

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد
(COVID-19)

(دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية

في موقع الفيس بوك 2021م)

role of social media in the health awareness about
coronavirus (COVID-19)

An analytical study of the Sudanese Federal Ministry of
Health's Facebook page

د. لمياء صلاح الدين محمد إبراهيم *

Dr.lamia Salah Eldin mohammed Ibrahim

المستخلص:

استهدفت الدراسة التعرف على مدى دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)، حيث استعانت الباحثة بالمنهج الوصفي وأسلوب التحليل، وصممت استبانة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، واختارت عينة قصدية قوامها (121) منشوراً للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)، في صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في موقع "الفيس بوك"، وأظهرت الدراسة العديد من النتائج من أهمها: عدم اهتمام منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية بتنوع الوسائط المتعددة واستخدامها بالشكل المتوازن، حيث اعتمدت بشكل كبير على النص المرفق بالرسوم التوضيحية بالتحديد (الشعارات) و"الهاشتاج" في عرض منشورات الصفحة للتوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19). في المرتبة الأولى بنسبة قدرها (61.16%)، كما أظهرت النتائج قلة تركيز صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في منشوراتها على موضوعات

* أستاذ مساعد كلية الإعلام بجامعة الرباط الوطني - السودان

الإرشادات الصحية والتدابير الوقائية حيث جاءت بنسبة 9.09%، فيما جاءت نسب تفاعل المستخدمين مع منشورات الصفحة التي تخطت (951) فأكثر لصالح عدد الإعجابات وجاءت بنسبة (71.07%)، فيما جاءت أهم توصيات الدراسة: ضرورة الاهتمام بالموضوعات الخاصة بالإرشادات الصحية والتدابير الوقائية في معظم منشورات صفحة الدراسة، الاستفادة من إمكانيات وخصائص الوسائط المتعددة وتوظيفها بصورة متوازنة وجاذبة، سيما المرئية منها والصوتية والرسومات التوضيحية الثابتة والمتحركة والتفاعلية، مما يسهم في تنوع أساليب عرض منشورات صفحة الدراسة للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) كما ينبغي على صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية، الاهتمام بتنوع مصادرها الإعلامية في منشوراتها. الكلمات المفتاحية: دور، مواقع التواصل الاجتماعي، التوعية الصحية، فيروس كورونا المستجد (COVID-19).

Abstract:

The study aimed to identify the extent of the role of social media sites in health awareness of the emerging corona virus (COVID-19), as the researcher used the descriptive analytical method, and designed a content analysis form as a tool to collect data, and a purposive sample of (121) publications was selected to raise awareness of the emerging corona virus (COVID- 19), on the page of the Sudanese Federal Ministry of Health on Facebook, and the study showed many results, the most important of which are: The Sudanese Federal Ministry of Health page publications lack interest in the diversity of multimedia and its balanced use, as it relied heavily on the text attached to the illustrations specifically (logos) The hashtag in displaying the page's posts for health awareness of the emerging corona virus (COVID-19) ranked first with a percentage of (61.16%), and the results showed the Sudanese

Federal Ministry of Health page's lack of focus in its publications on the topics, health advice and preventive measures, as it came at a rate of (9.09%), while it came The percentage of user interaction with the page's posts that exceeded 951 or more was in favor of the number of likes, which came at (71.07%), while the most important recommendations of the study were: Paying attention to issues related to health guidelines and preventive measures in most of the study page's publications, taking advantage of the possibilities and characteristics of multimedia and employing them in balanced and attractive images, especially visual, audio and static, animated and interactive graphics, which contributes to the diversity of methods of displaying the study page publications to raise awareness of the emerging Coronavirus (COVID-19 The page of the Sudanese Federal Ministry of Health should also pay attention to the diversity of its media sources in all posts.

Key words: role- social media- health awareness-coronavirus COVID-19

المقدمة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً أساسياً للحصول على المعلومات والأخبار الحيوية في شتى المجالات، حيث أصبحت أداة للتواصل الاجتماعي والإعلامي بين الأفراد والجماعات المختلفة، وأقرب وأسهل للمواطن في ظل ما تتميز به من خصائص وإمكانيات متعددة يستطيع أن يتفاعل معها الجمهور بصورة يومية وعلى مدار الساعة.

ولا شك أن مواقع التواصل الاجتماعي، قد ساهمت في خلق واقع جديد في مجال الرعاية الصحية، كونها تساهم في إيصال وتبادل المعلومات والأخبار الصحية والإجراءات الوقائية بين الأفراد والجماعات والمؤسسات والمنظمات الصحية، من أجل تحسين الممارسات الصحية الشخصية والمجتمعية ومناقشة

أشكال القضايا الصحية كافة وتعزيز السلوكيات الصحية وتنقيف المرضى والأطباء والجمهور.

كما نلاحظ أن العديد من المنظمات والمؤسسات الصحية الإقليمية والعالمية، تعمل على توسيع وجودها في مواقع التواصل الاجتماعي في إطار مواكبة التطور التكنولوجي لثورتي الاتصال والمعلومات، حيث تسعى إلى أن يكون لها العديد من الحسابات على مختلف المنصات الاجتماعية، وحتى على مستوى الأفراد من أطباء واستشاريين ومتخصصين في المجال الطبي، ويزداد الإقبال على استخدام هذه المنصات الاجتماعية بوتيرة متصاعدة، للاستفادة من خصائصها وإمكانياتها المتجددة وتسخيرها لتعزيز الصحة عن طريق إعلام الناس وتحفيزهم وتمكينهم من تغيير السلوكيات الخاطئة، فقد صار بإمكان كثير من المرضى وأسرهم استخدام تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي للمشاركة بتجاربهم ونتائجها وتنقيف الآخرين والإبلاغ عن التجارب الشخصية وطرح الأسئلة للمتخصصين في المجال الطبي وتلقي الملاحظات المباشرة للأشخاص الذين يعانون من بعض الأمراض، والحصول على المواد التثقيفية والتوعوية، من خلال قراءة المقالات الإخبارية والاستماع إلى الخبراء والاستشاريين ومقدمي الخدمات الصحية من خلال الوسائل والتفاعل معهم بصورة فورية، الأمر الذي يسهم في الحصول على المعلومات والدعم النفسي وتعزيز التوعية الصحية لدى المرضى والأصحاء أيضاً.

في ظل الجائحة العالمية لفيروس كورونا (COVID-19) الذي أصبح مهدداً خطيراً لحياة البشرية بعد أن أصاب ملايين البشر في أرجاء المعمورة كافة وتسبب في موت الآلاف، وتزداد أهمية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي عبر منصات المختلفة وتسخير خصائصها المتعددة لاسيما من قبل المؤسسات الرسمية في الدول كوسائل اتصال فاعلة وحديثة، لنشر مخاطر هذا الفيروس

ومكافحته ومحاربة الأخبار المضللة والزائفة فيما يتعلق بهذه الجائحة، وأيضاً المساهمة في رفع الوعي الصحي لدى الجماهير، لاسيما في ظل الإقبال المتزايد لهذه المنصات كمصدر للمعلومات والأخبار.

لذا هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء للتعرف على مدى مواكبة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتطور التكنولوجي في وسائل نقل المعلومات الحديثة، ومدى استخدامها وتوظيفها لمنصات التواصل الاجتماعي من خلال صفحتها في موقع (الفيس بوك) وما مدى دورها في التوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19).

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على مدى دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)، من خلال تسليط الضوء على صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في موقع الفيس بوك، للإجابة عن السؤال الرئيس إلى أي مدى تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بالتوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) بالسودان.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما الأنماط الصحفية التي اتخذتها منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)؟
- 2- ما أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)؟
- 3- ما طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)؟

- 4- ما نسبة تفاعل الجمهور مع المواد المنشورة على صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)؟
- 5- ما الموضوعات المنشورة في صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) ؟
- 6- ما أهداف المواد المنشورة في صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) ؟
- 7- ما مصادر المواد المنشورة التي اعتمدها منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) ؟
- 8- ما طبيعة الجمهور المستهدف في منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)؟
- 9- ما القيم التي تضمنتها منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)؟
- 10- ما الأساليب الإقناعية المستخدمة في منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) ؟

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في حتمية توظيف منصات التواصل الاجتماعي بطريقة ذكية ومسؤولة من قبل المؤسسات الرسمية الصحية، ومسئولي الرعاية الصحية في مجال التوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) وهو موضوع مهم، لاسيما بعد أن أصبحت هذه الجائحة تمثل أزمة صحية عالمية، ومهدداً لحياة البشرية في أرجاء المعمورة كافة، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت قنوات حيوية ومهمة يمكن أن تسهم بشكل رئيس في تعزيز التثقيف الصحي والتوعية الصحية وتعزيز السلوك الصحي بصورة إيجابية، كما

أن الخصائص المتنوعة والمتطورة لهذه المنصات ساهمت في سرعة تبادل المعلومات والأخبار بصورة فورية، كما ساهم التطور التكنولوجي لأجهزة الاتصال المحمولة والهواتف الذكية في الحصول على المعلومات بكل سهولة ويسر، لذا جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء لمعرفة كيفية توظيف وزارة الصحة الاتحادية السودانية لوسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) للتوعية من فيروس كورونا المستجد (COVID-19).

