

الفايسبوك والتوعية الصحية في ظل جائحة كورونا – دراسة تحليلية-

## Facebook and health awareness in light of the Corona pandemic - an analytical study –

د. زينة جدعون<sup>1</sup>، د. غالية غضبان<sup>2</sup>

<sup>1</sup>جامعة خنشلة (الجزائر)، djadoaun.zina@yahoo.com

<sup>2</sup>جامعة خنشلة (الجزائر)، ghalia.ghodbane@yahoo.com

تاريخ الاستلام: 2022/04/22 تاريخ القبول: 2022/05/28 تاريخ النشر: 2022/06/27

Doi: 10.21608/skje.2022.246437

مستخلص البحث

خلصت هذه الدراسة والموسومة بـ "الفايسبوك والتوعية الصحية في ظل جائحة كورونا – دراسة تحليلية- لصفحة وزارة الصحة الجزائرية الرسمية-" وهي عبارة عن دراسة تحليلية للحساب الرسمي لوزارة الصحة الجزائرية في موقع الفاييسبوك، حيث تم التعرف على مساهمة هذه الأخيرة في تنمية التوعية الصحية في ظل جائحة كورونا وذلك من خلال التركيز على مؤشرات تقيس التوعية الصحية –نظر الباحثان- وقد توصلت الباحثان إلى عدة نتائج من خلال هذه الدراسة أهمها تتعدد الموضوعات المتعلقة بالتوعية الصحية التي تنشرها وزارة الصحة الجزائرية وتمحورت أغلبها حول "تقارير عن حصيلة كورونا في الجزائر" و"حملات التلقيح ضد فيروس كورونا (covid 19).

يتفاعل الجمهور المتابع لهذه الصفحة بعدة أشكال منها التعليقات والمشاركات وأهمها ردود الفعل والمتمثلة بالأساس في الإعجاب بهذه المنشورات والتفاعل معها من خلال ما أتاحتها هذه المواقع ومنها الأيقونات.

تستهدف منشورات الصفحة عينة الدراسة كل أفراد المجتمع بمختلف شرائحه وفئات ممثلا في الجمهور العام.

الكلمات المفتاحية : مواقع التواصل الاجتماعي، الفاييسبوك، التوعية الصحية، فيروس كورونا.

**Abstract:**

This study, tagged with "Facebook and health awareness in light of the Corona pandemic - an analytical study - of the official Algerian Ministry of Health page -", is an analytical study of the official account of the Algerian Ministry of Health on the Facebook website, where the contribution of the latter to the development of health awareness in In light of the Corona pandemic, by focusing on indicators that measure health awareness - in the opinion of the two researchers - the researchers reached several results through this study, the most important of which are:

There are many topics related to health awareness published by the Algerian Ministry of Health, most of which centered around "reports on the outcome of Corona in Algeria" and "vaccination campaigns against the Corona virus (covid 19).

The audience following this page interacts in several forms, including comments and posts, the most important of which is reactions, which are mainly represented by admiring these publications and interacting with them through what these sites have provided, including icons

**Keywords:** social networking sites, Facebook, health awareness, Corona virus.

مقدمة:

تعد التوعية الصحية من الأهداف التي تسعى مختلف المجتمعات إلى تحقيقها، خاصة أثناء انتشار الأمراض والأوبئة والفيروسات، مثل فيروس كورونا corona virus المعروف بـ COVID-19، الذي اجتاح العالم منذ سنة ٢٠١٩، والذي وقد وصل الجزائر مع بداية عام ٢٠٢٠ على غرار الكثير من الدول وخصوصا الدول العربية، حيث سارعت مختلف وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والحديثة إلى نشر حملات التوعية الصحية من أجل إحاطة الجمهور بكل المعلومات والمستجدات حول هذا الفيروس وكذا كيفية الوقاية منه وتحفيزهم على اتخاذ التدابير الوقائية اللازمة للحد من انتشار فيروس كورونا.

تعاطم دور وسائل الإعلام الجديد في الآونة الأخيرة، فلم تعد تقتصر على كونها نافذة للتواصل بين الأفراد فقط، وإنما باتت تشكل أهم أدوات التأثير في صناعة الرأي العام وتشكيله وتنشئة المواطنين وثقيفهم صحيا. وقد تعددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته وهي تزداد تنوعا ونموا وتداخلت مع مرور الوقت، وقد استغل القائمون على التوعية الصحية الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات وزيادة الوعي والمعرفة لدى المواطنين من مخاطر فيروس كورونا الذي شهد انتشارا واسعا ورهيبا في جميع أنحاء العالم

## ٢. مشكلة الدراسة

يلعب الفايسبوك دورا أساسيا في تسهيل عملية التواصل بين الناس، وانطلاقا من هذا واستنادا لملاحظة الباحثين بأن الفايسبوك، إضافة لدوره في الاتصال والتواصل بين الأفراد والمجتمع أصبح يستخدم أيضا للتوجيه والإرشاد والتوعية وطرح بعض القضايا المختلفة... فلقد اتجه مؤخرا بعض الأشخاص وكذا المؤسسات لتخصيص صفحات معينة عبر "الفايسبوك" لطرح أفكار ومناقشة هذه القضايا كل حسب توجهه ومجال اهتمامه ومن بين الصفحات التي لاحظنا وجودها وتفاعل المستخدمين معها صفحات توعوية من فيروس كورونا

ومن هذا المنطلق جاءت الفكرة لإعداد هذه الورقة العلمية والموسومة بـ: "الفايسبوك والتوعية الصحية في ظل جائحة كورونا - دراسة تحليلية" وذلك من أجل لتسليط الضوء على الدور الذي يلعبه الفايسبوك في نشر التوعية الصحية عبر مختلف الصفحات، لذا جاء التساؤل الرئيسي الآتي ما هو دور الفايسبوك في نشر التوعية الصحية في ظل جائحة كورونا (COVID-19)؟

وينبثق عن التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية نذكرها:  
أسئلة كيف قيل؟

⇒ ما طبيعة المادة المنشورة المستخدمة في صفحة وزارة الصحة الجزائرية محل الدراسة؟

⇒ ما هي اللغة المستخدمة في الصفحة محل الدراسة؟

### أسئلة ماذا قيل؟

- ⇒ ما هي أنواع المواضيع المطروحة على الصفحة محل الدراسة الخاصة بالتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا؟
- ⇒ من هو الجمهور المستهدف من مضامين الصفحة محل الدراسة؟
- ⇒ ما هي الإستimalات المعتمدة من قبل الصفحة محل الدراسة؟

