بين النتائج الأخرى، أثبتت الدراسة التي أجراها شيرر أن " المميزات الغنية، مثل Webcam و MSN spaces سهلت على ما يبدو زيادة المعارف والأصدقاء الجدد والأصدقاء من الجنس الآخر، وبالتالي، العدد الإجمالي للأصدقاء .

### التعليم عن بعد والكتابة الإلكترونية:

عند تقييم رضا الطلاب عن الدورات التي تقام عن بعد، استنتج كل من شيبارد ومارتيز أن استخدام الدورة لتكنولوجيا وسائل الإعلام الثرية يؤثر على كيفية تقييم الطلاب لجودة الدورة.

إن الدورات التي تستخدم أدوات مثل " منتديات النقاش ومساحات لمشاركة الوثائق والبت عبر الإنترنت " تعتبر أكثر إيجابية.

في عام 2011 قام لاي وشانج باستخدام وسائل الإعلام كمتغير في دراستهم التي تبحث سلوكيات المستخدم تجاه الكتب الإلكترونية، وأشاروا إلى أن قدرة محتوى وسائل الإعلام الثرية مثل الروابط التشعبية المتضمنة وغيرها من إضافات الوسائط المتعددة، تقدم للمستخدمين خبرة مختلفة للقراءة عن الكتاب المطبوع. نقد النظرية:

يمكن أن نعرض مجموعة من الانتقادات لهذه النظرية والتي من أهمها:

- يمكن للظروف الاجتماعية أن تؤثر على استخدام وسائل الإعلام أكثر من معيار الثراء.
- السمات الشخصية مثل عدم إهتمام المتلقي أو عدم تركيزه أو قلة ذكائه يمكن أن تكون سببا في الغموض وليس قلة ثراء الوسيلة.
- يمكن في بعض الأحيان لوسائل الاتصال الأقل ثراء أن تزيل الغموض وتبعث على الفهم.

- في بعض الأحيان ثراء الوسيلة (تعدد الوسائل وتشعبها) هو الذي يعيق الفهم ويزيد من الغموض. (الطرابشي، 2006، صفحة 259.260)

### 11-الصعوبات التي واجهت الدراسة :

يواجه الباحث خلال قيامه بالبحث العلمي عددا من المشكلات والصعوبات التي تعيق مهمته في إنجاز البحث العلمي، وعليه أن يجتهد لإيجاد الحلول المناسبة لها ومن بين أهم الصعوبات التي اعترضت طريقنا:

✓ قلة المراجع و الدراسات السابقة، وذلك لحدثة الموضوع.

✓ صعوبة الوصول إلى مجتمع الدراسة.

ضيق الوقت.

# الفصل الأول

## الأعلام الجديد والتوعية الصحية

**تمهيد:**

إن ظهور الإعلام الجديد أدى إلى تطور أساليب ومضامين طرق التوعية الصحية وزيادة الوعي حول خطورة الأمراض وطرق الوقاية منها، كما تؤدي دورا كبيرا ومهما في بناء الفرد وتكوينه المعرفي والسلوكي، وذلك من خلال زيادة رصيده بالمعلومات، حيث تطرقنا في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول كان بعنوان الإعلام الجديد أما المبحث الثاني تضمن التوعية الصحية حيث سنحاول فيه التعرف على مفهوم التوعية الصحية وأهم وسائل الإعلام للتوعية وأخيرا المبحث الثالث تحت عنوان الوعي الصحي .

## المبحث الأول : الاعلام الجديد

## المطلب الأول : تعريف الاعلام الجديد:

ويمكن تعريفه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة إلكترونية المتصلة الغير متصلة بالانترنت في عمليه تفاعليه بين المرسل والمستقبل -كما عرفته ايضا مجله بيس للإعلام: الإعلام الجديد هو أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن وبشكل أكثر أهمية على الانترنت DVDالنشر على أقراص المدمجة وأقراص .

- يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة HIGH-TECH DICTIONARY الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه " اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة " وبحسب ليستر LESTER: "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو ."

وفي تعريف آخر للإعلام الجديد: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت تبادل المعلومات و المنافع، وهي بيئة رقمية تسمح للأفراد

و المجموعات بأسماع أصواتهم و أصوات مجتمعاتهم إلى العالم اجمع.

و يقول الدليمي : في هذا الصدد عن الإعلام الجديد " أنه تلك الوسائل الحديثة للاتصال المتمثلة في تويتر، فيسبوك ... الخ يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي لينتج بذلك إعلام يتزاوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي ليكون أكثر قربا ليس من الحدث فقط إنما الناس كذلك."

ويعرف القاموس الانترنت الموجز CONDENSED NET GLOSSARY تعبير الإعلام

الجديد بأنه " أجهزة الإعلام الرقمية عموما، او صناعة الصحافة على الانترنت "

وبحسب موسوعة الويب باسم ويبيديا WEBOPEDIA فإن التعبير على الإعلام الجديد يشير إلى: " العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكن بفضل كمبيوتر والتعبير مرتبط أيضا بالنظم الإعلامية القديمة فإذا ما قمنا بعقد مقارنة بين أصحابه الورقية التي تتصف بحاله نصوصها وصورها مع أصحابه إعلام الجديد نلمس الفرق في ديناميكياتها وفي حاله التغير المستمر الذي تتصف به إلى قابليه إجراء الاتصال بين الاجهزه الثابتة والمحمولة بأنواعها المختلفة بما يمكن معه نقل المعلومات بين بعضها البعض.

ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين صاحب الرسالة ومستقبلها مع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت لان القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته يلتقي مع الجديد في بعض جوانبه. (صادق، 2008، صفحة 30.31.32)

### المطلب الثاني : خصائص و مميزات الاعلام الجديد

يتميز الإعلام الجديد مجموعة من الخصائص نذكر منها:

✚ الإعلام الجديد غير بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجه عاليه من الانتباه في فالمستخدم يقوم بعمل فاعل يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه

✚ الإعلام الجديد أدى إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى وبشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل

✚ فلو نلاحظ مثلا التلفزيون والانترنت اندمجا بشكل شبه كامل فجهاز الكمبيوتر أصبح يستخدم لمشاهده برامج التلفزيون

✚ هناك خاصية أخرى هامة فالإعلام الجديد جعل من حرية الإعلام حقيقته لا مفر منها فالشبكة العنكبوتيه مثلا جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالانترنت أن يصبح ناشرا وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم كما انه هناك أيضا على الانترنت

عشرات الآلاف من الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشه أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من أنحاء العالم

✚ الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط حيث انه احدث ثورة نوعيه في المحتوى الاتصال الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور صوت ولقطات الفيديو.

✚ تفتت الجماهير ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات امام مستهلكي وسائل الإعلام الذين أصبح وقتهم موزع بين العديد من الوسائل مثل المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية العاب الفيديو الالكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وأذاعه والتلفزيون. (عطية، 2014، صفحة 86.87)

### المطلب الثالث : تصنيفات الاعلام الجديد

يضع كلا من الباحثان ريتشارد في كتابهما المشترك ( الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية) الإعلام الجديد وفق ثلاثة تصنيفات وهيا :

**الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة :**

يرى باحثان أن نموذج الإعلام الجديد وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة وتلفزيون الحوار الذي يرجع إلى حقبة الثلاثينيات من القرن الماضي فقد كان الرئيس الأمريكي فرانكلين روزفلت يستخدم الإذاعة كأداة أساسية للحديث إلى الناس .

فكلا من التلفزيون الراديو جدد نفسه كثيرا ببرامج الحوار الحية والمجالات الإخبارية، وبرامج الأخبار الحية والبرامج المسائية وبرامج الصباحية المعروفة مثل: صباح الخير أمريكا، وبعض البرامج المذكورة مثل: برنامج TODAY الذي يعود إلى الخمسينيات من القرن الماضي، ولكنها تشكل نمطا جديدا من الإعلام، وقد بادر معظمهم باستخدام التكنولوجيا الجديدة مثل: الكمبيوتر والشبكات المختلفة و طبقوا أساليب مستحدثة في بناء مواضيعهم و تقديمها .

### الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة :

تمثله جميع الوسائل التي نعائشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر، وهي تشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة، وعلى رأسها شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني وغيرها،

وهي الوسائل التي مكنت من إنقاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين وحققت للمواطنين إسماع أصواتهم للعالم وتمكنت من دمج التكنولوجيا والوسائل المختلفة مع بعضها البعض و تجاوزت العوائق المكانية و الزمنية.

### الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة:

هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية ARTIFICIAL، و حدثت حالة كما هي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والإعلام الجديد. ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية والوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية المختلفة، أي أنهم أصبحوا يستخدمون النوعين معا، وكما يعترف الأفراد، تعترف المؤسسات القديمة بأهمية الإعلام الجديد، وتعمل على اللحاق بتكنولوجياته وتطبيقاته المختلفة، فصحف كبيرة مثل: "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز" لديها مواقع ضخمة على شبكة الإنترنت وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الاخبار مع الجمهور بأدوات الاعلام الجديد و تكمل مشروعها الإعلامي، و تدير استطلاعها عبر وسائل مستحدثة. (صادق، 2008، صفحة 12.13.14)

### المطلب الرابع: الايجابيات و سلبيات الإعلام الجديد

#### ايجابيات الإعلام الجديد :

من أهم ايجابيات التي حققها الإعلام الجديد والتي لم يستطع الإعلام التقليدي تحقيقها نذكر منها:

✚ لا يتطلب تكاليف مادية كبيرة.

✚ أعطى الناس فرصة للتعبيري عن أنفسهم وتقديم تقرير عن عالم كان لا يمكن حتى تصوره حتى وقت قريب جدا.

✚ انتشار وجهات النظر المختلفة وحقائق منعت من قبل.



✚ مساعده الأفراد الذين يفتقرون أدقه في بناء العلاقات الاجتماعية المباشرة ليشرع بمقابله الأصدقاء والاتصالات عن بعد.

✚ عزز التضامن بين الجماعات وأصحاب القضايا المشتركة.

✚ ساعد على التغلب على طغيان المسافة في مجال الاتصالات على سبيل المثال المغتربين وأهاليهم.

✚ يساعد الصحفيين في معرفه اتجاهات الرأي العام.

✚ ساعد القوى وحركات على التواصل واستخدامه كمنصة إخباريه في البلدان السلطوية.

✚ تمكن أي فرد في إنشاء المحتوى الخاص به، ومشاركته مع الآخرين بسهولة.

### سلبيات الإعلام الجديد:

رغم توفر للإعلام الجديد العديد من ايجابيات ألا انه كذلك لديه مجموعة من السلبيات نذكر منها :

✚ ندره المهارات والمعارف اللازمة لممارسه مهام الإعلام الحديث

✚ المنافسة الشديدة بين مواقع الإعلام الالكترونية وأدوات الإعلام الجديد

✚ صعوبات الحصول على التمويل

✚ غياب التخطيط للإعلام الالكتروني نوعا ما، وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له

✚ عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول مما اثر على عمليه تقدم وتطور الإعلام

### الالكتروني

✚ السرعة في البث الكتروني ينتج عنها عدم تحري أدقه، وقد تكون النتيجة هي الفشل

✚ انتحال الشخصية

✚ الذم والتحقير عبر الشبكه

✚ النصب والاحتيال في المعلوماتية

✚ انتهاك البيانات الشخصية الالكترونية

✚ يشكل وسائل الغسيل الأموال

✚ التحرش و المضايقة عبر برامج أنشطه الاعتداء على الخصوصية وهي تتعلق بجرائم

الاختراق

---

✚ يتيح تشكيل منصات مواقع الالكترونية الإباحية . (مناجلية، د.س، صفحة 459.460)

## المبحث الثاني : التوعية الصحية

## المطلب الاول : مفهوم التوعية الصحية

يقصد بالتوعية الصحية: مجموع الخدمات والإجراءات الوقائية التي تقدمها الرعاية الصحية الأساسية والمؤسسات التابعة لها لجميع افراد المجتمع عامة بهدف رفع المستوى الصحي للمجتمع والحيلولة دون الوقوع الامراض وانتشارها

- التوعية الصحية هي استعمال وسائل تعليمية لتوعية الأفراد على سلوكهم وتحذيرهم من المخاطر المحيطة بهم من أجل تربية المجتمع على القيم الصحية.

وفي تعريف اخر : "وهي فهم واستيعاب أفراد المجتمع أن حل مشكلاتهم الصحية و الحفاظ على صحتهم هي مسؤوليتهم قبل ان تكون مسؤولية الجهات الرسمية، عن طريق اتباعهم للارشادات الصحية و العادات الصحية السليمة "

-وهي عملية تقديم المعلومات و الحقائق الصحية لأفراد المجتمع و إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم و صحة غيرهم من خلال الممارسة الصحية . (سلوغة، 2017، صفحة 76)

## المطلب الثاني : خصائص التوعية الصحية

التوعية الصحية مجموعة من الخصائص تتمثل في :

- توجيه جهود التوعية نحو جمهور متجانس في اهتماماته، ورغم هذا التجانس إلا أن هذا الجمهور يكون غير متجانس في بعض متغيرات الأخرى مثل: العمر، الخبرة...إلخ .
- تتم التوعية عادة في أماكن تجمع الجمهور.
- الجمهور في التوعية غير ملزم أو مقيد بإتباع نظام شكلي كمواظبة الحضور إنما يتم ذلك بمحض إرادته.
- مدة البرامج التوعوية غير محدودة، فقد تقصر أو تطول حسب الغرض منها، هناك الدورية والموسمية وهناك من تستمر لسنوات كإعارة الطفل والأم.
- التوعية الصحية عملية مكتسبة عن طريق التعليم وهي خاضعة للتغيير من شخص لآخر أو من مجتمع لآخر، ومن جيل إلى جيل آخر. (سلوغة، 2017، صفحة 77)

**المطلب الثالث : دور وسائل الاعلام في التوعية الصحية**

تتميز وسائل الإعلام في العصر الحالي بقدرتها على التأثير في مختلف شرائح المجتمع ولها قدرة على تغيير سلوك ونظرة وممارسة أفراد المجتمع فمن خلال وسائل الإعلام يمكن إيصال الرسائل الإعلامية التي تتقف أفراد المجتمع وتزيد من وعيهم الصحي إن لوسائل الإعلام مميزات عديدة أهمها الانتشار الواسع فهي تتمتع بحكم هذا الانتشار بنفوذ قوي واثر كبير في تغيير سلوك واتجاهات وممارسات الأفراد، إذ أن الإعلام الجيد يمكنه تنمية اتجاهات صحية تفيد في بناء البرامج والخدمات والتعريف بها والتوعية بشأنها ودعمها نفسيا واجتماعيا وماليا وقوميا فالإعلام عليه مسؤوليات قومية اتجاه كل من الفرد والأسرة والمجتمع بوجه عام ومن بين وسائل الإعلام التي تلعب دورا كبيرا حيويا في التوعية الصحية بالقضايا الصحية

**1 الإذاعة والتلفزيون:**

إن التلفاز من أجهزة الإعلام ذات التأثير الكبير وله قدرة على تعديل سلوك الكبار والصغار بشكل واضح ولذلك يمكن استخدامه في شتى مجالات وطرق التوعية الصحية فمن خلاله يمكن بث المحاضرات والندوات والعروض التوضيحية والأفلام والمسلسلات التي تهدف إلى التوعية الصحية وإيصالها للمتلقى بطريقة مشوقة

والمذياع بدوره يقوم بذور مماثل من خلال البرامج الإذاعية في ظل انتشار الإذاعات المحلية التي تستهدف مجتمعات معينة ويمكن استخدام الإذاعة لتلقي تكلفة البرامج المنتجة من خلاله ولسهولة وصولها لأفراد المجتمع

**2 الصحف والمجلات :**

تتمتع الصحافة بانتشار كبير ومن ثم تصل إلى معظم الفئات لاسيما المتعلمين والمتقنين ومن المعروف أن الكلمة المكتوبة تؤثر بشكل في تشكيل آراء الناس وسلوكهم ذلك أن هدف الصحافة المحوري هو نشر المعلومات والأخبار الصحية التي تهتم العاملين في المجال التوعوي الذي يهتم به قطاعات عريضة من المجتمع وبعض الصحف قد تصل أعداد توزيعها إلى عشرات الآلاف من النسخ يوميا مما يكسبها أهمية كبيرة بخلاف المجلات

التي تعد اقل في توزيعها من الصحف وان كانت لا تقل أهمية عنها في نشر الرسائل الصحية المهمة وعلى الرغم من هذه الأهمية تواجه الصحف بعض الصعوبات التي تقف حبر عثرة في سبيل تنفيذ دورها التوعوي ومن أهم تلك الصعوبات أمية بعض المتلقين وعجزهم عن قراءتها ويمكن التغلب عليها عن طريق قراءة الصحف بواسطة شخص متعلم كتلاميذ المدارس على سبيل المثال.