أهداف الدراسة:

1- التعرف عن مدى استخدام وزارة الصحة الاتحادية السودانية لمواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) بفيروس كورونا المستجد (COVID-19).

2- الكشف عن كيفية توظيف صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية لخصائص الفييس بوك في التوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19).

3- معرفة أساليب وأشكال المنشورات المستخدمة من حيث الشكل والمضمون في صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في الفييس بوك للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19).

منهج الدراسة وأداتها:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأسلوب التحليل الذي يتناول الظاهرة بالوصف والتفسير كما يتيح للباحث ممارسة ومشاهدة أحداث وظواهر ووصفها وصفاً دقيقاً كما هي في الواقع ومن ثم يجمع البيانات اللازمة بهدف التحليل والتقويم وتقديم التعميمات والتفسيرات المختلفة⁽¹⁾ يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته، كما اعتمدت الدراسة تحليل المضمون كأداة للدراسة، والذي يعرف كأسلوب وأداة، حيث يعرفه بيرلسون (Berelson): على أن تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهري

أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً، منتظماً، كمياً كما عرف على أنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري أو المضمون الصريح لمادة الاتصال ووصفها وصفاً موضوعياً ومنهجياً وكمياً بالأرقام⁽²⁾.

وتعد استمارة تحليل المضمون إحدى أدوات جمع المعلومات والبيانات الأساسية خصوصاً في بحوث الإعلام شأنها في ذلك شأن صحيفة الاستقصاء أو دليل المقابلة أو الملاحظة أو التعميم التجريبي⁽³⁾.

وحدات وفئات التحليل:

أولاً: وحدة التحليل:

واعتمدت الدراسة وحدة الموضوع أو الفكرة كوحدة للتحليل، وهي من أكثر الوحدات شيوعاً واستخداماً في بحوث الإعلام، وتمثل وحدة الموضوع أو الفكرة أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون وأكثرها إفادة، وتعتبر إحدى الدعامات الأساسية في تحليل المواد الإعلامية والدعائية والاتجاهات والقيم والمعتقدات⁽⁴⁾.

ثانياً: فئات التحليل:

- **تعريف فئات تحليل المضمون:** هي مجموعة الفصائل والتصنيفات يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه وصدق التحليل لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول وربما إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسر⁽⁵⁾.

- تم اعتماد فئات الشكل وفئات المضمون لتحليل المادة المنشورة كما يلي:

أولاً: فئات كيف قيل؟ وهي الفئات المتعلقة بالشكل وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

- فئة الوسائط المستخدمة في عرض المنشورات: نص+صور، نص+ فيديو / نص + رسوم توضيحية/نص+ رابط الكتروني، فيديو+ رابط الكتروني/نص+ رسوم توضيحية+ رابط الكتروني / نص+صور+رابط الكتروني/ نص+ رابط الكتروني +رسوم توضيحية+هاشتاغ / نص+رابط الكتروني+هاشتاغ / نص+هاشتاغ، فيديو+هاشتاغ / نص+فيديو+هاشتاغ/ نص+ رسوم توضيحية+هاشتاغ / نص+ صور+هاشتاغ/ رسوم توضيحية+هاشتاغ.

- الأنماط الصحفية التي إتخذتها المنشورات: خبر، تقرير، أخرى تذكر.

- طبيعة اللغة المستخدمة: عربي فصحي، مزيج بين الفصحى والعامية، أكثر من لغة (العربية + الإنجليزية).

- فئة التفاعلية: الإعجاب، التعليقات، المشاركة.

ثانياً: فئات المضمون (ماذا قيل؟): هي الفئات المتعلقة بمحتوى المنشور وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

- فئة موضوعات المنشورات: الإرشادات الصحية والتدابير الوقائية/الاتفاقيات التعاونية/ الخدمات الصحية/ القضايا والتداعيات الصحية المتعلقة (COVID-19) تحديد (الإصابات، الوفيات، المتعافين، حالات الاشتباه) إحصائياً وجغرافياً/ المعامل المتعمدة لفحص الكورونا.

- فئة أهداف المنشورات: إعلامية/ إرشادية ووقائية /تحذيرية.

- فئة المصادر: إدارة الإعلام والعلاقات العامة (وزارة الصحة الاتحادية السودانية) / تصريحات المسؤولين (الرسمين)/ إدارة الاستعداد المبكر بالإدارة العامة للطوارئ (وزارة الصحة الاتحادية السودانية).

- فئة القيم: صحية سلوكية، معرفية، تضامنية.

-الاستمالات الإقناعية: استمالات عقلية / استمالات عاطفية / استمالات مختلطة.

فئة طبيعة الجمهور المستهدف: جمهور متخصص (الكوادر الطبية) / جمهور عام.

مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة هو صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في موقع الفيس بوك حيث تم اختيار (عينة القصدية) اختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل قام الباحث شخصياً باقتناء مفردات العينة من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع الدراسة ولعناصره الهامة التي تمثلته تمثيلاً أفضل، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة⁽⁶⁾، لكافة المنشورات المتعلقة بفيروس (كورونا) المستجد كوفيد19 في صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في موقع الفيس بوك، في الفترة من (2021/1/2م إلى 2021/3/31م)، وهي الفترة التي تم تضمين تفعيل هاشتاغ الموجة الثانية للفيروس في الصفحة حيث بلغت حجم عينة المنشورات (121)، بمعدل (12) أسبوعاً.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: إجراءات الصدق:

للتأكد من صلاحية استمارة تحليل المضمون، باستخدام الصدق الظاهري (Face) Validity ويشير الصدق الظاهري إلى ما إذا كانت الأداة المستخدمة حقاً تقيس نفس السلوك المراد قياسه⁽⁷⁾، وذلك من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين⁽⁸⁾ من ذوي الاختصاص والخبرة في مجال الإعلام وعلوم الاتصال، لتحديد مدى صلاحية فقرات الاستمارة، وقياس مدى صحتها

من حيث الوضوح والتعرف على ملاحظاتهم ومن ثم تعديل أو استبعاد بعض فقرات التحليل وفقاً لمقترحاتهم وآرائهم.

ثانياً: إجراءات الثبات:

تم استخدام معادلة هولستي (Holsti) لقياس الثبات من خلال طريقة ثبات الباحث مع نفسه (Intracoder Reliability)، والذي تعني تحليل جزء من العينة مرتين في فترتين زمنيتين مختلفتين، ثم يحسب معامل الثبات، اعتماداً على نتائج هاتين المرتين⁽⁹⁾.

حيث تم اختيار عينة عشوائية قوامها (10%) من المنشورات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) في صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في الفيس بوك وتحليها، ثم إعادة تحليل نفس المنشورات بعد مرور فترة أسبوعين من إجراءات التحليل الأول.

وتم تطبيق معادلة "هولستي" Holsti لاستخراج معامل الثبات وهي: $M \times 2$

(M) تشير لعدد الحالات التي يتفق فيها تحليل الباحث في الفترتين. $N2+N1$

(N1) تشير إلى عدد الحالات التي تم ترميزها في الفترة الأولى.

(N2) تشير إلى عدد الحالات التي تم ترميزها في الفترة الثانية

وبتطبيق المعادلة جاءت نسبة الثبات على النحو التالي:

$$\frac{10 \times 2}{100}$$

$$83 = 100 \times 0.83 = 12+12$$

وهي نسبة عالية يمكن اعتمادها وفقاً لنسب الثبات في الدراسات والبحوث العلمية.

حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة في الفترة من (2/يناير/2021م إلى

31/مارس/2021م).

الحدود المكانية: صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في موقع "الفايس بوك".

الحدود التطبيقية: تشمل كل ما تم نشره على صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية من منشورات للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19). في الفترة الممتدة من (2/يناير/2021م إلى 31/مارس/2021م) في موقع الفايس بوك.

مصطلحات الدراسة:

- **الدور إصطلاحاً:** " هو سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين، وللدور معنى ستاتيكي وآخر معياري، والمعنى الإستاتيكي يقصد به ذلك المعنى الذي يرتبط به، مثال ذلك أن يرتبط دور معين بجنس معين باعتبار أن ذلك أمراً بديهياً، أو شائعاً داخل المجتمع، أما المعنى المعياري فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل، ويتم تحديد هذا المعنى طبقاً لما يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع"⁽¹⁰⁾.

