

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



قسم الإعلام والاتصال

جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل

الرقم: /2022

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

دراسة بعنوان:

دور مواقع التواصل الإجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس
كورونا

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل

دراسة مكملّة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: السمعى البصرى

إشراف الأستاذ:

نبيل خيرى

إعداد الطالبات:

- ريم أفر
- سلمى منيع
- عبير كمال

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الأستاذ(ة)
رئيسا	جامعة جيجل	د. حورية بولعويدات
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	أ. نبيل خيرى
مناقشا	جامعة جيجل	د. أمينة بويصلة

السنة الجامعية: 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

إلى قرة العين، إلى من جعلت الجنة تحب أقدامها، إلى التي حرمت نفسها وأعطتني، من

نبح حنانها

سقتني الحب والحنان، ربنتني بلطفه وعلمتني كل شيء،

إلى أغلى ما لدي في الكون، إلى تلك المرأة العظيمة، إلى "أمي" العزيزة حفظها الله،

إلى أعظم الرجال صبورا ورمز الحب والعطاء، إلى الذي تعب كثيرا من أجل راحتي، وأقنني

حياته من

أجل تعليمي، وتوسع في درجات العلا والسمو، إلى ذلك الرجل الكريم، "أبي" العزيز حفظه

الله،

إلى من يعيش في ظل وجودهم أملتي إلى ورود قلبي وأحبتني، إلى أخوتي سندي في

الحياة راهمي، رابع، رعا،

إلى رفيقتي شريفة وجميع صديقاتي العزيزات، وإلى عائلتي الكريمة

إلى جميع أساتذتي وزميلاتي وزملائي في مشواري الجامعي

إلى كل من أحبه قلبي وأحبوني، إلى من تسر العين لمراهم ويفرح القلب بجوارهم

أهدي هذا العمل المتواضع.

ريم

إهداء

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله الكريم

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالطم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية

أهدي ثمرة جهدي هذه إلى:

رمز الحب ولبس الشفاء، إلى التي كانت سندي وعلمتني الصبر والإرادة، إلى من
كان دعائها سر نجاحي أمي أمز ملاك على القلب والعين، وإلى الرجل الذي وفر
لي أجمل حياة أبي العزيز أطال الله في عمره

إلى أختاي منال وإسمهان وأخي الصغير زكرياء

إلى روح جدي وجدتي الطاهرة رحمهما الله

إلى خالتي نريمان وابنة خالتي أسماء

إلى كل الأصدقاء كبيرهم وصغيرهم

وإلى كل من قدم يد المساعدة من قريب أو من بعيد وكل من شجعني على إنجاز
هذا العمل القيم

سلمى

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

(قل عملوا فسيري الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

الحمد لله الذي أنار لي طريقتي وكان لي خير عون.

إلى أختي ما أمك في هذه الدنيا، إلى كل من علمني حرفاً في الحياة إلى أبي الغالي أطال
الله في عمره إلى الذي حصد الأشواق من دربي ليصعد لي طريق العلم.

إلى أمي الحبيبة التي رافقتني منذ ولادتي وكان دعائها سر نجاحي أمي أجزاك على
القلب جزاها الله عندي خير الجزاء في الدارين

إلى أخي الصغير محمد الصالح وأخواتي بشري وجمينة وسيرين الأجزاء هو من رافقتني في
كل صغيرة وكبيرة وشاركوني أجمل ذكريات طفولتي وشبابي.

إلى جدي وجدتي إلى كل عائلتي وأصدقائي الأجزاء

إلى كل من قدم لنا يد العون وساعدنا في هذا العمل

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع ونسأل الله أن يجعله نبراساً لكل طالب علم.

أمين يا رب العالمين.

تحرير

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا لدى عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، حيث تمحورت إشكالية الدراسة في طرح السؤال الرئيسي: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا لدى طلبة جامعة جيجل؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي ثلاث تساؤلات فرعية، يهدف التساؤل الأول لمعرفة طبيعة عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي، أما التساؤل الثاني فيهدف إلى معرفة دوافع تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتساؤل الثالث يهدف إلى الكشف عن مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج المسحي، وأداة رئيسية لجمع البيانات المتمثلة في الاستبيان، أما فيما يخص العينة فقد اعتمدنا على العينة القصدية.

وقد خلصت دراستنا إلى مجموعة من النتائج، تتمثل أهمها في ما يلي:

- يعتبر موقع "الفايسبوك" الموقع الأكثر استخداما من طرف الطلبة المبحوثين.
- يعتبر جهاز الهاتف الذكي الوسيلة التي يعتمد عليها أكثر الطلبة المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- يعتبر موضوع تطور الحالة الوبائية في العالم وفي الجزائر أكثر المضامين المتعلقة بفيروس كورونا التي يتعرض لها الطلبة المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- إن أغلب الطلبة المبحوثين يتفاعلون مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة.
- أكثر الحاجات المشبعة لدى المبحوثين عند تعرضهم للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي هي الحصول على كل المعلومات والأخبار حول الفيروس.
- إن معظم الطلبة الجامعيين لم يتأثروا من شهادات الأشخاص الذين تلقوا اللقاح.
- يرى أغلب المبحوثين إن لمواقع التواصل الاجتماعي دور سلبي في إقناع الطلبة بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

Abstract :

This study aims at investigating the role of social networking sites in raising health awareness on getting vaccinated against the corona virus through a sample of students from the University of Jijel media and communication. The problem of the study was identified in the following main question: What is the role of social media in raising students health awareness on getting vaccinated against the corona virus?

Three sub-questions fall under this main question, the first one aims to know the habits and patterns of Jijel University students use of social media, whereas the second one aims to identify the motivations behind the exposure of students to contents related to coronavirus. The third question aims to detect the extent to which social media contributed to persuading Jijel University students to the importance of vaccination against corona virus.

The descriptive survey method has been relied upon in our study and the question rare form is used as a tool to collect data and information represented by the questionnaire, as for the object, we depended on the intentional sample.

Our study reached conclusion, the most important of which are:

- Facebook is the most commonly used site by the respondents students.
- Smart phones are the device students rely on to browse social media sites.
- The development of epidemiological situation in the world and Algeria are the most contents related to coronavirus that the respondents are exposed to in social media sites.
- The vast majority of respondents interact with coronavirus consoling content on social media moderately.
- The most satisfied needs of the respondent students when exposed to the coronavirus consoling content is the access to all the information about and news the virus.
- Most undergraduate students were not affected by the testimony of the people who received the vaccine.
- Most students think that social media has a negative role in persuading students to get vaccinated against coronavirus.

خطة الدراسة

الجانب المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

- 1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
- 2- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- حدود الدراسة
- 6- منهج الدراسة
- 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 8- أدوات جمع البيانات
- 9- تحديد مفاهيم الدراسة
- 10- الدراسات السابقة والمشابهة
- 11- المقاربة النظرية للدراسة

خلاصة الفصل

الجانب النظري

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية الصحية

تمهيد

- 1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

- 4- أبرز تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي
- 5- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
- 6- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي
- 7- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
- 8- دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية
- 9- أثر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كوفيد19

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: التوعية الصحية والتلقيح ضد فيروس كورونا المستجد

تمهيد

- 1- الوعي الصحي وأهدافه في المجتمع
- 2- أهمية التوعية الصحية من فيروس كورونا
- 3- أسباب ظهور وانتشار فيروس كورونا في العالم
- 4- انتشار فيروس كورونا في الجزائر
- 5- أعراض الإصابة بفيروس كورونا
- 6- طرق الوقاية من فيروس كورونا
- 7- أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا وأنواع اللقاحات المعتمدة
- 8- التلقيح ضد فيروس كورونا في الجزائر
- 9- دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية للتلقيح ضد فيروس كورونا

خلاصة الفصل

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

تمهيد

- 1- عرض وتحليل بيانات المحور الأول: البيانات العامة

2- عرض وتحليل بيانات المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي

3- عرض وتحليل بيانات المحور الثالث: مدى تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

4- عرض وتحليل بيانات المحور الرابع: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا

خلاصة الفصل

- النتائج العامة للدراسة
- اقتراحات الدراسة

الخاتمة

- قائمة المصادر والمراجع
- الملاحق
- قائمة الجداول
- فهرس المحتويات

مقدمة

مقدمة

مع التطور التكنولوجي المذهل وانفجار المعلومات وثورة الاتصالات، شهد العالم نوعا جديدا من التواصل الاجتماعي، يتم في أرضية افتراضية إلكترونية مكنت من تقريب المسافات واختزال الحدود، فتحقق بذلك مفهوم القرية الكونية التي تحدث عنها "مارشال ماكلوهان"، وقد أطلق على هذه المنصات الإلكترونية اسم مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت مصدرا أساسيا للحصول على المعلومات والأخبار في شتى المجالات، وأداة للتواصل بين الأفراد والجماعات، ناهيك عن ما تتميز به من خصائص وميزات متعددة.

لقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في خلق واقع جديد في مجال التوعية الصحية، كونها تساهم في إيصال وتبادل المعلومات والأخبار والإجراءات الوقائية بين الأفراد والجماعات والمؤسسات والمنظمات الصحية، من أجل تحسين الممارسات الصحية الشخصية والمجتمعية ومناقشة مختلف القضايا الصحية، خاصة في ظل الجائحة العالمية لفيروس كورونا، الذي أصبح يهدد حياة البشرية بعد أن أصابت العدوى ملايين البشر في أرجاء المعمورة كافة مما خلف موت الآلاف، وقد برزت أهمية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية للوقاية من جائحة كوفيد19 لاسيما في ظل الإقبال المتزايد على استخدامها كمصدر رئيسي لنشر وتبادل المعلومات والأخبار المتعلقة بالجائحة ومخاطر فيروس كورونا المستجد، بالإضافة إلى التوعية في مرحلة لاحقة بأهمية التلقيح ضد الفيروس باعتباره الحل الوحيد للحد من انتشار الفيروس واكتساب مناعة جماعية للبشرية.

تعتبر فئة الطلبة الجامعيين من أكثر الفئات التي يفترض أن يزداد استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة من خصائصها وإمكانياتها المتجددة وتسخيرها لتعزيز الصحة عن طريق تزويدهم بالمعلومات والأخبار المتعلقة بفيروس كورونا وتمكينهم من تغيير السلوكيات الخاطئة وتحفيزهم على تلقي اللقاح ضد هذا الفيروس باعتباره الحل الأمثل للخروج من هذه الجائحة، وطرح الأسئلة على المختصين فيما يخص فعالية هذه اللقاحات، كذلك تلقي المواد التثقيفية والتوعوية من خلال قراءة المقالات الإخبارية والاستماع إلى الخبراء الاستشاريين ومقدمي الخدمات الصحية بصورة فورية، وهذا ما من شأنه أن يساهم في رفع الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين ويدفعهم إلى معرفة مدى أهمية التلقيح ضد هذا الفيروس المستجد.

من هذا المنطلق ارتأينا أن نخصص هذه الدراسة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الطلبة الجامعيين بجامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل، للتلقيح ضد فيروس كورونا.

وقد اعتمدنا في دراستنا على خطة منهجية مقسمة إلى ثلاثة جوانب رئيسية وهي: الجانب المنهجي، الجانب النظري، الجانب التطبيقي، وذلك وفقا لما يلي:

الجانب المنهجي: تضمن فصلا واحدا وهو:

الفصل الأول: يتناول الإطار المنهجي للدراسة، حيث تطرقنا فيه إلى تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار موضوع الدراسة، أهداف الدراسة وأهميتها، وكذلك حدود الدراسة ونوع الدراسة ومنهجها، مجتمع البحث وعينة الدراسة، بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات، وتحديد مفاهيم الدراسة، إضافة إلى استعراض لعدد من الدراسات السابقة والمشابهة، وأخيرا تناولنا المقاربة النظرية للدراسة.

الجانب النظري: وقد قسم إلى فصلين هما:

الفصل الثاني: والذي يندرج تحت عنوان "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية الصحية"، وقد تضمن: تمهيد الفصل ثم تعريف مواقع التواصل الاجتماعي، نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي، أبرز تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية، الأثر الإيجابي والسلبي لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كوفيد19، وأخيرا خلاصة الفصل.

الفصل الثالث: يحمل عنوان "التوعية الصحية والتلقيح ضد فيروس كورونا المستجد"، وقد تضمن: تمهيد الفصل، ثم تعريف التوعية الصحية وأهدافها في المجتمع، أهمية التوعية الصحية من فيروس كورونا، أسباب ظهور وانتشار فيروس كورونا في العالم، انتشار فيروس كورونا في الجزائر، أعراض الإصابة بفيروس كورونا، طرق الوقاية من فيروس كورونا، أنواع اللقاحات ضد فيروس كورونا، إيجابيات التلقيح ضد فيروس كورونا، التلقيح ضد فيروس كورونا في الجزائر، ثم دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا، وأخيرا خلاصة الفصل.

الجانب التطبيقي: وقد تضمن بدوره فصلا واحدا هو:

الفصل الرابع: خصصناه لعرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية، حيث تطرقنا فيه إلى: عرض وتحليل البيانات العامة، عرض وتحليل عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي، عرض وتحليل دوافع تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعرض وتحليل مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا، وفي الأخير خلاصة الفصل.

وفي نهاية الدراسة تم استخلاص النتائج العامة للدراسة وتقديم بعض الاقتراحات.

الجانب المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

- 1 - مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
- 2 - أسباب اختيار موضوع الدراسة
- 3 - أهداف الدراسة
- 4 - أهمية الدراسة
- 5 - حدود الدراسة
- 6 - منهج الدراسة
- 7 - مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 8 - أدوات جمع البيانات
- 9 - تحديد مفاهيم الدراسة
- 10- الدراسات السابقة والمثابفة
- 11- المقاربة النظرية للدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد

يحتل الإطار المنهجي في أي بحث علمي أهمية بالغة، وذلك لكونه يعتبر نقطة الانطلاقة بالنسبة للباحث، للإلمام بجوانب الموضوع الذي يريد دراسته.

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى أبرز وأهم العناصر المنهجية للدراسة، انطلاقاً من تحديد الاشكالية وتساؤلاتها، بعدها بينا أسباب اختيارنا لموضوع الدراسة، ثم الأهداف التي نسعى لتحقيقها من الدراسة، مع تبيان أهميتها، وأبرزنا حدود الدراسة والمنهج المتبع فيها، ثم حددنا مجتمع البحث وعينة الدراسة، كما أبرزنا أدوات جمع البيانات، وحددنا مفاهيم الدراسة، وفي الأخير تطرقنا الى الدراسات السابقة والمشابهة، إضافة الى عرض المقاربة النظرية للدراسة.

1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

شهدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تطورا مذهلا خلال العقدین الأخيرین حيث تحول العالم بفضلها إلى قرية صغيرة بحق لاسیما مع الانتشار السريع للإنترنت على وجه الخصوص، فقد تحول هذا الوسيط الاتصالي الذي له طبيعة مختلفة عن غيره من الوسائط الأخرى إلى متغير أساسي لا يكاد الاستغناء عنه في الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات على حد السواء، مما جعل أهميته تزداد أكثر فأكثر في أي مجتمع وعلى أكثر من صعيد.

لقد أدت التطورات في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى ظهور الإعلام الإلكتروني والذي أصبح مظلة واسعة لكثير من التطورات التي رافقت ظهوره، وأبرزها الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي والاعتماد على الإنترنت بهدف إيصال المضامين بطريقة مؤثرة، ليكون في النتيجة إعلاما إلكترونيا وشبکيا، وشخصيا، واجتماعيا، فأصبح يشمل مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد من التطبيقات المهمة التي تقوم بدور مهم في تربية المجتمع واكساب أفرادها عادات وسلوكيات صحيحة، ناهيك عن كونها نوعا من أنواع الصحافة التي نشأت وتبلورت في كنف الإنترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، ومن بين هذه التطبيقات نجد: الفيسبوك، انستغرام، تويتر، اليوتيوب، وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي، وقد بينت إحصائيات موقع دولفينوس (Dolphinuz) لشهر مارس 2022 أن موقع الفيسبوك يأتي في صدارة مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام، ثم يليه موقع اليوتيوب بحجم مشاهدة يومية تصل إلى أكثر من مليار ساعة من طرف أكثر من 2 مليون مستخدم نشط شهريا بخلاف زوار الموقع الذي يتمتعون بمشاهدة الفيديوهات دون تسجيل، ثم يلي موقع انستغرام وموقع تويتر.

وقد حققت مواقع التواصل الاجتماعي نجاحا كبيرا في استقطاب الجماهير كونها تلعب دورا بارزا في عملية جمع وتحليل الأخبار وتبادلها بين المستخدمين وهو ما يؤكد أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد مقتصرًا أو قائمًا على التواصل والاتصالات وربط وتكوين الصداقات في إطار المواضيع ذات الاهتمام المشترك، بل تعددت مجالاتها واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا ذات أبعاد إجتماعية، إقتصادية، سياسية، ثقافية وحتى الصحية، لأن الوعي الصحي يعتبر من بين أهم انشغالات المجتمع وتحدياته، حيث تشكل التوعية الصحية عمادا من أعمدة استقرار المجتمع، من خلال التعرف على العديد من الأمراض المختلفة التي قد يصاب بها أفراد المجتمع، وتبيان طرق الوقاية منها وكيفية حماية أنفسهم ضدها للتمتع بصحة جيدة عقليا وجسديا، كما تعتبر التوعية الصحية مقياس من مقاييس

التمتية في أي دولة من الدول، حيث تلعب دورا كبيرا ليس فقط في تحسين صحة الفرد والمجتمع، وإنما في اقتصاديات الصحة وحسن استخدامها، لذا تبرز قضية الوعي الصحي واكتسابه ونشره كأحد الأولويات والأهداف الرئيسية للدول، خاصة مع تدني مؤشرات الصحة العامة في العديد من هذه الدول، لاسيما مع ظهور العديد من الأمراض والأوبئة الخطيرة المهددة لحياة الإنسان، وقد كان آخرها وأخطرها ظهور وباء كوفيد19 جراء الانتشار السريع لفيروس كورونا المستجد، والذي استطاع أن يتحول في ظرف وجيز إلى جائحة لم تسلم منها أي دولة، وما رافق ذلك من انعكاسات سلبية في مختلف الأصعدة.

لقد ظهر الوباء الناتج عن فيروس كورونا المستجد (كوفيد19) بمدينة "ووهان" الصينية في أواخر سنة 2019، لينتشر في جميع دول العالم، كما أنه أحدث أزمات عميقة في العديد من الدول، بعد اختراقه الحدود والأوطان بسرعة قياسية مما أدى أزمة صحية عالمية وشله لاقتصاديات دول عديدة، وجعل كبرى عواصم العالم تعيش أوضاعا لم تألفها سابقا، ولا يزال الوباء يحصد الأرواح بلا تمييز بين الدول والأفراد، الأمر الذي جعل منظمة الصحة العالمية تدق ناقوس الخطر وتدعو لتضافر جهود الدول من أجل التوعية بمخاطر الوباء واتخاذ كل الإجراءات الوقائية اللازمة، مع تسخير جهود العلماء والعمل على توفير كل الإمكانيات الضرورية لإيجاد لقاح فعال للفيروس التاجي القاتل في أسرع وقت، فبالنظر إلى الوضعية الاستثنائية والظروف الخاصة التي فرضها انتشار وباء كوفيد19 في مختلف بقاع العالم فقد عمدت مختلف المجتمعات إلى تبني تدابير وقائية مستعجلة أدت إلى عزل الأفراد صحيا وتقليل تواجدهم ضمن مجموعات، والاتجاه لتطبيق التباعد الاجتماعي لاحتواء انتشار الفيروس، بالموازاة مع شروع العديد من المخابر العالمية في التنافس على إيجاد لقاح بإمكانه الحد من تفشي الوباء والحفاظ على الأرواح البشرية، وهو الأمر الذي أفرز تطوير عدة أنواع من اللقاحات على غرار: لقاح "سبوتنيك في"، لقاح "أسترازينيكا-أكسفورد"، لقاح "فايزر بيونتيك"، لقاح "موديرنا"، لقاح "سينوفارم"، لقاح "سينوفاك"... إلخ.

بعد إيجاد اللقاح كان يتعين رفع تحدي آخر يتمثل في إقناع مختلف الأشخاص حول العالم لتلقي اللقاح، وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على مجموعة من الأنشطة الإعلامية والتواصلية والتوعوية والتربوية، التي بالإمكان توجيهها لتحقيق جملة من الأهداف الصحية على غرار خلق وعي صحي بين مختلف أفراد المجتمع، بغرض تحذيرهم من خطر الإصابة بالأمراض والأوبئة الخطيرة، وتقليل العدوى ونسبة الوفيات، بالإضافة إلى تحسين نوعية الحياة لكل من الفرد والمجتمع، وبالتالي استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي بفضل خصائصها أن تفرض نفسها كوسيط اتصالي فعال له تأثير على

المتلقي ودور في توعية الأفراد ودفعهم لتلقي اللقاح ضد فيروس كورونا لحماية أنفسهم واكتسابهم المناعة الضرورية التي تسمح بالعودة إلى الحياة الطبيعية، لذا برزت الحاجة والضرورة أكثر من أي وقت مضى لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع مختلف فئات المجتمع ومكوناته بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا المستجد.

لم يسلم المجتمع الجزائري على غرار باقي دول العالم من جائحة كوفيد19، وما تبعها من خوف وارتباك لدى الساسة والعامّة، نتيجة اجتياحها جل الأنظمة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والصحية، وقد تم تسخير مختلف وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي في توعية مختلف فئات المجتمع الجزائري بخطورة فيروس كورونا وضرورة الالتزام بالإجراءات الوقائية، وعدم التردد في التلقيح ضد هذا الفيروس الخطير، ففي ظل غياب أي علاج للوباء يبقى التلقيح هو الحل الأمثل لمجابهة خطورة هذا الوباء والوصول إلى المناعة الجماعية التي تقي المجتمع من خطورة الفيروس، ولعل من بين أهم الفئات التي تم استهدافها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لإقناعها بخطورة وباء كوفيد19 وتحفيزها على أخذ اللقاح ضد فيروس كورونا نجد فئة الشباب بصفة عامة، وبالأخص فئة الطلبة الجامعيين في مختلف جامعات الوطن بما فيها جامعة جيجل، نظرا لتحكمها في استخدام تطبيقات تكنولوجيا الاتصال الحديثة أكثر من غيرها، واعتمادها الكبير على الشبكات الاجتماعية للتزود بالمعلومات بما فيها تلك الخاصة بتطورات الوباء سواء على الصعيد الوطني أو العالمي.

وعليه فإن إشكالية دراستنا تتمحور حول السؤال الرئيسي التالي:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا لدى طلبة جامعة جيجل؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- (1) ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- (2) ما هي دوافع تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- (3) إلى أي مدى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا؟

2- أسباب اختيار موضوع الدراسة

لم يكن اختيارنا لهذا الموضوع من محض الصدفة، بل تنوعت الأسباب بين أسباب ذاتية وأسباب موضوعية، وفقا لما يلي:

2-1- الأسباب الذاتية:

- الاهتمام بالمواضيع الحديثة والرغبة في الاطلاع على المواضيع المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالأخص مواقع التواصل الاجتماعي.
- الميل والاهتمام الشخصي بالمواضيع المتعلقة بالوعي الصحي وبالأخص ضد فيروس كورونا المستجد.
- تأثرنا بجائحة كوفيد19 باعتبارنا جزء من الطلبة الذين أصابتهم هذه الجائحة.
- الرغبة الذاتية في إثراء رصيدنا المعرفي في المجال الصحي والمستجدات المتعلقة باللقاح ضد فيروس كورونا المستجد.

2-2- الأسباب الموضوعية:

- حداثة وأنية الموضوع وقابليته للدراسة.
- حاجة مكتبة العلوم الإنسانية والاجتماعية إلى بحوث ودراسات متعلقة بالوعي الصحي.
- محاولة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي نظرا للمكانة التي أصبحت تحتلها في حياتنا اليومية.
- مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الإقناع على أخذ اللقاح ضد فيروس كورونا المستجد.
- ضخامة الآثار المترتبة عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة المعاصرة، لاسيما مع جائحة كوفيد19 التي تتطلب قدرا من الإعلام والإقناع.

3- أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف العام والمتمثل في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا، من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة جيجل.

وضمن هذا الهدف العام تسعى دراستنا إلى تحقيق جملة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:

- معرفة طبيعة عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة دوافع تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

4- أهمية الدراسة

تستمد الدراسة الراهنة أهميتها من محاولة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول التلقيح ضد فيروس كورونا المستجد باعتباره من أهم القضايا التي تشغل الرأي العام، وعلى هذا الأساس تبرز أهمية دراستنا في أهمية متغيراتها المتمثلة في كل من مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تلعب دورا مهما في المجتمع وفي التأثير على الأفراد، هذا بالإضافة إلى أهمية فيروس كورونا باعتباره مصدر وباء خطير يهدد الحياة البشرية (كوفيد19)، وهو الأمر الذي يستدعي أهمية الإسراع في تلقيح الأفراد ضد هذا المرض لاسيما أمام الارتفاع الكبير لمعدل الإصابة بالفيروس المنتشر في العالم والجزائر، وهنا تظهر أهمية إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بخطورة هذا الفيروس وضرورة التلقيح ضده.

كل هذا يجعل من دراستنا ذات أهمية لأنها تقدم وصف فعلي وواقعي للظاهرة المدروسة لاسيما مع جدية الموضوع الذي نتناوله باعتباره موضوع حساس يواجه المجتمع الجزائري على غرار باقي المجتمعات، خصوصا وأن الدراسة تركز على فئة جد مهمة في المجتمع وهي فئة الطلبة الجامعيين.

5- حدود الدراسة

تعتبر حدود الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لكل دراسة علمية، وعليه ارتأينا تقسيم حدود دراستنا وفقا لما هو معمول به في تقاليد البحث العلمي إلى ثلاثة حدود رئيسية تتمثل فيما يلي:

5-1- الحدود المكانية:

يقصد بها المكان الذي تجرى فيه الدراسة العلمية، وفيما يخص هذه الدراسة فقد تم انجازها على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل، على مستوى القطب الجامعي تاسوست الواقع ببلدية تاسوست الواقعة في إقليم ولاية جيجل التي تقع في شمال شرق الجزائر، وهي ولاية ساحلية يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط، ومن الجنوب ولايتي ميلة وسطيف، ومن الشرق ولاية سكيكدة، ومن الغرب ولاية بجاية.

5-2- الحدود البشرية:

يقصد بها مجتمع البحث أو المجال البشري الذي أجريت عليه دراستنا، أي جميع العناصر البشرية التي اعتمدنا عليها في جمع البيانات، والمتمثلة في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل.

5-3- الحدود الزمانية:

إن الإطار الزمني الذي أجريت فيه دراستنا محدد في السنة الجامعية 2021-2022، ويمكن تقسيمه إلى ثلاث مراحل:

- **المرحلة الأولى:** امتدت من منتصف شهر أكتوبر 2021 إلى أواخر شهر نوفمبر وذلك من أجل اختيار الموضوع وضبطه وجمع المعلومات المتعلقة به لتسهيل عملنا.
- **المرحلة الثانية:** امتدت هذه المرحلة من شهر ديسمبر 2021 إلى أواخر شهر أبريل 2022، وفي هذه المرحلة شرعنا في انجاز الإطار المنهجي للدراسة، انطلاقا من صياغة الإشكالية وصولا إلى باقي خطوات الجانب المنهجي للدراسة، بعدها انتقلنا إلى انجاز مختلف العناصر النظرية.

