فاعلية محتويات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى مستخدميها خلال جائحة كورونا كوفيد 19. "دراسة مسحية لعينة من طلبة جامعة ابن خلدون تيارت متابعي صفحة وزارة الصحة الجزائر الفايسبوكية".

The effectiveness of social media content in promoting health awareness among its users during the COVID-19 pandemic. " survey study of a sample of students of Ibn Khaldoun Tiaret University who are following the facebook " page of the Ministry of Health Algeria.

بلبليدية فتيحة نور الهدى*
جامعة ابن خلدون تيارت–الجزائر.
fatihanourelhouda.belblidia@univ-tiaret.dz

تاريخ الاستلام: 2024/08/23 تاريخ القبول: 2025/04/09

الملخص:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا الحالي على اختلافها محرك ديناميكي للعديد من القضايا الراهنة، بالرغم من أن إنشائها كان بهدف التواصل بين الأفراد، وأضحت تلعب دورا مهما وفعال إلى جانب الوسائل الإعلامية الأخرى خاصة وقت الأزمات ونظرا لأهميتها وانجذاب عدد لا بأس به من المستخدمين لمضامينها ظل بإمكانها صنع الفارق في تغيير اتجاهاتهم خاصة إذا تعلق الأمر بمسألة نشر الوعي والتثقيف الصحي. وهو ما حدث في الأزمة الصحية التي عانى منها العالم كله جائحة كورونا كوفيد **19**. وأصبحت محتوياتها تشكل أحد أهم المصادر المعلوماتية لمستخدمي هذه الأخيرة. وعليه نحاول من خلال هذه الورقة البحثية التعرف على فاعلية محتويات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى مستخدميها وهي دراسة مسحية، باستخدام أسلوب المسح بالعينة تحديدا وبلغ عدد مفرداتها **150** مفردة. ونظرا لطبيعة الموضوع المعالج والأهداف التي يرمي إلى تحقيقها ارتأينا الاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. أما عن مجالات الدراسة فقد حددت جغرافيا بولاية تيارت وزمنيا أجريت مابين شهر أفريل* جوان **2024**.

الكلمات المفتاحية: فاعلية؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ تعزيز؛ الوعي الصحي؛ المستخدمين؛ جائحة كوفيد 19.

* المؤلف المرسل: بلبليدية فتيحة نور الهدى، fatihanourelhouda.belblidia@univ-tiaret.dz

Abstract:

Presently, social media sites with her diversity are a dynamic driver of many current issues, although its establishment was aimed to communicating between individuals, and it has played an important and effective role alongside other media, especially in times of crisis, given its importance and the attraction of a significant number of users to its contents, it has been able to make the difference in changing their attitudes, especially with regard to the issue of awareness-raising and health education and that's what happened in COVID-19 pandemic. Her contents have become one of the most important informational sources for their users. Through this paper, we are trying to identify the effectiveness of social media content in promoting the health awareness of its users, it is a survey using the sample survey method specifically and the number of vocabulary was **150**. In view of the nature and objectives of the topic, we considered that the questionnaire should be used as a key tool for data collection, either about study domains geographically defined in the State of Tiaret and the duration was from April to June **2024.**

Keywords: **Effectiveness; Social Medias; Promotion; Health Awareness; Users; COVID 19 Pandemic**

مقدمة:

شهد العالم تطورا واسعا في وسائل الاتصال الجماهيري خلال العقود الأخيرة وكان لهذا التطور الأثر البالغ في تطور تقنيات التواصل مما أحدث تغيير نوعي فيها ودفع بأفراد المجتمع إلى التعايش وسط عالم تقني افتراضي تلاشت معه الأزمنة والحدود الجغرافية وأصبحنا نعيش في قرية محدودة المعالم والأبعاد، وأضحت مواقع التواصل الاجتماعي تمثل شريان التواصل بين الأفراد وتغلغلت ضمن النسيج الاجتماعي لا بل أصبح استخدامها ضرورة ملحة ومطلبا أساسيا نظرا لدرجة تأثيرها في الحياة اليومية للأفراد خاصة موقع الفايسبوك الذي خرج من نطاق المجتمع الافتراضي الضيق والمحدود إلى قوة إعلامية لها تأثير على قرارات واستجابات مستخدميه وأفرز أشكالا جديدة من العلاقات. وحسب عديد الدراسات الأكاديمية التي أجريت حول مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفايسبوك على وجه الخصوص أثبتت أن عدد مستخدميه في تزايد مستمر وملحوظ، وأصبح استخدامه أكثر جدية فبعد أن كان يستخدم للدردشة والترفيه فقط أضحت محتوياته عنصر ذات صدى وتساهم في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم. لأنه طرح العديد من القضايا المهمة والمستجدة أبرزها في المجال الصحي موضوع ورقتنا البحثية.

فمنذ تأكيد المنظمة العالمية للصحة بتفشي فيروس كورونا وتصنيفه كجائحة عالمية كان لزاما على المجتمعات أخذ الحيطة والحذر لتفادي الانتشار الواسع للفيروس وانتهجت أسلوب

الحجر الصحي المنزلي لاحتوائه وتفادي تفاقم عدد الإصابات. وبالرجوع إلى حدة الأزمة والانتشار الواسع والسريع للفيروس بات من الضروري توظيف واستغلال مواقع التواصل الاجتماعي كشريك في تعزيز الإجراءات الوقائية وتنمية الوعي الصحي لدى المستخدمين، من أجل تقديم معلومات نصائح وإرشادات ونشرها وتداولها على نطاق واسع لتعم الفائدة، لأن الوضع مقلق ويتطلب وعيا صحيا جماعيا للحد من انتشار الفيروس، والوقاية منه قدر المستطاع وذلك بإتباع النصائح الوقائية والعلاجية كأساليب توعوية وتثقيفية في آن واحد. لأن التوعية الصحية تساهم في رفع مستوى الصحة العامة باعتبارها مسعى ومطلب إنساني في الوقت ذاته.

ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا لتسليط الضوء على واقع مساهمة محتويات مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين قاعدة معرفية ونشر الثقافة الصحية لدى مستخدميها من شأنها إكسابهم سلوكيات صحية سليمة، ومن هنا بنية معالم إشكالية دراستنا انطلاقا من التساؤل الرئيسي التالي: **ما مدى فاعلية محتوى صفحة وزارة الصحة الجزائر عبر الفايسبوك في تعزيز الوعي الصحي لدى طلبة جامعة تيارت خلال جائحة كوفيد 19؟**

1. تساؤلات الدراسة:

وتمخض عن التساؤل الرئيسي للدراسة مجموعة من التساؤلات الفرعية صيغة كالآتي:

- ما هي عادات وأنماط تعرض طلبة جامعة تيارت لمضامين موقع الفايسبوك خلال جائحة كورونا كوفيد 19؟
- كيف ساهمت محتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر في تعزيز الوعي الصحي لدى طلبة جامعة تيارت؟
- ما مدى تفاعل طلبة جامعة تيارت مع مضامين صفحة وزارة الصحة الجزائر؟ وكيف انعكس ذلك على سلوكياتهم؟

2. فرضيات الدراسة:

تعد صياغة الفرضية خطوة أساسية وهامة في تنفيذ الدراسات والبحوث العلمية، سواء من الناحية المنهجية أو النظرية أو العلمية، كونها تساعد الباحث في الكشف عن الأسباب وراء حدوث الظواهر بالاعتماد على الاختبار والفحص وفق تفكير متعمق بعيدا عن العشوائية في تفسير العلاقة بين المتغيرات.