- **التعريف الإجرائي:** المقصود بالدور في هذه الدراسة هو التعرف على الأساليب والوظيفية التي يمكن أن تؤديها ومواقع التواصل الاجتماعي بالتحديد (صفحة وزارة الصحة الاتحادية بالسودان في توعية الصحية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) في موقع الفايس بوك.

- مواقع التواصل الاجتماعي:

مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الإنترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب، حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة، بلد، صحافة، شركة...إلخ)، وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين صداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول شبكات

اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل: شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الإعلاميين⁽¹¹⁾.

-التوعية: يقصد بها عملية تعليم الناس عادات صحية سليمة، وسلوك صحي جديد، ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة، واستبدالها بسلوك صحي سليم، وخلق وعي صحي لدى أفراد المجتمع، وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض التي تهدد الإنسانية وتربيتهم على القيم الصحية والوقائية المنبثقة من عقيدة المجتمع، وطبيعة ثقافته⁽¹²⁾.

-التوعية الصحية: مجموعة الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي لإطلاع الناس على واقع الصحة، وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان من أجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية، والوقائية المنبثقة من عقيدة المجتمع ومن ثقافته⁽¹³⁾.

ويمكن تعريفها إجرائياً: التعرف على مجموعة الأنشطة التواصلية والإعلامية التي يمكن تطبيقها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي للمؤسسات الصحية الرسمية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) لخلق وعي صحي لدى مستخدمي المواقع لذا جاءت الدراسة لمعرفة دور صفحة وزارة الصحة الاتحادية والسودانية في موقع الفيس بوك.

- فيروس كورونا المستجد (COVID-19).

يشير مصطلح (كوفيد-19) إلى المرض الذي يسببه الفيروس التاجي المستجد لعام 2019م. وقد صيغ الاسم بالشكل التالي: "كو" من كلمة كورونا (تاجي)، و "فيد" من فيروس، و "د" من كلمة مرض (Disease) بالإنجليزية. وهذا المرض تسببه سلالة جديدة من الفيروسات التاجية تم التعرف عليها لأول مرة في ووهان في الصين⁽¹⁴⁾.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت توفر لمستخدمها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية واليوميات والصور وغرف الدردشة وغير ذلك، ومن الأمثلة على هذه المواقع⁽¹⁵⁾ Facebook, Twitter, Myspace You tube، وتعرف بأنها: مواقع إلكترونية تجمع مجموعة من الأفراد ذوي ميول واتجاهات متقاربة للتواصل وتبادل الأفكار والآراء والمقترحات⁽¹⁶⁾.

وتعرف أيضاً كمنظومة 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⁽¹⁷⁾، كما تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها خدمة متوفرة عبر الإنترنت تعمل على ربط عدد كبير من المستخدمين في شتى أرجاء العالم، ومشاركتهم وتشبيكهم في موقع إلكتروني معاً مباشرة ويتبادلون الأفكار والمعلومات ويناقشون قضايا لها أهمية مشتركة بينهم، ويتمتعون بخدمات الأخبار، المحادثة الفورية والبريد الإلكتروني، ومشاركة الملفات النصية والمصورة وملفات الفيديو والصوتيات⁽¹⁸⁾، ويعرفها محمد عودة بأنها: تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات وتنتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة (Node) بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية بلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص⁽¹⁹⁾، ويعرفها بالاس Balas أيضاً: على أنها برنامج

يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت التي يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض للعديد من الأسباب المتنوعة⁽²⁰⁾.

1- مفهوم الفيس بوك:

هي شبكة للتواصل الاجتماعي تستخدم تقنية تسمى بالـ (Web2) وتنتمي لشبكات التواصل الاجتماعي وتتيح للمستخدمين تكوين الصداقات وتبادل الاهتمامات والمشاركة في الأنشطة المختلفة وتتيح أيضاً خدمات البحث وتكوين الصداقات، كما تقدم خدمات المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والعديد من الخدمات الأخرى⁽²¹⁾.

ويعد (الفيس بوك) أشهر شبكة اجتماعية حيث تضم أكثر من مليار مستخدم فعال، يتيح لهم الموقع إنشاء صفحاتهم الشخصية بحيث يمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورهم وفيديوهاتهم عليها وكذا الروابط التي يودون مشاركتها عبر الموقع حيث تنتشر أخبار المستخدم وأصدقائه وأنشطتهم على الحائط الذي يمكن التحكم فيما ينشر عبره ومدى خصوصية أو إتاحة محتوياته للآخرين وتسمح هذه الشبكة بنشر لمحات مختصرة عن حياة الأعضاء المشاركين، كما وتسمح أيضاً بتبادل بعض المعلومات الشخصية مع الأصدقاء والتواصل مع الآخرين، كما وإن نشر الشبكة في صفحاتها الافتتاحية فإنه يسهل عمليات تبادل المعلومات من خلال نشر بعض البيانات والصلات الاجتماعية الفعلية للمتريدين عليها، وبالرغم من ذلك فإن إمكانية نشر الصور والملاحظات وتصنيف اهتمامات المشاركين في مجموعات منفصلة يسمح للمستخدمين بترتيب بياناتهم وبيان تبادلهم الاجتماعية على نحو أيسر⁽²²⁾.

كما يعد (الفيس بوك) من بين البيئات الافتراضية الأكثر تداولاً للشبكات الاجتماعية، حيث لاقت ترحيباً من قبل الجماهير في مختلف أنحاء العالم، من انضمام العديد من المستخدمين نظراً لما يتوفر في هذا الموقع الافتراضي،

ويعرفه البعض بأنه عبارة عن أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه كبريات الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي التطبيقات التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وأضافتها للموقع الأساسي⁽²³⁾.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال (Dictionary Of Media And Communications) الفيس بوك (Facebook) على أنه " موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة (Profiles) وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه أوسع ليشمل كل الأشخاص⁽²⁴⁾. ويعرف الفيس بوك بأنه: (عبارة عن مدونة شخصية، أو صفحة على الانترنت، يشير اسمه إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لمجموعة معينة، وتستخدم شبكة الفيسبوك لأغراض متعددة بناءً على طبيعة ونوعية المجموعة التي تستخدمه)⁽²⁵⁾.

ويعرف أيضاً بأنه: عبارة عن مدونة أو صفحة شخصية على شبكة المعلومات يناقش فيها صاحب الصفحة أصدقاءه ويتكلم ويتبادل معهم الصور والفيديو والصوتيات⁽²⁶⁾.

كما يعرف بأنه: شبكة اجتماعية على الانترنت تتيح لمستخدميها إدخال بياناتهم الشخصية ومشاركتهم مع بقية مستخدمي الموقع⁽²⁷⁾. ويعرف أيضاً: بأنه وسائل الاتصال الاجتماعي الحديث ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني، تملكه شركة الفيس بوك العامة، تتعدد الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي، وتتعدد الأغراض أيضاً فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو أغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية،

أو للتجارة والدعاية والإعلان، فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في كافة مناحي الحياة ومتطلباتها لما وفره من سهولة في تكوين القاعدة الجماهيرية المطلوبة لأي عمل من الأعمال ولما وفره أيضاً من سهولة في نشر الآراء والأفكار والأنشطة التي تصل إلى مختلف الناس مهما كانت شرائحهم وفي أسرع وقت ممكن⁽²⁸⁾.

2- نشأة الفيسبوك (Facebook):

أنشئ هذا الموقع عام (2004) على يد مارك زوكربيرغ الذي كان طالباً في جامعة هارفارد في حينه، وهو من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي⁽²⁹⁾، ويساعد على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمان والمكان، وسرعان ما لقي المواقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، وأكتسب شعبية واسعة لديهم، وكانت شبكة الفيس بوك في بدايتها محصورة في نطاق الجامعة وبحود أصدقاء (زوكربيرغ) إلا أن شهرتها تخطت حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة ثم شملت أنحاء المعمورة، وهكذا تجاوزت شبكة فيس بوك حدود البلد المنشئ وشملت بقاع العالم⁽³⁰⁾.

3- الخدمات التي يقدمها الفيس بوك:

- أ. إتاحة الفرصة للصدّاقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع.
- ب. إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء من الأصدقاء للتواصل معهم عن بعد.
- ج. إرشاد صديقين إلى بعضهما، حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.
- د. اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقاً وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.
- هـ. يمكن للفيس بوك إبداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.

و. يتيح الفيس بوك فرصة تحميل ألبومات الصور بشكل أكبر وأسهل مما يتيح المواقع الأخرى، حيث تم تحميل أكثر من مليار صورة شهرياً على الفيس بوك، وكذلك لتسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإلكتروني، حيث يتم أكثر من عشرة ملايين مقطع شهرياً في هذا الموقع⁽³¹⁾.