▪ **المرحلة الثالثة:** تضمنت هذه المرحلة الجانب التطبيقي وشرعنا فيه في بداية شهر ماي إلى غاية شهر جوان 2022، وقد مر انجازنا للجانب الميداني بمرحلتين:

- مرحلة إعداد إستمارة الاستبيان وتطبيقها على مجموع أفراد العينة.
- مرحلة تفرغ البيانات والتعليق على الجداول، واستخلاص نتائج الدراسة.

6- منهج الدراسة

يتطلب انجاز أي بحث علمي إتباع منهج واضح يتوافق مع الموضوع الذي اختاره الباحث للوصول إلى حقائق علمية ومنطقية للدراسة ولمعرفة مختلف جوانبها وتحليل أبعادها ومسبباتها بهدف التوصل إلى حلول للمشكلة ونتائج محددة بشأنها وإمكانية تعميمها على باقي الظواهر الأخرى، لذا يعتبر اختيار المنهج المعتمد في الدراسة من بين أهم خطوات انجاز البحث العلمي.

يعرف المنهج بكونه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه، وبالتالي فالمنهج ضروري للبحث، يساعد الباحث في ضبط أبعاد ومساعي وأسئلة وفروض البحث.⁽¹⁾

وهو أيضا: "مجموعة القواعد والمبادئ التي يجب على الباحث إتباعها بغية الكشف على العلاقات العامة والجوهرية والضرورية التي تخضع لها ظواهر موضوع الدراسة".⁽²⁾

بما أن دراستنا تهدف إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا، فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية، وعليه فإن المنهج الذي اعتمدها في دراستنا يتمثل في **المنهج المسحي** الذي يعتبر أنسب المناهج العلمية للدراسة الوصفية التحليلية في مجال الدراسات الإعلامية، لأنه يستخدم في دراسة الظواهر أو المشكلات البحثية في وضعها الراهن، باعتباره جهدا منظما علميا للحصول على معلومات وأوصاف عن الظاهرة.

¹ - رشيد زرواتي: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية اسس علمية وتدريبية، دار الكتاب الحديث، مصر، 2004، ص 104.

² - بلقاسم سلاطينة، حسان الجيلالي: محاضرات في المنهج والبحث العلمي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص 25.

يعرف المنهج المسحي بأنه: "عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية، إذ يفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي يرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تقييم شامل، فهو في مجمله أداة لتوضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الواقع الاجتماعي وتحليل تلك الأوضاع والوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها".⁽¹⁾

ويعرفه أحمد بن مرسل بن بأنه: "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك".⁽²⁾

7- مجتمع البحث وعينة الدراسة

7-1- مجتمع البحث:

تمثل مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات في البحوث العلمية، والتي تتطلب دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث، وتتمثل هذه الخطوة في حصر مجتمع البحث ليستطيع الباحث التحكم وضبط المعلومات اللازمة لإجراء دراسته.

ويعرف مجتمع البحث بأنه: "المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكبر من المجتمع المستهدف".⁽³⁾

ويعرف أيضا على أنه جميع المفردات التي تتوافر فيها الخصائص المطلوبة دراستها وقد يكون هذا المجتمع محدودا أو غير محدود.⁽⁴⁾

¹- صلاح شروح: منهجية البحث العلمي، دار العلوم، عنابة، 2003، ص 150.

²- أحمد بن مرسل بن: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 286-287.

³- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، علم الكتب، مصر، 2000، ص 130.

⁴- مبروكة عيبر محيرف: الدليل الشامل في البحث العلمي، مجموعة النيل العربية، مصر، 2008، ص 135.

وهو كذلك جميع الأفراد والأشخاص والأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث، إذ هي الأفراد والأحداث أو المشاهدات لموضوع البحث.⁽¹⁾

وعلى هذا الأساس فإن مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في الطلبة الذين يزاولون دراستهم في جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، لاسيما على مستوى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالقطب الجامعي تاسوست.

7-2- عينة الدراسة:

نظرا للصعوبة التي يواجهها الباحث في دراسة جميع مفردات المجتمع الأصلي في إطار إمكانياته المادية والوقت الممنوح له لإنجاز دراسته والذي في الغالب يكون محدودا، فإن أسلوب المعاينة أو الاختيار الصحيح للعينة الممثلة لهذا المجتمع هو أمر مرغوب فيه.

تعرف العينة على أنها: "جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة تضم عددا من الأفراد من المجتمع الأصلي".⁽²⁾

كما تعرف أيضا بكونها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسات عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على مجتمع الدراسة.⁽³⁾

وبهذا تكون العينة حسب التعاريف السابقة هي جزء لا يتجزأ من المجتمع الأصلي، فهي جزء من الكل ويتم تعميم النتائج المتوصل إليها على الكل.

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية، حيث يقوم هذا النوع من العينات على القصد والتعمد في اختيار وانتقاء مفردات العينة بطريقة محكمة، لا مجال فيها للصدفة بحيث يقوم الباحث بانتقاء

¹ - نادية سعيد عيشور وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس اكليل الجبل، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص 211.

² - عبد الله عامر الهاملي: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، جامعة قاريونس، ليبيا، 2003، ص 236.

³ - سعيد سبعون، حفصة جرادي: الدليل المنهجي في إعداد المذكرة والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصب، الجزائر، 2012، ص 135.

المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يهدف إليه في دراسته، فيجب على الباحث ضبط مجتمع الدراسة بشكل دقيق وبعدها يركز الباحث فقط على المفردات التي تخدمه في دراسته دون غيرها.⁽¹⁾

إن اختيارنا للعينة القصدية يعود لكون مجتمع البحث كبير نسبيا لا يمكن تغطيته بالمسح الشامل خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، كما أن هذا النوع من العينات يتلاءم مع طبيعة دراستنا ويخدم أهدافها، حيث قصدنا طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، دون غيرهم من أفراد مجتمع البحث، باعتبارها الفئة المؤهلة أكثر لاستخدام مواقع والتواصل الاجتماعي من جهة، ولسهولة الوصول إليها من جهة أخرى.

وقد حددنا حجم العينة في دراستنا بـ: 60 مفردة.

8- أدوات جمع البيانات

تعتبر أدوات جمع البيانات مجموعة من الوسائل التي يلجأ إليها الباحث للحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، ويلجأ الباحث عادة في البحوث الوصفية القائمة على المنهج المسحي إلى الميدان ويستخدم أداة أو أكثر بحسب طبيعة المجتمع وحجم العينة ونوع المشكلة.

استنادا لطبيعة موضوعنا: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتفقيح ضد فيروس كورونا" فقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات.

ويعرف الاستبيان على أنه: "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين تم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يتم تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع."⁽²⁾

وتعرف استمارة الاستبيان أيضا بكونها إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين، الهدف منها الحصول على

¹ - نادية سعيد عيشور وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 240.

² - عمار بوحوش، محمد محمود الديات: *مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث*، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 67.

بيانات واقعية وليس مجرد انطباعات وآراء هامشية ولهذا يجب أن تكون الاستمارة وأسئلتها موجزة وواضحة وأن تهدف الأسئلة فيها إلى الحصول على إجابات واقعية وليس تخمينات وآراء وتوقعات. (1)

وهي كذلك: "أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة المرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها". (2)

لقد تم صياغة أسئلة استمارة الاستبيان ضمن أربعة محاور (أنظر الملحق رقم 01)، وتوزيعها على المبحوثين للإجابة عليها، وذلك وفقا لما يلي:

- المحور الأول: تضمن أسئلة حول البيانات العامة للمبحوثين.
- المحور الثاني: تضمن أسئلة حول عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي.
- المحور الثالث: تضمن أسئلة حول دوافع تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- المحور الرابع: تضمن أسئلة حول مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

9- تحديد مفاهيم الدراسة

يعتبر تحديد المفاهيم من الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته، وتتمثل أهم المصطلحات الواردة في دراستنا فيما يلي:

¹ - كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة، الأردن، 2009، ص 135.

² - ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط 2، دار صفاء، عمان، 2008، ص 88.

• **التعريف اللغوي:**

يعرف الدور لغة بأنه الحركة أي الفعل والعمل، ونلاحظ من خلال هذا التعريف أن الدور مرتبط بالقدرة على الحركة والنشاط، وحسب معجم Bloch و Woutburg فإن كلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية Rotulos التي تعني من جهة ورقة مطوية تحمل مكتوب، ومن جهة ثانية يجب أن يستظهره ممثل مسرحية، وابتداء من القرن 11 بدأ استعمال مفهوم الدور بمعنى وظيفة اجتماعية أو مهنية.⁽¹⁾

• **التعريف الاصطلاحي:**

هناك عدة تعاريف للدور منها أنه: "مجموعة من القيم والمعايير التي تحدد السلوك المنتظر من شخص معين، استنادا إلى سماته الشخصية، وخصائصه الفردية".⁽²⁾

وهو كذلك: "وظيفة أو مكانة الإنسان الفرد في موقف معين كدور الأب والطبيب، والقائد والداعية، وهو الجانب الحركي للمركز، أو هو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها أو يفوضها المركز".⁽³⁾

• **التعريف الإجرائي:**

يقصد بالدور في هذه الدراسة بأنه الوظيفة التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي للتأقح ضد فيروس كورونا (كوفيد19) لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

¹ - عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوب: "دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد19"، مجلة التمكين الاجتماعي، جامعة عمار تلجي، الاغواط، الجزائر، المجلد 02، العدد 02، جوان 2022، ص 292.

² - سميح أبو معلي، عبد الحافظ سلامة: علم النفس الاجتماعي، دار اليازوري العلمية، الاردن، 2002، ص 37.

³ - خيضر شعبان: مصطلحات في الاعلام والاتصال، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف، الجزائر، 2001، ص 93.

9-2- مواقع التواصل الاجتماعي:

• التعريف اللغوي:

الأصل الاشتقاقي لفعل التواصل يعني جعل الشيء مشتركاً، فالتواصل يعني عملية انتقال الفرد من وضع فردي إلى وضع اجتماعي وهو ما يعيد فعل اتصال الذي يتضمن الإخبار والتخاطب والإبلاغ، ويتعلق بنقل الرسائل أو الرموز الحاملة للدلالة، ويمكن للتواصل كنشاط تبادلي أن يتم بواسطة الأصوات والإشارات أو صورة أو علامات مكتوبة يتميز بأعلى مراتب الدقة على مستوى اللسان.⁽¹⁾

• التعريف الاصطلاحي:

هي مواقع إلكترونية تقدم خدمات اجتماعية لمستخدميها لأغراض التواصل الإنساني والاجتماعي، تؤسسها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء وتبرمجها لخدمة تكوين صداقات أو البحث عن اهتمامات وهوايات وصور وأفلام وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتبادلونها فيما بينهم، ومن أشهر هذه المواقع: الفيسبوك، اليوتيوب، تويتر وغيرها.⁽²⁾

ويعرفها زاهد راضي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".⁽³⁾

كما تعرف أيضاً على أنها تلك المواقع الإلكترونية التي تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والفيديو والبريد الإلكتروني والصوتي والمرئي ومشاركتها مع الآخرين.⁽⁴⁾

¹- الطاهر مجاهدي، يمينة بوبعابة: "درجة الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعتي البرج والمسيلة"، مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، ص 60.

²- محمد فخري راضي: دور الاعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، دار مجد، الأردن، 2004، ص 16.

³- زاهد راضي: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، الأردن، المجلد 02، العدد 15، 2003، ص 23.

⁴- فيصل عبد الأمير: دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2014، ص 23.

• التعريف الإجرائي:

يقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا تلك الشبكات الاجتماعية على شبكة الأنترنت مثل الفيسبوك وتويتر وغيرها، تقدم خدمات متنوعة لمستخدميها كالاطلاع على مختلف الأخبار والقضايا الاجتماعية والاقتصادية وغيرها، إضافة إلى التوعية في العديد من المجالات التي تهم المجتمع على غرار التوعية الصحية كأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا مثلاً.

9-3- الوعي الصحي:

• التعريف اللغوي:

الوعي هو حفظ قلب الشيء، وعي الشيء والحديث يعنيه وعياً وأوعاه، حفظه وفهمه وقبله فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم.⁽¹⁾

• التعريف الاصطلاحي:

يقصد بالوعي الصحي مجموعة الخبرات التي يتعرض لها الفرد عبر وسائل الاتصال وتؤدي به في النهاية إلى اتباع أسلوب إيجابي للحفاظ على صحته وصحة أسرته ومن ثم المجتمع بأكمله.⁽²⁾

• التعريف الإجرائي:

الوعي الصحي في دراستنا نعني به مجموعة من المعلومات الصحية التي يكتسبها الأفراد من مصادر مختلفة، بهدف الإبقاء على سلامة الصحة والحفاظ عليها من الأمراض المختلفة ومن بينها فيروس كورونا. ومثال ذلك توعية الطلبة الجامعيين بضرورة التلقيح للحفاظ على الصحة والحد من انتشار هذا الفيروس.

9-4- فيروس كورونا:

• التعريف الاصطلاحي:

¹ - ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، 2007، ص 93.

² - محمد الحنفاوي: الصحافة والتوعية الصحية، دار العلم و الإيمان، مصر، 2014، ص 16.

تعرف منظمة الصحة العالمية فيروسات كورونا بأنها: "سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان ولإنسان، ومن المعروف أن عددا من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراضا تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وطأة وخاصة مثل أزمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس)، والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس)، ويسبب فيروس كورونا المكتشف مؤخرا مرض كوفيد19".⁽¹⁾

• التعريف الإجرائي:

نقصد بفيروس كورونا في هذه الدراسة آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا، وقد تم اكتشافه في مدينة "ووهان" الصينية في ديسمبر 2019، وهو الذي يسبب مرض كوفيد19 الذي تحول إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم، لكونه سريع الانتشار بفعل العدوى، ومن أهم أعراضه: الحرارة، السعال، الضيق في التنفس.

10- الدراسات السابقة والمشابهة

لا يمكن لأي باحث أن ينطلق في دراسته من فراغ إذ لابد من الاعتماد على دراسات سابقة تفتح للباحث الأفاق وتوسع من مداركه النظرية والتطبيقية، مما يؤدي إلى فهم أعمق للظاهرة محل الدراسة. ونورد فيما يلي أهم الدراسات السابقة والمشابهة لدراستنا:

10-1- الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد: بوصوف حبيبة، صباط صورية، بعنوان: دور الإعلام الإلكتروني في تنمية الوعي الصحي خلال جائحة كورونا" دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية- جامعة جيجل. وهي مذكرة مكملة لمتطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال للسنة الجامعية 2020-2021.

تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور الإعلام الإلكتروني في تنمية الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا؟

¹ - رياض حمدوش، أحمد دعاس: "وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الرأي العالمي في الحد من انتشار وباء كورونا"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، الجزائر، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020، ص 166.

للإجابة على هذه الإشكالية طرحت الباحثتان مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

- ما عادات وأنماط تعرض الطلبة الجامعيين لأخبار جائحة كورونا عبر الإعلام الإلكتروني؟
 - ما هي دوافع إقبال الطلبة الجامعيين على الإعلام الإلكتروني خلال جائحة كورونا؟
 - ما هو دور الإعلام الإلكتروني في تعريف الطلبة الجامعيين بجائحة كورونا؟
 - هل يساهم الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الصحي للطلبة الجامعيين خلال جائحة كورونا؟
- استخدمت الباحثتان "المنهج المسحي"، وتمثلت عينة الدراسة في "العينة الطبقية التناسبية"، كما تم الاعتماد على أداة الاستبيان. وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- كشفت الدراسة مساهمة الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا، إضافة إلى ما بينته نتائج الدراسة من عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات السن والتخصص والمستوى المعيشي.
 - يلعب الإعلام الإلكتروني دورا كبيرا في تعريف الطلبة الجامعيين بجائحة كورونا وذلك من خلال تقديم معلومات شاملة عن فيروس كورونا وأعراضه وطرق انتقاله.

❖ التعقيب على الدراسة:

● أوجه التشابه:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في عدة نقاط، حيث تشارك دراستنا في المتغير الثاني الوعي الصحي، وتشابهت كذلك في إتباع نفس المنهج والذي هو المنهج المسحي، وكذلك إتباع كلا الدراستين على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات.

● أوجه الاختلاف:

- اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا من حيث تناول الباحثتان في دراستهما موضوع دور الإعلام الإلكتروني في تنمية الوعي الصحي خلال جائحة كورونا، أما دراستنا فركزت على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا.
- الاختلاف من حيث المجال الزمني، إذ هذه الدراسة كانت سنة 2021، بينما دراستنا سنة 2022.

- اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث نوع العينة، إذ اعتمدت على العينة الطبقية التناسبية، بينما اعتمدنا على العينة القصدية.

• أوجه الاستفادة:

استفدنا من هذه الدراسة في الطرق المنهجية المعتمدة لاسيما من حيث اختيار المنهج والأداة المعتمدة في جمع البيانات وتحليلها، وكذا في الجانب النظري فيما يخص مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية لمرض كورونا.

10-2- الدراسة الثانية:

دراسة الباحثة طاهر دنيا زاد بعنوان دور مواقع التواصل الإجتماعي في التوعية الصحية "الفايسبوك نموذجا"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، بجامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم للسنة الجامعية 2017-2018.

انطلقت الباحثة من تساؤل رئيسي تمثل في: كيف يتعامل المستخدم مع صفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية الاستشفائية شي غيفارا؟
وللإجابة على هذا السؤال تم وضع الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف يتم استخدام موقع الفايسبوك لأغراض معلومة صحية؟
- هل هناك ثقة في تقديم المعلومات عبر صفحة الفايسبوك عن المؤسسة العمومية الإستشفائية شي غيفارا؟
- ما هو دور موقع الفايسبوك في نشر التوعية الصحية للمؤسسة؟

وتمثلت فرضيات الدراسة فيما يلي:

- كثرة استخدام موقع الفايسبوك للتوعية الصحية في المؤسسة الإستشفائية شي غيفارا.
- الثقة في المعلومات المقدمة في صفحة الفايسبوك للمؤسسة الإستشفائية شي غيفارا.
- دور صفحة الفايسبوك في نشر التوعية الصحية في المؤسسة الإستشفائية شي غيفارا.

لقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، واستعملت أداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات، كما اعتمدت على العينة القصدية. وقد توصلت هذه الدراسة إلى نتائج تتمثل أهمها فيما يلي:

- أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في خلق الوعي الصحي والتقليل من مخاطر الأوبئة والأمراض وتحسيس مختلف شرائح المجتمع بالوقاية والاطلاع على أهم النصائح من أجل تفاديها.
- أن الفايسبوك الخاص بأي إدارة أو المؤسسة الاستشفائية، أضفى ميزة جيدة على مفهوم الصحة وأدخل ثقافة جديدة على المواطن من ناحية الاهتمام بصحته.

❖ التعقيب على الدراسة:

● أوجه التشابه:

- تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونهما تناولتا موضوع التوعية الصحية.
- تشابهت أيضا هذه الدراسة مع دراستنا في أدوات جمع البيانات ونوع العينة.

● أوجه الاختلاف:

- حاولت هذه الدراسة إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية، حيث سعت الباحثة من خلالها الكشف عن دور الفايسبوك في التوعية الصحية ومعرفة حجم اهتمام الفايسبوك بالقضايا الصحية ونوع المشكلات والقضايا التي يطرحها، بينما دراستنا تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا المستجد.
- كما تختلف الدراستان في المجال المكاني والزمني، حيث هذه الدراسة كانت في ولاية مستغانم خلال السنة الدراسية 2017/2018، أما دراستنا تمت في ولاية جيجل خلال السنة الدراسية 2021/2022.

● أوجه الاستفادة:

استفدنا من هذه الدراسة خاصة من الناحية المنهجية لاسيما من حيث تحديد منهج الدراسة المناسب، والأداة المناسبة لجمع المعلومات.

10-3 - الدراسة الثالثة:

دراسة للباحثين لبنى قاسمي وكاميليا سلطاني بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا (الصفحات الفايسبوكية نموذجاً)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي 2014-2015.

انطلقت الباحثتان من الإشكالية الآتية: ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا من خلال صفحة (Ebola2015)؟
وقد انبثق عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية أهمها:

- ما مدى إقبال مستخدمي شبكة الفايسبوك على الصفحة الفايسبوكية الخاصة بالتوعية حول مرض الإيبولا (Ebola 2015)؟
- ما الدوافع والحاجات التي تكمن وراء الإقبال على الصفحة الفايسبوكية الخاصة بالتوعية حول مرض الإيبولا (Ebola 2015)؟
- ما الإشباعات المحققة من صفحة (Ebola 2015) من خلال شبكة الفايسبوك؟
- ما الأثر الناتج عن دور شبكة الفايسبوك في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا من خلال صفحة (Ebola 2015)؟

استخدمت الباحثتان في دراستهما المنهج الوصفي التحليلي، كما تم الاعتماد على أدوات الملاحظة بالمشاركة والاستبانة لجمع البيانات من المبحوثين، حيث وزعت الإستمارة إلكترونياً على 170 مفردة بطريقة العينة القصدية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن شبكات التواصل الاجتماعي وخصوصاً الفايسبوك استطاع أن ينمي نسبة المشاركة والتفاعلية بين أفراد العينة حول موضوع الإيبولا.
- بالنسبة للأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة صفحة (Ebola 2015) نجد دافع التوعية الصحية وخطورة المرض وانتشاره.

- لقد حققت العينة مستوى إشباع في التزود بالثقافة والتوعية الصحية ومنه الأثر الإيجابي للصفحة على أفراد العينة.

❖ التعقيب على الدراسة:

• أوجه التشابه:

- تشابهت دراستنا مع دراسة الباحثين في اختيار نوع العينة وهي العينة القصدية.
- تتشابه الدراسات كذلك في الأداة المستخدمة وهي استمارة الإستبيان.

• أوجه الإختلاف:

- اختلفت الدراسات حول طبيعة التوعية الصحية، حيث اهتمت دراسة الباحثين على دراسة التوعية ضد مرض الايبولا، في حين ركزت دراستنا على التوعية من أجل التلقيح ضد فيروس كورونا.
- اختلفت الدراسات كذلك من حيث المنهج المستخدم، فهذه الدراسة اعتمدت على المنهج الوصفي أما دراستنا اعتمدت على المنهج المسحي.

• أوجه الإستفادة:

لقد ساعدتنا هذه الدراسة كثيرا في التعرف على أهمية شبكات التواصل الإجتماعي في تحقيق التوعية الصحية، كما أفادتنا في اختيار المنهج المناسب وكذلك الأدوات والوسائل المعتمدة في جمع البيانات وتحليلها، زيادة على الإطار المفاهيمي.

10-4- الدراسة الرابعة:

دراسة خالد بن فيصل الفرم، بعنوان: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا" دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية.
تقوم إشكالية الدراسة على معرفة الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في التوعية حيال مرض كورونا من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

وقد تفرعت عن إشكالية هذه الدراسة مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

- هل تستخدم المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب، فايسبوك، تويتر) في استراتيجياتها التوعوية وما درجة هذا الاستخدام وكثافته؟
 - هل أسهمت المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية في برامج التوعية الصحية لمرض كورونا عبر شبكات (يوتيوب، فايسبوك، تويتر) وما هو معدل ومستوى كفاءة هذه المساهمة؟
- وتصنف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وقد اعتمد الباحث فيها على المنهج المسحي الذي يمكن من خلاله الوصول إلى نتائج عن طريق اجراءات احصائية ووصف الظاهرة محل الدراسة، من خلال مسح المنصات الإلكترونية للمدن الطبية في مدينة الرياض على شبكات التواصل الاجتماعي.
- وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن 73% من المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية الكبرى بمدينة الرياض لا تملك ولا تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية، حيث يتضح أن 27% فقط يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي.
- بالنسبة لليوتيوب فإن كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض لم تستخدم قنوات اليوتيوب في التوعية الصحية حيال مرض كورونا.
- بالنسبة لموقع تويتر فإن 60% من المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لم تستخدم شبكة تويتر في التوعية الصحية حيال فيروس كورونا.
- بالنسبة لموقع الفايسبوك فإن 60% من المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لم تستخدم الفايسبوك في التوعية الصحية لمرض كورونا.
- أن 60% من المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لم تساهم في التوعية الصحية حيال مرض كورونا باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

❖ التعقيب على الدراسة:

• أوجه الاختلاف:

- تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير الأول المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث اعتمدت هذه الدراسة على كل من الفايسبوك واليوتيوب والتويتر التي وظيفتها نحن كذلك في دراستنا.

- كما تشابهت الدراستين في المنهج المستخدم، حيث اعتمدتا على المنهج المسحي.

• أوجه الاختلاف:

- اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا في تناول الباحث في دراسته موضوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، أما دراستنا فتمثلت في دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا.
- كما اختلفت الدراستان في المجال المكاني، إذ أن هذه الدراسة كانت في مدينة الرياض السعودية، أما دراستنا تمت في مدينة جيجل الجزائرية.

• أوجه الاستفادة:

استفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري من خلال الاستفادة فيما يخص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا.

10-5- الدراسة الخامسة:

دراسة محمد فاضل علي، بعنوان: دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور- دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط.

انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما الدور الذي تؤديه شبكة الفايسبوك في التوعية الصحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية؟

والذي يتفرع عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما رأي المختصين في القطاع الصحي لدور الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية؟
- ما أكثر الموضوعات الصحية جذبا في شبكة الفايسبوك من وجهة نظر المختصين بالقطاع الصحي في نشر التوعية الصحية؟
- ما أهمية الموضوعات التي تقدمها شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية من وجهة نظر المختصين في القطاع الصحي؟

- ما الاشباعات المتحققة في شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية؟
- لقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، كما استخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة لجمع البيانات.
- وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي:
- إن أكثر ما تتسم به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفايسبوك هي ميزة "التنوع" التي تصدرت النتائج.
- ظهر أن مسألة تخفيف الوزن والبحث عن الرشاقة وطرق الحماية الغذائية من أكثر الموضوعات التي خرج بها البحث.
- هناك اهتمام من قبل منشورات الشبكة بموضوعات تتصل بفوائد الغذاء والطب التجميلي والثقافة الصحية العامة والاكتشافات الطبية الحديثة فضلا عن الطب العربي.
- أهم المواضيع التي تقدمها شبكة الفايسبوك من وجهة نظر الفئة المبحوثة في سبيل تعزيز التوعية الصحية هي زيادة الوعي الصحي.
- الاشباعات المتحققة من شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية كانت حسب الترتيب: زيادة الثقافة الصحية، زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، اكتساب العادات الصحية السليمة، الفحص الدوري المبكر، التنقيف بالجراحات التجميلية، المهارات في الإسعافات الأولية، ترسيخ العادات الغذائية المنتظمة، التوقف عن ممارسة العادات الصحية السيئة.

