



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية: العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم: علوم اجتماعية



موضوع التوعية الصحية في المنشورات الفيسبوكية

(دراسة تحليلية لصفحة شوف سوف الرسمية)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الاتصال

اشراف الدكتور:

بوراس فيصل

اعداد الطالبين:

- حفصي وفاء

- ديك عبد السلام

الموسم الجامعي: 2021/2020

شكر و تقدير

نشكر الله عز و جل و نحمله على توفيقه لنا لإنجاز هذا العمل المتواضع.

كما نتقدم بخالص الشكر الى الأستاذ المشرف الدكتور "بوراس فيصل" على إرشاداته و توجيهاته الحكيمة و

الرشيدة، إتاحتها طيلة فترة إنجاز هذه المذكرة.

الشكر موصول أيضا إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الذين تفضلوا بقراءة هذه المذكرة.

كما لا يفوتني أن أشكر أيضا كل عمال الجامعة أساتذة او إداريين.

وفي الأخير أشكر كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذه المذكرة.

الاهداء

إلى كل الذين آمنوا في نجاحي و اعطوني الدعم و الدافع للوصول:

أمي و أبي

حفظها الله وأدام فضلها

الاحباء أخواتي و إخوتي

والى براعم العائلة

إليهم أهدي هذا العمل المتواضع.

وفاء

الاهداء

أهدي هذا العمل المتواضع:

الى اللذين وصى الله بهما احسانا

الى والدي الكريمين

الى اللذين تشدد بهم الازر

اخواتي و إخوتي.

عبد السلام

الفهارس

فهرس المحتويات

المحتويات

5	ملخص الدراسة:
6	الملخص بالإنجليزية.
7	مقدمة
9	الفصل الأول: موضوع الدراسة.
10	تمهيد:
10	أولا: الإشكالية:
11	ثانيا: أهداف الدراسة:
11	ثالثا: أهمية الدراسة:
11	رابعا: أسباب اختيار الموضوع:
11	1. أسباب الذاتية:
12	2. أسباب موضوعية:
12	خامسا: تحديد المفاهيم:
12	1. التوعية الصحية:
12	2. تعريف الإجرائي للتوعية الصحية:
12	3. مواقع التواصل الاجتماعي:
13	4. تعريف إجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:
13	5. مفهوم الإجرائي: الفايسبوك:
14	6. تعريف صفحة شوف سوف الرسمية:

14.....	سادسا: الدراسات السابقة:
14.....	الدراسة الأول:
14.....	الدراسة الثانية:
15.....	أوجه الاختلاف والتشابه الدراسة الحالية والدراسات السابقة:
15.....	الدراسة الثالثة:
16.....	الدراسة الرابعة:
17.....	أوجه الاختلاف والتشابه الدراسة الحالية والدراسات السابقة:
17.....	سابعا: المقاربة النظرية:
18.....	خلاصة:
19.....	الفصل الثاني: التوعية الصحية ووسائل تحقيقها
20.....	تمهيد:
20.....	أولا: نظرة التاريخية للتوعية الصحية:
20.....	1. المرحلة الأولى:
21.....	2. المرحلة الثانية:
22.....	3. المرحلة الثالثة:
23.....	ثانيا: أركان التوعية الصحية:
24.....	ثالثا: أهمية التوعية الصحية:
26.....	رابعا: أهداف التوعية الصحية:
27.....	خامسا: مجالات التوعية الصحية:
28.....	سادسا: وسائل تحقيق التوعية الصحي:
30.....	سابعا: الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال الصحي:

32	1. زيادة التوعية.....
32	2. محاربة المعلومات الخاطئة.....
33	خلاصة:
34	الفصل الثالث: الفايسبوك وخدماته.....
35	تمهيد:
35	أولاً: نشأة الفايسبوك:
37	ثانياً: سماته وجمهوره:
39	ثالثاً: العملية الاتصالية للفايسبوك:
41	رابعاً: مميزات الفايسبوك:
43	خامساً: تطبيقات الفايسبوك:
44	سادساً: استخدامات الفايسبوك:
46	سابعاً: دور الفايسبوك في التوعية الصحية:
47	خلاصة:
48	الفصل الرابع: منهجية الدراسة.....
49	تمهيد:
49	أولاً: منهج الدراسة:
49	ثانياً: مجتمع الدراسة والعينة أسلوب اختيارها:
50	ثالثاً: أدوات الدراسة:
53	رابعاً: صدق وثبات الأداة:
54	خامساً: مجالات الدراسة:
55	سادساً: المعالجة الاحصائية:

55.....	خلاصة:
56.....	الفصل الخامس: الدراسة التحليلية لمضامين صفحة "شوف سوف" الرسمية
57.....	تمهيد:
57.....	أولاً: عرض وتحليل وتفسير النتائج:
57.....	أ- فئات التحليل الكمي: فئات ماذا قيل؟
62.....	ب- فئات التحليل الكيفي: فئة كيف قيل؟
66.....	ثانياً: النتائج العامة للدراسة:
67.....	خلاصة:
68.....	خاتمة
69.....	مراجع
74.....	ملاحق

فهرس الجداول

57.....	جدول 1: فئة الموضوع التوعوية
58.....	جدول 2: فئة مصدر المضمون الفايسبوكي
60.....	جدول 3: فئة الاستمالات الإقناعية
61.....	جدول 4: فئة أهداف التفاعل الفايسبوكية في مجال التوعية الصحية
62.....	جدول 5: فئة الموضوع التوعوية الصحية
63.....	جدول 6: فئة قالب التوعوية
64.....	جدول 7: فئة نمط المضمون الفايسبوكي

فهرس الاشكال البيانيات

- تمثيل البياني 1: فئة الموضوع التوعية.....57.....
- تمثيل البياني 2 : فئة مصدر المضمون الفايسبوكي.....59.....
- تمثيل البياني 3 :فئة الاستمالات الإقناعية.....60.....
- تمثيل البياني 4 :فئة اهداف التفاعل الفايسبوكي في مجال التوعية الصحية.....61.....
- تمثيل البياني 5: فئة الموضوع التوعية الصحية.....63.....
- تمثيل البياني 6: فئة قالب التوعية.....64.....
- تمثيل البياني 7: فئة المضمون الفايسبوكي.....65.....

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة الى البحث في موضوع التوعية الصحية في المنشورات الفاييسبوكية، من خلال تحليل المضمون صفحة **شوف شوف الرسمية** لولاية الوادي، معتمدة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يستخدم طريقة تحليل المضمون للفترة الزمانية المحصور بين 4 مارس 2020 الى 3 مارس 2021م لمعرفة واقع التوعية الصحية في المنشورات الفاييسبوكية في زمن الكورونا ومعرفة مضامين و مصادر و المعلومات، واهداف المنشورات التي تنشرها الصفحة و تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تصف الظاهرة وابعادها. حيث تمثل مجتمع الدراسة في كل ما نشر في صفحة **شوف شوف الرسمية** على موقع الفاييسبوك وهي صفحة اعلامي و اخباري تقوم بتغطية مختلف الاحداث التي تخض ولاية الوادي، و اقتصر الباحثين على أسلوب العينة المنتظمة كانت فترة السحب فيها تساوي شهرا حيث قدرت في مجملها بـ 74 منشورا.

وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج من أبرزها:

1. تميزت مواضيع التوعية الصحية بمستجدات التوعية الصحية مرتكزة على حاجة الكورونا خلال فترة انتشاره كموضوع أساسي.
2. وجود تنوع في مصدر المضمون الفاييسبوكي يدل على مصداقية الصفحة في توثيقها للإحداث و الاخبار.
3. تعتبر الاستمالات الاقناعية العقلية و العاطفية كأفضل طريقة في اصال مضامين موضوع التوعية الصحية وتأثير في الجمهور.
4. اغلب المنشورات الفاييسبوكية في فترة جائحة الكورونا تهدف لتوعية و تثقيف الافراد.
5. نمط مضمون الفاييسبوكي الصور يمكن من اصال رسالة بأسهل وأسرع طريقة للجمهور.

الكلمات المفتاحية: مضامين، التوعية الصحية، الفاييسبوك.

Abstract:

This study aimed to research the issue of health awareness in Facebook publications, by analyzing the content of the official "شوف سوف" page of the State of EL-Oued, It is based on the analytical descriptive approach that uses the content analysis method for the time period between March 4, 2020 to March 3, 2021 to know the reality of health awareness in Facebook publications in the time of the Corona virus and to know the contents, sources, information, and objectives of the publications published by the page. This study is one of the descriptive studies that describes the phenomenon and its dimensions.

Where the sample of the study is represented in everything that was published on the official page of "شوف سوف" on Facebook, which is a media and news page that covers the various events in the EL-Oued, The study was limited to the systematic sampling, which was in a period equal to one month, and in total it was estimated at 74 publications.

The study reached a set of results, the most important of which are:

1. Distinguished health awareness topics on the developments of the Corona virus during its spread as a main topic.
2. The presence of diversity in the sources of Facebook content indicates the credibility of the page in its documentation of events and news.
3. Mental and emotional persuasion is the best way to communicate the contents of health awareness and influence the public.
4. Most of the Facebook posts during the Corona virus pandemic are aimed at raising awareness and educating individuals.
5. Image content is the easiest and fastest way to deliver a message to the audience.

Key words: contents, health awareness, Facebook.

مقدمة

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك) من الفضاءات الخصبة التي يتفاعل فيها الافراد في المجتمعات فيكون فيها ابدأ الرأي وتصحيحه وبناء الافراد ونشر المعلومات والتوعية بمختلف اشكالها خاصة في الفترة الاخر التي تزايد فيها المرض وتنوع فيها الوباء استعصاء العلاج. لذلك كان من الواجب على الإنسان اتخاذ الحيطة والحذر من المخاطر الصحية واجب ايجاد السبل و الوسائل واستخدامها في التوعية لا سيما منصات التواصل الاجتماعي التي تعتبر اكثر شيوعا و استخداما.

ان التوعية الصحية موضوع يأخذ طريقة نحو الفهم وإستيعاب أفراد المجتمع في حل مشكلاتهم الصحية والحفاض على صحتهم وإمامهم بالمعلومات المتصلة بالمستوى الصحي في مجتمعهم. لإن التوعية الصحية لها دور في رفع مستوى الوعي لدى أفراد المجتمع وذلك لأهميته فهو متعلق بحياة الأفراد ويعتبر (الفيسبوك) من المواقع المهمة التي تساهم في ترقية الوعي الصحي والتي يستخدمه جميع المجتمعات في العالم بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة كما أن التوعية الصحية تخلق أفراد ذات مستوى عال من الوعي والمعرفة بالحقائق العلمية الخاصة بالصحة من أجل عدم الوقوع بالمشاكل المرضية والصحية وقد تطورت أساليب التوعية الصحية بتطور وسائل الإتصال الحديثة وأصبح من السهل توعية الأفراد في المجال الصحي والبدني والوقاية من الأمراض من خلال هذا التقديم البسيط أردنا ان نطرح موضوع التوعية الصحية في المنشورات الفيسبوكية ثم تقسيم البحث إلى خمسة فصول:

الفصل الأول: تناول موضوع الدراسة حيث عرض فيه الإشكالية واهداف الدراسة بالإضافة إلى أهميتها وأسباب اختار الموضوع كذلك تحديد المفاهيم وأخيرا الدراسات السابقة و المقاربة النظرية.

الفصل الثاني: تناول فيه الادبيات النظرية لموضوع التوعية الصحية بكل جوانبها.