وهي عبارة عن تصريح (**énoncé**) يتوقع أو يفترض وجود علاقة بين مستويين أو وجهتين للظاهرة موضوع الدراسة، يمثل الوجه الأول الظاهرة في ترجمتها إلى مشكلة بحث تم تدقيقها والوجه الثاني يمثل مستوى نفسر به لماذا برزت هذه الظاهرة وأصبح لها وجود وطابع فعلي (**سعيد، 2023، ص103**) وجاءت فرضيات دراستنا كالتالي:

- **الفرضية الأولى:** ساهمت محتويات مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) مساهمة فعالة في التحسيس بمخاطر فيروس كورونا كوفيد 19 لتفادي تفشي الوباء.
- **الفرضية الثانية:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المستخدمين لمحتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر وبين مستوى معرفتهم بالإجراءات الوقائية من جائحة كورونا كوفيد19.
- **الفرضية الثالثة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أثر استخدام محتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر على تنمية الوعي الصحي تعزى لمتغير الجنس والفئة العمرية.

3. **أهمية الدراسة:** تكمن أهمية دراستنا هذه من أهمية الموضوع محل الدراسة والبحث الذي يعد أكثر راهنية واخذ حيز مهم من الدراسات والبحث باعتباره موضوع حساس لأن الأزمات الصحية زاوية دراسة خصبة خاصة بعد انتشار جائحة كوفيد **19** سنة **2020**. حيث بات أفراد المجتمع في حاجة ماسة للتوعية والتثقيف، وهذا من أجل أخذ الحيطة والحذر لتفادي الإصابة بالفيروس، واعتماد أساليب صحية سليمة لتعزيز مناعتهم الصحية. وهذا لأن الوعي الصحي له أهمية بالغة في استقرار المجتمع والحفاظ على الراحة الصحية لأفراده.
4. **أهداف الدراسة:** دراستنا الحالية تسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف أبرزها:

1.4 تقديم رؤية عن الدور الحقيقي الذي تلعبه محتويات مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الوعي الصحي لدى مستخدميها خاصة فترة الأزمات الصحية وفي مقدمتها انتشار جائحة كورونا كوفيد **19**.

2.4 التعرف على الآثار المعرفية التي تركتها محتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر على نفسية جمهور طلبة جامعة تيارت.

3.4 الكشف عن حجم تعرض العينة المبحوثة للمواضيع الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكيف استفادة منها.

5. تحديد مصطلحات الدراسة: يعد تحديد المفاهيم العلمية للدراسة أحد طرق المنهجية الهامة والتي تحتاج إلى دقة عالية لضبطها ومن هنا يعد وضع تعريفات واضحة لكل مفهوم أو مصطلح يستخدم في الدراسة خطوة ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها. وانطلاقا من هذا حددنا مصطلحات ورقتنا البحثية كالآتي:

1.5فاعلية:

لغة: مصدر صناعي من فاِعل: مقدرة الشيء على التأثير "فاعلية وسيلة/ دواء/ حل. **(عمر،2008، ص 1726)**

اصطلاحا: عَرفت الفاعلية في الخدمات الاجتماعية بأنها الدرجة التي تم بها إنجاز الأهداف المنشودة أو إنتاج المشروع.**(أحمد،2000، ص 169)**

إجرائيا: يقصد بالفاعلية قدرة محتويات مواقع التواصل الاجتماعي "صفحة وزارة الصحة الجزائر عبر الفايسبوك" على تنمية الوعي والثقافة الصحية لدى مستخدميها لتعزيز الإجراءات الوقائية.

2.5التعزيز: عرفه الخطيب على انه الإجراء الذي يؤدي فيه حدوث السلوك إلى توابع إيجابية، أو إزالة توابع سلبية، الأمر الذي يترتب عليه احتمال حدوث ذلك السلوك في المستقبل في المواقف المماثلة. **(سعاد، 2021، ص116).**

3.5الوعي الصحي:

اصطلاحا: هو عملية تستهدف تعليم الناس السلوك الصحي السليم ونبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة، وذلك بتزويدهم بمعلومات صحية علمية ورسمية فضلا عن تحسين مستواهم في فهم المعلومات وتقييمها واستخدامها في اتخاذ قرارات صحية مناسبة. **(محسن، أحمد، 2018، ص52).**

إجرائيا: هو الممارسات السليمة التي يقوم بها الفرد تفاديا لإصابته بالمرض.

6. المنهج المعتمد: يعد تحديد منهج البحث من أهم خطوات انجاز أي دراسة علمية، فهو بمثابة الخارطة التي تسهل على الباحث القيام بالدراسة خاصة في شقها الميداني، وعلى ضوء هذا الطرح وانطلاقا من موضوع دراستنا هذه وقع الاختيار على المنهج المسحي، لأنه يفيد في وصف الظاهرة المدروسة وصفا دقيقا. هذا ويتوقف اختيار الأداة البحثية في عملية المسح على عدة عوامل أبرزها: المشكلة البحثية، عينة الدراسة وحجمها، وأهداف الدراسة.

وبالرجوع إلى دراستنا الحالية فاعتمدنا على الاستبيان لأنه يفيد في جمع المادة العلمية من العينة المبحوثة مباشرة.

7. مجتمع البحث والعينة:

1.7مجتمع البحث: هم أفراد الجمهور المستهدف من الدراسة وهنا تحديدا نعني مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمتها الفايسبوك.

2.7العينة: هي جزء يمثل الكل ونظرا لضخامة المجتمع يلجأ الباحث إلى اختيار عينة منه تكون تمثيلة. وخدمة لأهداف البحث وقع الاختيار على العينة القصدية وهي التي يختار الباحث مفرداتها عن قصد لأنه يرى بأنها توفر له البيانات اللازمة لدراسته. وفي هذه الدراسة هم الطلبة الجامعيين وتحديدا بجامعة ابن خلدون تيارت. واعتمادنا عن أسلوب المسح بالعينة جاء نظرا لاستحالة اعتماد المسح الشامل وحصر المجتمع البحثي ككل وبهذا بلغ عدد مفردات بحثنا **150** مفردة. وجاء توزيعها حسب متغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص. أنظر الجدول(**01، 02، 03، 04**) في الجانب التطبيقي.

8. أدوات الدراسة: هي مجموعة الأدوات التي يعتمدها الباحث لجمع البيانات ونظر لطبيعة الموضوع المعالج والأهداف التي ترمي الدراسة إلى تحقيقها اعتمدنا على الاستبيان فمن خلال معطياته يتم التحليل والخروج بنتائج تفسيرية للعلاقة بين متغيرات الدراسة من أجل التحقق من صحة الفرضيات أو تفنيدها.

وللإشارة احتوت الاستمارة الاستبيانية لدراستنا هذه على ثلاثة محاور بالإضافة إلى أسئلة البيانات الشخصية، كل الأسئلة لها علاقة بالأسئلة الفرعية للدراسة وفرضياتها. هذا وخضعت الاستمارة للشروط السيكومترية لقياس الصدق والثبات وتحصلنا على قيمة **0.71** بالنسبة للصدق الذي كان عن طريق صدق المحكمين حيث أخذنا جل الملاحظات التي قدمت لنا من قبل أساتذة في التخصص، أما بالنسبة للثبات فقد كان عن طريق التطبيق وإعادة التطبيق بعد مرور **15** يوم وأظهرت المعالجة الإحصائية بأن معامل الارتباط بيرسون يساوي **0.87** وهي درجة مقبولة من الثبات. وبذلك الأداة صالحة لقياس ما أعدت لأجله.

