



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية



قسم الإعلام و الاتصال
الرقم 2022/

فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بالتلقيح ضد وباء
كورونا

دراسة مسحية لعينة من موظفي الصحة بمستشفى محمد الصديق بن يحيى جيجل

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: الصحافة المطبوعة والإلكترونية

إشراف الدكتور:
أمين جنيح

إعداد الطالبات:

أميمة زعيتير

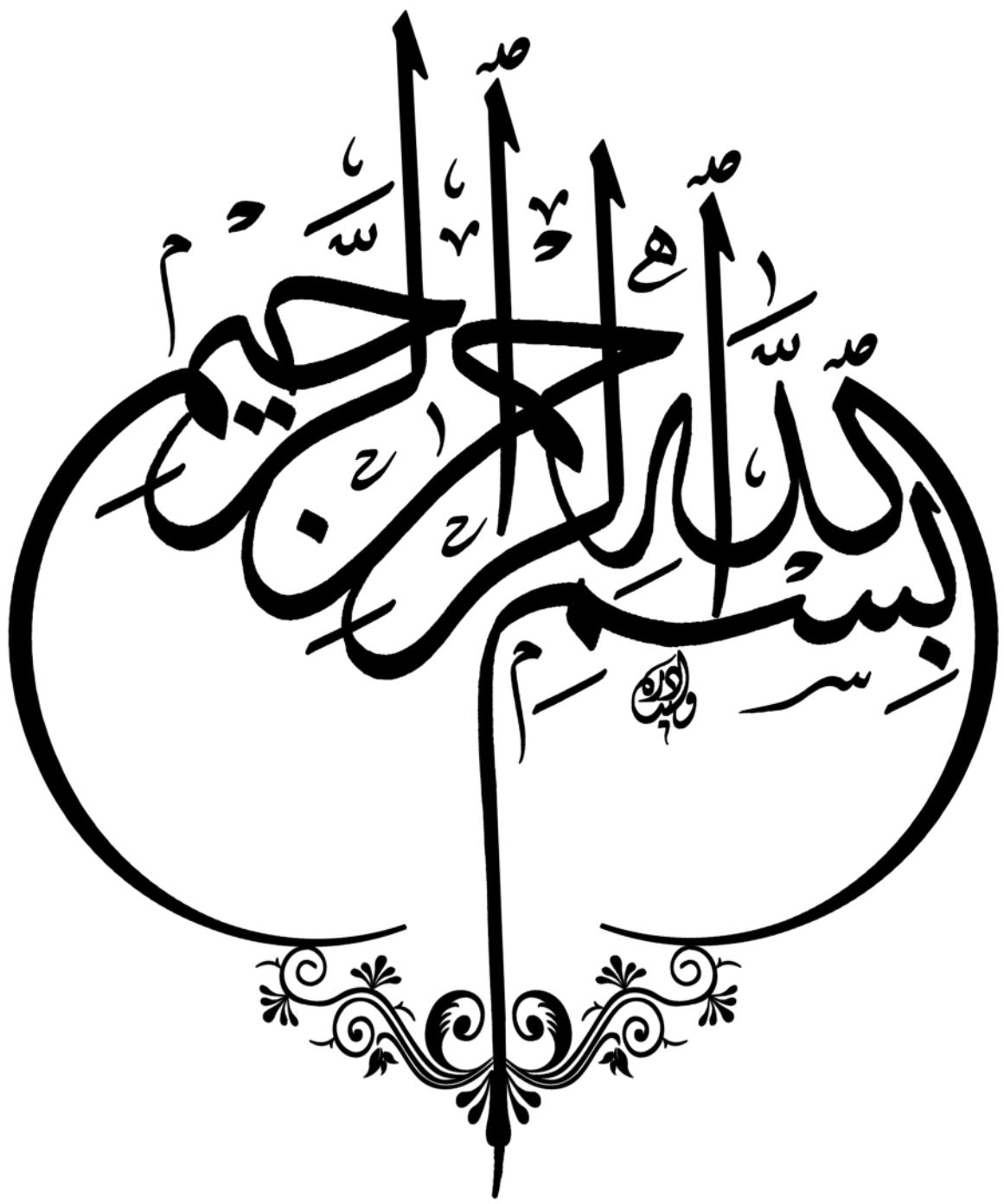
خديجة هريان

لامية شمعوني

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الرتبة	إسم ولقب الأستاذ
رئيسا	محمد الصديق بن يحيى جيجل	أستاذ مساعد -أ-	عبد الوهاب بوبعة
مشرفا ومقررا	محمد الصديق بن يحيى جيجل	أستاذ محاضر -ب-	أمين جنيح
عضوا مناقشا	محمد الصديق بن يحيى جيجل	أستاذ مساعد -ب-	نجيب كامل

السنة الجامعية: 2022/2021



شكر وتقدير:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى اله
وصحبه أجمعين.

الحمد لله الذي أعاننا وأمدنا بالعزم والتصميم والمثابرة لإتمام هذا
العمل المتواضع الذي نرجو أن يكون إسهاما جديدا في ميادين العلم
والمعرفة، ولا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتقدم بالشكر الجزيل
لأستاذنا الفاضل "جنح أمين" الذي وسعنا صبورا في ساعات عمله
وتابعنا خطوة بخطوة بالنصح والإرشاد، فلمست فيه تواضع العلماء
وحسن الإخاء.

والذي أشرف وقدم لنا النصائح والتوجيهات ولم يبخل علينا
بالمعلومات.

كما لا ننسى كل أساتذتنا الكرام الذين رافقونا طيلة مشوارنا الدراسي
كما نوجه الشكر إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على انجاز
هذا العمل.



إهداء:

يقول الله في كتابه العزيز: «وما توفيقى إلا بالله عليه توكلت واليه

انيب» . سورة هود الآية رقم 88.

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء
والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعه بإحسان إلى
يوم الدين، وبعد:

فإني أشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لي انجاز هذا العمل
بفضله فله الحمد أولاً وأخراً.

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من احمل اسمه بكل فخر الذي كان
لي خير سند أبي حفظه الله، والى التي لا تطيب اللحظات إلا
بذكرها ، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوها، أمي الغالية.
إلى كل إخوتي وأخواتي:

آسيا ، محي الدين ، عبد العالي، خالد، فاروق، رقية.
إلى كل من ساندني ودعمني من قريب أو من بعيد

خديجة.





الإهداء:

نشكر الله عز وجل الذي من علينا بإتمام هذا العمل ونتمنى ان
يكون مفيد للطلبة، أهدي ثمرة جهدي إلى من أحسن إلى:
والذي الذي احمل اسمه بكل فخر جزاه الله كل خير
وإلى أمي الحبيبة حفظها الله. فجزاهما الله كل الخير وأطال الله في
عمرهما.

وإلى من يشاركني حياتي زوجي الغالي و رفيق دربي
و إلى إخوتي وأحبتي "هدى، وفاء ، سارة ، ميمي".
إلى جدي الغالي أطال الله في عمره وجدتي رحمها الله.
إلى كل الأصدقاء.....

إلى كل من يحب العلم.....

إلى كل من يحب الخير.....

إلى كل من قدم يد المساعدة من قريب وبعيد.

إليهم جميعا .

اهدي هذا الجهد المتواضع.

لامية.





إهداء:

احمد الله عز وجل الذي أمدني بالقوة والعزم على مواصلة مشواري
الدراسي وتوفيقه لي على انجاز هذا العمل المتواضع.
كما أتقدم بجميل الشكر إلى أعز ما أملك، إلى من تبعت السرور
في قلبي، إلى قدوتي ومصدر أمني وأماني، إلى "أمي" الغالية أطال
الله في عمرها

إلى "أبي" رحمه الله

إلى أخي "عبد الرحمن" وأختي "أسماء" الأعزاء، حفظهم الله.
إلى كل أهلي.... إلى صديقاتي الأوفياء.... إلى زميلاتي اللواتي

جمعني بهن العلم ولم تفرقنا مشاغل الحياة.

والى كل من علمني حرفا نافعا، وكل من ساعدني ودعمني من

قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة.

اهدي إلى كل هؤلاء عملي هذا وثمره جهدي وفرحه ناجحي.

أميمة.



فهرس المحتويات: (ترقيم الصفحات)

الصفحة	المحتوى
	شكر و عرفان
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
ا-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
04	1- إشكالية الدراسة
06	2- أسباب اختيار الموضوع
07	3- أهمية الدراسة
07	4- أهداف الدراسة
12_08	5- تحديد مفاهيم الدراسة
25_13	6- الدراسات السابقة
30_25	7- المقاربة النظرية
30	8_ الإجراءات المنهجية
31_30	8_1_ منهج الدراسة
32	8_2_ مجتمع الدراسة
32	8_3_ عينة الدراسة
33	8_4_ أدوات جمع البيانات
34	9_ مجالات الدراسة
الفصل الثاني: الاطار النظري للدراسة	
36	تمهيد
37	1_ مواقع التواصل الاجتماعي كآلية في نشر التوعية الصحية
37	1_1_ مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
38_37	1_2_ مميزات مواقع التواصل الاجتماعي
38	1_3_ أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
41_39	1_4_ أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
43_41	1_5_ وظائف مواقع التواصل الاجتماعي
	2_ ماهية التوعية الصحية
43	2_1_ مفهوم الحملة الاعلامية


44	2_2 أهمية الحملة الاعلامية
45_44	3_2 أهداف الحملة الاعلامية
45	4_2 مفهوم التوعية الصحية
46	5_2 أهمية التوعية الصحية
49_47	6_2 مجالات التوعية الصحية
49	3_التلقيح ضد كورونا
49	3_1 أعراض فيروس كورونا
50	3_2 طرق انتشار فيروس كورونا
50	3_3 طرق الوقاية من فيروس كورونا
51	3_4 اللقاح ضد فيروس كورونا
52	3_5 أهمية اللقاح
53	خلاصة الفصل
الفصل الثالث :الاطار التطبيقي للدراسة	
	تمهيد
80_56	1_ عرض و تحليل البيانات
81_80	2_ النتائج العامة للدراسة
82	3_الاقتراحات و التوصيات
83	خلاصة الفصل
ج	الخاتمة
	قائمة المصادر و المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	56
02	يبين توزيع عينة الدراسة حسب السن	57
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	58
04	يبين استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات في المجال الصحي	59
05	يبين مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين في المجال الصحي	60
06	يبين أغراض استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي	61
07	يبين اللغات التي يتصفح بها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي	63
08	يبين الجهات التي قامت بتنشيط حملات التوعية ضد فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي	64
09	يبين قيام المبحوثين بالتلقيح ضد وباء معين قبل أزمة كورونا	65
10	يبين ان كان أفراد العينة يشعرون بفوبيا إزاء استخدام لقاحات ضد فيروس كورونا	66
11	يبين مدى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زوال الفوبيا	67
12	يبين موقف المبحوثين من اجراء التلقيح ضد فيروس كورونا	68
13	يبين مساهمة حملات التوعية في زيادة الوعي بضرورة أخذ اللقاح	69
14	يبين تحديد مستوى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي لدى المبحوثين بضرورة أخذ اللقاح	71
15	يبين اقناع المبحوثين بأخذ اللقاح	72
16	يبين أسباب اقتناع المبحوثين بضرورة أخذ اللقاح	73
17	يبين اتاحة مواقع التواصل الاجتماعي معلومات حول لقاحات فيروس كورونا	74
18	يبين مدى كفاية المعلومات المتاحة حول لقاحات فيروس كورونا	75
19	يبين المواقع التي تساهم أكثر في التعرف على لقاحات كورونا	76
20	يبين الفئات التي تقدم معلومات عن اللقاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي	77
21	يبين طرق عرض المعلومات حول لقاح كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي	79

فهرس الأشكال

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	56
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	57
03	يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى الدراسي التعليمي	58
04	يوضح استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي	60
05	يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين في المجال الصحي	61
06	يوضح أغراض استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي	62
07	يوضح اللغات التي يتصفح بها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي	63
08	يوضح الجهات التي قامت بتنشيط حملات التوعية ضد فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي	65
09	يوضح قيام المبحوثين بالتلقيح ضد وباء معين قبل أزمة كورونا	66
10	يوضح أفراد العينة الذين يشعرون بفوبيا إزاء استخدام لقاحات ضد فيروس كورونا	67
11	يوضح مدى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زوال الفوبيا	68
12	يوضح موقف المبحوثين من اجراء التلقيح ضد فيروس كورونا	69
13	يوضح مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بضرورة أخذ اللقاح	70
14	يوضح تحديد مستوى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي لدى المبحوثين بضرورة أخذ اللقاح	71
15	يوضح نسبة اقتناع نسبة المبحوثين بأخذ اللقاح	72
16	يوضح أسباب اقتناع المبحوثين بضرورة أخذ اللقاح	74
17	يوضح اتاحة مواقع التواصل الاجتماعي معلومات حول لقاحات فيروس كورونا	75
18	يوضح مدى كفاية المعلومات المتاحة حول لقاحات فيروس كورونا	75
19	يوضح المواقع التي تساهم أكثر في التعرف على لقاحات كورونا	77
20	يوضح الفئات التي تقدم معلومات عن اللقاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي	78
21	يوضح طرق عرض المعلومات حول لقاح كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي	80



ملخص الدراسة

المخلص باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بالتلقيح ضد وباء كورونا، من خلال دراسة مسحية لعينة قصدية حجمها 60 مفردة من موظفي الصحة بمستشفى محمد الصديق بن يحيى بولاية جيجل. حيث اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وقد اعتمدت في ذلك على أداة استمارة الاستبيان تم تقسيمها الى أربعة محاور، وهي كالتالي: المحور الأول البيانات الشخصية، المحور الثاني عادات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي، والمحور الثالث مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع المبحوثين بضرورة تلقيح ضد وباء كورونا، المحور الرابع المعلومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي حول لقاح فيروس كورونا.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

➤ أن غالبية المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك واليوتيوب للحصول على المعلومات في المجال الصحي، وذلك لأجل الحصول على هذه المعلومات من طرف الخبراء والمتخصصين في الصحة كما أن أهم الجهات التي قامت بتنشيط هذه الحملات كانوا الخبراء والمتخصصين في مجال الصحة.

➤ كما كشفت الدراسة أن هذه الحملات حققت مجموعة من الاشباعات لمستخدمي الفيسبوك و قد تمثلت في: إقناع غالبية المبحوثين بالتلقيح ضد وباء كورونا وزيادة وعيهم بأهمية اللقاح، كما نجد أيضا أن أغلبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك كان سبب إقناعهم بإجراء التلقيح هو تأكيد حملات التوعية على ضعف احتمالية إصابة الأشخاص الملقحين بالمتحورات الجديدة.

كما كشفت الدراسة تأكيد المبحوثين على مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توعيتهم بضرورة التلقيح ضد فيروس كورونا.

كما أن فئة المتخصصين في مجال الطب و الصحة هي أكثر الفئات التي تقدم المعلومات عن حقيقة اللقاحات، و أبرز الطرق لعرض هذه المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت عن طريق عرض مقالات و تقارير علمية.

الكلمات المفتاحية:

الفاعلية - مواقع التواصل الاجتماعي - حملات التوعية - التلقيح - وباء كورونا.

This study aims to reveal the effectiveness of social media sites in the campaign to raise awareness of vaccination against the coronavirus epidemic, through a survey of an intentional sample size of 60 health personnel at Mohammed Siddiq Ben Yahya Hospital in Jigal State. Based on the survey curriculum, the study relied on the questionnaire's tool, which was divided into four axes: The first is personal data, the second is the habits of browsing social media sites in the field of health, and the third is the contribution of social media awareness campaigns to convince researchers to vaccinate against the coronavirus epidemic, the fourth is the information provided by social media sites about the coronavirus vaccine.

The study found a series of findings, the most important of which were:


- The majority of researchers use Facebook and YouTube to obtain information in the field of health, in order to obtain such information from experts and health professionals. The most important entities that activated these campaigns were experts and health professionals.
- The study also revealed that these campaigns achieved a range of stimuli for Facebook users: persuading the majority of researchers to vaccinate against the coronavirus epidemic and increasing their awareness of the importance of the vaccine.

_study also revealed researchers' emphasis on the contribution of social media awareness campaigns to their awareness of the need for vaccination against the coronavirus.

_category of specialists in the field of medicine and health is the most presenting category of information about the reality of vaccines. The most prominent way to view this information on social media sites was through the presentation of articles and scientific reports.

Keywords:

.The event - social media sites - awareness campaigns - vaccination - coronavirus pandemic



مقدمة

مقدمة:

إن الثورة التي أحدثتها التكنولوجيا في مجال الاتصال خلق لنا نوعا جديدا من التواصل الاجتماعي الإلكتروني والذي يعتمد أساسا على الوسائط الجديدة والمواقع التي انشرت، هذه المواقع أصبحت ترتبط بالحياة اليومية للأفراد و ذلك لسهولة وصولهم إليها و سهولة الاطلاع عليها و التعامل معها بفضل ميزات التكنولوجيا الحديثة.

إضافة إلى أن هذه المواقع لا تستخدم للتعرف على الاصدقاء و التواصل معهم بل يتعدى ذلك إلى نقل الأفكار والأخبار حول جميع المجالات خاصة في المجال الصحي الذي أخذ اهتماما واسعا من طرف مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة في ظل ما يشهده العالم من تفشي وباء كورونا. وما يطرح من (ازدواجية المعالجة والتناول التي تراوحت في معظمها بين التهويل والتهوين)، وشهدت هذه المواقع انتشار الأخبار الكاذبة والإشاعات التي تهدد الصحة وتضعف من مرامي حملات التوعية.

فمنذ بداية تفشي فيروس كورونا وإعلانه جائحة عالمية سعت مختلف الجهات الرسمية لمنظمة الصحة العالمية و غيرها لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في نشر حملات التوعية وتوجيه الأفراد لخلق سلوكيات صحية ونشر مختلف المعلومات و الإرشادات الوقائية.

ومنه فإننا قمنا بهذه الدراسة لرصد فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بالتلقيح ضد وباء كورونا، محاولين الإجابة على الاشكالية: هل لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا فعالا في حملة التلقيح ضد فيروس كورونا؟.

و قد اعتمدنا في بحثنا هذا على ثلاث أطر : الاطار المنهجي و المفاهيمي و الاطار النظري و الاطار التطبيقي و نتائج و خاتمة من أجل تغطية الجوانب المنهجية و النظرية و التطبيقية للدراسة و بناءا على ذلك جاء الاطار العام لهيكله الدراسة على النحو الآتي:

الإطار المنهجي للدراسة:

عرضنا فيه الاشكالية تليها التساؤلات المراد الإجابة عنها، ثم تطرقنا لأسباب اختيار الموضوع، ثم الأهمية و الأهداف، ثم استعرضنا مفاهيم الدراسة، عرض الدراسات السابقة، ثم المقاربة النظرية، وتحديد الإجراءات المنهجية للدراسة والتي تضمنت كل من منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، وأدوات جمع البيانات، و في الأخير مجالات الدراسة.

الإطار النظري للدراسة: الذي تضمن ثلاثة عناصر معنويين كالتالي:

أولاً: بعنوان مواقع التواصل كآلية في نشر التوعية الصحية تناولنا فيه مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاته وأهميته وأنواعه ووظائفه.

ثانياً: جاء بعنوان أهمية التوعية الصحية، وتناولنا فيه ستة مطالب تمثلت في مفهوم الحملة الإعلامية وأهميتها وأهدافها، مفهوم التوعية الصحية وأهميتها ومجالاتها.

ثالثاً: بعنوان التلقيح ضد كورونا تناولنا فيه أعراض فيروس كورونا، طرق انتشاره، طرق الوقاية منه و اللقاح ضد فيروس كورونا وأهمية اللقاح.

الإطار التطبيقي للدراسة:

خصصنا هذا القسم لتفريغ و تحليل النتائج بتحليل البيانات في جداول وصولاً لتعداد النتائج العامة للدراسة ،وتقديم التوصيات و الاقتراحات ،وأخيراً الخاتمة التي حاولنا الاجابة فيها على التساؤل الرئيسي للدراسة. ثم قائمة المصادر والمراجع والملاحق وملخص الدراسة الخاص بها.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- 1- اشكالية الدراسة
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- مفاهيم الدراسة
- 6- الدراسات السابقة
- 7- المقاربة النظرية للدراسة
- 8- الإجراءات المنهجية للدراسة
- 9_ مجالات الدراسة

1- إشكالية الدراسة:

انتشرت ظاهرة انفجار المعلومات، وذلك في النصف الثاني من القرن العشرين، والتي تعني فسح مجال واسع أمام تدفق المعلومات تشمل كافة جوانب الحياة الإنسانية حيث أن الدول الغربية الصناعية الكبرى وفي مقابل تحقيق هذه القفزة التقنية الهادفة إلى تحقيق الفورية في إيصال الخبر بأشكاله المتعددة السمعية والبصرية والممكنة تخطي الحدود الوطنية للدول، استثمرت أموالا باهظة الأمر الذي أخضع إنتاج المعلومة إلى منطق السوق، فأصبحت سلعة يتوقف رواجها على العرض والطلب، حيث تم التوصل إلى إقامة المجتمع الإتصالي المنشود من طرف الدول الغربية، هذه الثورة تحققت بفضل التكنولوجيا والتقنيات التي ظهرت وسط السبعينيات ، ولقد نتج عن هذه الثورة الإعلامية ذلك الإرسال العالمي للبرامج الإعلامية أي حدوث فجوة إعلامية بين الدول النامية والدول المتقدمة نتيجة احتكار الدول المتقدمة لوسائل الاتصال التي تتحكم في نوع ومسار المادة الإعلامية. كما شهدت أيضا تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال طفرة نوعية في عالم الشبكات والاتصالات أدى إلى انتشار الشبكة العنكبوتية الأمر الذي ساهم في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، التي تعتبر من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، فهي تلعب دورا مهما في نشر ثقافة مجتمعية جديدة تعتمد على التكنولوجيا الحديثة، كما أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية وفي النسق الثقافي والاجتماعي للمجتمع بشكل عام والنسق القيمي بشكل خاص، وهذا الأخير الذي يعبر عن أهم الركائز التي تبنى عليها المجتمعات. وتقام عليها الأمم، كما فتحت مواقع التواصل الاجتماعي سهولة الاتصال والتواصل بين مختلف شرائح المجتمع.

حيث تشهد انتشارا واسعا واستخدامات متعددة من طرف المؤسسات والتنظيمات والأفراد على اختلاف انتماءاتهم، أعمارهم واهتماماتهم، بخدماتها المتاحة، فأوجدت لنفسها مكانا هاما لدى مستخدميها خلال تحقيقها مبدأ التخصص الذي يمكن للأفراد من إشباع حاجاتهم، كما استدعت المؤسسات الصحية استخدام تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجيات التوعية الصحية خاصة في فترة انتشار الأوبئة والأمراض المعدية مثل وباء كورونا الذي أودى في الجزائر بحياة الكثير وذلك منذ ظهور الفيروس ، كما بدأت المؤسسات الصحية في تقديم نصائح صحية وحملات توعوية بالتلقيح ضد وباء كورونا، حيث ساهمت في تثقيف الأفراد وزيادة وعيهم العام حول قضية انتشار فيروس كورونا في العالم عموما وفي الجزائر خاصة، وهذا الجمهور من أجل إحداث التغيير الحقيقي في تفكير المجتمع الجزائري

بضرورة التلقيح ضد وباء كورونا، نظرا لخطورة هذه الجائحة التي تسببت في حالة طوارئ صحية وأزمة اقتصادية كما أثقلت كاهل الأنظمة الصحية وهذا ما جعل الجزائر تتجه إلى استخدام اللقاح الذي ظهر في 31 ديسمبر 2020 التي أدرجته منظمة الصحة العالمية لقاح مرسال لكوفيد 19، في حالة الطوارئ مما يجعل فايزر بيوونتيك أول لقاح يتلقى إقرار صلاحية الطوارئ لمنظمة الصحة العالمية منذ أن بدأ تفشي الوباء، وللحفاظ على الفعالية يجب تخزين هذا اللقاح تحت برودة فائقة الانخفاض.

و قد تتطلب اللقاحات الأخرى في نفس الفئة إجراءات إدارة مختلفة بمجرد إخراجها من التخزين لذلك يجب الانتباه إلى التوصيات الخاصة باللقاح عند مناولة الأنواع المختلفة من لقاح كوفيد 19، وتسليمها ليتم ضمان نجاح جميع اللقاحات المرشحة، ولا يوجد مصنع له القدرة على توفير الكميات العالية المطلوبة مما يعني في البداية أنه قد لا يتكون لدى البلدان مجموعة واسعة من أنواع اللقاحات للاختيار بينها، ربما هذا ما أدى إلى الارتباك من التلقيح أو حتى الرفض القاطع له من طرف فئة من الشعب الجزائري.