الفصل الثالث: خصص لمبحث الفيسبوك اين تناول فيه نشأته، سماته وجمهوره والعملية الاتصالية للفيسبوك بالإضافة إلى مميزات الفيسبوك وأيضا تطبيقاته واستخداماته كذلك دور الفيسبوك في التوعية الصحية.

الفصل الرابع: تناول منهجية الدراسة حيث ذكر فيه مجتمع الدراسة ومنهجها والعينة وأسلوب اختيارها وأدوات الدراسة التي خضعت لمقاييسي صدق وثبات.

الفصل الخامس: الجانب التطبيقي قمنا بتحليل البيانات والنتائج وتطرقنا فيه إلى تحليل البيانات وعرض النتائج، وجاء فيه أيضا التحليل الكمي والكيفي للبيانات وعرض النتائج والنتائج في ضوء التساؤلات وفي ضوء الأهداف.

الفصل الأول: موضوع الدراسة

تمهيد:

إن البحث العلمي يعتمد على ضبط و تنظيم المفاهيم الدراسة وذلك بعرض مشكلة الدراسة التي تشغل بال الباحث بطريقة منظمة و منهجية حيث سنتطرق الى ضبط مفاهيم التي سيتم تناولها في هذه المذكرة.

أولاً: الإشكالية:

تعد صفحات الفايسبوك المجال الأول لتناول العديد من المواضيع و تبادل المعلومات والآراء، حيث يتفاعل جماهيره مع هذه الموضوعات ، وفي الآونة الأخير أصبح موضوع التوعية الصحية من المواضيع البارزة وخاصة بعد انتشار وباء كورونا أصبحت هذه الصفحات يتداول فيها العديد من حملات التوعية والتحسيس و طرق الوقاية من الوباء و ذلك لرفع مستوى وعي الافراد بأهمية الصحة العامة للمجتمع وسلامته فصحة الفرد تساوي صحة المجتمع، ولقد برزت العديد من الصفحات التي تتناول هذا الموضوع ، سواءا كانت صفحات خاصة بالصحة أو صفحات عامة ومن بينهم صفحة شوف سوف التي كان من الصفحات التي تناولت موضوع التوعية الصحية وهذا ما يمثل التضامن والتعاون الانساني خلال الازمات التي تظهر بشكل افتراضي في صفحات الفايسبوك و من هنا جاءت هذه الدراسة التي تحاول الإجابة على التساؤل الرئيس التالي:

ما هو الواقع التوعية الصحية في المنشورات الفايسبوكية في زمن كورونا؟

وتندرج تحت التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ماهي مصادر المعلومة الفايسبوكية الخاصة بالتوعية الصحية في زمن كورونا؟

- ما هي الاستمالات الاقناعية المستخدمة من طرف المتفاعلين الفايسبوكيين في التوعية الصحية في زمن كورونا؟

- ما هو نمط المضمون الفايسبوكية الأكثر استخداما في عملية التوعية الصحية في زمن كورونا؟

- ماهي أهداف موقع الفايسبوك من خلال التوعية الصحية في زمن كورونا؟

- فيما يتمثل قالب المضمون الفايسبوكية الخاص بالتوعية الصحية في زمن كورونا؟

ثانيا: أهداف الدراسة:

لكل دراسة وبحث علمي أهداف يريد الباحث الوصول لها وعليه بإن أهداف دراستنا هذه تتمثل في:

- تنمية الوعي الصحي
- لفت انتباه الأفراد الى استخدام الوسائط الاجتماعية في عملية التوعية الصحية
- تنمية روح المسؤولية لدى الأفراد في مجالات التوعية الصحية
- تنمية روح المسؤولية لدى الأفراد لحل المشاكل والأزمات لاسيما الصحية منها
- التعرف على مدى توظيف مواقع التواصل للمواضيع التوعية الصحية في زمن كورونا

ثالثا: أهمية الدراسة:

ترتبط أهمية الدراسة بأهمية الفرد في حد ذاته والحفاظ على صحته وسلامته، كما تبرز أهميتها من أهمية الاعلام لاسيما الاعلام الجديد لذي أصبح جزءا من حياتنا اليومية واستغلاله في كافة مجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية والتوعوية والتنموية وغيرها من أجل دفع الحياة البشرية إلى ما هو أفضل، من خلال عمليات التضامن والتفاعل الحضورية الافتراضي

رابعا: أسباب اختيار الموضوع:

من الأسباب التي دفعتنا لدراسة هذا الموضوع نجد:

1. أسباب الذاتية:

- الرغبة الذاتية في دراسة الموضوع.
- كون الطالبين متفاعلين في فايسبوك واهتمامان بالموضوع الصحة.

2. أسباب موضوعية:

- حداثة الموضوع وتزامنه مع جائحة كورونا.
- توظيف منهج تحليل المضمون في الدراسات علم اجتماع الاتصال.

خامسا: تحديد المفاهيم:

1. التوعية الصحية:

هي مجموع الخدمات والإجراءات الوقائية التي تقدمها الرعاية الصحية الأساسية والمؤسسات التابعة لها لجميع أفراد المجتمع عامة بهدف رفع المستوى الصحي للمجتمع والحيلولة دون وقوع الأمراض وانتشارها.¹

يعرف أيضا بأنها العملية التي تستهدف تعليم الناس عادات صحية و سلبية، وسلوك صحي جديد، ومساعدتهم على نبذ الأفكار و الاتجاهات الصحية الخاطئة و استبدالها بسلوك صحي سليم باتخاذ وسائل الاتصال الجماهيرية.²

2. تعريف الإجرائي للتوعية الصحية:

هي الاجراءات التعليمية والتثقيفية التي تقدمها المؤسسات الصحية والمنظمات العالمية للتقليل من نسبة حدوث الامراض والابئة التي تواجه المجتمع عن طريق حملات تحسيسية او عن طريق وسائل الاعلام بمختلف أشكالها...إلخ.

3. مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع الإنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة.³

تعرف أيضا انها منصات على الإنترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل الثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم، فضلا عن التواصل بين المستخدمين. ومن ثم، فوسائل التواصل الاجتماعي ليست كوسائل الإعلام التي لا

¹ أحمد مزاهرة واخرون، علم اجتماع الصحة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،

ط1،الأردن،2001،ص67

² عبد الرزاق الدليمي، الاعلام المتخصص، دار اليازوري، ط1، الأردن،2005، ص ص224-225

³ خالد غسان يوسف المقدادي، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع،

ط1، الأردن، 2013، ص24.

تخرج إلا من مصدر واحد أو من موقع شبكي ثابت، وإنما هي وسائل للتواصل عبر منصات صممت خصيصا لنتيح للمستخدمين إيجاد المحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومع مصدرها.¹

4. تعريف إجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:

هي أدوات تسهل التواصل الاجتماعي بين الافراد والمجتمعات القريبة والبعيدة إضافة الى أنها تقنية لجمع المعلومات والتفاعل معها عبر التعليقات وهي فضاء للتعبير عن الآراء والأفكار المختلفة.

تعريف الفايسبوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس، خصوصا نشأتها في شباط عام (2004) في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى (مارك زوكربيرج).²

أيضا هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي يتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين.³

5. مفهوم الإجمالي: الفايسبوك:

هو أداة للتواصل بين المستخدمين لهذا الموقع سواء في نفس البلد او خارجه بحيث يستخدمه أكثر من مليار شخص حول العالم وهو ايضا أداة إخبارية حديثة تنشر الأخبار بكل أنواعها ويستخدم أيضا للترويج للسلع والخدمات.

¹ إيرك أسبلوند وآخرون، وسائل التواصل الاجتماعي، المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، 2014، ص11.

² عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص63.

³ خالد غسان يوسف المققادي، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، مرجع سابق، ص34

6. تعريف صفحة شوف سوف الرسمية:

هي صفحة فايسبوكية رسمية ذات طابع اعلامي واخباري تقوم بتوثيق جميع الاحداث والايخبار المتعلقة بولاية وادي، تمتلك 210,521متابعا، وحازت على اعجاب 164,995 معجب بها، تم تأسيسها في 2/ ماي/2016.

سادسا: الدراسات السابقة:

الدراسة الأول:

لظاهر دنيازاد بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية الفايسبوك كنموذج دراسة ميدانية لعينة المشتركين في صفحة فايسبوك للمؤسسة العمومية الاستشفائية شيفغاري سنة 2018

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن دور موقع الفايسبوك في التوعية الصحية ولقد اعتماده الدراسة على المنهج الوصفي وتحديد المسحي واستعانة باداه الاستبيان وتم اختيار العينة القصدية واخذ 100مفرد في الدراسة وتمثلت اهم النتائج:

- أن شبكات التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خاصة كان لها دور فعال في التوعية الصحية للمواطن.
- رواد الفايسبوك ومتصفحها الصفحة الرسمية للتوعية الصحية كان لهم رد إيجابي حول التعامل للنصائح والارشادات المقدمة في مثل هذه الصفحات.

الدراسة الثانية:

لمحمد فاضل علي بعنوان دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور دراسة من جهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية سنة 2017

- حيث تهدف الدراسة الى معرفة رأي المختصين في وزارة الصحة الأردنية بما تنشره شبكة الفايسبوك من معلومات صحية وأعتمد في دراسته المنهج الوصفي وتم استعانة بأداة الاستبيان واختيار العينة العشوائية البسيطة واخذ 273 مفرد من مجتمع البحث ومن أهم النتائج هذه الدراسة ما يلي:
- أهم المواضيع التي تقدمها شبكة الفايسبوك من وجهة نظر الفئة المبحوثة في سبيل تعزيز التوعية الصحية هي زيادة الوعي الصحي.

- إن أكثر ما تتسع به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفايسبوك هي ميزة التنوع التي تصدرت النتائج.

أوجه الاختلاف والتشابه الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة التي تم اعتمادها دراسات مشابهة للدراسة الحالية، ذات علاقة مباشرة بها، كما تشترك مع دراسة كل من طاهر دنيازاد ومحمد فاضل علي في متغير أساس ألا وهو التوعية الصحية كما تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات في تركيزها على الاعلام الجديد وبالضبط شبكة الفايسبوك، إلا انها هناك اختلافات مع دراستنا والتي تتمثل في المنهج المتبع حيث اعتمدت هذه الدراسات على المنهج الوصفي المسحي في حين تعتمد دراستنا على منهج الوصفي التحليلي.

الدراسة الثالثة:

لرحمو حياة وعموم هناء بعنوان مضامين صفحات الجامعات على الفايسبوك دراسة تحليلية للصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة سنة

2015

تبحث هذه الدراسة مضامين صفحات الجامعات على الفايسبوك واخذت حالة الصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة على موقعها في الفايسبوك نموذجا من خلال تحليل جميع منشورات التي تنشرها الصفحة.

تهدف هذه الدراسة الى تحديد الدور الذي تقوم به الصفحة التواصلية لجامعة بسكرة من خلال المنشورات التي تعرضها بالنسبة لمتصفحها.

ونظرا لطبيعة الموضوع فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي حيث عمل على وصف وتحليل مضامين الصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة، واعتمدت الدراسة كوسيلة للبحث على أداة المقابلة وأداة تحليل مضمون لمعرفة ماهي المضامين التي تنشرها الصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة على موقعها في الفايسبوك من الناحية الشكل والمضمون.

وخرجت هذه الدراسة بنتائج أهمها:

- اختلفت أساليب النشر في الصفحة التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة من حيث الوسائط المتعددة، لكن اعتمدت بشكل كبير على الوسيط الصورة في عرض مضامينها.

- المضامين منشورات الصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة لا تتعلق بإخبار بالتسجيلات الجامعة فقط، بل مواضيع مثل مواضيع الخاصة النشاطات الجامعة لأن الصفحة والمشرفون عليها يستغلونها في نشر منشورات كل ما يتعلق بالجامعة.