وتحتوي الصحف اليومية والمجلات على الكثير من أساليب وطرق التثقيف الصحي فهي تنشر المحاضرات والمناقشات العلمية والأدبية والقصة والحوار كما يمكن استخدام الصحف والمجلات كمادة للتثقيف الصحي وذلك عن طريق توفيرها في المستشفيات ومراكز الرعاية الصحية ومختلف الأماكن العامة.

وتزود وسائل الإعلام أفراد المجتمع بالمعلومات الصحيحة عن القضايا والمواقف المختلفة وتحديد الاتجاهات كما تلعب وسائل الإعلام دورا بارزا في تعزيز التوعية والتثقيف الصحي لدى كافة الفئات في المجتمع من خلال إقامة حملات صحية بغرض زيادة توعية المواطنين من مختلف الفئات العمرية والمؤهلات العلمية والطبقات الاجتماعية بالقضايا الصحية التي تشغل بال الأفراد.

ومن الضروري لوسائل الإعلام تحري صحة الأخبار الصحية التي تنشرها والتحقق من مدى دقتها وسلامتها وإيصال الحقائق دون تهويل أو تهوين مع ضرورة أن تراعي الموضوعية في طرح المعلومات بهدف تنوير وتثقيف المجتمع بالمعلومات الطبية المفيدة وان تعمل على تكوين رأي صائب في ما يتعلق بالقضايا الصحية المطروحة من خلال الموازنة أثناء تحرير المعلومات بالاعتماد على التنوع في الأسلوب والطرح لجميع القضايا الصحية المختلفة (المعاينة، 2014، صفحة 37.38)

تعتبر التوعية الصحية موضوعا من موضوعات الإعلام الصحي والوقائي وهدفهما المشترك هو خلق وعي صحي يمكن الناس من تجنب الأمراض الخطيرة وتحدد علاقة التوعية الصحية بالإعلام في مستويين هما :

1- مستوى تعاوني توظيف الإعلام بغية تحقيق تنمية الثقافة الصحية والتعريف ببرامج الإعلام الصحي والوقائي

2- مستوى وظيفي تبني سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته من خلال معرفة الخبر الصادق والإحاطة بالقضايا الصحية ونشر القيم الصحية بين أفراد المجتمع. (سلوغة، 2017، صفحة 110.114)

### المبحث الثالث : الوعي الصحي

#### المطلب الاول : تعريف الوعي الصحي

وهو جملة التصورات والمعتقدات والرؤى التي تعين للإنسان في حياته و تحدد سلوكه ،و يقصد به هنا إلمام المعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، و في هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو ممارسة عن قصد نتيجة الفهم والإقناع .

وترى "هدى محمود": إن الوعي الصحي هو إدراك والماما فراد المجتمع بالمعلومات والحقائق الصحية، وتبني نمط حياة وممارسات صحية سليمة ومن اجل رفع المستوى الصحي للمجتمع، والحد من انتشار الأمراض، وتنمية إحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه صحتهم و صحة الآخرين .

كما يعرف "حسين عمر " الوعي الصحي: بأنه مجموعة من الخبرات التي يتعرض لها الناس وتؤدي دورا ايجابيا إلى تحسين صحة الفرد والأسرة و المجتمع .  
و يؤسس الوعي الصحي على ثلاث جوانب هي:

-الجانب المعرفي: ويقصد به توافر المعلومات العملية عن الصحة، ودور الفرد ومسؤوليته الشخصية عن صحته

-الجانب الوجداني: ويتمثل في تكوين الاتجاهات نحو الحفاظ على صحته.

-الجانب السلوكي (تطبيقي): ويتمثل في كيفية التصرف في المواقف الحياتية المتعلقة بالصحة التي تواجه الفرد . (مكي، 2017، صفحة 7)

#### المطلب الثاني : اهداف نشر الوعي الصحي

يعمل الوعي الصحي على تحقيق مجموعة من الأهداف بين افراد المجتمع ونذكر منها :

✚ إيجاد مجتمع يكون أفراده قد أُلْموا بالمعلومات الصحية عن مجتمعهم وأُلْموا بالمشكلات الصحية، والإمراض المعدية المنتشرة في مجتمعهم، ومعدل أصابه بها وأسبابها وطرق انتقالها، وأعراضها وطرق الوقاية منها و وسائل مكافحتها.

✚ إيجاد مجتمع يكون أفراده قد فهموا وأيقنوا أن حلا مشكلاتهم الصحية والمحافظة على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الحكومية.

✚ إيجاد مجتمع يتبع أفراده الإرشادات والعادات الصحية السليمة في كل تصرفاتهم، بدافع عن شعورهم ورغبتهم، ويشتركون ايجابيا في حل مشكلاتهم الصحية، ويبدلون المال ووالجهد في هذا السبيل.

✚ أيجاد مجتمع يكون أفراده قد تعرفوا على الخدمات والمنشآت الصحية في مجتمعهم وتفهموا الغرض من إنشائها وكيفيه الانتفاع بها بطريقه منظمه ومجدية. (زهرة، 2019، صفحة 31)

### المطلب الثالث : مؤشرات قياس الوعي الصحي

يمكن قياسه من خلال خمسة مؤشرات هي:

- 1-مؤشر الوعي الصحي الوقائي: و يمكن قياسه من خلال السلوكيات التي يتبناها الفرد من اجل المحافظة على صحته و تجنب المرض.
- 2-مؤشر الوعي الصحي الشخصي: ويمكن قياسه من خلال ما يمارسه الأفراد من سلوكيات و عادات تعمل على المحافظة على صحة أجسامهم.
- 3-مؤشر الوعي الصحي الغذائي: وهو مؤشر خاص بقياس سلوكيات التي تتعلق بالغذاء والعادات الغذائية للأفراد .
- 4-مؤشر الوعي الصحي الرياضي: يهتم بقياس مدى وعي وإدراك المواطنين بأهمية الرياضة، و مدى ممارستها .
- 5- مؤشر الوعي الصحي البيئي: يدل هذا المؤشر على مدى إدراك وفهم المواطنين للبيئة المحيطة و كيفية الحفاظ عليها . (مكي، 2017، صفحة 8)

### المطلب الرابع : أهمية الإعلام في الوعي الصحي

يعتبر الإعلام المصدر الأساسي للمعلومات، وتؤدي دورا حيويا في التكوين المعرفي والوجداني والسلوكي للفرد، وذلك عبر زيادة رصيده المعرفي من المعلومات والخبرات التي تكون مواقفه وأرائه وسلوكه فيما بعد

كما أصبح الإعلام قوة كبيرة من خلال إحكام سيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليه أفراد المجتمع بكافة أطرافه من اجل اتخاذ القرارات وتحقيق الأهداف، ولأجل ذلك يعتمد الأفراد على الإعلام في تحقيق ثلاثة أهداف وهي:

1- الفهم: ويتمثل ذلك عبر التعلم والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعي ومعرفة الأشياء عن العالم وتفسيرها.

2- التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل ماذا تقرر ان تشتري وكيف تحتفظ بالصحة الجيدة، و تقديم نصائح حول كيفية التعامل مع موقف جديد و صعب .

3- التسلية: وتتضمن استخدام وسائل الإعلام في الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ .

(المعاينة، 2014، صفحة 40.41)



## الفصل الثاني:

شبكة الفيس بوك وعلاقتها بفيروس

كورونا

## تمهيد:

تقدم شبكات التواصل الاجتماعي وبالخصوص شبكة الفيسبوك خدمات عديدة لمتصفحها، ومنحتهم الإمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات عديدة منها التعليم، الثقافة والتوعية وخاصة في مجال الصحة، ومع ظهور فيروس كورونا أصبحت هذه الشبكة الوسيلة للحصول على البيانات والإرشادات الوقائية لتجنب المرض وتضمن هذا الفصل ثلاث مباحث، المبحث الأول كان بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي والمبحث الثاني يخص شبكة الفيسبوك حيث تطرقنا فيه إلى مفهوم واستخدامات شبكة الفيسبوك والمبحث الأخير بعنوان اثر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية ضد فيروس كورونا.

## المبحث الاول : شبكات التواصل الاجتماعي

### المطلب الأول : تعريف شبكات التواصل الاجتماعي :

هو مصطلح أطلق على الخدمة الإلكترونية التي تقدمها شبكة الإنترنت للأفراد والجماعات، حيث تتيح لهم التواصل فيما بينهم حسب اهتماماتهم، فيستطيع أي شخص أن يجد أو ينشئ المجموعات حسب اهتمام معين مثل القراءة أو بلد المنشأ أو الهوايات أو التخصص الجامعي وغيرها من الأمور المشتركة. شكّلت هذه المواقع حلقة وصل بين جميع الأشخاص على اختلاف مواقعهم واختلاف دياناتهم وأعمارهم وأجناسهم، حيث أصبح أي فرد يستطيع الوصول إلى أي شخص في العالم من خلال هذه المواقع. تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أساسي على الأفراد أو المستخدمين؛ لأنهم هم من يشغلونها بالمعلومات والبيانات.

-تعرف عملية التواصل الاجتماعي بأنها تلك العملية التي تتألف من، أدوات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت، والمحتوى المنشور والمتبادل عبر تلك القنوات بين الجهات المختلفة

- كما تعرف على أنها "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركين فيها بإنشاء موقع خاص به ويتم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات والهوية نفسها "

-شبكات التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم الويب \*02\* تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء بلد جامعة مدرسة شركة الخ كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشرة مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم.

فهي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم، مثل الفيسبوك .

ويقصد أيضا بشبكات التواصل الاجتماعي social media بأنها مجموعة واسعة من الأنظمة التقنية عبر الانترنت تسهل التفاعل بين الأفراد وتسمح لهم بأن يكونوا جزءا من مجتمع افتراضي ما. (صادق، 2011، صفحة 90)

**المطلب الثاني : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :**

تتشارك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها :

-الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية:

ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والاهتمامات والصور الشخصية...بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا، ومعرفة من هم أصدقاؤه و ما هي الصور الجديدة التي وضعها...إلى غير ذلك من النشاطات - المشاركة:

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص المهتمين.

- الانفتاح openness:

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول واستفادة من المحتوى.

- المحادثة Conversation :

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

-الأصدقاء/العلاقات Friends/Connections:

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة أصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى"اتصال" أو "علاقة على الشخص المضاف للقائمة. (غسان، 2013، صفحة 26.27)

**المطلب الثالث : انواع شبكات التواصل الاجتماعي :**

-يوجد الكثير من أنواع شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أهمها :

النوع الاول : مواقع تختص في تبادل و إيجاد المعلومات، و في الاتصالات و من أمثلتها:

-مدونات الجزئية، والمدونات بلوكس  
 -مواقع تختص في القضايا المهمة، و جمع التبرعات و من أمثلتها : موقع الويكي  
 -مواقع الفعاليات مثل : موقع تويتر  
 -مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تستعمل في التواصل المباشر بين المستخدمين،  
 والبحث عن الأصدقاء، ومعرفة كل شيء جديد في حياة المستخدمين، ويقوم المستخدمون  
 بمشاركة فعالياتهم واهتماماتهم في هذه المواقع ومن أمثلتها: موقع الفيسبوك .... مواقع  
 تجميع المعلومات ....مواقع مشاركة الاهتمامات.

النوع الثاني : مواقع بناء فرق العمل، والتعاون ومن أمثلتها :

-مواقع الملاحظة الاجتماعية

-مواقع الأخبار الاجتماعية

-مواقع المرجعيات

-مواقع تحرير وإدارة النصوص،مثل : موقع بوكس ....وجوجل دوكس

النوع الثالث : مواقع الوسائط المتعددة ومن أمثلتها :

-مواقع البث الحي ،ومشاركة الفيديو

-مواقع الفن و التصوير

-مواقع مشاركة الموسيقى ومقاطع الفيديو

-مواقع بث الفيديو، والتخزين مثال : موقع اليوتيوب

النوع الرابع : مواقع الاستعراض والرأي،ومن أمثلتها :

-مواقع الأجوبة والأسئلة الاجتماعية

-مواقع استعراض السلع و الخدمات. (اسماعيل، 2019، صفحة 39.40)

المطلب الرابع : شبكات التواصل الاجتماعي بين الدور الايجابي والسلبي :

الدور الايجابي :

ساهمت مواقع التواصل بصورة ما في تحسين المزاج العام أو الحالة النفسية للأفراد،  
 وتعتبر وسيلة من وسائل المتعة والترفيه لهم في ظل حالة الاكتئاب العام التي تمر بها  
 مختلف دول العالم.

- ✚ توفّر منصّات التواصل الاجتماعي محتوى متنوعاً من الترفيه إلى التعليم والتوعية والأخبار وغيرها.
- ✚ تعتبر وسيلة من وسائل التعلم والعمل عن بعد، التي تسهل حياة الأفراد ولو نسبياً أثناء توقف كافة أشكال الحياة عن العمل.
- ✚ يمكن أن تساهم في نشر المعلومات الصحيحة حول الفيروس، ونشر الفيديوهات والمقالات التوعوية، التي تحث الأفراد على الالتزام بالتعليمات الطبية والصحية
- ✚ وفّرت مواقع التّواصل الاجتماعيّ للمُستخدِمِ فرصةً للتعرّف على أشخاص جُدد يُشاركونه الاهتمامات، وتكوين علاقات جديدة معهم.
- ✚ سهلت عملية التعبير عن الرأي، كما أصبحت عملية التواصل سهلةً وميسرةً، وسريعةً جداً بفضل مواقع التّواصل الاجتماعيّ.
- ✚ زاد عدد المؤسسات الرسمية والمسؤولين والسياسيين والصحافيين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لبتّ تصريحاتهم حول كورونا، وتفسير بعض المواقف والأمر وإعلان القرارات الهامة عبر حسابات رسمية.
- ✚ ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي بشعور الأشخاص بأنّ الأزمة جماعية وأنهم ليسوا وحدهم الذين يعانون منها، الأمر الذي خفّف من وطأة الأزمة بشكل عام.