❖ التعقيب على الدراسة:

- أوجه التشابه:
- التشابه من حيث متغير التوعية الصحية.
- تشابهت هذه الدراسة عن دراستنا من حيث المنهج حيث استخدمنا المنهج المسحي.
- أوجه الاختلاف:
- اختلفت كذلك من حيث المكان والزمان، فهذه الدراسة أجريت في الأردن لسنة الدراسية 2017، أما دراستنا أجريت في مدينة جيجل لسنة الدراسية 2021/2022.

- اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير المستقل حيث ركزت على شبكة الفايبريوك، في حين تناولت دراستنا مواقع التواصل الاجتماعي برمتها

• أوجه الاستفادة:

ساعدتنا هذه الدراسة في تحديد الخلفية النظرية لدراستنا والاستفادة منها في الجانب النظري الذي يشمل التوعية الصحية.

11- المقاربة النظرية للدراسة

تعد مرحلة تحديد المقاربات النظرية للدراسة من أهم الخطوات في بحث علمي، وبما أن دراستنا تتمحور حول "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا" فقد اعتمدنا على النظرية البنائية الوظيفية.

تعتمد نظرية البنائية الوظيفية في تحليلاتها على مفهومين رئيسيين هما البناء والوظيفة:

يشير مصطلح بناء (structure) إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع.

ويشير مصطلح وظيفة (function) إلى مساهمة شكل معين للأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع.⁽¹⁾

11-1- مبادئ نظرية البنائية الوظيفية:

من رواد نظرية البنائية الوظيفية "هربرت سبنسر" و"تالكوت بارسونز" و"روبرت ميرتن" و"رايت

ميلز" وقد اعتمدوا على مبادئ أساسية متكاملة تقوم عليها هذه النظرية ومن هذه المبادئ:

- المجتمع أو الجماعة أو المؤسسة يمكن تحليلها تحليلًا بنيويًا وظيفيًا إلى أجزاء وعناصر أولية، أي أن المؤسسة تتكون من أجزاء أو عناصر لكل منهما وظائفها الأساسية.

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2006، ص

- الأجزاء التي تحلل إليها المؤسسة أو المجتمع أو الظاهرة الاجتماعية إنما هي أجزاء متكاملة فكل جزء يكمل الجزء الآخر وأن أي تغيير يطرأ على أحد الأجزاء لابد أن ينعكس على بقية الأجزاء وبالتالي يحدث ما يسمى بعملية التغيير الاجتماعي.
- كل جزء من أجزاء المؤسسة أو النسق له وظائف بنيوية تابعة من طبيعة الجزء، وهذه الوظائف مختلفة نتيجة اختلاف الأجزاء أو الأحداث التركيبية وعلى الرغم من اختلاف الوظائف فإن هناك درجة من التكامل بينهما.⁽¹⁾
- الوظائف التي تؤديها الجماعة أو المؤسسة أو يؤديها المجتمع إنما تشبع حاجات الأفراد المنتمين أو حاجات المؤسسات الأخرى، والحاجات التي تشبعها المؤسسات قد تكون حاجات أساسية أو حاجات اجتماعية أو حاجات روحية.
- وجود نظام قيمي أو معياري تسيير البنى الهيكلية للمجتمع أو المؤسسة في مجاله فالنظام القيمي هو الذي يقسم العمل على الأفراد ويحدد واجبات كل فرد وحقوقه، كما يحدد أساليب اتصاله وتفاعله مع الآخرين.⁽²⁾

11-2- فرضيات البنائية الوظيفية:

- حصرها الباحثون حول مجموعة من المسلمات التي تقوم عليها النظرية البنائية الوظيفية والتي لخصها "روبرت ميرتون" في الآتي:
- النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم نشاط هذه العناصر بشكل متكامل.
 - يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن، ومجموع عناصره تضمن استمرار ذلك بحيث أنه عندما يحدث أي خلل في هذا التوازن فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.
 - بعض الأنشطة المتكررة والنمطية في المجتمع ضرورة لاستمرار وجوده، بمعنى أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للنظام ودونها لا يمكنه أن يستمر.

¹- إحسان محمد الحسن: النظريات الاجتماعية المتقدمة، ط2، دار وائل، عمان، 2010، ص ص 56، 57.

²- المرجع نفسه، ص 57.

- تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره، فكل النماذج القائمة تلعب دورا هاما في الحفاظ على استقرار هذا النظام وتوازنه.⁽¹⁾

11-3- النقد الموجه للنظرية:

تتمثل أهم الانتقادات الموجهة للنظرية البنائية الوظيفية في كونها تعاني من أوجه قصور على مستوى التنظير وعلى مستوى الواقع، وقد برز ذلك في الانتقادات العديدة التي وجهت إلى منظرها بشأن المفاهيم المتداولة والقضايا التي تناقشها والأسس التي تركز عليها فضلا عن تجاهلهم لوسائل الإعلام وتركيزهم فقط على ما تحدثه من تأثير، وبرز أيضا في التباين الواضح بين هذه الافتراضات النظرية والواقع الفعلي.⁽²⁾

11-4- إسقاط النظرية على موضوع الدراسة:

اعتمدنا على هذه النظرية في هذه الدراسة لتلائمها مع الموضوع، وذلك لأن البنائية الوظيفية تهتم بالمواضيع المتعلقة بالدور باعتبارها إحدى النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تمثل شبكات التواصل الاجتماعي إحدى أهم الوسائل الإعلامية الحديثة التي تستخدم للتواصل، وعلى هذا الأساس يمكن اعتبار وسائل الإعلام بمثابة نسق اجتماعي، تساعد هذه النظرية في دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في الوقاية من فيروس كورونا وتعزيز الوعي الصحي لأخذ اللقاح ضد هذا الفيروس وذلك عن طريق تحقيق أهداف وظيفية تتمثل في التأثير على معارف واتجاهات الأفراد.

¹- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000، ص 131.

²- طه عبد العاطي نجم: الإعلام والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2013، ص ص 66 - 67.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل أهم الإجراءات المنهجية والمراحل التي اعتمدنا عليها في دراستنا، بداية من تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، تحديد أهداف الدراسة وأهميتها وكذا مفاهيمها، كما بينا حدود الدراسة والمنهج المتبع فيها، ثم حددنا مجتمع البحث وعينة الدراسة، وأدوات جمع البيانات، وفي الأخير استعرضنا عددا من الدراسات السابقة والمشابهة مع دراستنا، بالإضافة إلى المقاربة النظرية التي اعتمدنا عليها.

الجانب النظري

الفصل الثاني: مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في التوعية الصحية

تمهيد

- 1- تعريف مواقع التواصل الإجتماعي
- 2- نشأة مواقع التواصل الإجتماعي
- 3- خصائص ومميزات مواقع التواصل الإجتماعي
- 4- أبرز تطبيقات مواقع التواصل الإجتماعي
- 5- أهمية مواقع التواصل الإجتماعي
- 6- استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي
- 7- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي
- 8- دور مواقع التواصل الإجتماعي في التوعية الصحية
- 9- أثر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كوفيد 19

خلاصة الفصل

تمهيد

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الحديثة التي أصبح يعتمد عليها الملايين من مستخدمي شبكة الانترنت في عملية التواصل والتفاعل بهدف إشباع حاجاتهم ورغباتهم، على غرار فئة الطلبة الجامعيين التي تعد من بين أكثر الفئات تعرضا لهذه المواقع نظرا لإقبالهم المتزايد على استخدام التكنولوجيا الحديثة.

وتعد التوعية الصحية في المجتمع احد الأولويات التي تستدعي تضافر جهود مختلف الفاعلين واستغلال كل الوسائل التي من شأنها المساهمة في تحقيق هذه الغاية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر مصدرا أساسيا للمعلومات، إذ تؤدي دورا كبيرا ومهما في تكوين الفرد معرفيا وزيادة رصيده من المعلومات والخبرات، وعليه سنتناول في هذا الفصل تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي وأهم خصائصه ومميزاته وأبرز تطبيقاته واستخداماته، وكذلك إيجابياته وسلبياته إضافة إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية، والأثر الإيجابي والسلبي لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كوفيد19.

1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

تشير مواقع التواصل الاجتماعي إلى المواقع والبرامج التي تعتمد على شبكة الانترنت لتسهيل التواصل بين المستخدمين وتبادل المعلومات فيما بينهم، وقد تم تناولها في العديد من التعريفات، نورد أهمها فيما يلي:

هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة، وغيرت مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر. (1)

مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع اكتسبت صفة مواقع الشبكة الاجتماعية التي تجمع بين العديد من أدوات الأنترنت المختلفة وذات شعبية كبيرة، وعلى سبيل ما يعرف بموقع على شبكة الانترنت الشخصية، يتيح خدمة الرسائل الفورية ويمكن استخدامه كمستوى للنقاش. (2)

تعرف أيضا على أنها شبكات عالمية تتيح الفرصة للتواصل بين الافراد عبر العالم من خلال الفضاء المعلوماتي، وتضم رحابها ملايين البشر من خلال مشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات واقامة الصفقات، وغيرها من أوجه التفاعل التي تتم في محيطها. (3)

يعرف "شريف اللبان درويش" مواقع التواصل الاجتماعي بأنها خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية، عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال، ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يضعها الآخرون خلال النظام. (4)

¹ - سلمان بكر بن كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار الراية، عمان، 2015، ص 161.

² - ماهر عودة الشمالية وآخرون: الاعلام الرقمي الجديد، دار الإحصاء العلمي، الأردن، 2015، ص 200.

³ - جبريل بن حسين العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية، الاردن، 2015، ص 13.

⁴ - شريف اللبان درويش: مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت، دار العلم العربي، القاهرة، مصر، 2011، ص 86.

وهي كذلك مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يعرف باسم ويب 0.2، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.⁽¹⁾

2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث بعد اختراع شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" في منتصف التسعينات وبالضبط عام 1995، على شكل موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، وكانت الغاية منه مساعدة الاصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة، وفرقتهم الظروف في الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان موقع (Clasmates. Com) يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل بينهم إلكترونياً وكان مجانياً، وبعد عامين أطلق موقع (Sixdegrees.Com) والذي أخذ اسمه من (Sixdegrees of separation) أي ست درجات من الانفصال، وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الاصدقاء، ويسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية وإدراج قوائم بالأصدقاء.⁽²⁾

في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع (Friendster) الذي حقق نجاحاً دفع (Google) إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (Skyrock) كمنصة للتدوين، ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع موقع (Skyrock) تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008، إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقاً لعدد المشتركين.⁽³⁾

ومع بداية عام 2005، ظهر موقع (My space) الأمريكي الشهير الذي تفوق على (Google) في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر هذا الموقع من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم، إضافة إلى الموقع الشهير (Facebook) الذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع

¹ - ليلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.

² - حسين محمود هنتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعية، دار أسامة، الأردن، 2015، ص 79.

³ - ليلي أحمد جرار، مرجع سبق ذكره، ص 39.

(My space)، فيما بعد تم بيع الموقع لشركة "نيوز كوربوريشن" الذي يقع مقرها في مدينة نيويورك، وقد شهد نموا متسارعا حتى أصبح يعد من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي في العالم والذي فتح أفقا واسعة لهذا النوع من المواقع وحقق نجاحا هائلا، غير أن شعبيته تراجعت فيما بعد بظهور مواقع موازية مثل موقع (Linkedin.com) الذي تم تصميمه وانطلاقه بصفة رسمية في ماي 2003، وهو عبارة عن بناء شبكة اجتماعية خاصة بمجال الأعمال والشركات التجارية والمؤسسات يضم المحترفين من شتى المجالات، ويشتركون ضمن مجموعات اهتمام موحدة، ويشمل الموقع خاصية متميزة هي خاصية التزكيات، حيث بإمكان مدير العمل أو الزملاء السابقين في وظيفة معينة شغلها المستخدم أن يقوموا بتزكيته عن عمله في تلك الشركة.⁽¹⁾

وقد قام موقع (Facebook) في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدميه بشكل كبير على مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه (My space) عام 2008.⁽²⁾

لقد تأسس أيضا موقع اليوتيوب (Youtube) بالولايات المتحدة الأمريكية، وكان الإصدار التجريبي له عام 2005، وهو موقع يتيح مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو، ثم بعد ذلك ظهر موقع (Twitter) في عام 2006، ويسمى أيضا موقع التدوين المصغر، فهو يسمح للمستخدمين بكتابة رسالة تعرف بـ: "تغريدة" لا تتجاوز 140 حرفا، وهي خدمة أطلقتها شركة "Obvious" والتي مقرها "سان فرانسيسكو" ثم قامت بفصل (Twitter) من الشركة، وأصبحت شركة مستقلة تحمل إسمه (Twitter) عام 2007.⁽³⁾

مع ظهور وانتشار استخدام الهواتف الذكية هناك عدة مواقع وتطبيقات تساهم في التواصل الاجتماعي منها (Skype)، (Instagram)، (WhatsApp)، (Viber) وغيرها من التطبيقات، لتستمر بذلك بالتطور والتنوع.

¹ - حنان مجاهد: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملة الانتخابية"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد

بن باديس، مستغانم، الجزائر، المجلد 03، العدد01، 2016، ص 57.

² - ليلي أحمد جرار: الفاييبوك والشباب العربي، مرجع سبق ذكره، ص 39.

³ - حسين محمود هثيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 80.

3- خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

3-1- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي عدة خصائص تتمثل أهمها فيما يلي:

- العالمية: حيث استطاعت أن تلغي الحواجز المكانية والزمانية وسمحت بالتواصل بسهولة ويسر في بيئة افتراضية تقنية تجمع مجموعة من الأفراد. (1)
- التنوع: تتعدد استعمالات مواقع التواصل الاجتماعي، فيستخدمها الطالب مثلا للتعلم، الكاتب للتواصل مع القراء... الخ (2)
- المرونة: حيث بإمكان فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المستقلة ولا يشترط وجود جهات حاسوب للولوج إليها، بل أن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل لتطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي. (3)
- الانفتاح: فهي تقدم خدمات مفتوحة لردود الأفعال والمشاركة والإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل إنها نادرا ما تواجه أي حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى. (4)
- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين. (5)

¹- ندى بوجاجة: "وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة"، المجلة العربية للأرشيف وتوثيق المعلومات، عدد 46، ديسمبر، 2019، ص 398.

²- عبد الرزاق الدليمي: صناعة الإعلام المعاصر، دار اليازوري العلمية، عمان، 2015، ص 101.

³- حسين محمد هثيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 86.

⁴- خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش، الأردن، 2013، ص 22.

⁵- عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صفاء، عمان، 2015، ص 67.

- اقتصادية في الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة في التواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى.⁽¹⁾
- التفاعلية: تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخاصية التفاعلية القائمة على تبادل الآراء والأفكار والمعلومات والتفاعل مع الآخرين بصورة مجانية، وضمن هذه الميزة يمكن للفرد أن يتبادل مع الآخرين معلوماته الشخصية.⁽²⁾
- اللاتزامنية: تعني إمكانية إرسال الرسالة واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، إذ يرجع اختيار وقت عرضه للمتلقي وليس للمرسل.⁽³⁾
- المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن وسائل الإعلام التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.⁽⁴⁾
- التلقائية: يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي غير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.⁽⁵⁾

3-2- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

- لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من المميزات التي تجعلها مميزة عن غيرها من أنواع المواقع، ومن هذه المميزات نذكر ما يلي:
- وسيلة عامة للنشر أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى.

¹- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع السابق ذكره، ص 67.

²- انتصار إبراهيم، صمد حسام الساموك: الإعلام الجديد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد، 2010، ص 40.

³- حسن عبد الله العابد: أثر العولمة في الثقافة العربية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2004، ص 20.

⁴- خالد غسان المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفاش، الأردن، ص 28.

⁵- حسين محمود صقيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، 2015، ص 85.

- وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة.
- وسيلة بسيطة ومجانية فيها الكثير من الإبداع والتميز والتفرد.
- وسيلة مهمة لتجاوز حاجز الرقابة في نشر المعلومة، وبالتالي فهناك نوع من ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي.⁽¹⁾
- مواقع التواصل الاجتماعي تؤمن منصات تفاعلية على شبكة الانترنت عالميا من خلال مشاركة المستخدمين في التعليق على المحتوى وتأمين وسيلة للتواصل مع المستخدمين الآخرين والجمهور.
- يمكن أن تتم الاتصالات عن طريق الحاسوب بما في ذلك أجهزة الحواسيب المحمولة والأيفون، واللاب توب، فضلا عن الاتصال عبر الهواتف الذكية.
- عملت على تحويل المستخدم لها من متلق للمعلومات كما في وسائل الإعلام التقليدية إلى منتج للمعلومات ومشارك فيها.
- إن ظهور مدونات التواصل الاجتماعي مكن من الحصول على الأخبار والمعلومات وقت حدوثها على عكس ما كان متوقعا، حيث سبقت بعض شبكات التواصل الاجتماعي الفضائيات في نشر الأحداث.⁽²⁾

4- أبرز تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي

بالنظر إلى تعدد وتنوع تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، سنقتصر على ذكر أهمها وفقا لما يلي:

4-1- الفايسبوك:

عبارة عن شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بدايتها، وقد نشأ الفايسبوك عام 2004 في جامعة هارفرد بالولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى "مارك زوكربيرج"،

¹ - بلقاسم زغدود، وحيدة سعدي: "الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب"، مجلة الأفق للعلوم، جامعة الجلفة، ج1، العدد 08، جوان 2017، ص 353.

² - عامر ابراهيم قنديليني: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة، الأردن، 2015، ص 298.

الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر ولم يخطر على البال أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا.⁽¹⁾

4-1-1- خصائص الفايسبوك:

يتميز الفايسبوك بمجموعة من الخصائص التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ويمكن ذكر أهم هذه الخصائص فيما يلي:

- الملف الشخصي Profile: عند الاشتراك بالموقع ننشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلومات شخصية، صور أو أمور مختلفة تحتوي على معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين.
- إضافة صديق Addfriend: يستطيع المستخدم إضافة أي صديق ويبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفايسبوك بواسطة البريد الإلكتروني.
- إنشاء مجموعة Groups: نستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن ننشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة بمختلف أبعادها، وجعل الاشتراك بها حصريا بالعائلة والأصدقاء والعامه.⁽²⁾
- لوحة الحائط Wall: هي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم.
- النكزة Pokes: يتاح للمستخدم إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض، وهي عبارة عن إشعار يقوم المستخدم بإرساله لأحد الأصدقاء للترحيب به.
- الحالة Statut: تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- الصور Photos: هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى المواقع وعرضها.

¹- عباس مصطفى الصادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشرق، الأردن، 2008، ص 21.

²- وائل مبارك، خضر فضل الله: أثر الفايسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، السودان، 2010، ص 11.

- التغذية الإخبارية Newfeed: تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث يقوم بتمييز بعض البيانات مثل المتغيرات التي تحدث في الملف الشخصي.⁽¹⁾
- السوق Marke place: هو المكان أو الصفحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين من نشر إعلانات مبنية مجانية.
- إنشاء صفحة على موقع فيسبوك Facebook: ويتيح الموقع كذلك أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات.
- التعليقات Facebook notes: خاصة تتعلق بالتدوين تتيح إضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات للزبون.⁽²⁾

4-1-2- إيجابيات الفايسبوك:

للفايسبوك إيجابيات عديدة منها:

- إتاحة الفرصة للصدقة بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع.
- إمكانية تثبيت أي موقع وخبر أو صورة ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من موقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء.
- متابعة الشخصيات المشهورة في كافة المجالات كالشخصيات السياسية، الاقتصادية، الفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية.⁽³⁾

4-1-3- سلبيات الفايسبوك:

للفايسبوك سلبيات عديدة منها:

¹- عبد الرزاق الدليمي: الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، الأردن، 2011، ص 183.

²- زينب دهمي: "مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، المجلد 19، العدد 26، 2012، ص 76.

³- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، 2014، ص 68.

- إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفايسبوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية، وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية حيث تسبب في تدمير العلاقات.
- انتهاك خصوصيات المشتركين حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال صفحاتهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية بمجرد نشرها.
- استغلال هذا الموقع من قبل جهة معادية، إذ يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفايسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها، وذلك بالاستفادة مما ينشر على الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء للجهات المعادية دون قصد ودون أن يعرف ذلك.
- هدر الوقت حيث يعتبر هذا الجانب من أخطر الجوانب السلبية على مستخدمي الفايسبوك في إضاعة الوقت بالتنقل في صفحات أصدقائهم.⁽¹⁾

4-2- الـيوتيوب:

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة الذي استطاع في فترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة، ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة في العالم كالثورات الشعبية.⁽²⁾

ويعتبر الـيوتيوب موقعا لمقاطع الفيديو، يضم أعدادا كبيرة من المشتركين، يزوره الملايين يوميا وتستفيد منه وسائل الإعلام لعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن من الحصول عليها.⁽³⁾

تأسس الـيوتيوب كموقع مستقبل في 14 من فبراير عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم: "تشاد هيرلي" الأمريكي، "تشين ستيف" التايواني، و"جاود كريم" البنغالي، الذين كانوا يعملون في شركة Paypal المتخصصة في التجارة الإلكترونية، كما أن "جاود كريم" ترك رفقائه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا بالمتابعة في تكوين أحد أكبر الكيانات في العالم الوافي في الوقت الحالي، وجدير بالذكر أن مولد Youtube شهدته مدينة

¹- عبير شقيق الرجباني: الاستعمار الإلكتروني، دار أسامة، الأردن، 2019، ص 169.

²- علاء الدين محمد عفيفي: الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، مصر، 2018، ص 158.

³- المرجع نفسه، ص 177.

Menlo park ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم إطلاق الموقع للعامة في شهر ماي من العام نفسه، ليعقب ذلك تأسيس الشركة وإطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام، وفي نوفمبر من عام 2006 وبعد أن حقق الموقع واحدة من أكبر معدات نمو الموقع على الشبكة العالمية وحصد المركز الثاني كأكثر موقع زيارة على مستوى العالم، اشتراه عملاق الويب جوجل بقيمة 1.6 مليار دولار أمريكي في ما يعد ثاني أكبر صفقة تعقدها جوجل، ليتحول إلى شركة بإدارة وملكية مؤسسة جوجل.⁽¹⁾

4-2-1- مميزات اليوتيوب:

- الفيديو: يستخدم اليوتيوب تقنية أدوب فلاش لعرض الأفلام، ويتطلب مشاهدة الأفلام تحميل البرامج المشغل لفلاش، رغم أن الشركة تذكر بأن البرنامج موجود حالياً في حوالي 90% من أجهزة الحاسوب في العالم التي تستخدم لتصفح الأنترنت.
- الصوت: تحتوي الملفات المرفقة على اليوتيوب على صوتيات بصيغة mp3 وبشكل افتراضي يكون نظام الصوت فردي مع معدل 65 كيلوبايت للثانية مع تخفيض الإشارة الصوتية إلى 22050 هرتز.
- جودة الأفلام: أبعاد الأفلام بشكل افتراضي تكون 320x240 بكسل، وتستخدم مرمز Codec "سورنسون سيبارك" معدل بث الفيديو حوالي 314 كيلوبايت لكل ثانية، أما معدل الأطر فيعتمد على الملف المرفوع.⁽²⁾

4-3- تويتر:

هو شبكة اجتماعية تقدم خدمة تدوين مصغر، بحيث يمكن للمستخدمين إرسال تحديثات لا تتعدى 140 حرف سواء عن طريق تويتر مباشرة أو عن طريق التطبيقات الخارجية التي يقوم بها المطورون.⁽³⁾

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي: الاعلام الجديد والصحافي الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 194.

² - سليمان بكر کران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 199.

³ - يعقوب موسى عبد العليم: الاعلام الجديد والجريمة الالكترونية، الدار العلمية، مصر، 2012، ص 13.

ظهر موقع تويتر عام 2006 كمشروع بحث قامت به شركة oviObus الأمريكية، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت الشركة بفصل الخدمات عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter.⁽¹⁾

4-3-1 - مميزات تويتر:

- إن هذا الموقع يسمح بعدد محدود من المداخلات والتي لا تتجاوز 140 حرفاً، لا يسمح بالثرثرة أو الحديث المسهب ويدفع مستخدميه إلى الدخول في الفكرة أو الرأي أو الخبر الذي يريده مباشرة.
- يتيح تويتر إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق رسائل SMS حيث يمكن استقبال آخر أخبار أصدقائك أينما كنت وفي أي وقت من خلال رسالة قصيرة.
- متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية و خلاصات RSS دون الحاجة إلى زيارة موقع منها على حدة.
- مجاني في إرسال التدوينات القصيرة عبر التويتر فهو مجاني.⁽²⁾

4-3-2 - إيجابيات تويتر:

- أسرع وسيلة لطرح تساؤلات مع الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية.
- معرفة ما يقوم به الأصدقاء دائماً وفي أي وقت.
- يمكن لأي مستخدم التسجيل في موقع تويتر، ويحصل على حساب مؤكد.⁽³⁾
- يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص وعناوين ومواضيع مختلفة.⁽⁴⁾
- مواكبة الاحداث أولاً بأول وسهولة الحصول على الأخبار.

¹- ماهر عودة الشمالية: تكنولوجيا الاعلام والاتصال، دار الاعصار العلمي، الأردن، 2015، ص 125.

²- خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 39.

³- بول ليفنسون: أحدث وسائل الإعلام الجديدة، دار الفجر، مصر، 2015، ص 64.

⁴- محي الدين اسماعيل محمد البدهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 2015، ص 36.

- الحسابات الرسمية للشخصيات التي تحتل موقعا سياسيا معيناً والذين تمثل تصريحاتهم أخبار هامة.

- إمكانية متابعة المشاهير والمسؤولين وقادة الرأي والتواصل مع فئات المجتمع جميعها، وإمكانية القيام بحملات معينة من خلال الوسم (هاشتاغ).⁽¹⁾

4-3-3 - سلبيات تويتر:

- العزلة الاجتماعية والإدمان.
- إمكانية استخدام الموقع للتجسس.
- انتهاك الخصوصية.
- نشر الشائعات حول الأشخاص والموضوعات المختلفة.
- انتشار الحسابات الوهمية عبر تويتر.
- استخدام تويتر في إثارة الفتن الطائفية.
- نشر الأخبار الكاذبة وغير الدقيقة، وتعد من أسوأ ما يجنيه الإعلام بشكل عام والإعلام الاجتماعي بشكل خاص نظراً لسرعة الانتشار عبر العالم.⁽²⁾

4-4 - الإنستغرام:

هو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبر البرنامج ومواقع التواصل الاجتماعي، وما يميزه أنه يتيح خاصية الهاشتاغ مثل: احتراف الكومبيوتر وتخصص لكل مناسبة، هاشتاغ صورة، وفيه صور يراها الأصدقاء وتوفر إمكانية التعديل على الصور عن طريق أدوات مختلفة لمعالجة الصور، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي.⁽³⁾

¹ - رضا أمين: الإعلام الجديد، دار الفجر، مصر، 2012، ص 146.

² - المرجع نفسه، ص ص 156-172.

³ - عبد الرحمن ابن ابراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص 66.