الدراسة الرابعة:

لمحمود هشام الدحلة بعنوان دور صفحة وحدة مكافحة الجرائم الإلكترونية

على موقع الفايسبوك في التوعية الأمنية سنة 2017

هدفت الدراسة الى معرفة دور صفحة وحدة مكافحة الجرائم الإلكترونية في مجال التوعية الأمنية على موقع الفايسبوك من خلال استخدام الباحث المنهج المسحي بإستخدام أداة تحليل المضمون للمنشورات من 1/ أيلول/2017 الى 30/ تشرين الثاني/2017 ، لمعرفة كيفية التعامل مع الجرائم المستخدمة و معرفة أنواع ومضامين و مصادر المعلومات، واهداف المنشورات التي نشرت على الصفحة .

وتمثل مجتمع الدراسة كل ما نشر في صفحة وحدة مكافحة الجرائم الإلكترونية على موقع الفايسبوك والبالغ عددهم 54 منشور، وهي صفحة تابعة لشعبة البحث الجنائي لمديرية الامن العام في الاردن وهي صفحة موثقة حاصلة على علامة التوثق من شركة فايسبوك كونها تابعة لجهة حكومية ومهمتها التوعية والتثقيف.

ومن اهم النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة تتمثل في:

- إعتمدت صفحة وحدة مكافحة الجرائم الإلكترونية التعليمات والارشادات في مواضيع المنشورات بما يخص التوعية الأمنية وجاءت بالمرتبة الاولى وبنسبة قدرها % 37.875، وتشير هذه النسبة الى أن القائمين على الصفحة ركزوا على المعلومات والضوابط التي توجه المتابعين لكيفية استخدام الانترنت، أي استبعاد وقوع الجريمة، وعلى اساس أن الوقاية خير من العلاج.

- ركزت إدارة الصفحة على هدف التثقيف بنسبة % 30.225، وهذه نسبة تتوافق مع مهمة الصفحة الرئيسية وهي التوعية والتثقيف، بينما لم تعتمد إدارة الصفحة على هدف التهديد وجاء بنسبة % 6.975، وهذه النسبة تظهر أنه يمكن أن تنتج رد فعل عكسي من الجمهور ويصبح تحدي باستخدام إستمالة التهديد بكثرة.
- ركزت صفحة وحدة مكافحة الجرائم الالكترونية على المحتوى البصري في إيصال المعلومة، بحيث استخدمت الصور بنسبة % 65.067، في إيصال الرسالة التي يمكن أن تعجز النصوص المكتوبة في إيصالها.

أوجه الاختلاف والتشابه الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

تم الاعتماد في الدراسات السابقة على المنهج الوصفي واداة تحليل مضمون وهو ما يشابه مع دراستنا حيث اشتركت في متغير أساس وهو شبكة الفايسبوك، إلا أن هناك اختلافات مع دراستنا والتي تتمثل في:

إن الدراسات السابقة الأخرى لجأت الى تحليل الصفحات تنتمي للمؤسسات، اما دراستنا سوف ندرس صفحات ذات طابع اعلامي واخباري بالإضافة الى اننا سندرس موضوع التوعية الصحية على خلال الدراسات السابقة.

سابعا: المقاربة النظرية:

1. نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعني النظرية باختصار تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة واستجابة للدوافع والحاجات، ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع بالنشاط والايجابية والقدرة على الاختيار الواعي والتفكير.¹ حيث يضيف هذا المنظور صفة الايجابية على جمهور وسائل الإعلام، فمن خلال منظور الاستخدامات والإشباع لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد

¹ هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الاعلام، جامعة المنوفية، العلوم الاجتماعية والاعلام، مصر، ص155

بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، و نوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات و الترفيه المتاحة.¹

2. فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

انطلق منظور الاستخدامات والإشباعات بخمسة فرضيات قدمها كاتز و زملاؤه وتتضمن ما يلي:

- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، و عوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، و ليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم دائما تحديد حاجاتهم و دوافعهم، و بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.²

خلاصة:

نستخلص ان الموضوع التوعية الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي تم دراستها من جوانب عديدة، و في دراستنا هذه سيتم تسليط الضوء على مضامين التوعية الصحي في صفحة شوف سوف الإعلامي.

¹ حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، دار العربية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2007، ص363

² محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص ص 254-255

الفصل الثاني: التوعية الصحية ووسائل تحقيقها

تمهيد:

تعد التوعية الصحية جزءاً هاماً في حياة الأفراد والمجتمعات لما فيها من أهمية في إمداد المجتمع بالمعلومات الصحية وتوعية المواطن و الخدمات المتوفرة، وذلك للتعريف ولماكب التغيرات والتطورات التي تطرأ على الصحة العامة.

أولاً: نظرة التاريخية للتوعية الصحية:

إن التوعية الصحية ليس وليدة اليوم فحالتها حال المجالات الأخرى التي تأثرت بالإحداث والتغيرات والتطورات المتزامن ومتطابق لمستوى التفكير البشري المكون لآراء الناس ومفاهيمهم عن الحياة والصحة والمرض. فلقد مرة التوعية الصحية بعدة مراحل تاريخية مختلفة في تطور مفومها، حيث سنستعرض باختصار هذه المراحل وهي ثلاثة مراحل:

1. المرحلة الأولى:

في هذه المرحلة كانت معالجة القضايا الصحية موقوفة على الكوادر الصحية من حيث المسؤولية. اما من حيث المكان فقد كانت محصورة داخل المستشفيات والعيادات.

في هذه المرحلة كان الطبيب هو مصدر المعلومات والمعرفة، وهو ناقل الرسالة باعتبار أنه هو صاحب الحق الوحيد المهيأ للقيام بهذه المهمات. أما دور المريض فكان محصور فقط في فهم الرسالة وتنفيذ ما جاء بها من تعليمات، مع الافتراض بجهله الكامل - او شبه الكامل- مما لا يستدعي الأمر التوسع او الاستطراد وبالتالي المشاركة. هذه المعاني تبينها سلسلة الاتصال بعناصرها الأساسية وهي:¹

- المصدر: ان المصدر الوحيد للمعلومات الصحية، كان الطبيب نفسه فهو الوحيد، المهيأ للقيام بهذه المهمة وعلى هذا الأساس فهو صاحب الحق في هذا المجال.

¹ محمد بشير شريم، الثقافة الصحية، مطبعة السفير، ط1، عمان، 2012، ص 11

- **المرسل:** لان الطبيب هو المصدر الوحيد للمعلومات الصحية نفسه فهو أيضا المرسل الوحيد الناقل للرسالة (المعلومة).
- **الرسالة:** هي عبارة عن مجموعة من الأوامر والتعليمات، والتي يفرضها ويحددها المصدر نفسه.
- **الوسيلة:** الوسيلة المتبعة هي المواجهة الفردية المتمسة بالفوقية.
- **المتلقي:** متلقي الرسالة هي المريض نفسه او المقربون منه الام، الأب، الزوجة، الزوج، الصديق، الجار.
- **دور المتلقي:** هذا الدور محصور فقط في فهم الرسالة وتنفيذ ما جاء فيها مع الافتراض بجهل الناس الكامل- او شبه الكامل- للأسباب العلمية التي استدعت صياغة هذه الرسالة.¹

2. المرحلة الثانية:

في هذه المرحلة التي اتسمت بالاكتشافات والاختراعات ... وفي هذه الفترة أيضا تبلورت المهن الطبية المساعدة، وأصبح لها مناهجها الخاصة ومهامها المحددة، ولم يعد الأطباء هم المصدر الوحيد للمعرفة الصحية بل شاركهم هذه الكوادر المؤهلة، (ممرضات، قابلات، مراقبو الصحة، فنيو المختبرات....).

ولم يعد المريض وحده هو المعني بالحصول على الثقافة الصحية بل بعض الفئات المجتمع وخاصة المعرضة للخطر.

ومع ذلك بقيت الكوادر الصحية هي التي تحدد ما يجب على الناس ان يفعلوه تجاه صحتهم ومرضهم، وهم أصحاب الحق في تحديد احتياجات الناس وأولويات مشاكلهم الصحية والوسائل الملائمة التي يجب عليهم اتباعها.

وزارة الصحة تعتبر هي المسؤولة الوحيدة عن هذه الفعاليات، وهي وحدها المناط بها القيام بهذه المهمات وان مشاركة الجهات والمؤسسات الأخرى (التربية والتعليم، الزراعة،

¹ نفس المرجع، ص 12

الأعلام، الشؤون الاجتماعية، الثقافة، الشباب، البلديات والبيئة...) كان ضئيلا لا يذكر بل يكاد يكون غير مطلوب.¹

أهم خصائص سلسلة الاتصالات في هذه المرحلة:

- المصدر: الكوادر الطبية توسعت وشملت الأطباء والممرضات والقابلات.
- المرسل: الكوادر الطبية، بكل شرائحها.
- الرسالة: مجموعة توجيهات مبنية على القنوات الذاتية لمصادرهم المتعددة.
- المتلقي: المريض وبعض فئات المجتمع، وخاصة المعرضة للخطر.
- دور المتلقي: فهم الرسالة وشيئا من أسبابها بشكل سطحي وسريع، مع الافتراض بان المريض والناس أصبح لديهم شيء من الإدراك حول الصحة والمرض.²

3. المرحلة الثالثة:

وفي هذه المرحلة كانت نتيجة حتمية لتفجير الطاقات الذهنية للإنسان، والتي أحدثت تطور مذهلة في شتى مجالات الحياة، في العلوم والصحة والاعلام والتعليم والاتصال والبيئة والفضاء والاقتصاد والهندسة والتغذية ... وهذا أدى إلى حصول الإنسان على المعرفة العلمية ألا كيده للمسببات المرضية، سواء كانت المسببات وراثية أو خلقية أو مكتسبة..

كما حصل الانسان على المعرفة التامة لطرق العدوى ووسائل التشخيص وطرق المعالجة، والوسائل الوقائية وهذا الأهم وهنا يبرز الدور الإيجابي الفعال للثقافة الصحية لمنع حدوث الامراض والمشاكل الصحية.

¹ نفس المرجع، ص 13

² نفس المرجع، ص 14

إدراك مثل هذه الحقائق الصحية لم يعد في هذه المرحلة محصورا على الكوادر الصحية المهنية، ولم يعد المواطن في الموقف المتفرج الذي يتلقى النصائح والتوجيهات - والتي كانت أقرب للأوامر - من الكوادر الصحية ليقوم بما يطلب منه فقط. بل أصبح له دور فعال وإيجابي في خلق الصحة وصناعتها أينما وجد:

في البيت في الشارع، في المصنع، في المدرسة، في المزرعة، في مكان العمل، في الملعب...

وهذا الدور يؤدي -قطعا- إلى من الأسباب التي قد تولد أوضاعا غير صحية تضطره لمراجعة المستشفيات والعيادات وهو من المؤكد قادر على منع حصولها.¹

ثانيا: أركان التوعية الصحية:

تتكون أركان التوعية الصحية مما يلي:

الفئات المستهدفة:

وهي جميع فئات المجتمع بجميع مستوياته الاجتماعية لأنها مع كونها تسعى لتغيير سلوك صحي فهي أيضا وسيلة للتذكير.