#### الدور السلبي :

- تم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر شائعات مغلوطة وأخبار مفبركة حول المرض وعلاجه،، فيجب التحقق قبل تصديق المعلومات والأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي لمواجهة المعلومات المغلوطة والأخبار الكاذبة حول جائحة كورونا، وذلك باكتشاف حقيقة المعلومات والتحقق من مصادرها، ومراجعة المحتوى قبل القيام بإعادة نشره، والإرشاد إلى بعض المصادر الموثوقة للحصول على المعلومات الصحيحة والمعتمدة.
  - كانت وسائل التواصل الاجتماعي عامل مسبب لإثارة الهلع والرعب بين سكان العالم.
- (فوزية، 2020، صفحة 153.152)

## المبحث الثاني : شبكة الفيسبوك

## المطلب الاول : نشأة وتطور موقع الفيسبوك :

تأسس الفيسبوك في فيفري 2004 من قبل طالب في جامعة هارفارد الأمريكية يدعى " مارك زوكربيرج " mark zukerberg الذي اشتهر بولعه الشديد بالانترنت وكان هدفه ان يقوم بتصميم موقع يجمع زملاؤه في الجامعة، ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم ويسهل عملية التواصل بينهم دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات وسرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد واكتسب شعبية واسعة بينهم وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قدم أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة وبعد فترة وجيزة الأمر الذي شجعه إلى توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس أخرى يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من الموقع " فايس ماش face match " التابع لجامعة هارفارد وهو موقع من نوع horror not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية وفي هذه الأثناء ووفقاً لما نشرته جريدة هارفارد كريسون فان موقع فايس ماش استخدم صور مجمعة من دليل الصور المتاحة على الانترنت والخاصة بتسعة من الطلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين الى اختيار الشخص الأكثر جاذبية لقد بدا عمله باختراق مناطق محمية في الحاسوب وقام بنشر صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي ومثل هذا الانتهاك لا يسعد إدارة جامعة هارفارد واتخذت إجراءات قاسية ضد مارك دون أن تعرف أن القيمة الحقيقية التي قام بها هذا المشاكس وفي مدونته يقول مارك زوكربيرج "هناك امر مؤكد هو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع والانتهاك الذي حدث ولكن وعلى كل حال فاعتقد أن أي شخص أخر سوف يقوم بذلك في نهاية الأمر"

لقد اتهمت إدارة الجامعة مارك بخرق قانون الحماية وانتهاك خصوصية الأفراد مما يعرضه للطرد من الجامعة لكن ولحسن الحظ تم إسقاط جميع التهم التي وجهت له.

وفي 04 نوفمبر 2004 قام مارك زوكربيرج بتأسيس موقع الفيسبوك على النطاق the face book com كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليغ أقدم كليات جامعة هارفارد وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة .

وبعد فترة وجيزة انظم كل من ادوارد سافرين المدير التنفيذي للشركة وداستين موسكوفيتز مبرمج واندروماكولام رسام جرافيك وكريس هيوز الى زوكربيرج لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر مارس من عام 2004 فتح الفيسبوك أبوابه أمام جامعات " ستانفورد وكولومبيا وبيبل" وبعد ذلك اتسع الموقع وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينو واشنطن وجامعة ايفليج وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي شهر يونيو من عام 2004 تم نقل مقر الفيسبوك إلى مدينة باولو ولاية كاليفورنيا وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق face book com عام 2005 نظير 200000 دولار أمريكي كما قام الفيسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005 وهو ما أشار إليه زوكربيرج بالخطوة المنطقية التالية فخلال هذه الفترة كانت شبكة المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة إلى الانضمام إلى الموقع وبعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات ومن بينها شركة ابل المندمجة وشركة مايكروسوفت، وفي 26 سبتمبر من عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريدي الكتروني صحيح.

وفي أكتوبر من عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفيسبوك اتخاذ مدينة دبلين عاصمة ايرلندا مقرا دوليا لها. (بوحمة، 2016، صفحة 46.50.51)

### المطلب الثاني : تعريف موقع الفيسبوك :

**يعرف الفيسبوك:** على انه أحد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الرابط face book وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال أدوات تقنية تفاعلية.

-هو موقع للشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب يمكن



للمشاركين في الموقع من الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أماكن العمل أو المناطق الجغرافية، المجموعات الاجتماعية وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم من نفس الشبكة ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيح لهم رؤية صفحاتهم الشخصية.

-وفي تعريف آخر الفيسبوك يشير إلى دفتر ورقي يمل صور ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم، حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها. (الهلباوي، 2014، صفحة 334.330)

-ويعرف أيضا انه من أشهر المواقع الاجتماعية على الانترنت، أسسه طالب في جامعة هارفارد عام 2004 و لأن تخطى عدد مستخدميه إلى 75 مليون مستخدما تقدر قيمته ب (915 مليون دولار) . (عوض، 2011، صفحة 10)

وفي تعريف آخر: "يعتبر احد أهم المجتمعات الافتراضية أو التخيلية التي نشأت على الانترنت والذي يجمع الملايين من المشاركين من مختلف بلدان العالم، والفيسبوك يعد عالم تخيلي بحق فهو يحتوي على الدردشة إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وان يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم كذلك يمكنه أن يضع صورته وصورة أفراد عائلته."

### المطلب الثالث : مميزات و خصائص الفيسبوك :

برز الفيسبوك مكانته وعززها مقارنة بالمواقع التواصل الأخرى وذلك لتوفره على مجموعة من المميزات نذكر أهمها :

-العالمية: استطاع الفيس بوك بحركتيه إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية حيث يمكن لمستخدميه في الشرق التواصل مع أشخاص متواجدين في الغرب ببساطة وسهولة.  
-التفاعلية: إن الفرد في "الفيس بوك" يرسل، يكتب، يستقبل، ويقرأ ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات، فهو في عملية أخذ ورد مستمرة. ويعتبر "الفيس بوك" من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات فبعدها كانت اتصالات خطية مباشرة (مرسل - متلقي) أحدثت الوسائل التفاعلية ومنها "الفيس بوك" ثورة غيرت مسار الاتصالات.

-التنوع وسهولة الاستخدام: أتاحت التحديثات العديدة التي قام بها موقع "الفيس بوك" الفرصة أمام المشتركين فيه الكثير من الفرص و الأنشطة و"الفيس بوك" أحد مواقع التواصل الاجتماعي السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة اللغة ،الرموز والصور التي تيسر للمستخدم التفاعل .هذا هو الفرق الأساسي الذي فهمه الفريق الإداري المسير "للفيس بوك" البساطة، السهولة وهي رأس المال الحقيقي في مواجهة المد التقني الكبير .

**التوفير والاقتصادية:** إن مجانية الاشتراك والتسجيل أتاحت للفرد البسيط إمكانية امتلاك فضاء على "الفيس بوك"، وبات يشعر بانتمائه ولم يعد ذلك حكرا على أصحاب الأموال فأبي فرد يرغب في فتح صفحة على "الفيس بوك" فله ذلك، غير أن "الفيس بوك" وكونه مؤسسة استثمارية تخصصت في المجال الرقمي فإنه يحصل سنويا عشرات الملايين من الأرباح الناتجة عن تداول مستخدميه لأنشطتهم وصورهم وتفاعلاتهم اليومية. (الاشهب، 2017، صفحة 35.36)

#### المطلب الرابع : استخدامات الفيسبوك :

✚.التواصل الاجتماعي والتعرف على أصدقاء جدد والاطمئنان على أخبار الأصدقاء والأقرباء وتقديم الدعم العاطفي والاجتماعي لمستخدمي الفيسبوك.

✚.التعاون في العمل المدرسي أو الجامعي أو الاجتماعي وإفساح المجال لمستخدميه للتعبير عن ذاتهم وتطوير شخصياتهم من خلال التواصل الاجتماعي على الفيسبوك .

✚.التعرف على العالم الخارجي والعادات الجديدة والغريبة في المجتمعات والمشاركة في القضايا المدنية والمحلية حيث يحمل ذلك دافع معنوي للمستخدمين. (الاشهب، 2017، صفحة 39)

ومن بين الاستخدامات الأخرى لموقع الفيسبوك :

-الاستخدامات الاتصالية الشخصية: ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو, كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات وأن اختلفت أعمارهم ومستوياتهم العلمية.

-الاستخدامات العلمية: إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في

منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب.

كذلك يساعد الفيسبوك الطالب اكتساب مهارات كالتواصل والاتصال ومناقشة وإبداء الرأي.

### المطلب الخامس : تطبيقات موقع الفيسبوك :

تم إنشاء التطبيقات كاستبيانات او مسابقات من السهولة تنفيذها وهناك العاب games مختلفة تتبع لكبرى الشركات المعروفة حاليا هناك عدد كبير جدا من التطبيقات بعضها منشأ من قبل الشركات كما أسلفنا والبعض الآخر منشأ من قبل المستخدمين العاديين .

#### 1- المجموعات groups

يمكن لكل مشترك أن ينشأ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم أيميل بحروف، يتم إنشاء المجموعات لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي كان أو سياسي ،ديني.

المجموعات لديها نفس العناصر والاهتمامات وأدوات الصفحة الشخصية ذاتها wall صفحة تسمح بالكتابة فيها لجميع أعضاء القروب واليوم الصور ومساحة للحوار discussion وملفات فيديو، وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة .

#### 2- الصفحات page

الصفحات لها نفس حيز واستخدامات المجموعة، فيما عدى أنها أكثر تفاعلا وظهورا في الصفحة الرئيسي home ، لكل المستخدمين وغالبا ما يكون هذا التطبيق لـ fanclub معجبون للجماهير ونجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصيات المعنية.

#### 3- الصفحة الرئيسية home

يظهر بهذه الصفحة كل جديد تعليقات و صور وروابط أصدقائك وذلك يحدث فقط إذا أتاح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية مشاهدة محتويات صفحة أصدقاء أصدقائه.

**4- الألعاب games**

بالفايسبوك العديد من الألعاب المختلفة مغامرات إستراتيجية كرة قدم يستطيع المستخدم ان يستخدمها ويجتاز مراحلها مرحلة تلوى الأخرى، والمثير في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو انه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة جماعية.

**5- المناسبات event**

إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماع على ارض الواقع توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته وتحديد الأعضاء المدعويين له، وبعض المناسبات تكون مفتوحة لأي عضو في الفايسبوك . (الله، 2012، صفحة 14)

المبحث الثالث: اثر شبكة الفيسبوك في التوعية ضد فيروس كورونا

المطلب الأول: تنمية الوعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

- أصبحت منظمات الصحة المعاصر تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها التوعوية الحديثة حيال قضايا الصحة و التثقيف.

- أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة القدرات التواصل وتبادل المعلومات عبر منظمات الصحة والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي وذلك من خلال إنشاء المحتوى ونشر التوعية والتثقيف الصحي، عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الإستراتيجية العامة التوعوية وتعزيز دافعية سريان المعلومات في اتجاهين او الاتصال متعدد الاتجاهات بين المؤسسات الصحية والجمهور وهذا يتطلب الاعتراف بقوة شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها الكبير في برامج التوعية الصحية.

- كما أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي طريقة سهلة وفعالة للمؤسسات الصحية من حيث كلفة توصيل المعلومات الصحية مقارنة بفاعليتها وانتشارها، مما يعزز الخدمات الوقائية للمؤسسات الصحية و بناء مجتمعاتها الصحية، كما بدأت شركات التأمين تقديم نصائح الصحية و إرسال رسائل التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في محاولة للتفاعل مع العملاء و تحسين صورة صناعة التأمين الصحي.

- نجد أن السياسات التوعوية الصحية الحديثة تقوم بربط منصات الالكترونية للشبكات التواصل الاجتماعي مع بعضها البعض مثل : اليوتيوب .. الفيسبوك .. تويتر .. الخ مما يسهل ويساعد المنظمات الصحية إدارة المواد والرسائل والصور والفيديو الخاصة بيها وكذلك التفاعل مع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ومساعدتهم في العثور على مختلف المعلومات والحقائق المطلوبة.

- إن هذه الاستراتيجيات الحديثة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ترتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم الإدارة الحديثة و بناء صورة ايجابية للمؤسسات الصحية لدى المجتمع المحلي، حيث تلعب شبكات التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن دورا كبيرا في استراتيجيات إدارة الانطباع والسمعة على شبكات الانترنت مما يعزز الخدمات الصحية للمنظمات الصحية وتحسين مصداقيتها وزيادة الوعي حيال الأمراض والبرامج الوقائية وتوليد انطباعات جيدة و

كسب المزيد من اهتمام المستخدمين، و بالتالي تحقيق الأهداف التوعوية . (الفرم، 2016، صفحة 170.171)

### المطلب الثاني : تأثير المضامين الخاطئة حول الوباء عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

أثناء انتشار الوباء تم تضخيم المحتويات المنشورة ضمن شبكات التواصل الاجتماعي مما استدعى الأمر إلى ضرورة تفعيل القواعد تحظر نشر المعلومات البغيضة أو التشهيرية وساهمت المنصات المختلفة في مساعدة الملايين من الناس ان تظل متصلة ببعضها عن بعد ومحاربة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة حول الفيروس، ونشر المضمون الصادر عن السلطات المعنية ومشاركة التحديثات المهمة بالتنسيق مع وكالات الرعاية الحكومية حول العالم، وتم اقتصار البعض على منصات التواصل الاجتماعي على أبراز الجانب المظلم و تفاصيل حالات الوفيات بما يعمق حالة الخوف الحاصلة بالفعل فان هناك آخرين سعوا للاستفادة من الأزمة للترويج لأدوية مزيفة و زعموا أنها تعالج الوباء.

حيث نجد في عدة دول بدت السلطات في محاربة مروجي الشائعات والأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال البرامج التلفزيونية المحلية ... مثلا في قطر: حيث أطلقت وزارة الداخلية تحذيرا إلى جميع المواطنين بعدم المشاركة في نشر وتداول الأخبار المزيفة معتبرة إن ذلك الأمر في غاية الخطورة و قد يعرض المسؤول عنه للمسألة قانونية كذلك في السعودية حيث حددت السلطات عقوبات على مطلقي الأخبار الزائفة ومجهولة المصدر. (فوزية، 2020، صفحة 150.151)

### المطلب الثالث: الشائعات حول فيروس كورونا وتوجهاتها

#### 1- هل يصدق الناس الشائعات حول الوباء

نجد أن ما يقارب ثلث الجماهير يؤمن بأساطير (Covid 19) وفقا لمسح ربيوت لأكثر من 1000 شخص من مختلف الأعمار في جميع أنحاء البلاد، حيث تبين أن ما يقارب من ثلث المشاركين مظلون بشأن جانب واحد على الأقل من الفيروس ووجد انه كلما زاد الوقت الذي يقضيه الناس على وسائل التواصل الاجتماعي صدقوا أكثر أساطير الفيروس. وكشفت دراسة استقصائية أجراها مركز الدراسات الأجنبي والنازحين والهجرة السرية في جامعة اليرموك، حول اثر الإشاعات على المجتمع الأردني في ظل أزمة كورونا أن 33,9 من الأفراد يعتمدون على المعلومات المرتبطة بهذا الوباء من خلال الإعلام ووسائل

التواصل الاجتماعي، في حين أن 27,1 يأخذونها محمل الجد حين صدورها أو إقرارها من السلطات المعنية فيما يرى 40 من العينة إن الإشاعات توجه سلوكهم.