بدأ تطوير هذا التطبيق عام 2010 بشكل خاص لأجهزة آبل بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، بدأ بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار باستخدام نظام التشغيل أندرويد ونال شعبية كبيرة حتى أن أكثر من مليون مشترك قام بتحميل هذا التطبيق على جهاز خلال 12 ساعة فقط من طرحه، ويبلغ عدد المشتركين في موقع الانستغرام 2 مليار مستخدم نشط وفقا لتصنيف ترتيب موقع Dolphinuz لشهر مارس 2022، وبهذا يأتي في المركز السادس.⁽¹⁾

5- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن استخلاص أهمية مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دورها المهم في التأثير على أفكار ومعتقدات الشباب وقيمهم الاجتماعية وتأثير التفاعل مع الآخرين، حيث إن الإنسان لا يستطيع إشباع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة في الجماعات التي يمكن تكوينها من شبكات التواصل الاجتماعي وتخطيها للحواجز والحدود واكتساب القيم والخبرات، وتبرز هذه الأهمية فيما يلي:

- تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوفرة لدى الإنسان وتوجيهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإحلال القيم والسلوك وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، والرفع من قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بث المعلومات بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والصحي الذي توضع فيه الأحداث.⁽²⁾
- لغة العصر وجزء من التطور العقلي والنفسي للعصر الذي نعيش فيه، وبالتالي فإن التعاطي بلغة العصر ضرورة لاستمرار الحياة.
- أغلب التغيرات الحاصلة تظهر مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي والدور المنوط بها، ونشر ثقافة التعاطي مع مواقع التواصل الاجتماعي لمختلف الشرائح في المجتمع.

¹- رضا أمين: الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 13.

²- مي عبد الله: الاتصال والديموقراطية، دار النهضة العربية، لبنان، 2005، ص 109.

- لها دور فعال في التأثير في توقيت صنع القرار، وذلك من خلال خلق الأزمات وافتعالها وكذلك من خلال طرح الشبهات والأسئلة عن الأعمال ونهايتها المرتقبة وهذا ما يبرز آليات عملها، إذ يتم توظيفها لإجراء التغيير المطلوب.
- أصبحت حقيقة واقعة يزورها الجميع للاطلاع على ما تنشره من موضوعات وأخبار تهم الجمهور، كما فتحت الآفاق أمام الفرد للكتابة في كل الموضوعات التي تجول بخاطره.
- تشجع الأفراد وخاصة الشباب على المشاركة في الأعمال الخيرية وحملات التوعية.⁽¹⁾
- اكتساب المعارف الجديدة، فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة بها، ومواقع الكترونية مختلفة.⁽²⁾

6- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

تتعدد استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي حسب طبيعة المستخدم والإشباع التي يسعى المستخدم إلى تحقيقها سواء كانت معرفية أو نفسية أو إجتماعية أو ثقافية، وغيرها، تلك الشبكات التي يقضي فيها الأفراد وقتاً طويلاً في التفاعل مع بعضهم البعض، حيث يكون هذا التفاعل مع مجتمعات كبيرة يستطيع فيها تطوير فهم ثقافي أفضل وصفحات قيادية أقوى، وبالتالي فهي تعد ضرورية للإسهام بجدية في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية مع اليوم.⁽³⁾

على هذا الأساس أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الافتراضي الذي تتيح لمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة وذلك من خلال مجموعة من الخدمات التي يمكن أن ندرج أهمها في ما يلي:

- **الممارسات السياسية:** حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع.

¹ - عثمان محمد الدليمي: مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، دار غيداء، عمان، الأردن، 2020، ص 137.

² - سليمان بكر كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 163.

³ - عباس مصطفى الصادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص 213.

- **العديد من الأصدقاء:** أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقا للمعايير التي يختارها هذا الفرد.⁽¹⁾
- **الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية:** من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه، كالجنس، تاريخ الميلاد، والاهتمامات والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، ومعرفة من هم أصدقاءه، وما هي الصور الجديدة التي وضعها، إلى غير ذلك من النشاطات.
- **إرسال الرسائل:** تتيح هذه الخدمة إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء أو لم يكن.⁽²⁾
- **الألبومات الصور:** تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للإطلاع والتعليق عليها.
- **المشاركة:** تشجع مواقع التواصل الاجتماعي المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.
- **الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر شبكات التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصوير والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.
- **المجموعات:** تتيح الكثير من شبكات التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة مسمى معين وأهداف محددة، وتوفر شبكات التواصل الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنندى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات.
- **البحث عن الوظائف:** أتاحت الكثير من وسائل التواصل إمكانية البحث عن فرص العمل، فمستخدم تطبيق "لينكد إن" يستطيع استخدام خاصية التنبيه الوظيفي لتصله جميع الفرص المتاحة في مجال اختصاصه.

¹ - عباس مصطفى الصادق، مرجع السابق ذكره، ص 214.

² - شمس الدين جهاد السيد: مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الاعلام الجديدة، دار الحامد، الأردن، 2019، ص ص 100-

- **التسلية والترفيه:** يلجأ الناس بين الحين والآخر إلى الاسترخاء باختيار أحد تطبيقات شبكة التواصل الاجتماعي للاطمئنان على الأصدقاء، أو تصفح الأخبار، واللعب مع أحد الأصدقاء في إحدى الألعاب.⁽¹⁾
- **الشهرة:** إذا كان الشخص يتمتع بموهبة ما مهما كانت ستجد لها الكثير من المعجبين ولكن بعد أن تحسن اختيار المنصة والمحتوى، فالمصورون لديهم انستغرام، والكوميديون لهم فيسبوك، وتيك توك، وقد نشأت لذات الاهتمام الكثير من الجهات المختصة لتنمية صفحة المشاهير وتحسين المحتوى.
- **استخدامات تسويقية:** حيث اتجهت المؤسسات إلى استخدام شبكات إجتماعية كأداة التسويقية لمختلف المنتجات من سلع وأفكار، وهذا من خلال أحاديث المستخدمين مع بعضهم البعض حول منتجات معينة، وهو نوع من أنواع التسويق يعرف بالتسويق الفموي الذي يعتبر بمثابة دعاية مؤثرة لأنها تولد لدى الشخص رغبة ملحة لمعرفة ما يتحدث عنه الناس وبالتالي يقوم بتجربته على سبيل الفضول، وكذلك إمكانية إنشاء صفحات واستخدامها تجاريا بطريقة فعالة حيث تعمل على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين.
- **الاستخدامات التعليمية:** تؤدي الشبكات الاجتماعية دورا هاما في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له وهو المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والتركيز على تقديم المقرر للطلاب للتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي.
- **استخدامات في التواصل الشخصي:** وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة بين المستخدمين، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية والثقافية.
- **الاستخدامات الإخبارية:** حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالبا.

¹ - شمس الدين جهاد السيد: مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص ص 100-101.

- **الاستخدامات البحثية:** لجمع المعلومات، حيث تمكن الشبكات الإجتماعية المثقفين من الحصول على أحدث الاتجاهات الثقافية والتجارية وقد تكون أكثر تحديثاً من الكتب والدوريات مثل: موقع Imedix، كما توفر للباحثين تبادل المعلومات والبحوث والدراسات المتخصصة.
- **الاستخدامات الحكومية:** تستخدم الكثير من الدوائر الحكومية مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقسيم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول، ويمكن الاستفادة من الشبكات الإجتماعية في حيز المواعيد وتأكيداتها، ونشر التعليمات والإجراءات والتواصل مع المسؤول مباشرة، وإبداء الملاحظات والاقتراحات.⁽¹⁾

7- ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

7-1- ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الايجابيات التي تسمح لمستخدميها بالتمتع بمزاياها المتنوعة، ونذكر منها الآتي:
- اعداد الأفراد وتنشئتهم واكتسابهم عادات وسلوكات صحية وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي لما تتيحه من تفاعل مع الآخرين لمختلف الأنشطة التي يقدمونها والتي يمكن تكوينها في فضاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال اكتساب الخبرات والتنمية المسؤولية الذاتية للفرد عن طريق المشاركة والتفاعل.
 - تفتح شبكات التواصل الاجتماعي أبواباً تمكن من اطلاق الابداعات والمشاريع والاهداف.
 - تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للإعلانات والتسويق للمنتجات المختلفة.⁽²⁾
 - إعادة روابط الصداقات القديمة كالبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل بعد ما اختفت اخبارهم بسبب تباعد المسافات.

¹- أيمن بن ناصر بن حمد العباد: المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دراسة مقارنة، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، السعودية، 2015، ص ص 41-42.

²- حسين محمود هشيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 101.

- تعد شبكات التواصل الإجتماعي أداة لتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات بينهم.
- تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على التعلم، وذلك بتبادل المعلومات مع الآخرين.
- تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة من المواقع الالكترونية المختلفة والاطلاع على مختلف المعارف في جميع الميادين. (1)
- الدور الايجابي للشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الالكتروني وإضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الاطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور، فاستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس. (2)

7-2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- على الرغم من الايجابيات الكثيرة التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنها تمتلك العديد من السلبيات منها:
- امكانية تعرض هذه المواقع لحالات من القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، وهذا يعني امكانية وصول بعض الاشخاص لمعلوماتك كاملة بل وسجل مراسلاتك الخاصة.
 - الادمان على هذه المواقع، حيث تخلق شبكات التعارف جوا من المتعة والاثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها، فقد اعترفت الكثير من الفئات بأنها تقضي أكثر من 6 ساعات يوميا على هذه المواقع.
 - امكانية الوقوع في مغبة عمليات منظمة من النصب والاحتيال، حيث تنتشر في بعض هذه الشبكات مجموعات تصنع جوا من الثقة حول أحد الشخصيات الوهمية التي تطلب للمستخدمين المال بناء على هدف معين.
 - فساد العلاقات الاجتماعية الطبيعية، فقد صدرت دراسات تؤكد تسبب مواقع مثل الفايسبوك والمالي سبيس بنسبة تفوق الـ 20 بالمئة من حالات الطلاق، ويأتي هذا نتيجة لرؤية الشريك

¹ - خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 68.

² - السلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر ام فرصة، شبكة الالوكة، المملكة العربية السعودية، 2010، ص

لشريكته أو العكس مهتماً بأفراد معينين داخل الشبكة أو نتيجة لإهمال الشريك مفضلاً التواصل في الشبكة أو غير ذلك.⁽¹⁾

- نشر أفكار هدامة وتجمعات مخالفة للقيم والقانون.
- انتهاك الحقوق الخاصة والعامة.
- التشهير ونشر الشائعات والمضايقات.
- عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء.
- التحايل والابتزاز والتزوير.
- انتهاك الخصوصية وانتحال الشخصيات.⁽²⁾

8- دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية

إن انتشار الأوبئة والأمراض المعدية على نحو يهدد سلامة الأفراد وحياتهم وصحتهم، يتطلب تضافر جهود وسائل الإعلام، بحيث تصبح مساحاتها الإعلامية الزمنية والمكانية مفتوحة على نحو غير محدود، وتستتفر طاقاتها وإمكاناتها للتصدي للأوبئة والأمراض المعدية ومواجهتها، ففي هذه الحالة تدخل مواقع التواصل الاجتماعي كغيرها من وسائل الإعلام في حالة طارئة تستدعي منها القيام بمسؤولياتها، أو إجراء تعديلات على خرائطها الإعلامية وخططها وبرامجها، حيث لا يقتصر الدور هنا على برامج الإعلام الصحي المتخصصة لغايات التصدي والمواجهة، وإنما تصبح عملية المواجهة هي دور وواجب وسائل الإعلام بشكل عام.⁽³⁾

باتت المنظمات الصحية المعاصرة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها التوعوية الحديثة حيال قضايا الصحة العامة والتنقيف، فقد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي من خلال إنشاء محتوى ونشر التوعية والتنقيف الصحي، عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في مواقع التواصل الاجتماعي في الاستراتيجية العامة للتوعية، وتعزيز دافعية سريان المعلومات في اتجاهين أو الاتصال

¹- سلمان بكر بن کران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 164.

²- صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي اسس ومفاهيم وقيم، دار ومكتبة الحامد، عمان، الأردن، 2015، ص 125.

³- عدیل احمد الشerman: "دور الاعلام في مواجهة الاوبئة والامراض المعدية وباء فيروس كورونا نموذجاً"، المجلة العربية للدراسات الامنية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الاردن، المجلد 36، العدد 02، جويلية 2020، ص 193.

متعدد الاتجاهات بين المؤسسات الصحية والجمهور، وهذا يتطلب الاعتراف بقوة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها الكبير في برامج التوعية الصحية والوصول الى شرائح واسعة من جهة، ومن جهة أخرى فإن الكلفة الكبيرة للرعاية الصحية تستدعي تفعيل الطب الوقائي عبر استخدام الحملات التوعوية لمواقع التواصل الاجتماعي الأقل كلفة وأكثر فاعلية.

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي طريقة سهلة وفعالة للمؤسسات الصحية من حيث كلفة توصيل المعلومات الصحية مقارنة بفاعليتها وانتشارها، مما يعزز الخدمات الوقائية للمؤسسات الصحية، وأيضاً أصبحت السياسات التوعوية الصحية الحديثة تعتمد على دمج المنصات الإلكترونية لمواقع التواصل مع بعضها البعض، مثل يوتيوب، فايسبوك وتويتر مما يسهل للمنظمات الصحية إدارة المواد والرسائل والصور والصوت والفيديو الخاصة بها، وكذلك التفاعل مع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مما يرفع المساهمة في زيادة وعي الجمهور والخدمات ذات الصلة من خلال تسريع سرعة تبادل المعلومات.⁽¹⁾

وقد أظهرت العديد من الدراسات الحديثة بأن عدداً متزايداً من المؤسسات تؤكد على أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة لنشر المعلومات بين المرضى والأطباء، فنشر الوعي الصحي في الصفحات عبر الفايسبوك يهدف إلى التأكد من أن أفراد المجتمع يسلكون سلوكاً صحيحاً، ويهدف نشر الوعي الصحي لدى الشباب عبر الفايسبوك مثلاً إلى ما يلي:⁽²⁾

- التأكد من إلمام أفراد هذا المجتمع بالمعلومات المتصلة بالمستوى الصحي في مجتمعهم، والمشكلات الصحية والأمراض المعدية المنتشرة في مجتمعهم، معدل الإصابة بها، أسبابها، طرق انتقالها، طرق الوقاية منها ومكافحتها.
- إدراك الأفراد بأن حل مشكلاتهم الصحية، والمحافظة على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الحكومية، وهو ما تسعى إليه الصفحات الفايسبوكية عبر نشر الوعي الصحي.

¹ - خالد فيصل الفرم: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، العدد 14، ص ص 217-218.

² - سمير كيم، هبة كواشي: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين دراسة تحليلية لبعض المجموعات الفايسبوكية"، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة 01، الجزائر، المجلد 21، العدد 02، ديسمبر 2020، ص 724.

- 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 يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتخفيف والتوعية من انتشار الأوبئة والقلق المرتبط بها.
- يمكن أيضا استخدام بيانات وسائل التواصل الاجتماعي لتحديد المدى الزمني للعدوى ولتعبئة قاعدة البيانات المكانية لحالات المرض المبلغ عنها، بالإضافة إلى ذلك يمكن استخدامها لتتبع ظهور الأمراض المعدية وانتشارها والتنبؤ بها عبر مختلف المقاييس الزمنية والمكانية، بصفتها منصة معلومات متطوعة ذاتيا وأداة مراقبة مفيدة.⁽¹⁾

9- أثر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كوفيد19

تعد التوعية الصحية من أهم الأهداف التي تسعى إليها المجتمعات خاصة أثناء الأوبئة وانتشار الفيروسات، مثل انتشار فيروس سارس، الايبولا وغيرها، ومع انتشار فيروس كورونا كوفيد19، بداية سنة 2020، سارعت وسائل الاعلام لنشر حملات التوعية للحد من انتشار الفيروس، إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها الدور البارز في نشر المعلومات حول الفيروس المستجد، فمن بين معالم الواقع الجديد الذي أفرزته أزمة تفشي وباء كورونا في أنحاء العالم، كان ذلك الاختبار القوي لوسائل التواصل الاجتماعي بكل أنواعها التي باتت سمة واضحة لا ينكرها أحد في العالم المعاصر.⁽²⁾

إن الأثر الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كوفيد19 يتمثل في الآنية السريعة في نقل المعلومات وأهم مميزات التفاعلية، وأيضا الدور الإيجابي الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الماضية في توعية المجتمعات بخطورة فيروس كورونا وانعكس على الوعي المجتمعي لدى جميع شعوب العالم بخطورة المرض وأخذ الاحتياطات اللازمة للوقاية منه مما ساهم في الحد من انتشاره بشكل كبير.

وبقدر ما أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين البشر، بفعل المخاوف من تفشي الفيروس، بقدر ما بدا من وجهة نظر كثيرين أنها فشلت في اختبار المصادقية،

¹- سمير كيم، هبة كواشي، مرجع السابق ذكره، ص ص 724-725.

²- مراد ميلود، فوزية صادقي: "مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر"، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، جامعة قسنطينة 03، الجزائر، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020، ص 149.

حيث ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إثارة الخوف والهلع من خلال المعلومات المتداولة أثناء الجائحة، خاصة حول الأعداد الحقيقية لحالات الإصابة ونشر أخبار مفبركة، إلى نشر شائعات، إلى السعي لبث الخوف والذعر في نفوس الناس، الذين وضعتهم الأزمة في حالة من القلق مما دفعهم للتشبث بأية معلومة حتى وإن كانت غير صحيحة.

خلاصة الفصل

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة بين الأفراد والمجتمعات، وذلك بفضل خصائصها ومميزاتها التي تسمح بالاطلاع الدائم والآني على عدة مواضيع وقضايا حساسة تمس الحياة اليومية للأفراد، بما فيها تلك المتعلقة بالصحة العامة لاسيما في حالة تفشي الأمراض والأوبئة كجائحة كوفيد19، الأمر الذي يبرز أهميتها ودورها في مواجهة هكذا أزمات.

من خلال هذا الفصل تطرقنا إلى تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي ونشأته وأهم خصائصه ومميزاته وأبرز تطبيقاته واستخدامه وكذلك إيجابياته وسلبياته، ثم بعدها انتقلنا إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية وصولا إلى الأثر الإيجابي والسلبي لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كوفيد19.

الفصل الثالث: الوعي الصحي وأهمية التوعية للتلقيح ضد فيروس كورونا

تمهيد

1- الوعي الصحي وأهدافه في المجتمع

1-1- تعريف الوعي الصحي

1-2- أهداف الوعي الصحي

2- أهمية التوعية الصحية من فيروس كورونا

3- أسباب ظهور وانتشار فيروس كورونا في العالم

4- انتشار فيروس كورونا في الجزائر

5- أعراض الإصابة بفيروس كورونا

6- طرق الوقاية من فيروس كورونا

7- أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا وأنواع اللقاحات المعتمدة

8- التلقيح ضد فيروس كورونا في الجزائر

9- دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية للتلقيح ضد

فيروس كورونا

خلاصة الفصل

تمهيد

من أهم الأهداف التي تسعى إليها المجتمعات هي تحقيق الوعي الصحي خاصة في ظل الانتشار الكبير للفيروسات والأمراض والأوبئة.

مع انتشار فيروس كورونا كوفيد19 بداية سنة 2020 سارعت وسائل الإعلام لنشر حملات التوعية للحد من انتشار الفيروس، ولقد كان لمواقع التواصل الاجتماعي الدور البارز في نشر المعلومات حول أزمة تفشي كورونا في أنحاء العالم، وما أثاره من خوف وهلع لاسيما أمام الارتفاع الكبير والتزايد المستمر لحالات الإصابة بهذا الفيروس، لهذا الغرض فقد عملت مختلف الدول من بينها الجزائر على وضع استراتيجيات لمواجهة الخطر، والتوعية بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا كونه الحل الأمثل للحد من انتشار كوفيد19 والسيطرة على الوضع الوبائي.

نتطرق هذا الفصل إلى تعريف وأهداف التوعية الصحية، أهمية التوعية الصحية من فيروس كورونا، ثم نستعرض جملة عن أسباب ظهور وانتشار فيروس كورونا في العالم وفي الجزائر، بعدها أعراض الإصابة بفيروس كورونا وطرق الوقاية منه وأنواع اللقاحات ضد فيروس كورونا، ثم ايجابيات التلقيح ضد فيروس كورونا، لننتقل الى التلقيح ضد فيروس كورونا في الجزائر، لنصل في نهاية الفصل إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية حول أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

1- الوعي الصحي وأهدافه في المجتمع

1-1- تعريف الوعي الصحي:

يقصد بالوعي الصحي إلمام المواطنين بالمعلومات الصحية وأيضا إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو الممارسة عن قصد نتيجة الفهم والإقناع، وبمعنى آخر أن تتحول الممارسات الصحية إلى عادات تمارس بلا شعور أو تفكير، وهو الهدف الذي يجب أن تسعى إليه وتتوصل لا أن تبقى المعلومات الصحية كثقافة صحية فقط.⁽¹⁾

يعرف الوعي الصحي كذلك على أنه: "جانبا من الصحة العامة الذي يتعامل مع المشاركة المتضمنة والفعالة للأفراد في حل مشاكلهم الصحية".⁽²⁾

وهو أيضا: "عملية إدراك الفرد لذاته وإدراك الظروف الصحية المحيطة وتكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع".⁽³⁾

وفي تعريف آخر للوعي الصحي فإنه يعبر عن السلوك الإيجابي الذي يؤثر إيجابا على الصحة والقدرة على تطبيق هذه المعلومات في الحياة اليومية بصورة مستمرة تكسبها العادة التي توجه قدرات الفرد في تحديد واجباته المنزلية التي تحافظ على صحته وحيويته وذلك في حدود إمكانياته.⁽⁴⁾

وقد عرفته هدى محمد فناوي على أنه: إدراك وإلمام أفراد المجتمع بالمعلومات والحقائق الصحية وتبني نمط حياة وممارسات صحية سليمة من أجل رفع المستوى الصحي للمجتمع والحد من انتشار الأمراض وتنمية إحساسهم بالمسؤولية الإجتماعية اتجاه صحتهم وصحة الآخرين.⁽⁵⁾

¹- بهاء الدين سلامة: الجوانب الصحية في التربية الرياضية، المكتبة الفيصلية، مكة المكرمة، 1991، ص41.

²- إقبال إبراهيم مقلوب: الحمل الاجتماعي في مجال الرعاية الطبية اتجاهات نظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1991، ص192.

³- محمد الجوهري وآخرون: علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1992، ص 290.

⁴- سمير كيم وهيبه كواشي: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين"، مرجع سبق ذكره، ص 723.

⁵- هدى فناوي محمد: الطفل تنشئته وحاجاته، مكتبة الانجلوالمصرية، مصر، 2004، ص120.

أما التوعية الصحية فهي: "عمل علمي وفني مخطط يعتمد على نشر الحقائق العلمية والخبرات المكتسبة، تهدف إلى تمكين أفراد المجتمع من الإلمام بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحته غيرهم من خلال غرس ونشر الممارسات الصحية السليمة، وتولد لدى أفراد المجتمع الرغبة في الإستطلاع وتغرس فيهم حب اكتشاف المزيد، كون الصحة موضوع يتسم بالنشاط والتطور المتسارع.⁽¹⁾

1-2- أهداف الوعي الصحي:

لوعي الصحي أهداف نذكر منها: ⁽²⁾

- أن يكون أفراد المجتمع على معرفة ودراية بالمعلومات المتصلة بالمستوى الصحي في مجتمعهم.
- أن يكون الأفراد قد ألموا بالمشكلات الصحية والأمراض المعدية المنتشرة في مجتمعهم، ومعدل الإصابة بها، وأسبابها وطرق انتقالها وأعراضها وطرق الوقاية منها ووسائل مكافحتها.
- أن يفهم أفراد المجتمع أن حل مشكلاتهم الصحية والمحافظة على صحتهم وصحة الأفراد المحيطين بهم هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الحكومية، فالفرد نفسه يعتبر مواطناً للمرض أو لغيره، وإصابة فرداً واحداً بمرض معين أو انتشار أي مرض في المجتمع أساسه أصلاً التصرف غير صحي للفرد.
- إيجاد مجتمع يتبع أفرادَه الإرشادات والعادات الصحية السليمة في كل تصرفاتهم، بدافع من شعورهم ورغبتهم، ويشتركون إيجابياً في حل مشكلاتهم الصحية، ويبدلون المال والجهد في هذا السبيل.
- إيجاد مجتمع يكون أفرادَه قد تعرفوا على الخدمات والمنشآت الصحية في مجتمعهم وتفهموا الغرض من إنشائها وكيفية الانتفاع بها بطريقة صحيحة ومجدية، كما يشتركون في تقويمها ويتوخون السبل والوسائل التي تزيد من فائدتها وكفاءتها، ويبدلون كل الجهد في سبيل إنشاء مشروعات صحية جديدة.

¹- عبد الرزاق الدليمي: الإعلام المتخصص، دار اليازوري، الاردن، 2005، ص 225.

²- شهرزاد نوار، كلثوم قير: "الثقافة الصحية والوعي الصحي: قراءة في المفهوم والدلالة"، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 02، العدد 02، جوان، 2020، ص 353.

- الحد من انتشار وتفشي فيروس كورونا بين أفراد المجتمع والمحافظة على الصحة الشخصية والصحة الجماعية والعودة إلى الحياة الطبيعية والتمكن من السفر بكل أريحية والتقليل من الخوف والقلق المتعلق بفيروس كورونا.
- التأكيد على إجراءات السيطرة على انتشار عدوى فيروس كورونا في المستشفيات والمراكز الصحية.
- ضمان استمرار تقديم برامج التوعية الصحية والتطعيم وأيضا برامج المسح الطبي لحديثي الولادة، والخدمات الطبية للأمراض المزمنة.⁽¹⁾

3- أسباب ظهور وانتشار فيروس كورونا في العالم

يعتبر مرض كوفيد19 الذي يسببه فيروس كورونا المستجد من الأمراض المعدية المكتشفة حديثا والتي تؤثر على الجهاز التنفسي للمريض، بل تؤدي في بعض الأحيان إلى إحداث فشل في أعضاء ووظائف الجسم، ونتيجة لانتشاره كالنار في الهشيم عابرا جميع الحدود إلى باقي دول العالم، أعلنت منظمة الصحة العالمية يوم 13 مارس 2020 انتشار مرض جديد بل وصفته بأنه جائحة Pandemic Covid وذلك لسرعة انتشاره العالمية.⁽²⁾

ظهر الفيروس المستجد كورونا لأول مرة في مدينة "ووهان" وسط الصين، في شهر ديسمبر 2019، ثم انتشر إلى المقاطعات الصينية الأخرى في أوائل ومنتصف شهر جانفي 2020 بسبب احتفالات أعياد السنة الجديدة، وواصل زحفه نحو البلدان الأخرى بسبب السفر الدولي كالتالي: تايلاند 13 جانفي، اليابان 15 جانفي، كوريا الجنوبية 20 جانفي، تايوان والولايات المتحدة الأمريكية 21 جانفي، هونكونغ وماكاو 22 جانفي، سنغافورة 23 جانفي، فرنسا ونيبال وفيتنام 24 جانفي، واعتبارا من 29 جانفي اكتشفت أكثر من 75775 حالة مؤكدة في جميع أنحاء العالم، معظمها في الصين، وحدثت 2130 حالة وفاة بسبب الفيروس التاجي في بداية الانتشار، 11 حالة فقط كانت خارج

¹- حنان عيسى ملكاوي، مرجع السابق ذكره، ص 24.