4- تطبيقات موقع (الفيس بوك):

يقدم موقع الفيس بوك تطبيقات عدة، يستطيع المشترك من خلالها عرض ما لديه، والإستفادة منها، والتفاعل مع تلك التطبيقات وهي:

1- الملف الشخصي (Profile):

فعندما تتشارك بالموقع عليك أن تنشئ ملفاً شخصياً يحتوي على معلومات الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لديك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعتها بالتحديد.

2- إضافة صديق (Add Friend):

وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة فيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.

3- إنشاء مجموعة (Groups):

تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعاً إلكترونياً يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية... الخ وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصرياً للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

4- لوحة الحائط (wall):

وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم.

- 5- **النكزة (Pokes):** منها يتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- 6- **الصور (Photos):** وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.
- 7- **التغذية الإخبارية (News Feed):** التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم⁽³²⁾.
- 8- **الهدايا (Gifts):** وهي ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.
- 9- **السوق (Marketplace):** وهو المكان أو النسخة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنوبة مجانية.
- 10- **الأحداث المهمة (Events):** وتتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما جار حدوثه وأخبار الأصدقاء به.
- 11- **خاصية الفيديو (Video):** وتوفر للمستخدمين إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية.
- 12- **الإشعارات (Notifications):** تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بآخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقاً.

13- إنشاء صفحة خاصة على الموقع (Facebook): تستطيع إنشاء صفحة بموضوع معين ويكون اسم الدومين الخاص بها منتهياً بـ "فيس بوك"، ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك⁽³³⁾.

5- آليات التواصل بين أعضاء الفيس بوك:

التعليقات: خاصة التعليقات متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات والمنظمين لها وذلك يعتمد أيضاً على الصلاحيات الممنوحة يمكن للمستخدم أن يكتب تعليقاً في مساحة التعليقات والضغط على الزر - (Comment) - إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكن إضافة رابط الموقع أو الصورة.

الإشارة: (Tags) وهي خاصية متاحة في الصور والفيديو بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفيس بوك بالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة⁽³⁴⁾.

الإعجاب: (Like) وهي خاصية متاحة أيضاً بنفس آليات التعليقات بين الأصدقاء والصفحات والمجموعات المنظمين لها، يعتمد أيضاً على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم بعمل معجب (Like)، لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائك، وتتميز هذه الخاصية بسهولة استخدامها تطويرها في الفيس بوك ثم إضافتها في كل المواقع الأخرى⁽³⁵⁾.

ثانياً: مفهوم التوعية الصحية:

التوعية: يقصد بالتوعية "Consciousnes" كمفهوم أنه عبارة عن اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من إدراك ذاته وإدراك البيئة المحيطة به والجماعة التي ينتمي إليها كعضو ويذهب " جورج ميد" إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على النظر إلى نفسه والقيام بدور الآخرين، تعتبر عملية الاندماج للآخرين أو تمثل الظروف المحيطة شرطاً أساسياً لظهور الوعي⁽³⁶⁾.

وتعرف التوعية الصحية بأنها "العملية التي تستهدف تعليم الناس عادات صحية سليمة، وسلوك صحي جديد ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية"⁽³⁷⁾.

يقصد بالتوعية الصحية: مجموعة الخدمات والإجراءات الوقائية التي تقدمها مديرية الرعاية الصحية الأساسية والمؤسسات التابعة لها لجميع أفراد المجتمع بهدف رفع المستوى الصحي للمجتمع، والحيلولة دون وقوع الأمراض وانتشارها⁽³⁸⁾.

وتعرف أيضاً بأنها "مجموعة الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي لإطلاع الناس على واقع الصحة، وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان من أجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية، والوقائية المنبثقة من عقيدة المجتمع ومن ثقافته"⁽³⁹⁾. كما تعرف التوعية الصحية: بأنها استعمال وسائل تعليمية لتوعية الأفراد على سلوكهم وتحذيرهم من المخاطر المحيطة بهم من أجل تربية المجتمع على القيم الصحية⁽⁴⁰⁾.

وتتم عملية الوعي الصحي بين أفراد المجتمع من خلال معرفتهم بالعناصر التالية⁽⁴¹⁾:

- 1- فهم واستيعاب أفراد المجتمع لحل مشكلاتهم الصحية والحفاظ على صحتهم هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الرسمية، عن طريق إتباعهم الإرشادات الصحية والعادات الصحية السليمة.
- 2- إلمامهم بالمعلومات الصحية المتعلقة بالمستوى الصحي في مجتمعهم للمشكلات الصحية والأمراض المعدية المنتشرة.

3- تعرف أفراد المجتمع على الخدمات الصحية الأساسية والمساعدة في مجتمعهم وكيفية الانتفاع منها.

2: خصائص التوعية الصحية:

تتمثل التوعية الصحية في مجموعة من الخصائص⁽⁴²⁾:

1- توجيه جهود التوعية نحو جمهور متجانس في اهتماماته، ورغم هذا التجانس إلا أن هذا الجمهور يكون غير متجانس في بعض التغيرات، الأخرى مثل: العمر، الخبر،...ألخ.

2- تتم التوعية عادة في أماكن تجمع الجمهور.

3- الجمهور في التوعية غير ملزم أو مقيد بإتباع نظام شكلي كمواظبة الحضور، إنما يتم ذلك بمحض إرادته.

4- مدة البرامج التوعية غير محدودة، فقد تقصر أو تطول حسب الغرض منها، هناك الدورية والموسمية وهناك من تستمر لسنوات كإعارة الطفل والأم.

5- التوعية الصحية عملية مكتسبة عن طريق التعليم وهي خاضعة لتغير من شخص لآخر، أو من مجتمع لآخر، ومن جيل إلى جيل آخر.

3: أهمية التوعية الصحية: نتيجة لما تتصف به طبيعة المجتمعات في تجديد وتطور وتعقد ظهور حقائق جديدة عامة، دعا هذا بالضرورة مشاركة أفراد المجتمع في ثقافته وجعل للتوعية أهمية كبرى لنقل وتوصيل هذه الحقائق الجديدة إلى أفراد المجتمع بكل فئاته، وتبرز أهمية التوعية في أنها⁽⁴³⁾:

1- تسهم في عملية تغير سلوك الأفراد واتجاهاتهم ومفاهيمهم وعاداتهم، ولهذا التغير دور إذ به تنمو المجتمعات وتتطور وتزدهر.

2- تتعرض المجتمعات لعملية تغيير مستمر، وتظهر حقائق جديدة وتختفي أخرى كانت قائمة، لذلك تبرز أهمية التوعية في نقل هذه الحقائق جديدة حتى يعلم الأفراد هذه التغيرات.

3- تعتبر التوعية عملية مكملة لعملية التربية ونقل ثقافة، غير أن الفرق بين التربية والتوعية هو أن التربية شاملة لجميع النواحي، فيما تتركز التوعية على جانب واحد من السلوك.

4- تمكن الفرد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعد في تغيير الظاهرة الصحية، وتجعله يتحقق من أسباب الأمراض وكيفية معالجتها والوقاية منها.

5- أنها صيد معرفي يستفيد منها الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة لها في اتخاذ القرارات الصحية المناسبة لها خلال ما يتعرض له من مشكلات صحية.

4: أهداف التوعية الصحية: ويمثل الهدف الأساسي لعملية التوعية الصحية هو تحقيق السعادة والرفاهية لأفراد المجتمع وتقويم سلوكياتهم وتصويب اتجاهاتهم الخاطئة والعادات غير الصحية ولغرض الوصول إلى هذا الهدف يجب تحقيق الأهداف الأولية التالية⁽⁴⁴⁾:

1- الحرص على جعل المحافظة على الصحة والتمتع بها غاية وهدفاً يسعى جميع أفراد المجتمع إلى الوصول إليها.

2- تشجيع أفراد المجتمع واشتراكهم في تطوير الخدمات الصحية من خلال تفعيل دور المؤسسات الصحية وتحسين مستوى الأداء فيها.

3- العمل على تغيير السلوكيات والعادات غير الصحية إلى سلوكيات صحية.

4- الرقي بالمستوى الصحي لدى أفراد المجتمع حتى يتمتعوا بصحة جيدة مع المحافظة على استمرارية هذه الحالة.

5- التعريف بالدور الفعال الذي تقوم به المؤسسات الصحية الأساسية والمساندة من خدمات صحية مثل تقديم الأغذية الضرورية للوقاية من الأمراض.

ثالثاً: تعريف مرض كوفيد-19:

فيروس كورونا (كوفيد-19) هو مرض مُعدٍ يسببه فيروس كورونا مكتشف حديثاً.