التثقيف الصحي:

وهو القائم بعملية التثقيف الصحي وهو يقوم بتوجيه الرسالة التثقيفية شخص أو مجموعة من الأشخاص من فريق الرعاية الصحية الأولية يساعدهم في ذلك أفراد المجتمع أو أي فرد من المجتمع يستطيع ان يوصل الرسالة كرجال الدعاية الاعلام ورجال الدين والمدرسين، والمتقشف الصحي يكون مسؤولا عن التثقيف الصحي في المؤسسات الصحية.²

فهو يقوم بالأعمال التالية:

¹ نفس المرجع، ص 15

² بسام عبد الرحمن المشاقبة، الاعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2012، ص 47

- المشاركة في تحديد وقياس الحاجة الصحية للمجتمع وتحليل العوامل النفسية والثقافية المؤثرة في رغبات الناس.
- تقوية وتنسيق النشاط التثقيفي للوحدات الصحية ووضع خطة متكاملة للتثقيف الصحي تساير أهداف البرنامج الصحي.
- التثقيف الصحي يعمل كمستشار فني لباقي أعضاء الفريق الصحي فيما يتعلق بطرق التثقيف الصحي للناس.
- استخدام وسائل الاعلام استغلالا كطريقة وأسلوب للتثقيف الصحي.
- الأعداد للندوات والمؤثرات والحلقات والمعارض في مجال التثقيف الصحي.
- التعاون مع الهيئات الحكومية والأهلية في مجال التثقيف الصحي كالمدارس والجهات ودور العبادة.
- تدريب وتوجيه الفئات المختلفة العاملة في مجالات الصحة العامة، وتعليم المتصلين بال جماهير فيما يتعلق بالتثقيف الصحي ومجالاته وأساليبه.¹

ثالثا: أهمية التوعية الصحية

يعد الهدف الأساسي من التوعية الصحي هو إدخال تعاليم صحية وسلوكيات سليمة وأنماط حياة تتوافر الصحة والسلامة التي تتماشى مع المجتمعات بما فيها من خصوصيات وتقاليد وعادات خاصة بها، وذلك بهدف تعزيز الخدمات الصحية وزيادة الاستفادة منها من قبل المستفيدين من هذه الخدمات ويتضمن ذلك الآتي:

¹ نفس المرجع، ص 48

- نشر المعلومات العامة الصحة:

أن نشر المعلومات السليمة عن الصحة وأهم عنصر يجب أخذه بالاعتبار عند وضع برامج التثقيف الصحي، الصحية لأن خلق قاعدة واسعة من المفاهيم السليمة هو سر نجاح آلية برامج التثقيف الصحي لفئات محدودة.¹

- غرس السلوكيات الصحية:

من المسلم أن هناك سلوكيات صحية يجب أن ندرب الناس عليها وتتعلق هذه السلوكيات بالفرد بصورة خاصة. و نقصد بذلك كيفية تعامله بالأسلوب السليم المبني على القواعد الصحية السليمة، كان يتعود الإنسان على أنماط صحية تساعده على التمتع بحياته، كان نعلمه اختيار المأكّل و المشرب النظيف وفقا لما أمرنا به ربنا سبحانه وتعالى: و كلوا من طيبات ما رزقناكم و نبتعد عن كل ما نهانا عنه من محرمات و خاصة ما يؤثر على الصحة كشراب المشروبات الكحولية والتدخين، وأن نزول في حياتنا اليومية التعاليم التي أمرنا الله تعالى بها كالعبادات و الابتعاد عن المحرمات وإتباع الأنماط السليمة في ممارستنا الجنسية والتي يأمرنا الله تعالى كالزواج والابتعاد على الفاحشة والعفة والابتعاد عن كل ما يسبب لنا الإصابة بالأمراض الجنسية و ما يعرضنا لها مخاطر بسبب استعمال المخدرات وغيرها من المحرمات.

- تغيير السلوكيات غير الصحية:

تقويم العادات والسلوكيات غير المرغوب بها إلى عادات وسلوكيات مرغوب بها ويوضح أهمية وجهود السلطات الصحية ومؤسساتها في مجال السهر على رفع المستوى الصحي والاجتماعي للمواطنين وذلك من خلال تعريفهم بالدور الرئيسي الذي تقوم به هذه المؤسسات كمراكز الأمومة والطفولة وغيرها.²

¹ باهي رقية، استخدام الفيسبوك في التوعية الصحية ضد داء الكوليرا في الجزائر، (ماستر غ منشورة)، علوم الإنسانية، علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2019، ص60
² بسام عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سابق، ص 46

- خلق قيادات للتثقيف الصحي:

إن أهم عنصر في عمليات التثقيف الصحي هو العنصر البشري وهذا له دور فعال لتحقيق الغايات والاهداف المنشودة من الخطاب الصحي و من المؤسف جدا أن هذه الفئة من المتخصصين ليست متوفرة بالشكل المطلوب، وهذا الامر يتطلب جهدا من قبل مراكز التعليم المختلفة لإعداد القيادات الصحية، كما يجب الحرص على تهيئة جميع مناهج التعليم بصورة حتى نتمكن من تحقيق لتواصل بين القيادات المتخصصة في المهنة وبين القيادات القائمة على تعليم الأجيال المختلفة والفئات التي تقوم برعاية هذه الأجيال صحيا إضافة للعاملين في مجالات الإعلام بوسائلها المختلفة وكذا الأطباء والمختصين في القطاع الصحي فمن دون ذلك لن يتحقق الهدف الأساسي من التوعية الصحية بصورة علمية.¹

رابعا: أهداف التوعية الصحية:

توجد مجموعة من العناصر تبين لنا أهداف التوعية الصحية وهي كالتالي:

- فهم واستيعاب أفراد المجتمع أن حل مشكلاتهم الصحية والحفاظ على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤولياتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الرسمية. عن طريق اتباعهم الارشادات الصحية ورغبتهم بها.
- إلمامهم بالمعلومات المتصلة بالمستوى الصحي في مجتمعهم للمشكلات الصحية والأمراض المعدية التي تنتشر في مجتمعهم ومعدل الإصابة بها وأسبابها وطرق انتقالها وأعراضها وطرق وقاية منها.
- تعرف أفراد المجتمع على الخدمات الصحية الأساسية والمساندة في مجتمعهم وكيفية الانتفاع بها.²

¹ باهي رقية، مرجع سابق، ص 61

² أحمد محمد بدح واخرون، الثقافة الصحية، دار المسيرة، ط4، عمان، 2012، ص 15

خامسا: مجالات التوعية الصحية:

من أجل تحقيق أهداف التثقيف الصحي، وخلق وعي وإدراك لدى المواطنين بمسئولياتهم من أجل المساهمة الفعالة في عملية تحسين وتوفير الشروط الصحية الإيجابية فإنه ينبغي العمل في جميع المجالات المختلفة المحيطة بالإنسان وفي جميع أدوار ومراحل تطوره، ومختلف جوانب شخصيته الحياتية والثقافية والاجتماعية والمهنية. ومن أهل هذه المجالات:

1. البيت: حيث يعمل التثقيف الصحي على:

- زيادة الاهتمام بالصحة الشخصية والنظافة العامة، والتغذية الصحية والنظافة الماء، ونوعية الملابس، وساعات الراحة، واللعب، والنوم والسهر.
- اتباع أفراد الأسرة لعادات صحية سليمة، وعدم ممارستهم عادات صحية سلبية مثل الشرب من كأس واحد أو استعمال منشفة مشتركة.
- ممارسة أفراد العائلة أسس الوقاية من الأمراض وسرعة معالجة المصاب.
- الاهتمام بصحة البيئة (مكافحة الحشرات، الطرق السليمة لحفظ الأغذية، الإضاءة المناسبة، التهوية الصحية).¹

2. المدرسة: ان المدرسة تلعب دورا رئيسا في حياة الطفل وتغيير اتجاهات وسلوكياته، وغرس المبادئ والعادات والسلوكيات المرغوب فيها فإن المؤسسات العلمية والتربوية بمختلف مستوياتها من الروضة إلى المدرسة إلى الكليات الجامعية المتوسطة فالجامعة تستطيع دعم ومؤازرة المؤسسات الصحية للوصول إلى أهدافها وتحقيق النجاح في جميع مجالاتها ويمكن دور المدرسة في عملية التثقيف الصحي بما يلي:

- تعاون المدرسة مع أولياء أمور الطلبة لنقل الثقافة والتوعية الصحية إلى البيت.

¹ شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، (دكتوراه غ منشورة)، علوم الاجتماعية، علم الاجتماع و الديمغرافيا، جامعة منتوري، الجزائر، 2006، ص 201

- تعاون المدرسة مع المؤسسة الصحية لعقد ندوات صحية، وتشكيل لجان خاصة للتحقيق الصحي، والعمل على تنظيم معارض بأحدث الوسائل التعليمية التوضيحية الخاصة بالثقافة الصحية.

- قيام الطلبة بنقل الإشارات الصحية السليمة إلى بيوتهم من خلال النشرات الصحية

- زيادة الاهتمام بالتربية البدنية والألعاب الرياضية.

- اشراك المعلمين في حملات مكافحة الأوبئة والأمراض السارية اعتمادا على ثقافتهم وكفاءتهم الصحية واستعمالهم للأساليب التربوية الحديثة.

- تعليم الطلبة مواجهة الحوادث الطوارئ المرضية ومبادئ الإسعافات الأولية، فيعملوا على تطبيقها علميا، وعلى نقلها مجددا إلى البيت والمجتمع.¹

3. **المجتمع:** تهيئ المجتمعات المتقدمة فرصا عديدة للثقافة الصحية لأفرادها، ومن هذه الفرص النصائح والارشادات التي يقدمها القائمون على الخدمات الصحية بالمجتمع والبرامج الصحية لتطبيقها في مختلف مجالات المجتمع مثل (المطاعم، النوادي، والمقاهي، والمساجد، والمعسكرات).²

سادسا: وسائل تحقيق التوعية الصحي:

إن الوسائل التي نستخدمها في التحقيق الصحي كثيرة ومتنوعة، وهذه الوسائل يحددها الجمهور أو المتلقي، وقد نستخدم أكثر من وسيلة في وقت واحد، وعلينا أن ندرك دائما أن (لكل مقام مقال) كما يقول أسلافنا، فنحن نخاطب المتعلم بطريقة تختلف عن مخاطبة الأمي.³

وهي تلك الوسائل المستخدمة لتوصيل المعلومات والخبرات إلى جموع الناس، وهناك طريقتان يمكن للمثقف الصحي فيها أن يوصل رسالة التحقيق الصحي وهي:

¹ أحمد محمد بدح وآخرون، مرجع سابق، ص 21

² شعباني مالك، مرجع سابق، ص 202

³ نجيب الكيلاني، التحقيق الصحي للطلاب وأفراد المجتمع، دار الحصوة لنشر والتوزيع، ط1،

مصر، 2013، ص 6

1. **الاتصال المباشر:** وهو الاتصال الذي يلتقي فيه المثقف الصحي بالشخص المستهدف وهو ذو تأثير هام وقوي، إذا أحسن المثقف الصحي أسلوبه ومهاراته ويستحسن أن يتبع فيه طريقة المناقش ما أمكن ذلك حتى يتمكن المتلقي من التعبير عما في نفسه ويستفسر بالأسئلة ويقتنع بما يفيد، وتمتاز هذه الطريقة بالمشارك والتوافق والتكيف والوضوح والمرونة.¹

ويكون على بشكل مواجهة أو مقابلة وبين من يقدم لهم التوعية الصحية، سواء كانت مواجهة فردية أو جماعية فالمواجهة الفردية هي ان يلتقي المثقف الصحي بأي شخص اخر ويقدم له المعلومات والأسس الصحية وطرق الوقاية من الأمراض بأسلوب المحادثة الشفهية. المواجهة وعادة ما يكون هناك حوار ونقاش وطرح أسئلة والإجابة عليها.