هذا ما أدى بمواقع التواصل الاجتماعي إلى استخدام حملات توعوية تدعو إلى ضرورة التلقيح ضد وباء كورونا، للحد من انتشاره، ونظرا لطبيعة المرض المعدية وخطورته وأهمية الدور التوعوي الوقائي لهذا المرض تأتي هذه الدراسة للتعرف على دور وفعالية مواقع التواصل الاجتماعي للتوعية بالتلقيح ضد وباء كورونا.

وهذا ما يدفعنا لطرح التساؤل الرئيس التالي:

- هل لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا فعالا في حملة التلقيح ضد فيروس كورونا ؟

وتتدرج تحته جملة من التساؤلات الفرعية وهي كالاتي :

- ما هي عادات استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي؟.
- هل وفرت مواقع التواصل الاجتماعي المعلومات حول لقاح فيروس كورونا؟.
- هل المعلومات التي وفرتها مواقع التواصل الاجتماعي حول لقاح كورونا تحظى بالثقة لدى الباحثين؟.

- هل ساهمت حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اقناع المبحوثين بضرورة التلقيح ضد الفيروس؟.

2- أسباب اختيار الموضوع:

تعد مرحلة اختيار الموضوع من أهم مراحل البحث العلمي حيث تمثل خطوة حاسمة تؤثر على سير عملية إنجاز البحث بكامله وعادة ما يكون وراء هذا الاختيار أسباب ودوافع تتراوح بين الذاتية والتي تفرضها طبيعة تخصص الباحث وقدراته ورغباته والأسباب الموضوعية التي يفرضها الواقع الاجتماعي والضرورة الملحة لمواضيع تطرح نفسها بقوة ومن بين هذه الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع نجد:

2-1- الأسباب الذاتية:

- رغبتنا واهتمامنا بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في توعية المجتمع من أجله التلقيح ضد فيروس كورونا.
- كون الظاهرة ملفتة للانتباه ومرض جديد ومختلف عن الأمراض الأخرى خاصة مع سرعة انتشاره في المجتمع.
- الميل الشخصي لدراسة موضوع فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بالتلقيح في هذه الفترة الحساسة في ظل انتشار جائحة كورونا.
- قابلية الموضوع للدراسة والبحث المعرفيا ومنهجيا.
- معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد من ناحية المجال الصحي.

2-2- الأسباب الموضوعية:

- محاولة معرفة مدى تجاوب الأفراد مع مواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من حملة التوعية الصحية بالتلقيح ضد كوفيد19.
- أهمية موضوع الوعي الصحي.
- انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وكثرة استخدامها في مجالات عديدة و اقبال الأفراد عليها بكثرة.

3- أهمية الدراسة:

هذه الدراسة من البحوث التي تعنى بموضوعات العصر وزيادة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية، وتتبع دراسة هذا الموضوع من أهمية توعية الأفراد واعتمادهم في الحصول على المعلومات من أجل الاستفادة من نتائج الدراسة ومعرفة مدى نجاح الوسائل الإعلامية في خلق توعية صحية لدى أفراد المجتمع وأهمية الصحة بالنسبة للفرد والمجتمع، بحيث تعتبر الصحة المحرك الأساسي لباقي الأنشطة الاجتماعية.

4- أهداف الدراسة:

تكمن أهداف دراستنا في ما يلي:

- الكشف عن فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم وتعزيز التوعية الصحية في المجتمع الجزائري من خلال التلقيح.
- محاولة الكشف عن تفاعل الأفراد مع موضوع التلقيح ضد فيروس كورونا عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- التعرف على مدى مساهمة وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التوعية من أجل التلقيح ضد فيروس كورونا.
- محاولة التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في نشر حملة التوعية بالتلقيح ضد فيروس كورونا.

5- مفاهيم الدراسة:

5-1- مفهوم فعالية:

5-1-1- لغة: تعريف ومعنى فعالية في معجم المعاني الجامع:

فعالية: اسم مصدر فعل

فعالية دواء: تأثيره وقوة مفعوله.

فعالية الحركة الوطنية: شخصياتها ومنظماتها المؤثرة.¹

¹ قاموس معاني الجامع، تاريخ الدخول: 20_03_2022 على الساعة 15:20 <https://www.almaany.com>

5-1-2- اصطلاحا:

المدى الذي تصل إليه في تحقيق الأهداف ،إنها تعني بتعبير بعض الباحثين أن يكون الذين يتولون الأعمال التنفيذية شيئا أكثر لممارسة السلطة ،وإذ نقول الأهداف لا نقصد الأهداف المادية بزيادة الإنتاج وحسب ،وإنما لابد من الرضا والافتتاح ورفع الروح المعنوية.¹

5-1-3- إجرائيا:

الفعالية هي قياس مستوى قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها ،والتكيف مع البيئة لاستمرار البقاء فيه ، وقدرتها على النمو والتطور باستمرار .

5-2- مواقع التواصل الاجتماعي:

5-2-1- اصطلاحا:

تعددت مسميات مواقع التواصل الاجتماعي ،فهناك من يفضل استخدام مصطلح شبكات التواصل الاجتماعية ،وهناك من يسميها الوسائط الاجتماعية، وتبرز كأهم تطبيقات الانترنت في السنوات الأخيرة. اجتذبت بفعل خصائصها ملايين المستخدمين من شتى بقاع العالم ،من مختلف الأعمار والفئات الاجتماعية والتوجهات الفكرية والمشارب الأيديولوجية.²

ويعرفها كل من دنابويد Donnah Boyd ،ونيكول اليسون Nicole Ellison على أنها: خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدود يمكنهم من وضع قائمة الإيمان يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا.³

كما قدم لها تعريفا على أنها مواقع تتيح للأفراد التواصل والتفاعل في مجتمع افتراضي، تكون فيه علاقات جديدة يتشاركون من خلالها هوياتهم واهتماماتهم المشتركة، ويتبادلون عددا من المواضيع ،الصور

¹ مولاي عمار سمية :الاتصال وتأثيره على فعالية التنظيم، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع ، تخصص تنظيم وعمل ، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2017/2018 ، ص 11.

² صادق الجمامي: كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية؟ مجلة أكاديمية شهرية، جامعة الشارقة، تونس ، عدد ماي 2012، ص 11.

³ Boyd and Ellison: social network sites, definitions, history scholarship , University of California, 2007, p211.

والفيديوهات ويستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة.¹

5-2-2- إجرائيا:

مواقع التواصل الاجتماعي مصطلح يوظف للإشارة إلى مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ارتبط ظهورها بالجيل الثاني للويب، تستخدم من قبل الأفراد، جماعات، مؤسسات، وحتى حكومات، بهدف التواصل والتفاعل، لتوطيد العلاقات بين من يجمعهم الاهتمام والانتماء والرغبة في تحقيق المصالح وإشباع الحاجات، ضمن بيئة افتراضية.

5-3- الحملة:

5-3-1- لغة :

جاء في لسان العرب: حملة على الأمر حملا فإنحمل: أغراه به.

وتحامل في الأمر وبه تكلف على مشقة وإعياء.

وتحامل عليه أي: كلفه ما لا يطيق.²

أما ترجمتها باللغة الإنجليزية حملة فهي campaign، وإذا اقترن الأمر بالوصف دلت على نوعية الحملة مثل "Media campaign" الحملة الإعلامية.³

5-3-2- اصطلاحا:

تعرف الحملة بأنها عبارة عن خطة مكتوبة شاملة وقصيرة الأمد، تحتوي على سلسلة من الرسائل الاتصالية المتصلة والمتربطة التي تظهر في وسائل الاتصال أو الإعلان في فترة زمنية محددة.⁴

كما تعرف الحملة أنها مجموعة الجهود المنظمة التي تقوم بها جهة معينة بهدف الترويج لأفكار معينة أو زيادة القبول لفكرة اجتماعية، وذلك لإحداث تغيير في اتجاهات وسلوكيات الأفراد وإقناعهم بقبول فكرة أو

¹ لامية طالة: أثر شبكة التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر، أطروحة الدكتوراه، جامعة الجزائر، قسم علوم الاعلام والاتصال 2007، ص 48.

² ابن منظور لسان العرب: دار المعارف، القاهرة، ص 1001.

³ زكرياء بن صغير: مدخل مفاهيمي للحملات الإعلامية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 1.

⁴ إبراهيم أبو عرقوب: الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1993، عمان، ص 66.

سلوك اجتماعي معين أو الترويج لخدمة أو منتج معين ،من خلال فترة زمنية معينة وتحقيق نتيجة محددة والوصول إلى رد فعل يتلاءم مع هدف المرسل أو القائم بالاتصال.¹

5-3-3- إجرائيا:

الحملة هي نشاط مخطط ومنظم وخاضع للمتابعة والتقييم ،تقوم به مؤسسات أو مجموعة أفراد ،وتمتد لفترة زمنية بهدف تحقيق أهداف معينة ،باستخدام وسائل الاتصال المختلفة ،وسلسلة من الرسائل الاتصالية باعتماد أساليب استمالة مؤثرة بشأن موضوع محدد يكون معه أو ضده ويستهدف جمهور كبير نسبيا.

5-4- التوعية:

5-4-1- لغة:

جاء في المنجد في اللغة والإعلام تعريف الوعي كما يلي:

وعي : وعى يعي وعيا ،الشيء :جمعه وحواره والحديث قبله وتدبره وحفظه.

الوعي (مصدر): العقل الظاهر أو الشعور الظاهر.²

_ وجاء في لسان العرب لابن منظور تعريف الوعي كما يلي:

وعي :الوعي ،حفظ القلب الشيء ،وعى الشيء و الحديث يعيه وعيا وأوعاه : حفظه هو فهمه وقبله فهو واع ،وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم.³

فالوعي إذا يعني لغة الحفظ والتعلم، فوعى الحديث يعيه وعيا أي حفظه ،أذن واعية أي مدركة وصاغية.⁴

5-4-2- اصطلاحا:

إن مفهوم الوعي مفهوم قديم قدم الفلسفة ذاتها، الفلسفة كموضوع بدأت حيث أثار الفلاسفة ومشكلة العلاقة بين الفكر والمادة (الوعي والوجود)، فمنذ هرقليطس وديمقراطيس ،ومنذ ماكس فيبر وأخرون

¹ تيباني عبير: الحملات الاعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة ،الجزائر ، 2011/2012، ص11.

² المنجد في اللغة والأعلام: دار المشرق ،بيروت، ط 39، 2002، ص 908.

³ ابن منظور لسان العرب: دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، المجلدين (8 و15)، 2000، ص 245.

⁴ شعباني مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع ، جامعة منتوري قسنطينة ،الجزائر ، 2006 /2005، ص 38.

ما زالت القضية تناقش على هذا الحال أيهما أسبق الوعي أم الوجود؟. بغض النظر عن الإسهامات العديدة عبر هذه القرون في حسم هذا النزاع، ولهذا المصطلح في الفلسفة معاني متعددة تشير إلى حالات خاصة من الوعي ودرجاته فالوعي في رأي الرواقيين "حاسة باطنة تدرك النفس بها توافرها" ، في حين يرى القديس "توماس الأكويني" أن الوعي هو إدراك شيء ما أو معرفته.¹

الوعي اصطلاحاً: يعني الفهم وسلامة الإدراك، إدراك الناس وتصوراتهم للعالم الموضوعي المحيط، مجمل الأفكار والمعارف والثقافة التي يمثها الفرد، والتي تجعله يسلك منها معيناً، كما يشير الوعي أحياناً إلى الاستجابات التي يقوم بها الشخص إزاء موقف معين.²

5-4-3- إجرائيا :

الوعي هو إحساس وإدراك أي معرفة واضحة أو قليلة الوضوح التي يمتلكها شخص ما حول نفسه والعالم الخارجي، أو بصيغة أخرى فالوعي هو إدراك الفرد لنفسه والبيئة المحيطة به.

5-5- التلقيح:

5-5-1- لغة:

تعريف التلقيح في معجم المعاني الجامع:

تلقيح (اسم): مصدر لقح

تلقيح شجرة: لقحها.

تلقيح العقول: تطعيمها.

قررت وزارة الصحة تلقيح كل الأطفال :وضع لقاح في الجسم بواسطة إبرة لإكسابه مناعة، وهو عبارة عن مصل المضاد للأمراض، التلقيح ضروري لكل طفل.³

5-5-2- اصطلاحاً:

التلقيح هو استخدام مواد تثير الاستجابة المناعية (اللقاح) لتحفيز مناعة الشخص لتكوين مناعة متخصصة تجاه مرض ما، مثلاً فيروس، وتعد اللقاحات هي أكثر الطرق الفعالة لمنع الأمراض المعدية

¹ شعباني مالك: مرجع نفسه، ص 39.

² موسوعة ستانفورد للفلسفة: ترجمة أحمد عمر والشريف، ص 11.

³ قاموس معاني الجامع، تاريخ الدخول 21_03_2022 على الساعة 20:12 <https://www.almaany.com>

حيث تمنع أو تقلل نسبة انتشار الأمراض المعدية ،تلقيح نسبة كبيرة من الناس بشكل كافي يؤدي لما يسمى بمناعه القطيع.

أما من حيث فعالية اللقاحات فقد تمت دراستها بشكل واسع والتحكم منها فعلى سبيل المثال: لقاح الأنفلونزا.¹

5-3-5- إجراءات:

التلقيح هو إجراء وقائي يقوم على حقن جسم غريب (الذي هو اللقاح) في جسم الإنسان من أجل حمايته والوقاية من بعض الأمراض والفيروسات.

5-6- وباء كورونا:

5-6-1- اصطلاحا:

فيروس كورونا (كوفيد 19) هو فيروس مستجد وهو سلالة جديدة من الفيروسات التاجية وتكمن خطورة الفيروس في أنه يصيب الجهاز التنفسي للإنسان مع عدم معرفة علاج نهائي له حتى الآن ،وهو أيضا فيروس كبير الحجم ويبقى على الأسطح لفترات طويلة ،ولكبر حجمه فإن بقائه بالهواء مدة لا تتجاوز الثلاث الساعات وهذه فترة كافية لالتقاط الفيروس ما لم نتبع طرق الوقاية والسلامة.²

5_6_2_ اجرائيا:

فيروس كورونا من الامراض المعدية و الانتقالية ،ويعد فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المرض لكن كائن حي ،و يسبب هذا الفيروس أمراض و أعراض كثيرة مثل الزكام و الالتهاب التنفسي الحاد... الخ، و غيرها من الأمراض التي تؤثر على جسم الانسان المصاب به.

6- الدراسات السابقة:

بالرغم من حداثة وسائل الإعلام الجديدة إلا أن العديد من الأبحاث أولت اهتماما كبيرا بها، وقد حاولنا في دراستنا التركيز على الدراسات المرتبطة بالتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في حملات التوعية، ضد فيروس كورونا.

¹ ياسر عبد الحميد جاد الله النجار: التلقيح الصناعي من منظور الفقه الإسلامي، دراسة فقهية مقارنة، مدرسة الفقه المقارن، كلية الشريعة والقانون، صقلية، ص 372.

² منظمة الصحة العالمية: الدليل الإرشادي للوقاية من مرض فيروس كورونا، 10 مارس 2021، ص7.

1-6- الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى:

دراسة " شعباني مالك " بعنوان: " دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي - دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة - وهي رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم علم اجتماع التنمية، بجامعة منتوري - قسنطينة - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 2005-2006.

- انطلق الباحث في هذه الدراسة من إشكالية مفادها:

ما دور إذاعتنا سيرتا F.M والزيبان المحليتين في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين وأي منهما له الدور الأكبر في ذلك؟.

- تمثلت أهداف الدراسة في:

- تعتبر هذه الدراسة كمطلب مكمل لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية.
- التحكم في الخطوات المنهجية للبحث العلمي والتعمق أكثر فيها، والجمع بين أكثر من منهجين في دراستنا هذه.
- تقييم وتحليل دور وفعالية وسائل الإعلام لا سيما الإذاعة المحلية، في إبلاغ رسالتها الصحية على الخصوص، ومدى قدرتها على تعبئة الجماهير وتوعيتهم بمخاطر الأمراض وتغيير بعض سلوكياتهم السلبية.
- معرفة حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالقضايا الصحية، وتحديد نوع المشكلات والقضايا التي تطرحها ويتناولها بالنقاش من خلال حصصها وبرامجها الصحية المختلفة.
- تزويد القراء والمهتمين والساسة والمفكرين والمختصين بمبادرة معرفية تتصل ببيئتهم الطبيعية والاجتماعية.
- لفت انتباه المسؤولين عن الاتصال بصفة عامة والتنمية بصفة خاصة بمحاولة تخصيص موارد مالية وتقنية وبشرية هائلة للإذاعة، لما لها من أثر كبير على التنمية بمختلف مجالاتها، الصحية منها على وجه الخصوص.
- أن يكون هذا البحث لمسة من لمسات علم الاجتماع، يساهم ولو بالقليل في إثراء هذا التخصص.

المنهج المستخدم:

في هذه الدراسة هو منهج المسح الاجتماعي، ودراسة علمية تهدف إلى تشخيص الواقع كما هو قائم بذاته، ومحاولة للنهوض به.

وإلى جانب المسح الاجتماعي اعتمد الباحث على المنهج الإحصائي وذلك من خلال تبويب البيانات المجمعة من الميدان في جداول بيانية.

ثم اعتمد على المنهج المقارن من أجل مقارنة بين دوري الإذاعتين المحليتين سيرتا (F.M) والزيبان في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين.

عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية الطبقية أو الفئوية - متعددة المراحل - وتستهدف الحصول على عينات أكثر تمثيلاً للمجتمع الأصلي.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة على المقابلة، والاستمارة.

نتائج الدراسة:

- إن نسبة الاستماع للإذاعة المحلية الزيبان ببسكرة تفوق نظيرتها المسجلة في سيرتا قسنطينة، وأن أكبر نسبة استماع للإذاعتين تتم في المنزل، كما أن نسبة كبيرة من المبحوثين بقسنطينة يناقشون البرامج الإذاعية مع أفراد عائلتهم، بينما في بسكرة فتتم مناقشتها مع الزملاء.
- إن نسبة رضا المبحوثين عن البرامج المقدمة في إذاعة سيرتا أكبر من نظيرتها بالزيبان بينما وقت البث البرامج الصحية على الخصوص المقدمة للإذاعتين مناسب، ويغلب عليها الطابع الوقائي، لكن الحجم الساعي المخصص لهذه البرامج (الحصص) غير كاف، ومستوى أداء الطاقم الإذاعي متوسط.
- إن جل أفراد العينة بالإذاعتين يرون بأن وجود برامج صحية في أية إذاعة محلية ضروري.
- إن أكبر نسبة من المبحوثين بالإذاعتين يرون بأنه يجب أن تهتم الإذاعتين بالصحة الغذائية، مع التركيز على صحة المرأة على وجه الخصوص.

التعقيب على الدراسة:

هذه الدراسة تتفق مع موضوع بحثنا في المتغير التابع "الوعي الصحي" حيث حاولت هذه الدراسة معرفة دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين، أما دراستنا فقد سعت إلى معرفة دور وفعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية ضد وباء كورونا، وقد اتفقت هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في المفاهيم وأدوات جمع البيانات، وكانت هذه الدراسة مفيدة لنا ومساعدة لنا سواء من الناحية المنهجية للإعداد المذكرة أو من ناحية المعلومات التي تخدم بحثنا.

الدراسة الثانية:

دراسة " تباي عبير" بعنوان: " الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر"، دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، طلبة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2011 - 2012.

- انطلق الباحث في هذه الدراسة من إشكالية مفادها:

ما مدى فعالية الحملات الإعلامية (الفواصل الإعلانية) الخاصة بالتوعية المرورية والمقدمة من طرف إذاعة سطيف الجهوية؟.

المنهج المستخدم في هذه الدراسة:

هو المنهج المسحي وقد استخدم بهدف وصف وتقرير واقع معين لمجتمع أو جماعة أو نظام محدد في فترة زمنية محددة بوقت إجراء الدراسة، ولجمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتقديم تفسير بشأنها لتحقيق فهم أكثر دقة عن الظاهرة محل البحث.

عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على العينة القصدية ويقوم الباحث فيها باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة على الملاحظة والاستمارة.

نتائج الدراسة:

- أغلبية السائقين يستمعون إلى هذه الفواصل ويرجع ذلك إلى خصوصية هذا النوع الإعلامي من حيث قصر مدته وتكرار واستمرار بثه واقتحامه لأجندة التعرض ما يجعل احتمال التعرض له أكبر، ولكن وعلى الرغم من هذه الخصائص إلا أن طبيعة الاستماع لهذه الفواصل تختلف بين السائقين، إضافة إلى ذلك اعتبر السائقون الفترة صباحية أكثر الفترات ملائمة لبث هذه الفواصل التوعوية ملائمة وبالتالي لجمهور السائقين خاصة وأنها تتزامن ووقت الخروج إلى العمل.
- سائقون يفضلون بالدرجة الأولى أن تقدم هذه الفواصل الإعلانية بالعامية (باللهجة المحلية) كونها الأقرب إلى كل فئة من المجتمع.
- السائقين لا يعتمدون على هذه الفواصل كمصدر للمعلومات حيث أكدوا عدم استفادتهم منها معرفيا نظرا لبساطة معلوماتها.
- تبين النتائج الخاصة بالدور الذي يمكن أن يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية الدور الفعال الذي لعبه الاتصال الشخصي في اطلاع السائقين بفحوى القانون الجديد وبتعديلات الواردة فيه.

التعقيب على الدراسة:

هذه الدراسة تتفق مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل والتابع "الحملات والتوعية"، حيث حاولت هذه الدراسة معرفة دور وفعالية الحملات الإعلامية في التوعية المرورية، أما دراستنا فقط سعت إلى معرفة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية ضد وباء كورونا، وقد اتفقت هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في المنهج وأدوات جمع البيانات، حيث كانت مفيدة لنا ومساعدة من الناحية المنهجية أو من ناحية المعلومات التي تخدم بحثنا.

الدراسة الثالثة:

من إعداد الطالبة " رانيا سلوغة " بعنوان: " اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام في التوعية الصحية"، دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام الإلكتروني، بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية بجامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، سنة 2016-2017.

- وتدور هذه الدراسة حول تساؤل رئيسي مفاده:

هل يعتمد شباب أم البواقي على الوسائل الإعلامية من أجل التوعية الصحية؟.

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- هل يقبل شباب أم البواقي على المواضيع الصحية في الوسائل الإعلامية قصد التوعية الصحية؟.
- ما هي عادات وأنماط التي يتبعها شباب أم البواقي في الوسائل الإعلامية قصد التوعية الصحية؟.
- ما الدوافع التي تجعل شباب أم البواقي يهتمون بالوسائل الإعلامية قصد التوعية الصحية؟.
- ما هي الاشباكات التي تحققها الوسائل الإعلامية قصد التوعية الصحية؟.

وتمثلت فرضيات الدراسة في:

أ- الفرضيات العامة:

- يعتمد الشباب أم البواقي على الوسائل الإعلامية اعتمادا كبيرا من أجل التوعية الصحية.

ب- الفرضيات الجزئية:

- يقبل شباب أم البواقي على المواضيع الصحية في الوسائل الإعلامية وذلك لحاجتهم للتوعية الصحية.
- تختلف عادات وأنماط التي يتبعها شباب أم البواقي للوسائل الإعلامية خاصة بالتوعية الصحية.
- يهتم شباب أم البواقي بالوسائل الإعلامية قصد التوعية الصحية لعدة دوافع كالعلاج والوقاية.
- نجحت الوسائل الإعلامية بمختلف أنواعها في تحقيق اشباكات معينة من خلال التوعية الصحية.

وتكمن أهداف هذه الدراسة:

إن قيمة أي بحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية ترتبط ارتباطا وثيقا بقيمة الأهداف والنتائج التي ترمي إلى تحقيقها، والوصول إليها. فعلى قدر علميتها وعملياتها، وخدمتها للفرد والمجتمع على حد سواء تكون قيمة هذا البحث. هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإنه يجب على الباحث قبل الشروع في بحثه أن يضع أهدافه التي تكون عوناً له وأساساً يركز عليه في بحثه وعليه تتمثل فيما يلي:

- كشف اعتماد شباب أم البواقي للوسائل الإعلامية قصد التوعية الصحية.
- كشف على عادات وأنماط التي يتبعها شباب أم البواقي قصد التوعية الصحية.
- معرفة دوافع اهتمام شباب أم البواقي بالوسائل الإعلامية قصد التوعية الصحية.

المنهج المستخدم:

وقد اعتمدت الطالبة على المنهج الوصفي لأن الدراسة تحاول وضع تصور دقيق يسمح بالوقوف على دقيقة اعتماد شباب أم البواقي على الوسائل الإعلام في التوعية الصحية. وذلك اختياره كفيل لتحقيق الغرض المطلوب.