يعاني معظم الأشخاص الذين يصابون بفيروس كوفيد-19 من اعتلالات تنفسية خفيفة إلى متوسطة، ويتعافون دون حاجة إلى علاج خاص. ويُعدّ كبار السن وأولئك الذين يعانون من مشاكل طبية كامنة مثل الأمراض القلبية الوعائية والسكري وأمراض الجهاز التنفسي المزمنة والسرطان الأشخاص الأكثر عرضة للإصابة باعتلالات خطيرة.

وأفضل طريقة لمنع وإبطاء انتقال العدوى هي أن تكون على علم جيد بفيروس كوفيد-19، والمرض الذي يسببه وكيفية انتشاره. وعلى الإنسان أن يحمي نفسه من العدوى عن طريق المداومة على غسل يديك أو فركهما باستخدام مطهر كحولي وعدم لمس وجهك.

ينتشر فيروس (كوفيد-19) في المقام الأول من خلال قطرات اللعاب أو إفرازات الأنف عندما يسعل الشخص المصاب أو يعطس، لذلك من المهم أن تمارس أيضاً آداب التنفس (على سبيل المثال، عن طريق السعال بثني المرفق).

1-الوقاية: لمنع العدوى وإبطاء انتقال كوفيد-19، قم بما يلي:

- أ. اغسل يديك بانتظام بالصابون والماء، أو افركهما بمطهر كحولي.
- ب. حافظ على مسافة لا تقل عن متر واحد بينك وبين الأشخاص عند السعال أو العطس.
- ج. تجنب لمس وجهك.
- د. غطّ فمك وأنفك عند السعال أو العطس.
- هـ. ألزم المنزل إذا شعرت بتوَعُّك.
- و. امتنع عن التدخين وغيره من الأنشطة التي تضعف الرئتين.

ز. مارس التباعد البدني بتجنب السفر غير الضروري والابتعاد عن التجمعات الكبيرة.

2-الأعراض: يختلف تأثير فيروس (كوفيد-19) من شخص إلى آخر. ويعاني معظم المصابين من اعتلالات خفيفة إلى معتدلة ويتعافون دون دخول المستشفى.

الأعراض الأكثر شيوعاً:

(أ) حمى.

(ب) سعال جاف

(ج) إرهاق.

الأعراض الأقل شيوعاً:

(أ) أوجاع وآلام (ب) احتقان الحلق.

(ج) إسهال. (د) التهاب الملتحمة

(هـ) صداع. (و) فقدان حاسة التذوق أو الشم

(ز) طفح جلدي أو تغيير لون أصابع اليدين أو القدمين.

الأعراض الخطيرة:

(أ) صعوبة التنفس أو ضيق النفس (ب) ألم أو ضغط في الصدر (ج) فقدان القدرة على النطق أو الحركة.

أطلب الرعاية الطبية الفورية إذا كنت تعاني من أعراض خطيرة. اتصل دائماً قبل زيارة الطبيب أو المرفق الصحي، ينبغي للأشخاص الأصحاء الذين يعانون من أعراض خفيفة، أن يتعاملوا مع تلك الأعراض بالمنزل، ويستغرق الأمر في المتوسط 5-6 أيام بين إصابة الشخص بعدوى الفيروس وظهور الأعراض، ومع ذلك قد تصل المدة إلى 14 يوماً⁽⁴⁵⁾.

ثالثاً: الدراسة التحليلية النتائج والتوصيات:

الإجراءات المنهجية للدراسة:

أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث الشكل (كيف قيل؟)

الجدول رقم (1) يبين الأنماط الصحفية المستخدمة التي اعتمدها منشورات

صفحة وزارة الصحة الاتحادية فيما يتعلق بالتوعية بفيروس كورونا

المستجد (COVID-19)؟

النسبة المئوية	التكرار	الأنماط الصحفية للمنشورات
20.66%	25	الخبر
59.50%	72	التقرير
19.83%	24	أخرى تذكر
100%	121	المجموع

يتضح من الجدول (1) أن منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية ركزت على استخدام الأنماط الصحفية التقرير بنسبة 59.50% بـ 72 تكرار، يليها الخبر بنسبة 20.66% بتكرار 25، ثم آخر تذكر تمثلت في الإعلانات والبيانات والكاركاتير والرسومات التوضيحية، بنسبة قدرها 19.83% وتكرار 24، نستنتج من هذه النتائج أن التقرير قد احتل المرتبة الأولى في المنشورات التي اعتمدت عليها منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)، ويلاحظ ضعف الاهتمام باستخدام الأنماط الصحفية الأخرى من مقالات وأعمدة صحفية متخصصة في المجال الطبي.

الجدول رقم (2) يوضح أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)؟

النسبة المئوية	التكرار	أنواع الوسائط المتعددة في عرض المنشورات
9.92%	12	نص+صور
0.87%	1	نص+فيديو
1.65%	2	نص + رسوم توضيحية
0.87%	1	نص+رابط الكتروني
0.87%	1	فيديو+رابط الكتروني
0.87%	1	نص+رسوم توضيحية+رابط الكتروني
0.87%	1	نص+صور+رابط الكتروني
0.87%	1	نص+رابط الكتروني +رسوم توضيحية+هاشتاغ
0.87%	1	نص+رابط الكتروني+هاشتاغ
3.31%	4	نص+هاشتاغ
1.65%	2	فيديو+هاشتاغ
5.78%	7	نص+فيديو+هاشتاغ
61.16%	74	نص+رسوم توضيحية+هاشتاغ
5.78%	7	نص+صور+هاشتاغ
4.96%	6	رسوم توضيحية+هاشتاغ
100%	121	المجموع

يعكس الجدول رقم (2) تنوع الوسائط المتعددة المستخدمة في عرض منشورات وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) فقد جاء النص المرفق بالرسوم التوضيحية والهاشتاغ في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 61.16% وبـ 72 تكرار، يليه النص المرفق بصور حقيقية موضوعية وشخصية معبرة في المرتبة الثانية بنسبة 9.92% وتكرار 12، فيما جاءت فئتي (نص+فيديو+هاشتاغ)، و(نص+فيديو+هاشتاغ) في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها وبتكرار 7، ثم جاءت (رسوم توضيحية+هاشتاغ) في المرتبة الرابعة

بنسبة قدرها 4.96% وتكرار 6، يليه في المرتبة الخامس (النص + الهاشتاغ) بنسبة 3.31% وتكرار 4، يتضح من النتائج أن الصفحة استخدمت النص المرفق بالرسوم التوضيحية و"الهاشتاغ" في عرض منشوراتها بنسبة عالية، فيما جاء استخدام الوسائط المتعددة الأخرى في منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية بنسب ضئيلة ومقاربة.

الجدول رقم (3) يبين طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)؟

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة اللغة المستخدمة
87.60%	106	العربية الفصحى
9.92%	12	الدمج بين الفصحى والعامية
2.48%	3	(العربية + الإنجليزية) معاً
100%	121	المجموع

من خلال الجدول رقم (3) يتضح أن صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية استخدمت اللغة العربية الفصحى في المنشورات للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة قدرها 87.60% وبـ تكرار 106، سيما في المنشورات الخبرية والتقارير ثم جاءت في المرتبة الثانية المنشورات التي تستخدم الدمج بين الفصحى والعامية بنسبة قدرها 9.92% وتكرار 12 والملاحظ أنها تتمثل في الفيديوهات، فيما جاءت المنشورات التي استخدمت اللغة العربية والإنجليزية معاً في المرتبة الثالثة 2.48% وتكرار 3.

الجدول رقم (4) يوضح عدد التكرارات والنسب المئوية (عدد الإعجابات) تفاعل الجمهور مع المواد المنشورة على صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)

عدد الإعجابات بالمنشورات	التكرار	النسبة المئوية
250 - 1	6	5.0%
500 - 251	15	12.4%
750 - 501	10	8.26%
950 - 751	4	3.31%
951 فأكثر	86	71.07%
المجموع	121	100%

كما يتبين من الجدول رقم (4) أعلاه أن عدد الإعجابات من 951 فأكثر قد جاءت في مرتبة الأولى بنسبة قدرها 71.7% وبتكرار 86، تليها في المرتبة الثانية عدد الإعجابات من 251-500 بنسبة 12.4% وبتكرار 15، ثم جاءت فئة من 501-750 في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 8.26% و 10 تكرار، وحلت في المرتبة الرابعة فئة من 1-250 بنسبة بلغت 5.0% وتكرار 6، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة 751-950 بنسبة 3.31% بـ4.