اما المواجهة الجماعية فهي ان يلتقي المثقف الصحي مع مجموعة من الناس، ويلقي عليهم محاضرة أو ندوة أو حوار أو مناقشة حول أسس الرعاية الصحية وأسس الوقاية من الأمراض.²

2. **الاتصال غير المباشر:** وهي عملية اتصال يقوم به المثقف الصحي أو القائم بالاتصال مع الناس من غير مقابلة شخصية، وإنما يكون من خلال استعمال أساليب ووسائل أخرى توصل المعلومات إلى الرأي العام من خلال استخدام وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري،³ ومن هذه الوسائل:

الوسائل السمعية والبصرية: تعتبر من أفضل تثقيف الصحي لاستخدام لوسائل الاعلام والتثقيف الصحي لاستخدام غالبية الناس لها مع ضرورة مراعاة اللغة في الكلمة المنطوقة والوضوح في الصورة بالإضافة إلى الوقت المناسب لبثها.

¹ محمد قارش، مختار جلولي، أسلوب الاتصال الصحي في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، ع11، الوادي-الجزائر، جوان 2015، ص 39

² أحمد محمد بدح، مرجع سابق، ص 21

³ محمد قارش، مرجع سابق، ص 40

المصورات والملصقات: تشتمل على فكرة واحدة وتعلق في أماكن بارزة وواضحة هدفها تعليم المواطنين أسس الممارسة الصحية السليمة.

المطبوعات: الكتب، النشرات، الصحف، المجالات ويجب ان تكون معلوماتها بسيطة مفهومة واسلوبها شيق حتى تسهل قراءتها واستيعابها.¹

استخدام الحاسوب: وهو استخدام الحاسوب وتقنياته المتعددة من شبكة الانترنت وبرامجه مثل برنامج العرض التدمي لتجهيز شرائح تحتوي على نصوص صحية، ورسوم بيانية، وصور وجداول ورسومات واشكال مختلفة وعرضها بواسطة شاشة جهاز عرض الحاسوب لمشاهدتها.

المعارض: وهي اختيار عدد من المعلومات والنماذج والرسوم واللوحات والصور والمجسمات والآلات والأدوات التي تتعلق بقضايا صحية من واقع الحياة التي يعيشها الناس.²

سابعا: الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال الصحي:

لطالما كان الإنترنت مصدرا مناسباً ومفتوحاً للمواد التعليمية ولجمع المعلومات في العديد من المواضيع. وفي حالة المعلومات الصحية، غالبا ما يتم استخدام الإنترنت للطمأنينة، وللحصول على المعلومات عند وجود مشكلة صحية قبل أو بعد زيارة الطبيب.

قبل هذا التبنى الواسع للإنترنت، كان الناس يحصلون على معلومات صحية من معارفهم أو من البيئة المحيطة بهم. أما اليوم أصبح الأشخاص يعتمدون على محركات البحث المستندة إلى الويب والتي تتيح سهولة الوصول إليها صفحات ويب من جميع أنحاء العالم تحتوي على موضوع مثير للاهتمام، بالإضافة إلى مواقع الويب الثابتة، هناك انتقال مستمر إلى مواقع ويب أكثر تفاعلية تسمى وسائل التواصل الاجتماعي ويشار إليها أيضا باسم "الوسائط الجديدة".

¹ شعباني مالك، مرجع سابق، ص 199

² أحمد محمد بدح وآخرون، مرجع السابق، ص 22

وسائل التواصل الاجتماعي غيرت الإنترنت باعتبارها مصدر ثابت للمعلومات الصحية لشكل أكثر ديناميكية من الاتصالات الصحية. الى جانب ذلك الانتقال من الاتصال التقليدي باستخدام تقنيات الاتصال الجديدة فهي مرتبطة بمجال الصحة الإلكترونية (الصحة الإلكترونية).

وسائل التواصل الاجتماعي عبارة عن مجموعة من التطبيقات القائمة على الإنترنت والتي تسعى جاهدة إلى إنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدم، ومن أمثلة التطبيقات التي يتم فيها إنشاء المحتوى الذي ينشئه المستخدمون هي المنتديات، ويكيبيديا (موسوعة) ومدونات الويب ومواقع الشبكات الاجتماعية. بعض أشكال وسائل التواصل الاجتماعي، مثل المنتديات، نشأت من بداية الإنترنت. انتشرت وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق واسع وتزايد الاستخدام أدى الى تغيير الإنترنت بشكل كبير وبرزوا مجال الصحة الإلكترونية وهو مزيج من الاتصال والصحة ووسائل التواصل الاجتماعي.¹

حيث تعرف الصحة الإلكترونية هي مصطلح جديد استخدم في وصف الاستخدام المزدوج للاتصالات الإلكترونية وتقنية المعلومات في القطاع الصحي. ويمكن تعريفها في القطاع الطبي بأنها استخدام البيانات الرقمية المرسلة والمخزنة والتي تمكن استرجاعها آلياً " إلكترونيا " للاستخدامات الطبية والتعليمية والإدارية محلياً أو خارجياً ولمسافات متباعدة في القطاعين الخاص والعام. كما يمكن تعريف الاتصال الصحي بأنه استخدام تقنية المعلومات لإرسال الخدمات الصحية والمعلومات من موقع إلى آخر.² ومن فوائد التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية نذكر ما يلي:

¹Herre Uittenhout, **THE USE AND EFFECT OF SOCIAL MEDIA IN HEALTH COMMUNICATION ABOUT COMMON HEAD LICE**, Health Sciences (Health Technology Assessment), Master Thesis, University of Twente, 2012, P11

² محمد أحمد بن تركي السديري، مدى استخدام الأعمال الإلكترونية في المستشفيات السعودية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، ع28، السعودية، 2014، ص188

1. زيادة التوعية

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة أساسية لزيادة الوعي العام بالمخاوف الصحية الجديدة والناشئة والسنوية. حيث يمكن اللجوء إليها عندما تتغير الأمور بسرعة، فهي وسيلة أساسية للتأكد من أن الجمهور على دراية بأحدث القضايا والإرشادات. تتمثل إحدى طرق الحصول على المعلومات بمشاركة المعلومات مباشرةً في منشورات الاجتماعية.

يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتوجيه المتابعين إلى مصادر موثوقة للمعلومات الحالية. قد يعني هذا توجيههم إلى موقع الويب الخاص بك، أو إلى حسابات اجتماعية للصحة العامة.

إن زيادة الوعي بالمصادر الموثوقة تجعل من السهل على متابعيك مواجهة ادعاءات وسائل التواصل الاجتماعي للرعاية الصحية غير الملائمة التي يرونها في المنشورات من اتصالاتهم الاجتماعية.

2. محاربة المعلومات الخاطئة

تساعد وسائل التواصل الاجتماعي بطبيعتها على نشر المعلومات بسرعة إلى مجموعات متنوعة من الناس. يعد هذا أمرًا رائعًا عندما تكون المعلومات مبنية على الحقائق ومفيدة وواضحة. لسوء الحظ، هناك أيضًا الكثير من المعلومات الصحية الخاطئة على الشبكات الاجتماعية.

في بعض الأحيان تأتي المعلومات المضللة في شكل بيانات غير صحيحة. يمكن فضح هذه الأمور بسهولة نسبيًا. يمكنك ببساطة الاستشهاد بالبحوث المنشورة أو أحدث المعلومات من مصدر صحي موثوق مثل مركز السيطرة على الأمراض أو منظمة الصحة العالمية.

لكن في بعض الأحيان، يستخدم منشئو المعلومات المضللة وناشروها اسم مؤسسة حسنة السمعة لإعطاء بياناتهم مصداقية. في هذه الحالة، من المهم أن توضح المؤسسة المسماة كمرجع أنها ليست المصدر.

ولكن هناك أيضًا معلومات خاطئة في شكل "حقائق" مقدمة بدون سياق، أو في سياق غير صحيح. مرة أخرى، يعتبر الاستشهاد بالبحوث والمعلومات من مصادر موثوقة هو أفضل نهج. لكن هذا قد يتطلب لمسة أكثر نعومة. يميل الناس بشدة إلى تصديق المعلومات التي تدعم نظرتهم الحالية للعالم.¹

خلاصة:

ان التوعية الصحية ضرورية في المجتمع حيث تستهدف كافة شرائحه دون استثناء فهي تهدف لإدخال تعاليم صحية وسلوكيات سليمة لدى الافراد باستخدامها لوسائل كثيرة ومتنوعة في التثقيف الصحي ، وهذه الوسائل يحددها الجمهور المتلقي للمعلومة.

¹ Christina Newberry, **How to Use Social Media in Healthcare: A Guide for Health Professionals** ,March 30, 2020, <https://blog.hootsuite.com/social-media-health-care/>

الفصل الثالث: الفايبيوك وخدماته

تمهيد:

يعتبر الفايسبوك من المواقع الشائعة والمهمة على مواقع التواصل الإجتماعي وهو الأكثر إستخداما لدى الافراد حيث يتفاعل معه الكثير من المستخدمين حول العالم ويسهل موقع فايسبوك التواصل بين أفراد المجتمع.

أولا: نشأة الفايسبوك:

ترجع فكرة نشأة موقع الفايسبوك إلى صاحبه "مارك زوكربيرج" حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الإنترنت ليجمع زملائه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر أخبار الجمعة ولكن هدفه الأساسي إلى موقع يجمع شمل أصدقائه ويسعد على التواصل بين الطلبة بعضهم بعض.

أطلق زوكربيرج موقعه "فايسبوك" في عام 2004م و كان له ما أراد، فسرعان ما لقي الموقع راجا بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية.

وإستمر موقع "فايسبوك" قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين. ثم قرر جوكربيرج أن يخطو خطوة أخرى للإمام، وهي أن يفتح أبواب يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذا ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007.¹

وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحا أن سوق شبكات التواصل الإجتماعي عبر الإنترنت ينمو بشكل هائل، ويسد احتياجا هاما لدى مستخدمي الإنترنت خاصة من صغار السن. ومن ناحية أخرى نجح موقع "فايسبوك" في هذا المجال بشكل كبير،

¹ ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014، ص205

وكانت النتيجة أن تلقى جوكربيرج عرضاً لشرائه موقعه بمبلغ مليار دولار العام الماضي، إلا أن جوكربيرج فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض، وتوقع كثيرون أن يندم على هذا الرفض، خاصة وأنه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة "نيوزكوريوريشن"، التي يمتلكها المليونير الأسترالي روبرت ميردوخ، بشراء موقع "ماي سبيس"، وهو من أشهر مواقع العلاقات الإجتماعية، بمبلغ 580 مليون دولار. أما سبب رفض جوكربيرج لهذا العرض فيرجع إلى أنه رأى أن قيمة شبكته أعلى كثيراً من المبلغ المعروض.