## 2- الترويج لحالة من الخوف

إن وسائل الإعلام استطاعت من خلال الإشاعات الترويج لحالة غير مسبوقة من الخوف والذعر والهلع من خلال محتويات ومضامين شكلت لهذه الوسائل مادة دسمة لحشو مساحتها المكانية والزمنية وكانت مواقع التواصل الاجتماعي أكثر مبالغة في التهويل والتضليل إذ انتشر الكذب والتدليس وأصبحنا نسمع عن خبراء في التغذية يقدمون النصائح التي لا تستند إلى أسس طبية

## 3- نقص المعلومات وانتشار الشائعات

بالرغم من أن أزمة فيروس كورونا تعد من أخطر الأزمات الصحية التي واجهت العالم في العقود الماضية، فإن طريقة تناول الإعلام في بعض الدول لم تكن على مستوى الأزمة بل انه أسهم في إذكاء الشائعات المثارة حولها، وهذا يرجع في جانب منه إلى نقص المعلومات والبيانات التي توفرها الجهات رسمية حول فيروس كورونا الأمر الذي جعل العديد من وسائل الإعلام في بعض الدول تقع في فخ الإثارة والتهويل وتعيد نشر المعلومات المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي دون التأكد من مصداقيتها ومعرفة مصدرها وأكد مدير عام لمنظمة الصحة العالمية تيدروس ادهانوم أهمية دور الإعلام في التصدي للشائعات والمعلومات المظلمة المحيطة بفيروس كورونا المستجد covid 19 وقال ليبريسوس في مؤتمر صحفي أن التصدي للشائعات جزء حيوي من المعركة ضد هذا الفيروس مؤكدا أهمية دور وسائل الإعلام للتأكد من حصول الناس على معلومات دقيقة حول التهديدات التي يواجهونها وكيفية حماية أنفسهم والآخرين، وترى الدراسة الحالية إن بعض الحكومات في عدد من دول العالم والمنظمات، والمؤسسات المعنية كانت أكبر ذكاء في تعامل مع الأزمة إعلاميا، حيث سارعت ولو أنها تأخرت قليلا إلى تزويد الناس بالأخبار والمعلومات الصحيحة عن الوباء تجنباً لوقوع المواطنين فريسة سهلة للخوف والتهويل والشائعات التي تجد أرضا خصبة لانتشارها في ظل شح المعلومات وغموض المشهد، إلا أن ضعف ثقة المواطنين في كثير من دول العالم بالحكومات جعلتهم يعزفون عن تصديق

روايتها فهي لا تعطيهم المعلومات الكاملة والدقيقة بل تقدم لهم معلومات ناقصة وفيها بعض التظليل الإعلامي.

#### 4- التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة

ومع انتشار المعلومات الخاطئة على منصات التواصل الاجتماعي أوصت إدارة الفيسبوك واليوتيوب والانستغرام وهي من أكثر المنصات تأثيرا في العالم التواصل الافتراضي، باتخاذ إجراءات أكثر وضوحا وحزما لمكافحة المعلومات الخاطئة وفي منطقة شمال أفريقيا والشرق الأوسط أعلنت إدارة فيسبوك شراكتها مع منصة فليبينو لتدقيق المحتوى في 19 دولة عربية للتدقيق وصحة الأخبار المضمنة في صور وفيديوهات حول فيروس كورونا.

واتخذ موقع جوجل العالمي الشهير إجراءات تمتع الإعلانات التي تستفيد من الوباء بما يتماشى مع سياسة الأحداث الحساسة، وفرض حظر مؤقت على جميع إعلانات الأقنعة الطبية وأجهزة التنفس كما عملت شركة التكنولوجيا العملاقة عمليات البحث في التطبيقات عن فيروس كورونا في متجر google play وقامت بإزالة المعلومات المظلمة والمراجعات المزيفة حول مواقع الرعاية الصحية من الخرائط google باستخدام مجموعة من أنظمة المراجعة الآلية واليدوية، واطلق google موقعا الكترونيا تم تطويره بالشراكة مع حكومة الولايات المتحدة لتوفير المعلومات والموارد حول هذا الوباء ويعطي نصائح الوقاية ووسط الكم الهائل من المعلومات والشائعات أصدرت وزارة الداخلية الغربية بلاغا صحفيا تحذيرا للعموم من ترويج أنباء غير صحيحة منسوبة الى جهات رسمية بشأن الإجراءات المتخذة للتصدي لانتشار فيروس كورونا كما توعدت مروجي تلك الأخبار بالمتابعة بعد تحديد هوياتهم.

#### 5- توظيف الشائعات المتعلقة بالوباء وتوجهاتها

إن الإشاعات التي رافقت انتشار وباء كورونا حملت توجهات وأسبابا كبيرة اقتصادية وسياسية وغيرها ويمكن إجمال هذه التوجهات والأسباب فيما يلي:

**التوجهات السياسية:**

من المرجح أن يشكل الوباء نقطة تحول في شكل وطبيعة العلاقات بين بعض الدول وخاصة الكبرى منها، وان ترفع من مستوى الصراعات بينها مما قد يؤدي إلى حالة من



الانشقاق في العلاقات بين الدول وتعمق الانقسامات في المواقف، كما انتشرت على وسائل التواصل الاجتماعي تقارير ومعلومات كان مصدرها الإعلام التقليدي كخبر الصحيفة الألمانية التي روجت أن إدارة الرئيس ترامب عرضت على إحدى الشركات الألمانية شراء امتياز لقاح لفيروس كورونا نفسها بعد الجدل والتصريحات التي أشعلت وسائل الإعلام في الأيام الماضية .

### التوظيف الاقتصادي

لا يجد المتابع لوسائل الإعلام صعوبة في الوقوف على طريقة التي تمت فيها عملية التوظيف الاقتصادي لازمة الوباء، حيث الترويج للأدوية واللقاحات والحديث عن مواد التعقيم وأهمية الكمادات وأجهزة التنفس وغيرها من المعدات الطبية، فضلا عن الترويج للأعشاب وبعض الخلطات السحرية في لحد من الوباء.

وقال تقرير لموقع بوليتيكو عن مسئولين أوروبيين أن الصين وروسيا تستمران في نشر أخبار كاذبة بشأن كورونا بهدف زعزعة اقتصاديات الاتحاد الأوروبي والدول الشريكة، وبحسب التقرير الذي نشره فان فريق خدمة العمل الخارجي الأوروبي المكرس لتسليط الضوء على هذه الأساليب رصد أكثر من 150 حالة تضليل مرتبطة بفيروس كورونا منذ أواخر يناير ويشمل ذلك الادعاء أن الاتحاد الأوروبي كان على وشك الانهيار بسبب ردود الحكومات الوطنية المتعثرة على وباء كورونا المعروف باسم COVID 19 . (الشرمان، 2008، صفحة 9.10.11)

### المطلب الرابع : طرق الوقاية من الوباء عبر شبكات التواصل الاجتماعي

نجد أن قنوات التواصل الإعلامي قد قربت المسافات بين البشر وجعلت الجميع على اطلاع بجميع المستجدات، بما في ذلك طبيعة الأزمة وماهية الفيروس وجميع المعلومات الطبية المعروفة عنه عطفًا على تبادل المعلومات حول أفضل طرق الوقاية وفتحت وسائل الإعلام الأجواء واسعة فسيحة لتبادل الآراء بين المتخصصين حول أفضل الطرق للوقاية من هذا الخطر الداهم، وهذا أمر لم يكن قائمًا قبل مائة عام على سبيل المثال :حين ضرب وباء الكوليرا العالم أو قبل أربعمائة عام حين أباد الطاعون عشرات الآلاف من الفرنسيين في باريس وضواحيها .

+ ومن طرق الوقاية من الوباء عبر شبكة الفايستوك زيادة الثقافة الصحية والاهتمام بالنظافة الشخصية، وكذلك إكساب العادات الصحية السليمة والتوقف عن الممارسات والعادات الصحية السيئة وخاصة الفحص الدوري المبكر.

+ ضرورة توعية مستخدمي شبكات الفايستوك بالاستمرار وتعزيز قيم الصحة.

+ دعم وتشجيع الجامعات ومراكز البحوث بإجراء المزيد من البحوث العلمية المتعلقة بالتوعية الصحية.

+ التركيز على آثار الفيروسات ونشر الثقافة الصحية أكثر في مجتمعنا مع تنمية القطاع الصحي.

+ ضرورة عرض فيديوهات مختصرة ومعبرة عن أهمية التوعية الصحية ووسائل نصية تذكيرية يومية. (الشرمان، 2008، صفحة 9)

# الإطار التطبيقي للدراسة

عرض البيانات الإحصائية

في هذا الجزء من الإطار التطبيقي للدراسة سنحاول عرض البيانات الإحصائية التي تم جمعها من طرف المبحوثين وذلك حسب التوزيع الآتي :

الجدول (1) : متغير الجنس

| المجموع | النسبة | التكرار |         |
|---------|--------|---------|---------|
| 40,0    | 40,0   | 6       | ذكر     |
| 60,0    | 60,0   | 9       | انثى    |
| 100,0   | 100,0  | 15      | المجموع |

التعليق :

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة 40% من المفردات العينة هي من جنس الذكور فيما بلغ عدد الإناث بنسبة 60% ما يعني استخدام الإناث لشبكة الفيسبوك، ويمكن أن يرجع ميل الكفة إلى الإناث دون الذكور إلى طبيعة المواضيع التي تلبى رغباتهم عبر شبكة الفيسبوك، كذلك راجع أن نسبة استخدام الإناث لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الذكور باعتبار إمكانية استخدامها في كل مكان وكل وقت

الجدول (2) : متغير السن

| المجموع | النسبة | التكرار |               |
|---------|--------|---------|---------------|
| 40,0    | 40,0   | 6       | من 23 إلى 30  |
| 26,7    | 26,7   | 4       | من 31 إلى 35  |
| 33,3    | 33,3   | 5       | من 36 فما فوق |
| 100,0   | 100,0  | 15      | المجموع       |

التعليق:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 40% من مفردات عينة الدراسة تتراوح سنهم ما بين 23 إلى 30 سنة في حين 33.3% من مفردات الدراسة يتراوح سنهم من 36 فما فوق ، ثم تليها نسبة 26.7% من مفردات العينة تمثل الفئة العمرية من 31 إلى 35، ويرجع السبب وراء النسبة الأكبر والتي تمثلت بـ 40% وهي الفئة العمرية ما بين 23 إلى

30 سنة باعتبار أن هؤلاء الأفراد أكثر استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك.

**الجدول (3) يوضح : متغير المستوى التعليمي**

| المجموع | النسبة | التكرار |         |
|---------|--------|---------|---------|
| 26,7    | 26,7   | 4       | ماجستير |
| 73,3    | 73,3   | 11      | دكتوراه |
| 100,0   | 100,0  | 15      | المجموع |

**التعليق :**

توزع أفراد العينة بحسب المستوى التعليمي إلى فئتين رئيسيتين تحتل فيها فئة الدكتوراه المرتبة الأولى بنسبة %73.3 وهذا راجع إلى طبيعة المضامين التي تقدمها شبكة الفيسبوك، باعتبار ان العينة المدروسة كلها تعمل في الجامعة و درستنا تستهدف دكاترة،بينما قدرت نسبة الماجستير ب %26.7 وهذا ما نجده بنسبة قليلة في الجامعة.

**الجدول (4) يوضح : متغير الخبرة المهنية**

| المجموع | النسبة | التكرار |                    |
|---------|--------|---------|--------------------|
| 46,7    | 46,7   | 7       | من سنة الى 5 سنوات |
| 6,7     | 6,7    | 1       | من 5 الى 10 سنوات  |
| 46,7    | 46,7   | 7       | من 10 فما فوق      |
| 100,0   | 100,0  | 15      | المجموع            |

**التعليق:**

إن الخبرة في العمل تكسب الفرد خبرة في أداء مهامه، يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن نسبة %46.7 كلا من فئة من سنة إلى 5 سنوات و من 10 فما فوق من مفردات العينة،هي من تملك خبرة أكثر من 10 سنوات في التعامل،في حين نسبة %6.7 لي فئة من 5 إلى 10 سنوات ومنه نستنتج من خلال نتائج هذا الجدول انه معظم مفردات

العينة تملك خبرة أكثر من 10 سنوات وهذا من تنوع بين موظفين الجدد و القدامى وكل واحد منهم يستفيد من تجربة الآخر.

الجدول(5) يوضح : شبكة الفيسبوك عرفت بشكل واضح طبيعة الفيروس واعراضه حسب متغيرين الجنس و السن

| Total   | السن          |              |              | هل تعتقد شبكة الفيسبوك عرفت بشكل واضح طبيعة الفيروس و اعراضه |       |       |  |
|---------|---------------|--------------|--------------|--|-------|-------|--|
|         | من 36 فما فوق | من 31 الى 35 | من 23 الى 30 | Effectif   | الجنس | نعم   |  |
| 3       | 2             | 0            | 1            | Effectif   | ذكر   | نعم   |  |
| 100,0 % | 66,7%         | 0,0%         | 33,3%        | % dans الجنس   |       |       |  |
| 5       | 0             | 2            | 3            | Effectif   | انثى  | نعم   |  |
| 100,0 % | 0,0%          | 40,0%        | 60,0%        | % dans الجنس   |       |       |  |
| 8       | 2             | 2            | 4            | Effectif   | Total | نعم   |  |
| 100,0 % | 25,0%         | 25,0%        | 50,0%        | % dans الجنس   |       |       |  |
| 1       |               | 1            |              | Effectif   | ذكر   | لا    |  |
| 100,0 % |               | 100,0%       |              | % dans الجنس   |       |       |  |
| 1       |               | 1            |              | Effectif   | Total | لا    |  |
| 100,0 % |               | 100,0%       |              | % dans الجنس   |       |       |  |
| 2       | 1             | 0            | 1            | Effectif   | ذكر   | 3,00  |  |
| 100,0 % | 50,0%         | 0,0%         | 50,0%        | % dans الجنس   |       |       |  |
| 4       | 2             | 1            | 1            | Effectif   | انثى  | 3,00  |  |
| 100,0 % | 50,0%         | 25,0%        | 25,0%        | % dans الجنس   |       |       |  |
| 6       | 3             | 1            | 2            | Effectif   | Total | 3,00  |  |
| 100,0 % | 50,0%         | 16,7%        | 33,3%        | % dans الجنس   |       |       |  |
| 6       | 3             | 1            | 2            | Effectif   | ذكر   | Total |  |

|            |       |       |       |                 |       |  |
|------------|-------|-------|-------|-----------------|-------|--|
| 100,0<br>% | 50,0% | 16,7% | 33,3% | % dans<br>الجنس |       |  |
| 9          | 2     | 3     | 4     | Effectif        | انثى  |  |
| 100,0<br>% | 22,2% | 33,3% | 44,4% | % dans<br>الجنس |       |  |
| 15         | 5     | 4     | 6     | Effectif        | Total |  |
| 100,0<br>% | 33,3% | 26,7% | 40,0% | % dans<br>الجنس |       |  |

**تعليق:**

من خلال بيانات هذا الجدول نلاحظ أن نسبة الذكور الذين أجابوا على السؤال بنعم اكبر نسبة لهم 667% بتكرار 2 مفردة لفئة 36 سنة فما فوق أما اقل نسبة لفئة (31 إلى 35 سنة) منعدمة تماما.