### ٣. أهمية الدراسة

تكمن أهمية موضوع الدراسة بإبراز القيمة الحقيقية المرجوة من دراسته، وجدوى طرح المشكلة وصياغتها وبيان الاسهام العلمي والعملية للبحث في هذا الموضوع. ان اشكالية هذه الورقة البحثية والمتمحورة حول دور الفاييس بوك في نشر التوعية الصحية في ظل جائحة كورونا (COVID-19) تستمد أهميتها في كونها تتناول موضوعا مهما وهو الإعلام الصحي ودوره التوعوي بالقضايا والمشكلات الصحية، فهذا الموضوع أصبح يطرح نفسه بإلحاح في السنوات الأخيرة مع الانتشار الواسع للأمراض والأوبئة، وخاصة فيروس كورونا، الذي صنف كجائحة نظرا لدرجة وخطورة انتشاره في شتى أنحاء العالم مما استدعى مكافحته والتوعية من مخاطره مسؤولية جميع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وعلى رأسها الفاييسبوك

### ٤. أهداف الدراسة

تختلف الأهداف باختلاف طبيعة الدراسة وموضوعها، حيث نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي لهذه الورقة البحثية والمتمثل في معرفة الدور الذي تلعبه الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع الفاييسبوك للتوعية من مخاطر فيروس كورونا وهو الهدف العام للدراسة، ويمكن تجزئة هذا الهدف إلى

- معرفة طبيعة المادة المنشورة المستخدمة في صفحة وزارة الصحة الجزائرية محل الدراسة.
- التعرف على اللغة المستخدمة في الصفحة محل الدراسة.
- الكشف عن أنواع المواضيع المطروحة على الصفحة محل الدراسة الخاصة بالتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا
- معرفة الجمهور المستهدف من مضامين الصفحة محل الدراسة

• التعرف على أنواع الإستمارات المعتمدة من قبل الصفحة محل الدراسة.

٥. الاجراءات المنهجية للدراسة:

١.٥ مجتمع الدراسة والعينة:

١.١.٥ تحديد مجتمع البحث

حتى تصل أي دراسة إلى نتائج واقعية وموضوعية لا بد من تحديد مجتمع الدراسة الأصلي تحديدا دقيقا حيث يسمح بتحديد نوع العينة وجمع المعلومات والمعطيات من أفرادها، وذلك عن طريق استخدام الأدوات البحثية المناسبة.

ويعرف العربي فرحاتي مجتمع البحث على أنه: "كل المفردات والوحدات أو الظواهر ذات الخصائص والمميزات والسمات المشتركة أو المقصودة بالبحث، وهو ميدان لجمع المعلومات، ومحل لتعميم النتائج التي تتوصل إليها عبر المسح الشامل.(فرحاتي: ٢٠١٢، ص ٢٦٦).

وعليه فإن مجتمع البحث لهذه الدراسة المتعلقة بالفايسبوك والتوعية الصحية في ظل جائحة كورونا - دراسة تحليلية يتمثل في كل صفحات الفايسبوك المهمة بالتوعية من أخطار فيروس كورونا.

٢.١.٥ عينة الدراسة:

نظرا لاستحالة الحصر الشامل لجميع مفردات مجتمع البحث ونظرا لإمكانيات الباحثين وضيق الوقت، اعتمدت الباحثتين على العينة القصدية، حيث تعرف العينة القصدية على أنها: "اختيار الباحث مفردات البحث بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصا باقتناء مفردات العينة من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثلت تمثيلا أصح وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.(مرسلي: ٢٠٠٣، ص ١٩٧)

وعليه فقد تم اختيار الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية على موقع الفايسبوك بطريقة قصدية كونها من الصفحات التي تحتوي على المواضيع الصحية المتعلقة بجائحة كورونا من جهة، وأيضا من أكثر الصفحات متابعة وتفاعلا من قبل الجمهور.

اختارت الباحثتان الفترة الزمنية الممتدة من ١٠ جانفي إلى غاية ١٠ فيفري لإجراء الدراسة التحليلية، وهي فترة كافية للتحليل لمعرفة طبيعة تقديم ومعالجة الصفحة محل الدراسة لموضوع التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا من حيث الشكل والمضمون.

٢.٥ منهج وأدوات الدراسة:

١.٢.٥ تحديد المنهج:

لن تستطيع أي دراسة الوصول إلى أهدافها بدقة وموضوعية إلا باستخدام مجموعة من القواعد العامة التي تساعد الباحث للوصول إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة وأهدافها بأسلوب علمي يضمن له دقة النتائج وسلامتها، وهذا هو مفهوم المنهج، الذي يعرف بأنه: "الطريقة التي يتبناها الباحث لدراسة مشكلة من المشاكل، أو بمعنى آخر فإنه يشير إلى أسلوب التفكير المنظم والكيفية التي يصل بها الباحث إلى أهدافه". (الجوهري: ١٩٨٨، ص ٢٥)

كما يرى موريس أنجرس أن المنهج هو: "مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة ما، كما يمثل المسألة الجوهرية في العلم، فالإجراءات المستخدمة أثناء إعداد البحث وتنفيذه هي التي تحدد النتائج وعليه يجب إتباع تلك السلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي استخدامها بكيفية منسقة ومنظمة". (أنجرس: ٢٠٠٤، ص ٣٦)

وانطلاقاً من طبيعة ونوع هذه الدراسة فإن المنهج المناسب لها هو المنهج الوصفي بالاعتماد على أسلوب تحليل المحتوى وهو أكثر المناهج ملائمة للدراسات الوصفية، والذي نسعى من خلاله إلى التعرف على كيفية طرح مضامين التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا عبر صفحات الفايسبوك.

حيث عرف المنهج الوصفي بأنه: " كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة، كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها". (مرجع سبق ذكره، ص ٢٨٧).

ويعرف أيضا بأنه: الأسلوب الذي يعتمد على التحليل من خلال معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، ومن خلال فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية يتم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات

الفعلية للظاهرة (الذنبات وآخرون: ١٩٩٩، ص ٤٦)، وهو الأنسب للدراسات الميدانية الخاصة بالجمهور، كما يعرف بأنه هو "الذي يعتمد على التحليل والتفسير بشكل علمي منظم للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية". (خالدي، قدي: ١٩٩٦، ص ٤٣).