وحسبما قال في مقابلة مع صحيفة فاينانشيال تايمز البريطانية فإنه "ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما تستحق" أضاف أن عملية الإتصال بين الناس ذات أهمية بالغة، و"إذا إستطعنا أن نحصلها قليلاً لعدد كبير من الناس فإن هذا سيكون له أثر اقتصادي هائل على العالم كله" ويتم تمويل الموقع يتم عن طريق الإعلان حيث بشكل يومي، وتصل القيمة السوقية للفيسبوك كشركة الآن إلى نحو 100 مليار دولار.¹

تطور الصفحات الفيسبوكية:

عملت المجموعات فيسبوكية في البداية كمنتدى أساسي للتواصل ومع ذلك، بدأت وظائف المجموعات في التحول بعد إدخال صفحات فيسبوك في عام 2007، والتي تم إنشاؤها في البداية كطريقة للسماح لأصحاب الملفات الشخصية العامة (الأفراد والمؤسسات والخدمات، إلخ) بالإعلان لمستخدمي فيسبوك بسهولة أكبر. تصرفت "صفحات المعجبين" هذه إلى حد كبير مثل الملف الشخصي للمستخدم وسمحت للمالكيين بإرسال تحديثات إلى أولئك الذين اشتركوا في صفحاتهم والوصول إلى رؤى وتحليلات قاعدة المعجبين بهم. حتى 19 أبريل 2010، كان لدى المستخدمين خيار أن يصبحوا "معجبين" بصفحة، تغير هذا لاحقاً بحيث يمكن للمستخدمين "إبداء الإعجاب" بصفحة. تسمح "صفحات الإعجاب" هذه بعدد غير محدود من "Likers" ولها وظائف إضافية بما في ذلك القدرة على إضافة علامات تبويب لجمع البريد الإلكتروني والمحتوى المتخصص. بالإضافة إلى ذلك، تم تقديم "صفحات المجتمع" أيضاً في هذا الوقت تقريباً، مما يسمح بدمج المحتوى في فيسبوك مباشرة بصفحات موسوعة.

¹ ماهر عودة الشمائلة وآخرون، نفس المرجع، ص 206

تختلف الصفحات والمجموعات باختلاف وظيفتها: يمكن الاعتقاد بأن الصفحات تشبه مدونة ترويجية، في حين أن المجموعات تشبه أكثر لوحة الرسائل الخاضعة للإشراف. تتمثل الفوائد الرئيسية لصفحة ما على مجموعة في أن الصفحات قادرة على الحصول على ترقية داخلية من خلال خلاصة الصفحة الخاصة بالمعجبين بعد أن تعجبهم الصفحة، لديها خيارات أكثر للتخصيص، تتمتع بقدر أكبر من رؤية محرك البحث، السماح لمنشئ الصفحة أو مديرها بالبقاء مجهول الهوية، ومنح المستخدم مزيداً من القوة للتحكم في المحتوى الذي يتلقاه من الصفحة. في السنوات الأخيرة، تفجرت شعبية الصفحات كوسيلة للتفاعل المتاح للجمهور، لدرجة أن بعض المعلقين على وسائل التواصل الاجتماعي وصفوا المجموعات بأنها "عفا عليها الزمن". إلى جانب هذا التحول، أصبحت المزيد والمزيد من المجموعات "مغلقة" (مرئية على فايسبوك ولكن المحتوى مرئي للأعضاء فقط) أو "سرية" (غير مرئية تماماً للجميع على فايسبوك باستثناء الأعضاء المدعوين)، مما يجعل المعلومات الواردة في المجموعات لم تعد يمكن الوصول إليها بسهولة من قبل مستخدم فايسبوك الذي يتصفح عرضاً.¹

ثانياً: سماته وجمهوره:

(1) سمات الفايسبوك:

اتسم موقع فايسبوك بعدة خصائص أهمها:

1- العالمية:

استطاع الفايسبوك بحركتيه إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن للأفراد في الشرق التواصل مع أفراد في الغرب ببساطة وبتنا نسمع بمصطلحات كالسيولة وغيرها وهو حينها وفر مجموعة إضافية من التطبيقات سمح بالتواصل المقروء والمسموع والمرئي.

¹ Timothy M Hale, **Representation of Health Conditions on Facebook: Content Analysis and Evaluation of User Engagement**, Harvard Medical School, United States, Published online 2014 Aug 4, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4129190/>

2- التفاعلية:

أن الفرد في الفايسبوك يرسل، يكتب، يستقبل، ويقرأ ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات، فهو في عملية أخذ رواد مستمرة ويعتبر فايسبوك من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات فبعدما كانت الاتصالات خطية مباشرة مرسل ومتلقي، أحدثت الوسائل التفاعلية ومنها فايسبوك ثورة غيرت مسار الاتصالات.

إن هذه التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل أكبر على أن يشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليلاً، نقداً أو تعليقا.¹

3- التنوع وسهولة الاستخدام:

أتاحت التحديثات العديدة التي قام بها موقع الفايسبوك الفرصة أمام المشتركين فيه الكثير من الفرض و الأنشطة والفايسبوك أحد البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة، اللغة، الرموز والصور التي تيسر للمستخدم التفاعل، هذا هو الفرق الأساسي الذي فهمه الفريق الإداري المسير لفايسبوك، البساطة، السهولة هي رأس المال الحقيقي في مواجهة المد التقني الكبير، فكل لحظة تمر على هذا إلا ويتم فيها خلق فكرة إبداعية جديدة المنافسة جديدة المنافسة على أوجها ولم تعد المعايير قائمة على ذلك الزخم الكبير المتعلق بالحجم أو الألوان أو غيرها، بل أصبحت الوظائف الجديد الذكية السهلة والمتنوعة هي المعيار، ببساطة هي لغة التكنولوجيا.

4- ميزة الاتصال السريع:

من أهم مميزات الفايسبوك نقل الأحبار بسرعة فائقة وأنية مع إمكانية التفاعل مع الخبر والتعليق عليه وتبادل الرسائل والأفكار ونقل الصور والفيديوهات، فأني حدث يحصل في الشارع لا يحتاج إلا لبضع دقائق ليصبح محورا نقاشيا مدعما بالصور والفيديوهات والتعليقات والاقتراحات، كما أن هذه الميزة التواصلية ألغت الحواجز الجغرافية والزمانية وجعلت الفضاء الإلكتروني فضاء مشتركا للحوار.²

¹ باهي رقية، مرجع سابق، ص 49

² بدر الدين بلعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، (ماجستير غ منشورة)، العلوم الاجتماعية، علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر- بسكرة، الجزائر، 2015، ص58

2- جمهور الفايسبوك:

تطور مفهوم جمهور وسائل الإعلام الجماهيرية في صياغة الشكلية وفي مضامينه الراهنة تحت تأثير التطور السريع الذي تشهده المجتمعات لتكنولوجيا الإعلام التي أدت الى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم السائدة حتى تتمكن من استيعاب العناصر المستجدة الناتجة عن هذا التطور. غير أن إعادة صياغة المفاهيم غالبا ما تضيف عناصر جديدة ولا تعني دائما وبالضرورة إلغاء أو تعديل العناصر السابقة التي تدخل في تكوين المفهوم.

وعلى هذا الأساس، فإن مفهوم جمهور وسائل الإعلام يعني في الاستعمالات الراهنة مجموعة الأشخاص الذين تتوفر لديهم وفيهم مواصفات معينة ليشاركوا في التعرض إلى رسائل إعلامية تبثها وتنشرها الصحافة المكتوبة أو الورقية أو الالكترونية، والإذاعة والتلفزيون والمواقع الالكترونية.¹

ثالثا: العملية الاتصالية للفايسبوك:

إن التطورات السريعة التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال و المستحدثات التي غززتها التقنيات الرقمية والتكنولوجيا الحديثة، بدأت تقودنا نحو ترتيب جديد للمنظومة الاتصالية حيث تحولت العملية الاتصالية التقليدية وأصبحت عملية انتقال المعاني تنطوي على عمليات تفاعل اتصالي معلومة ذات سمات تتميز بالسرعة والكفاءة وتجاوز الحدود و المسافات و تغيرت الأدوار بين المرسل و المتلقي فأصبحت تبادلية ثنائية الاتجاه بعد أن كانت أحادية محدود فاصبح التركيز على الوسيلة بدل الرسالة وحققت الوسيلة الابداع في عملية نقل الرسائل الاتصالية وعملية الاتصال عموما و بذلك تحققت نبوة مالكوهان إذ قال: تكمن أهمية الرسالة في الوسيلة نقلها.²

عناصر العملية الاتصالية:

تعد شبكة الفايسبوك وسيلة اتصالية متعددة الأوجه إذ تحتوي على صور وأشكال مختلفة توضح العلاقة بين الاتصال الشخصي الجماهيري، إذ تتمثل عملية الاتصال

¹ علي قسايسية، محاضرات في دراسات وقياس جمهور وسائل الاعلام، جامعة الجزائر، 2011، ص.4

²باهي رقية، مرجع سابق، ص 51

التقليدي من خلال نفس المعطيات (المصدر، الرسالة، المستقبل، رجع الصدى) ولكن أصبح لكل عنصر خصوصية في الدور والمحتوى ومن خلال الشبكة الدولية للمعلومات ويمكن إلقاء الضوء على كل عنصر في العملية الاتصالية الشبكية الحديثة وفقا للاتي:
المصدر: في الاتصال الشبكي قد يكون فردا واحدا مثل شبكة الفايبروبوك وقد تكون مجموعة ذات اهتمامات مشتركة مثل: جماعات الأخبار أو المعلومات الصحية أو مجموعات نقاش التنقيف الصحي.

الرسالة: تختلف أشكال الرسائل في الاتصال الشبكي عنه في الاتصال التقليدي فتتخذ أشكالا متنوعة، فقد تكون محادثات يتم فيها تبادل أو برامج الدردشة أو أخبار وتكمن عملية الاتصال في شبكة الفايبروبوك من خلال نشر المعلومات والرسائل واسترجاعها.¹

المستقبل: وهو الجمهور المستقبل للرسائل الشبكية فقد يكون فردا أو عدة ملايين، كما يتيح الفايبروبوك فرصا لتبادل المعلومات والرسائل بين المرسل والمستقبل وإمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل فيصبح المستقبل منتجا للرسالة في ذات الوقت.

الوسيلة الاتصالية: لقد تحولت عملية الاتصال فأصبح التركيز على الوسيلة أو ما يسمى بالقناة الاتصالية في عملية التراسل و ليس على الرسالة الاتصالية كما كان معهودا سابقا، حيث تمثلت عملية الاتصالية في عملية التراسل و ليس على الرسالة الاتصالية كما كان معهودا سابقا، حيث تمثلت عملية الاتصال سابقا في الإجابة على التساؤلات (قال، ماذا قال، و لمن قال، وما هو أثر قوله) وهي تمثل عناصر الاتصال التقليدية تميزت الوسيلة الاتصالية في ظل التكنولوجيا الحديثة بأنها الكترونية شبكية حيث تستخدم الصورة و الصوت و الحركة النصوص والفيديو.

رجع الصدى: لم يعد رجع الصدى تقليديا كما في الأساليب التقليدية بل أصبح تفاعليا ويستخدم الاتصال مع فرد أو مجموعة بهدف إجراء نقاشات ثنائية أو جماعية حول مختلف المواضيع والدراسات بهدف الحصول على الاخبار و المعلومات، ولم

¹ انتصار رسمي موسي، التحولات في عملية الاتصال الجماهير باستخدام الشبكة الدولية للمعلومات الانترنت في ظل التكنولوجيا الحديثة، مجلة الاكاديمي، جامعة بغداد، ع69، العراق، 2014، ص ص

يقتصر على مجرد استشعار ردود أفعال وآراء الجمهور بل أصبحت الشبكة وسيلة اتصال وتواصل بين مختلف الثقافات بغض النظر عن الزمان والمكان.¹

التفاعلية: حل مفهوم التفاعلية محل رجع الصدى وهو مفهوم وأسلوب اعم واشمل من رجع الصدى لأنه يساهم في اشتراك أطراف العملية الاتصالية لحظيا وآنيا والتفاعلية ليست سمة للوسيلة الاتصالية الحديثة بقدر ماهي عملية ترتبط بالاتصال نفسه، حيث يتم من خلالها تبادل الأدوار بين أطراف العملية الاتصالية، ويتأثر كل طرف بالطرف الاخر ويحصل المتلقي المعلومة الفورية من الوقع ويتمكن من التفاعل مع مصدر هذه المعلومات ومع غيره من زوار الموقع كما أنه يستطيع ان يكون لنفسه خدمة إخبارية مناسبة لاحتياجاته.²

رابعاً: مميزات الفايسبوك:

الملف الشخصي "Profile": فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفاً شخصياً يحتوي على معلوماتك الشخصية يحتوي على معلوماتك، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعتها بالتحديد.