المجتمع الدراسة:

يعتمد مجتمع البحث لهذه الدراسة هم شباب أم البواقي وهي فئة عمرية مفعمة بالنشاط ولها إمكانيات اكتساب الجديد من المعارف والمعلومات.

عينة الدراسة:

قامت الباحثة باستخدام العينة القصدية أو العمدية نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث بحيث أن العينة القصدية يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء مفردات العينة من معلومات وبيانات.

أداة الدراسة :

نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جميع البيانات. فكان استخدمت الباحثة في دراستها على الملاحظة والاستبيان.

ومن أهم نتائج الدراسة المتحصل عليها:

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول اعتماد شباب أم البواقي على الوسائل الإعلامية في التوعية الصحية تم التوصل إلى النتائج التالية:

- 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، السيارة، العمل.
- ما يقارب نصف المبحوثين يستغرقون في متابعتها أكثر من 3 ساعات، أما بقيت المبحوثين يستغرقون ما يقارب من أقل من ساعة إلى 3 ساعات.
- أغلبية المبحوثين ليسوا من متبعي الوسائل الإعلامية المخصصة للتوعية، أما نسبة ضئيلة من متبعي الوسائل الإعلامية المتخصصة بالتوعية الصحية.

- نصف المبحوثين يفضلون اكتساب نصائح وتوجيهات لتفادي الأمراض، أما البقية يعتبرونها وسيلة للترفيه والتثقيف وأيضاً وسيلة للإطلاع على الأخبار الصحية وأيضاً لكسر الروتين والملل.

التعقيب على الدراسات:

تعد الدراسات السابقة والدراسة الحالية ذات علاقة مباشرة بها حيث تشترك في متغير وتختلف في بعض النقاط وتتفق وفي بعضها ويمكن طرحها على الشكل التالي:

- تتفق من ناحية اهتمامها بموضوع التوعية الصحية.
- ومن ناحية إبراز مواقع ووسائل الإعلام في نشر التوعية الصحية.
- وتختلف من ناحية الظروف حيث أن كل باحث له أهداف يريد الوصول إليها، ويختلف في تطبيق المنهج المستخدم بحيث الدراسة السابقة طبقت المنهج الوصفي والدراسة الحالية استخدمت المنهج المسحي.

- كما اتفقت أيضاً في الأداة المستخدمة بحيث تتشابه في أداة الاستبيان.

- من حيث الاستفادة استفدنا في مفهوم الوعي الصحي وماهيته.

الدراسة الرابعة : مذكرة مقدمة لاستكمال الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال.

من إعداد الطالب " رايتمي صابر " بعنوان: " فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الاجتماعية "، دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي الفيسبوك لجمعية انطلاقة الخيرية بمدينة تقرت، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، سنة 2017 2018.

انطلق الباحث في هذه الدراسة من إشكالية مفادها ما مدى تفاعل مستخدمي الفيسبوك مع الحملات الاجتماعية من خلال نموذج الانطلاقة الخيرية؟.

تمثلت أهداف الدراسة في:

- الرغبة في معرفة دور عمل الحملات الاجتماعية في معالجة المشكلات الاجتماعية.
- الرغبة في معرفة أهم النشاطات وأهداف الحملات الاجتماعية.
- التعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي للحملات الاجتماعية.
- الكشف عن مدى إقبال الأفراد على التفاعل مع الحملات الاجتماعية.

المنهج المستخدم:

في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف على أنه كطريقة من طرق البحث عن الحقيقة بعلم المناهج.

مجتمع الدراسة:

تحديد مجتمع الدراسة خطوة رئيسية وهو عبارة عن أشخاص أو مؤسسات أو أحداث نريد أن نصل إلى استنتاج بخصوصها.

تمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مستخدمي الفايسبوك بمدينة تفرت المتفاعلين مع صفحة الحملات الاجتماعية لجمعية الانطلاقة الخيرية.

عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على العينة القصدية تعرف بأنها العينة التي يعتمد عليها في الدراسات الوصفية خاصة عندما يكون الباحث مرتبط بمدة زمنية محددة.

أدوات جمع البيانات:

أدوات جمع البيانات ركنا هاما في عملية التصميم المنهجي للبحث، ولجمع البيانات الميدانية اعتمدت هذه الدراسة على استمارة الاستبيان والملاحظة.

نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى أن:

- غالبية المبحوثين من الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة هم الذين يتفاعلون مع صفحة الحملات الخيرية.
- غالبية المبحوثين من الطلبة الجامعيين والطيارين الذين يستخدمون الفيسبوك للتفاعل مع أنشطة صفحة الحملات الاجتماعية.
- غالبية المبحوثين يتعرضون لمنشورات صفحة الحملات الاجتماعية عند فتحهم للفيسبوك بصدفة أحيانا.
- يفضل مضامين العمل الخيري للحملات الاجتماعية على شكل الصور وفيديوهات.

- كما كان اغلب مستخدمي الفيسبوك يتفاعلون مع الحملات الاجتماعية المتمثلة في مساندة ومساعدة مرضى السرطان وحملة التبرع بالدم وذلك لتقديم مساعدات والوقوف مع الحملة التي لها أهمية كبيرة وتفضيل مسانبتها على باقي الحملات.
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الاجتماعية لتلبي كل الاستخدامات والاشباعات تسعى الجمعية إلى تحقيقها لمستخدمي الفيسبوك.

التعقيب على الدراسة:

هذه الدراسات تتفق مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل "مواقع التواصل الاجتماعي" بالإضافة إلى تشابهها في أغلب مصطلحات الدراسة، إذ حاولت هذه الدراسة استكشاف مدى فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع الحملات الاجتماعية الخيرية، في حين تسعى دراستنا إلى معرفة مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بالتلقيح ضد وباء كورونا، وكيف ساهمت هذه الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع المبحوثين بضرورة التلقيح ضد وباء كورونا، بالإضافة إلى اتفاق هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في إحدى أدوات جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان حيث كانت هذه الدراسة مفيدة في الجانب المنهجي لإعداد المذكرة.

6-2- الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام. من إعداد الطالب "محمد فاضل علي" بعنوان: "دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور"، دراسة مسحية في وزارة الصحة الأردنية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، كلية الإعلام، كانون الثاني 2017. انطلق الباحث في هذه الدراسة من إشكالية مفادها:

- ما الدور الذي تؤديه شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية من وجهة النظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية؟.

تمثلت أهداف هذه الدراسة في:

- معرفة رأي المختصين في القطاع الصحي في وزارة الصحة بما ينشر من معلومات صحية في شبكة الفيسبوك.
- التعرف إلى أكثر الموضوعات الصحية جدبا أهمية من وجهة نظر الفئة المبحوثة.

- بيان أهمية هذه المعلومات من وجهة نظر الفئة المبحوثة.
- رصد الاشباكات المتحققة في تعزيز التوعية الصحية من وجهة نظر الفئة المستهدفة.
- بيان الفروق الإحصائية لتقييم الفئة المبحوثة لدور شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية تعزي المتغيرات الوسيطة (العمر، النوع الاجتماعي، الوصف الوظيفي)

المنهج المستخدم :

في هذه الدراسة هو البحث الوصفي والذي يعد من البحوث التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف، أو أحداث.

تضمنت الدراسة استطلاعاً (لآراء المختصين في وزارة الصحة الأردنية) بهدف قياس معارفهم وتصوراتهم واشباكاتهم تجاه دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية.

مجتمع الدراسة:

تم اختيار المختصين في وزارة الصحة الأردنية مجتمعاً للدراسة، لما يتمتع به هذا المجتمع من مقدرة على تقديم الأمور ومعارف وثقافات تتيح للباحث معرفة دور شبكات الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية.

عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية البسيطة وبشكل يعكس طبيعة مجتمع دراستها وقد وزع الباحث 300 استبانة فكانت خلاصة الاستبانة التي تم قبولها إحصائياً هي 273 استبانة.

أدوات جمع البيانات :

اعتمدت هذه الدراسة على استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات.

نتائج الدراسة:

- إن ما تتسم به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفيسبوك هي ميزة التنوع التي تصدرت النتائج.
- هناك اهتمام من قبل منشورات الشبكة بموضوعات تتصل بفوائد الغذاء والطب التجميلي، والثقافة الصحية العامة.
- أهم المواضيع التي تقدمها شبكة الفيسبوك من وجهة نظر الفئة المبحوثة في سبيل تعزيز التوعية الصحية هي زيادة الوعي الصحي .

- الاشباعات المتحققة من شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية كانت حسب الترتيب: زيادة الثقافة الصحية، زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، اكتساب العادات الصحية السليمة، الفحص الدوري المبكر...

التعقيب على الدراسة:

هذه الدراسة تتفق مع موضوع بحثنا في المتغير التابع " التوعية الصحية " حيث حاولت هذه الدراسة معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي للطلبة الجامعيين، أما دراستنا فقد سعت إلى معرفة عادات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، وكيف ساهمت حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع المبحوثين بالتلقيح ضد فيروس كورونا، بالإضافة إلى اتفاق هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في أدوات جمع البيانات، حيث كانت هذه الدراسة مفيدة خاصة من الناحية المنهجية لإعداد المذكرة.

الدراسة الثانية:

من إعداد الطالب " مصعب عبد السلام المعاينة " بعنوان: " دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي " ، دراسة في برنامج "صحتك بالدنيا" بجامعة البترا، الأردن، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام بكلية الآداب والعلوم، رسالة للحصول على درجة الماجستير، سنة 2013-2014. تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي (دراسة برنامج صحتك بالدنيا).

وتدور هذه الدراسة حول تساؤل رئيسي مفاده:

- ما دور برنامج صحتك بالدنيا الذي يبث على التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي؟.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في ما يلي:

- التعرف على مدى متابعة الجمهور لبرنامج صحتك بالدنيا من معلومات صحية.
- معرفة مدى تأثير برنامج صحتك بالدنيا في التنقيف الصحي ومستوى الوعي الصحي لدى المجتمع الأردني.
- معرفة رأي واتجاهات المجتمع الأردني نحو دور برنامج صحتك بالدنيا في عملية التنقيف الصحي.
- قياس درجة الثقة ومستوى مصداقية المعلومات الصحية التي تطرح في البرنامج برأي الجمهور.

المنهج:

وقد اعتمد الباحث واستخدم المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول وصف دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي.

مجتمع الدراسة:

وقد اعتمد الباحث أيضا في دراسته في مجتمع الدراسة أفراد المجتمع الأردني.

العينة:

قام الباحث باستخدام العينة العشوائية لاختيار أفراد العينة، فقد تم توزيع (463) استبانة على عينة الدراسة.

الأداة:

وقد استخدم الباحث الاستبانة كأداة للدراسة حول دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي.

ومن أهم النتائج المتحصل عليها في الدراسة:

- هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي حيث تم توزيع (463) استبانة على أفراد عينة الدراسة وتم استرداد (450) استبانة صالحة لأغراض التحليل.
- ركزت الدراسة على الوصول إلى معرفة دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي.
- وبعد تطبيق أداة الدراسة جمعت استجابات أفراد عينة الدراسة وحولت استجاباتهم إلى درجات خام ثم وجدت التكرارات والنسب المئوية كما استخدم اختبار الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا والمتوسطات الحسابية.

التعقيب على الدراسة:

تعد الدراسات تعد الدراسات السابقة أو الدراسة الحالية ذات علاقة مباشرة بها حيث تشترك في متغير وتختلف في بعض النقاط في بعضها ويمكن طرحها على الشكل التالي:

أوجه الاتفاق:

- تتفق الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من الناحية اهتمامها بموضوع التوعية بكل أنواعها.
- تتفق أيضا من ناحية إبراز دور وسائل الإعلام في نشر الوعي.

أوجه الاختلاف:

تظهر أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والسابقة في ما يلي:

- الاختلاف في الظروف حيث أن كل بحث لديه هدف يريد الوصول إليها.
- الاختلاف في المجال المكاني والزمني.
- الاختلاف في تطبيق المنهج المستخدم، حيث وظف في الدراسة السابقة المنهج الوصفي التحليلي، أما في الدراسة الحالية استخدام المنهج المسحي.

أوجه الاستفادة:

- مساعدة في بناء الإطار النظري للدراسة.

7- المقاربة النظرية للدراسة:

عبارة عن مجموعة من المفاهيم والتعريفات والافتراضات التي تعطينا نظرة منظمة لظاهرة ما عن طريق تحديد العلاقات المختلفة بين المتغيرات الخاصة بتلك الظاهرة، بهدف تفسيرها والتنبؤ بها مستقبلاً.¹

والنظرية هي مجموعة من البيانات والمعلومات المترابطة على مستوى عالٍ من التجديد والتي يمكن أن تولد الافتراضات التي يتم اختبارها بالمقاييس العلمية وأساسها يمكن أن توضح التنبؤات من السلوك".²

7-1- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

هي نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره مركباً تسود بين أجزائه ارتباطات ومن ثم تحاول تفسير هذه الارتباطات والعلاقات.³

انطلقت هذه النظرية من منطلق أن استخدام وسائل الإعلام لا يأتي من فراغ ولا بمعزل عن التأثير بالرأي العام الذي تعيش فيه من منطلق بأن قدرة الإعلام تزيد في التأثير عندما تقوم بوظائف وسائل الإعلام بأدوارها بكل فعالية والمتمثلة في نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف للنظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال والإعلام.⁴

¹ محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015، ص 32.

² بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 144.

³ كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 187.

⁴ بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سابق، ص 206.

7-1-1- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تشرط النظرية شرطين أساسيين حتى يكون هناك اعتماد متبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام هما:
 أ- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة للمجتمع زاد اعتماد المجتمع على وسائل الإعلام فإذا قامت وسائل الإعلام بعمل الوظائف المناطة بها، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور، زاد ذلك من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
 ب- ارتفاع هذا الصراع في الحروب مثلا أو التغيير السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي يؤثر على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتيجة الظرف الذي أوجده الصراع بمعنى أن الظرف الذي تواجهه الحروب أو التغييرات السياسية أو الاقتصادية يؤثر على كثافة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.¹

7-1-2- إسقاط نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على دراستنا:

من خلال دراستنا التي تتدرج تحت عنوان فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بالتلقيح ضد وباء كورونا، نلاحظ أن النظرية الأنسب لهذه الدراسة هي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، لأنها تبين العلاقة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور ودراستنا جاءت لتبحث عن مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بضرورة التلقيح ضد فيروس كورونا، ومنها نتعرف من خلالها على مدى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي، وتعرضهم للحملات الإعلامية التي تقوم بها هذه المواقع وعليه فإن هذه الدراسة تتدرج ضمن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

7-2- نظرية الاستخدامات والإشباع:

7-2-1- نبذة عن نظرية الاستخدامات والإشباع:

تهتم نظرية الاستخدامات بدراسة الاتصال الجماهيري، دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إلى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام وكان ذلك تحول من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى

¹ رانيا سلوغة: اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام في التوعية الصحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام إلكتروني، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2016/2017، ص 28.

رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال " لازرسفيلد" و" ستافون" وفي الخمسينيات أعمال " شيرام وليل" و" باركر" ويقدم نموذج الاستخدامات والاشباعات مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.¹

7-2-2- تعريف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

نظرية الاستخدامات والاشباعات هي النظرية التي ترى أن أفراد الجمهور يستخدمون الوسائل الإعلامية لإشباع رغباتهم المعينة وحاجاتهم الكامنة الداخلية بحيث هنا المستخدم لا يمكن اعتباره كائن سلبي يقلد كل ما يعرض عليه من خلال هذه الوسائل بل إنما يمتلك غاية محددة من استخدامه لها أي أن الأفراد هم الذين يحددون نوع المضمون الإعلامي الذين يرغبون فيه.²

ويعرف كل من " إيليا هوكاتزو" و" بلو مولر" مدخل الاستخدامات والاشباعات إستراتيجية بحثية يمكنها أن تمدنا ببناء أو هيكل للفروض متنوعة حول ظاهرة اتصالية ويعد المدخل الأرضية خصبة لاقتراحات الفروض المتعلقة بتوجيه الجمهور تنشأ أكثر من نظرية سيكولوجية.³

نعني بأنها دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة وقد أكد " كاتز" وهو احد رواد هذه النظرية استخدام وسائل الاتصال تتيح بصورة واضحة حينما توجه اهتمامنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل لا حينما تهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور.⁴

¹ حسن عماد مكايي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة ، عربية للطباعة والنشر، القاهرة، ط1 ، 1998، ص 239 - 240.

² رشيدة يسعد صبرينة خلوف: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي للطلبة الجامعيين الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة ماستر ل.م.د في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، الجزائر، 2019_2020، ص 16.

³ عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 254.

⁴ بلال بوجعدار: استخدامات النخبة السياسية المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك والاشباعات المتحققة منها، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، الجزائر، 2018/2019، ص30.

7-2-3- فروض نظرية الاستخدامات والاشباع:

تقوم هذه النظرية على مجموعة من الفروض نذكر منها:

- يحدد الفرض اتجاهه نحو الأشخاص أو الأشياء بطريقة منطقية في إطار البناء المعرفي للفرد عن هؤلاء الأشخاص أو هذه الأشياء وبالتالي يأتي السلوك متفق مع مع الاتجاه المحدد منطقيا وهذا هو جوهر التوازن.
- تؤدي حالة عدم التوازن إلى نشوء حالة من الضغط أو التوتر أو القلق التي تؤثر على الفرد فيحاول أن يخفف أو يتجنب هذه الحالة من خلال تغيير اتجاه ايجابيا أو سلبيا.
- يؤثر الإدراك المعرفي على العلاقات بين الأشخاص والأشياء في إطار اتجاه الفرد نحوهما.¹
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور الاتصال وليس خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.
- أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون ووسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.²

7-2-4- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباع:

- إن هذه النظرية تبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع الإشباع الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية، تبعا لاختلاف التعريفات.
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهدف والواقع يختلف في كثير من الأحيان عن ذلك، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة.³

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط3، ص 282.

² مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص215.

³ حمزة يسعد، سلمى كريبوي: فعالية الحملات الإعلامية في سلوك المتلقي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، الجزائر، 2019/2020، ص

- أنها تتشابه في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين.¹
- اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولاتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة تاجيل توزيعها تكراريا وتدرجيا تبعا لكثافتها.²
- تنتظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الأخر.³

7-2-5- تعقيب على نظرية الاستخدامات والإشباع بالدراسة:

من خلال العرض السابق يمكن القول أن تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في دراستنا تعد من أهم المداخل النظرية المناسبة من أجل دراسة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بالتلقيح ضد فيروس كورونا والحصول على المعلومات الكافية حول مجتمع الدراسة ، إذ ترى هذه النظرية أن الجمهور هو جمهور ناشط يبادر باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإرضاء حاجات معينة وهو أهم عنصر في هذه النظرية.

ساعدتنا هذه النظرية في رصد الإشباع المحققة لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة أن عوامل الاستخدام والإشباع الرئيسية الخاصة بالشبكات الاجتماعية هي خلق الصداقات وتنافس ومعارف واكتساب معلومات جديدة حول مجال من مجالات الحياة وفي دراستنا حققت مواقع التواصل الاجتماعي حملات صحية (المجال الصحي) وتوعوية وذلك من خلال جعل الأفراد يتعرضون لمحتويات متعددة ومتنوعة مثل الحملات الصحية ، مما يؤثر على ثقافة ووعي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث أصبحت هذه المواقع الأكثر استخداما في أوساط الشباب عامة في الوقت الحاضر لما لها من خصائص ومميزات ،كالقدرة على التفاعل بالإضافة إلى معرفة دوافع التعرض والأثر الذي يحدثه الاستخدام المتكرر لمواقع التواصل الاجتماعي على وعي الأفراد وثقافتهم الصحية وكذلك حثهم على التلقيح ضد فيروس

¹ حياة كشييب، سارة مصباحي: الاستخدامات الثقافية للإنترنت والإشباع المتحققة لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة والإلكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، الجزائر، 2019 - 2020، ص 37.

² حياة كشييب، بصارة مصباحي : مرجع سابق، ص 37.

³ محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع ، الجيزة ، ط1 ، 2003، ص 257.

كورونا، من خلال الحملات التحسيسية والتوعوية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فنظرية الاستخدامات والاشباع فسرت علاقة الأفراد بمواقع التواصل الاجتماعي من خلال استخدامه في التطرق إلى حملات التوعية ضد فيروس كورونا.

8- الإجراءات المنهجية للدراسة:

8-1- نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تقوم على وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفصيل والاهتمام. وكذلك أنماط السلوك المختلفة، والنظم والمؤسسات الإعلامية وتفسير العلاقة المتبادلة بين هذه العناصر وغيرها.¹

8-1-1- المنهج المعتمد في الدراسة:

أ- تعريف المنهج:

لغة: يقصد بالمنهج الطريق أو المسلك.²

يأتي المنهج في اللغة بمعنى الطريق وقد ورد في القرآن بصيغة أخرى هي المناهج قال تعالى: ﴿لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شُرْعَةً وَمَنَاجِيَ﴾ (48)³ حيث يعرفه ابن كثير بقوله "المناهج هو الطريق الواضح السهل والسنن والطرائق" و"هو السبيل إلى المقاصد الصحيحة والطريق والمسلك الواضح ومنه نقول نهجت الطريق أو السبيل".⁴

اصطلاحاً:

يعرف المنهج " بأنه عبارة عن مجموعة من القواعد المصوغة التي يعتمدها الباحث بغية الوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة والتحليل".⁵

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب ، مصر، ط3 ، 2013، ص13.

² حجيلة رحالي: الوجيز في المنهجية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية ، الجزائر، ط2 ، 2012، ص37.

³ سورة المائدة، الآية 48.

⁴ ميلود سفاري، الطاهر سعود: المدخل إلى المنهجية في علم الاجتماع ، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، قسنطينة، ط1، 2007، ص57.

⁵ نعيمة شلحيون وآخرون: دور مراكز الأحداث في إعادة الإدماج الاجتماعي للحدث الجانح، مذكرة لنيل شهادة ليسانس تخصص علم النفس التربوي، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2017_2018، ص32.

هو طريقة البحث التي يعتمد عليها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المكتسبة أو الحقلية وتصنيفها وتحليلها وتنظيرها.¹

ويعرف المنهج في أنه الاستقراء ويتمثل في عدة خطوات تبدأ بملاحظة الظواهر وإجراء التجارب ثم وضع الفروض التي تحدد نوع الحقائق التي ينبغي أن نبحت عنها وتنتهي بمحاولة التحقق من صدق الفروض أو بطلانها توصلاً إلى وضع قوانين عامة تربط بين الظواهر وتوحد العلاقات بينها.² ومنه فالمنهج الملائم لهذه الدراسة هو المنهج المسحي الذي يعرف على أنه عبارة عن محاولة لتفسير وتحليل وتقرير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة. أي يهتم بالوقت الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها بالمستقبل.³

عرف الباحث "دوغان عبيدات" المنهج المسحي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها.⁴ و يمكن تعريف المنهج المسحي بأنه منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة، لتحديدها، والوقوف على واقعها بصورة موضوعية تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها والمقارنة فيما بينها وقد تتجاوز ذلك للتقييم تبعاً لما تخلص له من نتائج.⁵

¹ احسان محمد الحسن :مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان، ط1، 2005، ص 11.

² عاطف علي: المنهج المقارن مع دراسات تطبيقية، مجلد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 2006 ، ص 21.

³ ناجح رشيد قادري ، محمد عبد السلام البواليز: مناهج البحث الاجتماعي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2004 ، ص 36.

⁴ لعيني هدى، جرفي عادل : اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص 66.

⁵ سعد سليمان الشهداني: منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2019، ص 132.

8-2- مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة في موظفي الصحة بمستشفى محمد الصديق بن يحي جيجل، قمنا بتحديد 60 موظف من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

8-3- عينة الدراسة:

يلجأ الباحث إلى دراسة واختبار عينة من المجتمع الأصلي للبحث، بشرط أن تمثل جميع المفردات أو العناصر المكونة للمجتمع الأصلي تمثيلاً صادقاً وعادلاً، وهذا يستلزم من الباحث أن يختار العينة على أساس تكافؤ فرص الاختيار لمفردات المجتمع الأصلي للبحث جميعاً.¹

يعرف محمد عبد الحميد العينة على أنها "عبارة عن عدد من المفردات التي سوف يتعامل معها منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة."²

ونظراً لصعوبة الوصول إلى كافة أفراد (موظفي) الصحة لمستشفى محمد الصديق بن يحيى بولاية جيجل، قمنا باختيار عينة محدودة منهم أي 60 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي فقط، و اعتمدنا في ذلك على عينة الحصة، أي أخذ عشرين مفردة من كل فئة من الفئات المقصودة (أطباء، ممرضين، عمال النظافة).