#### ٢.٢.٥. أداة جمع البيانات:

انطلاقاً من طبيعة موضوع دراستنا وجب علينا استخدام أداة تحليل المحتوى للحصول على أكبر قدر من المعلومات والبيانات للتعرف على طبيعة مضامين صفحات التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا على الفايسبوك ووصفها من الناحية الشكلية وكذا تحليل مضامينها.

وقد عرف برلسون تحليل المحتوى بأنه: "أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر لمواد الاتصال"، (عبد الحميد: ١٩٨٣، ص ١٧).

ويختلف تحليل محتوى الوسائل التقليدية عن تحليل محتوى صفحات الفايسبوك نوعاً ما، وذلك نتيجة اختلاف الوسيلة والمحتوى وطريقة تقديمه، وفيما يلي سنوضح مراحل تصميم استمارة تحليل المحتوى الخاصة بالجانب التحليلي للدراسة

#### ٣.٢.٥ تحديد فئات التحليل

✘ **فئات الشكل (كيف قيل؟):** وهي الفئات التي تصف المحتوى الشكلي

للموضوع محل الدراسة، ويتوقف تحليل شكل المادة الإعلامية على تساؤل الدراسة وأهدافها، وبناء عليه تم الاعتماد على الفئات التالية

✘ **فئة شكل المنشورات:** ويقصد بها نوع المنشورات التي تصاغ وتقدم وفقها

مضامين صفحات التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا، وكذا الكشف عن نوع الوسائط المتعددة المرفقة لهذه المضامين فيما إذا كانت صور أو فيديو، أو رسم...

✘ **فئة طبيعة اللغة المستخدمة:** تعبر هذه الفئة عن طبيعة اللغة المستخدمة

في مضامين صفحات التوعية الصحية محل الدراسة، ويستهدف تحليل هذه الفئة التعرف على النمط اللغوي (عربية فصحي، الأجنبية، مزيج بين الأجنبية والعربية) السائد في تقديم المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا من جهة، ومدى استخدام المستويات اللغوية المناسبة لنوع

الجمهور المستهدف من المادة الإعلامية من جهة أخرى.(المزاهرة: ٢٠١٤، ص ٤٠٧).

❖ **فئات المضمون (ماذا قيل؟):** وهي الفئات المتعلقة بمعرفة وتحليل المحتوى الإعلامي من حيث المضمون، ولقد تم الاعتماد في دراستنا هذه على الفئات التالية:

❖ **فئة الموضوعات:** ويقصد بها طبيعة وأنواع الموضوعات التي تدور حولها منشورات صفحة الفايسبوك محل الدراسة، حيث نهدف من خلال هذه الفئة إلى الكشف عن هذه الموضوعات التي تقدمها وتعالجها الصفحة محل الدراسة، وقد تم تقسيم المواضيع في دراستنا هذه إلى: المشاكل الصحية، تقديم معلومات صحية، حملات توعية صحية، تقارير عن حصيلة كورونا في الجزائر، حملات للتلقيح ضد فيروس كورونا، ومواضيع أخرى كلها متعلقة بالتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا.

❖ **فئة أشكال التفاعل:** تهدف هذه الفئة إلى معرفة الكيفية التي تفاعل بها الجمهور مع مضامين ومنشورات الصفحة محل الدراسة، وقد تم تحديد أشكال التفاعل في هذه الدراسة بالتعليقات، المشاركة، ردة الفعل.

❖ **فئة الجمهور المستهدف:** تهدف هذه الفئة إلى التعرف على طبيعة الجمهور المقصود من وراء الرسائل الإعلامية المقدمة في الصفحة محل الدراسة، وقد تم تقسيم الجمهور في هذه الدراسة إلى جمهور عام وجمهور خاص.

❖ **فئة الإستimalات المستخدمة:** ويقصد بها جميع الأساليب والحجج والدلائل التي تضمنتها منشورات صفحة التوعية الصحية محل الدراسة، والهدف من هذه الفئة هو معرفة طبيعة ونوع الإستimalات المستخدمة، فيما إذا كانت عقلية أو عاطفية.

٤.٢.٥: تحديد وحدات التحليل:

وحدة التحليل هي مقطع محدد من رسالة أو مجموعة من الرسائل ممثلة لنفس خصائص وطبيعة الفئة (نمار: ٢٠٠٧، ص ٧).

وقد اعتمدت الباحثتان في دراستهما هذه على وحدة الكلمة في جميع فئات التحليل.

#### ٦. المفاهيم الإجرائية للدراسة:

• التوعية الصحية: هي كل نشاط تقوم به الصفحة الرسمية لوزارة الصحة

الجزائرية بهدف إلى توعية المواطنين وتحذيرهم من مخاطر فيروس كورونا.

#### ١.٦ الإعلام وتنمية الوعي الصحي:

##### • مفهوم الاعلام الصحي:

يقوم الإعلام الصحي بمجموعة من الأنشطة الإعلامية والتواصلية والتوعوية والتربوية التي تهدف عادة إلى تنمية وخلق وعي صحي بين مختلف أفراد المجتمع، بالإضافة إلى تحذير الناس من مخاطر الإصابة بالأمراض والأوبئة وتربية فئات المجتمع على القيم الصحية المستوحاة من ثقافة المجتمع وعقيدته، وتقليل نسبة حدوث الأمراض بالإضافة إلى تحسن نوعية الحياة لكل أفراد المجتمع.(بن عمروش، ساكر: ٢٠٢٠، ص ٢٨٧)

الاعلام الصحي فرع اعلامي متخصص في معالجة معطيات الحياة الصحية بجوانبها المختلفة، وبكل ما فيها من ظواهر وتطورات، ويتوجه إلى مختلف الفئات الاجتماعية المعنية بالمسألة الصحية، ويهدف إلى نشر الثقافة الصحية والاسهام في التربية الصحية، وتحقيق الوعي الصحي(سالم أحمد حسين، ٢٠١٨، ص٣٠)

##### • مهام الإعلام الصحي:

وللإعلام الصحي مجموعة من المهام: (أحمد حسين، ٢٠١٨، ص ٣٥-٣٧)

- تحقيق الوعي الصحي، باعتباره جملة التصورات والمعتقدات التي تعني الإنسان في حياته الصحية، وتحدد سلوكه الصحي.
- اكساب الأفراد نظرة علمية صحيحة، تساعدهم في تفسير الظواهر الصحية، وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض، والوقاية منها.
- تقديم الاستشارات والاجابة عن مختلف المشاكل الطبية.
- الاسهام المنهجي والمنظم في تحقيق التربية الصحية التي تهتم بتعليم المجتمع كيفية حماية نفسه من الأمراض والمشاكل الصحية.
- زيادة معرفة الجمهور ووعيه بالمسألة الصحية، وعرض ممارسات صحية

- عرض فوائد التغيرات السلوكية بالنسبة للنتائج العامة للصحة، والدفاع على وضع الصحة ومكانتها، وزيادة الطلب على الخدمات الصحية.
- دحض المفاهيم الصحية الخاطئة.