1. إضافة صديق "Add friend": وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق عن

أي فرد موجود على شبكة الفايسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.

2. إنشاء مجموعة "Group": تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية

على الإنترنت أن تنشأ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسة كانت

أم اجتماعية أم رياضية.. إلخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصرياً

للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

3. لوحة الحائط "Wall": وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف

الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا

المستخدم.³

¹ باهي رقية، مرجع سابق، ص 52

² انتصار رسمي موسي، مرجع سابق، ص 155

³ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن،

2011، ص35

4. النكزة "Pokes": يتاح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية الإثارة إنتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
5. الصور "Photos": وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.
6. الحالة "Status": التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
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.
8. الهدايا "Giffts": ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائك تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم بإستقبال الهدية. تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.
9. السوق "Marketplace": وهو المكان أو الفسحة الافتراضية التي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.
10. إنشاء صفحة خاصة على الموقع "Facebook": تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون إسم الدومين الخاص بها منتهية بفايسبوك ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم صفحة ولكنها لست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات لتروج الصفحة مع Face book adds والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفاييسبوك، تدفع مبلغا يوميا أو شهريا أو سنويا يتراوح بين بضعة سنتان إلى الآلاف بل الملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته¹

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سابق، ص36-37

خامسا: تطبيقات الفايسبوك:

هناك العديد من التطبيقات تمت إنشائها من قبل شركات كبرى معروفة وهناك تطبيقات تم إنشائها من طرف مستخدمين عاديين لذلك فعند استخدام هذه التطبيقات يتم تنبيه المستخدم بأن تنفيذ هذا التطبيق الدخول إلى بياناتك الشخصية، بحيث لا يمكن إجراء التطبيق من دون هذه الخطوة، فكل مشترك لديه ملف يتضمن صورته ومعلومات ولديه صفحة يكتب فيها ما يشاء، إضافة إلى البومات صور وقائمة الأصدقاء قد تضيفهم أنت أو هم من يضيفونك إليهم¹ ومن بين التطبيقات المستعملة نذكر:

- 1. المجموعات groups:** كل مشترك بالموقع بإمكانه أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ويم ذلك عبر اهتمامات مشتركة أو الأعضاء نادي معين أو لجملة فكر اجتماعي كان أو ديني
- 2. الصفحات pages:** تختلف الصفحات رغم التشابه في بعض المميزات من حيث أن الصفحات أكثر تفاعلا عبر ظهورها لكل المستخدمين، فهي تكون وسيلة للتواصل مع شخصية معينة.
- 3. الصفحة الرئيسية home:** تمكن هذه الصفحات من إظهار كل جديد سواء تعليقا أو صور وروابط أصدقاء المستقبل خاصة الذين أضافهم وتم إضافتهم من قبل المستخدم إليه وقد تظهر لك أصدقاؤك.
- 4. الألعاب games:** يضم الفايسبوك العديد من الألعاب المختلفة بحيث يمكن للمستخدم أن يشارك فيها ويقوم بها ويجتاز مراحلها واحدة تلو الأخرى، بل والأكثر من ذلك بإمكان المستخدم أن يدعو عددا من أصدقائه لممارسة لعبة من الألعاب (جماعية) كما هو حال المزرعة السعيدة.²
- 5. المناسبات event:** بإمكان المستخدم في الفايسبوك بالقيام بدعوة جماعية لأصدقائه والأعضاء المجموعة معينة الى حدث مهم عندهم أو من أجل العمل

¹ عبد السلام الأشهب، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك نموذجا" وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، (ماستر غ منشورة)، العلوم الاجتماعية والانسانية، علم الاجتماع، جامعة حمة لخضر بالوادي، الجزائر، 2017، ص37

² وائل مبارك خضر فضل، أثر الفيس بوك على المجتمع، دار شمس النهضة، ط1، 2010، ص15

الجماعي أو موعد اجتماع واقعي بحيث جب أن توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته أو نهايته وتحديد الأعضاء المدعويين له، وقد تكون الدعوة عام لكل مستخدمي الفايسبوك.

6. آلية التشبيك: في العديد من الأحيان يقترح الفايسبوك أصدقاء ويطلب إضافة أصدقاء قد تعرفهم وهذا ما يثير استغراب المستخدم، والسبب في ذلك أن الموقع يقوم بامتلاك عنوانين قائمة معارفك في البريد الإلكتروني ويقوم بعمل إقتراح لك إن كانوا على أعضاء في الفايسبوك أو إقتراح دعوتها للانضمام إلى الموقع وتعتبر هذه الخطوة بمثابة خرق واضح من شركات البريد الإلكتروني بدون مشورة صاحب البريد.¹

سادسا: استخدامات الفايسبوك:

1. الاستخدامات الاتصالية الشخصية:

ويمكن من خلال الشبكات الإجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العملية.

2. الإستخدامات التعليمية:

إن الدور الذي تلعبه الشبكات الإجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني حيث على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الإقصاء على التركيز على تقديم المقرر للطلاب. فإستخدام الشبكات الإجتماعية يزيد فرص التواصل والإتصال في خارج نطاق المدارس، ويكسر حاجز الوقت فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويقضي على كثير من الرسميات داخل المدارس، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، مما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل والإتصال والمناقشة وإبداء الرأي، وهي مساحة ضيقة جدا

¹ نفس المرجع، ص 16

داخل أسوار المدارس، في ظل تكديس الطلاب في الفصول وكثرة المواد، مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والتداولات.

3. الإستخدامات الحكومية:

اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطور الخدمات الحكومية لديها، مساندة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول، والتغذية الراجعة المباشرة، مما يساعد في تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإلتقان والتميز.

ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيداتها، ونشر التعليمات والإجراءات، والتواصل مع الرئيس مباشرة، إبداء الملاحظات والمقترحات.¹

4. الإستخدامات الإخبارية:

أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها وبصياغة فردية حرة غالباً، لا إحترافية لإستخدامات مختلفة سياسة أو دعائية، وقد تميزت المدونات الخاصة باستقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة، في أحداث مختلفة سابقة، وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام.

5. الإستخدامات الدعوية.

فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين بإختلاف لغاتهم وإختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الإنغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، في ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقلب الداعية والعالم على قوالب جامدة وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية

¹ بدر الدين بلعباس، مرجع سابق، ص62

بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت والزمان والسهولة في الإستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف.¹

سابعاً: دور الفايسبوك في التوعية الصحية:

إن التوعية الصحية تلعب دوراً هاماً في مستوى الصحة العامة لدى أفراد المجتمع نظراً لأهميته، فقد اعتبره العلماء والأطباء بأنه الوسيلة الفعالة والرئيسية التي تساهم في التوعية المجتمعية من جهة وتحسين مستوى صحة المجتمع من جهة أخرى، ويمكن أن نلاحظ أن التوعية الصحية تعتمد على وسائل الإتصال بشكل مباشر من أجل التأثير على المجتمع وتلخيص الناس من العادات والتقاليد القديمة غير السليمة وتحريهم من الجهل والتخلف العلمي والاجتماعي، وخلق أفراد ذوي المستوى العالي من الوعي والمعرفة بالحقائق الخاصة بالصحة من أجل عدم الوقوع في المشاكل الصحية والأمراض، وقد شهدت التوعية الصحية تطوراً مستمراً من حيث الوسائل والأشكال فتغير بتغيير وسائل الإتصال والنظم الاجتماعية، فأصبحت التوعية الصحية تستخدم وسائل الإعلام الإلكتروني والتي تمثل مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفايسبوك.

ويقدم الفايسبوك خدمات عديدة لمتصفحيه، فهو يتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة معهم في إهتماماتهم، وبظهور توسعت الخدمات المرجوة من هذا الموقع منحتم إمكانات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم، الثقافة، الصحة، الرياضة وغيرها.²

والفايسبوك هو عبارة عن موقع الإلكتروني إجتماعي، وهو موقع انتشر في السنوات الأخيرة بشكل كبير ولا يزال مستمر في الإنتشار الأعلى المتسارع، وهو أكثر إستخداماً في المجال الصحي.

فالتوعية الصحية هي الهدف الأساسي للمتصفح الفايسبوك الذي يعتبر محوره الإنسان الذي يستطيع عن طيق إحساسه بالمسؤولية الوصول إلى مستوى من التوعية ومن مقومات نجاح التوعية الصحية استخدام موقع فايسبوك وذلك من خلال ربط

¹ عبد السلام الأشهب، نفس المرجع، ص 40

² امال عميرات، الاتصال الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014، ص ص 92-93

المعلومات بمصالح وحاجات الفرد وأن يكون تطبيق هذه المعلومات سهلاً. وبالتالي فموقع الفايسبوك هو المفتاح الأول لنجاح التوعية الصحية من خلال المنشورات المقدمة والمعلومات الصحية.¹

خلاصة:

إن للفايسبوك دور في تغيير حياة الفرد والمجتمع لما له من سمات ومميزات بحيث يجعل مستخدميه يأترون و يتأثرون به و ذلك بسبب سرعة تنقل المعلومة وهو من المواقع الأكثر شيوعاً و هذا ما يساعد في نشر التوعية الصحية بين الأفراد.

¹ نفس المرجع، ص 94

الفصل الرابع: منهجية الدراسة

تمهيد:

تعد منهجية الدراسة من اهم خطوات البحث العلمي حيث تتيح للباحث بتحديد الطريقة او الوسيلة التي سيتبعها في تناول الدراسة.

أولاً: منهج الدراسة:

ان أي بحث بصفة عامة يفرض على الباحث الاستعانة بمنهج معين يتناسب مع طبيعة بحثه وذلك من أجل الوصول إلى نتائج علمية وموضوعية، فالمنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة¹، لذا فإن طبيعة بحثنا تدفعنا الى الاستعانة بالمنهج الوصفي حليلي.

1- تعريف منهج تحليل المضمون:

يعرف تحليل المضمون حسب بولسون هو أسلوب أو أداة بحث لوصف المحتوى الظاهر أو الواضح للرسالة الإعلامية وصفا كميا وموضوعيا ومنظما.

وكان لازويل أكثر توفيقا من غيره عندما لخص تحليل المضمون بانه: الاجابة عن التساؤلات التالية، من يقول؟ وماذا يقول؟ وكيف يقول؟ ما الاثار المترتبة على ذلك.²

ثانيا: مجتمع الدراسة والعينة أسلوب اختيارها:

1- مجتمع الدراسة:

يقصد بمجمع البحث جميع المفردات التي تريد معرفة الحقائق، التي تستهدف الباحث لدراستها وللوصول إلى نتائج مفيدة، وهو يمثل الجمهور المستهدف، الذي يريد الباحث دراسته وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته.³

1 أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية، 1996، ص 35

2 ابراهيم ابراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009، ص 191

3 رانيا سلوغة، اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام في التوعية الصحية، (ماستر غ منشورة)، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2017،

مجتمع دراستنا يتمثل في المواد التي نشرت في صفحة شوف سوف الفايسبوكية خلال الفترة الزمنية من 2020/03/04 إلى 032021/03.