9. مجالات الدراسة: الدقة في تحديد مجالات الدراسة تمكن الباحث من ضبط موضوعه خاصة من الناحية الميدانية، وعليه فقد حددنا مجالات دراستنا هذه كالآتي:

1.9 المجال الجغرافي: ويقصد به مكان إجراء الدراسة أي تطبيق أداة جمع البيانات من المبحوثين، وقد تمت الدراسة على مستوى جامعة ابن خلدون بولاية تيارت–الجزائر.

2.9 المجال البشري: اتخذت الباحثة من الجامعة السالفة الذكر مجالا بشريا للدراسة.

3.9 المجال الزماني: ويقصد به المدة الزمنية التي خصصت لإنجاز البحث أو الدراسة، وهذه الدراسة ميدانيا أجريت ما بين شهر (أفريل**جوان) من سنة **2024**.

10. الدراسات السابقة: اعتمدنا في دراستنا هذه على دراستين جاءت كالآتي:

1.10 الدراسة الأولى: بعنوان **استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا:** مقال للباحث خالد فيصل الفرم منشور في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، وهي مجلة علمية فصلية تصدر عن كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، منشور في العدد الرابع عشر، سبتمبر سنة **2016**، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية في التوعية الصحية بمرض كورونا باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي(يوتيوب، فيسبوك، تويتر) في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا. توصلت هذه الدراسة إلى نتيجة مفادها أن المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض لم تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية حيال مرض كورونا، ما يعني غياب إستراتيجية صحية وطنية متماسكة تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها في الانخراط في الجهد الوطني الصحي.

2.10 الدراسة الثانية: بعنوان **استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومة الصحية–الفايسبوك نموذجا**– وهو مقال للباحثين مبني نور الدين، حامدي كنزة، منشور في مجلة العلوم الاجتماعية، الصادرة عن المركز الديمقراطي العربي ببرلين، العدد **10** سبتمبر **2019**، وهدفت الدراسة إلى هدفين أساسيين الأول محاولة تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم المعلومة الصحية باعتبارها المكون الرئيسي للوعي الصحي، الثاني معرفة استخدامات أفراد عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر جديد من مصادر استقاء المعلومات الصحية لدى الأفراد لإشباع رغباتهم. وتم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة الاستبيان التي وزعت على عينة عرضية من مستخدمي شبكة الفايسبوك بلغ عددها **70** مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن موقع الفايسبوك أتاح تنوعا في المواضيع الصحية، وهو ما أدى إلى التنوع في المعلومات الصحية المنشورة، كما أن

نتائج الدراسة الميدانية توصلت إلى أن أفراد عينة الدراسة يعتمدون على الفيسبوك كأكثر وسيلة للحصول على المعرفة بصفة عامة، والمعرفة الصحية بصفة خاصة.

التعقيب على الدراسات السابقة: الأدبيات السابقة التي تم الاعتماد عليها هي أدبيات مشابهة لدراستنا الحالية، وذات علاقة مباشرة، وتتقاطع معها في أهم متغيرين وهما مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الصحي. هذا وتم الاستفادة منها في تحديد الإجراءات المنهجية وتحديدا صياغة الفرضيات بدقة. أما عن الفجوة المعرفية بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة تعددت كاختلاف مجتمع البحث وحجم العينة وكذا المنهج. وأبرزها زاوية الدراسة مختلفة.

11. الخلفية النظرية للدراسة:

تعددت النظريات العلمية واختلفت ولكل واحدة منها أهميتها وذلك حسب طبيعة موضوع الدراسة، وتعتبر الخلفية النظرية إحدى أهم الخطوات البحثية لأنها تساعد في تفسير الظواهر وفق نسق استنباطي، وتحديد العلاقة بين المتغيرات، ووضع إطار تصوري للحقائق العلمية التي خضعت للتجربة.

وفي دراستنا هذه اعتمدنا على نظرية الإستخدامات والاشباعات لأنها تحظى باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية نظرا لتركيزها على الجمهور كمتلقي إيجابي ونشط لرسائل الاتصال يشارك بفاعلية. وتعد نقطة تحول مهمة في هذه الدراسات فالتساؤل الرئيسي تغير من: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟.

والنظرية على حد تعبير **ليتل جون** تعد متنفسا للهواء النقي في بحوث الاتصال فهي لا تكتفي بقياس حجم التعرض لوسائل الاتصال، ولكن تهتم أيضا بما يحصل عليه الأفراد من استخدام وسائل الاتصال، أي دراسة تأثير وسائل الاتصال ومضمونها من وجهة نظر الجمهور. **(عبد الرزاق، 2016، ص250)** وهو ما تسعى له دراستنا أي معرفة دوافع تعرض الجمهور للمضامين الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهل حققت له الإشباع المنتظر وهو من أهداف النظرية في حد ذاتها "التعرف على دوافع وأنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام".

ومنطلق إسقاط هذه النظرية على دراستنا جاء من ناحية استخدام محتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر عبر الفايسبوك للإطلاع على الجديد الصحي حول جائحة كورونا كوفيد**19** وتعد هذه أولى دوافع التعرض وأبرزها. وهي دوافع نفعية لا طقوسية ناتجة عن احتياجات المستخدم التي

يسعى لتلبيتها من خلال هذه المحتويات الصحية لأن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم العديد من الاشباعات لمستخدميها (كإشباعات المحتوى).

وفرضيات النظرية تأكد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم اللذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد. كما أنهم يستخدمون الوسيلة الإعلامية الأكثر إفادة لهم. لأن لديهم دافعا ليفعلوا ذلك كالبقاء خارج إطار التأثير وبهذا فنحن نتحدث عن جمهور يعي ما ينتقي من وسائل الإعلام وهدف الاستخدام لديه موجه.

المستخدم هنا له درجة كافية من الوعي تجعله يعتمد على وسيلة دون أخرى مع الأخذ بعين الاعتبار نوع المحتوى الذي يتعرض له من باب درجة الإشباع المنتظر تحقيقها، ويتجلى استخدام وسائل وتطبيقات الميديا الجديدة في اتجاهين أساسيين: **(Certeau,1990,p09)**

الأول: الاتصال بالغير من خلال الوسائل المتوفرة على شبكة الانترنيت كمواقع الحوار الالكتروني حيث يكون المستقبل مرسلا أو مستقبلا أو متفاعلا.

ثانيا: التجوال بين المواقع وهنا المستقبل هو الذي يحدد نسبة المواد التي يقبل عليها، كما أن عدد المواقع لا يعبر عن سعة الاستخدام أو عدد المستخدمين.

وكحوصلة النظرية فكرتها الأساسية هي قدرة الجمهور على انتقاء المعلومات التي تلبي حاجاتهم وهو تفسير علاقة الارتباط بين الجمهور ودوافع التعرض. وفي هذه الدراسة اختيار الجمهور للمضامين الصحية بصفحة وزارة الصحة الجزائر عبر الفايسبوك كان من أجل الإطلاع على المستجدات الصحية خلال جائحة كورونا كوفيد **19**.