الجدول رقم (5) يوضح عدد التكرارات والنسب المئوية (عدد التعليقات) تفاعل الجمهور مع المواد المنشورة على صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)

عدد التعليقات للمنشورات	التكرار	النسبة المئوية
250 - 1	61	50.41%
500 - 251	25	20.66%
750 - 501	17	14.05%
950 - 751	3	2.48%
951 فأكثر	15	12.39%
المجموع	121	100

د. طياء صلاح الدين محمد إبراهيم

نلاحظ من الجدول رقم (5) أن عدد التعليقات للمنشورات للفئة 1-250 قد حلت في المرتبة الأولى بنسبة قدرها 50.41% وبتكرار 61، فيما جاءت في المرتبة الثانية فئة التعليقات من 251-500 بنسبة 20.66% وتكرار 25، كما جاءت فئة التعليقات من 501-750 في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 14.05% و 17 تكرار، فيما بلغت فئة التعليقات من 951 فأكثر نسبة 12.39% وتكرار 15، وحلت فئة عدد التعليقات من 751-950 بنسبة قدرها 2.48% وتكرار 3. الجدول رقم (6) يوضح عدد التكرارات والنسب المئوية (عدد المشاركات) تفاعل الجمهور مع المواد المنشورة على صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)

عدد مشاركات المنشورات	التكرار	النسبة المئوية
250 - 1	110	90.90%
500 - 251	8	6.61%
750 - 501	2	1.65%
950 - 751	-	-
951 فأكثر	1	0.83%
المجموع	121	100%

كما يتبين من الجدول رقم (6) أن عدد المشاركات للفئة 1-250 قد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة قدرها 90.90% وتكرار 110، فيما جاءت فئة التعليقات من 251-500 في المرتبة الثانية بنسبة 6.61% و 8 تكرار وحلت الفئة 501-750 في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها 1.65% و 2 تكرار، كما جاءت في المرتبة الأخيرة فئة التعليقات 951 فأكثر بنسبة 0.83% وتكرار 1، وحلت فئة 751-950 من أي مشاركات بين الجمهور.

ثانياً: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية من حيث المضمون (ماذا قيل؟) الجدول رقم (7) يوضح الموضوعات المنشورة في صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)

النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات
0.099%	11	الإرشادات الصحية والتدابير الوقائية
2.48%	3	الاتفاقيات التعاونية
9.92%	12	الخدمات الصحية
6.62%	8	القضايا والتداعيات الصحية المتعلقة بـ (COVID-19)
8.26%	10	مبادرات تضامنية
59.51%	72	تحديد (الإصابات، الوفيات، المتعافين، حالات الإشتباة) إحصائياً وجغرافياً
4.132%	5	المعامل المعتمدة لفحص الكورونا
100%	121	المجموع

يوضح الجدول رقم (7) التكرارات والنسب المئوية للموضوعات منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)، حيث جاءت التقارير التي تحدد 59.51% وبـ 72، وحصلت مواضيع المنشورات المتعلقة بالخدمات الصحية على المرتبة الثانية بنسبة قدرها 9.92% وتكرار 12، وكانت في المرتبة الثالثة مواضيع المنشورات المتعلقة بالإرشادات الصحية والتدابير الوقائية بنسبة 9.09% بـ 11 تكرار، فيما جاءت مواضيع المنشورات المتعلقة بالمبادرات التضامنية في المرتبة الرابعة بنسبة 8.26% وتكرار 10، وفي المرتبة الخامسة جاءت مواضيع المنشورات التي تتعلق بالقضايا والتداعيات الصحية المتعلقة بـ (COVID-19) بنسبة قدرها 6.62% وتكرار 8، وحلت مواضيع المنشورات المتعلقة بالمعامل المعتمدة لفحص الكورونا في المرتبة السادسة بنسبة 4.132% بـ 5 تكرار، ثم جاءت في المرتبة السابعة مواضيع المنشورات المتعلقة بالاتفاقيات التعاونية بنسبة 2.48% وتكرار 3.

الجدول رقم(8) يبين أهداف المواد المنشورة في صفحة وزارة الصحة
الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد(COVID-19)

النسبة المئوية	التكرار	أهداف المواد المنشورة
81.82%	99	إعلامية
15.71%	19	إرشادية ووقائية
2.48%	3	تحذيرية
100%	121	المجموع

وبالنظر إلى الجدول رقم(8) أعلاه يتضح أن الأهداف التي اعتمدها صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد(COVID-19) تصدرتها الأهداف الإعلامية بنسبة قدرها 81.82% وتكرار(99) في المرتبة الأولى وهي نسبة عالية مقارنة بالأهداف التي اعتمدها المواد المنشورة في الصفحة حيث جاءت الأهداف الإرشادية والوقائية بنسبة 15.71% وتكرار 19، تليها الأهداف التحذيرية بنسبة 2.48% و3 تكرار.

الجدول رقم (9) يوضح مصادر المواد المنشورة التي اعتمدها منشورات
صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية فيما يتعلق بالتوعية بفيروس
كورونا المستجد(COVID-19)

النسبة المئوية	التكرار	مصادر المواد المنشورة
74.91%	111	إدارة الاعلام والعلاقات العامة (وزارة الصحة الاتحادية السودانية)
7.44%	9	تصريحات المسؤولين (الرسميين)
0.83%	1	إدارة الاستعداد المبكر بالإدارة العامة للطوارئ (وزارة الصحة الاتحادية السودانية)
100%	121	المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (9) أن منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية اعتمدت على مصادرها الذاتية بالدرجة الأولى من قبل إدارتها المتخصصة، حيث حلت إدارة الإعلام والعلاقات العامة في المرتبة الأولى بنسبة قدرها 74.91% وتكرار 111، تلي ذلك اعتماد الصفحة على

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا

تصريحات المسؤولين (الرسميين) بنسبة 7.44% وبـ9 فيما جاءت إدارة الاستعداد المبكر بالإدارة العامة للطوارئ (وزارة الصحة الاتحادية السودانية) في المرتبة الأخيرة بنسبة قدرها 0.83% وتكرار 1.

الجدول رقم (10) يوضح القيم التي تضمنتها منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)؟

قيم المنشورات	التكرار	النسبة المئوية
صحية وسلوكية	27	22.31%
معرفية	71	58.67%
تضامنية	23	19.01%
المجموع	121	100%

يتبين من خلال الجدول رقم (10) المتعلق بتكرارات فئة قيم المنشورات في صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية قد حلت القيم المعرفية المرتبة الأولى بنسبة قدرها 58.67% وتكرار 71، تلتها القيم الصحية والسلوكية في المرتبة الثانية بنسبة 22.31% وتكرار 27، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة القيم التضامنية بنسبة بلغت 19.01% 23 تكرار، نستنتج من النتائج أن القيم الصحية والسلوكية جاءت في المرتبة الثانية مما يدل على قلة اهتمام الصفحة بالقيم الصحية مقارنة بالقيم المعرفية التي حلت في المرتبة الأولى.

الجدول رقم (11) يوضح طبيعة الجمهور المستهدف في منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية فيما يتعلق بالتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)؟

طبيعة الجمهور	التكرار	النسبة المئوية
جمهور متخصص (الكوادر الطبية)	6	4.96%
جمهور عام	115	95.04%
المجموع	121	100%

من خلال الجدول رقم (11) يتضح أن منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية استهدفت الجمهور العام بنسبة عالية بلغت 95.04% وتكرر (115) حيث حلت في المرتبة الأولى، فيما جاءت المنشورات التي استهدفت الجمهور المتخصص (الكوادر الطبية) في المرتبة الثانية والأخيرة بنسبة قدرها 4.96% وبـ 6 تكرار.

يبين الجدول (12) يبين الأساليب الإقناعية المستخدمة في منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد- (COVID-19)؟

الإستمارات الإقناعية	التكرار	النسبة المئوية □
الإستمارات العقلانية	89	73.55%
الإستمارات العاطفية	10	8.26%
الإستمارات المختلطة	22	18.18%
المجموع	121	100%

من خلال الجدول رقم (12) يتضح أن الاستمارات التي اتبعتها منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في المرتبة الأولى هي الاستمارات العقلانية بنسبة 73.55% وتكرر 89 ثم تلتها الاستمارات المختلطة بنسبة 18.18% وتكرر 22، فيما جاءت الإستمارات العاطفية 8.26% و 10 تكرار نستنتج أن الإستمارات العقلانية تفوقت على الاستمارات المختلطة والعاطفية بنسبة عالية.

تفسير نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج على النحو الآتي:
1. أوضحت نتائج الدراسة التحليلية ضعف اهتمام صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية بالأنماط الصحفية الأخرى في مواضيع منشوراتها حيث اعتمدت أغلب منشورات التوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد- (COVID-19) على التقارير الصحفية مقارنة بالفنون والأنماط الصحفية الأخرى وذلك

بنسبة 59.50% حيث خلت من توظيف الفنون الصحفية الأخرى مثل المقالات والأعمدة المتخصصة في المجال الصحي.