## ٢.٦ مصادر الإعلام الصحي:

وينهل الاعلام الصحي مضمونه الإعلامي من مختلف مصادر المعلومات الصحية، هذه الأخيرة تتنوع بقدر تنوع المجال والموضوع والحدث الصحي ، ويمكن حصر المصادر الصحية في: (أحمد حسين، ٢٠١٨، ص ص ٤٩، ٥٠)

- الهيئات والمؤسسات الرسمية، والخاصة التي تعد مرجعية للتغطية الإعلامية لجميع جوانب المجال الصحي.
- الشخصيات الفاعلة في مختلف مجالات الحياة الصحية في المجتمع ( علماء، أطباء، مسيرو مؤسسات صحية،...)
- مراكز البحوث العلمية المتخصصة في الصحة
- النشرات والتقارير والدوريات الطبية
- بنوك المعلومات
- المواقع الالكترونية المتخصصة في المجال الصحي والطبي.
- المصادر الإعلامية العامة ( وكالات الأنباء، الصحف، المجلات، التلفزيون، الإذاعة ...)
- النشرات والتقارير والدوريات الطبية
- بنوك المعلومات
- المواقع الالكترونية المتخصصة في المجال الصحي والطبي.
- المصادر الإعلامية العامة ( وكالات الأنباء، الصحف، المجلات، التلفزيون، الإذاعة ...)

إن ثنائية الإعلام والصحة تمثل القاعدة التي يتأسس عليها الوضع الصحي، فالصحة مطلب إنساني مشروع، والإعلام هو الوعاء الملائم الذي يساهم في الترويج لهذا المطلب الإنساني والتأكيد عليه على أرض الواقع، فالإعلام بكل أنواعه ووسائله على

اختلافها أصبح ملازماً لنا في كل نواحي حياتنا، فهو المصدر الأول والأساسي لما يجري من أحداث ووقائع تدور من حولنا.

وعليه فالمؤسسة الصحية أصبحت تعتمد وبشكل كبير على الإعلام بوسائله على اختلافها -تقليدية وجديدة- كأوعية تحمل رسائلها التوعوية إلى جمهورها، وذلك لإدراك هذه المؤسسات الصحية أن الإعلام هو الوسيط الأهم والأقوى في تشكيل الرأي العام ونشر الوعي وغرس القيم وبناء عادات واتجاهات وبث المعلومات بصورة أسرع ومدى أوسع وتأثير أقوى ويمكن تحديد العلاقة بين الصحة والإعلام من خلال مستويين هما:

- **المستوى التعاوني:** يهدف إلى توظيف الإعلام قصد تحقيق تنمية ثقافية صحية بالإضافة إلى التعريف ببرامج الإعلام الصحي الوقائي، حيث يقوم الإعلام بإنتاج برامج صحية ويعمل على نشرها بين الناس بوسائله المختلفة، كما تقوم المؤسسات الصحية من جهتها بتوظيف الإعلام للتعريف بأنشطتها الصحية لترسيخ الثقافة الصحية والوقائية في المجتمع.
- **المستوى الوظيفي:** يعرف بأنه سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته عن طريق معرفة الخبر الصحيح ونشر القيم الصحية بين أفراد المجتمع، فهو الإستراتيجية التي تتبناها المؤسسة الصحية في مجال التثقيف الصحي، والعمل على تحقيقه بالفعل على أرض الواقع وضرورة إخضاع البرامج الصحية إلى القيم الصحية والأخلاقية للمجتمع.(المعاينة: ٢٠١٣/٢٠١٤، ص ٣٨-٣٩).

### ٣.٦ دور الاعلام التقليدي في التوعية الصحية:

تقوم وسائل الاعلام التقليدية بدور مؤثر في نشر الوعي الصحي والتوعية الصحية لأفراد المجتمع، من خلال ما يقدم فيها من برامج متنوعة، وما ينشر فيها من مقالات وتقارير صحية، ولعل أبرز وسائل الاعلام المؤثرة والأكثر انتشاراً هي: التلفزيون الإذاعة والصحافة ومن أدوارها في التوعية الصحية حسب الباحثين ( الهواري وإمعر، ٢٠٢١، ص ٦٤ )

- بث الندوات والمحاضرات الطبية
- عرض الأفلام والمسرحيات التوعوية

- استضافة الأطباء والمختصين بالإذاعة والتلفزيون على المباشر، وفي الصحافة للإجابة على أسئلة المواطن وتقديم النصح له.
- عرض البرامج المتخصصة والإرشادية.
- تقديم ومضات إعلانية وإشهارية ذات طابع صحي
- كتابة المقالات العلمية، والصحية التي تناقش المواضيع والمشكلات الصحية، وتقديم الاستشارات الطبية والصحية.
- حملات إعلامية منظمة ومتصلة بالقضايا الصحية الراهنة والملحة لفترات محدودة.

كما تسخر وسائل الاعلام الجماهيرية خاصة التلفزيون والإذاعة في المناسبات الصحية، للقيام بالتوعية الصحة المكثفة بقضايا معينة ( سرطان الثدي، الايدز، أضرار التدخين...)، وقد أحدث دخول الفيديو والاسطوانات المدمجة CD ثورة في هذا المجال، من خلال التسجيل والعرض لفئات المجتمع المختلفة، في الأوقات المناسبة. ( السباعي وبللة الأمين، د. س ن، ص ٩٥ )

وتتميز هذه الوسائل بالنفوذ القوي، والتأثير الكبير في سلوك واتجاهات وممارسات الأفراد خاصة الإذاعة والتلفزيون، والصحف والمجلات. الإذاعة والتلفزيون: للتلفزيون تأثير كبير وقدرة على تعديل سلوك الكبار والصغار، بشكل واضح، ويستخدم في مجال التثقيف الصحي، من خلال بث الندوات والعروض التوضيحية، والمحاضرات ومسلسلات التوعية الصحية، وإيصالها للمتلقي من خلال الصوت والصورة.