²- جهان سعد عبده المعبي: "أطر معالجة مواقع الصحف الالكترونية والمواقع الاخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid19) دراسة تحليلية"، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، القاهرة، مصر، ج05، عدد 54، جوان 2020، ص 3372.

الصين، وتشير النماذج التقديرية الى أن الرقم الحقيقي قدر آنذاك ما بين 25000 إلى 35000 حالة، ثم انتشر بشكل مرعب حول العالم.⁽¹⁾

لا يزال منشأ فيروس كورونا لغزا للعالم ومصدرا للتوتر بين أمريكا والصين ففي إحدى الدراسات رجح عالم بارز بأن يكون سوق الحيوانات بمدينة "ووهان" الصينية هو منشأ الفيروس، مشيرا إلى أن أول إصابة سجلت لدى بائعة سمك في السوق.⁽²⁾

4- انتشار فيروس كورونا في الجزائر

ظهرت أولى حالات الإصابة بفيروس كورونا في الجزائر بتاريخ 25 فيفري 2020 عن طريق رعية إيطالية، حيث أفاد التلفزيون الرسمي في نشرة الأخبار المسائية، نقلا عن وزير الصحة تسجيل أول حالة إصابة مؤكدة بفيروس كورونا وهي لرجل إيطالي وصل إلى البلاد يوم 17 فيفري، وأن الرجل يخضع للحجر الصحي.⁽³⁾

ثم سرعان ما انتشر الفيروس عن طريق المسافرين القادمين من أوروبا أين كانت معدلات المرض تشهد ارتفاعا متسارعا، الأمر الذي أدى إلى انتشار المرض ليشمل كل المناطق، ففي إحصائيات 31 جويلية 2020 ارتفع العدد الاجمالي للمصابين إلى 30374 حالة، ووصل عدد الوفيات إلى 1210، في الوقت الذي وصلت فيه حالات الشفاء إلى 20537.⁽⁴⁾

وقد اتخذت الجزائر عدة تدابير لمواجهة فيروس كورونا المستجد ومكافحته من خلال اتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع انتشار هذا الوباء داخل البلاد بقدر الإمكان، وتمثلت أبرز هذه الإجراءات فيما يلي:⁽⁵⁾

¹ - سلوى ملاك، رابح زايد: "واقع تطبيق نظام الصيرفة الإسلامية في الجزائر في ظل جائحة كوفيد19"، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، الجزء 01، جانفي، 2021، ص 102.

² - من الموقع: <https://www.dw.com/ar>، بتاريخ: 2022/05/09، على الساعة: 20:30h.

³ - من الموقع: france24.com/Ar/، بتاريخ: 2022/05/09، على الساعة: 16:15h.

⁴ - سلوى ملاك، رابح زايد، مرجع السابق ذكره، ص 102.

⁵ - ريمة مقيمي: "مدى تأثير فيروس كورونا المستجد على مبدأ استمرارية المرفق العام في الجزائر"، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، الجزء 01، جانفي، 2021، ص ص 39-40.

- العزل الجغرافي: حيث قررت الحكومة الجزائرية تعليق مؤقت لجميع الرحلات الجوية والبحرية مع العديد من مناطق العالم التي تعرف انتشارا للوباء.
- غلق المساجد: في إطار إجراءات مواجهة فيروس كورونا المستجد، جاء في بيان لوزارة الشؤون الدينية والأوقاف، أن لجنة الفتوى بالوزارة قررت تعليق صلاة الجمعة وغلق المساجد ودور العبادة في كل ربوع الوطن مع المحافظة على رفع شعيرة الأذان.
- غلق المدارس والجامعات: تجنبا لانتشار فيروس كورونا داخل الوسط المدرسي والجامعي أصدر رئيس الجمهورية قرارا بغلق جميع المدارس والجامعات داخل الوطن.
- غلق أماكن التجمعات: حيث جاء في المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 69/20 على أنه تغلق في المدن الكبرى محلات بيع المشروبات ومؤسسات وفضاءات الترقية والتسلية والعرض والمطاعم باستثناء تلك التي تضمن خدمة التوصيل إلى المنازل.
- الحجر المنزلي: في إطار الوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا المستجد ومكافحته تم اتخاذ تدابير تكميلية من خلال وضع أنظمة للحجر وتقييد لحركة المواطنين وفق ما سمي بنظام الحجر المنزلي.

5- أعراض الإصابة بفيروس كورونا

يعتبر فيروس كورونا من بين أخطر الفيروسات الذي انتشر في جميع أنحاء العالم، مسببا واحدا من الأمراض المعدية التي تشكل خطراً على حياة الأفراد.

تشمل أعراض مرض كوفيد19، الحمى والإرهاق والسعال الجاف، وقد يصاب بعض المرضى باحتقان الأنف، والصداع، والتهاب الملتحمة، وألم الحلق، والإسهال، وفقدان حاسة الذوق أو الشم، وظهور طفح جلدي أو تغير لون أصابع اليدين أو القدمين، وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ بشكل تدريجي، ويصاب بعض الناس بالعدوى دون أن يشعروا إلا بأعراض خفيفة جدا، ويتعافى معظم الناس من المرض دون الحاجة إلى علاج خاص، ولكن الأعراض قد تشتد عند بعض الأشخاص المصابين بمرض كوفيد19 من صعوبة في التنفس، وتزداد مخاطر الإصابة بمضاعفات وخيمة بين المسنين والأشخاص المصابين بمشاكل صحية أخرى مثل ارتفاع ضغط الدم أو أمراض القلب والرئة أو السكري أو السرطان وقد تؤدي إلى الوفاة، وينتشر المرض بشكل أساسي من شخص مصاب أو حامل للفيروس إلى شخص آخر عن طريق جزيئات الرذاذ الصغيرة التي تنتشر من أنفه أو فمه عندما يسعل أو

يعطس أو يتكلم، ويمكن أن يلقط الأشخاص مرض كوفيد19 إذا تنفسوا هذه الجزيئات من شخص مصاب بعدوى الفيروس، لذلك من المهم الحفاظ على مسافة تباعد متر ونصف على الأقل بين الأشخاص، وقد تسقط جزيئات هذا الرذاذ على الأسطح المحيطة، مثل الطاولات ومقابض الأبواب والسلام، وقد يصاب الناس بالعدوى عند ملامستهم هذه الأشياء أو الأسطح ثم لمس أعينهم أو أنفهم أو فمهم، لذلك من المهم غسل اليدين جيدا بالماء والصابون، وقد تظهر علامات وأعراض كوفيد19 بعد يومين إلى 15 يوما من التعرض للفيروس، ويمكن أن يسبب المرض مضاعفات طبية شديدة ويؤدي إلى الوفاة بالنسبة لبعض الأشخاص.(1)

كما قد يعاني أيضا بعض المرضى من فقدان حاستي الشم والذوق، مع مرافقته بعض الألم والأوجاع كآلم في العضلات والقشعريرة مع الصداع أيضا وآلم في الصدر كما تكون مصاحبة هذه الأعراض للغثيان والقيء، هذا ويمكن أن تتراوح شدة أعراض كوفيد19 بين خفيفة جدا إلى حادة، وقد يصاب بعض الناس بالعدوى دون أن تظهر عليهم أي أعراض دون أن يشعروا بالمرض كما وقد يعانين بعض الأشخاص من تأزم الأعراض مثل تفاقم ضيق التنفس وتفاقم الالتهاب الرئوي.(2)

قد يتعافى معظم الأشخاص على نحو 80% من المرضى دون الحاجة إلى علاج خاص، وتشتد حدة المرض لدى شخص واحد تقريبا من كل 6 أشخاص يصابون بعدوى كوفيد19، حيث يعانون من صعوبة التنفس، وتزداد احتمالات إصابة المسنين والأشخاص المصابين بمشكلات طبية أساسية مثل ارتفاع ضغط الدم أو أمراض القلب أو داء السكري، بأمراض وخيمة، وقد توفي نحو 02% من الأشخاص الذين أصيبوا بالمرض، وينبغي للأشخاص الذين يعانون من الحمى والسعال وصعوبة التنفس التماس الرعاية الصحية.(3)

¹ - حنان عيسى ملكاوي: "جائحة كورونا كوفيد19 وتداعياتها على أهداف التنمية المستدامة 2030"، نشرية الاليسو العلمية نشرية متخصصة، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، العدد 02، يونيو 2020، ص 18.

² - منظمة الصحة العالمية: من الموقع: <https://www.unicef.org/mena/ar/> بتاريخ: 2022/05/05، على الساعة: 12:16h.

³ - رايح رباب، أمال كزيز: **جائحة كوفيد19 (كورونا) دراسة سوسولوجية**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، مارس، 2021، ص 17.

6- طرق الوقاية من فيروس كورونا

في ظل الانتشار الكبير لفيروس كورونا حرصت منظمة الصحة العالمية والمختصون على ضرورة توعية الأفراد في المجتمع من أخذ الحيطة والحذر من خطورة الفيروس المستجد والتقيد بالنصائح والتدابير الوقائية للحد من انتشار هذا الفيروس.

وللوقاية من فيروس كورونا يجب إتباع الإجراءات الوقائية التالية:⁽¹⁾

- الابتعاد مسافة آمنة عن الآخرين (متر واحد على الأقل) وتجنب التجمعات الكبيرة، والأماكن المزدحمة كالطوابير.
- ارتداء الكمامة في الأماكن العامة وخصوصا في الأماكن الداخلية.
- التهوية مهمة، لذا ينبغي فتح النوافذ عند التواجد في مكان مغلق.
- غسل اليدين باستمرار، واستخدام الماء والصابون أو محلول كحولي لتعقيم اليدين.
- أخذ اللقاح وإتباع الإرشادات المحلية الخاصة بالتلقيح.
- الحرص على تغطية الأنف والفم عند السعال أو العطس.
- البقاء في المنزل عند الشعور بالمرض.
- تجنب لمس الأسطح خاصة في الأماكن العامة أو المرافق الصحية.
- الإكثار من شرب الماء والسوائل الدافئة والليمون والبرتقال - فيتامين سي.
- الامتناع التام مع المصافحة والتقبيل والعناق والاكتهاف بالسلام تحية.
- تطبيق الحجر المنزلي للمصابين بنزلات البرد في المنزل وتجنب مخالطتهم المباشرة.
- رش الأسطح التي تم لمسها بعد الخروج من المنزل والعودة اليه بالكورين أو أية مطهرات أخرى تحتوي على الكلور أو الكحول.

¹ - منظمة الصحة العالمية: من الموقع: <https://www.com.who-int/ar>، بتاريخ: 06/05/2022، على الساعة: 12:16h.

7- أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا وأنواع اللقاحات المعتمدة

توفر اللقاحات حماية قوية من المرض الشديد والوفاة، وقد أوردت منظمة الصحة العالمية أن خطر الوفاة من جراء الإصابة بكوفيد19 بين الناس غير الحاصلين على اللقاح يزيد بعشرة أضعاف على الأقل عنه بين الأفراد الحاصلين على اللقاح، وثمة أدلة أيضاً تشير إلى أن تلقي اللقاح يمكن أن يساعد في منع انتقال عدوى الفيروس، لذا فإن اللقاح يحمي الناس ويوفر مناعة من كوفيد19، حيث تحمي هذه اللقاحات معظم الناس من الإصابة بالمرض، بيد أنه لا يوجد لقاح فعال مئة بالمئة، فما زال بعض الناس يصابون بالمرض من كوفيد19 وينقلون العدوى إلى الآخرين رغم تلقيهم اللقاح، ولكن ذلك نادر الحدوث⁽¹⁾، لذا من المهم الاستمرار في ممارسة احتياطات السلامة لحماية، بما في ذلك تجنب الأماكن المزدحمة، وممارسة التباعد الاجتماعي، وغسل الأيدي، وارتداء الكمامات.

نظراً إلى الحاجة الملحة إلى لقاحات كوفيد19 واحتمالية استغراق عملية اعتماد إدارة الغذاء والدواء الأمريكية للقاحات عدة سنوات، فقد منحت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية تصريحاً بالاستخدام الطارئ للقاحات المضادة لكوفيد19 استناداً إلى كمية بيانات أقل مما هو مطلوب عادة، وتشمل اللقاحات الحاصلة على تصريح للاستخدام الطارئ من إدارة الغذاء والدواء الأمريكية فيما يأتي:⁽²⁾

▪ **لقاح كوفيد19 من فايزر-بيونتك:** طورته شركة "فايزر" الأمريكية وشريكها "بيونتك" الألمانية، إذ اعتمدت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية استخدام لقاح فايزر-بيونتك المضاد لفيروس كورونا الذي أصبح يُعرف باسم Comirnaty الآن، لوقاية الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم 16 عاماً أو أكثر من الإصابة بمرض كوفيد19، واعتمدت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية لقاح "كوميرناتي" بعد أن أثبتت البيانات سلامته وفعالته، فقد أثبت لقاح فايزر-بيونتك المضاد لفيروس كورونا فعالته بنسبة 91% في وقاية الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم 16 عاماً فأكثر من الأعراض الحادة للفيروس.

¹ - من الموقع: <https://www.unicef.org/mena/ar/> لقاح-فيروس-كورونا-كوفيد-19، بتاريخ: 06/05/2022، الساعة: 15:35h.

² - من الموقع: <https://www.mayoclinic.org/ar/diseaser-condition/couronaVairus>، بتاريخ: 06/05/2022، الساعة: 16:01h.

ولا يزال اللقاح خاضعا لعملية الترخيص الاستخدام الطارئ للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 12 و15 عاما. واللقاح فعال بنسبة 100% في الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا عند إعطائه للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 12 و15 عاما، ويتطلب اللقاح جرعتين يفصل بينهما 21 يوما، ويمكن إعطاء الجرعة الثانية بعد ما يصل إلى ستة أسابيع من الجرعة الأولى، إذا اقتضت الحاجة.

■ **لقاح موديرنا المضاد لفيروس كوفيد19:** طوره شركة مودرنا moderna الأمريكية، واعتمدت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية لقاح موديرنا المضاد لفيروس كورونا، والذي أصبح الآن يعرف باسم "سبايكفاكس"، لوقاية الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم 18 عاما أو أكثر من الإصابة بالفيروس، وتبلغ نسبة فعالية لقاح موديرنا المضاد لفيروس كورونا 94% في الوقاية من الإصابة بمرض كوفيد 19 وأعراضه، ويتطلب اللقاح جرعتين يفصل بينهما 28 يوما، ويمكن إعطاء الجرعة الثانية بعد ما يصل إلى ستة أسابيع من الجرعة الأولى، إذا اقتضت الحاجة.⁽¹⁾

■ **لقاح نوفافاكس:** تعمل نوفافاكس على إنتاج لقاح كوفيد19 من فئة لقاحات وحدات البروتين الفرعية، اعتمدت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية استخدام لقاح فايزر-بيونتك المضاد لفيروس كوفيد19 الذي أصبح يعرف حاليا باسم كوميرناتي لوقاية الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم 16 عاما أو أكثر من الإصابة بفيروس كوفيد19، يخضع اللقاح لعملية ترخيص الاستخدام الطارئ للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 5 و11 عاما وبين 12 و15 عاما، وقد منحت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية ترخيصا بالاستخدام الطارئ للقاحات، ولقاح CovovaxTM هو وحدة فرعية من اللقاح الذي طوره نوفافاكس، ويتطلب هذا اللقاح إعطائه في جرعتين وهو مستقر عند حرارة تبريد من درجتين إلى 8 درجات مئوية، وتستخدم في اللقاح تكنولوجيا مستجدة وينتج من خلال إنشاء فيروسة عضوية تحتوي على جين لبروتين شوكي معدل لفيروس مرض كوفيد19. كما يهدف إدراج هذا اللقاح في بروتوكول الاستعمالات الطارئة زيادة إتاحة التطعيم، لا سيما في

¹- من الموقع: <https://www.mayoclinic.org/ar/diseaser-condition/couronaVirus>، بتاريخ: 2022/05/06، على الساعة: 16:01h.

البلدان المنخفضة الدخل، التي لم يتمكن 41 بلدا منها بعد من تطعيم نسبة 10% من السكان، في حين أن مستوى التغطية بالتطعيم في 98 بلدا من تلك البلدان لم يصل إلى نسبة 40%.⁽¹⁾

▪ **لقاح يانسن من جونسون آند جونسون:** يعد لقاح "يانسن" أول لقاح تعتمد المنظمة كمقرر من جرعة واحدة، مما ينبغي أن يسهل لوجستيات التطعيم في البلدان كافة، وتظهر البيانات المستفيضة التي قدمتها الشركة والمستمدة من التجارب السريرية الواسعة أن اللقاح فعال في أوساط كبار السن، في حين يتعين تخزين اللقاح في درجة برودة تقل عن 20 درجة مئوية، مما قد يثير صعوبات في بعض السياقات، فإن من الممكن حفظه لمدة ثلاثة أشهر في درجة حرارة تتراوح بين 2 و8 درجات مئوية وتصل مدة صلاحيته إلى عامين.

لقد أثبت هذا اللقاح في التجارب السريرية فعالية بنسبة 66% في الوقاية من كوفيد19 وأعراضه، وذلك بعد 14 يوماً من تلقّي اللقاح، كما أثبت فعاليته بنسبة 85% في الوقاية من المضاعفات الخطيرة للمرض عند الإصابة بالفيروس، وذلك بعد تلقّي اللقاح بمدة 28 يوماً على الأقل، وقد صدر ترخيص بإعطاء اللقاح لمن هم في سن 18 عاماً فأكثر، ويتطلب اللقاح جرعة واحدة.

▪ **لقاح سينوفاك-كورونافاك:** اعتمدت منظمة الصحة العالمية لقاح سينوفاك - كورونافاك المضاد لكوفيد19 لغرض استعماله في حالات الطوارئ، مانحة بذلك البلدان والممولين والوكالات المشتريّة والمجتمعات المحلية ضمانات بأنه يفي بالمعايير الدولية المتعلقة بالمأمونية والفعالية والتصنيع، ويعد منتج سينوفاتش- كورونافاك لقاحاً معطّلاً، كما أن سهولة تخزينه تجعله سهل المناولة وملائماً بشكل خاص للبلدان المنخفضة الموارد.

واستناداً إلى البيانات المتاحة، توصي المنظمة باستعمال اللقاح لدى البالغين الذين تبلغ أعمارهم 18 سنة أو أكثر، على أن يكون ذلك في إطار جدول من جرعتين، مع فاصل زمني يتراوح من أسبوعين إلى أربعة أسابيع، وأظهرت نتائج اختبار فعالية اللقاح أنّ اللقاح حال دون ظهور أعراض المرض لدى 51% من الأشخاص الذين تلقوا التطعيم، كما حال دون الإصابة بالمرض الوخيم الناجم عن كوفيد19

¹ - منظمة الصحة العالمية: من الموقع: <https://www.who.int/ar/news/item/20-10-1442-who-validates-sinovac-covid19vaccine>، بتاريخ: 2022/05/06، على الساعة: 16:03h.

ودخول المستشفى لدى 100% من السكان المشمولين بالدراسة⁽¹⁾. ونظراً لأن التجارب السريرية شملت عدداً قليلاً من الراشدين الأكبر سناً (أكثر من 60 عاماً)، فإنه لا يمكن تقدير فعالية اللقاح لدى هذه الفئة العمرية، ومع ذلك، لا توصي المنظمة بتحديد حد أقصى للسّن بالنسبة لهذا اللقاح لأن البيانات التي جمعت أثناء استعمال اللقاح لاحقاً في بلدان عديدة وبيانات الاستمناع الداعمة تشير إلى أنه من المرجح أن يكون للقاح أثر وقائي لدى كبار السن، وليس ثمة ما يدعو إلى الاعتقاد بأن مواصفات مأمونية اللقاح مختلفة لدى السكان الأكبر سناً والأصغر سناً، وتوصي المنظمة البلدان التي تستعمل اللقاح لدى الفئات العمرية الأكبر سناً بإجراء رصد لمأمونيته وفعالته للتحقق من أثره المتوقع والمساهمة في جعل التوصية أكثر متانة لجميع البلدان.

▪ **لقاح سينوفارم:** درجت المنظمة لقاحاً مضاداً لكوفيد-19 طورته سينوفارم بموجب بروتوكول الاستعمالات الطارئة، مما يتيح المجال لطرحة عالمياً، ولقاح سينوفارم من إنتاج شركة معاهد بيجين البيولوجية للمنتجات البيولوجية المحدودة المسؤولة، وهي شركة فرعية تابعة لمجموعة بيوتيك الوطنية الصينية (CNBG)⁽²⁾.

منتج سينوفارم هو عبارة عن لقاح معطل يسمى لقاح فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (كورونا-سارس-2) (خلية فيرو)، ويفضل المتطلبات السهلة لتخزين اللقاح، فإنه مناسب للغاية للأماكن القليلة الموارد، كما أنه أول لقاح سيحمل جهاز رصد مثبت على قارورته، وهو عبارة عن لصقة صغيرة مثبتة على القارورة يتغير لونها عند تعرض اللقاح للحرارة، مما يتيح للعاملين الصحيين معرفة ما إذا كان بالإمكان استعمال اللقاح بمأمونية، وتوصي المنظمة بإعطاء اللقاح للبالغين من العمر 18 عاماً فما فوق، وذلك في إطار مقرر من جرعتين بفاصل زمني يتراوح بين ثلاثة وأربعة أسابيع، وقدرت نجاعة اللقاح ضد الاعتلالات المصحوبة بأعراض والتي يلزمها استشفاء بنسبة 79% فيما يخص كل الفئات العمرية مجتمعة.

¹ - منظمة الصحة العالمية: من الموقع: <https://www.who.int/ar/news/item/20-10-1442-who-validates-sinovac-covid19vaccine> بتاريخ: 2022/05/06، على الساعة: 03h:16.

² - منظمة الصحة العالمية: من الموقع: <https://www.who.int/ar/news/item/20-10-1442-who-validates-sinovac-covid19vaccine> بتاريخ: 2022/05/06، على الساعة: 03h:16.

▪ **لقاح استرازينيكا/أكسفورد:** أذنت منظمة الصحة العالمية باستخدام نسختين من لقاح استرازينيكا/أكسفورد المضاد لكوفيد19 في حالات الطوارئ، وأعطت بذلك الضوء الأخضر لنشر هذه اللقاحات على الصعيد العالمي عن طريق مرفق كوفاكس، وينتج هذين اللقاحين كل من أسترازينيكا-إس كاي بيو (جمهورية كوريا) ومعهد الأمصال في الهند.

ولقد أجرت المنظمة عن لقاح أسترازينيكا/أكسفورد تقييما للبيانات المتعلقة بالجودة والأمنية والفعالية وخطط إدارة المخاطر والملاءمة البرنامجية مثل متطلبات سلسلة التبريد، وقد أوصى فريق الخبراء بإعطاء اللقاح لجميع الفئات العمرية من 18 سنة وما فوق.⁽¹⁾

8- التلقيح ضد فيروس كورونا في الجزائر

اتجهت غالبية الدول إلى التأكيد أن لقاح كورونا لن يكون لقاحا إجباريا وإنما اختياري، بما في ذلك الجزائر⁽²⁾، بدليل أنه وإلى غاية تاريخ إنجاز هذه الدراسة لم يصدر أي قانون يلزم المواطنين بالخضوع له.

على الرغم من توافر اللقاحات بأعداد معتبرة، تواصل شريحة واسعة من الجزائريين الامتناع عن التلقيح ضد فيروس كورونا وهو ما ضاعف من مخاوف السلطات الصحية في البلد، التي عبرت عن عدم رضاها من الاستجابة وقلقها من النسب المتدنية المسجلة حاليا، وأوردت إحصائيات رسمية كشفت عنها وزارة الصحة الجزائرية، أن 94% من الأشخاص الذين توفوا نتيجة إصابتهم بفيروس كورونا خلال ديسمبر 2021، لم يكونوا ملقحين، وأشارت إلى أن نسبة التلقيح لم يتجاوز 28% من مجموع الفئات المستهدفة بالتلقيح من البالغين (أكثر من 18 سنة)، ولم تتعد 11% من إجمالي عدد السكان، بينما تطمح السلطات إلى بلوغ معدل تلقيح 75% من مجموع السكان البالغ نحو 44 مليون نسمة، علما أن السلطات الصحية قالت أن الجزائر تملك مخزونا من 13 مليون جرعة، ستصبح غير قابلة للاستعمال إذا بقيت مخزنة طويلا من دون أن يتلقح الجزائريون ويعززون مناعتهم ضد الفيروس.⁽³⁾

¹- منظمة الصحة العالمية، مرجع السابق ذكره، بتاريخ: 2022/05/06، على الساعة: 03h:16.

²- من الموقع: <https://www.abraby.co.uk/society>، بتاريخ: 2022/04/13، على الساعة: 16:45h.

³- من الموقع: <https://www.independentarabia.com/node/292996/> صحة/الامتناع-عن-التلقيح-في-الجزائر-بضاعف-المخاوف-من-موجة-رابعة-لكورونا، بتاريخ: 16/04/2022، على الساعة: 14:32h.

لقد عجز باحثون في القطاع الصحي، عن إيجاد أسباب مقنعة تمنع الجزائريين من التوجه إلى مراكز التلقيح، بينما يرجح أن يكون السبب الرئيسي هو الإشاعات التي تم إطلاقها مع استيراد الجزائر أولى دفعات اللقاح، إذ زعم أن للقاح أعراضا جانبية على صحة الإنسان، وهناك من ذهب إلى حد تحريمه بداعي المواد المصنوعة منه، على الرغم من إصدار لجنة الفتوى الحكومية التابعة لوزارة الشؤون الدينية، فتوى بضرورة تلقي اللقاح، وقالت اللجنة أن التلقيح ضد فيروس كورونا ضروري لمواجهة هذه الجائحة، وشددت على أنه ينبغي العمل بتوجيهات السلطات الطبية في البلاد، التي تؤكد ضرورة تلقي اللقاح.⁽¹⁾

9- دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية للتلقيح ضد فيروس كورونا

هناك أدلة متزايدة على تأخر تلقي اللقاحات أو رفضها بسبب عدم الثقة في أهمية اللقاحات وسلامتها وفعاليتها، إلى جانب استمرار مشاكل إمكانية الوصول إليها، كما أن المعلومات الكثيرة للغاية والمتضاربة حول اللقاحات والمعلومات الخاطئة والمضللة من الممكن أن تؤثر على مواقف الناس ومعتقداتهم ومعرفتهم وعزمهم على قبول التطعيم، وقد تكون المنصات الرقمية أيضا وسيلة لنشر الشائعات، التي قد تتجاوز المجال الرقمي كذلك في وسائل الإعلام التقليدية وفي المجتمعات من شخص إلى آخر.⁽²⁾

غير أنه يمكن القول أن النشر الإلكتروني والوسائط الجديدة للاتصال قد ساهمت وبشكل فعال في ترسيخ الثقافة الصحية وتوعية الأشخاص للإقبال على عملية التلقيح ضد الفيروس التاجي كورونا كوفيد19، وذلك من خلال نشر مقالات ومنشورات عبر الوسائط الجديدة تنصب أساسا حول ضرورة التلقيح وهذا لتفادي عدوى الفيروس وتجنب الحالات الحرجة خاصة مع متحور دلتا، لهذا فقد اعتمدت وسائل الإعلام والوسائط الجديدة للاتصال والمواقع الإلكترونية على نشر مضامين إعلامية وتنظيم

¹ - من الموقع: <https://www.independentarabia.com/node/292996/>، بتاريخ: 16/04/2022، على الساعة: 14:32h.