أما نسبة الإناث الذين أجابوا بلا على السؤال هل تعتقد أن شبكة الفايبروك عرفت بشكل واضح طبيعة الفيروس وإعراضه اكبر نسبة لهم 60% بتكرار 3 مفردات لفئة من (23 إلى 30 سنة) وأخيرا اقل نسبة لفئة من (31 إلى 35 سنة) بتكرار 2 مفردة وبالنسبة لنسبة لفئة 36 سنة فما فوق فكانت النسبة منعدمة تماما.

بالنسبة للذكور الذين أجابوا بعض الشيء فكانت النسبة لفئة كل من (23 إلى 30 سنة) وما فوق 36 سنة متساوية بتكرار مفردة واحدة أما بنسبة لفئة (31 إلى 35) فما فوق فكانت منعدمة.

**الجدول (6) يوضح : المدة الزمنية التي يستغرقها الأساتذة في التعرض لمضامين التوعية الصحية ضد فيروس كورونا عبر شبكة الفايبروك**

| المجموع | النسبة | التكرار |                    |
|---------|--------|---------|--------------------|
| 73,3    | 73,3   | 11      | ساعة لا أكثر       |
| 13,3    | 13,3   | 2       | من ساعة إلى ساعتين |
| 6,7     | 6,7    | 1       | اكثر من ساعتين     |
| 100,0   | 100,0  | 15      | المجموع            |

تعليق:

يوضح الجدول السابق المدة الزمنية تستغرقها العينة في التعرض لمضامين التوعية الصحية ضد فيروس كورونا، فجاءت في المركز الأول من ساعة لا أكثر بنسبة 73,3% بتكرار 11 مفردة، وفي المرتبة الثانية من ساعة إلى ساعتين بنسبة 13,3% تكرار 2 مفردة وفي المرتبة الثالثة من أكثر من ساعتين بنسبة 6,7% بتكرار مفردة واحدة، وتشير النتائج السابقة إلى التعرض الكثيف لأفراد العينة لمضامين التوعية عبر شبكة الفايسبوك وهو ما يمكن تفسيره بزيادة الاعتماد على وسائل الإعلام في أزمة كورونا وهذا قد يرجع أنها تقدم لهم الكثير من النصائح.

الجدول (7) يوضح : السرعة في طرح مستجدات أزمة كورونا على الصعيد الصحي عبر الفيسبوك من أسباب اللجوء إليها كمصدر إعلامي حسب متغير الجنس و السن

| Total   | السن          |              |              | -السرعة في طرح مستجدات أزمة كورونا على الصعيد الصحي عبر الفيسبوك من أسباب اللجوء إليها كمصدر إعلامي |       |       |        |
|---------|---------------|--------------|--------------|---|-------|-------|--------|
|         | من 36 فما فوق | من 31 الى 35 | من 23 الى 30 |   |       |       |        |
| 5       | 2             | 1            | 2            | Effectif  | ذكر   | الجنس | نعم    |
| 100,0 % | 40,0 %        | 20,0%        | 40,0%        | % dans الجنس  |       |       |        |
| 6       | 1             | 3            | 2            | Effectif  | انثى  |       |        |
| 100,0 % | 16,7 %        | 50,0%        | 33,3%        | % dans الجنس  |       |       |        |
| 11      | 3             | 4            | 4            | Effectif  | Total |       |        |
| 100,0 % | 27,3 %        | 36,4%        | 36,4%        | % dans الجنس  |       |       |        |
| 1       | 1             |              |              | Effectif  | انثى  | الجنس | لا     |
| 100,0 % | 100,0%        |              |              | % dans الجنس  |       |       |        |
| 1       | 1             |              |              | Effectif  | Total |       |        |
| 100,0 % | 100,0%        |              |              | % dans الجنس  |       |       |        |
| 1       | 1             |              | 0            | Effectif  | ذكر   | الجنس | احيانا |



|            |            |       |        |                 |       |       |       |
|------------|------------|-------|--------|-----------------|-------|-------|-------|
| 100,0<br>% | 100,<br>0% |       | 0,0%   | % dans<br>الجنس |       |       |       |
| 2          | 0          |       | 2      | Effectif        | انثى  |       |       |
| 100,0<br>% | 0,0%       |       | 100,0% | % dans<br>الجنس |       |       |       |
| 3          | 1          |       | 2      | Effectif        | Total |       |       |
| 100,0<br>% | 33,3<br>%  |       | 66,7%  | % dans<br>الجنس |       |       |       |
| 6          | 3          | 1     | 2      | Effectif        | ذكر   | الجنس | Total |
| 100,0<br>% | 50,0<br>%  | 16,7% | 33,3%  | % dans<br>الجنس |       |       |       |
| 9          | 2          | 3     | 4      | Effectif        | انثى  |       |       |
| 100,0<br>% | 22,2<br>%  | 33,3% | 44,4%  | % dans<br>الجنس |       |       |       |
| 15         | 5          | 4     | 6      | Effectif        | Total |       |       |
| 100,0<br>% | 33,3<br>%  | 26,7% | 40,0%  | % dans<br>الجنس |       |       |       |

### التعليق :

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الذكور الذين أجابوا بنعم فكانت النسبة متساوية في كل من فئة من ( 23 إلى 30 سنة ) وما فوق 36 سنة بتكرار 2 مفردة، أما أقل نسبة فكانت لفئة من (31 إلى 35 سنة) بنسبة 20% بتكرار مفردة واحدة، بالنسبة للإناث الذين أجابوا بنعم فكانت أكبر نسبة لفئة من 31 إلى 35 سنة بنسبة 50% بتكرار مفردة، و بالنسبة لفئة (من 23 إلى 30 سنة) فكانت 3331 بتكرار 2 مفردة ، أقل نسبة فكانت لفئة 36 فما فوق بنسبة 176% بتكرار مفردة واحدة، بالنسبة للذين أجابوا بلا فكانت نسبة الذكور والإناث في كل (من سنة 23 إلى 30 سنة) ومن (31 سنة إلى 35) سنة منعدمة تماما أما لفئة من 36 ما فوق فكانت نسبة 100% بتكرار مفردة واحدة، بالنسبة للذين أجابوا أحيانا فكانت نسبة الذكور لفئة من (23 إلى 30 سنة) ومن (31 إلى 35 سنة) منعدمة أما بالنسبة لفئة 36 سنة فما فوق فكانت نسبة 100% بتكرار مفردة واحدة

بالنسبة للإناث الذين أجابوا أحيانا فكانت أعلى نسبة لفئة من 23 إلى 30 سنة فكانت بنسبة 100% بتكرار مفردة واحدة أما بالنسبة لفئة من (31 إلى 35 سنة) وما فوق 35 سنة فكانت بنسبة منعدمة.

**الجدول (8) يوضح : توثيق مستجدات أزمة كورونا بالصور و الفيديوهات عبر الفيسبوك ساهم في تغيير السلوك الوقائي**

| المجموع | النسبة | التكرار |         |
|---------|--------|---------|---------|
| 40,0    | 40,0   | 6       | نعم     |
| 60,0    | 60,0   | 9       | أحيانا  |
| 100,0   | 100,0  | 15      | المجموع |

**التعليق :**

يوضح الجدول السابق توثيق مستجدات أزمة كورونا بالصور والفيديوهات عبر الفيسبوك ساهم تغيير السلوك الوقائي من وجهة نظر العينة وجاء في المرتبة الأولى أحيانا بنسبة 60% بتكرار 6 مفردات، وفي المرتبة الثانية نعم بنسبة 40% بتكرار 9 مفردات، وتعكس النتائج السابقة إن غالبية أفراد العينة يرون توثيق مستجدات كورونا بالصور والفيديوهات عبر الفيسبوك ساهم في تغيير السلوك الوقائي لديهم من خلال الرسومات المقدمة لهم في الاحتياطات التي يجب اتخاذها ولإجراءات والتدابير التي يتبعونها فالصورة اقرب للتعبير لديهم.

**الجدول (9) يوضح: البرامج الصحية المقدمة حول فيروس كورونا مفيدة بالنسبة للأساتذة**

| المجموع | النسبة | التكرار |         |
|---------|--------|---------|---------|
| 33,3    | 33,3   | 5       | دائما   |
| 66,7    | 66,7   | 10      | احيانا  |
| 100,0   | 100,0  | 15      | المجموع |

التعليق :

يوضح الجدول السابق اعتقاد أن البرامج الصحية المقدمة حول فيروس كورونا مفيدة من وجهة نظر العينة وجاء في المرتبة الأولى أحيانا بنسبة %66,7 بتكرار 10 مفردات أما في المرتبة الثانية دائما بنسبة %33,3 بتكرار 5 مفردات، وتشير النتائج السابقة إن غالبية أفراد العينة يرون أن البرامج الصحية المقدمة حول فيروس كورونا ليست مفيدة بالقدر الكافي وإن دل هذا فإنه يدل على أن الأفراد لم تقدم لهم البرامج الصحية معلومات ونصائح كافية لإتباعها وتبنيها.

الجدول (10) يوضح : مدى متابعة المبحوثين للنصائح و التعليمات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للوقاية من فيروس كورونا

| المجموع | النسبة | التكرار |         |
|---------|--------|---------|---------|
| 40,0    | 40,0   | 6       | دائما   |
| 20,0    | 20,0   | 3       | نادرا   |
| 40,0    | 40,0   | 6       | أحيانا  |
| 100,0   | 100,0  | 15      | المجموع |

التعليق:

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أفراد العينة الذين أجابوا عن اللوقاية من فيروس كورونا هل يتبعوا النصائح المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت الإجابة ب نعم بنسبة %40 بتكرار 6 مفردات، أما الإجابة ب لا فكانت بنسبة %20 بتكرار 3 مفردات وأخيرا ب أحيانا بنسبة %40 بتكرار 6 مفردات، بمعنى تساوي بين نعم وأحيانا في مفردات العينة ، وهذا يبين أن أغلبية يتبعون النصائح و الإرشادات المقدمة لهم من شبكات التواصل الاجتماعي وأنهم يهتمون بالنشاط الصحي و التوعية الصحية المقدمة لهم، و إدراكهم لأهمية اللوقاية من فيروس كورونا المستجد.

الجدول (11) يوضح : متابعة المبحوثين للنصائح و التعليمات الوقائية حسب متغيرين  
المستوى التعليمي و الجنس

| Total   | السن          |              |              | هل متابعتك للنصائح و التعليمات الوقائية تمثلت في |         |                   |                                |
|---------|---------------|--------------|--------------|--|---------|-------------------|--------------------------------|
|         | من 36 فما فوق | من 31 الى 35 | من 23 الى 30 |  |         |                   |                                |
| 1       |               |              | 1            | Effectif   | دكتوراه | المستوى_ال تعليمي | التعرض و المتابعة فقط          |
| 100,0 % |               |              | 100,0%       | % dans المستوى_التعليمي                          |         |                   |                                |
| 1       |               |              | 1            | Effectif   | Total   |                   |                                |
| 100,0 % |               |              | 100,0%       | % dans المستوى_التعليمي                          |         |                   |                                |
| 4       | 0             | 1            | 3            | Effectif   | ماجستير | المستوى_ال تعليمي | تبني سلوكيات وقائية            |
| 100,0 % | 0,0%          | 25,0 %       | 75,0%        | % dans المستوى_التعليمي                          |         |                   |                                |
| 8       | 4             | 2            | 2            | Effectif   | دكتوراه |                   |                                |
| 100,0 % | 50,0 %        | 25,0 %       | 25,0%        | % dans المستوى_التعليمي                          |         |                   |                                |
| 12      | 4             | 3            | 5            | Effectif   | Total   |                   |                                |
| 100,0 % | 33,3 %        | 25,0 %       | 41,7%        | % dans المستوى_التعليمي                          |         |                   |                                |
| 2       | 1             | 1            |              | Effectif   | دكتوراه | المستوى_ال تعليمي | نقل المعلومات الوقائية للاخرين |
| 100,0 % | 50,0 %        | 50,0 %       |              | % dans المستوى_التعليمي                          |         |                   |                                |
| 2       | 1             | 1            |              | Effectif   | Total   |                   |                                |
| 100,0 % | 50,0 %        | 50,0 %       |              | % dans المستوى_التعليمي                          |         |                   |                                |
| 4       | 0             | 1            | 3            | Effectif   | ماجستير | المستوى_ال تعليمي | Total                          |
| 100,0 % | 0,0%          | 25,0 %       | 75,0%        | % dans المستوى_التعليمي                          |         |                   |                                |
| 11      | 5             | 3            | 3            | Effectif   | دكتوراه |                   |                                |
| 100,0 % | 45,5 %        | 27,3 %       | 27,3%        | % dans المستوى_التعليمي                          |         |                   |                                |

|       |      |      |       |                  |       |
|-------|------|------|-------|------------------|-------|
| 15    | 5    | 4    | 6     | Effectif         | Total |
| 100,0 | 33,3 | 26,7 | 40,0% | % dans           |       |
| %     | %    | %    |       | المستوى_التعليمي |       |

**التعليق:**

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المبحوثين الذين أجابوا على السؤال التعرض والمتابعة فقط كانوا من فئة المستوى التعليمي دكتوراه كأكبر نسبة 100% بتكرار مفردة مابين (23 إلى 30 سنة) أما اقل نسبة فكانت منعدمة في فئة 36 سنة فما فوق، بالنسبة الذين أجابوا على سؤال تبني سلوكيات وقائية كانوا من مستوى التعليمي ماجستير فكانت اكبر نسبة لهم 75% لفئة من 23 إلى 30 سنة بتكرار 3 مفردات أما اقل نسبة فكانت لفئة من 31 إلى 35 سنة بنسبة 25% بتكرار مفردة واحدة ، بالنسبة لفئة فما فوق 36 سنة فكانت منعدمة تماما.

بالنسبة للمستوى التعليمي دكتوراه فكانت اكبر نسبة لفئة 36 سنة فما فوق بنسبة 455% بتكرار 5 مفردات أما بالنسبة لفئة من (23 إلى 30 سنة) ومن (31 سنة إلى 35 سنة) فكانت النسبة متساوية بنسبة 273% بتكرار 3 مفردات.

**الجدول (12) يوضح : مدى حجم المعلومات الصحية و الوقائية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ضد فيروس كورونا**

| المجموع | النسبة | التكرار |         |
|---------|--------|---------|---------|
| 60,0    | 60,0   | 9       | مكثفة   |
| 40,0    | 40,0   | 6       | متوسطة  |
| 100,0   | 100,0  | 15      | المجموع |

**التعليق:**

يوضح الجدول السابق حجم المعلومات الصحية والوقائية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي ضد فيروس كورونا من وجهة نظر العينة جاء في المرتبة الأولى مكثفة بنسبة 60% بتكرار 9 مفردات أما في المرتبة الثانية متوسطة بنسبة 40% بتكرار 6 مفردات، وتشير النتائج السابقة أن أكثر من نصف العينة يرون أن حجم المعلومات الصحية

والوقائية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي كانت كافية بالقدر الكبير من خلال تقديم معلومات كثيفة حول هذا الفيروس وكيفية وطرق الوقائية لتفاديه، وتقديم نصائح وتوجيهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتكوين سلوكيات صحية لديهم.