كما تساهم الإذاعة بدور مماثل من خلال البرامج الإذاعية في ظل انتشار الإذاعات الجهوية والمحلية، التي تستهدف المجتمعات المحلية (المعاينة، ٢٠١٣/٢٠١٤، ص ص ٣٦، ٣٧)

الصحف والمجلات: تتمتع الصحف والجرائد والمجلات بانتشار كبير والوصول إلى معظم الفئات خاصة المتعلمين والمثقفين، خاصة وأن الاعلام المكتوب يؤثر في تشكيل آراء الناس وسلوكهم، من خلال نشر المعلومات والأخبار الصحية التوعوية،

وللمصحف والمجلات اليومية أساليب متعددة في التثقيف الصحي من خلال: نشر المحاضرات والمناقشات العلمية والطبية، والاستشارات الطبية والحوار(المعاينة، ٢٠١٣/٢٠١٤، ص٣٨)

#### ٤.٦ دور الاعلام الجديد في التوعية الصحية:

يقصد بالإعلام الجديد الإعلام الشبكي، أو الاعلام عبر استخدام الشبكة، سواء الجيل الأول أو الثاني المتمثل في الشبكة العنكبوتية الأنترنت، حيث يتم التركيز على التفاعلية وظهور ما يطلق عليه الوسائل الاجتماعية (الميديا الاجتماعية) Social Media، كالفيسبوك، التويتر، المدونات، اليوتيوب بالإضافة إلى الجيل الثالث وهو أكثر تفاعلية من خلال الهواتف الذكية (العوفي، ٢٠١٢، ص ص٢٢٩، ٢٣٠) وتعرف مواقع الميديا الاجتماعية على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمستخدم فيها بإنشاء حساب خاص ومن ثم ربطها من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات، أو مع مجموعة أصدقاء وتقدم لمستخدميها خدمات متعددة: المحادثة الفورية، رسائل خاصة، بريد الكتروني، فيديو، تسجيل صوتي وخطي ومرئي ومشاركتها مع الآخرين من أشهرها فيسبوك وتويتر... (محمدي، سبتمبر ٢٠٢٠، ٠٣٤، ص٣٩) ويمكن استخدام وسائل الاعلام الجديد في الحملات الإعلامية التوعوية الصحية من خلال: (العوفي، ٢٠١٢، ص ص ٢٥٢-٢٢٩)

- انشاء مواقع على الأنترنت للوصول إلى الجمهور المستهدف
- انشاء مدونات شخصية أو جماعية خاصة بالحملة الإعلامية تحمل شعارها وأهدافها، وتمنح للمتصفحين حرية الكتابة والتعليق، والردود، والمناقشة... كما تمنح متابعة ومراقبة الحملة وما يقال عنها.
- الفيس بوك: يستطيع أن يقوم بأدوار أساسية في حملات التوعية خاصة إذا تم توظيفه مع وسائل أخرى للحملة نظرا لانتشاره الواسع، وكذا تطبيقاته المختلفة كما يمكن استخدامه في تبادل المعلومات، والملفات والصور وفي إدارة الاجتماعات وكوسيلة اتصال فعالة...
- تويتر: من خلال التغريدات المختلفة، ويستخدم في الاخبار عن موضوع الحملات التوعوية، وتوجيهاتها ولفت الانتباه لبرامجها ووقت بثها، والدعوة

- لحضور المناسبات والاجتماعات الخاصة بها، والمشاركة في المناقشات والحوار حولها، وتقييمها...
- اليوتيوب: يستخدم في الإعلانات المصورة، والرسائل التوعوية، كما أن بثه لا يكلف، حيث يمكن نشر الحملات المصورة...
  - وللإعلام الجديد خصائص تجعله يغير موازين القوى في عالم الاعلام كما يراها خبراء الاتصال، وتمنح له احتواء حملات إعلامية تتميز بـ ( العوفي، ٢٠١٢، ص ٢٢٥-٢٢٩ ) ( أحمد سليم، ٢٠١٣ ، ص ٢٢٥-٢٢٩ )
  - لا حدود جغرافية له، اعلام عابر للحدود والقارات، يتسم بالانتشار الأفقي متجاوزا المسار الرأسي من حيث المصدر والجمهور المستهدف، وبالتالي انتقال مضامين الحملات الإعلامية للجمهور في كافة أنحاء العالم (حملات منظمة الصحة العالمية) .
  - استعمال تقنيات ووسائط متطورة و متجددة من حيث البث والتلقي والتفاعلية والجذب.
  - التفاعل في اللحظة نفسها، مع الاعتماد على الحوار والنقاش وتبادل الآراء.
  - تجاوز الرقابة مع التراسل الحر والطلاق.
  - الملكية الجماعية، حيث أن ملكية الوسائل متاحة للجميع .
  - المرونة في المضامين الإعلامية شكلا ومضمونا، مما يجعلها قابلة للإضافة والتعديل والحذف، وتجاوز فكرة حارس البوابة، والوصول إلى المتلقي دون الحاجة لوسيط، ووفق توجهات ولغة واضحة.
  - التكلفة البسيطة للنشر والبث صوتا وصورة
  - الجماهيرية، والوصول إلى الجماهير العريضة بأعمارها، وجنسياتها وثقافتها وتوجهاتها ويتخطى جميع الحواجز والعقبات.
  - قدرات عالية لتخزين المعلومات في أجهزة صغيرة، وأرشفتها واستردادها في أي وقت وبسرعة متناهية وفي عين المكان.
  - من حيث التأثير، واحداث الأثر في الجماهير المستهدفة، من خلال استخدام الوسائط التقنية المتعددة ( الصوت، الصورة، الحركة...) تعزز وتثبتها في ذهن

المتلقي، وكذا اتاحة الفرصة للجمهور في التفاعل والمشاركة، مع استخدام لغة محببة وبعيدة عن التكلف والرسمية.

■ ارتباطه بالتحرك السلوكي والانتقال من الحالة الافتراضية إلى الواقع، من خلال المشاركة في أداة وتنظيم الحملة

## ٥.٦ الفايسبوك واستخدامه في حقل التوعية الصحية

أصبحت السياسات التوعوية الصحية الحديثة تعتمد على دمج المنصات الالكترونية لشبكات التواصل الاجتماعي مع بعضها البعض، مثل اليوتيوب، فايسبوك، تويتر مما يسهل للمنظمات الصحية إدارة المواد والرسائل والصور، والصوت والفيديو الخاصة بها، وكذلك التفاعل مع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ومساعدتهم في العثور على المعلومات المطلوبة في أشكال مختلفة.