واعتمدنا في ذلك على العينة القصدية والتي تعرف على أنها: "هي عينة تختار من منطقة، يختارها الباحث لكونه يعرف أنها تمثل المجتمع تمثيلاً سليماً بناء على معلومات إحصائية سابقة. فيختار عينة يتناسب أفرادها مع حجم مكان هذه المنطقة."³

كما تعرف العينة القصدية بأنها تستخدم للحصول على معلومات من شريحة محددة قادرة على توفير المعلومات، إما بسبب موقعهم، أو لأن بعض المعايير التي وضعها الباحث تتوفر فيهم لأنهم أفضل الأشخاص القادرين على توفير المعلومات حيث يتم اختيار وحدات العينة بناء على الخبرات في

¹ لعبنى هدى، جرفي عادلة: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص66.

² محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص133.

³ طلحة إلياس: نظام المعاينة في البحوث الاجتماعية والإعلامية، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، تاريخ النشر 2017_06_30، ص11.

الموضوع الذي يدرس، وتستخدم العينة القصدية عندما تكون المعلومات المطلوبة متوفرة لدى فئة معينة من الأفراد، فهي تملك المعرفة في الموضوع المبحوث وتستطيع تقديم المعلومة.¹

8-4- أدوات جمع البيانات:

للوصول إلى المعلومات المناسبة لا بد من جمع البيانات اللازمة حول الظاهرة المقصودة. إذ تعرف أدوات البحث العلمي على أنها:

- تلك الوسائل أو الطرق التي يستطيع بها الباحث حل مشكلته مهما كانت تلك المشكلة ومن بين هذه الأدوات (بيانات، معلومات، حصر شامل أو تعددات عينات أجهزة...الخ).
- إن البحث الجيد يتميز بجمع المعلومات أو البيانات ولهذا وجب على الباحث أن يستخدم عدة أدوات من أجل القيام بالبحث الذي يضمن له بالنهاية الوصول إلى الهدف متماشيا مع طبيعة البحث وأدواته.²

لذا قمنا بالاعتماد على أدوات تتلاءم مع موضوع بحثنا والتي تمثلت في الاستبيان.

استمارة الاستبيان:

عبارة عن مجموعة أسئلة تدور حول موضوع معين تقدمه لعينة من الأفراد للإجابة عنها وتعد هذه الأسئلة في شكل واضح بحيث لا تحتاج إلى شرح إضافي وتجمع معاني شكل استمارة.³

تعرف الاستمارة على أنها وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع بحث معين يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد ويسمى الشخص الذي يقوم بملأ الاستمارة بالمستجيب أو المبحوث.

ويتم توزيع هذه الاستمارة إما عن طريق البريد أو عبر الهاتف أو بالمقابلة الشخصية أو تسلم باليد للمستجيب على أن يتم توزيع الاستمارة على عينة من المجتمع تكون ممثلة لمجتمع الدراسة بعدم إمكانية القيام بمسح شامل لكافة أفراد المجتمع.⁴

¹ فايز جمعة النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 100.

² خالد احمد فرحان المشهداني، ورائد عبد الخالق عبد الله العبيدي: مناهج البحث العلمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 229.

³ لعيني هدى، جرفي عادلة، مرجع سابق، ص 67.

⁴ أحمد حسين الرفاعي: مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 5، 2005، ص 181.

ولقد قمنا في دراستنا بتقسيم استمارة الاستبيان إلى أربعة محاور وهي كالآتي:
 المحور الأول: يتمثل في البيانات الشخصية والمحور الثاني بعنوان عادات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي، المحور الثالث بعنوان مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اقناع المبحوثين بضرورة التلقيح ضد وباء كورونا، أما المحور الرابع فقد جاء بعنوان المعلومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي حول لقاح فيروس كورونا.

9_ مجالات الدراسة :

أن المجال يشير إلى المكان أو المنطقة الجغرافية والمجتمع وعلاقته بالبحث والزمن الذي يتواجد فيه المبحوثين.

9_1_ المجال المكاني:

الجانب التطبيقي لهذه الدراسة أجري بمستشفى محمد الصديق بن يحيى، وهو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتوضع تحت وصاية الوالي ، وتتكون المؤسسة الاستشفائية من هيكل التشخيص والعلاج والاستشفاء وإعادة التأهيل الطبي تم تدشين هذا المستشفى يوم 08 نوفمبر 1983، حيث تقع هذه المؤسسة في الجهة الشرقية لمدينة جيجل.(أنظر للملاحق)

9_2_ المجال البشري:

ونقصد به الأفراد الذين سيتم إجراء الدراسة عليهم، وهم عينة من أطباء وممرضين وعمال نظافة بمستشفى محمد الصديق بن يحيى جيجل.

9_3_ المجال الزمني :

يتمثل في الفترة الزمنية التي قمنا فيها بإجراء دراستنا وقد أنجزنا هذه الدراسة خلال الموسم الدراسي خلال الفترة الممتدة من 14 مارس إلى نهاية شهر جوان وقد مرت فترة انجاز هذه الدراسة بمراحل.

المرحلة الأولى: وهذه المرحلة خاصة بالإطار النظري واستغرقتنا فيه من 18 مارس إلى 15 أبريل.

المرحلة الثانية: هذه المرحلة خاصة بالإطار المنهجي الذي استغرقتنا فيه من منتصف أبريل إلى 9 ماي.

المرحلة الثالثة: هذه المرحلة خصصت للجانب التطبيقي امتد من فترة 10 ماي إلى غاية شهر 20 جوان.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

تمهيد

1- مواقع التواصل الاجتماعي كألية في نشر التوعية الصحية.

2- ماهية التوعية الصحية.

3- التلقيح ضد كورونا (كوفيد 19).

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ثورة حقيقية في تاريخ التطور التكنولوجي، الأمر الذي جعل الافراد يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم واستنزف الكثير من اوقاتهم ومن ابرز تلك الاهتمامات المعلومات والاحبار التي توفرها في المجال الصحي، خاصة إزاء الامراض والابوئة المنتشرة بين البشر هذه الأيام .

فالصحة عبارة عن تحقيق التكامل البدني والنفسي والعقلي والاجتماعي وبالتالي يحتاج الانسان الى التوعية الصحية حول كيفية تحقيق هذا التكامل. فالوعي الصحي مجموعة من الأنشطة والإجراءات التعليمية والإعلامية التي تقدم للمواطن عن طريق حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من الأساليب لتفادي الإصابة بفيروس كورونا الذي يعد فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تسبب اعتلالات تتنوع بين الزكام وامراض اكثر وخامة منه ، حيث اكدت منظمة الصحة العالمية على ضرورة التلقيح ضد فيروس كورونا لتفادي الإصابة به والوقاية منه ذلك عن طرق مختلف الأنشطة وحملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هذا ما يبرز دور وأهمية هذه المواقع في حياة الأفراد خاصة في المجال الصحي .

1- مواقع التواصل الاجتماعي كآلية في نشر التوعية الصحية:

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي عدة تطورات في فترة زمنية متقاربة على مستوى كل موقع وأصبحت تعتبر فضاء واسع لتناقل المعلومات والأخبار المختلفة بين مختلف شرائح المجتمع من خلال الخدمات العديدة التي تتيحها لأي شخص حتى يتمكن من التواصل مع الغير ومتابعة الأحداث الجارية أول بأول في كافة مجالات الحياة منها المجال الصحي والتوعوي.

1-1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع تتيح للأفراد التواصل والتفاعل في مجتمع افتراضي، تكون فيه علاقات جديدة، يتشاركون من خلالها هوياتهم واهتماماتهم المشتركة، ويتبادلون عددا من المواضيع، والصور والفيديوهات، ويستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مختلفة.¹ وتعرف أيضا مواقع التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء الموقع الخاص ومن تم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.²

1-2- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها بعدة مميزات:

1-2-1- العالمية:

حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة.

1-2-2- التفاعلية:

فالفرد فيها كما هو مستقل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية الموجودة في الاعلام القديم، التلفاز والصحف الورقية، وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.³

¹ جمال الدين مدفوني: مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، بجامعة الجزائر 3، 2020، صفحة 534.

² محمد فاضل علي: دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2017، ص5.

³ صالح العلمي: مهارات التواصل الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص148.

1-2-3- التنوع وتعدد الاستعمالات:

فيستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبحث علمه لتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.

1-2-4- التوفير والاقتصادية:

اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك، والتسجيل، والفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى.

1-2-5- سهولة الاستخدام:

فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وببساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل¹.

1-2-6- المشاركة :

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع مساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور.

1-2-7- الترابط:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها ببعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات المواقع، والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا.²

1-3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد العديد من مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكات الانترنت، والتي ساهمت في جذب العديد من المستخدمين والمشاركين، حيث اهتمت هذه المواقع بالضرورة بإقامة العلاقات بين الافراد وتوثيقها وتمكينهم من تبادل الخبرات والمعارف.

وقد بين سمولون smoloon بأن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي تبرز من خلال مايلي:

_ تمكن المستخدم من التعرف على مشتركين وأعضاء آخرون تجمع بينهم اهتمامات ومصالح واحدة، وبالتالي تعزز من قدرته على تحقيق مصالحه وغاياته.

_ تمكن المستخدم من التواصل مع أكثر من عضو آخر في نفس الوقت.

_ تمكن المستخدم من التعبير عن رأيه بحرية وتبادل الخبرات مع الآخرين.

¹ صالح العلمي، مرجع سابق، ص148.

² خالد غسان، يوسف المقدادي: طورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص26-

وقد أضاف أرين aren بأن أهمية هذه المواقع تتمثل في:

- _ تسمح للأفراد بالتواصل مع أفراد آخرين كان من الصعب التواصل معهم لفترة طويلة من الزمن.
- _ تمكن الأفراد من انشاء المجموعات المتجانسة أو المختلفة وإقامة العلاقات الجديدة.
- _ تؤثر هذه المواقع بدرجة كبيرة في العمليات الاجتماعية من خلال تسهيل وصول الفرد الى المعلومات، كما أنها تساهم في تأثير قدرة الفرد على تنفيذ الخطط والاستراتيجيات في المشاريع المختلفة.¹
- كما تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في الكثير من الأمور منها :
- _ تمنح للإنسان الفرصة للتعبير عن نفسه واهتماماته ومشاركة أفكاره ومشاعره مع من يشاطرونه الاهتمام والأفكار نفسها ، حيث أن الانسان اجتماعي بطبعه ولايمكنه العيش بمعزل عن البشرية
- _ تسمح للأشخاص إمكانية مشاركة الآخرين في أي مكان حول العالم ، مناسباتهم الخاصة وأفراحهم وأحزانهم ، الأمر الذي كان صعبا في السابق لبعده المسافات.
- _ تتيح العديد من مواقع التواصل الاجتماعي البحث عن عمل لمن يرغب البحث عن عمل ضمن مجال اهتمامه وتخصصه
- _ تبحث الكثير من الشركات والمؤسسات عن موظفين مؤهلين عبر هذه الشبكات ، حيث تتم هذه العملية بسرعة وبجهد قليل.
- _ تشجيع الأفراد خاصة الشباب على المشاركة في الأعمال الخيرية والحملات التطوعية.
- _ تنمي العديد من الأخلاق الحميدة والخصال الجيدة في نفس الفرد، حيث أنه بانفتاحه على الآخرين يستفيد من تجاربهم ويتعلم من أخطائهم.²

1-4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوع من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاءات إلكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وانهي الحدود وزوج بين الثقافات وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس

¹ أروة سعيد بني صالح: أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الامن المجتمعي والوطني في الأردن، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 36، ماي 2021.

² صوكو حسيبة، بحب فاطمة الزهراء: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية فيال جزائر، مرجع سابق، ص44-45.

بشبكات التواصل الاجتماعي وتعددت هذه الشبكات من خلال الدور الذي لعبته هذه الشبكات من خلال إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومن أهمها نجد:

1-4-1 - الفيسبوك:

هو لوحة إعلانات تفاعلية تتيح للوصول إلى مساحات عمل مع تطبيقات البرامج المختلفة وهو عبارة عن شبكة اجتماعية وأشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية ويعد على إعلامية ضخمة في تنفيذ الحملات الإعلانية والترويج لمنتجات معينة أو أفكار محددة.¹

1-4-2 - اليوتيوب:

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة للحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية.² وهو موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني وهو يسمح بالترج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة ، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها ، تأسس موقع اليوتيوب في فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال" هم "تشار هيرلي" و "ستيف تشين" و"جاود كريم". في مدينة كاليفورنيا.³

1-4-3 - تويتر:

هو واسطة إعلامية اجتماعية ومنصة للتدوين المصغر تتيح لمستخدمها ارسال وقراءة بيانات محدثة تعرف بإسم "توييس" بطول 140 حرف كحد أقصى وقد ارتفع نجاح وشعبية الشبكية الإلكترونية كصاروخ وغدت واحدة من الشبكات الثلاث الأكثر استخداما ظهر هذا الموقع في أوائل 2006 كم مشروع لتطوير

¹ ميلود مراد، صادقين فوزية : مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، مجلد 3 ، العدد 1، جوان 2020، ص 148.

² محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط1، 2015 ، ص 471.

³ خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، المرجع السابق، ص 38.

بحث أجرته شركة Obvious ايكيا وبعد ذلك أطلقتها الشركة الرسمية للمستخدمين بشكل عام في سنة 2006 وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة.¹

1-4-4- الانستغرام:

كانت بداية الانستغرام عام 2000 حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقم إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.

يساعد الانستغرام على تعزيز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب ، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي وهو تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية.²

1-4-5- جوجل Google :

يعد جوجل شركة أمريكية عامة متخصصة في مجال الإعلان المرتبط بخدمات البحث على الانترنت، وموقع جوجل دشنته شركة جوجل العالمية عام 2011 كمنافس للفايسبوك، وتعمل على تكامله مع خدمات أخرى تقدمها كالبريد الإلكتروني ، ومحرك البحث المعرب الذي يحمل اسم جوجل ، وهو عبارة عن شبكة ومحرك بحث آخر مهم على شبكة الانترنت العملاقة، حيث يعتبره العديد من المهتمين بهذا الموضوع شبكة وموقع منافس للفايسبوك من حيث التوسع والخدمات ، أهمها خدمة البحث والأخبار، وخدمة المدونات والتدوين والتي تتيح للمستخدم أن ينشئ حساب لدى الموقع.³

1-5- وظائف مواقع التواصل الاجتماعي (دورها في المجال الصحي):

تعد التوعية الصحية من أهم الأهداف التي تسعى إليها المجتمعات خاصة أثناء الأوبئة وانتشار الفيروسات مثل انتشار فيروس الإيبولا وغيرها ومع انتشار فيروس كورونا كوفيد 19 بداية سنة 2020 سارعت وسائل الإعلام لنشر حملات التوعية للحد من انتشار الفيروس إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها الدور البارز في نشر المعلومات فمن بين معالم الواقع الجديد الذي أفرزته أزمة تفشي وباء

¹ ماهر عودة الشمايلية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإصدار للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص214.

² عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015 ، ص66.

³ رحيمة كروش: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي إزاء فيروس كورونا لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2020_2021، ص 43 .

كورونا في أنحاء العالم، كان ذلك الاختيار القوي لوسائل التواصل الاجتماعي بكل أنواعها، التي باتت سمة واضحة لا ينكرها أحد في العالم المعاصر، وبقدرها ساهمت تلك الوسائل الجديدة في تخفيف وطأة تواصل مباشر بين البشر وبفعل المخاوف من تفشي فيروس كورونا من خلال حملات التوعية، وحلت محل وسائل الإعلام سواء المكتوبة المسموعة أو السمعية البصرية بفعل المميزات التي تتصف بها مواقع التواصل الاجتماعي كآلية السريعة في نقل المعلومات، وأهم مميزاتها التفاعلية، حيث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إثارة الخوف والهلع من خلال المعلومات المتداولة أثناء الجائحة التي حلت بالعالم عامة والجزائر خاصة.¹

إضافة إلى ذلك أظهر دراسة حديثة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لنشر المعلومات بين المرضى والأطباء، كما أن نشر الوعي الصحي في الصفحات عبر الفيسبوك يهدف إلى التأكيد من أن أفراد المجتمع يسلكون سلوكا صحيحا.²

ويهدف نشر الوعي الصحي لدى الشباب عبر الفيسبوك إلى:

- التأكد من أمام أفراد المجتمع بالمعلومات المتصلة بالمستوى الصحي في مجتمعهم والمشكلات الصحية والأمراض المعدية المنتشرة في مجتمعهم.
- إدراك الأفراد بأن حل مشكلاتهم الصحية والمحافظة على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الحكومية وهو ما تسعى إليه صفحات الفيسبوك عبر نشر الوعي الصحي.
- التعرف على الخدمات والمنشآت الصحية الموجودة وهذا ما يلعبه الفيسبوك في تقريب المسافات عن طريق الإعلانات وهو ما يؤدي إلى الانتفاع بها بطريقة منتظمة ومجدية.
- كما تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتخفيف والتوعية من انتشار الأوبئة والقلق المرتبط بها.

¹ ميلود مراد، صادقي فوزية: مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر، مرجع سابق، ص 149.

² سمير كيم وهيبه كواشي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الجزائريين، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 21 العدد 2، ديسمبر 2020، ص 724 - 725.

- تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد المدى الزمني للعدوى ولتعبئة قاعدة بيانات مكانية لحالات المرضى المبلغ عنها.¹

نستنتج في الأخير أن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن تطبيقات برز استخدامها بشكل متزايد تتميز بسهولة الاستخدام ولها ميزة التفاعلية بالإضافة إلى التلقائية والانفتاح تساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم كما تتيح إمكانية التواصل السريع بين الأشخاص أهمها الفيسبوك، التويتر، اليوتوب تستخدم في مختلف المجالات الصحي حيث تعمل على نشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع كما تستخدم للتخفيف والتوعية من انتشار الأوبئة والقلق المرتبط بها.

2- حملات التوعية الصحية.

تؤدي التوعية الصحية دورا هاما في رفع مستوى الصحة العامة لدى أفراد المجتمع نظرا لأهميته فقد اعتبره العلماء والأطباء بأنه الوسيلة الفعالة الرئيسية التي تساهم في توعية المجتمع من جهة وتحسن مستوى صحة المجتمع من جهة أخرى ويمكن أن نلاحظ أن التوعية الصحية تعتمد على وسائل ومواقع الاتصال بشكل مباشر من أجل التأثير على المجتمع وذلك من أجل التلقيح ضد فيروس كورونا Covid-19 وسنحاول في هذا المبحث شرح مفهوم التوعية الصحية وأهم الخصائص التي تتميز بها وكذلك التطرق إلى أهمية التوعية الصحية وستكون هناك كذلك إشارة إلى مجالات التوعية الصحية.

2-1- مفهوم الحملة الإعلامية:

هي سلسلة من الإعلانات المختلفة أو إعلان واحد في واحدة أو أكثر من وسائل الإعلام يجمعها هدف واحد تستهدف جمهورا محددًا وتكون على الامتداد لفترة قد تطول حسب هدف المعلن من هذه الحملة وغالبا تستخدم التكرار المكثف لتحقيق الهدف المرجو.²

وتعد شكلا من أشكال الاتصال الاجتماعي يتأسس على استخدام المخطط لمجموعة متنوعة من وسائل الاتصالية والأساليب الابتكارية لحث المجتمع عامة أو بعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة أو

¹ سمير كيم، صادقي فوزية: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الجزائريين، المرجع السابق، ص 725.

² حليلة حبوب: دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية الصحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، بجامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014_2015، ص 42.

أفكار تتبناها وتدعمها بذلك باستخدام إستراتيجية أو لأكثر من إستراتيجية عن طريق جهود متواصلة في إطار زمني ممتد ومحدد.¹

2-2- أهمية الحملة الإعلامية في الإعلام الجديد:

أثبتت دراسات عدة وخبرات متراكمة قدرة الحملات الإعلامية على إحداث التأثير المطلوب منها، وإن كأنها تحقيق المهام المنوطة بها، ونجاحها في معظم الأهداف التي وضعت من أجلها، كما أن الحملات الإعلامية باعتبارها جهداً منظماً إلى إقناع مجموعة مستهدفة بقبول الأفكار أو اتجاهات أو سلوكيات أو تعديلها أو الابتعاد عنها، وتعتبر الحملات الإعلامية التي يقوم بها الكائن بالاتصال ضرورة ملحة في عصرنا وتهدف هذه الحملات إلى الرفع من مستوى الوعي العام وتعزيز مشاركة الجماهير في العملية التنموية التي تديرها وتنفيذها العديد من المؤسسات.²

- يمكن الحملة الإعلامية أن تؤدي إلى تكوين صورة قوية للمؤسسة وإلى زيادة في حجم المبيعات وتحسين الأرباح.

- ويمكن كذلك أن تقوم الحملة لغرض تحسين صورة مهنية لدفع المواطنين للإقبال عليها.

- وتحسين الرأي العام بقضية معينة في المجتمع، وتوضيح الحقائق وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع، كالحملات المستهدفة لتوعية المواطنين بقوانين المرور.

- وتغيير السلوك الذي لا يتناسب مع المحيط الاجتماعي عن طريق إقناع الفرد بعدم صحة ما يقوم به، أو بيان مخاطر الناجمة عن ذلك السلوك.³

2-3- أهداف الحملة الإعلامية:

يمكن إيراد الأهداف التي تسعى الحملات الإعلامية الاجتماعية إلى تحقيقها بشكل عام على النحو

التالي:

¹ إيمان كشيد، عفاف كشيد: دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية المرورية قناة الجزائر الثالثة "نموذجاً"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، الجزائر، 2019، ص51.

² إيمان كشيد عفاف كشيد: مرجع سابق، ص51.

³ عيسى بوكرموش: استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013، ص63.

- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم.
- التأثير على مواقف واتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة.
- إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أهداف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.
- الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة بما يحقق وفورات مالية أو بما يقلل من حجم الخسائر في أنماط سلوكية الشرائية واستهلاكية محددة.
- تقديم معلومات صحية ووقائية.
- استخدام الاستمالات الإقناع المتنوعة من أجل تغيير السلوك الاجتماعي واكتساب عادات جديدة.
- الانتقال إلى أرض الواقع بعد أن تحقق انتشارا لدى مستخدمي الانترنت.
- زيادة الوعي لدى الجمهور المستهدف.
- تجميع الآراء والمشاركات عبر شبكة الإنترنت لتحقيق أهداف معينة.¹

2-4- مفهوم التوعية الصحية:

هي نشاط فني وعلمي مخطط يعتمد على نشر الحقائق العلمية والخبرات المكتسبة، تهدف إلى تمكين أفراد المجتمع من الإلمام بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسئولية نحو صحتهم وصحة غيرهم من خلال غرس ونشر الممارسات الصحية السليمة.²

عملية إدراك الفرد لذاته وإدراكه الظروف الصحية المحيطة وتكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع، وهي جانباً من الصحة العامة الذي يتعامل مع المشاركة المتضمنة والفعالة للأفراد في حل مشكلاتهم الصحية.³

¹ تبانى عبير: الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، مرجع سابق، ص 93.

² سهيلة حفصي، صبرينة بخوش: إذاعة أم البواقي ودورها في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، سمعي بصري، جامعة أم البواقي، 2020_2021، ص 74.

³ رحيمة كروش: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي إزاء فيروس كورونا لدى الطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص 54.

وتعرف أيضا مجموعة الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي الاطلاع الناس على واقع الصحية، وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض الملتهمة بالإنسان من أجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية، والوقاية المنبثقة من عقيدة المجتمع ومن ثقافته.¹

ويعرف على إدراك المعارف والحقائق الصحية والأهداف الصحية للسلوك الصحي أي أنه عملية إدراك الفرد لذاته وإدراكه الظروف الصحية المحيطة وتكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع.²

و يقصد بها عملية تعليم الناس عادات صحية سليمة ، وسلوك صحي جديد ومساعدتهم على نبد الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة، واسبدالها بسلوك صحي سليم، وخلق وعي صحي لدى الأفراد وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض التي تهدد الإنسانية وتربيههم على القيم.³

2-5- أهمية التوعية الصحية:

تمكين الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعده في تفسير الظواهر الصحية، وتجعله قادرا على البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنه من تجنبها والوقاية منها.

إنها رصيد معرفي يفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة له في اتخاذ قرارات صحية صائبة إزاء ما يتعرض له ويواجهه من مشكلات صحية.

خلق روح الاعتزاز والتقدير والتعقيب بالعلم كوسيلة من وسائل الخير وبالعلماء المتخصصين في الصحة.⁴

¹ زهير غنيمة ، بودية زهرة: مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب الوعي الصحي للمرأة، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018_2019، ص 30.