**الجدول (13) يوضح : مدى وعي المبحوثين بفيروس كورونا و طرق الوقاية منه**

| المجموع | النسبة | تكرار |                         |
|---------|--------|-------|-------------------------|
| 53,3    | 53,3   | 8     | لدي وعي كامل            |
| 20,0    | 20,0   | 3     | لدي نقص المعلومات       |
| 26,7    | 26,7   | 4     | تعرض للكثير من الشائعات |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع                 |

**التعليق:**

يوضح الجدول السابق مدى وعيك بفيروس كورونا وطرق الوقاية منه من وجهة نظرهم وجاء في المرتبة الأولى لدي وعي كامل بنسبة 53,3% بتكرار 8 مفردات، وفي المرتبة الثانية تعرض للكثير من الشائعات بنسبة 26,7 % بتكرار 4 مفردات، وفي المرتبة الثالثة لدي نقص في المعلومات بنسبة 20% بتكرار 3 مفردات، وتعكس النتائج السابقة أن غالبية أفراد العينة يرون أن لديهم وعي كامل بكل ما يتعلق بفيروس كورونا المستجد ويرجع ذلك لكثافة جهود التوعية الصحية سواء التي تبث في الإعلام الجديد أو التقليدي.

**الجدول (14) يوضح: استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي**

| المجموع | النسبة | تكرار |         |
|---------|--------|-------|---------|
| 53,3    | 53,3   | 8     | دائما   |
| 33,3    | 33,3   | 5     | أحيانا  |
| 13,3    | 13,3   | 2     | نادرا   |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع |

## التعليق:

يوضح الجدول السابق هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر العينة جاء في المرتبة الأولى دائما بنسبة %53,3 بتكرار 8 مفردات وفي المرتبة الثانية أحيانا بنسبة %33,3 بتكرار 5 مفردات وفي المرتبة الثالثة بنسبة %13,3 بتكرار 2 مفردات، وتشير النتائج أن أكثر نصف العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وذلك راجع إلى سهولة استخدامها وتواجدها في كل مكان وزمان، و تقدم بشكل أسرع على عكس الوسائل التقليدية.

الجدول (15) يوضح : مدى رضا المبحوثين بالمواضيع الصحية المنشورة عبر شبكة الفيسبوك حول فيروس كورونا

| المجموع | النسبة | تكرار |         |
|---------|--------|-------|---------|
| 20,0    | 20,0   | 3     | دائما   |
| 20,0    | 20,0   | 3     | نادرا   |
| 60,0    | 60,0   | 9     | أحيانا  |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع |

## التعليق:

يوضح الجدول السابقة إرضاء أفراد العينة عن المواضيع الصحية المنشورة عبر الفيسبوك حول فيروس كورونا حيث جاءت أحيانا في المرتبة الأولى بنسبة %60 بتكرار 9 مفردات وجاءت كل من دائما ونادرا متساوية بنسبة %20 بتكرار 3 مفردات، وتشير النتائج إلى أن أفراد العينة على رضا بالمواضيع الصحية المنشورة عبر الفيسبوك من خلال متابعتهم لها ولكل تفاصيلها صغيرة كانت أو كبيرة.

الجدول (16) يوضح : مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في خلق التوعية الجيدة لدى المبحوثين حسب متغير الجنس و السن

| Total  | السن          |              |              | كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في خلق التوعية الصحية الجيدة لديك |       |       |                              |
|--------|---------------|--------------|--------------|---|-------|-------|------------------------------|
|        | من 36 فما فوق | من 31 الى 35 | من 23 الى 30 |   |       |       |                              |
| 1      |               |              | 1            | Effectif  | ذكر   | الجنس | اتساع الإجراءات الوقائية     |
| 100,0% |               |              | 100,0%       | % dans الجنس  |       |       |                              |
| 1      |               |              | 1            | Effectif  | انثى  |       |                              |
| 100,0% |               |              | 100,0%       | % dans الجنس  |       |       |                              |
| 2      |               |              | 2            | Effectif  | Total |       |                              |
| 100,0% |               |              | 100,0%       | % dans الجنس  |       |       |                              |
| 2      | 1             | 1            | 0            | Effectif  | ذكر   | الجنس | الإدراك بمدى خطورة الفيروس   |
| 100,0% | 50,0%         | 50,0%        | 0,0%         | % dans الجنس  |       |       |                              |
| 5      | 1             | 2            | 2            | Effectif  | انثى  |       |                              |
| 100,0% | 20,0%         | 40,0%        | 40,0%        | % dans الجنس  |       |       |                              |
| 7      | 2             | 3            | 2            | Effectif  | Total |       |                              |
| 100,0% | 28,6%         | 42,9%        | 28,6%        | % dans الجنس  |       |       |                              |
| 2      | 2             |              | 0            | Effectif  | ذكر   | الجنس | المعرفة الصحية اتجاه الفيروس |
| 100,0% | 100,0%        |              | 0,0%         | % dans الجنس  |       |       |                              |
| 2      | 1             |              | 1            | Effectif  | انثى  |       |                              |
| 100,0% | 50,0%         |              | 50,0%        | % dans الجنس  |       |       |                              |
| 4      | 3             |              | 1            | Effectif  | Total |       |                              |
| 100,0% | 75,0%         |              | 25,0%        | % dans الجنس  |       |       |                              |
| 1      |               | 0            | 1            | Effectif  | ذكر   | الجنس | تعزيز الثقافة                |
| 100,0% |               | 0,0%         | 100,0%       | % dans  |       |       |                              |



|        |       |        |       |                 | الجنس |       | الصحية |
|--------|-------|--------|-------|-----------------|-------|-------|--------|
| 1      |       | 1      | 0     | Effectif        | انثى  |       |        |
| 100,0% |       | 100,0% | 0,0%  | % dans<br>الجنس |       |       |        |
| 2      |       | 1      | 1     | Effectif        | Total |       |        |
| 100,0% |       | 50,0%  | 50,0% | % dans<br>الجنس |       |       |        |
| 6      | 3     | 1      | 2     | Effectif        | ذكر   | الجنس | Total  |
| 100,0% | 50,0% | 16,7%  | 33,3% | % dans<br>الجنس |       |       |        |
| 9      | 2     | 3      | 4     | Effectif        | انثى  |       |        |
| 100,0% | 22,2% | 33,3%  | 44,4% | % dans<br>الجنس |       |       |        |
| 15     | 5     | 4      | 6     | Effectif        | Total |       |        |
| 100,0% | 33,3% | 26,7%  | 40,0% | % dans<br>الجنس |       |       |        |

### التعليق:

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الذكور الذين أجابوا على اتساع سؤال اتساع الإجراءات الوقائية بنسبة 100% بتكرار مفردة واحدة لفئة من 23 سنة إلى 30 سنة، بالنسبة للإناث فكانت أكبر نسبة لفئة من 23 سنة إلى 30 سنة بنسبة 100% بتكرار مفردة واحدة.

أما بالنسبة لفئة من 31 سنة إلى 35 سنة وسنة 36 فما فوق لكل من الإناث والذكور للخيار اتساع الإجراءات الوقائية فكانت النسبة منعدمة في كليهما، بالنسبة للذكور الذين أجابوا على خيار الإدراك بمدى خطورة الفيروس فكانت بنسبة متساوية في كل من فئة من ( 31 إلى 35 سنة) وما فوق 36 سنة بنسبة 50% بتكرار مفردة واحدة، بالنسبة لفئة من (23 سنة إلى 30 سنة) فكانت منعدمة تماما، بالنسبة للإناث فكانت نسبة متساوية في كل من فئة ( 23 سنة إلى 30 سنة ) ومن ( 31 سنة إلى 35 سنة ) بنسبة 40 بتكرار مفردة واحدة أما اقل نسبة فكانت 20 لفئة 36 سنة فما فوق بتكرار مفردة واحدة، بالنسبة للذكور الذين أجابوا على المعرفة الصحية اتجاه الفيروس فكانت أكبر نسبة 100% لفئة 36 سنة

فما فوق بتكرار 2 مفردة، بالنسبة لفئة من ( 23 سنة إلى 30 سنة ) فكانت منعدمة تماما، بالنسبة للذكور الذين أجابوا على تعزيز الثقافة الصحية فكانت أعلى نسبة 100% لفئة من (23 سنة إلى 30 سنة )بتكرار مفردة واحدة ومنعدمة في فئة من ( 23 سنة إلى 35 )، أما بالنسبة للإناث الذين أجابوا على الثقافة الصحية فكانت أعلى نسبة 100% لفئة من (30 سنة إلى 35 ) بتكرار مفردة واحدة ومنعدمة تماما في فئة من ( 23 سنة إلى 30 سنة).

**الجدول (17) يوضح : رأي المبحوثين في الصفحات المتعلقة بالصحة عبر مواقع التواصل**

| المجموع | النسبة | تكرار |          |
|---------|--------|-------|----------|
| 73,3    | 73,3   | 11    | جادة     |
| 26,7    | 26,7   | 4     | غير جادة |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع  |

**التعليق :**

يوضح الجدول رأي المبحوثين في الصفحات المتعلقة بالصحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن 11 مفردة أجابت بأنها جادة بنسبة 73,3% و 4 مفردات أجابوا بأنها غير جادة بنسبة 26,7%، وهما يسلم بفائدة المواضيع أو بالأحرى التوعية الصحية عبر الصفحات المتخصصة في المواضيع الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما يقارب نسبته 73% وهذا راجع إلى أنية الطرح وحساسية المواضيع بما يحسس أو يثقف المتلقي صحيا وان المنشور من صفحات المتخصصة قد تكون امتدادا لمؤسسات ذات مصداقية تقنع المتابع لها بما تقدمه بغض النظر عن تحفظه فهي تدعم ثقافته الصحية ووعيه الصحي.

**الجدول (18) يوضح : تقييم التوعية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي**

| المجموع | النسبة | تكرار |         |
|---------|--------|-------|---------|
| 33,3    | 33,3   | 5     | جيدة    |
| 66,7    | 66,7   | 10    | عادية   |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع |

التعليق:

جدول يوضح تقييم التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين حيث 10 مفردات أجابوا بأنها عادية بنسبة %66,7، و5 مفردات أجابوا ب جيدة بنسبة %33,3 حيث ينظر غالبية المبحوثين بنسبة فاقت %66 في تقييمهم للتوعية الصحية على أنها عادية، ويعكس تنوع أساليب التوعية الصحية لدى المبحوثين دون مواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها كوسائل الإعلام المختلفة أو الحملات الصحية دون الاعتماد بشكل كلي على مواقع التواصل الاجتماعي وتصنيفها بالعادية.

الجدول(19) يوضح : مدى مراعاة المواضيع الصحية ضد فيروس كورونا

حيث كان التساؤل متعدد الاختيارات :

| مقنعة   |        |       |     |
|---------|--------|-------|-----|
| المجموع | النسبة | تكرار |     |
| 40,0    | 40,0   | 6     | نعم |
| 13,3    | 13,3   | 2     | لا  |

التعليق :

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه انه هناك مجموعة من أفراد العينة اختاروا الإجابة مقنعة ، وكانت بنسبة % 40 بتكرار 6 مفردات ، أما الإجابة ب لا فكانت بنسبة % 13,3 بتكرار 3 مفردات ، وتعكس النتائج السابقة أن غالبية أفراد العينة يرون أن المواضيع الصحية ضد فيروس كورونا كانت مقنعة من خلال المضامين و المنشورات المتداولة عبر شبكة الفيسبوك.

| غير_مقنعة |        |       |     |
|-----------|--------|-------|-----|
| المجموع   | النسبة | تكرار |     |
| 6,7       | 6,7    | 1     | نعم |
| 20,0      | 20,0   | 3     | لا  |

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة اختاروا الإجابة غير مقنعة بنعم بنسبة % 6,7 بتكرار 1 مفردة في حين الذين أجابوا ب لا بنسبة % 20 بتكرار 3، يعني أن المواضيع عبر شبكة الفيسبوك نحو التوعية كانت لأغلبية أفراد العينة مقنعة من خلال المواضيع الصحية التي تطرح على شبكات التواصل و بالخصوص شبكة الفيسبوك.

| هادفة   |        |       |     |
|---------|--------|-------|-----|
| المجموع | النسبة | تكرار |     |
| 6,7     | 6,7    | 1     | نعم |
| 6,7     | 6,7    | 1     | لا  |

التعليق :

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة أفراد العينة الذين اختاروا الإجابة هادفة بنعم و لا كانت متساوية بنسبة % 6,7 وتكرار 1 مفردة ، مما يعني أن المواضيع الصحية المنشورة عبر شبكة الفيسبوك كانت بالنسبة للبعض هادفة و للبعض الآخر غير هادفة ، بمعنى أن المضامين الصحية لم يكن لها هدف واضح تسعى إليه من خلال تأثيرها على الفرد.

| عادية   |        |       |     |
|---------|--------|-------|-----|
| المجموع | النسبة | تكرار |     |
| 6,7     | 6,7    | 1     | نعم |
| 13,3    | 13,3   | 2     | لا  |

التعليق :

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة الذين اختاروا الإجابة بنعم بالنسبة لعادية بنسبة % 6.7 بتكرار مفردة واحدة أما بالنسبة للذين أجابوا بلا فكانت بنسبة % 13,3 بتكرار 2 مفردة وهذا يعني أن معظم أفراد العينة كانت المواضيع الصحية

بالنسبة لهم عادية مما يعني المضامين الصحية ضد فيروس كورونا كانت مواضيع عادية يعني بمعنى ليس لها تأثير كبير على الفرد وسلوكياته

الجدول (20) يوضح : مواضيع التوعية الصحية ضد فيروس كورونا

| المجموع | النسبة | تكرار |                 |
|---------|--------|-------|-----------------|
| 13,3    | 13,3   | 2     | 00              |
| 26,7    | 26,7   | 4     | كثافة المواضيع  |
| 60,0    | 60,0   | 9     | التنوع المواضيع |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع         |

التعليق:

يوضح الجدول السابق مواضيع التوعية الصحية التي تنشر عبر شبكة الفايسبوك من وجهة نظر العينة جاء في المرتبة الأولى التنوع في المواضيع بنسبة 60% بتكرار 9 مفردات أما في المرتبة الثانية كثافة المواضيع بنسبة 26,7% بتكرار 4 مفردات، وتعكس النتائج السابقة أن غالبية أفراد العينة يرون انه هناك تنوع في المواضيع التوعية الصحية عبر شبكة الفايسبوك، ضد فيروس كورونا ،في حين لم يختار في فرد من العينة اختيار غموض المواضيع ، مما يعني أن شبكة الفايسبوك تطرح مواضيع متنوعة ومتعددة المضامين للفرد لتوعيته ضد فيروس كورونا ، وهذا ما أدى إلى كثرة جمهورها.