كما أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية وأهمية لقطاعات الصحة في البرامج التوعوية واستراتيجيات محو الأمية الصحية، مما يمكن تكنولوجيات الاتصال الجديدة من توسيع نطاق الفرص التوعوية لمساعدة الناس على زيادة المعرفة الصحية وتطوير مهارات البحث عن المعلومات المناسبة وسد الفجوة الصحية التي تعد موضوعا كبيرا في حقل التواصل الصحي وتحقيق الأهداف التوعوية للمنظمات الصحية، مما يستدعي من المؤسسات الصحية توظيف الخصائص التفاعلية للمنصات الالكترونية الجماهيرية (يوتيوب، فايسبوك، تويتر) وتفعيل برامج التوعية الصحية من أجل الوصول إلى عدد أكبر من المستخدمين وتعزيز البرامج الصحية الوقائية.(الفرم: ٢٠١٦، ص ١٧١).

وقد باتت المنظمات الصحية المعاصرة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها التوعوية الحديثة حيال قضايا الصحة العامة والتثقيف الصحي، فقد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي، من خلال إنشاء المحتوى ونشر التوعية والتثقيف الصحي، عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في الإستراتيجية العامة التوعوية.

وهنا يبرز الدور الفعال والكبير لشبكات التواصل الاجتماعي في برامج التوعية الصحية والوصول إلى شرائح واسعة من جهة، والكلفة الكبيرة للرعاية الصحية التي

تستدعي تفعيل الطب الوقائي عبر استخدام الحملات التوعوية لشبكات التواصل الاجتماعي الأقل كلفة وأكثر فاعلية من جهة أخرى.(مرجع سبق ذكره، ص ١٧٠)  
٦.الإطار التحليلي للدراسة:

ولمعرفة دور الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا، اختارت الباحثتان كما سبق الذكر تحليل الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية من خلال حسابها عبر موقع الفايس بوك خلال شهر واحد من خلال الاعتماد على عينة احتمالية.

ملاحظة: تجدر الإشارة إلى أنه تم الاعتماد على وحدة الفكرة وحدة للعد والقياس في كل فئات التحليل سواء ما تعلق بفئات الشكل أو المضمون.

فئات الشكل: "كيف قيل؟"

جدول ١: يمثل توزيع شكل المنشورات على صفحات الفايس بوك عينة الدراسة

وزارة الصحة الجزائرية		شكل المنشورات
النسبة %	التكرار	
٠٠	٠٠	كتابة
٧٣.٨٩	٢٤٦	كتابة وصورة
١٣.٨٠	٤٦	فيديو
١٠.٨٠	٣٦	كتابة وفيديو
٠٠	٠٠	رسم
١.٥١	٠٥	كتابة ورسم
١٠٠	٣٣٣	المجموع

المصدر: المؤلفتان، ٢٠٢٢

يوضح الجدول رقم (٠١) والمتعلق بتوزيع شكل المنشورات الخاصة بالتوعية الصحية على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية، حيث تبين أن: تصدرت الكتابة مع الصورة شكل المنشورات الخاصة بمواضيع التوعية الصحية وذلك بنسبة بلغت ٧٣.٨٩% وبتكرار وصل إلى ٢٤٦ تكرارا، وفي المرتبة الثانية الفيديو بنسبة بلغت ١٣.٨٠% بتكرار بلغ ٤٦ تكرارا، وفي المرتبة الثالثة كتابة مع فيديو بنسبة ١٠.٨٠%

وبتكرار بلغ ٣٦ تكرارا، ثم الكتابة مع الرسم بنسبة بلغت ١.٥١% وبتكرار وصل إلى ٥٠ تكرارات، أما الكتابة والرسم فلم يتحصلا على أي نسبة.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى خاصية دمج الوسائط (multimedia) التي تمتاز بها مواقع التواصل الاجتماعي وما أتاحتها من إمكانية الدمج بين الكتابة والصورة وقد تصدّرت شكل المنشورات وهذا يزيد من إمكانية إقناع المتابعين والتأثير عليهم والوصول إلى الأهداف المسطرة من قبل هذه الصفحة والمتمثلة بالأساس في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا (covid19) وقد اختلف استخدام الصور من الصور الحقيقية والمتمثلة أساسا في صور لوزير الصحة ونشاطاته المختلفة، وصور أخرى تجسد التوعية الصحية ضد هذا الفيروس.

أما الفيديوهات فتمثلت أساسا في بث مباشر لخطابات وزير الصحة وكذا بث للمؤتمرات العلمية الخاصة بمجابهة فيروس كورونا.

أما ما تعلق بالرسومات مع الكتابة فأغلبها متعلق بلوغو الصفحة الرسمية لوزارة الصحة وكذا رسم يشجع المتابعين على التلقيح ضد هذا الفيروس.

جدول ٢: يمثل توزيع طبيعة اللغة على صفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية

وزارة الصحة الجزائرية		طبيعة اللغة
النسبة %	التكرار	
٨٩.٣٩	٣١٢	العربية الفصحى
٣.٤٣	١٢	الأجنبية
٧.١٧	٢٥	مزيج بين الأجنبية والعربية
١.٠٠	٣٤٩	المجموع

المصدر: المؤلفتان، ٢٠٢٢

يمثل الجدول أعلاه توزيع طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات وزارة الصحة الجزائرية على الفايس بوك، حيث اتضح من خلال نتائج هذا الجدول أنه تم استخدام اللغة العربية الفصحى بنسبة بلغت ٨٩.٣٩% وبتكرار وصل إلى ٣١٢، وفي المرتبة الثانية مزيج بين اللغة الأجنبية واللغة العربية (الدارجة) حيث بلغت نسبتها ٧.١٧% وبتكرار

وصل إلى ٢٥ تكرارا، أما المرتبة الثالثة والأخيرة فكانت للغة الأجنبية (الفرنسية) بنسبة قدرت بـ ٣.٤٣% وبتكرار لم يتجاوز ١٢ تكرارا.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى طبيعة اللغة التي تعتمدها وزارة الصحة حيث تركز على اللغة العربية في كتاباتها هذا من جهة ومن جهة أخرى فاللغة العربية هي اللغة التي يعتمدها الجمهور المتابع لهذه الصفحة، وفي خطابات الوزير وتدخلاته المختلفة نجده يعتمد على بعض العبارات باللهجة العامية (مزيج بين العربية والفرنسية)، كما استعمل أحيانا اللغة الفرنسية، ونجد تنوع في استخدام اللغة بين العربية واللغة الأجنبية والمزج بينهما والهدف هو إيصال التوعية الصحة والمتمثلة أساسا في الحفاظ على صحة المواطن الجزائري من خطر الإصابة بفيروس كورونا وإقناعه بأهمية التلقيح ضد هذا الفيروس.