² - منظمة الصحة العالمية يونيسيف لكل طفل: تفعيل المشاركة المجتمعية لصالح لقاحات كوفيد19، إرشادات مبدئية، 31 ديسمبر، 2021، ص01.

حملات إعلامية بشعارات تهدف إلى توعية الأشخاص وتحسيسهم على ضرورة التلقيح واحترام تدابير الوقائية لوقف سلسلة العدوى.⁽¹⁾

في السياق نفسه، عملت الوسائط الجديدة للاتصال في ظل جائحة كوفيد19 على تكريس مبادئ الخدمة العمومية المبنية على تحقيق الصالح العام، وذلك من خلال التعريف بخطورة الفيروس وشرح الإجراءات والتدابير الوقائية للحد من خطورته، من بينها نشر الوعي الصحي والثقافة الصحية التي من شأنها المساهمة في التعريف بخطورة الفيروس التاجي والحلول الواجب اتخاذها لمجابهته حفاظا على الأرواح البشرية وتجنب الحالات الحرجة، لذلك فإقبال المواطنين على التلقيح بكثافة يساعد على تقوية الجهاز المناعي وكسب المناعة الفردية التي تؤدي بطبيعة الحال إلى كسب المناعة الجماعية، لهذا السبب يوصي الأطباء والخبراء في مجال الصحة بضرورة تكثيف حملات التوعية والتحسيس على ضرورة التلقيح والالتزام بمختلف التدابير الوقائية لوقف سلسلة العدوى للتخفيف من معدل الإصابات بفيروس كورونا كوفيد19.⁽²⁾

بغية التوعية وترسيخ الفكرة حول ضرورة إقبال الأشخاص على عملية التلقيح ضد فيروس كورونا كوفيد19 في الجزائر، اعتمدت وزارة الصحة الجزائرية شعارا للتوعية والتحسيس هو: "وعينا يحميننا - اللقاح هو الحل"، هذا يدل على الدور الذي تلعبه الهيئات الرسمية ووزارة الصحة والمؤسسات التابعة للقطاع في ترسيخ الثقافة الصحية والوقاية من خطورة فيروس، كما بادرت مختلف من وسائل الإعلام بإعداد وصياغة شعارات تحسيسية وتوعوية، تتمحور حول دور التلقيح وأهميته في الحد من خطورة الفيروس التاجي، ففي التلفزيون الجزائري مثلا يعتمدون على الحملات التحسيسية والتوعوية من خلال مجموعة من الشعارات من ضمنها شعار "التلقيح نحمي نفسي ونحميك".⁽³⁾

بالإضافة إلى هذا هناك عديد من المواقع الإلكترونية اعتمدت في مقالاتها على نشر مضامين تجسد التوعية والتحسيس بضرورة التلقيح ضد خطورة الفيروس كورونا كوفيد19، فنجد مثلا موقع التلفزيون الجزائري وموقع وكالة الأنباء الجزائرية وكذا موقع الإذاعة الجزائرية ومختلف المواقع الخاصة بالجزائر الوطنية، سواء الناطقة باللغة العربية أو الفرنسية، خصصت أركانا تتناول فيها كل ما له علاقة

¹- محمد شبري: "النشر الإلكتروني ودوره في توعية المواطن للتلقيح ضد فيروس كورونا كوفيد19" الجزائر نموذجا"، المجلة الدولية

للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، المجلد 08، العدد 04، 2021، ص ص 98-99.

²- محمد شبري، مرجع السابق ذكره، ص 100.

³- المرجع نفسه، ص 99.

بالجانب الصحي والوقاية من مختلف الأمراض والأوبئة، من ضمنها فيروس كورونا كوفيد19 وخطورته، وذلك بالكشف وعرض عدد الإصابات اليومية والوفيات والأشخاص الذين تماثلوا للشفاء وكذا الموجودين على مستوى العناية المركزة، كما ركزت هذه المواقع على نشر مقالات ومضامين إعلامية تهدف من خلالها إلى تقديم خدمة عمومية الغرض منها هو توعية الأشخاص بضرورة الإقبال بقوة على عملية التلقيح ضد كوفيد19، وهي الفكرة التي اعتمدها مواقع التواصل الاجتماعي في رصد ونشر الحصيلة اليومية لعدد الإصابات بالفيروس، وفي كثير من الأحيان نجد عادة ما ينشر عبر المواقع الإلكترونية يعاد نشره بنفس الصياغة عبر صفحات الفيسبوك، لأن العديد من المواقع الإلكترونية لها حسابات على موقع الفيسبوك وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي، هذا ما يفسر الدور الذي تلعبه الوسائط الجديدة للاتصال في تكريس التفاعلية وتبليغ الرسالة الإعلامية للجمهور المتلقي أو المستخدمين معها⁽¹⁾، هذا بالإضافة إلى كون مختلف الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بتشجيع السكان للحصول على لقاح ضد فيروس كورونا نظرا لارتفاع أعداد الإصابات بفيروس كورونا.⁽²⁾

¹ - محمد شبيري، مرجع السابق ذكره، ص 99.

² - من الموقع: <https://www1.wdr.de/radio/cosmo/programm/refugee-radio/arabisch/news-arabisch-15338.html>.

بتاريخ: 2022/05/15، على الساعة: 11:24h.

خلاصة الفصل

نصل في نهاية هذا الفصل إلى القول أن جائحة كوفيد19، من أخطر الأوبئة التي عرفها العالم والجزائر، فقد انتشر انتشارا كبيرا في جميع أنحاء العالم، وتسبب في أزمة حقيقية تفتك بحياة الأفراد في كل الدول دون استثناء، حيث إن الكم الهائل من حالات الإصابة بهذا الفيروس والذي خلف العديد من الوفيات من كل الفئات العمرية، أدى إلى ضرورة التوعية الصحية وتوعية الأفراد بخطورة هذا الفيروس المستجد، ولسيطرة عليه عملت الدول على إنتاج لقاحات وتوعية المجتمع والأفراد بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا لاحتواء الفيروس والحد من انتشاره والحفاظ على صحة المواطن.

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

تمهيد

- 1- عرض وتحليل محور البيانات العامة
- 2- عرض وتحليل محور عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة
جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي
- 3- عرض وتحليل محور مدى تعرض طلبة جامعة جيجل
للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل
الاجتماعي
- 4- عرض وتحليل محور مدى مساهمة مواقع التواصل
الإجتماعي في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح
ضد فيروس كورونا

خلاصة الفصل

تمهيد

بعد أن تطرقنا للجانب المنهجي والنظري في الفصول السابقة، سنتناول في هذا الفصل الجانب التطبيقي لدراستنا، وذلك بهدف معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا لدى طلبة جامعة جيجل، وذلك بالاعتماد على المعلومات التي قمنا بجمعها من خلال الاستبيان الذي وزعناه على 60 مفردة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل.

يتضمن هذا الفصل عرض وتحليل البيانات العامة، يليه عرض وتحليل عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي، ثم عرض وتحليل مدى تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم عرض وتحليل مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا، يليها مباشرة خلاصة الفصل.

1- عرض وتحليل محور البيانات العامة

الجدول رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
%16.67	10	ذكر
%83.33	50	أنثى
%100	60	المجموع

تبين الأرقام والنسب الواردة في الجدول رقم (01) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، ارتفاع نسبة الإناث مقارنة بنسبة الذكور، إذ بلغت نسبة الإناث %83.33 من المبحوثين أي ما يعادل 50 من مفردات العينة، أما الذكور فقد بلغت نسبتهم %16.67 أي ما يعادل 10 من العدد الإجمالي للطلبة المبحوثين.

يمكن تفسير هذه النتيجة بكون عدد الإناث اللواتي يدرسن في قسم إعلام واتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيبل، يفوق عدد الذكور الذين يدرسون في ذات القسم، باعتبار أن الإناث أكثر تفوقاً في الدراسة من الذكور وهذا ما تثبته نتائج البكالوريا لكل سنة، وهو ما انعكس على الطلبة المسجلين في قسم علوم الإعلام والاتصال إذا غالبيتهم من الإناث.

من هنا نستنتج أن نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور في ميدان الدراسة.

الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
06.67%	04	أقل من 20 سنة
78.33%	47	من 20 الى 25 سنة
15%	09	أزيد من 25 سنة
100%	60	المجموع

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (02) المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب متغير السن، إلى أن الفئة الغالبة من أفراد العينة هي التي تتراوح أعمارهم من 20 إلى 25 سنة بنسبة 78.33% أي ما يعادل 47 من العدد الإجمالي للمبحوثين، ثم تليها الفئة العمرية أزيد من 25 سنة بنسبة 15% وهو ما يعادل 09 من أفراد العينة، وأخيرا تأتي فئة المبحوثين الذين تقل أعمارهم عن 20 سنة بنسبة 06.67% أي ما يعادل 04 من العدد الإجمالي لأفراد العينة.

إن ارتفاع نسبة الطلبة المبحوثين من الفئة العمرية من 20 الى 25 سنة يتوافق مع المسار الدراسي العادي للطلبة الجامعيين في طور التدرج بعد نجاحهم في شهادة البكالوريا وهو ما يشكل الأغلبية الساحقة من الطلبة وفقا للنظام الدراسي والتكويني في الجزائر.

وعليه نستنتج أن الفئة العمرية المسيطرة في عينة الدراسة هي الفئة التي يتراوح سنها من 20 إلى

25 سنة.

الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	02	03.33%
ماستر	54	90%
دكتوراه	04	06.67%
المجموع	60	100%

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (03) والمتعلق بتوزيع الباحثين حسب متغير المستوى الدراسي، إلى أن غالبية الباحثين ينتمون إلى فئة طلبة الماستر بنسبة 90% أي ما يعادل 54 من أفراد العينة، ثم تليها فئة طلبة دكتوراه بنسبة 06.67% وهو ما يعادل 04 من الباحثين، وأخيرا تأتي فئة طلبة الليسانس بنسبة 3.33% أي ما يعادل 02 من عينة الدراسة.

إن ارتفاع نسبة الباحثين من طلبة مستوى الماستر راجع لزمن وظروف توزيع الاستمارة، وكذا نظام الدفعات المطبق في الدراسات الجامعية تطبيقا للبروتوكول الصحي الذي تم إقراره للوقاية من جائحة كوفيد19، الأمر الذي لا يسمح بتواجد كل الطلبة من مختلف المستويات في الجامعة، فبحكم أننا وزعنا الاستمارة في المكتبة الخاصة بقسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، فقد تزامن توزيع استمارتنا مع تواجد هذه الفئة من طلبة الماستر في المكتبة لإنجاز بحوثهم في مختلف المقاييس، واستكمال مذكرات التخرج الخاصة بهم، لهذا كانت هذه الفئة أكثر إجابة على أسئلة الاستبيان بالمقارنة مع غيرها من فئات الطلبة. ونستنتج من الجدول رقم (03) أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى فئة طلبة الماستر بدرجة أولى.

الجدول رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الإقتصادي

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
03.33%	02	ضعيف
90%	54	متوسط
06.67%	04	جيد
100%	60	المجموع

تبين المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (04) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الإقتصادي، أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين ذات مستوى اقتصادي متوسط وهذا بنسبة 90% وهو ما يمثل 60 من مجموع مفردات العينة، أما فيما يخص المبحوثين الذين جاء مستواهم الإقتصادي جيد أو منخفض فقد سجلوا نسبة مقاربة تقدر بـ: 06.67% بالنسبة للمستوى الإقتصادي الجيد، ونسبة 03.33% للمستوى الإقتصادي الضعيف.

يمكننا تفسير النتائج المحققة في كون الطلبة المبحوثين ينتمون إلى عائلات ذات مستوى إقتصادي متوسط كما هو الحال بالنسبة لغالبية الأسر الجزائرية، فمن المعروف أن نسبة الأغنياء ذات المستوى الإقتصادي الجيد جد محدودة في المجتمع الجزائري بفعل عوامل اقتصادية واجتماعية، كما تقل كذلك نسبة الفقراء ذات المستوى الإقتصادي جد ضعيف بفعل روح التضامن التي لا تزال سائدة في المجتمع والعائلة الجزائرية.

وعليه نستنتج من بيانات الجدول المذكور أعلاه أن غالبية المبحوثين ذات مستوى اقتصادي متوسط.

الجدول رقم (05): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الموقع السكني

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
حضري	33	55%
شبه حضري	22	36.67%
ريفي	05	8.33%
المجموع	60	100%

تشير المعطيات المبينة في الجدول رقم (05) المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب متغير الموقع السكني، إلى اختلاف في النسب المسجلة، حيث أن أغلبية المبحوثين يسكنون في منطقة حضرية (في المدينة) وهذا بنسبة 55% أي ما يعادل 33 من أفراد العينة، ثم يأتي في المرتبة الثانية المبحوثين الذين يقطنون في المناطق شبه الحضرية (المدن الصغيرة) بنسبة تقدر بـ: 36.67% وهو ما يعادل 22 من أفراد العينة، ثم تليها في المرتبة الأخيرة فئة القاطنين في الريف بنسبة 8.33% وهو ما يعادل 05 من المبحوثين.

يمكننا تفسير هذه النتيجة في أن سكان فئة الحضري (المدينة) هم الأكثر اهتماما واستخداما لمواقع التواصل الاجتماعي نظرا لظروفهم الجيدة وتوفر المدينة على الإمكانيات التقنية التي تسمح بربط الانترنت ومن خلالها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة.

ومنه نستنتج من الجدول رقم (05) أن أغلبية المبحوثين يقيمون في المدينة.

2- عرض وتحليل محور عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل

الاجتماعي

الجدول رقم (06): يبين سنوات خبرة الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنتين	06	10%
من سنتين إلى 4 سنوات	11	18.33%
أزيد من 4 سنوات	43	71.67%
المجموع	60	100%

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (06) والمتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب سنوات الخبرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أن أغلبية الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أزيد من 4 سنوات وهذا بنسبة 71.67% بما يعادل 43 من أفراد العينة، ثم تليها الفئة التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من سنتين إلى 4 سنوات بنسبة 18.33% أي ما يعادل 11 من أفراد العينة، ثم أخيراً الفئة التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي منذ أقل من سنتين بنسبة 10% وهو ما يعادل 6 من العدد الإجمالي للمبحوثين.

إن ارتفاع نسبة الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أزيد من 4 سنوات راجع إلى ظهور وتطور هذه المواقع منذ سنوات خاصة مع الخدمات الجديدة التي وفرتها شبكة الأنترنت من جيل ثالث ورابع وتمكن الطلبة على استخدام هذه المواقع بكل أريحية وسهولة، كما يرجع السبب كذلك إلى ميول الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لما توفره من مزايا وسهولة في الاستخدام وقدرتها على إشباع رغبات هذه الفئة، أما بالنسبة للفئة التي بدأت في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من سنتين إلى 4 سنوات والفئة التي بدأت في استخدامها منذ أقل من سنتين كانت نسبتها قليلة وهذا

راجع إلى عدم ميول هؤلاء الطلبة إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة، بإضافة إلى عامل
الإمكانيات المتوفرة لدى كل طالب وظروفه.

ومنه نستنتج من معطيات الجدول رقم (06) أن الأغلبية من الطلبة يستخدمون مواقع التواصل
الاجتماعي منذ أزيد من 4 سنوات.

الجدول رقم (07): يبين أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف المبحوثين.

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
43.52%	37	فايسبوك
01.18%	01	تويتر
30.60%	26	إنستغرام
24.70%	21	يوتيوب
100%	85	المجموع

ملاحظة: تم حساب النسبة على أساس مجموع الإجابات.

تبين الأرقام والنسب الواردة في الجدول رقم (07) توزيع إجابات أفراد العينة حول أكثر المواقع التي
يستخدمونها، ونلاحظ أنه قد حاز موقع فايسبوك على أعلى نسبة حيث قدرت بـ: 43.52%، ثم يليه
موقع إنستغرام بنسبة 30.60%، ثم يليه موقع يوتيوب وذلك بنسبة 24.70%، أما موقع تويتر فقد احتل
المرتبة الأخيرة وذلك بنسبة 01.18%.

يمكن تفسير هذه النتائج بسبب أن موقع فايسبوك أصبح اليوم من بين أكثر المواقع شعبية
وأسهلها استخداما لدى الشباب والطلبة بصفة خاصة، وآخر الإحصائيات تشير إلى ذلك من حيث عدد
المشاركين، كذلك سهولة الإستخدام والميزات التي يتمتع بها كالتنشر والمتابعة والتواصل مع الأصدقاء
وتبادل المعلومات وإنجاز الأعمال الدراسية، دون جهد أو تعب في ذلك.

ومن هنا نستنتج أن موقع الفايسبوك هو الموقع الأكثر استخداما من قبل المبحوثين.

الجدول رقم (08): يبين المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
08.33%	05	أقل من ساعة
66.67%	40	من ساعة إلى ثلاث ساعات
25%	15	أكثر من ثلاث ساعات
100%	60	المجموع

يبين الجدول رقم (08) توزيع الطلبة المبحوثين حسب المدة الزمنية التي يقضونها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ونلاحظ أن 66.67% من مجموع أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مدة من ساعة إلى ثلاث ساعات في اليوم، فيما سجلت نسبة 25% بالنسبة للأفراد الذين يستخدمون هذه المواقع لمدة أكثر من ثلاث ساعات في اليوم، أما 08.33% من أفراد العينة فيستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تقل عن ساعة في اليوم.

يمكن تفسير هذه النتائج المتحصل عليها أن سبب استخدام الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ساعة يوميا يرجع إلى سهولة استخدامها وكذلك التطور الكبير الذي عرفته هذه المواقع والخدمات المختلفة التي توفرها من مشاهدة، تحميل، إعجاب، تعليق، مناقشة، معرفة آخر الأخبار، ويوجد أيضا سبب الإدمان على هذه المواقع حيث يستغرق الطلبة في هذه الفترة العمرية الكثير من أوقات فراغهم في تصفح هذه المواقع.

نستنتج من خلال الجدول رقم (08) أن المدة الزمنية التي يقضيها أغلبية المبحوثين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي هي من ساعة إلى ثلاث ساعات.

الجدول رقم (09): يبين الفترة المفضلة لدى المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	00	%00
مساء	12	%20
ليلا	48	%80
المجموع	60	%100

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم(09) والمتعلق بتوزيع المبحوثين حسب الفترة المفضلة لديهم في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن الفئة الغالبة من المبحوثين يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ليلا بنسبة 80% وهو ما يعادل 48 من العدد الإجمالي للمبحوثين، ثم تليها الفئة التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في فترة المساء بنسبة 20% وهو ما يعادل 12 من العدد الإجمالي للمبحوثين، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بـ: 00%.

يمكن تفسير أن الفترة المفضلة للطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي الفترة الليلية كونهم منشغلون في فترة الصباح والمساء بالدراسة، لذلك يجدون الفترة الليلية هي الفترة الملائمة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بالرغم من أنه يوجد طلبة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية لكنها بنسبة قليلة وهذا راجع حسب الظروف التي يعيشها كل طالب، أما الفترة الصباحية فهي منعدمة فأغلب الطلبة يلتحقون بالدراسة صباحا وليس لديهم الوقت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ومنه نستنتج من معطيات الجدول رقم (09) أن الفترة المناسبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب أغلبية المبحوثين هي الفترة الليلية.

الجدول رقم (10): يبين الجهاز المفضل لدى الطلبة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف الذكي	54	90%
اللوحة الالكترونية	30	5%
جهاز الحاسوب	30	5%
المجموع	60	100%

تشير الأرقام المبيّنة في الجدول رقم (10) المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب الجهاز المفضل لديهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أن أغلبية الطلبة يستخدمون جهاز الهاتف الذكي بنسبة 90% وهو ما يعادل 54 من العدد الإجمالي للمبحوثين، تليها فئة المستخدمين للوحة الالكترونية وجهاز الحاسوب بنسبة متساوية 5% وهو ما يعادل 30 من العدد الإجمالي لأفراد العينة.

من خلال هذه النتائج يمكن القول بأن الهاتف الذكي أخذ النسبة الأعلى من بين النسب الواردة في الجدول أعلاه، وهذا راجع لسهولة استخدامه وحمله وصغر حجمه مقارنة بالأجهزة الأخرى، وبفضل الخدمات المتنوعة التي يقدمها من الجيل الثالث والرابع وتكلفة منخفضة، كما أن أغلبية الطلبة يملكون هواتف ذكية ما يجعلهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في كل زمان ومكان.

ومنه نستنتج أن الوسيلة الأكثر استخداماً من قبل الطلبة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

هو الهاتف الذكي.

الجدول رقم (11): يبين الغاية من استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
50.52%	48	متابعة الأخبار والمستجدات
10.52%	10	التعارف والتواصل
15.75%	15	الثقافة والتعليم
23.15%	22	التسلية والترفيه
100%	95	المجموع

ملاحظة: تم حساب النسبة على أساس مجموع الإجابات.

تبين الأرقام والنسب الواردة في الجدول رقم (11) توزيع إجابات أفراد العينة حول غاية استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي، حيث نلاحظ أن إجاباتهم مختلفة ومتنوعة، إلا أن متابعة الأخبار والمستجدات قد نال أعلى نسبة وذلك بـ: 50.52%، يليه التسلية والترفيه بنسبة 23.15%، ثم يليه الثقافة والتعليم بنسبة 15.75%، ثم يليه التعارف والتواصل بنسبة 10.52%.

يمكن تفسير هذه النتائج المتحصل عليها أن أفراد العينة لهم دوافع وأسباب مختلفة للإقبال على استخدام مواقع التواصل الإجتماعي، من أهمها وأكثرها متابعة آخر الأخبار والمستجدات في حين يختار أفراد آخرون أسباب أخرى متمثلة في التسلية والترفيه وكذلك التعارف والتواصل، وأيضاً الثقافة والتعليم وتوسيع المعلومات لديهم في مجالات تخصصهم ومساعدتهم على الدراسة، ومعرفة كل جديدة يتعلق بها، إضافة إلى الإطلاع وتحميل المواد العلمية الخاصة باختصاصهم.

نستنتج من خلال الجدول رقم (11) أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي بهدف متابعة آخر الأخبار والمستجدات.

الجدول رقم (12) : يبين أهم المواضيع التي تثير اهتمام الباحثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
30.10%	34	اجتماعية
26.55%	30	ثقافية
02.65%	03	سياسية
15.92%	18	صحية
07.96%	09	رياضية
16.82%	19	ترفيهية
100%	113	المجموع

ملاحظة: تم حساب النسبة على أساس مجموع الإجابات.

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (12) والمتعلقة بتوزيع الباحثين حسب أهم المواضيع التي تثير اهتمامهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ تنوع إجاباتهم حول نوع هذه المواضيع، إلا أن المواضيع الاجتماعية كان لها النصيب الأكبر حيث حصلت على نسبة 30.10% تليها المواضيع الثقافية بنسبة 26.55%، ثم المواضيع الترفيهية بنسبة 16.82%، ثم المواضيع الصحية ب: 15.92%، ثم المواضيع الرياضية بنسبة 07.96%، لتأتي في المرتبة الأخيرة المواضيع السياسية بنسبة 02.65%.

نلاحظ ميل أفراد العينة إلى المواضيع الاجتماعية بشكل كبير ذلك لأنهم يهتمون بقضايا المجتمع الحالية، وبصفة الطلبة هم نخبة المجتمع وباعتبارهم عنصر فعال في المجتمع لأن مواقع التواصل الاجتماعي تفتح المجال للباحثين التعبير عن مشاكلهم وقضايا المجتمع الراهنة، وطرح بعض الحلول الخاصة بالقضايا الحساسة التي تشغل الرأي العام كقضية انتشار فيروس كورونا كوفيد19.

ونستنتج من خلال الجدول رقم (12) أن أكثر المواضيع التي تثير اهتمام الباحثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي المواضيع الاجتماعية.

الجدول رقم (13): يبين درجة تفاعل الباحثين مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
15%	09	مرتفعة
75%	45	متوسطة
10%	06	منخفضة
100%	60	المجموع

تبين الأرقام والنسب في الجدول رقم (13) توزيع إجابات مفردات العينة حسب درجة تفاعلهم مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ تنوع إجاباتهم وجاء في المرتبة الأولى وبأعلى نسبة الطلبة الذين يتفاعلون بشكل متوسط مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بنسبة 75%، تليها في المرتبة الثانية فئة الطلبة الذين يتفاعلون بشكل مرتفع مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 15%، وأخيرا يأتي في المرتبة الثالثة الطلبة الذين يتفاعلون بشكل منخفض مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 10%.

يمكن لنا تفسير النتيجة المتحصل عليها أن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في إتاحة الفرصة للطلبة للتعبير عن آرائهم بحرية، وعدم وجود أي نوع من الرقابة التي تجبرهم على التفاعل مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن الطلبة الذين يتفاعلون بشكل متوسط ومنخفض مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي راجع إلى انشغالهم مع الدراسة والبحوث أو ضيق الوقت، ويفضلون الإحتفاظ بآرائهم الشخصية، أما الطلبة الذين يتفاعلون بشكل مرتفع مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي يميلون إلى مشاركة أفكارهم والتعرف على وجهات النظر الأخرى.

وعليه نستنتج من الجدول رقم (13) أعلاه أن درجة تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي جاءت متباينة بين درجة متوسطة ثم مرتفعة إلى درجة منخفضة.

الجدول رقم (14): يبين كيفية تفاعل المبحوثين مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
44.15%	34	تسجيل الإعجاب بالمنشورات
27.28%	21	التعليق على المنشورات
02.60%	20	مشاركة المنشورات
25.97%	20	الاكتفاء بالمتابعة فقط
100%	77	المجموع

ملاحظة: تم حساب النسبة على أساس مجموع الاجابات.

تبين المعطيات الكمية المتضمنة في الجدول رقم (14) والمتعلق بتوزيع المبحوثين حسب كيفية تفاعلهم مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، أن النسبة الغالبة من المبحوثين يتفاعلون مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تسجيل الاعجاب بالمنشورات بنسبة قدرت بـ: 44.15% وهو ما يعادل 34 من إجابات للمبحوثين، ثم تليها فئة المبحوثين الذين يتفاعلون مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق التعليق على المنشورات بنسبة 27.28% وهو ما يعادل 21 من إجابات أفراد العينة، ثم تأتي فئة الذين يكتفون بالمتابعة فقط بنسبة 25.97% وهو ما يعادل 20 من العدد الإجمالي لإجابات المبحوثين، وفي المرتبة الأخيرة تأتي فئة الذين يتفاعلون مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق مشاركة المنشورات بنسبة قدرت بـ: 02.60% ما يعادل 02 من إجابات أفراد العينة.

وعليه يمكن القول أن هؤلاء المبحوثين لهم طرق متنوعة ومختلفة لتفاعلهم مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، أكثرها تسجيل الإعجاب بالمنشورات باعتبارها الطريقة الأسهل للتفاعل ولا تتطلب أي جهد، في حين بعض المبحوثين يختارون طرق أخرى مثل التعليق على المنشورات من أجل التعبير والتعرف على وجهات نظر أخرى، وإبداء رأيهم في مواضيع مختلفة حول المنشورات المتاحة على مواقع

التواصل الاجتماعي، وفئة أخرى تتفاعل مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق مشاركة المنشورات بين الأصدقاء أو في الصفحات لكنها بنسبة قليلة جداً، أما البعض الآخر فيكتفي بمتابعة مضامين مواقع التواصل الاجتماعي فقط.