الجدول(21) يوضح : ترتيب الاهتمامات بالمواضيع الصحية

| خطورة_الموضوع |        |       |         |
|---------------|--------|-------|---------|
| المجموع       | النسبة | تكرار |         |
| 53,3          | 53,3   | 8     | 1       |
| 13,3          | 13,3   | 2     | 2       |
| 26,7          | 26,7   | 4     | 3       |
| 6,7           | 6,7    | 1     | 4       |
| 100,0         | 100,0  | 15    | المجموع |

التعليق :

حيث نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة الذين اختاروا خطورة الموضوع فكانت في المرتبة الأولى بنسبة 53,3% بتكرار 8 مفردات، أما في المرتبة الثانية بنسبة 13,3% بتكرار 2 ، والذين اختاروها في المرتبة الثالثة بنسبة 26,7% بتكرار 4 ، وفي المرتبة الأخيرة بنسبة 6,7% بتكرار 1 مفردة .

| سعة انتشار_الموضوع |        |       |         |
|--------------------|--------|-------|---------|
| المجموع            | النسبة | تكرار |         |
| 13,3               | 13,3   | 2     | ,00     |
| 6,7                | 6,7    | 1     | 1,00    |
| 33,3               | 33,3   | 5     | 2,00    |
| 13,3               | 13,3   | 2     | 3,00    |
| 33,3               | 33,3   | 5     | 4,00    |
| 100,0              | 100,0  | 15    | المجموع |

التعليق :

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أفراد العينة الذين اختاروا سعة انتشار الموضوع في المرتبة الأولى بنسبة 6,7% بتكرار مفردة 1 ، أما المرتبة الثانية فكانت بنسبة 33,3% بتكرار 5 مفردات ، وفي المرتبة الثالثة بنسبة 13,3% بتكرار 2 مفردة ، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 33,3% بتكرار 5 مفردات.

| حدائة_الموضوع |        |       |       |
|---------------|--------|-------|-------|
| المجموع       | النسبة | تكرار |       |
| 13,3          | 13,3   | 2     | ,001  |
| 20,0          | 20,0   | 3     | 2,00  |
| 26,7          | 26,7   | 4     | 3,00  |
| 40,0          | 40,0   | 6     | 4,00  |
| 100,0         | 100,0  | 15    | Total |

التعليق:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أفراد العينة الذين اختاروا حداثة الموضوع في المرتبة الأولى بنسبة 13,3% بتكرار 2 مفردة ، أما المرتبة الثانية بنسبة 20% بتكرار 3 مفردات ، و في المرتبة الثالثة بنسبة 26,7% بتكرار 4 مفردات و المرتبة الأخيرة و الرابعة بنسبة 40% بتكرار 6 مفردات، وتعكس النتائج السابقة أن أغلبية أفراد العينة يرون أن اهتماماتهم بالمواضيع الصحية تمثلت في خطورة الموضوع ، أي مدى خطورة الفيروس كورونا المستجد، و ذلك بسبب تأثيره على صحة الفرد.

الجدول (22) يوضح : مدى مساهمة شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا في الجزائر

| المجموع | النسبة | تكرار |         |
|---------|--------|-------|---------|
| 53,3    | 53,3   | 8     | ناجح    |
| 46,7    | 46,7   | 7     | عادي    |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع |

التعليق :

من خلال هذا الجدول الذي يوضح أن شبكة الفيسبوك ساهمت في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا في الجزائر ، حيث كانت ناجح بنسبة 35,3% بتكرار 8 مفردات،بالنسبة ل عادي فكانت بنسبة 46,7% بتكرار 7 مفردات،مما يعني أن شبكة الفيسبوك ساهمت بشكل فعلي في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا من خلال ما تطرحه من نصائح و توجيهات وإرشادات حول هذا المرض وخطورته والتجارب السابقة للأشخاص الذين أصابهم الفيروس.

الجدول (23) يوضح : مشاركة المبحوثين اهتماماتهم بالمواضيع الصحية

| المجموع | النسبة | تكرار |         |
|---------|--------|-------|---------|
| 33,3    | 33,3   | 5     | أصدقائك |
| 66,7    | 66,7   | 10    | عائلتك  |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع |

## التعليق:

يوضح الجدول السابق مشاركة المواضيع الصحية من خلال وجهة نظر أفراد العينة حيث جاء في المرتبة الأولى المشاركة مع العائلة بنسبة %66,6 بتكرار 10 مفردات أما في المرتبة الثانية فجاء المشاركة مع الأصدقاء بنسبة %33,3 بتكرار 5 مفردات، ونلاحظ هنا حسب المعطيات التي لدينا أن المبحوثين يتشاركون اهتمامهم في ما يخص المواضيع الصحية التوعوية مع عائلاتهم بدرجة أولى ولا تقل فيها أهمية عن محيط الأصدقاء.

الجدول (24) يوضح : مدى تأثير شبكة الفيسبوك على واقع الأساتذة من خلال المضامين الصحية

| المجموع | النسبة | تكرار |                   |
|---------|--------|-------|-------------------|
| 6,7     | 6,7    | 1     | التجربة           |
| 86,7    | 86,7   | 13    | اخذ<br>الاحتياطات |
| 6,7     | 6,7    | 1     | التحذير           |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع           |

## التعليق:

حيث جاءت اخذ الاحتياطات في المرتبة الأولى بنسبة %86,7 بتكرار 13 مفردة ، وجاءت في المرتبة الثانية كل من التجربة و التحذير بنسبة متساوية بنسبة %6,7 بتكرار 1 مفردة ، ومن خلال النتائج السابقة أن أكثر من نصف أفراد العينة أثرت عليهم شبكة الفيسبوك من خلال تبني الاحتياطات اللازمة و التدابير الوقائية، كما يعكس هذا درجة وعي المبحوثين من خلال النسبة الموضحة والتي تعدت النصف وهذا بأخذ الاحتياطات تطبيقاً للإرشادات والتعليمات الصحية التوعوية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي ضمن مواضيعها المنشورة.



الجدول (25) يوضح : جهود شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا في الجزائر

| المجموع | النسبة | تكرار |  |
|---------|--------|-------|--|
| 46,7    | 46,7   | 7     | الحرص على نشر المعلومات عن أماكن انتشار الفيروس        |
| 13,3    | 13,3   | 2     | الرد الفوري على الشائعات                               |
| 40,0    | 40,0   | 6     | توضيح الآثار النفسية و الاقتصادية في تفشي فيروس كورونا |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع  |

التعليق:

يوضح جهود شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا في الجزائر من وجهة نظر العينة وجاء في المرتبة الأولى الحرص على نشر المعلومات عن أماكن انتشار فيروس كورونا بنسبة 46,7% وفي المرتبة الثانية توضيح الآثار النفسية والاقتصادية في تفشي فيروس كورونا بنسبة 40% وفي المرتبة الثالثة الرد الفوري على الشائعات بنسبة 13,3%، وتشير النتائج السابقة إلى تصدر الحرص على نشر المعلومات عن أماكن انتشار الفيروس وقد يرجع ذلك إلى أن اهتمامات واستراتيجيات جهود التوعية كانت أكثر فعالية.

الجدول (26) يوضح : سلبات التوعية الإعلامية لفيروس كورونا

| المجموع | النسبة | تكرار |  |
|---------|--------|-------|--|
| 46,7    | 46,7   | 7     | لم تكن هناك جهة تجيب على الاستفسارات               |
| 13,3    | 13,3   | 2     | لم يكن هناك رد فوري على الشائعات المتعلقة بالفيروس |
| 40,0    | 40,0   | 6     | كانت جهود متفرقة وغير منتظمة                       |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع  |

## التعليق:

يوضح الجدول السابق سلبيات التوعية الإعلامية لفيروس كورونا المستجد من وجهة نظر العينة جاءت في المرتبة الأولى لم تكن هناك جهة تجيب على الاستفسارات بنسبة 46,7% وفي المرتبة الثانية كانت جهود متفرقة وغي منتظمة بنسبة 40% وفي المرتبة الثالثة لم تكن هناك رد فوري على الشائعات المتعلقة بالفيروس بنسبة 13,3%، وتشير النتائج إلى أن أهم السلبيات تمثلت في لم تكن هناك جهة تجيب على الاستفسارات ويرجع ذلك إلى أن الهدف الرئيسي لسلبيات التوعية الإعلامية انصبت على نشر المعلومات دون إعطاء فرصة لتلقي رسائل واستفسارات المواطنين والإجابة عليها وهو ما يعد إهدار لأهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح التفاعلية بين المرسل والمتلقي خاصة في ظل جائحة فيروس كورونا.

الجدول (27) يوضح : شبكة الفيسبوك عملت كبديل إعلامي أكثر تأثيرا بالقنوات التلفزيونية في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا في الجزائر

| المجموع | النسبة | تكرار |         |
|---------|--------|-------|---------|
| 66,7    | 66,7   | 10    | نعم     |
| 33,3    | 33,3   | 5     | لا      |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع |

## التعليق:

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين أن شبكة الفيسبوك عملت كبديل إعلامي أكثر تأثيرا مقارنة بالقنوات التلفزيونية في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا في الجزائر، فكانت نسبة الذين أجابوا ب نعم 66,7% بتكرار 10 مفردات، أما بالنسبة لأفراد العينة الذين أجابوا ب لا بنسبة 33,3% بتكرار 5 مفردات، وتعكس النتائج السابقة أن معظم أفراد العينة يرون أن شبكة الفيسبوك عملت كبديل إعلامي مقارنة بالقنوات التلفزيونية في التوعية الصحية، وهذا راجع إلى أن الفيسبوك أصبح مصدر إعلامي أولي يلجأ إليه الأفراد في متابعة الأخبار، في حين الذين أجابوا برروا إجابتهم، فكانت اكبر نسبة للإجابة انه يقول بنقل المعلومات والبيانات وتقدر النسبة ب93,3%، وذلك لسهولة الوصول إليه.

الجدول (28) يوضح : المقترحات التوعوية لمواجهة فيروس كورونا المستجد

| المجموع | النسبة | تكرار |   |
|---------|--------|-------|---|
| 33,3    | 33,3   | 5     | تخصيص حساب رسمي لنشر كل ما يتعلق بتطور الفيروس                              |
| 40,0    | 40,0   | 6     | الاعتماد على أطباء و متخصصين لنشر المعلومات دقيقة حول الفيروس               |
| 26,7    | 26,7   | 4     | و التركيز على خطورة عدم إتباع تعليمات التباعد الاجتماعي و الإجراءات الوقاية |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع   |

التعليق :

يوضح الجدول أعلاه مقترحات التوعية لمواجهة فيروس كورونا المستجد جاءت في المقدمة الاعتماد على أطباء ومتخصصين لنشر المعلومات دقيقة حول الفيروس بنسبة 30,3% بتكرار 5 مفردات، وفي المرتبة الثانية تخصيص حساب رسمي لنشر كل ما يتعلق بتطور الفيروس بنسبة 40% بتكرار 6 مفردات، و أخيرا وفي المرتبة الثالثة التركيز على خطورة عدم إتباع التباعد الاجتماعي والإجراءات الوقائية بنسبة 26,7% بتكرار 4 مفردات،

الجدول(29) يوضح : أساليب توعية الجمهور ضد فيروس كورونا

| المجموع | النسبة | تكرار |   |
|---------|--------|-------|---|
| 33,3    | 33,3   | 5     | القيام بحملات الالكترونية لتوعية بمخاطر المرض             |
| 40,0    | 40,0   | 6     | نشر آخر مستجدات عبر الصفحات حول المرض و طرق الوقاية منه   |
| 26,7    | 26,7   | 4     | يعبروا من خلاله الأفراد تجربتهم مع فيروس كورونا و أعراضها |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع   |

التعليق:

نلاحظ من الجدول أعلاه أن مفردات العينة يرون أنه من أجل التوعية ضد فيروس كورونا يجب القيام بحملات الالكترونية لتوعية بمخاطر المرض حيث كانت نسبتها ب 33,3% بتكرار 5 مفردات، وتليها نشر آخر الأخبار عبر الصفحات حول المرض ز طرق الوقاية منه بنسبة 40% بتكرار 6 مفردات ، وأخيرا في المرتبة الثالثة يرون انه يعبروا من خلاله الأفراد تجربتهم مع الفيروس كورونا وأعراضه بنسبة 26,7% بتكرار 4 مفردات.

الجدول (30) يوضح : مساهمة شبكة الفيسبوك في تنمية الوعي حول فيروس كورونا

| المجموع | النسبة | تكرار |                               |
|---------|--------|-------|-------------------------------|
| 33,3    | 33,3   | 5     | جودة المعلومات                |
| 20,0    | 20,0   | 3     | الحصول على نتائج              |
| 46,7    | 46,7   | 7     | طرح الأسئلة و تجارب حول المرض |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع                       |

التعليق :

يوضح الجدول التالي مساهمة شبكة الفيسبوك في تنمية الوعي الصحي حول فيروس كورونا من خلال أفراد العينة حيث جاءت طرح الأسئلة والتجارب حول هذا المرض في المرتبة الأولى بنسبة 46,7% بتكرار 7 مفردات وفي المرتبة الثانية جودة المعلومات بنسبة 33,3% بتكرار 5 مفردات وفي المرتبة الثالثة الحصول على نتائج بنسبة 20% بتكرار 3 مفردات، وتشير النتائج إلى أن أكثر من أفراد العينة يرون أن مساهمة شبكة الفيسبوك في تنمية الوعي الصحي حول الفيروس كانت من خلال طرح الأسئلة والتجارب حول المرض بمعنى أنهم يولون اهتماما كبيرا بشبكة الفيسبوك من اجل تبني المعلومات وطرق الوقاية من الفيروس.

الجدول (31) يوضح : مساهمة المبحوثين في نشر التوعية الصحية عبر شبكة الفيسبوك

| المجموع | النسبة | تكرار |         |
|---------|--------|-------|---------|
| 26,7    | 26,7   | 4     | ,00     |
| 6,7     | 6,7    | 1     | ,30     |
| 20,0    | 20,0   | 3     | نعم     |
| 13,3    | 13,3   | 2     | لا      |
| 33,3    | 33,3   | 5     | أحيانا  |
| 100,0   | 100,0  | 15    | المجموع |

التعليق :

يوضح الجدول أعلاه المشاركة في نشر التوعية الصحية عبر شبكة الفيسبوك حيث أجاب أفراد العينة بنعم بنسبة 20% بتكرار 3 مفردات ، أما ب لا فكانت بنسبة 13,3% بتكرار 2 مفردة ، وأخيرا ب أحيانا بنسبة 33.3 % فيروس و طرق الوقاية. وفي حين أفراد العينة الذين أجابوا بنعم فكانت مساهمتهم في نشر التوعية الصحية حسب الشكل الآتي:

| تقديم_اخبار_صحية |        |       |     |
|------------------|--------|-------|-----|
| المجموع          | النسبة | تكرار |     |
| 13,3             | 13,3   | 2     | نعم |
| 6,7              | 6,7    | 1     | لا  |

-نلاحظ من الجدول الآتي أن أفراد العينة الذين يقومون بتقديم أخبار صحية بنسبة 13,3% بتكرار 2 مفردة.

| إرشادات_حول_المرض |        |       |     |
|-------------------|--------|-------|-----|
| المجموع           | النسبة | تكرار |     |
| 100,0             | 100,0  | 15    | ,00 |

-أما بالنسبة لجدول حول تقديم الإرشادات حول المرض فكانت النسبة %00 بمعنى 0 مفردة.

| تنبيهات من مخاطر الأمراض والأوبئة |        |       |     |
|-----------------------------------|--------|-------|-----|
| المجموع                           | النسبة | تكرار |     |
| 13,3                              | 13,3   | 2     | نعم |

وأخيرا بالنسبة لجدول حول تنبيهات من مخاطر الأمراض والأوبئة فكانت النسبة %13,3 أي بتكرار 2 مفردة، ومنه نستنتج أن كلا من تقديم أخبار صحية وتنبيهات من مخاطر الأمراض والأوبئة ذات نسبة متساوية (%13,3)، بمعنى أن أغلبية أفراد العينة يهتمون بنشر المعلومات الصحية وتقديم تنبيهات ومخاطر حول فيروس كورونا المستجد ومحاولة تجنبه.