² رباب حلاب: مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى الطلبة، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص توجيه وارشاد ، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2017_2018، ص 18.

³ خناش حيزية ، سفاري سارة، قاسمي محمد شريف: دور الفيسبوك في نشر التوعية الصحية في الجامعة ضد فيروس كورونا نموذجاً في الجامعة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص اتصال ، جامعة مسيلة، الجزائر، 2020_2021، ص 9.

⁴ مصطفى يوسف كافي : قضايا إعلامية معاصرة، دار الاصدار للنشر والتوزيع ، عمان، ط1، 2016، ص 208.

تساهم عملية التوعية في تغيير سلوك الأفراد واتجاههم وعاداتهم، تتعرض المجتمعات لعملية تغيير مستمر وتظهر حقائق جديدة تلغي الأخرى لذلك تبرز أهمية التوعية في نقل الحقائق الجديدة حتى يعلم الأفراد هذه التغييرات.

تعتبر التوعية عملية مكملة لعملية التربية ونقل الثقافة، وتمكن الفرد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعده في تغيير الظاهرة وتجعله يحقق عن أسباب المرض وكيفية معالجته والوقاية منه. إن التوعية الصحية تمكن الأفراد من التمتع بنظرة صحية تساعدهم في تفسير الظواهر الصحية وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها.¹

2-6- مجالات الوعي الصحي:

لا يقتصر الوعي الصحي على جانب معين من الأمور المتصلة بالصحة ولكن الوعي يتسع مجاله ليشمل كافة العناصر التي هي ضرورية لكي يكون الإنسان متمتع بصحة جيدة.

2-6-1- الصحة الشخصية:

وتشتمل البيئة المنزلية الصحة والنظافة الشخصية والتغذية الصحية ويشمل هذا المجال النظافة والمشاكل الناتجة عن قلة النظافة الشخصية ونظافة المنزل والطعام والشراب والشارع..

2-6-2- التغذية:

تهدف إلى الوعي الغذائي للأفراد على جميع المستويات الاجتماعية والاقتصادية وهذا المجال لا يشمل الأغذية بأنواعها فقط بل يبحث عن العلاقة بين الغذاء والجسم الحي ويشمل تناول الغذاء وهضمه وامتصاصه وتمثيله في الجسم وما ينتج ذلك لتحرير الطاقة وعمليات النمو والتكاثر وصيانة الأنسجة والإنتاج والتخلص من الفضلات.

¹ صايم شهرزاد، صابلية نور الهدى: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2019_2020، ص56.

2-6-3- الأمان والإسعافات الأولية:

ويهدف إلى توعية الأفراد بالعناية بأمنهم وسلامتهم الشخصية حتى يستطيعوا تجنب المخاطر والحوادث الفجائية واتخاذ القرارات الكفيلة بتقليل نسبة الإصابات في حال وقوع حوادث سواء في المنزل أو المدرسة أو الشارع ويشمل الإسعافات الأولية النزيف الحروق اللدغات الكسور الجروح....¹

2-6-4- صحة البيئة:

تهتم بغرس المفاهيم البيئية بشأن المحافظة على صلاحية البيئة التي يعيش فيها الأفراد وباقي الكائنات الحية وصحة البيئة هو العلم الذي يبحث في البيئة من الناحية الصحية ومدى صلاحيتها الفرد والكائنات الحية.

الصحة العقلية والنفسية تهدف إلى تحقيق الكفاءة النفسية والعقلية لدى الأفراد بغية التحكم في انفعالاتهم الداخلية والتقليل من المؤثرات الخارجية على وجدانه وحمايته من الإصابات بالأمراض النفسية والعقلية.

2-6-5- التبغ والكحوليات والعقاقير:

ويتعلق هذا الأمر بإبراز الأضرار الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية نتيجة تعاطي التبغ والكحوليات وسوء استخدام العقاقير وتكمن أهمية هذا المجال في الأخطاء التي يسببها التدخين وانتشار هذه الظاهرة على مستوى العالم الثالث كما يلاحظ أن هناك زيادة أكثر عند المراهقين والفتيان وفي مقتبل العمر او دون العشرين سواء كان هؤلاء في الدول المتقدمة أو النامية.

2-6-6- الأمراض والوقاية منها:

تهدف إلى الوعي بالأمراض وكيفية انتقالها ومنع انتشارها والتعرف على الأمراض المعدية والأمراض الغير معدية فقد كان العلماء يظنون أن الميكروبات وحدها المسؤولة عن حدوث المرض وقد تعددت مسببات المرض منها: المسببات الحيوية المسببات الغذائية المسببات النفسية والاجتماعية المسببات الكيميائية المسببات الطبيعية المسببات البيوكيميائية والوظيفية.

¹ صوكو حسية، بحبح فاطمة الزهراء ، مرجع سابق، ص58_57.

2-6-7- صحة المستهلك:

يهدف إلى المحافظة على صحة المستهلك وحمايته سواء كان عن طريق الالتزام بالحقائق في الإعلانات عن الأطعمة أو تقييم الدعاية والتأمين الصحي وتصويب المعتقدات غير الصحيحة وكذلك البدع والخرافات.

التربية الجنسية تهدف إلى توعية الأفراد بتكوين التشريحي والوظيفي والجهاز التناسلي في الإنسان والزواج والأمومة ومراحل تكوين الجنسين والمشكلات الجنسية والصحية.¹

3- التلقيح ضد وباء كورونا.

يعتبر فيروس كورونا (كوفيد 19) من الفيروسات المستحدثة وهو سلالة جديدة من الفيروسات التاجية وتكمن خطورة الفيروس في أنه يصيب الجهاز التنفسي للإنسان مع عدم معرفة علاج نهائي له حتى الآن وهو أيضا فيروس كبير الحجم ويبقى على الأسطح لفترات طويلة وهذه الفترات كافية لانتقال الفيروس ما لم نتبع طرق الوقاية والسلامة منه . كما وضعت منظمة الصحة العالمية مجموعة من اللقاحات ضد هذا الفيروس والتي تعمل على حماية الجسم من الفيروس والسيطرة عليه كما يدفع الجسم لمقاومة عدوى الفيروس وتقوية جهاز المناعة.

3-1- أعراض فيروس كورونا:

تتمثل الأعراض الأكثر شيوعا لمرض كوفيد 19 في الحمى والسعال الجاف وضيق في التنفس وقد يعاني بعض المرضى من الألم والأوجاع أو احتقان الأنف أو الرشح أو ألم الحلق أو الإسهال. وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ تدريجيا ويصاب بعض الناس بالعدوى دون أن تظهر عليهم أي أعراض ودون أن يشعروا بالمرض.

كيفية ظهور أعراض فيروس كورونا (كوفيد 19):

في الأيام الثلاثة الأولى تبدأ أعراض خفيفة تشبه الأنفلونزا بعد ذلك يبدأ الشعور بألم الحلق ويزداد يوما بعد يوم يصاحبه سعال جاف وارتفاع في درجة حرارة الجسم أعلى من 37 درجة مئوية لمن هم ذوي

¹ صوكو حسبية، ببح فاطمة الزهراء، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر، المرجع السابق، ص57_58.

مناعة هضمية وربما إسهال وقيء مع مرور الأيام تظهر آلام المفاصل بشكل عام واستمرارية في ارتفاع درجة حرارة الجسم.

وتكمن خطورة فيروس كورونا في حدوث الالتهابات الرئوية مما يؤدي إلى قصور في وظائف أعضاء الجسم ويؤدي في الأخير إلى الوفاة لا قدر الله.¹

3-2- طرق انتشار فيروس كورونا:

يمكن أن يصاب بعدوى مرض فيروس كورونا عن طريق الأشخاص الآخرين المصابين بالفيروس ويمكن للمرض أن ينتقل من شخص إلى شخص آخر عن طريق القطرات الصغيرة التي تنتشر من الأنف أو الفم عندما يسعل أو يعطس الشخص المصاب بفيروس كورونا وتتساقط هذه القطرات على الأسطح المحيطة بالشخص، ويمكن حينها أن يصاب الأشخاص الآخرون بعدوى فيروس كورونا عند ملامستها لهذه الأسطح بمجرد لمس العين أو الأنف أو الفم يمكن أن يصاب الأشخاص بعدوى فيروس كورونا إذا تنفسوا القطرات التي تخرج من الشخص المصاب بالمرض مع سعاله أو زفيره ولذلك يجب الابتعاد عن الشخص المريض بمسافة تزيد على متر واحد (3 أقدام) على الأقل .

وكما سبقنا الذكر فإن ملامسة الأسطح والأدوات الملوثة بالفيروس أو المخالطة المباشرة مع المصابين هي أكثر الطرق انتشار وانتقال عدوى فيروس كورونا من شخص لآخر.²

3-3- طرق الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد 19):

لضمان عدم بقاء الفيروس باليد وضع دخول الفيروس عبر منافذ الجسم العينين والفم والأنف يجب:

- غسل اليدين بالماء والصابون بشكل مستمر لمدة لا تقل عن عشرين ثانية.
- الاهتمام بالنظافة الشخصية في جميع الأوقات.
- تجنب لمس العينين أو الفم أو الأنف.
- الامتناع عن المصافحة أو العناق.
- الابتعاد مسافة تزيد على متر عن كل من حولك في أي مكان كالطوابير أو التجمعات الكبيرة.

¹ منظمة الصحة العالمية: الدليل الإرشادي للوقاية من مرض كورونا كوفيد 19 للعاملين في المجال التوعوي في المجتمع،

² منظمة الصحة العالمية: السابق، صفحة 11.

- عند السعال أو العطاس استخدام المناديل الورقية ورميها في المكان المخصص فور الانتهاء من استخدامها.
- تطبيق الحجر المنزلي للمصابين بنزلات البرد في المنزل وتجنب مخالطتهم مباشرة.
- استخدام معقمات اليدين عند دخول أي منشأة أو محل.
- الإكثار من شرب الماء والسوائل الدافئة والليمون والبرتقال (الفيتامين سي).
- استخدام الكمادات الواقية أثناء الجلوس مع أكثر من اثنين عند الخروج من المنزل.
- لبس القفازات والكفوف التي تستخدم لمرة واحدة عند الخروج من المنزل.
- الاهتمام بالصحة ورفع المناعة عبر الراحة والنوم مبكرا لرفع وتعزيز مناعة الجسم وممارسة الرياضة والتغذية الجيدة.¹

3-4- اللقاح ضد فيروس كورونا (كوفيد 19):

تم صناعة لقاح ضد فيروس كورونا من طرف معهد الأمصال الهندي وشركة أس كيه للعلوم الحيوية، ثم تم تطويره من قبل جامعة أكسفورد وشركة استرازينيكا ويسمى هذا اللقاح بـ chadox1-s وهو لقاح واحد ضد مرض فيروس كورونا 2019 يستند إلى فيروس ناقل معدي منسوخ وضعيف ، ويستخدم اللقاح بين بروتين النوات السطحية الخاصة بفيروس Sars-Covid, الذي يوجه الخلايا المضيفة لإنتاج الأجسام المضادة للبروتين الخاص بفيروس كوفيد 19، مما يسمح للجسم توليد استجابة مناعية والاحتفاظ بهذه المعلومات في خلايا الذاكرة المناعية.

ويحمي اللقاح الناس من الإصابة بالفيروس مع دفاع الجسم الطبيعي للحماية فعند اخذ اللقاح يستجيب الجهاز المناعي بحيث يتعرف على الفيروس فور دخوله للجسم، ويقوم بإنتاج الأجسام المضادة (بروتينات) لمحاربة الفيروس.

لذلك فإن اللقاح هو الوسيلة الآمنة لمنع الإصابة بالمرض.²

¹ منظمة الصحة العالمية: الدليل الإرشادي للوقاية من مرض كورونا كوفيد 19 ، المرجع السابق، ص14.

² منظمة الصحة العالمية: اللقاح ضد الكوفيد 19، (28 فبراير 2021) ، ص1.

3-5- أهمية اللقاح.

- اللقاح يدفع الجسم لمقاومة عدوى معينة وتقوية جهاز المناعة.
- تدريب جهاز المناعة على تكوين أجسام مضادة.
- حماية الجسم من فيروس كورونا والسماح له بتطوير استجابة مناعية بشكل آمن والتي توفر الحماية للجسم من خلال منع العدوى أو السيطرة عليها.
- يسمح لك برفع عمليات الفصل في الدول.
- يعمل على تخفيف التباعد الاجتماعي وبالتالي عودة الحياة الطبيعية تدريجياً.¹

¹ التلقيح الوقائي من فيروس كورونا: الأمر الأكثر أهمية ، (يونيو 2021) ، ص 2.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم التطرق له في هذا الفصل ، نخلص الى أن شبكات التواصل الاجتماعي شبكات لم تعد فقط من أجل الدردشة أو التسلية بل أصبحت وسيلة لانجاز الأعمال والأخبار ونشر المعلومات المختلفة في جميع المجالات خاصة المجال الصحي، وكذلك تبادل الخبرات والأفكار والآراء واسداد وتلقي النصح والارشاد والتوجيه حول مختلف المواضيع الصحية الراهنة إزاء فيروس كورونا، من خلال نشر الوعي الصحي، فالوعي الصحي له دور هام في تعليم الفرد كيف يقي نفسه من هذه الأمراض، كما تشكل مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في نشر الوعي الصحي وبنه وغرسه وتعويد الافراد عليه عن طريق حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي تنمية وتطوير هذا الوعي الصحي لدى الأفراد من مختلف الأمراض والأوبئة خاصة من جائحة كورونا ، حيث يعد فيروس كورونا من التحديات الصحية الصعبة التي تواجهها دول العالم اليوم هذا ما أدى منظمة الصحة العالمية الى صناعة اللقاحات لحماية الجسم من فيروس كورونا وكذلك الحد من انتشار هذا الأخير.

و يتضح لنا من خلال هذا الفصل أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور في التنقيف والتوعية وتوجيه الرأي العام، اذ أصبحت السبابة في بث المعلومات حول هذا الفيروس ونشر كل ما هو جديد في المجال الصحي وكذلك توعية الافراد من خلال الحملات الإعلامية.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

1- عرض و تحليل البيانات.

2- النتائج العامة للدراسة.

3_ الاقتراحات و التوصيات

خلاصة الفصل

تمهيد:

هذا الفصل هو الإطار التطبيقي للدراسة قمنا بعرض وتحليل البيانات المتحصل عليها عن طريق اداة جمع البيانات المتمثلة في الاستمارة ، والتي تم توزيعها على عينة قوامها 60 مفردة ممثلين في موظفي الصحة، حيث تم عرض إجابات المبحوثين في جداول مركبة عن طريق التفريغ اليدوي، تتضمن كل من التكرارات، النسب المئوية، وقد قمنا بالتعليق على هذه البيانات وتحليلها لاستخراج نتائج مكنتنا من الإجابة على تساؤلات دراستنا.

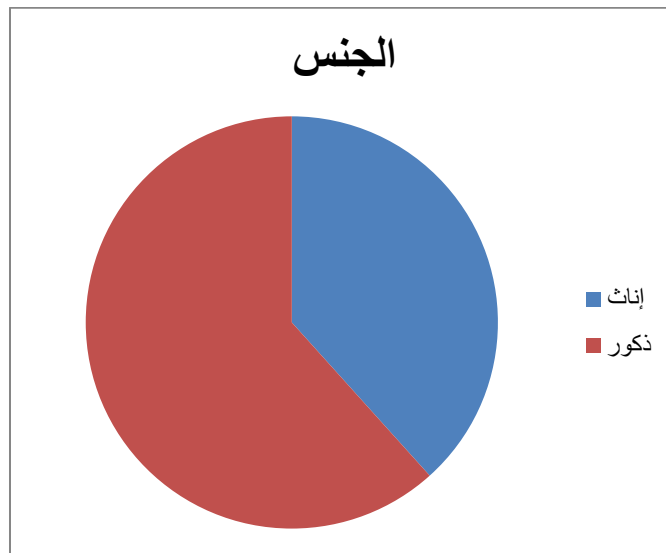
أولاً: تحليل وتفسير البيانات:

المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين:

الجدول رقم 1: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسب المئوية	التكرار	الجنس
61,66%	37	إناث
38,33%	23	ذكور
100%	60	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه ، أن عينة الدراسة متفاوتة ، بحيث نجد أن فئة الذكور قدرت بنسبة 38.33% في حين نجد أن نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور وقد قدرت ب 61,66%، وهذا راجع إلى مجتمع الدراسة المتمثل في مستشفى محمد الصديق بن يحيى، الذي يفوق فيه عدد الإناث على عدد الذكور.



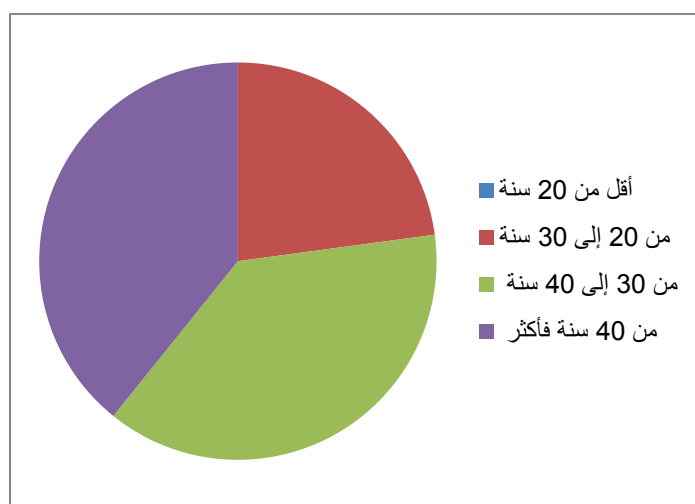
الشكل (1): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجدول رقم 2: يبين توزيع عينة الدراسة حسب السن:

السن	التكرار	النسب المئوية
أقل من 20 سنة	/	/
من 20 إلى 30 سنة	14	23,33%
من 30 إلى 40 سنة	22	36,66%
من 40 سنة فأكثر	24	40%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن نسبة المبحوثين الذي يتراوح سنهم من 40 سنة فأكثر احتلت المرتبة الأولى بنسبة 40%، أما الفئة من 30 إلى أقل من 40 سنة فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة 36,66% أما الفئة التي تتراوح أعمارهم من 20 إلى أقل من 30 سنة قدرت نسبتها ب 23,33%، من مجموع عينة البحث.

وعليه نستنتج أن أغلب الطاقم الطبي والممرضين يفوق سنهم 30 سنة غالباً، خاصة الأطباء تتطلب دراستهم سنوات من أجل الالتحاق بمهنة الطب.

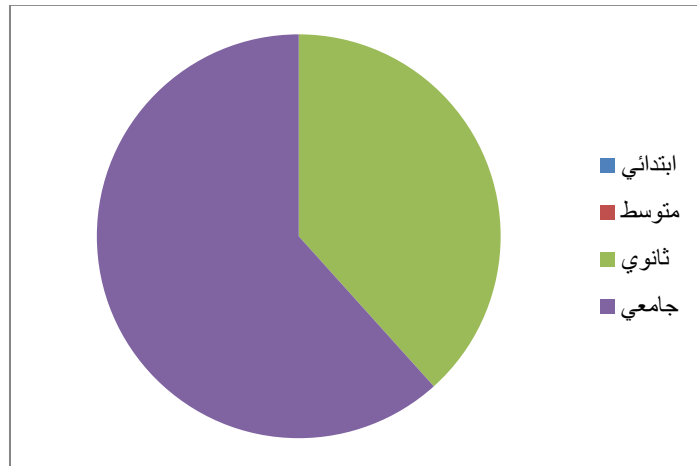


الشكل 2: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

الجدول رقم 3: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسب المئوية	التكرار	المستوى الدراسي التعليمي
/	/	ابتدائي
/	/	متوسط
38,33%	23	ثانوي
61,66%	37	جامعي
100%	60	المجموع

يبين الجدول رقم 3 توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي التعليمي حيث أن غالبية المبحوثين هم ذو مستوى جامعي بنسبة 61,66%، ثم تليها نسبة 38.33% لأصحاب المستوى الثانوي، في حين نجد كل من المستوى الدراسي الابتدائي والمتوسط منعدم في مجتمع بحثنا. نستنتج ارتفاع نسبة المستوى الجامعي إلى أن كل الأطباء وبعض الممرضين ذو مستوى جامعي لأن مهنتهم تتطلب دراسة جامعية وكفاءة عالية.



الشكل 3: يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى الدراسي التعليمي.

المحور الثاني: عادات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي:

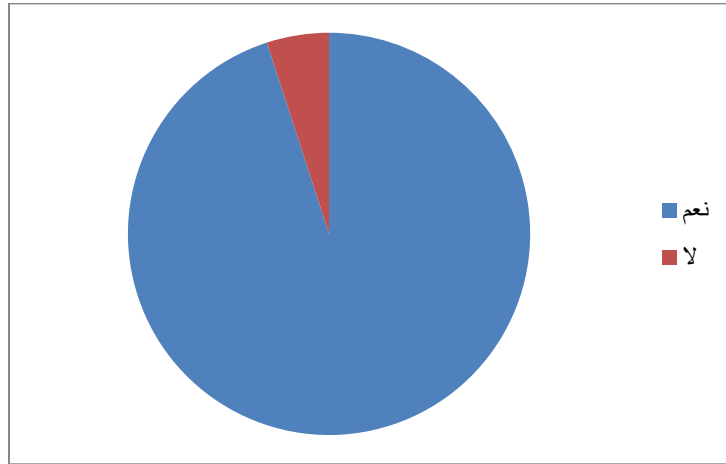
الجدول رقم 4: يبين استخدام الباحثين مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات في المجال الصحي.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	57	95%
لا	3	5%
المجموع	60	100%

تبين البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن نسبة استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات في المجال الصحي كانت غالبية إجاباتهم بنعم والتي قدرت نسبتها ب(95%) في حين كانت نسبة الباحثين الموجبين بلا ضئيلة جدا و قدرت ب5% . نستنتج من مفردات العينة تفضيلهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي كمصادر للإطلاع على آخر المستجدات.

كما يمكن القول من خلال النتائج المتحصل عليها وهذا ما أشارت إليه مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية لسنة 2021، أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل في الوقت الحالي أهم مصادر المعلومات في جميع المجالات وحل الأزمات يزيد الاعتماد عليها ، نظرا لجملة الخصائص الفريدة التي تتميز بها عن سائر وسائل الإعلام ، وانتشار استخدامها بين مختلف فئات المجتمع وفئاته، ومعظم الأفراد حال الأزمات يبحثون عن تحليلات إضافية وخدمات إخبارية وشهادات وهذا ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي. كما تتميز هذه الأخيرة على العديد من الصفحات المتخصصة في المجال الصحي مثل صفحات الخبراء والأكاديميين والعلوم الطبيعية كما اثبتت هذه الدراسة ان نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتفعة بسبب خصائصها وما تتميز به من سهوله وميولة في الاستعمال.¹

¹ مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية: اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي خلال الأزمات بالجزائر، المجلد 5، العدد 2، جويلية 2021، ص 121_145.

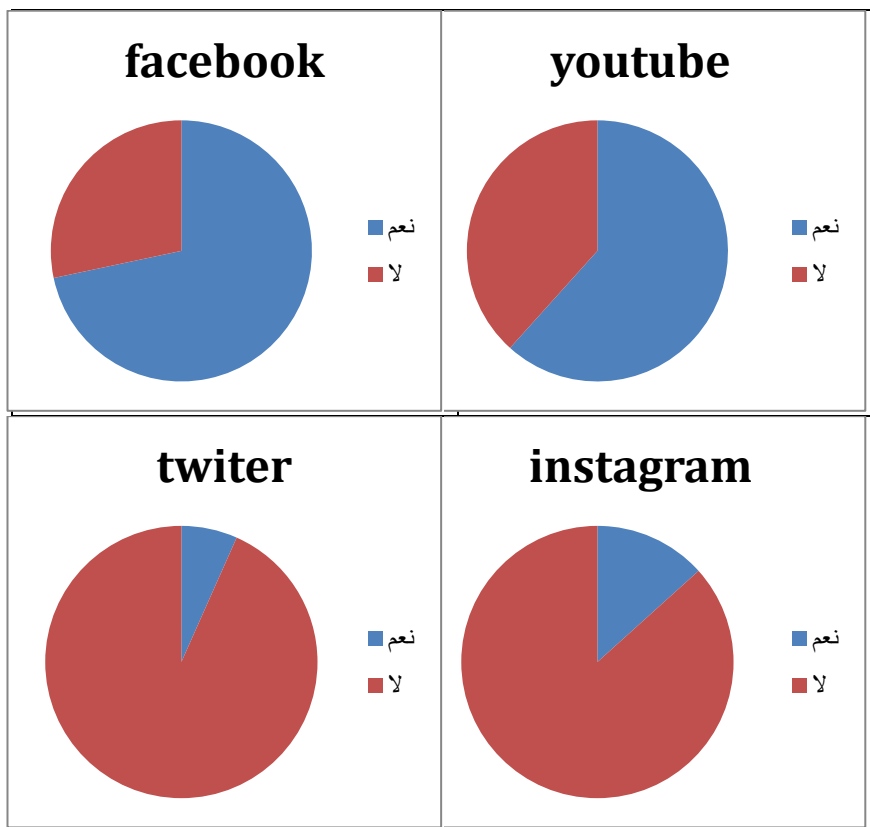


الشكل 4: يوضح استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي.