فئات المضمون: "ماذا قيل؟"

جدول ٣: يمثل توزيع موضوعات التوعية الصحية على صفحة الرسمية لوزارة الصحة الجزائرية.

وزارة الصحة الجزائرية		طبيعة اللغة
النسبة %	التكرار	
٠.٦١	٠٥	المشاكل الصحية
٣.٠٦	٢٥	تقديم معلومات صحية
١٤.٠٩	١١٥	حملات توعية صحية
٤١.٦٧	٣٤٠	تقارير عن حصيلة كورونا في الجزائر
٣٨.٧٣	٣١٦	حملات للتلقيح ضد فيروس كورونا
١.٨٣	١٥	مواضيع أخرى
١٠٠	٨١٦	المجموع

المصدر: المؤلفتان، ٢٠٢٢

يتبين من الجدول رقم (٠٣) الذي يمثل توزيع الموضوعات المتعلقة بالتوعية الصحية أن المرتبة الأولى كانت للموضوعات الخاصة بالتقارير اليومية عن حصيلة كورونا وذلك بنسبة بلغت ٤١.٦٧% وبتكرار وصل إلى ٣٤٠ تكرارا، وفي المرتبة الثانية

جاءت الموضوعات المتعلقة بالحملات التحسيسية للتلقيح ضد فيروس كورونا (covid 19) وذلك بنسبة وصلت إلى ٣٨.٧٣% وبتكرار بلغ ٣١٦، لتأتي المرتبة الثالثة للموضوعات الخاصة بالحملات التوعية الصحية ضد فيروس كورونا حيث قدرت نسبتها بـ ١٤.٠٩% وتكرارها بـ ١١٥ تكرارا، وكانت المرتبة الرابعة للموضوعات المتعلقة بتقديم معلومات صحية للمتابعين ومستخدمي الفايسبوك عموما بنسبة قدرها ٣.٠٦% وتكرار قدره ٢٥ تكرارا، وفي المرتبة الخامسة جاءت موضوعات أخرى بنسبة بلغت ١.٨٣% وبتكرار وصل إلى ١٥ تكرارا، أخير جاءت الموضوعات التي تتحدث عن المشاكل الصحية بنسبة قدرت بـ ٠.٦١%.

وجاء توزيع موضوعات التوعية الصحية على النحو الذي سبق غلى أن وزارة الصحة الجزائرية ومن خلال هذه الصفحة التي تعتمد عليها منبرا إعلاميا توعويا هدفه الأول تزويد المواطنين بشكل يومي بالحصيلة التي خلفتها هذه الجائحة خلال (٢٤ ساعة) وذلك بهدف تحسيس المواطنين بضرورة الوقاية من خطر هذا الفيروس، ودعوته إلى التلقيح ضده وهذا ما تفسره نتائج الجدول أعلاه حيث حصلت الموضوعات المتعلقة بحملات التلقيح على المرتبة الثانية، وجاءت على شكل هاشتاجات منها # وعينا يحميننا، # اللقاح\_ هو\_ الحل ....

بينما جاءت الموضوعات الأخرى متقاربة إلى حد ما، خصوصا مع التحذير من الموجة الرابعة وعدم إقبال المواطنين على التلقيح رغم تكاثف الجهود وتجنيد كل وسائل الإعلام لأجل ذلك.

جدول ٤: يمثل توزيع أشكال تفاعل الجمهور مع منشورات وزارة الصحة الجزائرية.

وزارة الصحة الجزائرية		أشكال التفاعل
النسبة %	التكرار	
٢١.٢٣	٢٢٢	تعليقات
١٠.٧٠	١١٢	مشاركة
٦٨.٠٦	٧١٢	رد فعل
١.٠٠	١٠.٤٦	المجموع

المصدر المؤلفتان، ٢٠٢٢

يوضح الجدول رقم (٠٤) توزيع أشكال تفاعل الجمهور مع منشورات وزارة الصحة الجزائرية عبر صفحتها الرسمية في الفايسبوك حيث تبين أن المرتبة الأولى كانت لردود الأفعال بتكرار وصل إلى ٧١٢ تكرارا وبنسبة قدرت بـ ٦٨.٠٦% ثم التعليقات بنسبة بلغت ٢١.٢٣% وبتكرار قدره ٢٢٢ تكرارا أخيرا مشاركة المنشور بنسبة قدرها ١٠.٧٠% وبتكرار وصل إلى ١١٢ تكرار.

ويمكن قراءة هذه النتائج كما يلي: بلغ مجموع تفاعل الجمهور مع منشورات وزارة الصحة عبر حسابها الرسمي في الفايسبوك والمتعلقة بالتوعية الصحية ضد فيروس كورونا ١٠٤٦ تفاعل توزع بين ردود الفعل، والتعليقات ومشاركة المنشورات، ومنه نستنتج أن الجمهور المتابع يتفاعل بمختلف الأشكال مع منشورات هذه الصفحة وهذا يدل على مدى اهتمامهم بالموضوعات التي تشاركها معهم وزارة الصحة في ظل جائحة كورونا، وتصدرت ردود الأفعال أشكال التفاعل مع الموضوعات وتتمثل أساسا ردود الأفعال في إبداء الإعجاب بما يتم نشره، كما تم مشاركة بعض المنشورات التي نشرتها الوزارة من طرف المتابعين، وكما تم التعليق على هذه المنشورات جدول رقم (٠٥) يمثل توزيع الجمهور المستهدف من منشورات وزارة الصحة الجزائرية.

وزارة الصحة الجزائرية		الجمهور المستهدف
النسبة %	التكرار	
٩٩.٣٨	٨١١	الجمهور العام
٠.٦٢	٠٥	الجمهور الخاص
١٠٠	٨١٦	المجموع

المصدر: المؤلفتان، ٢٠٢٢

يوضح الجدول رقم (٠٥) توزيع الجمهور المستهدف من منشورات وزارة الصحة الجزائرية عبر حسابها الرسمي في الفايسبوك، حيث اتضح أن وزارة الصحة الجزائرية تستهدف الجمهور العام في المقام الأول وهذا ما تثبته عدد التكرارات والذي بلغ ٨١١ تكرارا وبلغت النسبة أكثر من ٩٩%، في حين بلغت نسبة الجمهور الخاص ٠.٦٢% بخمسة تكرارات فقط.