واحتوت هذه الدراسة في شقها النظري على مجموعة من العناصر جاءت كالآتي:

1. أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية:

شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع رقمية عبر الانترنت، تتيح للمشتركين بها إنشاء صفحات خاصة بهم، يشتركون من خلالها مع الآخرين بمواد متنوعة نصية، سمعية، بصرية، ومواد إعلامية مختلفة. وفي الأتي نذكر أبرزها:

1.1 فيسبوك: هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة له، والمستخدمين بإمكانهم إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال رسائل إليهم من أجل الاتصال والتفاعل معهم. كما يمكنهم أيضا تحديث

ملفاتهم الشخصية. **(ياسين، أمين، 2020، ص98)** ويمثل العلامة الفارقة في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وتجاوز عدد مستخدميه مليار ونصف مستخدم في أكثر من **200** دولة.

2.1 تويتر: يعد التويتر والفيسبوك من البرامج ووسائل نقل الأخبار الأكثر شهرة في العالم، وكل هذه الوسائل لها تأثير كبير على تشكيل والبناء الإدراكي والمعرفي للفرد أو المجتمع ويسهم هذا التبادل في تشكيل رؤية الفرد والمجتمع تجاه قضايا مجتمعه والقدرة على تحليله واستيعابها لاتخاذ السلوك المناسب حول هذه القضايا. **(سعد، فراس، 2020، ص99)** يخدم موقع تويتر خدمة تدوين مصغر تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات **tweets** عن حالاتهم بحد أقصى **140** حرفا لرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسائل نصية **SMS** أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي قدمها المطورون فيس بوك **Twitbird وTwitterfox**...الخ وتظهر التحديثات في صفحة المستخدم، ويمكن للمتابعين قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي.**(مركز المحتسب، ص42)** وكذلك يمكن استعمال الردود والتحديات عن طريق البريد الإلكتروني وخلاصة الأحداث **Rss** وعن طريق الرسائل النصية القصيرة **SMS** وذلك باستخدام أربعة أرقام خدماتيه تعمل الولايات المتحدة الأمريكية وكندا والهند بالإضافة إلى الرقم الدولي، الذي يمكن المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة.

3.1 أوركوت: Orkut منتج قوقل والذي لم يلق رواج كبير في أمريكا لوجود العملاقين فايس بوك وماي سبيس.

4.1 لنكد إن: LinkedIn شبكة اجتماعية للمحترفين، يضم الموقع قرابة مليونين محترف ومحترفة في مجالات متنوعة ومختلفة يتشاركون في مجموعات اهتمام. خاصية متميزة في الموقع هي خاصية التزكيات، فبإمكان مديرك أو زملائك السابقين في وظيفة معينة شغلتها تزكيتك عن عملك في الشركة. **(ماهر وآخرون، 2015، ص213)**

5.1 ماي سبايس: Myspace الموقع الذي كان الأكثر رواجا قبل أن يدخل في منافسة شديدة مع الفيس بوك مؤخرا. وتأسست شركة ماي سبيس سنة **2003** من طرف شركة **Univers** للتسويق، التي لا وجود لها حاليا، وبيعت سنة **2005** لمجموعة "فوكس انتراكتف ميديا" المملوكة لروبرت موردخ، ثم نمت سريعا لتصبح أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية اكتظاظا على شبكة

الحاسبات، وظلت كذلك إلى أن حلت محلها شبكة الفايس بوك في عدد المستخدمين النشطين شهريا. **(فتيحة نور الهدى، 2022، ص32)**

6.1 يوتيوب: وفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتطورها في مجال الانترنت تقنية اليوتيوب التي أخذت تنتشر بشكل واسع بين المستخدمين من كل الفئات نتيجة لما تحمله من خصائص اتصالية تمكن المستخدم من الاطلاع على مضامينها في أي وقت، وخارج حدود الزمن المقيد به داخل شاشة التلفزيون، والتعليق عليها وفق رؤيته الخاصة لهذا المضمون بعيدا عن رقابة حارس البوابة التي يمكن أن تحذف أو تعدل الرسالة الاتصالية في الوسائل التقليدية. وانطلق الموقع في **14** شباط عام **2005** على يد كل من (شاد هيرلي وستيف شين وجاويد كريم) الموظفون السابقون في مؤسسة (باي بال) وفي عام **2006** أصبح اليويتوب من المواقع الأسرع تطورا وانتشارا على شبكة الانترنت. **(سعد، فراس، 2020، ص102)**.

7.1 واتساب: هو تطبيق يتيح لمستخدميه إنشاء محادثات مع المستخدمين الآخرين... ويمكنهم من إرسال الصور والصوتيات ومقاطع الفيديو والملفات. وقد أصدر عام **2010**. ويعتبر واحد من أهم تطبيقات التراسل الفوري حول العالم إذ له أكثر من مليار ونصف مستخدم شهريا حول العالم، وقد أدى استخدامه إلى تقليل أرباح شركات الاتصالات من خدمة التراسل **SMS**.

يتطلب هذا التطبيق عند تثبيته لأول مرة رقم هاتف الخاص بالمستخدم، والجهاز الذي سيعمل عليه البرنامج، يقوم حينها بالاتصال بمزود الخدمة التابع له، ومن ثم إرسال رمز التفعيل ليعمل بعدها البرنامج تلقائيا، كما أن البرنامج يعرض قائمة الأصدقاء الذين يمتلكون التطبيق نفسه. **(ماجد، حسان، 2020، ص27)**

2. أسباب ودوافع استخدام الفايسبوك: تعددت أسباب ودوافع استخدام الفايسبوك ولعل أبرزها:

1.2 الصحبة وتكوين صداقات جديدة: قديما قرر أرسطو أن الإنسان كائن اجتماعي ومن بعده قرر ابن خلدون في المقدمة أن اجتماع الناس ضرورة لا مهرب منها تفرضها الحاجة الإنسانية الفطرية إلى المأكل والمشرب والحاجة إلى الأمن.

2.2 الحاجة للمعرفة: يحتاج المستخدم إلى المعرفة والإطلاع على كل ما يدور حوله، وأما ما يتميز به موقع الفايسبوك من التنوع والانفتاح فهو قادر على تحقيق الإشباع المعرفي.

3.2 الحاجة للإشباع الفكري: يحقق المستخدم من خلال ولوجه لموقع الفايسبوك إشباعا فكريا وهذا نظرا لقدرته على طرح أفكاره بكل حرية وعلى مختلف الأصعدة سواء كانت اجتماعية سياسية صحية أو غيرها. **(فتيحة نور الهدى، 2022، ص33)**

وآخر حاجتين يعبران عن الدوافع الحقيقية لتعرض العينة المبحوثة لمحتوى صفحة وزارة الصحة الجزائر (الاستزادة المعرفية والإشباع الفكري) خاصة في مرحلة الأزمات الصحية "جائحة كورونا كوفيد 19 نموذجا". مما يسمح لها بالبقاء على إطلاع دائم عن المستجدات الصحية.

3. مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية أية علاقة؟ قراءة في الاستخدامات:

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خاصة خلال جائحة كورونا بالدرجة الأولى في تخفيف وطأة أزمة التواصل والتباعد الاجتماعي الذي فرضه انتشار الفيروس، وأضحت وسائل منافسة لوسائل الإعلام (المكتوبة، المسموعة، السمعية البصرية) وهذا بفضل ما تتمتع به من خصائص أبرزها السرعة في نقل المعلومات والتفاعلية التي من شأنها جعل المستخدم أكثر نشاط وحيوية في التعامل مع المعلومة والإطلاع على المستجدات الصحية بغض النظر عن مصداقيتها أو مصدرها.