الجدول رقم 5: يبين مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين في المجال الصحي.

المجموع	النسبة		التكرار		الخيارات
	لا	نعم	لا	نعم	
%100	38,33	61,66	23	37	Youtube
%100	28,33	71,66	17	43	Facebook
%100	86,66	13,33	52	8	Instagram
%100	93.33	6,66	56	4	Twiter

بالاطلاع على نتائج الجدول يتبين لنا أن غالبية المبحوثين يفضلون الاعتماد على موقع الفيسبوك بنسبة تقدر بـ 71,66 %، يليه موقع اليوتيوب بنسبة 61,66%، أما في المرتبة الثالثة نجد نسبة 13.33% يعتمدون على الانستغرام، ونجد موقع التويتر يحتل المرتبة الأخيرة بنسبة 6,66%، وقد أضاف بعض المبحوثين خيار جوجل كموقع يعتمدون عليه في الحصول على المعلومات في المجال الصحي. ونستنتج أن هذه النسب تشير إلى أن أهم المواقع وأكثرها استخداما في المجال الصحي من طرف عينة المبحوثين هي الفيسبوك يليه اليوتيوب مما يؤكد على أهمية موقع الفيسبوك واليوتيوب لدى الجمهور وحرصهم المستمر على متابعتهم، حيث أن موقع الفيسبوك يعتبر أسهل منصة بما يتميز من مزايا مثل التفاعلية و الأنية في نشر الأخبار والموضوعات ثم يليه اليوتيوب والذي يعد منصة داعمة للفيديوهات والتي من خلالها يمكن الاطلاع على مختلف المضامين الصحية والحصص التلفزيونية والبرامج الخاصة بالتوعية الصحية.



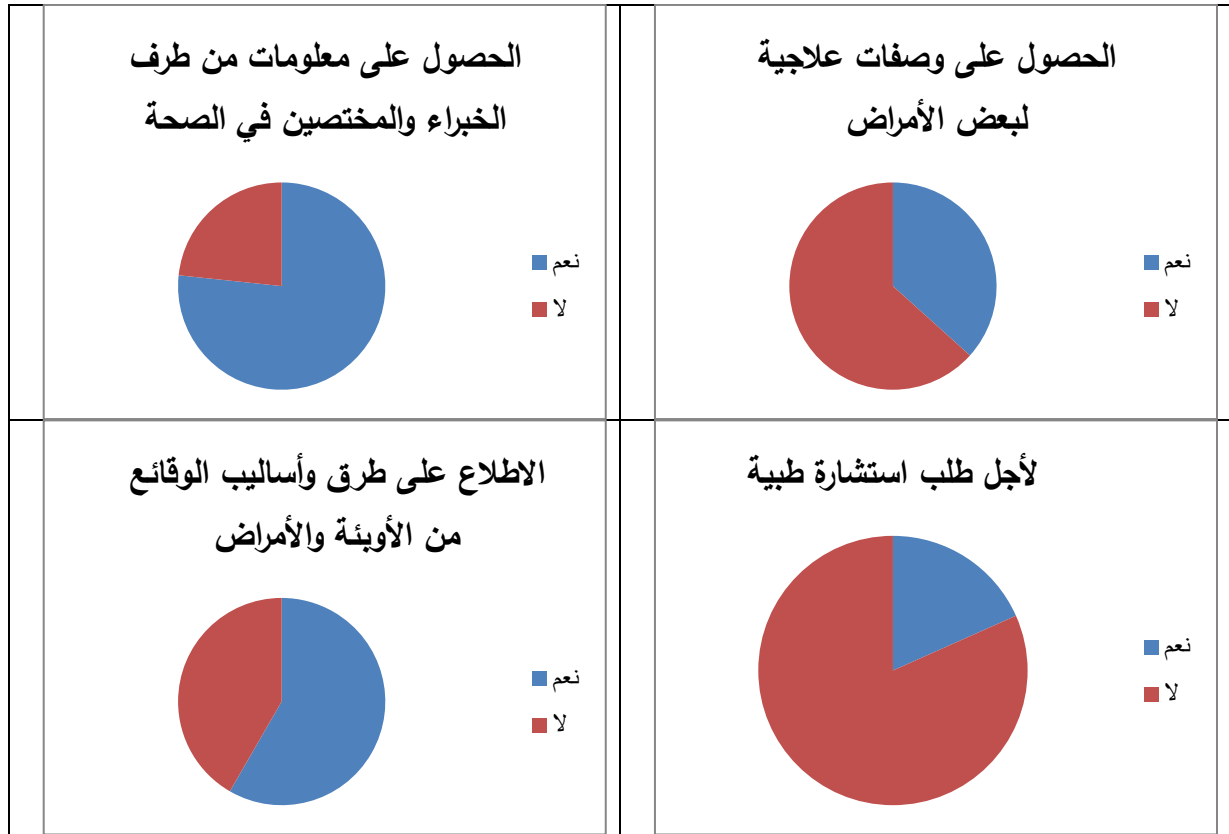
الشكل رقم 5: يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين في المجال الصحي.

الجدول 6: يبين أغراض استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي.

المجموع	النسبة		التكرار		الخيارات
	لا	نعم	لا	نعم	
%100	63,33	36,66	35	22	الحصول على وصفات علاجية لبعض الأمراض
%100	23,33	76,66	14	46	الحصول على معلومات من طرف الخبراء والمختصين في الصحة
%100	81,66	18,33	49	11	لأجل طلب استشارة طبية
%100	41,66	58,33	25	35	الاطلاع على طرق وأساليب الوقائع من الأوبئة والأمراض

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن غالبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي لغرض الحصول على المعلومات من طرف الخبراء والمختصين في الصحة بنسبة 76,66%، في حين نجد نسبة 58.33% من المبحوثين يفضلون الاطلاع على طرق وأساليب الوقاية من الأوبئة والأمراض، تليها نسبة 36,66% من المبحوثين يستخدمون المواقع لغرض الحصول على وصفات علاجية لبعض الأمراض، أما النسبة الأخيرة فتمثلت في 18,33% يستخدمون المواقع لأجل طلب استشارة طبية.

وقد أضاف بعض المبحوثين أغراض أخرى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتنوع خدماتها خاصة في المجال الصحي كالإطلاع على كل ما هو جديد في العالم في المجال الصحي. ومنه نستنتج أن النسب المرتفعة تعود لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المتنوعة (استشارات، وصفات علاجية، إجراءات وقائية) في المجال الصحي، كما وجدنا إصابة بعض المبحوثين بفيروس كورونا أدى بهم إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغرض الحصول على وصفات علاجية لمرضهم، والبحث عن استشارات طبية، وأساليب وقائية للشفاء منه.



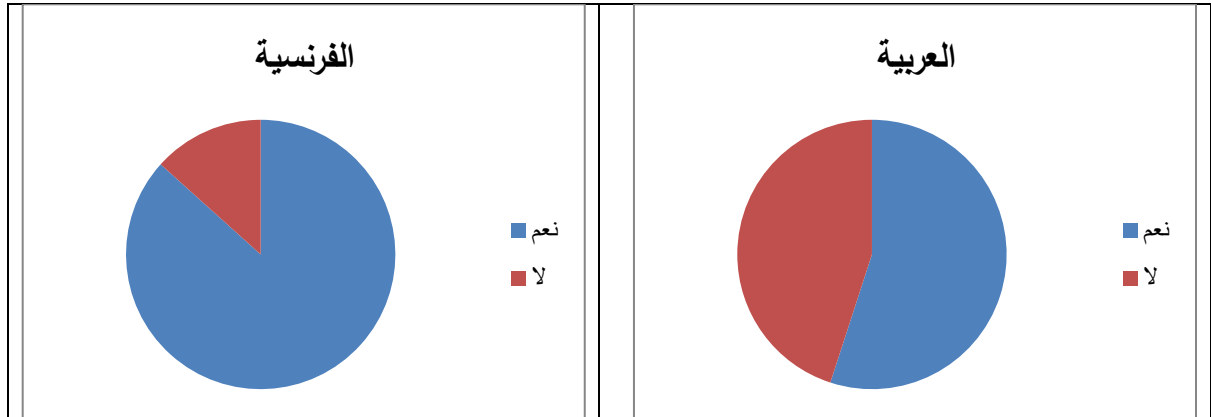
الشكل 6: يوضح أغراض استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي.

الجدول 7: يبين اللغات التي يتصفح بها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي.

المجموع	النسبة		التكرار		الخيارات
	لا	نعم	لا	نعم	
%100	45	55	27	33	العربية
%100	13,33	86,66	08	52	الفرنسية
%100	85	15	51	09	الانجليزية

تبين بيانات الجدول أعلاه أن نسبة 86,66% من المبحوثين داخل المستشفى يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي باللغة الفرنسية، بحيث نجد أن بعض المبحوثين يفضلون الاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي باللغة العربية بنسبة 58%، أما في ما ينص الاطلاع على مواقع التواصل باللغة الإنجليزية نجد نسبة قليلة تقدر ب 15% .

من خلال القراءة الجدولية ومعطيات الجدول نجد أن جل المبحوثين يتوجهون نحو تفضيل اللغة الفرنسية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي وذلك راجع إلى أن اللغة الفرنسية لغة التعليم في الطب. أما اللغة العربية فهي لغة التعليم في الأطوار الثلاث الأولى ولغة الدولة، أما انخفاض نسبة اللغة الإنجليزية يعود إلى قطاع محدود من الجزائريين يتحكمون في هذه اللغة.



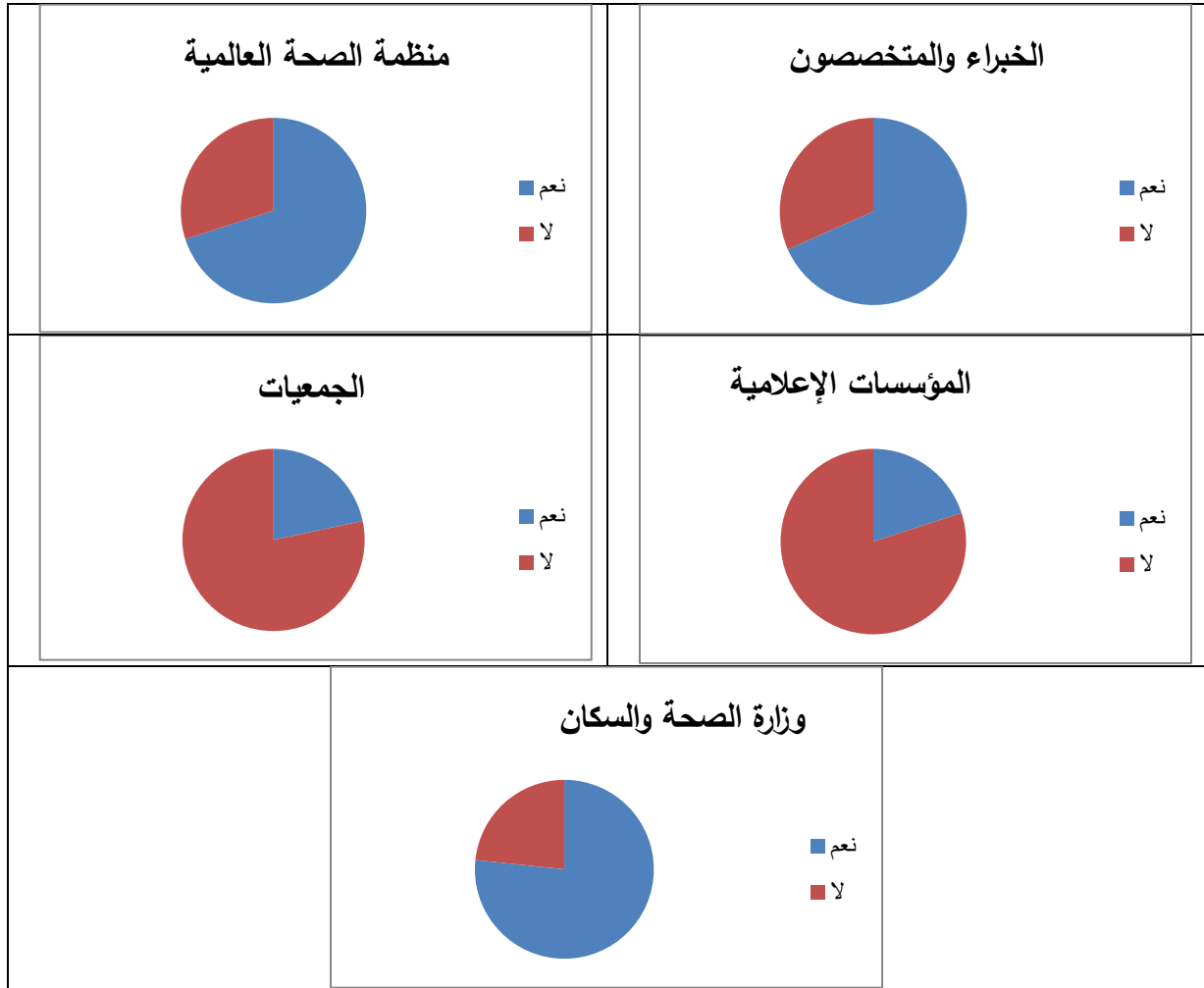
الشكل 7: يوضح اللغات التي يتصفح بها المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي.

المحور الثالث: مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع المبحوثين بضرورة التلقيح ضد وباء كورونا.

الجدول رقم 8: يبين الجهات التي قامت بتنشيط حملات التوعية ضد فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع	النسبة		التكرار		الخيارات
	لا	نعم	لا	نعم	
%100	31,66	68,33	19	41	الخبراء والمتخصصون
%100	30	70	18	42	منظمة الصحة العالمية
%100	80	20	48	12	المؤسسات الإعلامية (إعلاميون)
%100	78.33	21,66	47	13	الجمعيات
%100	23,33	76,66	14	46	وزارة الصحة والسكان

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة قدرت ب 76,66% من المبحوثين الذين أجابوا بأن وزارة الصحة والسكان هي الجهة أكثر نشاطا في حملات التوعية ضد فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ونجد أن منظمة الصحة العالمية تحتل المرتبة الثانية بنسبة 70% بتنشيط حملات التوعية ضد فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما نجد فئة الخبراء والمتخصصون قدرت بنسبة 68.33% وفي الأخير جاءت نسبة 21,66% و 20% لكل من الجمعيات والمؤسسات الإعلامية (إعلاميون) كجهتين أقل تنشيط في حملات التوعية ضد فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنه نستنتج أن النتائج منطقية باعتبار هذه الأطراف (خبراء ومتخصصين منظمات الصحة العالمية، وزارة الصحة والسكان)، هي المسؤول الأول عن تسيير الأزمة الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي واقتراح الحلول لها عبر تنشيط حملات التوعية بضرورة التلقيح ضد فيروس كورونا.

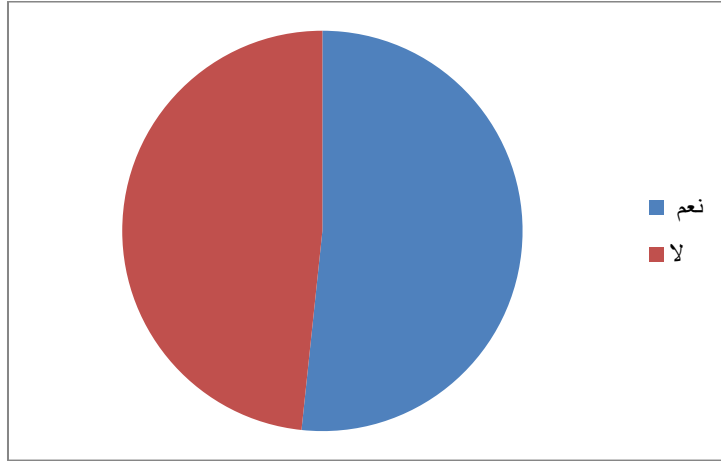


الشكل 8: يوضح الجهات التي قامت بتنشيط حملات التوعية ضد فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 9: يبين قيام المبحوثين بالتلقيح للداء معين قبل أزمة كارونا.

النسب المئوية	التكرار	الاحتمالات
51,66%	31	نعم
48,33%	29	لا
100%	60	المجموع

من خلال بيانات الجدول المرفق أعلاه يتضح لنا أن نصف المبحوثين تقريبا داخل مستشفى محمد الصديق بن يحيى، قاموا بالتلقيح ضد وباء معين قبل أزمة كورونا ،حيث بلغت نسبتهم 51,66% في حين نجد نسبة 48,33% من المبحوثين لم يسبق لهم أن تلقوا اللقاح قبل أزمة كورونا. ومنه نستنتج أن تقارب النسبتين راجع إلى كون الجزائر لم تشهد أوبئة منذ زمن طويل نسبيا وهو ما يفسر وجود عدد معتبر من المبحوثين 48,33% لم يتلقى تلقيحا ضد وباء من قبل، الأمر الذي يتطلب مجهودات مضاعفة في إقناعهم في تلقي لقاح فيروس كورونا.



شكل رقم 9: يوضح قيام المبحوثين بالتلقيح ضد وباء معين قبل أزمة كورونا.

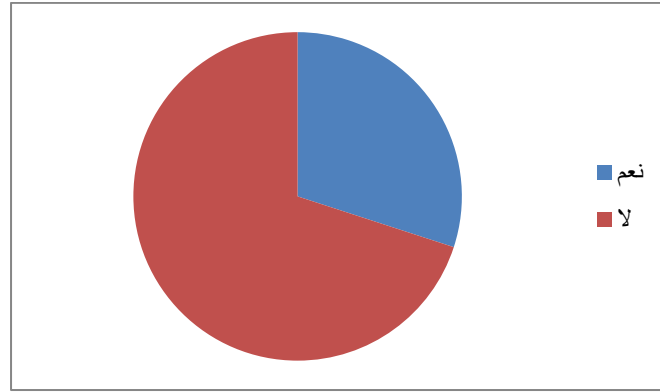
الجدول رقم 10: يبين إن كان أفراد العينة يشعرون بفوبيا إزاء استخدام لقاحات ضد فيروس كورونا.

النسب المئوية	التكرار	الاحتمالات
30%	18	نعم
70%	42	لا
100%	60	المجموع

من خلال الأرقام الموجودة في الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة المبحوثين الذين لا يشعرون بفوبيا إزاء استخدام لقاحات ضد فيروس كورونا تقدر ب 70% ، في حين نجد أن من يشعرون بفوبيا إزاء استخدام لقاحات ضد فيروس كورونا كانت نسبتهم قليلة تقدر ب 30 ، ومنه نستنتج أن نسبة الذين لا يشعرون بفوبيا إزاء استخدام لقاحات ضد فيروس كورونا كانت كبيرة، و هذا راجع الى المعلومات و الحقائق التي تلقوها حول هذا الفيروس، فعندما تلقى الضوء على بعض الإحصاءات الحديثة من المملكة المتحدة (نجد أن دراسة تثبت أكثر من 200 ألف شخص قد وجدت أن كل من لقح تقريبا قد كون أجساما مضادة

للفيروس في غضون أسبوعين من الحصول على الجرعة الثانية من اللقاح، كما أكد العديد من الممارسين الصحيين أن مخاطر الآثار الجانبية الشديدة للقاح ضئيلة مقارنة بمخاطر الفيروس نفسه).¹ كما يتميز اللقاح بعدة فوائد كحمايتك من الإصابة بفيروس كورونا و الوقاية من الإصابة بمضاعفات مرضية خطيرة ، و الحد من انتشار فيروس كورونا، كل هذا عزز من ثقة الباحثين من استخدام اللقاح ضد فيروس كورونا و عدم الشعور بالخوف.

في حين نجد نسبة قليلة من الباحثين يشعرون بفوبيا إزاء استخدام اللقاح، لاحظنا أن هذا راجع إلى خوف هؤلاء من رهاب الحقنة أولاً ومن التعرض إلى أعراض جانبية خاصة المصابين بأمراض مزمنة وكبار السن.



الشكل رقم 10: يوضح أفراد العينة الذين يشعرون بفوبيا إزاء استخدام لقاحات ضد فيروس كورونا.

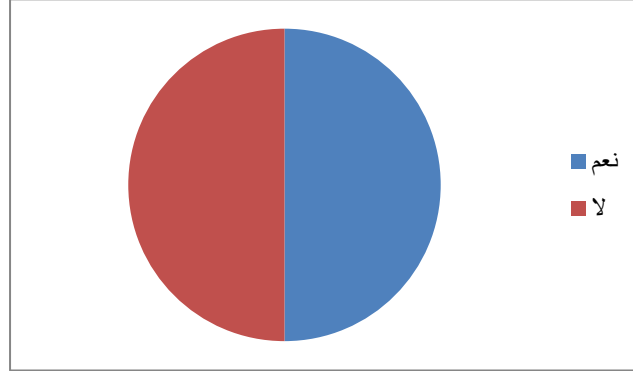
الجدول رقم 11: يبين مدى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زوال الفوبيا.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	09	50%
لا	09	50%
المجموع	18	100%

يبين الجدول أن نسبة كلتا الاحتمالين متساوية في النسبة والتي قدرت ب 50% من أجابوا بنعم و50% أجابوا بلا، في مدى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زوال الفوبيا لدى الباحثين.

¹ديفيد روبسون : لقاح فيروس كورونا خمسة عوامل نفسية تجعل البعض يتردد في الحصول عليه، بي بي سي نيوز، 26 يوليو، 2021.

ومن هو نستنتج أن كل من الاحتمالين متساويي النسبة في مدى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زوال الفوبيا، وهذا راجع إلى ثقافة وإطلاع الباحثين على المستجدات والمعلومات الصحية في المواقع، لأننا نجد فئة من الباحثين كالأطباء لا يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمرجع للحصول على المعلومات في المجال الصحي، في حين نجد المرضى وبعض العمال يعتمدون عليها ويتعرضون للحملات الإعلامية مما جعلها تساهم في زوال الفوبيا.



الشكل رقم 11 يوضح مدى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زوال الفوبيا.

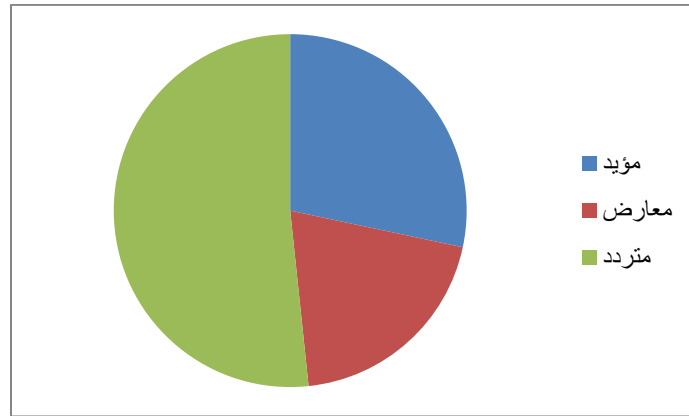
الجدول رقم 12: يبين موقف الباحثين من إجراء التلقيح ضد فيروس كورونا.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
مؤيد	17	28,33%
معارض	12	20%
متردد	31	51,66%
المجموع	60	100%

يبين الجدول أعلاه موقف الباحثين من إجراء التلقيح ضد فيروس كورونا، حيث نجد أن أغليبتهم مترددين بنسبة 51,66%، في حين نجد نسبة 28,33% مؤيدين لفكرة إجراء التلقيح، أما المعارضون فتمثلت نسبتهم في 20% .

نستنتج أن سبب تردد الباحثين في أخذ اللقاح ضد فيروس كورونا راجع إلى قلة المعلومات حول اللقاح وفعاليتها، كذلك كثرت اللقاحات أدى إلى تردد الباحثين في اختيار واحد منها. عدم الشعور بخطورة الوباء، بالإضافة إلى الخوف من مضاعفات وآثار جانبية للقاح.