ومنه نستنتج من الجدول رقم (14) أعلاه أن أغلبية المبحوثين يتفاعلون مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تسجيل الإعجاب بالمنشورات.

3- عرض وتحليل محور مدى تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (15): يبين مدى متابعة المبحوثين للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	12	20%
أحياناً	36	60%
نادراً	12	20%
المجموع	60	100%

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (15) والمتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متابعتهم للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إلى أن الفئة الغالبة من أفراد العينة أحياناً ما يتابعون المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا بنسبة 60% أي ما يعادل 36 من أفراد العينة، تليها الفئتين المتساويتين بين الأفراد الذين دائماً ما يتابعون المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي والفئة التي نادراً ما تتابع المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 20% وهو ما يعادل 12 من العدد الإجمالي للمبحوثين.

يعود ارتفاع نسبة الطلبة الذين يتابعون أحيانا المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إلى عدم ميل هؤلاء الطلبة إلى متابعة هذه المواضيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة، وتفضيلهم متابعتها عبر وسائل إعلام أخرى ذات مصداقية أكثر.

وعليه نستنتج من بيانات الجدول رقم (15) أن أغلبية المبحوثين أحياناً ما يتابعون المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (16): يبين اللغة المستخدمة من قبل المبحوثين في متابعة المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
اللغة العربية	05	8.33%
اللغة الفرنسية	51	85%
اللغة الانجليزية	04	6.69%
المجموع	60	100%

تبين الأرقام والنسب الواردة في الجدول رقم (16) المتعلق بنوع اللغة التي يستخدمها المبحوثين في متابعة المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث حصلت اللغة الفرنسية على أعلى نسبة بمقدار 85% وهو ما يعادل 51 من العدد الإجمالي للمبحوثين، ثم تليها اللغة العربية بنسبة 8.33% وهو ما يعادل 05 من أفراد العينة، ثم تأتي في الأخير اللغة الفرنسية بنسبة 6.69% وهو ما يعادل 04 من العدد الإجمالي للمبحوثين.

يمكن أن نفسر أن أغلبية المبحوثين يستخدمون اللغة الفرنسية في متابعة المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إلى كون أن المختصين والأطباء في مجال الصحة يستخدمون اللغة الفرنسية في نشر الأخبار والمقالات المتعلقة بالطب، كما أن مختلف الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا التي يتلقاها هؤلاء الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي غالباً ما تنشر باللغة الفرنسية.

ومنه نستنتج من الجدول رقم (16) أن اللغة الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين في متابعة المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي اللغة الفرنسية.

الجدول رقم (17): يبين دوافع التعرض للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
معرفية	43	71.67%
نفسية	09	15%
اجتماعية	08	13.33%
المجموع	60	100%

تبين لنا الأرقام والنسب الواردة في الجدول رقم (17) توزيع أفراد العينة حسب دوافع تعرضهم للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن النسبة الأكبر من المبحوثين لها دوافع معرفية بنسبة 71.67%، ثم تليها نسبتين متقاربتين ما بين المبحوثين الذين اختاروا الدوافع النفسية نسبة 15%، ودوافع اجتماعية بنسبة 13.33%.

يمكن تفسير كون أغلبية أفراد العينة يتعرضون للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا نتيجة دوافع معرفية، بالنظر إلى حاجة الجمهور إلى الحصول على المعلومات والمعرفة الجيدة بالمرض حيث أن هذا الفيروس المستجد والخطير لم يتم اكتشافه إلا في ديسمبر 2019، هذا بالإضافة إلى حاجة الطلبة المبحوثين للحصول على الأخبار ومعرفة مختلف المستجدات المتعلقة بالوباء والفيروس على الصعيد الوطني والعالمي.

وعليه نستنتج من الجدول رقم (17) أن أغلبية طلبة جامعة جيجل يتعرضون للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة دوافع معرفية.

الجدول رقم (18): يبين طبيعة المضامين المتعلقة بفيروس كورونا التي يتعرض لها الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
45.20%	47	تطور الحالة الوبائية في العالم وفي الجزائر
15.38%	16	معلومات حول طبيعة الفيروس ومتحوراته
07.70%	08	حملات التوعية للوقاية من فيروس كورونا
17.30%	18	نصائح الأطباء والفاعلين حول التلقيح ضد الفيروس
14.42%	15	التعرف على الإجراءات المتخذة من طرف السلطات
100%	104	المجموع

ملاحظة: تم حساب النسبة على أساس مجموع الإجابات.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) المتعلق بطبيعة المضامين المتعلقة بفيروس كورونا التي يتعرض لها الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي، أن إجابات المبحوثين جاءت مختلفة ومتنوعة، وقد أتى في المرتبة الأولى التعرض لتطور الحالة الوبائية في العالم وفي الجزائر بنسبة 45.20%، يليها نصائح الأطباء والفاعلين حول التلقيح ضد الفيروس بنسبة 17.30%، ثم يليها معلومات حول طبيعة الفيروس ومتحوراته بنسبة 15.38%، ليأتي التعرف على الإجراءات المتخذة من طرف السلطات بنسبة 14.42%، وأخيرا حملات التوعية للوقاية من فيروس كورونا بنسبة 07.70%.

يمكن تفسير هذه النتائج المتحصل عليها أن أغلب الطلبة الجامعيين يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل معرفة أحدث تقارير الحالة الوبائية للفيروس في العالم وفي الجزائر، من عدد الإصابات والوفيات والمتعافون، كذلك أكثر المناطق المتضررة والأشخاص الأكثر تضررا والذين تلقوا اللقاح، وأيضا معرفة مدى خطورة الوضع الوبائي في العالم وفي الجزائر، ومدى إمكانية السفر للتمكن من قضاء الانشغالات المتعلقة بالدراسة والعمل وغيرها.

نستنتج من الجدول رقم (18) أن أغلبية المضامين المتعلقة بفيروس كورونا التي يتعرض لها الطلبة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي تتعلق بتطور الحالة الوبائية في العالم وفي الجزائر.

الجدول رقم (19): يبين درجة تفاعل المبحوثين مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
15%	09	عالية
65%	39	متوسطة
20%	12	منخفضة
100%	60	المجموع

يبين لنا الجدول رقم (19) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب درجة تفاعلهم مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المرتبة الأولى وبأعلى نسبة الطلبة الذين يتفاعلون مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة تفاعل متوسطة بنسبة 65%، يليها الطلبة الذين يتفاعلون مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا بدرجة تفاعل منخفضة بنسبة 20%، وأخيرا نجد الطلبة الذين يتفاعلون مع المضامين المنشورة عن مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة تفاعل عالية بنسبة 15%.

يمكن تفسير سبب التفاعل المتوسط للطلبة مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي هو امتلاكهم معلومات غير كافية حول فيروس كورونا والتي تمكنهم من تقديمها للآخرين وكذلك عدم رغبتهم في مشاركة المعلومات التي لم يتأكدوا من صدقها ويفضلون التفاعل حين يمتلكون معلومات دقيقة وصحيحة حول الفيروس والمساهمة في توعية الأفراد، في حين هناك البعض الآخر الذين يتفاعلون مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة

منخفضة ويفضلون الاحتفاظ بأرائهم الشخصية عن الموضوع، وعدم الدخول في جدل مع أشخاص آخرين قد يختلفون في وجهات نظرهم.

ومنه نستنتج من خلال الجدول رقم (19) أن معظم الأفراد المبحوثين يتفاعلون بدرجة متوسطة مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (20): يبين كيفية التفاعل مع المنشورات المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
التعليق	20	26.66%
الاعجاب	23	30.67%
المشاركة	08	10.67%
الاكتفاء بالمتابعة	24	32%
المجموع	75	100%

ملاحظة: تم حساب النسبة على أساس مجموع الإجابات.

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (20) والمتعلق بكيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي أن أكبر نسبة من الطلبة يكتفون بالمتابعة بنسبة 32% من مجموع الإجابات، ثم تليها بنسبة متقاربة التفاعل بالإعجاب بنسبة 30.67%، وبعدها التعليق بنسبة 26.66%، لتأتي في المرتبة الأخيرة المشاركة بنسبة 10.67%.

يمكن تفسير تقارب النتائج المسجلة باعتبار أن هناك فئة من الطلبة تميل دائما إلى التفاعل مع المضامين المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعليق وتسجيل الإعجاب بدرجة أولى، كما أن هناك فئة أخرى تكتفي بالمتابعة فقط نظرا لحساسية مرض فيروس كورونا، وأيضا باعتبار طلبه الاعلام والاتصال ليسوا من أهل الاختصاص إذ لا يمكن نقل أخبار ومشاركتها دون أن تكون من مصدر موثوق.

نستنتج من الجدول رقم (20)، أن فئة من طلبة جامعة جيجل تتفاعل مع المنشورات المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تسجيل الإعجاب والتعليق، كما أن هناك فئة أخرى لا بأس بها تفضل الاكتفاء بمتابعة.

الجدول رقم (21): يبين أكثر الحاجات المشبعة لدى المبحوثين عند تعرضهم للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
65%	52	الحصول على كل المعلومات والأخبار حول الفيروس
1.25%	01	المشاركة في حملات التوعية عبر الصفحات والمجموعات
11.25%	09	المحافظة على العلاقات الإجتماعية أثناء الحجر الصحي
3.75%	03	التواصل مع المختصين واستشارتهم حول الفيروس
18.75%	15	التخفيف من حالات التوتر والقلق النفسي
100%	80	المجموع

ملاحظة: تم حساب النسبة على أساس مجموع الإجابات.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) أن أكثر الحاجات المشبعة لدى الطلبة عند تعرضهم للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي هي الحصول على كل المعلومات والأخبار حول الفيروس بنسبة 65% من مجموع إجابات المبحوثين، يليه التخفيف من حالات التوتر والقلق النفسي بنسبة 18.75%، ثم يليه المحافظة على العلاقات الإجتماعية أثناء الحجر الصحي بنسبة 11.25%، ثم يليه التواصل مع المختصين واستشارتهم حول الفيروس بنسبة 3.75%، وأخيرا المشاركة في حملات التوعية عبر الصفحات والمجموعات بنسبة 1.25%.

يمكن تفسير كون أن أكثر الحاجات المشبعة لدى المبحوثين عند تعرضهم للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي هي الحصول على كل المعلومات والأخبار حول الفيروس، باعتبار أن أكثر الدوافع التي تدفع الطلبة للتعرض إلى المضامين المتعلقة بفيروس كورونا في

مواقع التواصل الاجتماعي هي دوافع معرفية، وهو ما يتوافق ما النتيجة المتحصل عليها من الجدول رقم (17) أعلاه، وبالتالي فإن أكثر ما يبتغي الطلبة معرفته هو آخر المستجدات والأخبار حول فيروس كورونا.

نستنتج من الجدول رقم (21) أن أكثر الحاجات المشبعة لدى الطلبة عند تعرضهم للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي هي الحصول على المعلومات والأخبار حول الفيروس.

الجدول رقم (22): يبين درجة ثقة المبحوثين في صدق المعلومات التي يتحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
أثق بدرجة عالية	10	16.67%
أثق بدرجة متوسطة	32	55.33%
أثق بدرجة منخفضة	18	30%
المجموع	60	100%

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (22) والمتعلق بتوزيع المبحوثين حسب درجة ثقتهم في صدق المعلومات التي يتحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا إلى أن الفئة الغالبة من المبحوثين يتقون بدرجة متوسطة في صدق المضامين التي يتحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا وهذا بنسبة 55.33% ما يعادل 32 من عدد أفراد العينة، تليها الفئة التي تتق بدرجة منخفضة في صدق المعلومات التي يتحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا بنسبة 30% ما يعادل 18 من أفراد العينة، ثم تأتي الفئة التي تتق بدرجة عالية في صدق المعلومات التي يتحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا وهذا بنسبة 16.67% وهو ما يعادل 10 من المجموع الإجمالي للمبحوثين.

يمكن تفسير النتيجة المتحصل عليها من الجدول والمتمثلة في كون أغلبية الطلبة المبحوثين يتقنون في صدق المعلومات التي يتحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا بدرجة متوسطة، إلى طبيعة المعلومات التي تنتشرها مواقع التواصل الاجتماعي التي تتقل معلومات تحتمل الصدق والكذب، تبعا لمصادقية مصدر المعلومة المنشورة، لذلك وقع اختيار أغلب الطلبة على درجة ثقة متوسطة في صدق المعلومات المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا.

ومنه نستنتج من معطيات الجدول (22) أن أغلبية الطلبة يتقنون بدرجة متوسطة في صدق المعلومات التي يتحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا.

4- عرض وتحليل محور مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا

الجدول رقم (23): يبين مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع المبحوثين بأهمية اللقاح ضد فيروس كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
11.67%	07	ساهمت بشكل كبير
43.33%	26	ساهمت بشكل متوسط
45%	27	ساهمت بشكل ضعيف
100%	60	المجموع

تبين لنا الأرقام والنسب الواردة في الجدول رقم (23) توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم عن مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع المبحوثين بأهمية اللقاح ضد فيروس كورونا، حيث يرى 45% من أفراد العينة أنها ساهمت بشكل ضعيف، تليها نسبة 43.33% من المبحوثين يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل متوسط، ثم نسبة 11.67% بأنها ساهمت بشكل كبير.

يمكن تفسير المعطيات الواردة في الجدول أعلاه، في كون أن عملية التأثير والافئاع بأهمية تلقي اللقاح لا تقتصر فقط على نشر المعلومات، إنما تتطلب إستراتيجية اتصالية مدروسة لإحداث التأثير المطلوب، كما أن الإشاعات التي تروج عبر مواقع التواصل الإجتماعي حول خطورة اللقاح وأعراضه الجانبية يمكن أن تكون قد زعزعت ثقة الكثير من الطلبة اتجاه اللقاح، وهذا ما يفسر مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ضعيف في إقناع المبحوثين بأهمية اللقاح ضد فيروس كورونا.

نستنتج من خلال الجدول رقم (23) أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل ضعيف في إقناع الطلبة بأهمية اللقاح ضد فيروس كورونا.

الجدول رقم (24): يبين ما إذا ساهمت المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول نوعية اللقاحات في تغيير موقف الطلبة ايجابا نحو أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	08	%13.33
محايد	30	%50
معارض	22	%36.67
المجموع	60	%100

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (24) والمتعلقة بمساهمة المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول نوعية اللقاحات في تغيير موقف الطلبة ايجابا نحو أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا، حيث أعلى نسبة من أفراد العينة محايدون في إجاباتهم حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير موقفهم إيجابا نحو أهمية التلقيح بنسبة %50، يليها فئة الطلبة المبحوثين الذي يعارضون بنسبة %36.67، وفي الأخير المبحوثين الذين يوافقون بمساهمة المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول نوعية اللقاحات في تغيير موقفهم إيجابا نحو أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا بنسبة %13.33.

ويمكن تفسير كون أغلبية أفراد العينة كانوا محايدون في إجاباتهم حول تغيير مواقع التواصل الاجتماعي لموقفهم إيجابيا نحو أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا من خلال المعلومات المنشورة حول نوعية اللقاءات، أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل ضعيف في الإقناع بأهمية التلقيح حسب الجدول رقم (23)، وكون أغلبية أفراد العينة لم يقتنعوا بأهمية اللقاح، فتحتفظوا على الحياد.

من خلال الجدول رقم (24) نستنتج بأن طلبة جامعة جيجل محايدون في الإجابة على ما إذا ساهمت المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول نوعية اللقاءات في تغيير موقفهم إيجابيا نحو أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

الجدول رقم (25): يبين إذا ساهمت مداخلات الأطباء والمختصين في الصحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع الطلبة بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
20%	12	موافق
28.33%	17	محايد
51.67%	31	معارض
100%	60	المجموع

تشير المعطيات المبينة في الجدول رقم (25) المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب رأيهم في مساهمة مداخلات الأطباء والمختصين في الصحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إقناعهم بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا، إلى أن الفئة الغالبة من المبحوثين تعارض هذا الرأي وهذا بنسبة 51.67%، وهو ما يعادل 31 من أفراد العينة، بعدها تأتي الفئة المحايدة بنسبة 28.33% وهو ما يعادل 17 من أفراد العينة، ثم تأتي الفئة الموافقة بنسبة 20% وهو ما يعادل 12 من أفراد العينة.

يمكن تفسير معارضة أغلبية الطلبة للرأي القائل بأن مداخلات الأطباء والمختصين في الصحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في إقناعهم بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا، راجع إلى أن

الأغلبية من الطلبة المبحوثين ليس لهم الميول إلى متابعة مداخلات هؤلاء الأطباء والمختصين حول فيروس كورونا نتيجة استخدامهم لخطاب علمي يصعب لغير الدارسين في مجال الطب أو البيولوجيا من فهمه.

ومنه نستنتج من معطيات الجدول (25) أن أغلبية الطلبة معارضون للرأي القائل أن مداخلات الأطباء والمختصين في الصحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في إقناعهم بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

الجدول رقم (26): يبين إذا ساهمت الفيديوهات والصور المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول معاناة المرضى في الإقناع بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	16	26.67%
محايد	26	43.33%
معارض	18	30%
المجموع	60	100%

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (26) والمتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب اتجاههم نحو مساهمة الفيديوهات والصور المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول معاناة المرضى في إقناعهم بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا، حيث نلاحظ أن 43.33% من الطلبة جاء رأيهم محايدا حول هذا الطرح، ثم تليها نسبة 30% من المبحوثين يعارضون هذا الرأي، ليأتي في الأخير الطلبة الموافقون على مساهمة الفيديوهات والصور المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول معاناة المرضى في الإقناع بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا بنسبة 26.67%.

يمكن تفسير هذه النتيجة بكون المحايدين أعلى نسبة، وذلك بعدم الثقة الكاملة في تلك الصور والفيديوهات المنشورة حيث تكون مجهولة المصدر، وعدم المصادقية في نقل الصور والفيديوهات، وهو ما

يتوافق مع نتيجة الجدول رقم (23) باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل ضعيف في الافناع بأهمية التلقيح، وكون أغلبية أفراد العينة لم يقتنعوا بأهمية اللقاح، تحفظوا على الحياد، وهذا ما يبرر النتيجة المتوصل إليها.

نستنتج من خلال معطيات الجدول رقم (26) بأن معظم الطلبة محايدين في إجاباتهم حول الرأي القائل بمساهمة الفيديوهات والصور المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول معاناة المرضى في الافناع بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

الجدول رقم (27): يبين رأي المبحوثين إذا كان ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي من شهادات للأشخاص الذين تلقوا اللقاح قد أبعدهم مخاوفهم من مضاعفات اللقاح ضد فيروس كورونا وأعراضه الجانبية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	15	25%
محايد	19	31.67%
معارض	26	43.33%
المجموع	60	100%

يبين لنا الجدول رقم (27) توزيع أفراد العينة حسب إجاباتهم إذا كان ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي من شهادات للأشخاص الذين تلقوا اللقاح قد أبعدهم مخاوفهم من مضاعفات اللقاح ضد فيروس كورونا وأعراضه الجانبية، حيث نلاحظ ارتفاع نسبة المبحوثين الذين كانوا معارضين لهذا الطرح بنسبة 43.33%، تليه نسبة 31.67% ممن كان محايدا، ثم تليه نسبة 25% ممن كان موافقا.

يمكن تفسير المعطيات الواردة في الجدول أعلاه في كون أغلب الطلبة المبحوثين لم يتأثروا من شهادات الأشخاص الذين تلقوا اللقاح، ولم تبعد هذه الشهادات مخاوفهم من مضاعفات اللقاح ضد فيروس كورونا وأعراضه الجانبية، وهذا يرجع إلى وجود أشخاص رغم تلقيهم اللقاح أصابهم فيروس كورونا وهذا

ما يضعف ثقتهم حول فعاليات هذا اللقاح وسلامتها، وكذلك تأثرهم بشدة بما يتم تداوله في مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات مغلوبة حول هذه اللقاحات التي تثير قلق الأفراد حول مضاعفاتها وأعراضها الجانبية.

ومنه نستنتج من الجدول رقم (27) أن معظم الطلبة الجامعيين لم يتأثروا من شهادات الأشخاص الذين تلقوا اللقاح، ولم تبعد مخاوفهم من مضاعفات اللقاح ضد فيروس كورونا وأعراضه الجانبية.

الجدول رقم (28): يبين رأي المبحوثين حول إذا كان ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية التفاعل والتواصل ومناقشة موضوع التلقيح ضد فيروس كورونا قد ساهم في إقناعهم بضرورة التلقيح

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
موافق	10	16.67%
محايد	20	33.33%
معارض	30	50%
المجموع	60	100%

تشير المعطيات الكمية المبينة في الجدول رقم (28) والمتعلق بتوزيع المبحوثين حسب رأيهم فيما إذا كان ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية التفاعل والتواصل ومناقشة موضوع التلقيح ضد فيروس كورونا قد ساهم في إقناعهم بضرورة التلقيح، إلى أن الفئة الغالبة من الطلبة معارضين لهذا الرأي بنسبة 50% وهو ما يعادل 30 من العدد الإجمالي للمبحوثين، ثم تأتي الفئة المحايدة بنسبة 33.33% وهو ما يعادل 20 من أفراد العينة، ثم تأتي بعدها الفئة الموافقة وهذا بنسبة 16.67% وهو ما يعادل 10 من العدد الإجمالي للمبحوثين.

يمكن تفسير معارضة أغلبية الطلبة المبحوثين للرأي القائل بأن ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية التفاعل والتواصل ومناقشة موضوع التلقيح ضد فيروس كورونا قد ساهم في إقناعهم بضرورة التلقيح، راجع إلى كون فئة معتبرة من المبحوثين يكتفون بمتابعة ما ينشر فقط ولا

يتفاعلون مع المضامين المنشورة حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما بينته إجابات المبحوثين في الجدول رقم (20)، كما أن الطلبة الذين يميلون إلى التفاعل نجدهم لا يتفاعلون بالشكل الذي يؤدي بهم إلى الاقتناع بضرورة التلقيح ضد فيروس كورونا.

ومنه نستنتج من معطيات الجدول رقم (28) أن أغلبية المبحوثين يعارضون الطرح الذي يقول بأن ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية التفاعل والتواصل ومناقشة موضوع التلقيح ضد فيروس كورونا قد ساهم في إقناعهم بضرورة التلقيح.

الجدول رقم (29): يبين تقييم الطلبة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في إقناعهم بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دور ايجابي	19	31.67%
دور متوسط	13	21.67%
دور سلبي	28	46.66%
المجموع	60	100%

تبين الأرقام والنسب الواردة في الجدول رقم (29) المتعلق بتقييم الطلبة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في إقناعهم بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا، حيث جاء تقييم معظم أفراد العينة لدور مواقع التواصل الاجتماعي بالسلب، وهذا بنسبة 46.66% ما يعادل 28 من العدد الإجمالي للمبحوثين، ثم يليها الدور الايجابي بنسبة 31.67% ما يعادل 19 فرد من المبحوثين، وفي الأخير نسبة 21.67% من الطلبة أجابوا بالدور المتوسط لمواقع التواصل الاجتماعي في الإقناع بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا وهو ما يعادل 13 من العدد الإجمالي للمبحوثين.

يمكن تفسير معطيات الجدول أعلاه بأن معظم الطلبة يرون بأن لمواقع التواصل الاجتماعي دور سلبي في إقناعهم بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا، ويرجع هذا إلى انعدام المصداقية في

المضامين المقدمة وخاصة عند تلقيهم هذه المضامين من المستخدمين العاديين لمواقع التواصل الاجتماعي وليس من أهل الاختصاص، وأيضاً نشر الأخبار الكاذبة للتهويل والتضخيم والتخويف من فيروس كورونا، والأضرار التي يسببها اللقاح.

نستنتج من خلال بيانات الجدول رقم (29) بأن لمواقع التواصل الاجتماعي دور سلبي في إقناع الطلبة بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق ذكره في هذا الفصل التطبيقي للدراسة، من عرض للبيانات وتحليلها، تعرفنا على عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي، كما تبين لنا مدى تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واستطعنا أن نعرف مدى مساهمة هذه المواقع في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا، وكل ذلك بناء على إجابات المبحوثين على أسئلة الإستمارة الذي قمنا بتوزيعها عليهم.

❖ النتائج العامة للدراسة

من خلال النتائج المتحصل عليها من ميدان الدراسة بعد معالجتها وتحليلها، حول "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا"، توصلنا إلى مجموعة من النتائج، وهي:

- اتضح لنا أن غالبية الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة مكثفة منذ أزيد من 4 سنوات.
- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف الطلبة الباحثين هي الفيسبوك، حيث حاز هذا الموقع على أعلى نسبة استخدام، يليه انستغرام، ثم يوتيوب، وأخيرا تويتر.
- المدة الزمنية التي يقضيها أغلبية الطلبة الباحثين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي تتراوح ما بين ساعة إلى ثلاث ساعات في اليوم.
- أغلبية الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية.
- يعتمد أغلبية الباحثين على جهاز الهاتف الذكي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- إن غاية استخدام الطلبة الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي هي: متابعة الأخبار والمستجدات، تليها التسلية والترفيه، ثم الثقافة والتعليم، وأخيرا التعارف والتواصل.
- المواضيع التي تثير اهتمام الباحثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي المواضيع الاجتماعية بالدرجة الأولى.
- يتفاعل الطلبة الباحثين مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة.
- اتضح أن أغلبية الباحثين يتفاعلون مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق تسجيل الإعجاب بالمنشورات، ثم تليها التعليق على المنشورات.
- اتضح أن أغلبية الطلبة الباحثين أحيانا ما يتابعون المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- أن اللغة الفرنسية هي اللغة الأكثر استخداما من قبل أغلبية الطلبة المبحوثين في متابعة المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- أظهرت نتائج الدراسة أن دوافع التعرض للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للطلبة هي الدوافع المعرفية.
- تتمثل أكثر المضامين المتعلقة بفيروس كورونا التي يتعرض لها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي في: تطور الحالة الوبائية في العالم وفي الجزائر، تليها نصائح الأطباء والفاعلين حول التلقيح ضد الفيروس.
- يتفاعل الطلبة المبحوثين مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة.
- أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يفضلون الاكتفاء بمتابعة المنشورات المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي.
- أكثر الحاجات المشبعة لدى المبحوثين عند تعرضهم للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي هي: الحصول على كل المعلومات والأخبار حول الفيروس.
- لقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ضعيف في إقناع الطلبة المبحوثين بأهمية اللقاح ضد فيروس كورونا.
- أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة معارضون للرأي القائل أن مداخلات الأطباء والمختصين في الصحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في إقناعهم بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.
- أظهرت نتائج الدراسة بأن معظم الطلبة محايدون في اعطاء آرائهم حول مساهمة الفيديوهات والصور المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول معاناة المرضى في الإقناع بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

- معظم الطلبة الجامعيين لم يتأثروا من شهادات الأشخاص الذين تلقوا اللقاح، ولم تبعد مخاوفهم من مضاعفات اللقاح ضد فيروس كورونا وأعراضه الجانبية.
- أغلبية الباحثين يعارضون الطرح الذي يقول بأن ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية التفاعل والتواصل ومناقشة موضوع التلقيح ضد فيروس كورونا قد ساهم في إقناعهم بضرورة التلقيح.
- كشفت نتائج الدراسة بأن لمواقع التواصل الاجتماعي دور سلبي في إقناع الطلبة بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا.