ويمكن قراءة ذلك بأن الوزارة توجهت بمنشوراتها لكافة أفراد المجتمع بمختلف فئاته وشرائحه وذلك من أجل توعيته ضد فيروس كورونا، كما خصصت الوزارة من

خلال منشوراتها جمهورا خاصا الذين انخرطوا في عملية التوعية بأهمية التلقيح ضد هذا الوباء سواء ما تعلق الأمر بالنساء أو الرجال شبابا كانوا أو كهولا.

جدول ٦: يمثل توزيع الإستمالات المستخدمة في منشورات وزارة الصحة الجزائرية.

وزارة الصحة الجزائرية		الإستمالات المستخدمة
النسبة %	التكرار	
٥١.٧٧	٣٨١	استمالات عاطفية
٤٨.٢٣	٣٥٥	استمالات عقلية
١٠٠	٧٣٦	المجموع

#### المصدر: المؤلفتان، ٢٠٢٢

يبين الجدول رقم (٠٦) الذي يمثل الإستمالات المستخدمة في منشورات وزارة الصحة الجزائرية، حيث يتضح أن الإستمالات العاطفية في المرتبة الأولى بنسبة قدرها ٥١.٧٧% وبتكرار بلغ ٣٨١ تكرارا، وغير بعيد عن ذلك جاءت الإستمالات العقلية بنسبة وصلت إلى ٤٨.٢٣% وبتكرار قدره ٣٥٥ تكرارا.

ويمكن أن نستنتج أن وزارة الصحة تستخدم الإستمالات العاطفية العقلية بقدر تقريبا متساو، وقد تنوعت الإستمالات العاطفية بين استخدام الصور التي تصاحبها عبارات تحمل عبارات عاطفية لتحفيز أو لتخويف المتابعين من خطر فيروس كورونا وكذا إقناعهم بأن التطعيم هو الحل الوحيد لمجابهة هذا الفيروس، ومن بين العبارات التي تحمل استمالات عاطفية وهي عبارة عن نصائح ما يلي:

- احترام قواعد النظافة والمسافة الجسدية
- الارتداء الإلزامي للقناع الواقي.
- فلنحافظ على صحة الكبار في السن خاصة أولئك الذين لديهم مرض مزمن .... وغيرها من العبارات.
- أما الاستمالات العقلية فقد تم الاستدلال بحصيلة الوفيات في مختلف دول العالم نظرا لعدم احترام البروتوكول الصحي، وتزويد الجماهير بالإحصائيات المتعلقة بفيروس كورونا بشكل يومي، ...

## ٧. نتائج الدراسة التحليلية:

- بعد القراءة التحليلية الكمية والكيفية للجداول ندرج النتائج الآتية:
- ✓ تعتمد وزارة الصحة الجزائرية من خلال حسابها الرسمي على موقع الفايسبوك على عدة أشكال للمنشورات أهمها الكتابة والصورة معا
  - ✓ تستخدم الصفحة عينة الدراسة على اللغة العربية الفصيحة بالأساس في نشر موضوعاتها المتعلقة بالأساس حول التوعية الصحية ضد فيروس كورونا.
  - ✓ تتعدد الموضوعات المتعلقة بالتوعية الصحية التي تنشرها وزارة الصحة الجزائرية وتمحورت أغلبها حول "تقارير عن حصيلة كورونا في الجزائر" و"حملات التلقيح ضد فيروس كورونا (covid 19).
  - ✓ يتفاعل الجمهور المتابع لهذه الصفحة بعدة أشكال منها التعليقات والمشاركات وأهمها ردود الفعل والمتمثلة بالأساس في الإعجاب بهذه المنشورات والتفاعل معها من خلال ما أتاحتها هذه المواقع ومنها الأيقونات.
  - ✓ تستهدف منشورات الصفحة عينة الدراسة كل أفراد المجتمع بمختلف شرائحه وفئات ممثلا في الجمهور العام.
  - ✓ تستخدم وزارة الصحة الجزائرية من خلال حسابها الرسمي على موقع الفايسبوك على الاستمالات العاطفية والعقلية على حد سواء.

## ٨. خاتمة:

وفي نهاية هذه الورقة البحثية نصل إلى أن المؤسسات الصحية عمدت جاهدة إلى استخدام موقع الفايسبوك من أجل توصيل برامجها التوعوية من مخاطر فيروس كورونا المستجد، وتوسيع نطاق الفرص التوعوية لمساعدة الناس على معرفة الإجراءات الوقائية والعمل على تطبيقها في حياتهم اليومية.

## ٩. قائمة المراجع:

### ١١.٩ الكتب:

- بن مرسللي أحمد : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٣.
- الجوهري عبد الهادي ، دراسات في علم الاجتماع السياسي، مصر، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٨.

- الذنبيات محمد محمود وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، لبنان، دار وائل للنشر، ١٩٨٨.
- فرحاتي العربي بلقاسم، البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، ط ١، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
- خالد الهادي وقدي عبد الحميد، المرشد المفيد في منهجية تقنيات البحث العلمي، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر، ١٩٩٦.
- عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ١٩٨٣.
- أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، الجزائر، دار القصبه للنشر، ٢٠٠٤.
- المزاهرة منال، مناهج البحث العلمي، ط ١، الأردن عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
- تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط ١، الجزائر، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ٢٠٠٧.
- السباعي، زهير أحمد وبله الأمين، حسن. التثقيف الصحي، منظمة الصحة العالمية. د.ت
- الهواري، شيماء و امعرف، فرج عياش، إدارة الاعلام للأزمات الصحية. برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ٢٠٢١.
- العوفي، عبد اللطيف بن دبيان، حملات التوعية الإعلامية: الأسس النظرية والإجراءات التطبيقية، الرياض، دار جامعة الملك سعود، ٢٠١٢.
- سالم أحمد حسين، رؤوف، الاعلام الصحي وتطبيقاته في المجالات الطبية. ط ١، مصر، دار العلم والايمان، ٢٠١٨.

#### ٢.٩ المقالات:

- أحمد سليم، حنان، الحملات الإعلامية عبر الاعلام الجديد: رؤية مستقبلية لنموذج تفاعلي. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ١٢، (١)، ٢٠١٣، ٢٩٥-٣٤٨.

– الفررم خالد بن فيصل، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العددان ١٤ و١٥، ديسمبر، ٢٠١٦.

– بن عمروش فريدة وساكر صباح، دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة والوعي الصحي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد ٩، العدد ٤، ٢٠١٦.

### ٣.٩ مذكرات الماجستير:

– المعايطه مصعب عبد السلام، دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي-دراسة في برنامج صحتك بالدنيا- مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، ٢٠١٤، ٢٠١٣.