وركزت محتويات الموقع على نشر الوعي الصحي لدى المستخدمين باعتباره أكثر المواقع استخداما حسب إحصائيات العديد من الدراسات العلمية، حيث عمل على التعريف بأعراض الفيروس وطرق انتشاره من باب تحسيس الأفراد بخطورته هذا من جهة، وسعى إلى تقديم النصائح والإرشادات الوقائية التي من شأنها المساهمة في تفادي الإصابة أو طرق العلاج منها من جهة أخرى. وبذلك ساهم في نشر وتعزيز الوعي لدى مستخدميه.

لكن لا يخفى على أحد الشق السلبي لمحتويات موقع الفايسبوك عن الفيروس التاجي الذي تصدر قائمة الأخبار الأكثر انتشارا ومتابعة فهي ساهمت أحيانا أخرى في نشر الهلع والذعر أوساط المستخدمين بفعل المعلومات الغير موثوقة التي كانت تنشر بشكل يومي كتضخيم حالات الإصابة مما زاد من حدة الأزمة الصحية. وهذا ما كشفت عنه دراسة أمريكية أن عددا كبيرا من وسائل الإعلام الالكترونية تفتقد إلى الدقة وتساهم في نشر الشائعات وهذا لجذب الاهتمام إلى مواقعها ليس أكثر.

واختيار الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر لمعلوماتهم خاصة في فترة الأزمات تكمن وراءه مجموعة من الدوافع. وفي ذات السياق ذكرت الباحثة علة عيشة "نظرية ثراء وسائل الإعلام **Media Richness Theory** تصف دراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وفعالية الاتصال تتضح بالقدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة.

وانطلاقا من هذه النظرية اتضح أنه كلما توفر رجع صدى كان الاتصال فعال وأكثر إثراء، لأن وفرة المعلومات تخفض درجة الغموض.

وتفترض هذه النظرية أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرا كبيرا من المعلومات، فضلا عن تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع التغلب على الغموض الضبابية والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنية تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة واستخدام اللغة الطبيعية". **(عيشة، 2020، ص503)** واعتبر الفايسبوك في فترة العزلة الوقائية وسيط حاسم لتداول المعلومات الصحية بين المستخدمين.

وحسب عديد الدراسات العلمية ثبت أنه كلما زاد معدل وعي الفرد كلما قلت معدلات إصابته وهذا راجع إلى درجة الوقاية والعلاج.

عرض نتائج الدراسة الميدانية:

بعد الانتهاء من ضبط الدراسة في إطارها المنهجي وكذا النظري، تأتي مرحلة النزول للميدان لجمع المادة العلمية من العينة المبحوثة مباشرة، وبعد إتمامنا لهذه الخطوة قمنا بترميز البيانات لمعالجتها وتحليلها بما يجيب على تساؤلات الدراسة وكذا فرضياتها. وتم استقراء البيانات إحصائيا بالاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **SPSS** وتأسيسا على نتائج هاذ البرنامج نستخلص الآتي:

قراءة البيانات الشخصية للعينة المبحوثة:

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

التوزيع / الجنس	التكرار	النسبة المئوية

الذكور	49	**%32.66**
الإناث	101	**%67.33**
المجموع الكلي	**150**	**%100**

نتائج الجدول رقم (01) أعلاه تتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس إذ تبين لنا أن عدد الإناث يفوق عدد الذكور، حيث بلغ عدد الإناث **101** مفردة بنسبة **67.33%**، مقابل **49** من الذكور بنسبة **32.66%** من عينة الدراسة.

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

التوزيع / السن	التكرار	النسبة المئوية
22-18	45	**%30**
27-23	72	**%48**
32-28	22	**%14.66**
33- فما فوق	11	**%07.33**
المجموع الكلي	**150**	**100%**

نتائج الجدول رقم (02) أعلاه تبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن حيث اتضح أن الفئة العمرية التي جاءت في الصدارة هم من تراوح سنهم بين **[23-27]** بنسبة **(48%)**، وتلتها نسبة**(30%)** لفئة **[18-22]**، أما المرتبة الثالثة بنسبة **(14.66%)** كانت لفئة ما بين **[28-32]** سنة، وفي آخر الترتيب جاءت فئة السن من **33-فما فوق** بنسبة **(07.33%)**، والملاحظ من خلال النتائج أعلاه الفئة العمرية التي سجلت أعلى النسب تراوحت ما بين **[23-27]** سنة. ويمكن تفسير هذه النتيجة بإرجاعها إلى درجة وعي هذه الفئة العمرية من العينة المبحوثة بأهمية الصحة والوعي الصحي الذي يساعد على تفادي الإصابة بالأمراض والوقاية منها في العديد من الأحيان وإلا الكشف المبكر لها هذا من جهة، ومن جهة أخرى هي فئة لها مسؤوليات حيال أفراد أسرتها سواء كانوا (أولياء أو أولاد) ما يجعلهم دائمي الإطلاع على المستجدات على اختلاف مجالاتها وتحديدا الصحية منها.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

التوزيع / المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
طور الليسانس	88	**%58.66**
طور الماستر	41	**%27.33**
دراسات عليا	21	**%14**
المجموع الكلي	**150**	**100%**

الجدول رقم (03) أعلاه يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي وقد اتضح من خلال هذا الجدول أن المبحوثين من طور الليسانس كانوا في الصدارة بنسبة قدرت بـ **(58.66%)** بـ **88** مبحوث من أصل **150** إجمالي العينة المبحوثة، وتلتها نسبة **(27.33%)** لمفردات العينة من طور الماستر ممثلة بـ **41** مبحوث، والمرتبة الثالثة والأخيرة كانت ممثلة في **21** مفردة بنسبة **(14%)** لطلبة الدراسات العليا. وسبب ارتفاع نسبة اهتمام العينة المبحوثة من طور الليسانس راجع إلى تفرغها مقارنة مع غيرها من الفئات المذكورة التي لها دراسات علمية معمقة تحتاج إلى جهد ووقت أطول لإنجازها خاصة الدراسات العليا ما يفقدها أحيانا فرصة متابعة المستجدات حتى تلك ذات الصلة باهتماماتها خوفا من تضيع الوقت في التصفح وتفضل الخوض في كل ما لديه علاقة بمواضيع بحثها.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص.

التوزيع / التخصص	التكرار	النسبة المئوية
علمي	59	**%39.33**
أدبي	91	**%60.66**
المجموع الكلي	**150**	**100%**

الجدول رقم (04) أعلاه يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص وقد اتضح من خلال هذا الجدول أن المبحوثين من التخصصات الأدبية كانت لهم حصة الأسد بنسبة قدرت بـ **(60.66%)**، وتلتها نسبة **(39.33%)** لمفردات العينة من التخصصات العلمية.

من خلال قراءتنا لنتائج الجداول أعلاه (**01، 02، 03، 04**) الخاصة بالبيانات الشخصية للعينة المبحوثة اتضح لنا أنه يوجد فارق في عدد المبحوثين من حيث متغير الجنس وهو أن عدد الإناث في العينة يفوق عدد الذكور، ويمكن إرجاع ارتفاع عدد المبحوثات الإناث عن الذكور إلى سهولة التواصل والاحتكاك مع الجنس الأنثوي أكثر من الذكوري كما أن عددهم أصلا يفوق عدد الذكور في الجامعة. أما عن متغير الجنس فسجلنا تنوع في الفئات العمرية ولكن الفئة الأكثر ظهور وبنسبة مرتفعة كانت للفئة مابين **23-27** سنة وتلتها فئة **18-22** سنة وكلا الفئتين هي فئة شبانية. وجاء المبحوثين تبعا لمستواهم التعليمي طور الليسانس في صدارة الترتيب وتلاها المبحوثين من طور الماستر وفي ذيل الترتيب طلبة الدراسات العليا وهذا راجع لأن هذه الفئة الأخيرة هم الأقل عدد مقارنة بسابقاتها. ومتغير التخصص لمسنا فارق حيث سجل التخصص الأدبي حصة الأسد ثم جاء بعده التخصص العلمي.