في حين نفسر حالات التأييد من إجراء التلقيح إلى ارتفاع الوعي خاصة لدى الأطباء باعتبارهم عرضة للخطر أكثر من غيرهم بالإضافة إلى امتلاكهم المعلومات الكافية حول اللقاح وطبيعته، حيث نجد أيضا دراسات كثيرة أثبتت فعالية اللقاح في الوقاية من الفيروس، وهذا ما يعزز من ثقتهم من إجراء التلقيح. حيث نجد فئة من المبحوثين معارضين لأخذ اللقاح ونفسر ذلك إلى عدم تلقيهم معلومات كافية حول اللقاحات، ربما أيضا إصابة البعض منهم بأمراض مزمنة وخوفهم من تأثيرات اللقاح على الحالة الصحية، وثبوت بعض حالات الوفاة بسبب تلقي اللقاح أدى إلى شعورهم بالخوف وعدم الثقة من إجراء التلقيح، كذلك نجد بعض من المبحوثين تماثلهم للشفاء بعد إصابتهم بالفيروس قبل اخذ اللقاح أدى الى تعزيز مناعته وعدم التلقيح.



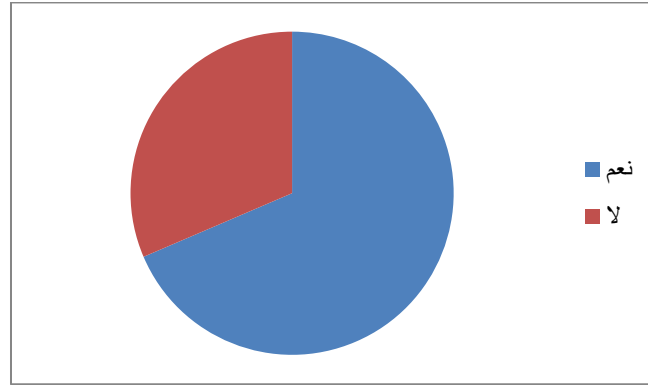
الشكل رقم 12 يوضح موقف المبحوثين من إجراءات تلقيح ضد فيروس كورونا.

الجدول رقم 13: يبين مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بضرورة أخذ اللقاح.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	41	68,33%
لا	19	31,66%
المجموع	60	100%

من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه يتبين لنا أن غالبية المبحوثين أكدوا على مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 68,33%، في حين نجد نسبة 31,66% من المبحوثين نفو مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بضرورة أخذ اللقاح.

نستنتج هنا تأكيد من طرف المبحوثين على مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بضرورة أخذ اللقاح، وذلك راجع إلى عرض هذه الأخيرة معلومات وحقائق حول فيروس كورونا ولقاحاته وعرض الأخبار حول الوضع الصحي، كتحقيق إحصاءات عن عدد حالات الإصابات والوفيات وحالات الشفاء، وكذلك كيفية التعامل مع الفيروس من أجل الوقاية من الإصابة به، وهذا ما ساهم في رفع اللبس والغموض عنه، وإزالة الخوف والشعور بالفوبيا من أخذ اللقاح، حيث باتت المنظمات الصحية المعاصرة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها التوعوية الحديثة حيال قضايا الصحة العامة والتنظيف، هذا ما أكدته دراسة خالد بن فيصل الفرم في مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور مما يعزز الفعل التوعوي من خلال إنشاء المحتوى ونشر التوعية والتنظيف الصحي عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في هذه الإستراتيجية، وهذا يتطلب الاعتراف بقوة شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها الكبير في برامج التوعية الصحية عبر استخدام الحملات التوعوية.¹



الشكل رقم 13 : يوضح مساهمة

حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بضرورة أخذ اللقاح.

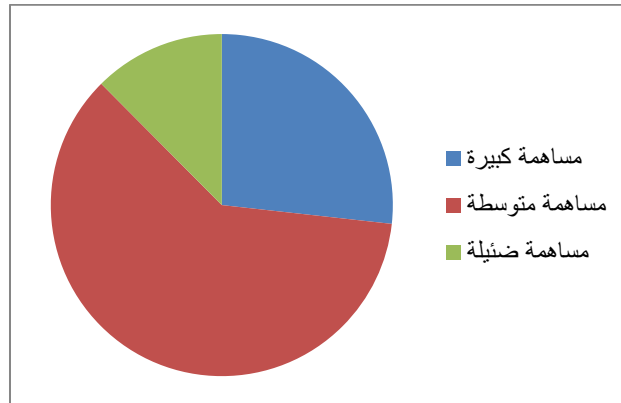
¹ خالد بن فيصل الفرم : استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال ،السعودية ، العدد 14_15، ديسمبر 2016.

الجدول رقم 14: يبين تحديد مستوى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي لدى المبحوثين بضرورة أخذ اللقاح.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
مساهمة كبيرة	11	26,19%
مساهمة متوسطة	25	59,52%
مساهمة ضئيلة	5	12,19%
المجموع	41	100%

يبين الجدول رقم 14 تحديد مستوى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بضرورة أخذ اللقاح حيث نجد أن 59,52% من المبحوثين يرون بأن مساهمة الحملات التوعوية ذات مساهمة متوسطة، في حين أن نسبة 26,19% من المبحوثين يقيمون الحملات التوعوية بمساهمته كبيره، أما المبحوثين الذين يقيمون الحملات التوعوية بمساهمة ضئيلة تقدر نسبتهم بـ 12,19% وهي نسبة ضعيفة جدا.

ومنه نستنتج أن نسبتي المساهمة المتوسطة والكبيرة تثبتان الأهمية التي تلعبها مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط حملات التوعية في أوساط المبحوثين وإقناعهم بضرورة أخذ اللقاح.



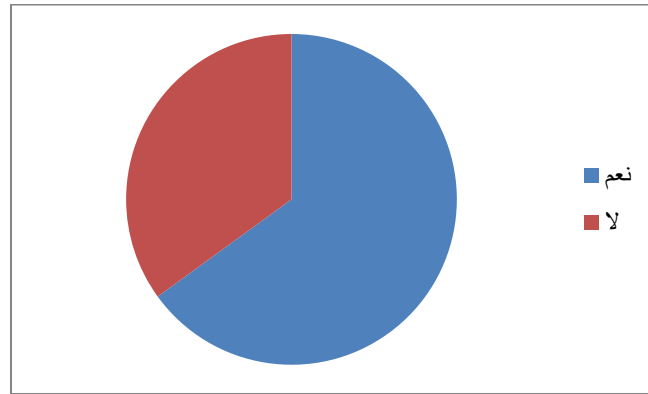
الشكل رقم 14 : يوضح تحديد مستوى مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي لدى المبحوثين بضرورة أخذ اللقاح.

الجدول رقم 15 : يبين اقتناع المبحوثين بأخذ اللقاح.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	39	65%
لا	21	35%
المجموع	60	100%

تبين بيانات الجدول أعلاه ما إذا كان المبحوثين قاموا بالتلقيح ضد وباء كورونا، حيث نجد ان نسبة 65% من المبحوثين قاموا بالتلقيح، في حين نجد نسبة 35% من المبحوثين لم يقتنعوا بفكرة أخذ اللقاح ضد فيروس كورونا.

ومن خلال ما سبق ذكره يمكن تفسير أن نسبة الأغلبية مقتنعة بأخذ اللقاح وهذا يدعم القول بأهمية الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع المبحوثين بضرورة تلقي اللقاح. وقد ترجع القناعة لعدة أسباب منها عدم تسجيل حالات وفيات بسبب تلقي اللقاح كما نجد من قاموا بأخذ اللقاح لم يصابوا بالمتحورات الجديدة، حيث أن هناك حالات تماثلت للشفاء بنسب كبيرة وتقلص حالات الإصابات به بعد عمليات التلقيح.



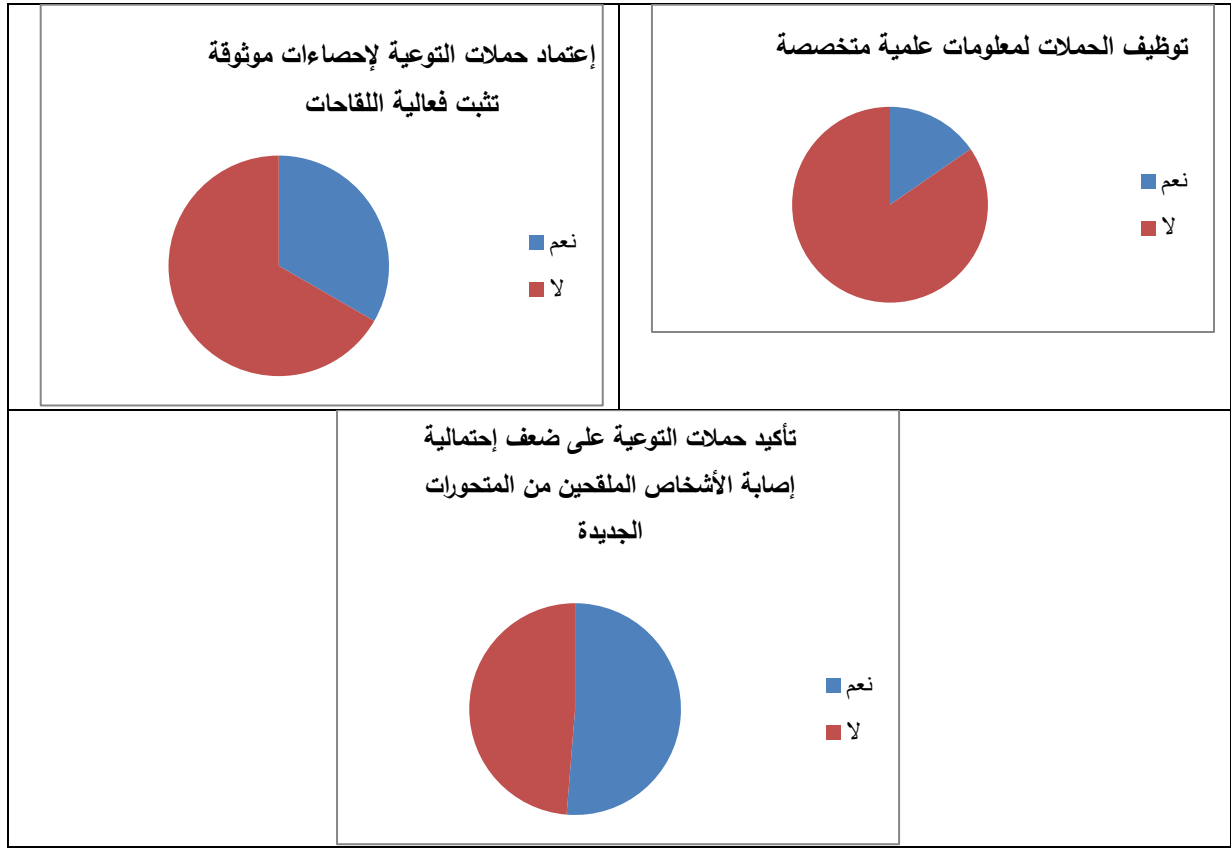
الشكل رقم 15 يبين نسبة اقتناع المبحوثين بأخذ اللقاح.

الجدول 16: يبين أسباب اقتناع المبحوثين بضرورة أخذ اللقاح.

المجموع	النسبة		التكرار		الخيارات
	لا	نعم	لا	نعم	
%100	84,61	15,38	33	6	توظيف الحملات لمعلومات علمية متخصصة
%100	66,66	33,33	26	13	اعتماد حملات التوعية لإحصاءات موثوقة تثبت فاعلية اللقاحات
%100	48,71	51,28	19	20	تأكيد حملات التوعية على ضعف احتمالية إصابة الأشخاص الملقحين من المتمحورات الجديدة

من خلال البيانات الموجودة أعلاه يتبين أن سبب اقتناع المبحوثين بضرورة أخذ اللقاح هو تأكيد حملات التوعية على ضعف احتمالية إصابة الأشخاص وذلك بنسبة 51,28%، في حين نجد نسبة 33,33% يرجعون سبب إقناعهم باللقاح إلى اعتماد حملات التوعية لإحصاءات موثوقة، أما 15,38% من المبحوثين كان سبب إقناعهم بضرورة اللقاح هو توظيف الحملات لمعلومات علمية متخصصة .

ومن خلال معطيات الجدول نستنتج اقتناع المبحوثين بضرورة أخذ اللقاح راجع إلى تأكيد حملات التوعية على ضعف احتمالية إصابة الأشخاص الملقحين بالمتحورات الجديدة وهذا ما أشرنا إليه سابقا. وهذا ما يفسر مساهمة حملات التوعية بشكل كبير في إقناع المبحوثين بضرورة اللقاح من خلال توظيف هذه الأخيرة من معلومات وإحصاءات موثوقة حول اللقاح.



الشكل رقم 16 يبين أسباب اقتناع الباحثين بضرورة أخذ اللقاح.

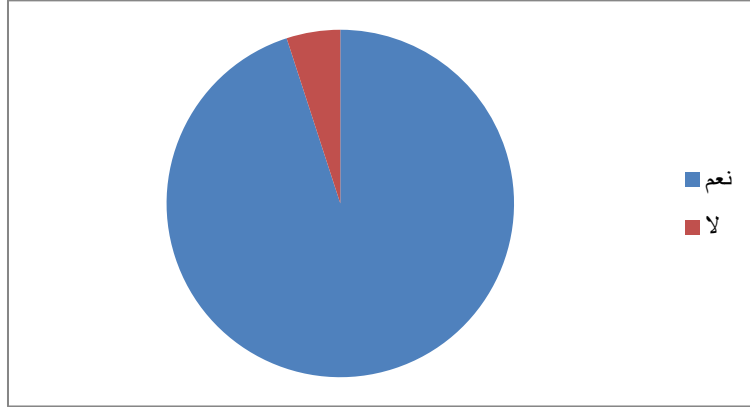
المحور الرابع: المعلومات التي توفرها المواقع حول لقاح فيروس كورونا.

الجدول رقم 17: يبين إتاحة مواقع التواصل الاجتماعي معلومات حول لقاءات فيروس كورونا.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
نعم	57	95%
لا	3	5%
المجموع	60	100%

يتبين من خلال هذا الجدول أن نسبة 95% من الباحثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح معلومات فيروس كورونا. في حين أن نسبة 5% من الباحثين اقروا أن هذه المواقع لا تتيح معلومات حول لقاءات فيروس كورونا.

ونفس هذا في نشاط مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات والحقائق حول لقاح فيروس كورونا، حيث باتت منظمات الصحة العالمية تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات وقضايا الصحة العامة للجمهور من أجل التثقيف الصحي والتوعية حول لقاءات فيروس كورونا.

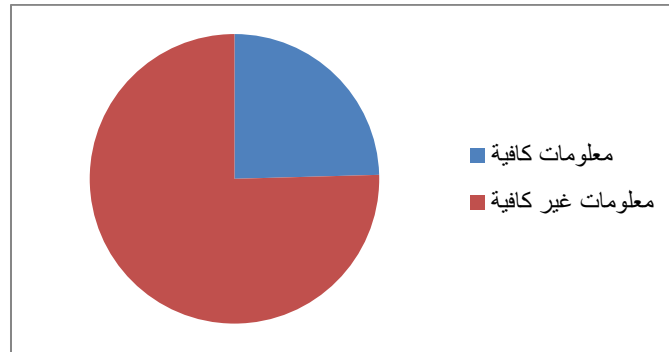


الشكل رقم 17: يوضح إتاحة مواقع التواصل الاجتماعي معلومات حول لقاءات فيروس كورونا.

الجدول رقم 18: يبين مدى كفاية المعلومات المتاحة حول لقاءات فيروس كورونا.

الاحتمالات	التكرار	النسب المئوية
معلومات كافية	14	24,56%
معلومات غير كافية	43	75,43%
المجموع	57	100%

تبين نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 75,43% من الباحثين يرون أن المعلومات المتاحة حول لقاءات فيروس كورونا معلومات غير كافية، في حين نجد نسبة 24,56% من يرون أن هذه المعلومات كافية. ومنه نستنتج أن عدم كفاية المعلومات المتاحة يرجع إلى أن غالبية هذه المعلومات العلمية المتخصصة متاحة باللغة الإنجليزية وهذا ما يصعب المطالعة عليها من طرف أغلبية الباحثين. كذلك نلاحظ جزء من الباحثين (وممرضين، وعمال الصحة) أنهم غير متخصصين، الأمر الذي يجعلهم غير قادرين على الوصول إلى المعلومات والحقائق حول اللقاح. وربما يرجع الأمر إلى عدم اشتراك غالبية الباحثين في صفحات الصحة التي توفر المعلومات والحقائق حول اللقاح.



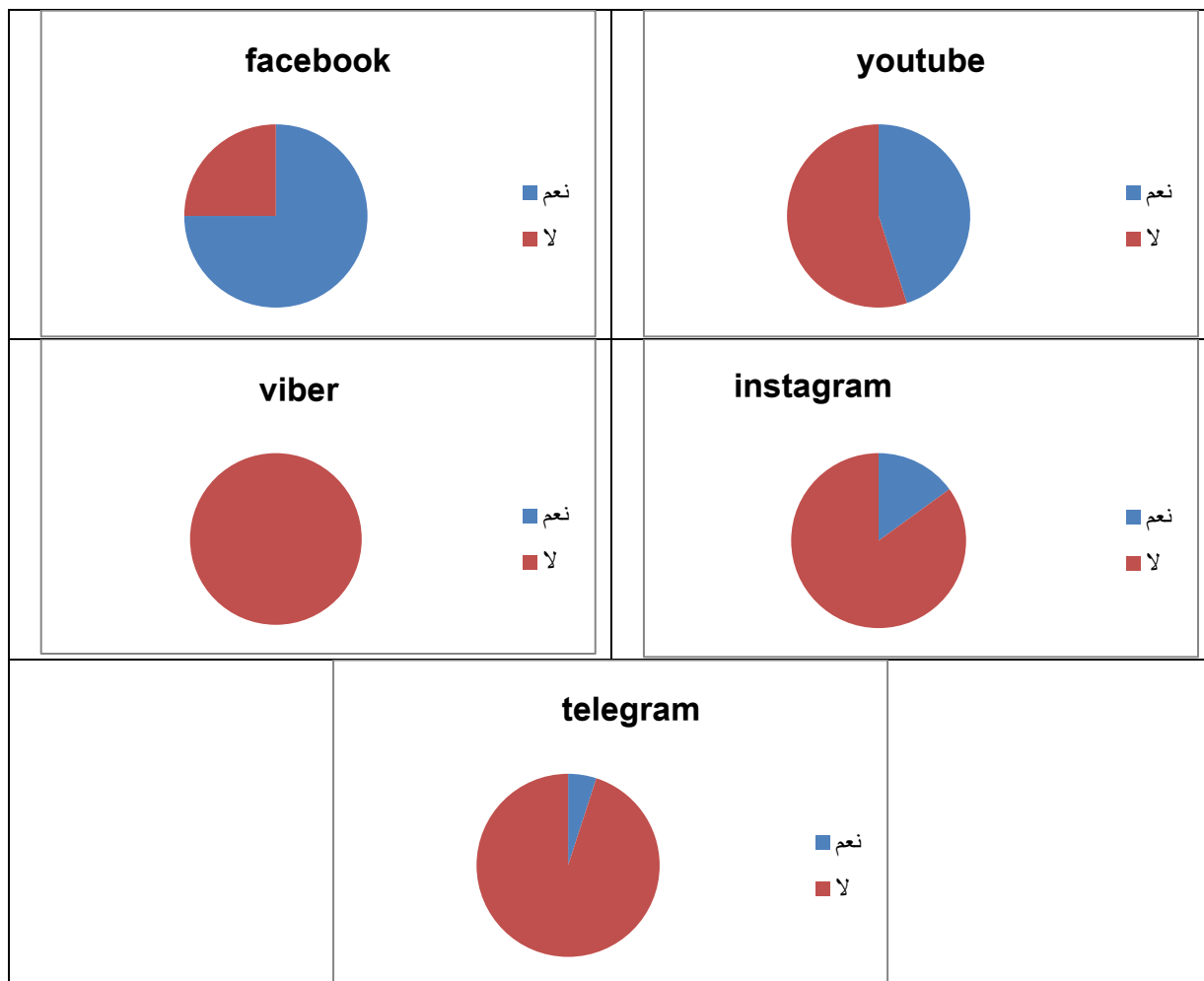
الشكل رقم 18 يوضح مدى كفاية المعلومات المتاحة حول لقاءات فيروس كورونا.

الجدول رقم 19: يبين المواقع التي تساهم أكثر في التعرف على لقاءات كورونا.

المجموع	النسبة		التكرار		الخيارات
	لا	نعم	لا	نعم	
%100	55	45	33	27	Youtube
%100	25	75	15	45	Facebook
%100	85	15	51	9	Instagram
%100	100	/	60	0	viber
%100	95	5	57	3	Télegram

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين يفضلون استخدام أكثر من موقع في التعرف على لقاءات كورونا، بحيث نجد أن الفيسبوك احتل الصدارة بنسبة 75%، في حين تليها نسبة 45% لموقع اليوتيوب، ثم يأتي موقع الانستقرام في المرتبة الثالثة بنسبة 15%، ثم يليه التلغرام بنسبة 5%، مع انعدام وجود مساهمة لموقع الفاير لى المبحوثين.

ومنه نستنتج أن غالبية المبحوثين يستخدمون موقعي اليوتيوب والفيسبوك بحيث وأنهما يمثلان في الوقت الحالي أهم مصادر المعلومات في الحالات العادية أو حال الأزمات، نظرا لجملة الخصائص الفريدة التي يتميزان بها عن سائر وسائل الإعلام وانتشار استخدامها بين مختلف فئات المجتمع، حيث يعتبر كل منهما أكثر وأسهل منصتين لما يتوفران فيهما من مزايا وسمات وهي التفاعلية وتنوع وسهولة الاستخدام والتوفير والاقتصادية وتوفرهما على الوسائط المتعددة (الصور، الفيديوهات).



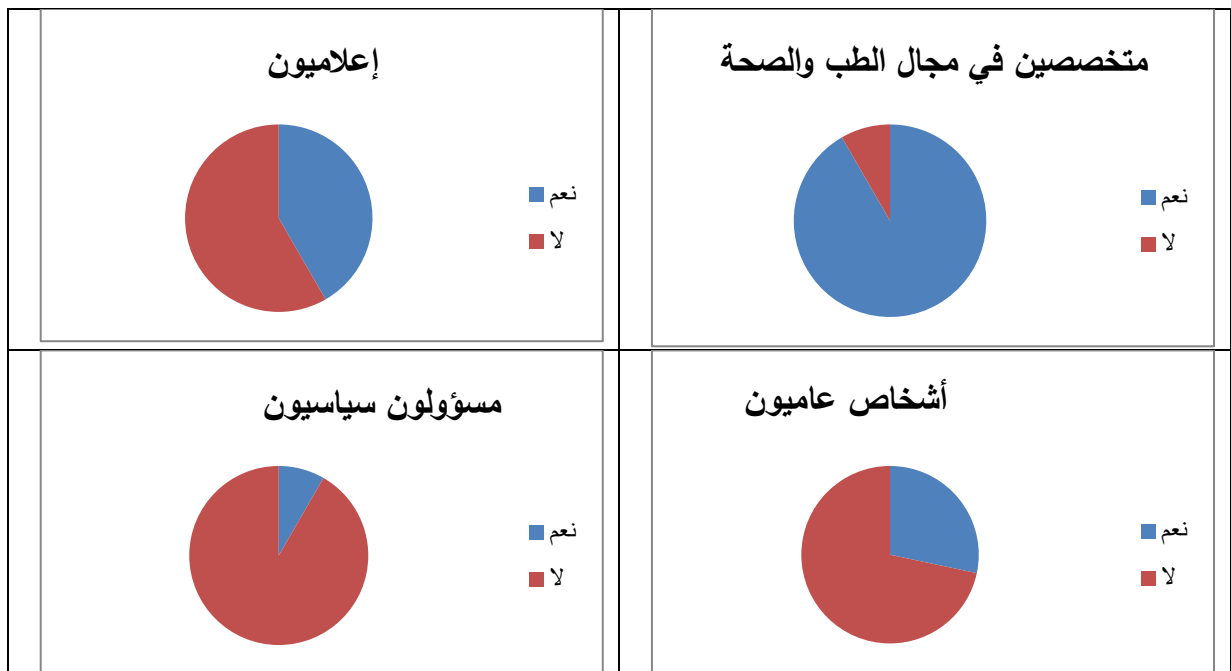
الشكل رقم 19: يوضح المواقع التي تساهم أكثر في التعرف على لقاحات كورونا.
الجدول رقم 20: يبين الفئات التي تقدم معلومات عن اللقاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع	النسبة		التكرار		الخيارات
	لا	نعم	لا	نعم	
%100	8,33	91,66	5	55	متخصصين في مجال الطب والصحة
%100	58,33	41,66	35	25	إعلاميون
%100	71,66	28,33	43	17	أشخاص عاميون
%100	91,66	8,33	55	5	مسؤولون سياسيون

تبين البيانات أعلاه أن نسبة 91,66% من المبحوثين أجابوا بأن المتخصصين في مجال الطب والصحة هي الفئة التي تقدم معلومات أكثر عن اللقاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين سجلت نسبة

41,66% لفئة الإعلاميين، ثم تليها نسبة 28,33% لصالح الأشخاص العاملين في حين تأتي المرتبة الأخيرة لفئة المسؤولين السياسيين بنسبة 8,33% .