2. عدم اهتمام صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية بتنوع أشكال الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات صفحة الدراسة بالشكل المتوازن، حيث اعتمدت بشكل كبير على النص المرفق بالرسوم التوضيحية بالتحديد (الشعارات) والهاشتاغ في عرض منشورات الصفحة للتوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 61.16%.

3. كشفت نتائج الدراسة عن اعتماد اللغة العربية الفصحى بالدرجة الأولى في معظم منشورات الصفحة للتوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) في المرتبة الأولى بنسبة قدرها 87.60%، ويرجع ذلك لقدرة اللغة العربية الفصحى الفائقة في توليد المعاني والألفاظ وبالتالي تستطيع إرسال الرسالة الإعلامية بدقة ووضوح.

4. أظهرت الدراسة أن نسب تفاعل المستخدمين مع منشورات الصفحة التي تخطت 951 فأكثر كانت لصالح عدد الإعجابات التي جاءت بنسبة قدرها 71.07%، تليها في المرتبة الثانية عدد التعليقات بنسبة 12.39%، فيما جاءت عدد المشاركات للمنشورات التي تخطت 951 فأكثر بنسبة 0.83%، مما يدل على عدم اهتمام المستخدمين على التعليق ومشاركة المنشورات بالقدر الكافي مقارنة بنسب الإعجابات ويرجع ذلك إلى اعتماد الصفحة على أنماط صحفية محدودة وقلة الاهتمام بتنوع باستخدام الوسائط المتعددة في عرض المنشورات.

5. أوضحت نتائج الدراسة قلة تركيز صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في منشوراتها على الموضوعات الإرشادات الصحية والتدابير الوقائية حيث جاءت بنسبة 9.09% وذلك مقارنة مع موضوع تحديد (الإصابات، الوفيات، المتعافين، حالات الاشتباه) إحصائياً وجغرافياً التي بلغت نسبة قدرها 59.51%

الذي يأتي على شكل تقرير صحفي، وهو ما يؤثر على دور الصفحة في جانب التوعية الصحية وتفاعل المستخدمين.

6. تصدرت الأهداف الإعلامية منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) بنسبة 81.82%، وهي نسبة عالية تؤثر على الدور الصفحة الرئيس الذي يفترض أن يركز على الأهداف الإرشادية والوقائية للتوعية من فيروس المستجد (COVID-19) في معظم منشوراتها حيث جاءت بنسبة 15.71% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بنسبة الأهداف الإعلامية.

7. كشفت نتائج منشورات صفحة الدراسة اعتمادها على مصادرها الذاتية كمصدر للمعلومات والأخبار في معظم منشوراتها للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19)، حيث تصدرت إدارة الإعلام والعلاقات العامة (وزارة الصحة الاتحادية السودانية) بنسبة قدرها 91.74% مما يعكس قلة اهتمام الصفحة بتنوع وتعدد مصادرها، لاسيما الخارجية وبالتالي يؤثر ذلك على تنوع مضامين منشوراتها.

8. ركزت منشورات صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية في المرتبة الأولى على القيم المعرفية بنسبة 58.67%، تليها القيم الصحية والسلوكية التي جاءت بنسبة 22.31%، مما يؤثر على نسبة الوعي الصحي والسلوكي لدى مستخدمي الصفحة.

9. أوضحت نتائج منشورات صفحة الدراسة أن معظم منشورات الصفحة للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) موجهة إلى الجمهور العام بنسبة 95.04%.

10. اعتمدت صفحة الدراسة في منشوراتها على الاستمالات العقلانية أكثر من غيرها، بنسبة 73.55%، مما يعكس حرصها على إقناع مستخدميها بالمنطق والأدلة.

توصيات الدراسة: خرجت الدراسة بعدد من التوصيات التالية:

1. ضرورة أن تسعى صفحة وزارة الصحة الاتحادية السودانية لاستخدام الأنماط الصحفية الأخرى مثل المقالات والأعمدة والأحاديث الصحفية المتخصصة في المجال الطبي لاسيما فيما يتعلق بالتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) وبالتالي الحصول على أكبر قدر من المعلومات التي تسهم في تعزيز الوعي الصحي لدى المستخدمين.

2. الاستفادة من إمكانيات وخصائص الوسائط المتعددة وتوظيفها بصورة متوازنة وجاذبة، سيما المرئية والصوتية والرسومات التوضيحية الثابتة والمتحركة والتفاعلية، مما يسهم في تنوع أساليب عرض منشورات صفحة الدراسة للتوعية بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) واستقبال البيانات والمعلومات بشكل فعال لدى مستخدمي الصفحة واستخدام التطبيقات التفاعلية (الإعجابات- والتعليقات- المشاركات) بنسب عالية ومتوازن تعكس تأثير الصفحة وقوتها.

3. الحرص على استخدام اللغات الأجنبية في منشورات صفحة الدراسة بجانب اللغة العربية الفصحى مما يعزز دورها المحلي والإقليمي والعالمي للمساهمة في التوعية بهذه الجائحة العالمية والاستفادة من الخاصية العالمية لشبكة الإنترنت.

4. ضرورة الاهتمام بالموضوعات الخاصة الإرشادات الصحية والتدابير الوقائية في معظم منشورات صفحة الدراسة لأنها تتعلق بتعزيز الوعي الصحي بفيروس كورونا المستجد (COVID-19) وأمن وسلامة مستخدمي الصفحة

بالدرجة الأولى وحتى يستفيدوا من منشورات صفحة الدراسة بالشكل الصحيح في ظل الإفراط والزخم المعلوماتي المتعلق بهذه الجائحة العالمية. 5. أن تعمل وزارة الصحة الاتحادية السودانية على اعتماد الأهداف الإرشادية والوقائية، والقيم الصحية والسلوكية بالدرجة الأولى في معظم منشوراتها، لتعزيز التوعية الصحية بفيروس كورونا المستجد. (COVID-19). 6. أن تعمل وزارة الصحة الاتحادية السودانية، على الاهتمام بتنوع مصادرها الإعلامية للتوعية بفيروس كورونا المستجد - (COVID-19)، حتى يستطيع مستخدمي الصفحة الإطلاع والحصول على قدر واسع من المعلومات والأخبار، الأمر الذي يسهم في تعزيز التوعية الصحية.

الهوامش:

1. أسامة الساعاتي، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط2، (مصر: دار الكتاب للنشر والتوزيع)، 2008م، ص 124.
2. محمد عيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، دط، الأردن، 1999م، ص 49.
3. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، (القاهرة: دار المعارف، 1993م، ص 83.
4. سمير محمد حسين، " تحليل المضمون" تعريفاته، مفاهيمه ومحدداته، ط2، (القاهرة: عالم الكتب)، 1996، ص 78.
5. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام أسس والمبادئ، ط1، (القاهرة: عالم الكتب)، 1993م، ص 88
6. أحمد ابن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، دط، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية)، 2003م، ص.ص 197-199.
7. عامر عبد الله الهمال، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط2، منشورات جامعة قارونس بن غازي، ليبيا، سنة 1994م، ص ص 107، 108¹

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا

8. أ.د. عبد النبي عبد الله الطيب/ أستاذ الصحافة والإعلام / جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- د. السر علي سعد محمد / استاذ مشارك / كلية الاتصال الجماهيري جامعة أم القوين..
- د. عبد العزيز موسى بشارة محمد / أستاذ مساعد / جامعة كردفان كلية الآداب -قسم الإعلام.
9. شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الإعلامية، (الفاخرة: الدار المصرية اللبنانية)، 2009م، ص 163.
10. عصمت عدلى، علم الاجتماع الامني- الأمن والمجتمع، (الفاخرة: دار المعرفة الجامعية) 2001م، ص 14، 15.
11. سعود صالح، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع (التحديات والفرص)، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، 2011، ص 10.
12. عبد الرزاق الديلمي ومصعب عبد السلام المعاينة، دور التلفزيون في التوعية الصحية دراسة تحليلية للفترة الأولى من حزيران إلى الأول من أيلول عمان 2014.
13. توفيق أحمد خوجة، الرعاية الصحية الأولية، تاريخ وانجازات ومستقبل (الرياض السعودية: مطابع الفرزدق)، 2001، ص 67.
- تاريخ الدخول 2021/4/25م. <https://www.unicef.org/ar/> 14.
15. عبد الكريم على الديبسي وآخرون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40 ، العدد1، 2013م، ص 68.
16. مكتبي محمدغياث، الإعلام بين الاصاله والمعاصرة، ورقة مقدمة ضمن فعاليات مؤتمر الإعلام الإسلامي جامعة بنزرت، تونس، 2011م، ص 3¹.
17. بشرى الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، كلية الإعلام جامعة بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد18، 2012م، ص 96.
18. السيد عبد الله المولى السيد، أحمد نصحي أنيس الشريبي، شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الامن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي لمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، البحرين، عدد15، 2015م، ص 192.
19. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، ط1، (عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع) 2015م، 246.