النتائج العامة:

توصلت الدراسة من خلال استقراء بيانات الجانب التطبيقي انطلاقا من أسئلة المحاور الثلاث إلى جملة من النتائج نذكرها كالآتي:

نتائج محور عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة انتشار الكوفيد 19.

- ✓ عادات استخدام العينة المبحوثة لمواقع التواصل الاجتماعي اتضح أنها تستخدمها بشكل دائم (يومي) وجاء هذا بنسبة **86%**، هذا وصرحت العينة وبنسبة مرتفعة أن أكثر المواقع استخداما بالنسبة لها خلال جائحة كورونا كوفيد**19** كان موقع الفايسبوك في الصدارة الاقتراحات بنسبة بلغت **53.6%**، ثم تلاها الانستغرام بنسبة **24.3%**، ونسبة اليوتوب فقد بلغت **18.0%**، أما عن التويتر فسجل نسبة ضعيفة (محتشمة) بالنظر إلى باقي المواقع السالفة الذكر لم تتعدى **04%** بالرغم من أن هذا الأخير مقارنة مع الفايسبوك يتميز بمصداقية المنشورات لأنها من جهات رسمية بارزة عالميا كمنظمة الصحة وغيرها من الهيئات الحكومية الرسمية الأخرى محليا كوزارة الصحة مثلا. لكن غالبية المبحوثين لم يختاروا هذا البديل ويمكن إرجاع ذلك لسهولة تعاملهم مع المنشورات عبر الفايسبوك عكس التغريدات عبر التويتر. وبذلك حظي موقع الفايسبوك بأفضلية الاستخدام مقارنة مع مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة توصل إليها الباحث أحمد حمدي

ولحمر نبيل في دراستهما بعنوان "**الاتصال الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق الاستدامة الصحية**" على أن المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك كمصدر أول في الحصول على المعلومات من خلال الحملات الصحية وذلك بنسبة **96.07%**، وبذلك هو أكثر المواقع اعتمادا في الوعي الصحي.

- ✓ أرجعت العينة المبحوثة سبب انتظامها في الإطلاع على المحتويات الصحية عبر صفحات الفايسبوك خلال الجائحة إلى المعالجة الواقعية للمستجدات الصحية وهو ما يتماشى واهتماماتهم وبلغت نسبة هذا **51.33%**.
- ✓ صرحت العينة المبحوثة أنها تقضي ما لا يقل عن **4** ساعات يوميا في تصفح محتويات مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خاصة(صفحة وزارة الصحة الجزائر) وتحديدا خلال مرحلة الكوفيد **19** وجاء هذا بنسبة **64.66%**، أما عن العينة التي تقضي أقل من ساعة يوميا فسجلت نسبة جد ضئيلة مقارنة بسابقاتها بلغت **2%** فقط. هذا ولمسنا ارتفاع في مدة التصفح لدى الجنسين وهو ما يفسر أهمية ومكانة هذه المواقع لدى مستخدميها على اختلاف جنسهم، سنهم ومستواهم التعليمي.
- ✓ تبين من إجابات المبحوثين أنهم كانوا حريصين على تتبع مستجدات الفيروس من خلال محتويات مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك وسجل هذا البديل نسبة **69.33%** لأنه بنظرهم كان مواكب للجائحة أكثر من وسائل الإعلام الجماهيرية التي سجلت نسبة **15.33%** مع تقديمهم لمصادر معلومات متنوعة. وهي نتيجة تتنافى وبعض نتائج دراسات أخرى التي أثبتت أن أفراد المجتمع يفضلون التوجه لمحتويات وسائل الإعلام خاصة فترة الأزمات وهو ما يشير إلى مسألة فقدان الثقة في محتويات مواقع التواصل الاجتماعية خاصة إذا ما قورنت بوسائل إعلام رصينة. وهو ما أشار إليه **روجر موسي** في مقال بمجلة **New states Man** إلى دور هيئة الإذاعة البريطانية **BBC** خلال الأزمة لأنها تقدم معلومات موثوقة وهو ما جعل الجمهور يتجه لها كمصدر أولي لاستقاء معلوماته حول فيروس كوفيد**19**. وهي فرصة بي بي سي لإثبات سر بقائها يكمن في مصداقية مضامينها من وجهة نظر جمهورها..www.bbc.com/arabic/interactivity-52084379.2020 .BBC http//:
- ✓ صرحت العينة المبحوثة بأن أغلب محتويات مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا الفايسبوك في فترة كورونا كانت تهدف إلى التوعية والتحسيس بخطورة انتشار الوباء والإصابة بالدرجة

الأولى. وهذا بهدف التقليل من حدتها أو العمل على تفاديها أي أساليب وقائية وجاءت بنسبة **60%**، والأساليب العلاجية سجلت نسبة **25%**. كما اعتمدت على أساليب أخرى لتنمية الثقافة الصحية لدى مستخدميها وجاءت في مقدمتها الأساليب التوعوية والإرشادية.

- ✓ أظهرت النتائج أن عادة تلقي وتصفح العينة المبحوثة للمضامين الصحية عبر الفايسبوك (وزارة الصحة الجزائر) كانت تغلب عليها الفردانية وسجلت نسبة مرتفعة بلغت **88.33%**، وهو راجع إلى ذهنية المتلقي بالدرجة الأولى كما يمكن إرجاعه إلى الرغبة في التركيز على حيثيات المحتوى من أجل ضمان الاستفادة. لكنها بالمقابل تناقش هذا المحتوى مع الغير من أفراد العائلة والأصدقاء وذلك بهدف تبادل الآراء حتى تعم الفائدة. وللإشارة هناك العديد من المتغيرات التي تؤثر على المحتوى الذي يتعرض له المتلقي مثل تفكيره، اتجاهاته، سنه...الخ.
- ✓ عرفت محتويات موقع الفايسبوك تنوع لغوي ثري في تقديم النصائح والإرشادات بين اللغة العربية بنسبة **65%** والفرنسية **10%** وحتى الدارجة المهذبة أحيانا وبلغت نسبتها **25%** وجاءت هذه الأخير مرتفعة على نظيرتها اللغة الفرنسية لأن المجتمع المستهدف من هذه الرسائل أو المحتويات من عامة الناس أي الجمهور غير محدد فيه المثقف والغير مثقف، المتعلم ودون مستوى علمي...الخ.

نتائج محور دوافع التعرض لمحتويات مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة انتشار الكوفيد 19 والاشباعات المحققة.