نستنتج أن وجهات نظر المبحوثين تختلف حول الفئات التي تقدم معلومات حول اللقاءات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، السبب هو أن المتخصصين في مجال الطب والصحة لهم الأولوية في تقديم معلومات عن اللقاءات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لأنهم من يملكون المعلومات الموثوقة عنه، في حين نجد الإعلاميون يتميزون بأنهم منبر لتتوير الرأي العام وتفسير الأزمات، عن طريق استضافة المتخصصين في المجال الصحي.



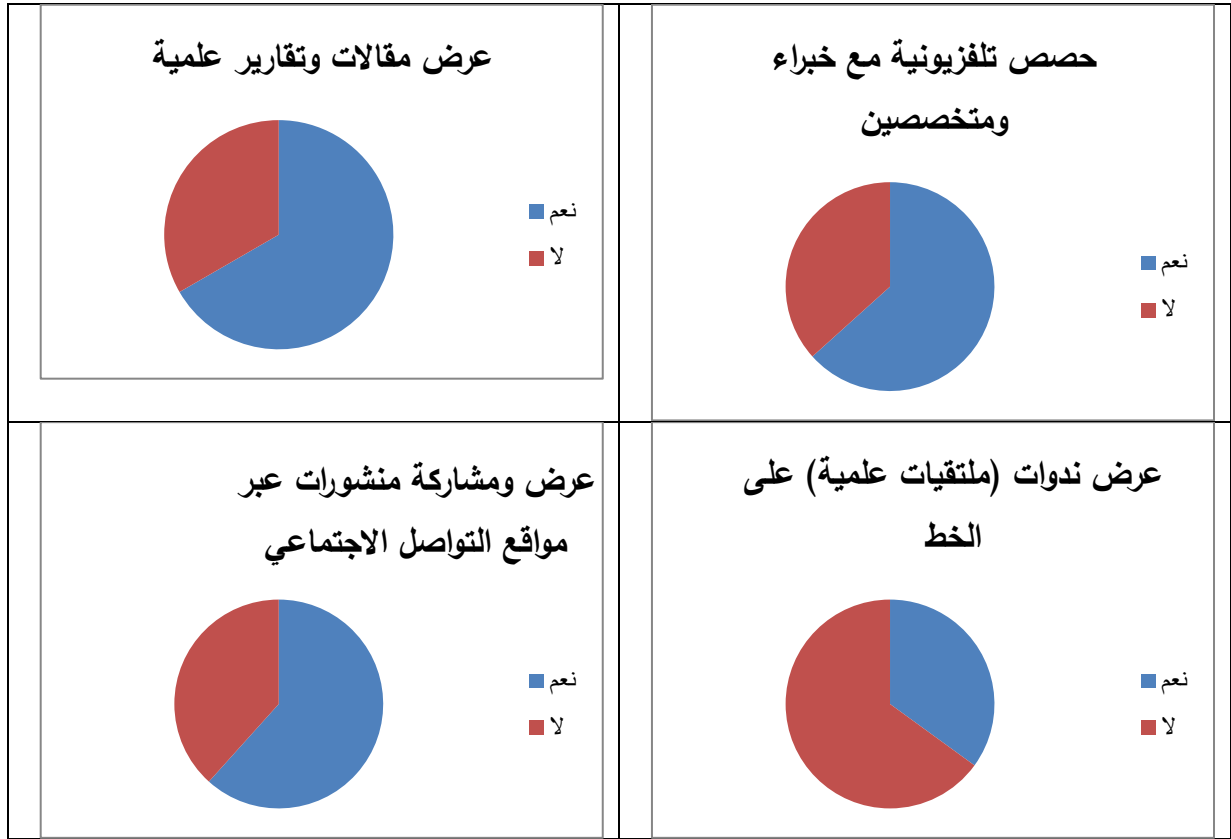
الشكل رقم 20 يوضح الفئات التي تقدم معلومات عن اللقاءات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 21 : يبين طرق عرض المعلومات حول لقاح كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع	النسبة		التكرار		الخيارات
	لا	نعم	لا	نعم	
%100	36,66	63,33	22	38	حصص تلفزيونية مع خبراء ومتخصصين
%100	33,33	66,66	20	40	عرض مقالات وتقارير علمية
%100	65	35	39	21	عرض ندوات (ملتقيات علمية) على الخط
%100	38,33	61,66	23	37	عرض ومشاركة منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يبين الجدول طرق عرض المعلومات حول لقاح كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد نسبة 66,66% من المبحوثين يتلقون المعلومات عن طريق عرض مقالات وتقارير عالمية، تليها طريقة العرض عن طريق حصص تلفزيونية مع خبراء ومتخصصين بنسبة 63,33%، في حين تأتي عرض ومشاركة منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 61,66% وهي نسب متقاربة وفي الأخير تأتي طريقة عرض ندوات (ملتقيات علمية) على الخط بنسبة 35% .

ومنه نستنتج أن التقارب في النسب يعزز القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي توفر معلومات وخدمات متنوعة، عكس وسائل الإعلام التقليدية، حيث أن تنوع طرق عرض هذه المعلومات يزيد من فعالية المعلومات المتاحة للمتلقي.



الشكل رقم 21: يوضح طرق عرض المعلومات حول لقاح كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2_ النتائج العامة للدراسة الميدانية:

من خلال تحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية الواردة في استمارة الاستبيان الموزعة على مجموعة من موظفي الصحة بمستشفى محمد الصديق بن يحيى يمكننا أن نستخلص النتائج التالية:

- عادات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي:
- توصلت الدراسة إلى أن 95% من المبحوثين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي.
- بينت نتائج الدراسة أن 71,66% يفضلون استخدام موقع الفيسبوك للحصول على المعلومات في المجال الصحي .
- بينت الدراسة أن غالبية المبحوثين 76,66% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي بغرض الحصول على معلومات من طرف الخبراء والمختصين في الصحة .
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن 86,66% من المبحوثين يفضلون استخدام اللغة الفرنسية في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي .
- مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع المبحوثين بضرورة التلقيح ضد وباء كورونا.
- كشفت نتائج الدراسة أن 51,66% من المبحوثين قاموا بالتلقيح ضد وباء معين قبل أزمة كورونا.
- كشفت الدراسة أن نسبة 70% من المبحوثين لا يشعرون بفوبيا إزاء استخدام لقاحات ضد فيروس كورونا.
- أظهرت الدراسة أن 51,66% مترددون إزاء التلقيح ضد فيروس كورونا .
- أظهرت الدراسة أن 50% من المبحوثين أكدوا على مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زوال الفوبيا.
- المعلومات التي توفرها المواقع حول لقاح فيروس كورونا:
- أظهرت نتائج الدراسة أن 95% من المبحوثين أكدوا على أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر معلومات حول لقاحات فيروس كورونا.

- توصلت نتائج الدراسة أن نسبة 75,43% من المبحوثين يبينون أن المعلومات المتاحة حول لقاحات فيروس كورونا معلومات غير كافية.
- كشفت نتائج الدراسة أن موقع الفيسبوك هو أكثر المواقع التي تساهم في التعرف على لقاحات كورونا بنسبة 75% .
- بينت نتائج الدراسة أن فئة المتخصصين في مجال الطب والصحة هي أكثر الفئات التي تقدم المعلومات عن اللقاحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 91,66% .
- أنهت الدراسة أن طريقة عرض مقالات وتقارير علمية هي أبرز الطرق لعرض المعلومات حول لقاح كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 66,66% .

الاقتراحات والتوصيات:

- في ضوء النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة يمكن تقديم التوصيات والاقتراحات التي نتمنى أن تجد أذان صاغية لتطبيقها ومن أهم هذه التوصيات والاقتراحات التي نراها ضرورية ما يلي:
- إعطاء فيروس كورونا أهمية كبيرة في ووضعها كأولوية في حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - جعل المنشورات الصحية حول فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مستمر وذات مصداقية لضمان متابعتها والأخذ بها من طرف مستخدميها.
 - دعوة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بإثراء هذه البيئة الافتراضية بمواضيع مهمة.
 - جعل مواقع التواصل الاجتماعي إعلاما بديلا لدى مستخدميها بغرض زيادة الوعي الصحي، في ظل وباء كورونا.
 - يجب اتخاذ إجراءات قانونية لمنع انتشار الأخبار والمعلومات الخاطئة حول فيروس كورونا في كل مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، تويتر...الخ).
 - إيلاء موضوع التوعية الصحية المزيد من الاهتمام ووضعها كأولوية في مواقع التواصل الاجتماعي.

خلاصة الفصل:

تم في هذا الفصل عرض بيانات البحث الميداني ثم تحليلها وتفسيرها والتعليق عليها. ثم بعد تفسيرنا لمختلف نتائج الجداول توصلنا إلى النتائج العامة للدراسة الميدانية، ثم بعد ذلك قمنا بمناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات حيث توصلنا إلى أن حملات التوعية ساهمت في تنمية الوعي لدى المبحوثين (موظفي الصحة لمستشفى جيجل محمد الصديق بن يحيى) بضرورة أخذ اللقاح ضد فيروس كورونا.



خاتمة

خاتمة:

تزايد في العصر الحديث تقدم مواقع التواصل الاجتماعي وأصبح لأنواعها المتعددة دورا واضحا وتأثيرا في حياة الأفراد والمجتمعات من خلال تنمية مستوى الوعي وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم من أجل بناء معرفي في المجال الصحي، كما سعت مختلف الجهات ضد انتشار فيروس كورونا إلى تعزيز الوعي بنشر المعلومات الضرورية حول أسباب انتشار الفيروس وخطورتها على الصحة والحياة العامة من خلال حملات التوعية الصحية، وهذا ما جاء به موقع الفيسبوك الذي ساهم بنسبة كبيرة في نشر التوعية الصحية، ويمكن أن نقول باختصار إن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في نشر الوعي لدى مستخدميها بضرورة التلقيح ضد فيروس كورونا و أهميته في الحد من انتشار الوباء، وذلك عن طريق حملات التوعية.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المصادر والمراجع:

1. القرآن الكريم:

- سورة المائدة الآية 48.

2. المعاجم والقواميس:

1- ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، القاهرة.

2- المنجد في اللغة والأعلام، دار المشرق، بيروت، طبعة 39 2002.

3- ابن منظور لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت مجلدين (8، 15) 2000.

4- موسوعة ستانفورد للفلسفة ترجمة أحمد عمر والشريف.

3. الكتب:

5- إبراهيم ابو عرقوب اتصال إنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي دار مجدلاوي للنشر والتوزيع عمان 1993.

6- احسان محمد الحسن، مناهج البحث الاجتماعي دار وائل للنشر والتوزيع عمان طبعه 1، 2008.

7- أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي تطبيقات ادارية واقتصادية، دار وائل للنشر والتوزيع عمان طبعة 4 ، 2005.

8- بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام دار أسامة للنشر والتوزيع عمان 2012.

9- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد الاتصال ونظريات معاصرة دار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع القاهرة طبعة 1، 1998.

10- خالد أحمد فرحان الشهداني، رائد عبد الخالق عبد الله العبدوي: مناهج البحث العلمي، دار الأيام للنشر والتوزيع عمان 2016.

11- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن الطبعة 1، 2019.

12- عاطف علي، المنهج المقارن مع الدراسات التطبيقية ، مجلة المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع بيروت، 2006.

13- عبد الرزاق الدليمي نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين دار اليازوري للنشر والتوزيع عمان 2016.

- 14- عبد المالك عبد العزيز الشلهوب دور الإعلام في تحقيق الوعي الصحي دار المصرية اللبنانية مصر 1998.
- 15- فايز جمعه النجار وآخرون، أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي دار الحامد، للنشر والتوزيع عمان 2008.
- 16- مصطفى يوسف كاني قضايا اعلامية معاصرة دار الاعصار الإعلامي عمان طبعه 1، 2016.
- 17- محمد عبد الحميد البحث العلمي في الدراسات الإعلامية عالم الكتب القاهرة 2000.
- 18- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية الطبعة 2، عالم الكتب مصر 2013.
- 19- محمد عبد الحميد نظريات الإعلام واتجاهات التأثير مكتبة عالم الكتب القاهرة الطبعة 3.
- 20- محمود حسن اسماعيل مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير دار العالمية للنشر والتوزيع، طبعة 1، الجيزة 2013.
- 21- محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، مصر، طبعة 1، 2015.
- 22- ميلود سفاري طاهر سعود المدخل إلى المنهجية في علم الاجتماع مخبر علم الاجتماع والاتصال البحث والترجمة قسنطينة 2007.
- 23- ناجح رشيد قادري محمد عبد السلام البواليز مناهج البحث العلمي دار الصفاء للنشر والتوزيع عمان طبعة 1، 2004.
- 24- كمال الحاج نظريات الإعلام والاتصال الجامعة الافتراضية السورية سوريا 2020.
- 25- رحالي حجله الوجيز في المنهجية للعلوم الاجتماعية والإنسانية ديوان الوطني المطبوعات الجامعية الجزائر، الطبعة 2، 2012.
- 26- خالد غسان يوسف المقدادي ثورة الشبكات الاجتماعية دار النفائس للنشر والتوزيع عمان الطبعة 1، 2013.
- 27- صالح العلمي مهارات التواصل الاجتماعي دار الحامد للنشر والتوزيع عمان 2015.
- 28- رضا أمين الإعلام الجديد دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة الطبعة 1، 2015.
- 29- محي الدين اسماعيل محمد الدهيمي تأثيرات شبكات مواقع التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية القاهرة الطبعة 1، 2015.

- 30- ماهر عودة الشمالية وآخرون الإعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار للنشر والتوزيع عمان الطبعة 1، 2015.
- 31- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني دار الصفاء للنشر والتوزيع عمان 2015.
- 32- عامر ابراهيم قنديلجي الإعلام الالكتروني دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان ، طبعة 1، 2015.
- 33- مصطفى يوسف كافي الرأي العام ونظريات الاتصال، مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان الطبعة 1، 2014.
4. الرسائل الجامعية:
- 34- لعبني هدى جرفي عديلة: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة مطبوعة والالكترونية جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل 2020/2019.
- 35- نعيمة شلحيوت وآخرون: دور مراكز الأحداث في إعادة الإدماج الاجتماعي للحدث الجانح، مذكرة لنيل شهادة ليسانس تخصص علم النفس التربوي جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل 2017 2018.
- 36- حمزه يسعد سلمى كيروي: فعالية الحملات الاعلامية في سلوك المتلقي الجزائري مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص السمع بصري جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل 2019 2020.
- 37- مولاي عمر سمية الاتصال وتأثيره على فعالية التنظيم، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص تنظيم وعمل جامعة أحمد دراية أدرار الجزائر 2017 2018.
- 38- لمياء طالة : أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير حرية التعبير عن الراي في الجزائر، أطروحة دكتوراه جامعة الجزائر قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، 2007.
- 39- تباني عيبر الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية الضرورية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع جامعة محمد خيضر بسكرة 2011 2012.

- 40- شعباني مالك دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية تخصص / جامعة منتوري قسنطينة 2005 2006.
- 41- ياسر عبد الحميد جاد الله النجار: التلقيح الصناعي من منظور الفقه الإسلامي، دراسة فقهية مقارنة في الشريعة والقانون مدرسة الفقه المقارن الدقهلية.
- 42- رشيد يسعد صابرنا خلوف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي للطلبة الجامعيين الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة والالكترونية جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل الجزائر 2019 2020.
- 43- بلال بوجعدار استخدامات الفنية السياسية المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك والاشباعات المتحققة منها، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص الصحافة مطبوعة والالكترونية جامعة محمد صديق بن يحي جيجل الجزائر 2018/2019.
- 44- إيمان كشييد عفاف كشييد دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية المرورية قناة الجزائرية الثالثة نموذجا مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري.جامعة الصديق بن يحي جيجل الجزائر 2019 2020.
- 45- عيسى بوكرموش استراتيجية الاتصال في الحملات الاعلامية رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال استراتيجي جامعة الجزائر 3، 2012 2013.
- 46- سهيله دوفي صابرينة بخوش، اذاعة ام البواقي ودورها في التوعية الصحية أثناء الجائحة كورونا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال سمعي بصري جامعة أم البواقي 2020 2021.
- 47- زهيري يا عميمه بوديبة زهرة موقع التواصل الاجتماعي واكتساب الوعي الصحي للمرأة مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس تخصص اتصال وعلاقات عامة مستغانم الجزائر 2018 2019.
- 48- رباب حلاب مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى الطلبة ، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص توجيه وارشاد جامعة محمد بوضياف بالمسيلة الجزائر 2017 2018.

- 49- صايم شهرزاد صايلية نور الهدى: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم الجزائر 2019 2020.
- 50- سوكيو حسيبه بوجديح فاطمة الزهراء: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة مكتوبة وإلكترونية جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل الجزائر 2019 2020.
- 51- رانيا في اللغة اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام والتوعية الصحية مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام إلكتروني، جامعة العربي بن مهدي ام البواقي الجزائر 2016 2017.
- 52- حياة شيشب سارة مصباحي: الاستخدامات الثقافية للإنترنت والاشباعات المتحققة لدى الطلبة الجامعيين مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص الصحافة مطبوعة وإلكترونية جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل 2019 2020.
- 53- رحيمة كروش: دور شبكة التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي إزاء فيروس كورونا لدى الطلبة الجامعيين مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص الصحافة المطبوعة والإلكترونية جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل الجزائر 2020 2021.
- 54- جمال الدين مدفوني: مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، 2020.
- 55- محمد فاضل علي: دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، رسالة مقدمة للحصول على درس الماجستير في الإعلام كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط الأردن 2017.
- 56- خناش حيزية سفاري ساره، قاسمي محمد الشريف: دور الفيسبوك في نشر التوعية الصحية في الجامعة ضد فيروس كورونا كوفيد 19، نموذج في الجامعة مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إتصال، جامعة المسيلة 2020 2021.
- 57- رحيمة كروش: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي فيروس كورونا لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر لعلوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل الجزائر 2020 2021.

5. المحاضرات:

- 58- زكريا بن صغير: مدخل مفاهيمي للحملات الإعلامية جامعة محمد خيضر بسكرة.
59- طلحة الياس: نظام المعاينة في البحوث الاجتماعية والإعلامية، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة
الجزائر 30/06/2017.

6. المجالات العلمية:

- 60- منظمة الصحة العالمية: الدليل الإرشادي للوقاية من مرض كورونا، للعاملين في مجال التوعوي
في المجتمع.
61- منظمة الصحة العالمية التلقيح الوقائي من فيروس كورونا يونيو 2021.
62- الصادق الحمامي كيف نفكر في مواقع التواصل الاجتماعي؟. مجلة أكاديمية شهرية تونس عدد
ماي 2012.
63- منظمة الصحة العالمية الدليل الإرشادي للوقاية من مرض فيروس كورونا 10 مارس 2021.
64- ميلود مراد سابكي فوزية مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر انتشار فيروس
كورونا في الجزائر، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، الجزائر مجلد 3، العدد 1، جوان
2020.
65- سمير كيم وهيبية كواشي دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الجزائريين مجلة
العلوم الاجتماعية والإنسانية باتنة المجلد 21 العدد 2، ديسمبر 2020.
66_أروى سعيد بني صالح: أهمية وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الأمن المجتمعي الوطني
في الأردن،المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات ، العدد 36 ، ماي 2021.
67_منظمة الصحة العالمية :اللقاح ضد كوفيد 19، 26 فبراير 2021.

المراجع الأجنبية :

68- Boyd and ellison : social net work sites, difinitions, history scholarship university of
California, 2007.

المواقع الالكترونية:

69_قاموس المعاني الجامع : 15:30، 2022_03_22، www.almaany.com



الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث لبعلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جبجل
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية



إستمارة استبيان لبحث بعنوان:

فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بالتلقيح ضد وباء
كورونا

دراسة مسحية لعينة من موظفي الصحة بمستشفى محمد الصديق بن يحيى جبجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماسر في علوم الغلام والاتصال
تخصص: صحافة مطبوعة و الكترونية

ملاحظة:

الرجاء وضع علامة (x) في خانة الإجابة المختارة، نحيطكم علما أن جميع المعلومات التي ستدلون بها في هذه الإستمارة ستبقى سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

إشراف الدكتور:

أمين جنيج

إعداد الطالبات:

أميمة زعيتر

خديجة هربان

لامية شمعوني

السنة الجامعية: 2022/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- السن:

أقل من 20 سنة من 20 الى أقل من 30 سنة
 من 30 الى أقل من 40 سنة 40 سنة فأكثر

3- المستوى الدراسي التعليمي:

ابتدائي متوسط
 ثانوي جامعي

المحور الثاني: عادات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي.

1- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات في المجال الصحي؟

نعم لا

2- في حالة الإجابة بنعم، ماهي المواقع التي تعتمد عليها أكثر؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

Youtube -
 Facebook -
 Instagram -
 Twiter -

أخرى تذكر.....

3- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يكون لأجل:

الحصول على وصفات علاجية لبعض الأمراض؟
 الحصول على معلومات من طرف الخبراء والمتخصصين في الصحة؟
 لأجل طلب استشارات طبية؟
 الإطلاع على طرق وأساليب الوقاية من الأوبئة والأمراض؟

أخرى

تذكر:

4- ما هي اللغات التي تتصفح بها مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي؟ (يمكنك

اختيار أكثر من إجابة)

- العربية

- الفرنسية

- الانجليزية

المحور الثالث: مساهمة حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع المبحوثين

بضرورة التلقيح ضد وباء كورونا؟

1- ماهي الجهات التي قامت بتنشيط حملات التوعية للتلقيح ضد فيروس كورونا عبر مواقع

التواصل الاجتماعي؟؟

- الخبراء والمتخصصون

- منظمة الصحة العالمية

- المؤسسات الاعلامية (اعلاميون)

- الجمعيات

- وزارة الصحة والسكان

- أخرى تذكر:

.....

2- هل قمت بالتلقيح ضد وباء معين من قبل أزمة كورونا؟

نعم لا

3- هل كانت لديك فوبيا إزاء استخدام لقاحات صد فيروس كورونا؟

نعم لا

3-1 - في حالة الإجابة بنعم، هل ساهمت حملات التوعية عبر مواقع التواصل في زوال هذه

الفوبيا؟

نعم لا

4- قبل تعرضك لحمات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كيف كان موقفك من إجراء التلقيح

ضد فيروس كورونا؟

- مؤيد

- معارض

- متردد

5- هل ساهمت حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وعيك بضرورة التلقيح

ضد فيروس كورونا؟

لا

نعم

- في حالة الإجابة بنعم، حدد مستوى هذه المساهمة.

- مساهمة كبيرة

- مساهمة متوسطة

- مساهمة ضئيلة

6- بعد تعرضك لهذه الحملات التوعوية، هل اقنعت بضرورة أخذ اللقاح؟ (يمكنك اختيار أكثر من

اجابة)

لا

نعم

- في حالة الإجابة بنعم هل كان ذلك بسبب :

- توظيف الحملات لمعلومات علمية متخصصة ؟

- اعتماد حملات التوعية لإحصاءات موثوقة تثبت فعالية للقاحات ؟

- تأكيد حملات التوعية على ضعف احتمالية إصابة الأشخاص الملقحين بالمتحورات

الجديدة ؟

- أخرى تذكر:

.....

المحور الرابع: المعلومات التي توفرها المواقع الاجتماعية حول لقاح فيروس كورونا.

1- هل تتيح مواقع التواصل الاجتماعي معلومات حول لقاحات فيروس كورونا؟

لا

نعم

في حالة الإجابة ب نعم كيف تصف هذه المعلومات؟

- معلومات كافية

- معلومات غير كافية

2- ما هو الموقع الذي ساهم أكثر في تعرفك على لقاحات كورونا؟

Youtoub -

Facebook -

Instagram -

Viber -

T elegram -

3- هل المعلومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي يقدمها؟ (يمكن الأخذ بأكثر من إجابة)

- متخصصين في مجال الطب والصحة

- إعلاميون

- أشخاص عاميون

- مسؤولون سياسيون

4- كيف تعرض مواقع التواصل الاجتماعي المعلومات حول لقاح كورونا؟ (يمكن اختيار أكثر من

إجابة)

- حصص تلفزيونية مع خبراء ومتخصصين

- عرض مقالات وتقارير علمية

- عرض ندوات (ملتقيات علمية) على الخط

- عرض ومشاركة منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- أخرى تذكر:

.....

5- هل تتيح مواقع التواصل معلومات حول جميع اللقاحات المستخدمة؟

نعم لا