❖ إقتراحات الدراسة

- من خلال ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج، يمكننا تقديم الاقتراحات التالية:
- ضرورة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي، وعدم النظر إليها باعتبارها مواقع للتعارف والتسلية.
 - يجب استغلال مواقع التواصل الاجتماعي بشكل صحيح وفي أمور إيجابية باعتبارها ركيزة أساسية يركز عليها الأفراد في حياتهم اليومية، بغرض زيادة الوعي وحثهم على ضرورة التلقيح ضد فيروس كورونا، باعتباره الحل الأنسب للخروج من هذه الجائحة والعودة إلى الحياة الطبيعية.
 - حث الطالب الباحث بضرورة الإطلاع على المواقع الرسمية لضمان الوصول إلى المعلومات والأخبار الصحيحة حول فيروس كورونا وكذلك اللقاحات وإزالة الخوف المتعلق حول هذه الأخيرة.
 - ضرورة إتخاذ الإجراءات القانونية للحد من انتشار المعلومات والأخبار المفبركة والخاطئة حول فيروس كورونا واللقاحات في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تسبب القلق النفسي لدى الأفراد.
 - حث مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل والمشاركة بمضامين فعالة حول ضرورة التلقيح ضد فيروس كورونا، لبناء وتوسيع قاعدة معرفية صحية وكذلك الخروج من هذه الجائحة.
 - العمل على ابتكار أساليب جديدة في طرح لقاح كورونا بشكل يجذب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي وإحداث التأثير المرغوب.

الخاتمة

الخاتمة

جاءت هذه الدراسة كمحاولة لمعرفة إحدى أدوار مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتفويض ضد فيروس كورونا، انطلاقاً من أهمية هذه المواقع الاجتماعية التي وجدت إقبالاً كبيراً من جميع فئات المجتمع بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة، بالإضافة إلى قدرتها على التأثير عليهم كونها أصبحت تحتل مكانة مميزة في حياتهم اليومية لما تتيحه من خدمات عديدة ومتنوعة، خاصة دورها في نقل المعلومات والأخبار في كافة جوانب الحياة.

لقد ركزنا في دراستنا على محاولة معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية خاصة مع انتشار فيروس كورونا المستجد، والدور الذي لعبته في التوعية الصحية من خلال التعريف بالوباء، وتفسير أسباب انتشاره، وشرح مخاطره وتوجيه الأفراد في المجتمع بالطرق الصحيحة لتفادي الإصابة بالفيروس والحصول على كل المعلومات والأخبار حول الفيروس، وباعتبار أن أكثر الدوافع التي تدفع الطلبة للتعرض إلى المضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي هي دوافع معرفية فإن أكثر ما يبتغي الطلبة معرفته هو آخر المستجدات والأخبار حول فيروس كورونا، فالطلبة الجامعيين يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي من أجل معرفة أحدث تقارير الحالة الوبائية للفيروس في العالم وفي الجزائر من عدد الإصابات والوفيات والمتعافون، كذلك أكثر المناطق المتضررة والأشخاص الأكثر تضرراً، وأيضا معرفة مدى خطورة الوضع الوبائي في العالم وفي الجزائر.

مع ازدياد الحاجة الماسة نحو التوعية الصحية والرغبة الملحة في إيجاد طرق العلاج من فيروس كورونا، قامت مختلف دول العالم بتسخير جهود العلماء والعمل على توفير كل الإمكانيات الضرورية لإيجاد لقاح فعال ضد فيروس كورونا، وبعد إيجاد اللقاح استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي بفضل خصائصها أن تفرض نفسها كوسيط اتصالي فعال له تأثير على المتلقي ودور في توعية الأفراد ودفعهم لتلقي اللقاح ضد فيروس كورونا لحماية أنفسهم واكتسابهم المناعة الضرورية في مختلف أنحاء العالم، وفي محاولة منا للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الطلبة الجامعيين وإقناعهم بأهمية التفويض، فقد توصلنا إلى جملة من النتائج تبين في مجملها الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لتلقي اللقاح ضد فيروس كورونا بالنسبة لطلبة جامعة جيجل هو دور سلبي، ويرجع هذا إلى انعدام المصادقية في المضامين المقدمة وخاصة عند تلقيهم هذه المضامين من المستخدمين العاديين لمواقع التواصل الاجتماعي وليس من أهل الاختصاص، وأيضا نشر الأخبار

الكاذبة للتهويل والتضخيم والتخويف من فيروس كورونا، وتأثرهم بشدة بما يتم تداوله في مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات مغلوطة حول هذه اللقاحات التي تثير قلق الأفراد حول مضاعفاتها وأعراضها الجانبية، حيث توصلنا إلى أن الطلبة المبحوثين ليس لهم الميول إلى متابعة مداخلات الأطباء والمختصين حول فيروس كورونا نتيجة استخدامهم لخطاب علمي يصعب لغير الدارسين في مجال الطب أو البيولوجيا من فهمه، فعملية التأثير والإقناع بأهمية تلقي اللقاح لا تقتصر فقط على نشر المعلومات، إنما تتطلب إستراتيجية اتصالية مدروسة لإحداث التأثير المطلوب، كما أن الإشاعات التي تروج عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول خطورة اللقاح وأعراضه الجانبية يمكن أن تكون قد زعزعت ثقة الكثير من الطلبة اتجاه اللقاح، وهذا ما يفسر مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ضعيف في إقناع المبحوثين بأهمية اللقاح ضد فيروس كورونا.

وفي الأخير يمكننا القول أن هذه الدراسة تعتبر حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس كورونا المستجد، والتي من شأنها أن تفتح المجال أمام باحثين آخرين للتعمق أكثر في الموضوع والبحث في زوايا وجوانب أخرى لم تتناولها دراستنا.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب:

1. إبراهيم انتصار، الساموك صمد حسام: الاعلام الجديد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد، 2010.
2. أبو معلي سميح، سلامة عبد الحافظ: علم النفس الاجتماعي، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2002.
3. أمين رضا: الإعلام الجديد، دار الفجر، مصر، 2012.
4. البدهي محي الدين اسماعيل محمد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 2015.
5. بن کران سلمان بكر: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار الراية، عمان، 2015.
6. بن مرسلی أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
7. بوحوش عمار، الديات محمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق اعادة البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
8. جزار لیلی أحمد: الفايستبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012.
9. الجوهري محمد وآخرون: علم الاجتماع ودراسة الاعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1992.
10. الحسن إحسان محمد: النظريات الاجتماعية المتقدمة، ط2، دار وائل، عمان، 2010.
11. الحنفاوي محمد: الصحافة والتوعية الصحية، دار العلم والايمان، مصر، 2014.
12. الدليمي عبد الرزاق: الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، الأردن، 2011.
13. الدليمي عبد الرزاق: صناعة الإعلام المعاصر، دار اليازوري العلمية، عمان، 2015.
14. الدليمي عثمان محمد: مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، دار غيداء، عمان، الأردن، 2020.
15. راضي محمد فخري: دور الاعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، دار مجد، الاردن، 2004.

16. الرحباني شقيق عبير: الاستعمار الالكتروني، دار أسامة، الأردن، 2019.
17. رباب رابح، كزيز أمال: جائزة كوفيد19 (كورونا) دراسة سوسيولوجية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، مارس، 2021.
18. زرواتي رشيد: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية اسس علمية وتدريبية، دار الكتاب الحديث، مصر، 2004.
19. سبعون سعيد، جرادي حفصة: الدليل المنهجي في إعداد المذكرة والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبية، الجزائر، 2012.
20. سلاطنية بلقاسم، الجيلالي حسان: محاضرات في المنهج والبحث العلمي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.
21. سلامة بهاء الدين: الجوانب الصحية في التربية الرياضية، المكتبة الفيصلية، مكة المكرمة، السعودية، 1991.
22. السيد شمس الدين جهاد: مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الاعلام الجديدة، دار الحامد، الأردن، 2019.
23. الشاعر عبد الرحمن بن ابراهيم: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء، عمان، 2015.
24. شروح صلاح: منهجية البحث العلمي، دار العلوم، عنابة، الجزائر، 2003.
25. شعبان خيضر: مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 2001.
26. شقرة علي خليل: الاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، 2014.
27. الشمالية عودة ماهر وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، الأردن، 2015.
28. الشمالية ماهر عودة: تكنولوجيا الاعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي، الأردن، 2015.
29. الصادق عباس مصطفى: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشرق، الأردن، 2008.

30. الصاعدي السلطان مسفر مبارك: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، شبكة الالوكة، المملكة العربية السعودية، 2010.
31. صقيمي حسين محمود: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، 2015.
32. العابد حسن عبد الله: أثر العولمة في الثقافة العربية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2004.
33. العباد أيمن بن ناصر بن حمد: المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دراسة مقارنة، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، السعودية، 2015.
34. عبد الأمير فيصل: دراسات في الاعلام الالكتروني، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2014.
35. عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، علم الكتب، مصر، 2000.
36. عبد الحميد محمد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000.
37. عبد العليم يعقوب موسى: الاعلام الجديد والجريمة الالكترونية، الدار العلمية، مصر، 2012.
38. عبد الله مي: الاتصال والديموقراطية، دار النهضة العربية، لبنان، 2005.
39. العريشي جبريل بن حسين، الدوسري سلمى بنت عبد الرحمن: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية، الاردن، 2015.
40. عفيفي علاء الدين محمد: الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، مصر، 2018.
41. عليان مصطفى ربحي، غنيم عثمان محمد: أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط 2، دار صفاء، عمان، 2008.
42. العلي صالح: مهارات التواصل الاجتماعي اسس ومفاهيم وقيم، دار ومكتبة الحامد، عمان، الأردن، 2015، ص 125.
43. عيشور سعيد نادية: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس اكيل الجبل، قسنطينة، الجزائر، 2017.

44. غسان خالد، المقدادي يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش، الأردن، 2013.
45. قنديليني عامر ابراهيم: الاعلام الالكتروني، دار المسيرة، الأردن، 2015.
46. قنواي محمد هدى: الطفل تنشئته وحاجاته، مكتبة الانجلوالمصرية، مصر، 2004.
47. اللبان درويش شريف: مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت، دار العلم العربي، القاهرة، مصر، 2011.
48. ليفنسون بول: أحدث وسائل الاعلام الجديدة، دار الفجر، مصر، 2015.
49. مبارك وائل، فضل الله خضر: أثر الفايسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، السودان، 2010.
50. محيرف عيمر مبروكة: الدليل الشامل في البحث العلمي، مجموعة النيل العربية، مصر، 2008.
51. المغربي محمد كامل: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة، الأردن، 2009.
52. المقدادي خالد غسان: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش، الأردن، 2013.
53. مقلوق إقبال إبراهيم: الحمل الاجتماعي في مجال الرعاية الطبية اتجاهات نظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1991.
54. مكايي حسن عماد، السيد ليلي حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2006.
55. نجم طه عبد العاطي: الإعلام والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2013.
56. هنيمي حسين محمود: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعية، دار أسامة، الأردن، 2015.
57. الهمالي عامر عبد الله: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، جامعة قاريونس، ليبيا، 2003.
- ثانيا: المعاجم والقواميس :
58. ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، المجلد 06، الجزء 46، 2007.

ثالثا: المجلات:

59. بن عيشوش عمر، بوسرسوب حسان: "دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد19"، **مجلة التمكين الاجتماعي**، جامعة عمار تليجي، الاغواط، الجزائر، المجلد 02، العدد 02، جوان 2022.
60. بوجاجة ندى: "وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة"، **المجلة العربية للأرشيف وتوثيق المعلومات**، عدد 46، ديسمبر، 2019.
61. حمدوش رياض، دعاس أحمد: "وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الرأي العالمي في الحد من انتشار وباء كورونا"، **المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام**، الجزائر، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020.
62. دهيمي زينب: "مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك"، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، المجلد 19، العدد 26، 2012.
63. راضي زاهد: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، **مجلة التربية**، جامعة عمان الأهلية، الأردن، المجلد 02، العدد 15، 2003.
64. زغود بلقاسم، سعدي وحيدة: "الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب"، **مجلة الأفاق للعلوم**، جامعة الحلفة، ج01، العدد 08، جوان 2017.
65. شبري محمد: "النشر الإلكتروني ودوره في توعية المواطن للتفكير ضد فيروس كورونا كوفيد 19" **الجزائر نموذجاً**، **المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي**، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، المجلد 08، العدد 04، 2021.
66. الشрман عدیل احمد: "دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية وباء فيروس كورونا نموذجاً"، **المجلة العربية للدراسات الأمنية**، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الأردن، المجلد 36، العدد 02، جويلية 2020.
67. الفرّم خالد فيصل: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية"، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، العدد 14.

68. كيم سمير، كواشي هبة: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين دراسة تحليلية لبعض المجموعات الفيسبوكية"، *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*، جامعة باتنة 01، الجزائر، المجلد 21، العدد 02، ديسمبر 2020.
69. مجاهد حنان: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملة الانتخابية"، *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، المجلد 03، العدد 01، 2016.
70. مجاهدي الطاهر، بوعايدة يمينة: "درجة الايمان على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالنسق القيمي، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعتي البرج والمسيلة"، *مجلة الادب والعلوم الاجتماعية*، الجزائر، المجلد 12، العدد 01.
71. المعبي سعد عبده جهان: "أطر معالجة مواقع الصحف الالكترونية والمواقع الاخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (covid19) دراسة تحليلية"، *مجلة البحوث الاعلامية*، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر، ج 05، عدد 54، جوان 2020.
72. مقيمي ريمة: "مدى تأثير فيروس كورونا المستجد على مبدأ استمرارية المرفق العام في الجزائر"، *مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية*، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، الجزء 01، جانفي، 2021.
73. ملاك سلوى، زايد رابح: "واقع تطبيق نظام الصيرفة الاسلامية في الجزائر في ظل جائحة كوفيد 19"، *مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية*، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، الجزء 01، جانفي، 2021.
74. ملكاوي عيسى حنان: "جائحة كورونا كوفيد 19 وتداعياتها على أهداف التنمية المستدامة 2030"، *نشرية الالكسو العلمية نشرية متخصصة*، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، العدد 02، يونيو 2020.
75. منظمة الصحة العالمية يونيسيف لكل طفل: تفعيل المشاركة المجتمعية لصالح لقاءات كوفيد 19، *ارشادات مبدئية*، 31 ديسمبر، 2021.
76. ميلود مراد، صادقي فوزية: "مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر"، *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، جامعة قسنطينة 03، الجزائر، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020.

77. نوار شهرزاد، قير كلثوم: "الثقافة الصحية والوعي الصحي: قراءة في المفهوم والدلالة"، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 02، العدد 02، جوان، 2020.

رابعاً: المواقع الإلكترونية:

78. من الموقع: <https://www.dw.com/ar>، بتاريخ: 09/05/2022، على الساعة 20:30h.
79. من الموقع: france24.com/Ar/، بتاريخ: 09/05/2022، على الساعة 15h:16.
80. منظمة الصحة العالمية: من الموقع <https://www.unicef.org/mena/ar>، بتاريخ: 2022/05/05، على الساعة 16h:12.
81. منظمة الصحة العالمية: من الموقع: <https://www.com.who-int/ar>، بتاريخ: 2022/05/06، على الساعة 12h:16.
82. من الموقع: <https://www.unicef.org/mena/ar> لقاح-فيروس-كورونا-كوفيد-19، بتاريخ: 06/05/2022، على الساعة 35h:15.
83. من الموقع: <https://www.mayoclinic.org/ar/diseaser-condition/couronaVairuss>، بتاريخ: 06/05/2022، على الساعة 16h:01.
84. منظمة الصحة العالمية: من الموقع: <https://www.who.int/ar/news/item/20-10-1442-who-validates-sinovac-covid19vaccine>، بتاريخ: 2022/05/06، على الساعة 16:03h.
85. من الموقع: <https://www.abraby.co.uk/society>، بتاريخ: 13/04/2022، على الساعة 16:45h.
86. من الموقع: <https://www.independentarabia.com/node/292996/> صحة/الامتناع-عن-التلقيح-في-الجزائر-يضعف-المخاوف-من-موجة-رابعة-لكورونا، بتاريخ: 16/04/2022، على الساعة 14:32h.
87. من الموقع: <https://www.independentarabia.com/node/292996/>، بتاريخ: 16/04/2022، على الساعة 14:32h.

88. من الموقع: <https://www1.wdr.de/radio/cosmo/programm/refugee->

[radio/arabisch/news-arabisch-15338.html](https://www1.wdr.de/radio/arabisch/news-arabisch-15338.html)، بتاريخ: 2022/05/15، على

الساعة: 24h: 11.

الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



استبيان بحث بعنوان:

دور مواقع التواصل الإجتماعي في التوعية الصحية للتلقيح ضد فيروس
كورونا

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

بجامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال

تخصص: السمي البصري

إشراف الأستاذ

- نبيل خيرى

إعداد الطالبات:

- ريم أفر

- سلمى منيع

- عبير كمال

ملاحظة:

إن معلومات هذه الإستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي لذا نرجو منكم المساعدة في الإجابة بكل موضوعية.

ضع علامة (X) في الخانة المناسبة مع إكمال الفراغات.

السنة الجامعية 2022/2021

المحور الأول: البيانات العامة

4- الجنس:

ذكر أنثى

4- السن:

أقل من 20 سنة من 20 إلى 25 سنة أزيد من 25 سنة

4- المستوى الدراسي:

ليسانس ماجستير دكتوراه

4- المستوى الإقتصادي:

منخفض متوسط مرتفع

4- الموقع السكني:

حضري شبه حضري ريفي

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي

4- منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنتين من سنتين إلى 4 سنوات أزيد من 4 سنوات

4- ما هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

فيسبوك تويتر انستغرام يوتيوب

أخرى تذكر:

4- ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات أكثر من 3 ساعات

4- ما هي الفترة المفضلة لديك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

صباحا مساء ليلا

4- ما هو الجهاز المفضل لديك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

الهاتف الذكي اللوح الإلكتروني جهاز الحاسوب

4- ما هي الغاية من استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

لمتابعة الأخبار والمستجدات للثقافة والتعليم

للتعارف والتواصل للتسلية والترفيه

أخرى تذكر:

12- ما هي أهم المواضيع التي تثير اهتمامك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

اجتماعية ثقافية سياسية

صحية رياضية ترفيهية

أخرى تذكر:

13- ما هي درجة تفاعلك مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي؟

كبيرة متوسطة منخفضة

14- كيف تتفاعل مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي؟

تسجيل الإعجاب بالمنشورات مشاركة المنشورات

التعليق على المنشورات الاكتفاء بالمتابعة فقط

المحور الثالث: مدى تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا
عبر مواقع التواصل الاجتماعي

15- ما مدى متابعتك للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

دائما أحيانا نادرا

16- ما هي اللغات التي تستخدمها في متابعتك للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

اللغة العربية اللغة الفرنسية اللغة الانجليزية

17- ما هي دوافع تعرضك للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي؟

دوافع معرفية دوافع نفسية دوافع اجتماعية

أخرى تذكر:

18- ما طبيعة المضامين المتعلقة بفيروس كورونا التي تتعرض لها في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- تطور الحالة الوبائية في العالم وفي الجزائر

- معلومات حول طبيعة الفيروس ومتحوراته

- حملات التوعية للوقاية من فيروس كورونا

- نصائح الأطباء والفاعلين حول التلقيح ضد الفيروس

- التعرف على الإجراءات المتخذة من طرف السلطات

أخرى تذكر:

19- ما هي درجة تفاعلك مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا في مواقع التواصل

الاجتماعي؟

درجة عالية درجة متوسطة درجة منخفضة

20- كيف تتفاعل مع المنشورات المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي؟

.....
.....
.....
.....

21- ما هي أكثر الحاجات المشبعة لديك من تعرضك للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في

مواقع التواصل الاجتماعي؟

- الحصول على كل المعلومات والأخبار حول الفيروس

- المشاركة في حملات التوعية عبر الصفحات والمجموعات

- المحافظة على العلاقات الاجتماعية أثناء الحجر الصحي

- التواصل مع المختصين واستشارتهم حول الفيروس

- التخفيف من حالات التوتر والقلق النفسي

أخرى تذكر:

22- ما درجة ثقتك في صدق المعلومات التي تحصل عليها من وسائل التواصل الاجتماعي

حول فيروس كورونا؟

أثق بدرجة عالية أثق بدرجة متوسطة أثق بدرجة منخفضة

المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية

التلقيح ضد فيروس كورونا

23- إلى أي مدى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إقناعك بأهمية اللقاح ضد فيروس كورونا؟

ساهمت بشكل كبير ساهمت بشكل متوسط ساهمت بشكل ضعيف

24- ترى أن المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول نوعية اللقاحات ساهمت في تغيير موقفك إيجاباً نحو أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا؟

موافق محايد معارض

25- ترى أن مداخلات الأطباء والمختصين في الصحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أقتنعك بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا؟

موافق محايد معارض

26- ترى أن الفيديوهات والصور المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول معاناة المرضى ساهمت في إقناعك بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا؟

موافق محايد معارض

27- ترى أن ما تم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي من شهادات للأشخاص الذين تلقوا اللقاح قد أبعثت مخاوفك من مضاعفات اللقاح ضد فيروس كورونا وأعراضه الجانبية؟

موافق محايد معارض

28- ترى أن ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية التفاعل، التواصل ومناقشة موضوع التلقيح ضد فيروس كورونا قد ساهم في إقناعك بضرورة التلقيح؟

موافق محايد معارض

29- ما هو تقييمك لدور مواقع التواصل الاجتماعي في إقناعك بأهمية التلقيح ضد فيروس

كورونا؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

————— شكرا مسبقا على تعاونكم معنا —————

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
82	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	01
83	توزيع المبحوثين حسب متغير السن	02
84	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي	03
85	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الاقتصادي	04
86	توزيع المبحوثين حسب متغير الموقع السكني	05
87	المدة التي بدأ فيها الطلبة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	06
88	مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين	07
89	المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	08
90	الفترة المفضلة لدى المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	09
91	الجهاز المفضل لدى المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	10
92	الغاية من استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	11
93	أهم المواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي	12
94	درجة تفاعل المبحوثين مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي	13
95	كيفية تفاعل المبحوثين مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي	14
96	مدى متابعة المبحوثين للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي	15
97	اللغات التي يستخدمها المبحوثين في متابعة المضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي	16
98	دوافع تعرض المبحوثين للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي	17
99	طبيعة المضامين المتعلقة بفيروس كورونا التي يتعرض لها المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي	18
100	درجة تفاعل المبحوثين مع المضامين المنشورة عن فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي	19
101	كيفية تفاعل المبحوثين مع المنشورات المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي	20
102	أكثر الحاجات المشبعة لدى المبحوثين من تعرضهم للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي	21

103	22	درجة ثقة الباحثين في صدق المعلومات التي يتحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا
104	23	مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع الباحثين بأهمية اللقاح ضد فيروس كورونا
105	24	يبين ما إذا ساهمت المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول نوعية اللقاحات في تغيير موقف الباحثين إيجاباً نحو أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا
106	25	يبين ما إذا لعبت مداخلات الأطباء والمختصين في الصحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي دوراً في إقناع الباحثين بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا
107	26	يبين مدى مساهمة الفيديوهات والصور المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول معاناة المرضى في إقناع الباحثين بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا
108	27	يبين ما تم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي من شهادات للأشخاص الذين تلقوا اللقاح قد أبعدت مخاوف الباحثين من مضاعفات اللقاح ضد فيروس كورونا وأعراضه الجانبية
109	28	يبين إذا كان ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية التفاعل، التواصل ومناقشة موضوع التلقيح ضد فيروس كورونا قد ساهم في إقناع الباحثين بضرورة التلقيح
110	29	تقييم الباحثين لدور مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع الطالب الجامعي بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	البسمة
	إهداء
	ملخص الدراسة
	خطة الدراسة
أ_ب_ج	مقدمة
الجانب المنهجي	
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
06	تمهيد
07	1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
10	2-أسباب اختيار موضوع الدراسة
10	1-2- الاسباب الذاتية
10	2-2- الاسباب الموضوعية
11	3-أهداف الدراسة
11	4-أهمية الدراسة
12	5-حدود الدراسة
12	5-1- الحدود المكانية
12	5-2- الحدود البشرية
12	5-3- الحدود الزمانية
13	6- منهج الدراسة
14	7- مجتمع البحث وعينة الدراسة
14	7-1- مجتمع البحث
15	7-2- عينة الدراسة
16	8- أدوات جمع البيانات
17	9- تحديد مفاهيم الدراسة
18	9-1- الدور
19	9-2- مواقع التواصل الاجتماعي
20	9-3- الوعي الصحي

20	9-4- فيروس كورونا
21	10-الدراسات السابقة والمثابفة
21	10-1- الدراسة الاولى
23	10-2- الدراسة الثانية
25	10-3- الدراسة الثالثة
26	10-4- الدراسة الرابعة
28	10-5- الدراسة الخامسة
30	11-المقاربة النظرية للدراسة
33	خلاصة الفصل
الجانب النظري	
الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية الصحية	
36	تمهيد
37	1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
38	2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
40	3- خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
40	3-1- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
41	3-2- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي
42	4- أبرز تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي
42	4-1- الفايسبوك
45	4-2- اليوتيوب
46	4-3- تويتر
48	4-5- الانسغرام
49	5- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
50	6- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي
53	7- ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
53	7-1- ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
54	7-2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
55	8- دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية

57	9-أثر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كوفيد19
59	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: التوعية الصحية والتلقيح ضد فيروس كورونا المستجد	
61	تمهيد
62	1-الوعي الصحي وأهدافه في المجتمع
62	1-1- تعريف الوعي الصحي
63	1-2- أهداف الوعي الصحي
64	2-أهمية التوعية الصحية من فيروس كورونا
65	3-أسباب ظهور وانتشار فيروس كورونا في العالم
66	4-انتشار فيروس كورونا في الجزائر
67	5-أعراض الإصابة بفيروس كورونا
69	6-طرق الوقاية من فيروس كورونا
70	7-أهمية التلقيح ضد فيروس كورونا وأنواع اللقاحات المعتمدة
74	8-التلقيح ضد فيروس كورونا في الجزائر
75	9- دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية للتلقيح ضد فيروس كورونا
78	خلاصة الفصل
الجانب التطبيقي	
الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية	
81	تمهيد
82	1-عرض وتحليل بيانات المحور الأول: البيانات العامة.
87	2- عرض وتحليل بيانات المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة جيجل لمواقع التواصل الاجتماعي.
96	3- عرض وتحليل بيانات المحور الثالث: مدى تعرض طلبة جامعة جيجل للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي
104	4- عرض وتحليل بيانات المحور الرابع: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في إقناع طلبة جامعة جيجل بأهمية التلقيح ضد فيروس كورونا
112	خلاصة الفصل

113	- النتائج العامة للدراسة
115	- اقتراحات الدراسة
117	الخاتمة
120	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	قائمة الجداول
	فهرس المحتويات