- ✓ أقر جل مفردات العينة المبحوثة بأنه زاد إقبالهم على المحتويات الصحية (الخاصة بجائحة كورونا) عبر الفايسبوك وتحديدا صفحة وزارة الصحة الجزائر منذ بداية انتشار الفيروس على المستوى العالمي بمدينة ووهان الصينية وتصنيف المنظمة العالمية للصحة فيروس كوفيد**19** كوباء عالمي، وذلك سعيا منهم لتوسيع دائرة معلوماتهم عن هذا الأخير ما بلغ نسبته **77%** ومنهم من أصبح مدمن على المحتويات الصحية، وباقي النسب كانت لبدائل محتويات أخرى متنوعة بين الثقافة والسياسة...الخ
- ✓ اهتمام العينة المبحوثة بمحتوى صفحة وزارة الصحة الجزائر زاد بالموازاة مع تسجيل أولى حالات الإصابة على المستوى الوطني وتفاقم الوضع الصحي وارتفاع عدد الوفيات في الفترة

الأولى وجاء هذا بنسبة **53.9%**. وللإشارة أصبحوا متابعين أوفياء لهذه الصفحة مما رفع من عدد مشاهداتها في ظرف قياسي.

- ✓ اتضحت قصدية الإطلاع على مضامين الفايسبوك الخاصة بالتوعية الصحية تحديدا فيروس كوفيد **19** ضمن أبرز دوافع تعرض العينة المبحوثة وسجلت نسبة **70.33%**، ليليها دافع البحث عن معلومات متنوعة وجاءت بنسبة **19.33%**، ثم دافع الفضول فقط وجاء بنسبة **10.33%**.
- ✓ أما عن دوافع تعرض العينة المبحوثة لمحتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر عبر الفايسبوك تحديدا كانت بالدرجة الأولى الشعور بروح المسؤولية إلى جانب دوافع أخرى أبرزها البحث عن معلومات واسعة حول الفيروس، مواكبة مستجداته وكيفية انتشاره، والاهتمام بمعرفة طرق الوقاية منه وجاءت هذه البدائل على رأس القائمة بنسبة بلغت **70%**، لتليها نسبة **20%** لبديل استزادة معرفية حول الفيروس من باب الفضول، وجاء بديل الخوف من الإصابة في ذيل القائمة بنسبة **10%**. وبذلك تنوعت الدوافع بين النفعية والطقوسية وهو ما يعبر عن الخلفية النظرية المعتمدة في هذه الدراسة.
- ✓ حرصت العينة المبحوثة في إطلاعها على المحتويات الصحية أن تكون من خلال صفحات الفايسبوك لهيئات رسمية وهذا لضمان مصداقية المعلومات المنشورة خاصة فترة انتشار كوفيد **19** ما بلغت نسبته **90%** وهي نسبة جد مرتفعة توحي إلى وعي العينة بأهمية المصدر الرسمي لاستقاء معلوماتها مثل **صفحة وزارة الصحة الجزائر** محل الدراسة. في حين فضلت نسبة **10%** من باقي أفراد العينة مصادر أخرى كحسابات غير رسمية أو حسابات أصدقاء.
- ✓ صرح جل مفردات العينة المبحوثة أنهم يفضلون منشورات في شكل مقالات علمية وتقارير تحمل تحليلات لأطباء مختصين، وقراءات حول الفيروس بالنسب المئوية وأخذ هذا البديل حصة الأسد **87.33%**، وهذا إن دل إنما يدل على أن هذه الفئة (باعتبار أن عينة دراستنا من طلبة جامعيين) تملك مستوى تعليمي لا بأس به يسمح لها بفهم هذا النوع من المحتويات التي عادة ما تكون تحتوي على معلومات صحية علمية دقيقة وبلغة أجنبية، في حين وقع اختيار بعض أفراد العينة على المنشورات التمثيلية في شكل فيديوهات قصيرة، برأيهم من أجل تقريب المعلومة لأنها موجهة لجمهور غير محدد من ناحية (الجنس، السن، والمستوى

التعليمي على وجه الخصوص) فالمحتوى الأول لا يمكن لعامة الناس فهم فحواه في حين أن النوع الثاني يقرب المعنى أكثر من خلال الصورة.

- ✓ تباينت إجابات العينة المبحوثة حول جملة الاشباعات التي حققتها من تصفح محتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر ولكنها اتفقت في مجملها على الآتي:

الحصول على النصيحة العلاجية، اكتساب سلوكيات صحية سليمة، إتباع تدابير الوقائية (بارتداء الكمامة وتفادي المصافحة، عدم ملامسة الأسطح خاصة في الأماكن العمومية)، إشباع الفضول الصحي، الراحة والاسترخاء. كما صرحت العينة المبحوثة أنها إشباعات مختلفة عن تلك التي تحصلت عليها من وسائل الإعلام أو من مصادر أخرى.

- ✓ أبدى جل المبحوثين من الجنسين وبنسبة بلغت **89%** رضاهم على المضامين التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا الصفحة محل الدراسة وصرحوا بأنها أضافت لهم معارف جديدة وكانت فعالة وفي المستوى المطلوب بحيث ساهمت في تعزيز وتنمية الثقافة والوعي الصحي لديهم خاصة في فترة انتشار وباء كورونا كوفيد **19** وهو ما جعلهم يتفاعلون معها بدرجة كبيرة بلغت **52.66%**. كما أنهم سعوا إلى نشر ومشاركة محتواها مع الغير في غالب الأحيان ما بلغت نسبته **68%**.
- ✓ أشارت إجابات العينة المبحوثة أنه بالرغم من أن المحتوى كان جيد ويتلاءم والوضع المعاش لكن في بعض الأحيان أساليب عرض الإحصائيات والتطورات الخاصة بالفيروس كان فيها نوع من الضغط والترهيب مما خلق ضعر في أوساط المستخدمين وسجل هذا البديل نسبة **41.33%** مقابل نسب متفاوتة للعينة التي رأت أن أساليب تقديم مستجدات الأزمة كانت بطريقة عادية وتعبر عن الوضع فقط دون أي ضغط. ويمكن إرجاع نسبة البديل الأول إلى اعتقادات المتلقي للمعلومة في حد ذاته فمنهم من يعاني من الوسواس ومنهم من له شخصية ضعيفة وبعضهم يعاني من أمراض مزمنة وبذلك يتغلب عليه الخوف من الإصابة.

قراءة الفرضيات في ضوء النتائج:

الفرضية الأولى: ساهمت محتويات مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) مساهمة فعالة في التحسيس بمخاطر فيروس كورونا كوفيد **19** لتفادي تفشي الوباء. أبدى جل المبحوثين من الجنسين وبنسبة بلغت **89%** رضاهم على المضامين التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا الصفحة محل الدراسة وصرحوا بأنها أضافت لهم معارف جديدة وكانت فعالة وفي

المستوى المطلوب بحيث ساهمت في تعزيز وتنمية الثقافة والوعي الصحي لديهم خاصة في فترة انتشار وباء كورونا كوفيد **19** وهو ما جعلهم يتفاعلون معها بدرجة كبيرة بلغت **52.66%**. كما أنهم سعوا إلى نشر ومشاركة محتواها مع الغير في غالب الأحيان ما بلغت نسبته **68%**. **وبهذا تقبل الفرضية.**

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المستخدمين لمحتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر وبين مستوى معرفتهم بالإجراءات الوقائية من جائحة كورونا كوفيد**19**. واتضح تبعا لمعطيات نتائج اختبار **(كا²)** المحسوبة التي بلغت **7.639** وهي أكبر من قيمة**(كا²)** الجدولية التي بلغت **3.831** بدرجة حرية **01** عند مستوى دلالة **(0.05)** وهو مستوى دال إحصائيا مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المستخدمين لمحتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر وبين مستوى معرفتهم بالإجراءات الوقائية من جائحة كورونا كوفيد**19** فكلما زاد معدل تعرض العينة لمحتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر زاد إلمامها بالإجراءات الوقائية اللازمة لتفادي الإصابة بالفيروس، وبذلك توجد علاقة بين معدل التعرض ومستوى الإلمام والمعرفة. **وبهذا تقبل الفرضية.**

الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أثر استخدام محتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر على تنمية الوعي الصحي تعزى لمتغير الجنس والفئة العمرية. واتضح تبعا لمعطيات نتائج اختبار **(كا²)** المحسوبة التي بلغت **10.555** وهي أكبر من قيمة**(كا²)** الجدولية التي بلغت **5.991** بدرجة حرية **02** عند مستوى دلالة **(0.05)** وهو مستوى دال إحصائيا مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أثر استخدام محتويات صفحة وزارة الصحة الجزائر على تنمية وتعزيز الوعي الصحي تعزى لمتغيري الجنس والفئة العمرية. أي أن الجنس له تأثير على درجة الوعي وتحديدا الإناث فهن الأكثر حرصا واهتماما حسب معطيات الدراسة لأنه يقع على عاتقهن مسؤولية الرعاية والتنشئة داخل الأسرة. ونفس الشيء بالنسبة للفئة العمرية حيث أوضحت النتائج بأنه كلما كان المستخدم أكبر سننا كلما كان أكثر وعي ونضج ويعرف قيمة الصحة أكثر من غيره. **وبهذا تقبل الفرضية.**

مناقشة النتائج على ضوء ما تناولته الدراسات السابقة:

بالرجوع إلى نتائج الدراسات السابقة المعتمدة في دراستنا الحالية وقراءتها على ضوء نتائج هذه الأخيرة اتضحت لنا أوجه تشابه عديدة أبرزها التركيز على أهمية اعتماد الجهات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا الفايسبوك من أجل تعزيز فرص التأثير في إيصال رسائلها

مع الحرص على ذكر مصادر المعلومات للمحافظة على الثقة المتبادلة مع مستخدميها، بالإضافة إلى التأكيد على فاعلية محتويات الفايسبوك الذي جاء في صدارة اختيارات المستخدمين وأضحى مصدر أساسي لديها لاستقاء المعلومات الصحية مقارنة مع باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى وهذا راجع لجملة من الاعتبارات أبرزها أنه أتاح تنوعا في المواضيع الصحية المعالجة.

خاتمة:

ختاما لما تم التطرق إليه آنفا من خلال معالجة موضوع ورقتنا البحثية اتضح لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم تقنيات حديثة من شأنها جعل الاتصال حوار تفاعلي بين المستخدمين وهي أكبر قفزة عرفها التواصل من خلال الشبكة العنكبوتية لما لها من مميزات وخصائص في مقدمتها سرعة تداول الأخبار والمعلومات خاصة خلال الأزمات بأنواعها والأزمة الصحية محل الدراسة والبحث تحديدا.

وهذه المواقع عامة والفايسبوك من (الصفحات ، المجموعات...الخ) خاصة صفحة وزارة الصحة الجزائر كان لها دور كبير وفعال في تعزيز الوعي الصحي لدى مستخدميها وعلى حد تعبير مخترع الفايسبوك مارك فإن هذا الموقع لم يبتكر في الأساس ليكون شركة، بل وجد لتحقيق مهمة اجتماعية. وعليه بات من الضروري على الهيئات الرسمية اعتماده كمنظومة اتصالية حديثة مساعدة للتوعية والتثقيف وذلك بتسطير إستراتيجية محكمة لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من المنشورات الصحية عبر الفايسبوك. مع التأكيد على مصادر المعلومة حتى تكتسي الموثوقية لأن محتوياته سلاح ذو حدين وله جانب سلبي أيضا فبعض الأطراف هدفها التهويل لا التوعية كنشر المعلومات المغلوطة مما يخلق الضعر الهلع والتوتر في أوساط المستخدمين.

الاقتراحات والتوصيات:

1. الحرص على ذكر المصدر في نشر المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا الفايسبوك حتى تكون منشورات مستنيرة وذات مصداقية تفاديا للضبابية. لأن وسائل الإعلام الأخرى اعتمدت على منظمة الصحة العالمية ووكالات الأنباء الدولية كمصادر موثوقة لتداول أخبار الفيروس.

2. ضرورة التأكيد على أن يكون القائمين على صفحات الفايسبوك ذات الطابع الصحي أهل الاختصاص من (أطباء، رؤساء مصالح، مكلفين بخلية الإعلام والاتصال...الخ) حتى لا نقع في إشكال المعلومات المغلوطة أو الخاطئة وكذا تفاديا لتبعاتها السلبية أحيانا على صحة المستخدمين.

3. التركيز على تعزيز الوعي الصحي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لأهميته فمن الممكن تقليل أضرار الإصابة والتعاطي معها أحيانا أو تفاديها من الأساس.

قائمة المراجع:

اللغة العربية:

- الاشخم محمد سعاد، (أبريل 2021)، **دور التعزيز في التحصيل الدراسي لدى تلاميذ الصفوف الثلاثة الأولى من مرحلة التعليم الأساسي من وجهة نظر معلميهم**، مجلة كليات التربية، جامعة طرابلس، العدد الواحد والعشرون، ص ص 113-124.
- بلبليدية فتيحة نور الهدى، **(2022) أثر المعلومة المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية للمستخدمين خلال جائحة كورونا كوفيد 19 -دراسة استطلاعية على عينة من المستخدمين الجزائريين للفايسبوك نموذجا-**، المجلد 17، العدد 01 (خاص)، مجلة تنمية الموارد البشرية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف الجزائر، ص ص 20-45.
- حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، (2020)، **وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق**، ط1، دمشق-سوريا، دار القلم.
- الدليمي عبد الرزاق، (2016)، **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين**، عمان-الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- سبعون سعيد، (2023)، **الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع**، الجزائر، دار القصبة للنشر.
- السكري أحمد شفيق، (2000)، **قاموس الخدمات الاجتماعية**، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
- الشمايلة ماهر عودة، اللحام محمود عزت، كافي مصطفى يوسف، (2015)، **تكنولوجيا الإعلام والاتصال**، ط1، عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- علة عيشة، (ماي 2020)، **دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كوفيد 19-دراسة ميدانية-**، مجلة

الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي–برلين–ألمانيا–العدد الحادي عشر، ص ص 496–515.

- قرناني ياسين، بكار أمين، (2020)، **تطبيقات الإعلام الجديد، المفاهيم–الخصائص–الوظائف–الفرص والتحديات**، ط1، عمان–الأردن، دار الأيام للنشر والتوزيع.
- الكناني محسن جلوب، الدجيلي أحمد مهدي، (2018)، **التلفزيون وتعزيز الوعي الصحي**، ط1، عمان–الأردن، دار أمجد للنشر والتوزيع.
- مختار عمر أحمد وآخرون، (2008)، **معجم اللغة العربية المعاصرة**، المجلد الثالث، ط1، القاهرة، عالم الكتب.
- مركز المحتسب للاستشارات، (2016) **دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجا**، ط1، الرياض–السعودية، دار المحتسب للنشر والتوزيع.
- المشهداني سعد سليمان، فراس محمود لعبيد، (2020)، **مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة**، ط1، عمان، دار امجد للنشر والتوزيع.

ب. اللغة الأجنبية:

- CERTEAU (Michel de**)**,(1990) , ***L'Invention du quotidien t.I, Arts de faire,*** Paris***, Gallimard.***