د. طياء صلاح الدين محمد إبراهيم

20. نومان مريم ناريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية (دراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2012/2011م، ص 25.
21. كريم عبد الراضي، ومينا ممدوح، الإنترنت في خدمة حرية التعبير (القاهرة: الشبكة العربية لحقوق الإنسان) 2014م، ص 18.
22. محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية، ط1، (القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة) 2008م، ص 147-148.¹
23. سلمان بكر بن کران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ط1، (عمان: دار الراية للنشر والتوزيع)، 2015م، ص 169.
24. Marcel Danesi , Dictionary of Media Communications, M.E Sharpe. New York. 2009. P117.
25. بسمة نصيف، "موقع الفيس بوك" ودوره في تطوير مجال النحت والتعلم عبر الانترنت في ضوء متطلبات عصر المعرفة، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي العربي السادس -الدولي الثالث" لتطوير برامج التعليم العالي في مصر والوطن العربي في ضوء متطلبات عصر المعرفة، كلية التربية النوعية، المنصورة، جمهورية مصر العربية، 2011، ص 703.
26. على ليلة، تأثير الفايسبوك على الثقافة السياسية والثقافية للشباب، المركز العربي للأبحاث والفضاء، ورقة بحثية أقيمت في مؤتمر الفيسبوك والشباب، جامعة عين الشمس، يوليو 2009، ص 5.
27. محسن بن جابر عوض الزهراني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العامة واتجاهاتهم نحوها، رسالة دكتوراه (غير منشورة) تخصص مناهج وطرق التدريس، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2019، ص 9.
28. حنان السعيد، وعائشة ضيف، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة ماستر (غير منشورة)، قسم العلوم الإنسانية، تخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرياح، ورقة 2014-2015م، ص 33.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا

29. شقرة على خليل، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع)، ص 2014م، ص 64.
30. جوهر بنت ظاهرة محمد العنزي، فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحصيل العلوم والاتجاه نحو مجتمع المعرفة لدى طالبات الصف الثالث متوسط، رسالة دكتوراه، جامعة أم القرى، 1433_1434هـ، ص4.
31. على خليل شقرة الإعلام الجديد، ط1، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع)، 2014م، ص 68-69.
32. دهيمي زينب، موقع التواتل الاجتماعي "فيس بوك" مجلة العلوم الإنسانية، العدد 26، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012م، ص260.
33. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع (2011م، ص 214.
34. خالدغسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، (الأردن: دار النفاش للنشر)، 2013م، ص 36-37.
35. ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، (عمان، الأردن: دار البداية للنشر والتوزيع)، 2014م، ص 393.
36. محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية)، 1992م، ص 282.
37. رياض أحمر، المراقب الصحي في الأردن مهامه وواجباته، (أربد عمان الأردن: دار أرام للنشر)، 2006، ص 19.
38. أحمد مزاهرة وآخرون، علم اجتماع الصحة، ط1 (الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع)، 2001، ص 54¹.
39. توفيق أحمد خوجة، الرعاية الصحية الأولية، تاريخ وانجازات ومستقبل (الرياض السعودية: مطابع الفرزدق)، 2001، ص67.
40. حليلة وسطاني، دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة باتنة -الجزائر 2009، ص 54.
41. أحمد مزاهرة، وآخرون، الثقافة الصحية، ط1 (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة)، 2009، ص 14، 15.

42. سميرة محمود، الإعلام العلمي، ط1 (مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع) 2008، ص134.
43. أحمد مزاهرة، علم اجتماع الصحة، ط1 (الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع) 2009م، ص55.
44. أحمد مزاهرة وآخرون، علم اجتماع الصحة، ط1 (الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع)، 2001، ص16، 17.
45. تاريخ الدخول 202/4/25

المصادر والمراجع:

أولاً المراجع والمصادر العربية:

- 1- أحمد ابن مرسلني (2003)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، د ط، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 2- أحمد مزاهرة وآخرون (2001)، علم اجتماع الصحة، ط1، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 3- أحمد مزاهرة، وآخرون (2009)، الثقافة الصحية، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة..
- 4- السيد عبد الله المولى السيد (2015)، أحمد نصحي أنيس الشربيني، شبكة التواصل الاجتماعي وأثارها على الامن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي لمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، البحرين، عدد15.
- 5- بشرى الراوي (2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، كلية الإعلام جامعة بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد18.
- 6- توفيق أحمد خوجة (2001)، الرعاية الصحية الأولية، تاريخ وانجازات ومستقبل الرياض السعودية: مطابع الفرزدق.

- 7- جوهر بنت ظاهرة محمد العنزي (1433_1434هـ)، فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحصيل العلوم والاتجاه نحو مجتمع المعرفة لدى طالبات الصف الثالث متوسط، رسالة دكتوراه، جامعة أم القرى .
- 8- حليمة و سطاني (2009)، دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة باتنة -الجزائر .
- 9- حنان السعيد، وعائشة ضيف (2014-2015)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة ماستر (غير منشورة)، قسم العلوم الإنسانية، تخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة.
- 10- خالد غسان يوسف المقدادي (2013)، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، الأردن: دار النفاش للنشر.
- 11- دهيمي زينب (2012)، موقع التواتل الاجتماعي "فيس بوك" مجلة العلوم الإنسانية، العدد 26، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة .
- 12- رياض أحمر (2006) ، المراقب الصحي في الأردن مهامه وواجباته، أربد عمان الأردن: دار أرام للنشر.
- 13- سعود صالح (2011)، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع (التحديات والفرص)، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي .
- 14- سلمان بكر بن کران (2015)، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ط1، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.

- 15- سمير محمد حسين (1993)، بحوث الإعلام أسس والمبادئ، ط1، القاهرة: عالم الكتب.
- 16- سمير محمد حسين، (1996)، " تحليل المضمون" تعريفاته، مفاهيمه ومحدداته، ط2، القاهرة: عالم الكتب.
- 17- سميرة محمود (2008)، الإعلام العلمي، ط1، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 18- شقرة على خليل (2014)، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 19- شيماء ذو الفقار زغيب (2009)، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 20- صلاح محمد عبد الحميد (2011)، الإعلام الجديد، ط1، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع .
- 21- عامر عبد الله الهماي (1994)، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط2، منشورات جامعة قاريونس بن غازي، ليبيا.
- 22- عبد الرزاق الديلمي ومصعب عبد السلام المعاينة (2914)، دور التلفزيون في التوعية الصحية دراسة تحليلية للفترة الأولى من حزيران إلى الأول من أيلول عمان .
- 23- عبد الكريم على الديبسي وآخرون (2013)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40 ، العدد1.
- 24- عصمت عدلى (2001)، علم الاجتماع الامني- الأمن والمجتمع، القاهرة: دار المعرفة الجامعية.

- 25- على ليلة (2009)، تأثير الفايسبوك على الثقافة السياسية والثقافية للشباب، المركز العربي للأبحاث والفضاء، ورقة بحثية أقيمت في مؤتمر الفايسبوك والشباب، جامعة عين الشمس .
- 26- كريم عبد الراضي، ومينا ممدوح (2014)، الإنترنت في خدمة حرية التعبير، القاهرة: الشبكة العربية لحقوق الإنسان.
- 27- محسن بن جابر عوض الزهراني (2019)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العامة واتجاهاتهم نحوها، رسالة دكتوراه (غير منشورة) تخصص مناهج وطرق التدريس، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
- 28- محمد عبد الحميد (1993)، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة: دار المعارف .
- 29- محمد عيدات وآخرون (1993)، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، دط، الأردن .
- 30- محمد عبد الحميد (1993)، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة: دار المعارف .
- 31- محمود علم الدين (2008)، الصحافة الإلكترونية، ط1، القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 32- مروى عصام صلاح (2015)، الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع.
- 33- مكتبي محمدغياث (2011) الإعلام بين الاصاله والمعاصرة، ورقة مقدمة ضمن فعاليات مؤتمر الإعلام الإسلامي جامعة بنزرت، تونس.

34-نومار مريم ناريمان (2011_2012)، أستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية (دراسة على عينة من مستخدمى الفاييبوك في الجزائر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة .

35-ياس خضير البياتي (2014)، الإعلام الجديد الدولة الإقتراضية الجديدة، ط1، عمان، الأردن: دار البداية للنشر والتوزيع.

ثانياً: المواقع الإلكترونية:

36- تاريخ الدخول 2021/4/25م . .

<https://www.unicef.org/ar/>

37- تاريخ الدخول 2021/4/25م.

<https://www.who.int/ar/health-topics/coronavirus#tab=tab>

ثالثاً: المراجع والمصادر الأجنبية:

38- Marcel Danesi , Dictionary of Media Communications, M.E .Sharpe.New York.2009.P117.-