نتائج الدراسة:

بعد إجراء الدراسة وتحليل البيانات حول اتجاهات أساتذة علوم الإعلام والاتصال في الجزائر نحو التوعية الصحية عبر شبكة الفيسبوك ضد فيروس كورونا المستجد

توصلنا الى نتائج التالية :

- دلت نتائج الدراسة أن لشبكة الفيسبوك دور في التوعية الصحية وفي نشر الإرشادات والمعلومات حول فيروس كورونا المستجد، وذلك من خلال نسبة 50 انها عرفت بشكل واضح طبيعة الفيروس وأعراضه
- كذلك وضحت الدراسة أن البرامج التي قدمتها شبكة الفيسبوك كانت تعطي توضيحات حول الفيروس بنسبة 33,3 دائما و أحيانا بنسبة 66,7
- إتباع النصائح والتعليمات المقدمة من شبكة الفيسبوك والإرشادات لتجنب المرض وأعراضه وذلك بنسبة 40
- كما يرى أغلبية المبحوثين أن شبكة الفيسبوك قدمت مضامين مكثفة حول التوعية الصحية، وترى نسبة ضئيلة منهم أنها كانت متوسطة
- أجاب أكثر من نصف المبحوثين أن لديهم وعي كامل حول فيروس كورونا المستجد وأعراضه
- الأغلبية الساحقة من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم، لأنها تقوم بتغطية المواضيع المتعلقة بالصحة
- أغلبية أفراد العينة يرون أن شبكة الفيسبوك كانت تقدم مضامين ومعلومات جادة حول الفيروس
- أغلبية أفراد العينة يرتبون اهتماماتهم بالمواضيع الصحية في المرتبة الأولى خطورة الموضوع ثم تليها كلا من سعة انتشار الموضوع و حداثة الموضوع
- أكثر من نصف المبحوثين يرون أن شبكة الفيسبوك أثرت على واقعهم من خلال المضامين التي تقوم بنشرها من خلال اخذ الاحتياطات الأزرمة حول الفيروس.
- ما يقارب نصف المبحوثين يرون أن جهود شبكة الفيسبوك تمثلت في نشر المعلومات عن أماكن الفيروس، كما توضح الآثار النفسية والاقتصادية من تفشي الفيروس.

- الأغلبية الساحقة يرون أن شبكة الفيسبوك استطاعت أن تتفوق على القنوات التلفزيونية وتصبح البديل الإعلامي وذلك لسهولة استخدامها وتنوع منشوراتها وإمكانية الوصول إليها دائما في أي زمان ومكان.



خاتمة

في دراستنا هذه خلصنا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة شبكة (الفايسبوك) دورا مهما في احداث التفاعلية حول مواضيع التوعية الصحية، لدى اساتذة علوم الإعلام والاتصال.

وهذا ما يبرز حقيقة مفادها أنها ثورة الاتصال، وخاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي فقد قدمت خدمات لمختلف مستخدميها من خلال تفاعل الاساتذة مع مضامين التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة شبكة الفاييسبوك، حيث يطرح فكرة التعرض لهذه المضامين من قبل مستخدمي الموقع ومدى تفاعلهم معها بالسلب أو الإيجاب من خلال تصرفاتهم وردود افعالهم حول التوعية الصحية ضد فيروس كورونا، ومصادرها سواء كانت رسمية او غير رسمية، من أجل إحداث اثر توعوي ايجابي؛ كونها مرتبطة بموضوع حساس ألا وهو صحة الإنسان.

والإطار النظري لهذه الدراسة يبرز علاقة المفاهيم التي تناولتها الدراسة، وعلاقتها باستخدام الفاييسبوك ودورها التوعوي نحو مواضيع التوعية الصحية ضد فيروس كورونا . في حين تناولنا في الجانب التطبيقي للدراسة اتجاهات الاساتذة علوم الاعلام والاتصال نحو التوعية الصحية، عبر شبكة الفاييسبوك في تحقيق التفاعلية حول المواضيع الصحية.

من خلال استمارة استبيان صممت وفق متغيرات وتساؤلات التي يقوم عليها موضوع الدراسة ؛وتضمن كل محور اسئلة تحيط من الجوانب وفق ما يتيح للمستخدم التفاعل مع المضامين التوعية الصحية التي ينشرها موقع الفاييسبوك.

كما خلصنا في هذه الدراسة الى ان مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك كان لها دورا مهما في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا، من خلال تحقيق الاستمرارية والتفاعلية مع المواضيع الصحية ؛،التي يتابعونها عبر موقع الفاييسبوك من خلال أساليب وطرق التفاعل والمساهمة ونشر التعليقات، وهو ما يظهر اهتمام الاساتذة بمواضيع التوعية الصحية، ومن هنا تظهر الاهمية الكبرى التي احتلها موقع الفاييسبوك كفضاء اتصالي تفاعلي في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا .

# قائمة المراجع

- 1- مرفت الطرابشي. (2006). نظريات الاتصال . القاهرة: دار النهضة العربية.
- 2-الهدبة مناجلية. (د.س). الاعلام الجديد واقع و خصائص. جامعة عنابة.
- 3-جميلة سالم عطية. (2014). الثورة المعلوماتية و اشكالية بناء و تداول الخطاب اللغوي و البصري. الجزائر: جامعة الجزائر 3 كلية الاعلام و الاتصال.
- 4-رانيا سلوغة. (2017). اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الاعلام في التوعية الصحية. ام بواقي: جامعة العربي بن مهيدي ام بواقي.
- 5-زهيري غنيمة .بودية زهرة. (2019). مواقع التواصل الاجتماعي و اكتساب الوعي الصحي للمرأة. مستغانم.
- 6-عباس مصطفى صادق. (2008). الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات. الاردن: دار الشروق.
- 7-عبد التواب جابر احمد محمد مكي. (2017). المحددات الاجتماعية للوعي الصحي في الريف المصري. 7.
- 8-مصعب عبد السلام المعايطه. (2014). دور التلفزيون الاردني في التنقيف الصحي. الاردن: كلية الاداب و العلوم تخصص الصحافة و الاعلام.
- 9-المقدادي خالد غسان. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. الاردن: دار النفائس للنشر.
- 10-حسني عوض. (2011). اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب. فلسطين: جامعة القدس.
- 11-خالد بن فيصل الفرم. (2016). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا. المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال ، 170.171.
- 12-صفاء بوقلول . مريم بوحلمة. (2016). دور الفيسبوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين. ام بواقي: جامعة العربي بن مهيدي.
- 13-عبد السلام الاشهب. (2017). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا. الوادي: كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية جامعة الوادي.
- 14-عديل احمد الشرمان. (2008). دور الاعلام في مواجهة الاوبئة و الامراض. مجلة العربية للدراسات الامنية ، 9.10.11.

- 15- علي سيد اسماعيل. (2019). مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والاخلاقيات المفروضة. الاسكندرية: دار التعليم الجامعي.
- 16- ماجدة عبد الفتاح الهلباوي. (2014). الاعلام الالكتروني ودوره في الاعلام الدولي. مصر: مكتبة الوفاء القانونية قاهرة.
- 17- مصطفى صادق. (2011). الاعلام الجديد. البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال، 90.
- 18- ميلود مراد . صادقي فوزية. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر. المجلة الجزائرية للبحوث الاعلام والراي العام، 152.153.
- 19- وائل مبارك خضر فضل الله. (2012). اثر الفيسبوك على المجتمع. السودان: فهرسة المكتبة الوطنية.

ملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد خيضر - شتمة -

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : اتصال و علاقات عامة

استمارة استبيان حول موضوع :

بعنوان :

اتجاهات أساتذة علوم الإعلام و الاتصال في الجزائر نحو التوعية الصحية

عبر شبكة الفيسبوك ضد فيروس كورونا المستجد

**Covid-19-**

دراسة مسحية لأساتذة علوم الإعلام و

الاتصال جامعة محمد خيضر بسكرة - شتمة -

تحت اشراف :

د-نهلة حفيظي

من اعداد :

-غمري وناسة-

-بن غريال حياة-

السنة الدراسية : 2020-2021

المحور الأول : المعلومات الشخصية

الجنس :

ذكر  أنثى

السن :

من 23 الى 30  من 31 الى 35  من 36 فما فوق

المستوى التعليمي :

ماجستير  دكتوراه  برفيسور

الخبرة المهنية :

من سنة الى 5 سنوات  من 5 الى 10 سنوات

من 10 الى ما فوق

المحور الثاني : دوافع و اسباب تعرض الاساتذة لمضامين التوعية الاعلامية ضد فيروس كورونا

عبر شبكة facebook

1- هل تعتقد شبكة الفيسبوك عرفت بشكل واضح طبيعة الفيروس و اعراضه ؟

نعم  لا  بعض الشيء

- اذا كانت الاجابة (نعم) فهل التعريف يشمل :



التدابير الوقائية

طرق انتقال العدوى

لقاح فيروس كورونا

علاقة فيروس كورونا بالأمراض المزمنة

وضعية المستشفيات و ظروف المصابين

"يرجى ترتيب الإجابة من 1 الى 6"

2- تميزت مضامين التوعية الصحية عبر شبكة الفيسبوك بالتنوع :

نعم  لا  أحيانا

إذا كانت اجابتك (نعم) فهل هذا التنوع تمثل في:

التنوع في المعالجة  تنوع عرض المضمون

التنوع في القوالب الصحية  أخرى

التنوع مواضيع التوعية الصحية

3- كم هي المدة الزمنية التي تستغرقها في التعرض لمضامين التوعية الصحية ضد فيروس كورونا

عبر شبكة الفيسبوك ؟

ساعة لا أكثر

من ساعة الى ساعتين

أكثر من ساعتين

4- السرعة في طرح مستجدات أزمة كورونا على الصعيد الصحي عبر الفيسبوك من أسباب اللجوء

إليها كمصدر إعلامي ؟

نعم  لا  أحيانا

5- هل توثيق مستجدات أزمة كورونا بالصور و الفيديوهات عبر الفيسبوك ساهم في تغيير السلوك

الوقائي ؟

نعم  لا  أحيانا

6- هل تعتقد أن البرامج الصحية المقدمة حول فيروس كورونا مفيدة ؟

دائما  نادرا  أحيانا

المحور الثالث : قياس وعي الأساتذة بفيروس كورونا و طرق الوقاية منه

7- للوقاية من فيروس كورونا هل تتبع النصائح و التعليمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي ؟

دائما  نادرا  احيانا

8- هل متابعتك للنصائح و التعليمات الوقائية تمثلت في :

التعرض و المتابعة فقط

تبني سلوكيات وقائية

نقل المعلومات الوقائية للآخرين

مشاركة و تبادل مضامين التوعية الصحية مع الاصدقاء

9- ما رأيك في حجم المعلومات الصحية و الوقائية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي ضد فيروس

كورونا ؟

مكثفة  متوسطة  قليلة

10- ما مدى وعيك بفيروس كورونا و طرق الوقاية منه ؟

لدي وعي كامل

لدي نقص المعلومات

تعرض للكثير من الشائعات

**المحور الرابع :** أهم الوسائل الالكترونية و المواقع الاتصال فعالية في التوعية نحو فيروس كورونا

11- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ؟

دائما  أحيانا  نادرا

12- هل أنت راضي عن المواضيع الصحية المنشورة عبر شبكة الفيسبوك حول فيروس كورونا ؟

دائما  نادرا  أحيانا

13- كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في خلق التوعية الصحية الجيدة لديك ؟

اتساع الإجراءات الوقائية

الإدراك بمدى خطورة الفيروس

المعرفة الصحية اتجاه الفيروس

تعزيز الثقافة الصحية

14- ما رايك في الصفحات المتعلقة بالصحة عبر مواقع التواصل ؟

جادة  غير جادة

15- كيف تقيم التوعية الإعلامية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

جيدة  عادية  ضعيفة

16- هل ترى بأن المواضيع الصحية التوعوية ضد فيروس كورونا :

مقنعة  غير مقنعة

هادفة  غير هادفة

عادية

" يمكن الإجابة على أكثر من مقترح "

17- مواضيع التوعية الصحية عبر شبكة الفيسبوك ضد فيروس كورونا تمثلت في :

كثافة المواضيع

تنوع المواضيع

غموض المواضيع

18- كيف ترتب اهتماماتك بالمواضيع الصحية المتعلقة بفيروس كورونا ؟

أهمية الموضوع

خطورة الموضوع

سعة انتشار الموضوع

حداثة الموضوع

أخرى ، اذكرها : .....

19- هل تعتقد بأن شبكة الفيسبوك ساهمت في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا في الجزائر

بشكل :

ناجح  غير ناجح  عادي

المحور الخامس : ايجابيات و سلبيات التوعية الاعلامية من وجهة نظر الاساتذة

لتفادي المرض

20- هل تشارك اهتماماتك بالمواضيع الصحية مع ؟

اصدقائك  عائلتك  لا تشارك

21- كيف أثرت شبكة الفيسبوك على واقعك من خلال المضامين الصحية؟

التجربة  اخذ الاحتياطات  التحذير

22- تمثلت جهود شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا في الجزائر في :

الحرص على نشر المعلومات عن أماكن انتشار الفيروس

الرد الفوري على الشائعات حول فيروس كورونا

توضيح الآثار النفسية و الاقتصادية لتفشي فيروس كورونا و طرق التعامل معها

23- ماهي سلبيات التوعية الاعلامية لفيروس كورونا ؟

لم تكن هناك جهة تجيب على الاستفسارات

لم يكن هناك رد فوري على الشائعات المتعلقة بالفيروس

كانت جهود متفرقة وغير منتظمة

24- هل يمكن القول بأن شبكة الفيسبوك عملت كبديل اعلامي اكثر تأثيرا مقارنة بالقنوات التلفزيونية

في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا في الجزائر ؟

نعم  لا

علل إجابتك .....

المحور السادس : مقترحات الاساتذة حول تطوير التوعية الصحية عبر شبكة الفيسبوك

25- ماهي المقترحات التوعوية لمواجهة فيروس كورونا المستجد ؟

تخصيص حساب رسمي لنشر كل ما يتعلق بتطور فيروس كورونا

الاعتماد على أطباء و متخصصي لنشر المعلومات دقيقة حول الفيروس

و التركيز على خطورة عدم اتباع تعليمات التباعد الاجتماعي و اجراءات الوقاية

26من اجل توعية الجمهور ضد فيروس كورونا هل يجب :

القيام بحملات الكترونية لتوعية بمخاطر المرض

نشر أحر مستجدات عبر الصفحات حول المرض و طرق الوقاية منه

يعبروا من خلاله الأفراد تجربتهم مع فيروس كورونا أعراضها

أخرى ، أذكرها .....

26- يمكن لشبكة الفيسبوك أن تساهم في تنمية الوعي الصحي حول فيروس كورونا من خلال :

جودة المعلومات  طرح الأسئلة و تجارب حول المرض

الحصول على نتائج

27- هل تساهم في نشر التوعية الصحية عبر شبكة الفيسبوك؟

نعم  لا  أحيانا

إذا كان نعم فما نوع المعلومات التي تقدمها :

تقديم أخبار صحية

إرشادات حول المرض

تنبيهات من مخاطر الأمراض و الأوبئة