2- العينة وأسلوب اختيارها:

إن العينة هي تلك المجموعة من العناصر أو الوحدات التي يتم استخراجها من مجتمع البحث ويجرى عليها الاختبار أو التحقق. على اعتبار أن الباحث لا يستطيع موضوعيا التحقق من كل مجتمع البحث نظرا إلى الخصائص التي يتميز بها هذا المجتمع.¹ لقد تم اختيار العينة العشوائية المنتظمة لإخذ مفردات العينة بقدر 12 صفحة وذلك بالسحب حسب:

$$\frac{N}{n} = \frac{366}{12} = 30$$

حيث N تمثل مجتمع الدراسة، و n تمثل حجم العينة المرغوب بسحبه، والمسافة بين كل واحد تقدر بـ 30، حيث اخترنا بطريقة عشوائية العينة الأولى وهي: 2020/03/16، تم الحصول على 74 منشورا من الصفحة لتمثيل العينة لهذه الدراسة.

ثالثا: أدوات الدراسة:

تعتمد كل دراسة على أدوات في جمع المعلومات والبيانات حيث يستعين بها الباحث في دراسة تم الاستعانة في هذه الدراسة على أداة استمارة تحليل مضمون.

1- استمارة تحليل مضمون: هي عبارة عن بطاقة فنية يدونها الباحث بصفة مختصرة يطرح فيها عنوان البحث والسؤال الجوهرى له، وتوضيح استعمال تحليل المحتوى، كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الأساتذة المثبتين، وفي أسفل هذه الورقة يكتب اسم ولقب الباحث على اليمين وأسم ولقب المشرف على البحث من اليسار.²

¹ سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبية، ط1، الجزائر، 2012، ص 135

² يوسف تمار، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج كوم للدراسات و النشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2007، ص 97

2- وحدات التحليل:

تم استخراج وحدات التحليل انطلاقاً من مشكلة وهدف واسئلة الدراسة وتم الاعتماد في هذه الدراسة على وحدة الموضوع وهي الوقوف على موضوع أو فكرة الموضوع وهي التوعية الصحية وذلك بمنشورات صفحة شوف سوف.

3- فئات تحليل المضمون:

التعريفات الاجرائية والمنهجية الخاصة بكل فئة من فئات تحليل المضمون حتى يسهل عملية قياسها وضبطها وفيما يلي عرض لهذه الفئات.

1- فئات الموضوع: ماذا قيل؟

وهي الفئات التي تتناول كيفية طرح الموضوع التوعية الصحية في صفحة شوف سوف.

- **فئة موضوع التوعية:** تدرس موضوعات التي تتناول منشورات صفحة شوف سوف، وتضم مجموعات فئات فرعية وهي:

- **الاحصائيات:** منشورات التي تقدم احصائيات حول امراض وانتشارها وعدد الإصابات
- **الإجراءات المتخذة:** هي التدابير التي اتخاذه للوقاية و لرفع الوعي الصحي للمجتمع
- **مستجدات موضوع التوعية:** هي موضوعات التي تقدم كل جديد في التوعية الصحية
- **القرارات الحكومية:** هي كل القرارات التي صدرت من الحكومية بلدية او ولائية او دولية
- **جهود المؤسسات الفاعلة:** هي كل المؤسسات التي تساهم في التوعية الصحية الشرطة والحماية المدنية والجمعيات الخيرية
- **جهود الأفراد:** هي مواضيع التي توثيق جهود الافراد لرفع الوعي الصحي في المجتمع
- **المشاكل:** هي مواضيع تتناول فيه عن الوضع الصحي ومشاكل التي تواجهه

- **فئة مصدر المضمون الفايسبوكية:** تدرس من أين تأتي صفحة شوف سوف بمعلوماتها، وتضم هذه الفئة مجموعة من فئات الفرعية وهي:

- وزارة الصحة: منشور يعتمد على صفحة وزارة الصحة
 - الهيئة المكلفة بمتابعة الأوبئة: منشور تعتمد على هيئة المكلفة بمتابعة الأوبئة على معلوماتها
 - الصحافة المحلية: تقدم معلومات من صحافة محلية
 - الصحافة الأجنبية: تقدم معلومات من صحافة اجنبية
 - المتفاعل المعاش للحدث: ما توثقه الصفحة
 - بدون مصدر: لم ينسبه الى أي مصدر
- فئة الاستمالات الإقناعية: تدرس نوع الاستمالات التي تستعملها صفحة شوف سوف حيث تضم هذه الفئة مجموعة من فئات الفرعية وهي:

- عقلية: تعتمد على أسلوب العقلي والعلمي في أصل المعلومة للجمهور
- تخويفية: تعتمد على أسلوب التهديد والتخويف للجمهور
- عاطفية: تعتمد على إثارة عاطفة الجماهير
- دون استمالة

- فئة أهداف التفاعل الفاييسبوكية في مجال التوعية الصحية في زمن كورونا: تدرس اهداف صفحة شوف سوف من المنشورات التوعية الصحية وتضم هذه الفئة مجموعة من الفئات الفرعية وهي:

- حملة توعية: تهدف الى رفع الوعي الصحي الافراد
 - تصحيح سلوك: تهدف الى تصحيح سلوك وتغيره
 - تثقيف الأفراد: تهدف الى تقدم معلومات للأفراد
- 2- فئات الشكل (كيف قيل؟):

هي الفئات المتعلقة بشكل المنشورات الموجودة في الصفحة شوف سوف وهي كما يلي:

- فئة الموضوع التوعية الصحية: تحدد نوع موضوع التوعية الصحية في منشورات صفحة شوف سوف حيث تضم مجموعة من الفئات الفرعية وهي:

- مرض سرطان: موضوع عن سرطان
- سكري: موضوع عن سكري
- كورونا: موضوع عن وباء كورونا
- سل: موضوع عن سل
- كلى: موضوع عن كلى
- أخرى: موضوعات أخرى

- فئة قالب التوعية: تدرس طبيعة موضوع التوعية الصحية في منشورات صفحة شوف سوف حيث تضم مجموعة من الفئات الفرعية وهي:

- علاج: تناول موضوع العلاج
- وقاية: تناول موضوع الوقاية
- لا يوجد

- فئة نمط المضمون الفايبيوكية لتغطية موضوع التوعية الصحية: تدرس شكل المنشورات في صفحة شوف سوف وتضم مجموعة من الفئات الفرعية وهي:

- منشور مكتوب
- صورة
- فيديو
- رابط
- أخرى

رابعاً: صدق وثبات الأداة:

1- صدق الأداة:

لا يختلف مفهوم الأداة في الدراسة التحليلية عن باقي الدراسات في البحث العلمي بشكل عام، فالصدق يعني أن يتمكن الباحث من خلال كشف تحليل المضمون استمارة تحليل المضمون من قياس التكرارات في كشف التحليل الذي تم تصميمه لقياسه بدقة.

ولتحقيق الصدق تم وضع تعريفات إجرائية لفئات التحليل، ومن ثم عرضت استمارة التحليل على مجموعة من الأساتذة والخبراء من ذوي الاختصاص بعد بناء الاستمارة، من أجل التحكيم، وبفضلهم تم اعتماد الصورة النهائية للاستمارة التحليل من خلال ملاحظاتهم وإرشاداتهم.

2- ثبات الأداة:

من أجل التحقق من ثبات الأداة في هذه الدراسة، تم تطبيق كشاف التحليل على جزء من عينة الدراسة، بفارق زمني واستخراج معامل الثابت باستخدام معادلة هولستي وهي:

معامل الثبات:

$$\frac{2M}{N_1 + N_2}$$

حيث أن M: عدد الفئات أو الفقرات التي يتفق عليها المحللان.

وN₁، N₂: هي عدد الفئات أو الفقرات التي نتجت عن التحليل الأول والثاني.

$$\frac{34 \times 2}{38 + 38} = 0,8947$$

$$68 \div 76 = 89.47\% = \text{معادل الثبات للتحليل}$$

وتعد نسبة الثبات هذه ضمن المستوى الذي يمكن اعتماده في الدراسات والبحوث العلمية.

خامسا: مجالات الدراسة:

المجال الزمني: تم اجراء هذه الدراسة التحليلية على فترة الممتدة من 4 مارس

2020 الى 3 مارس 2021 تم اخذ هذه الفترة الزمنية لوجود منشورات تعني بالتوعية

الصحية في صفحة شوف سوف الرسمية

المجال التطبيقي: تشمل كل ما نشر على صفحة شوف سوف الرسمية على موقع الفايسبوك من 4 مارس 2020 الى 3 مارس 2021، تم فيها سحب العينة التي تمثل 74 منشورا فايسبوكيا.

المجال المكاني: الصفحة الفايسبوكية شوف سوف التي تتناول اخبار ولاية الوادي في كافة المجالات.

سادسا: المعالجة الاحصائية:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على التكرارات والنسب المئوية في تحليل ومعالجة المعطيات المتحصل عليها من استمارة التحليل مضمون صفحة شوف سوف الفايسبوكية، استعان الباحث ببرنامج Excel لمعالجة الإحصائية لهذه الدراسة.

خلاصة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون حيث حددنا وحدات التحليل التي سيتم اعتمادها في هذه الدراسة و هي وحدة الموضوع و تم تعريف الفئات التي ستم دراستها، و ثم استخدام العينة العشوائية المنتظمة في اختيار العينة.

الفصل الخامس : الدراسة
التحليلية لمضامين صفحة
"شوف سوف" الرسمية

تمهيد:

هذا الفصل يعد عبارة عن الجزء العملي في المذكرة فباستخدام الاستمارة (ملحق) جمعنا المعلومات لاستخدامها في التحليل المنشورات الخاصة بفيروس كورونا المتواجدة بالصفحة

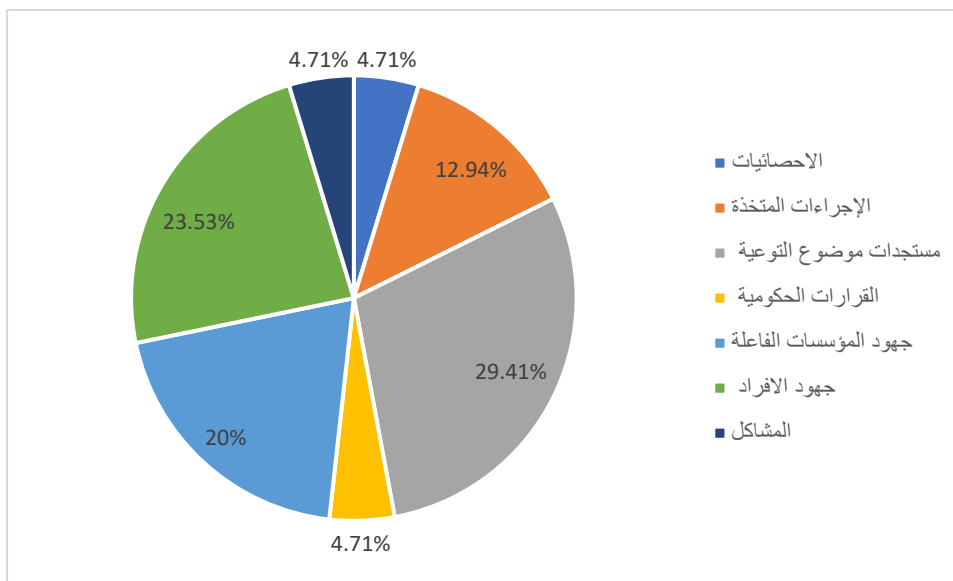
اولا: عرض وتحليل وتفسير النتائج:

أ- فئات التحليل الكمي: فئات ماذا قيل؟

1- فئة موضوع التوعية:

النسبة المئوية	التكرار	فئة موضوع التوعية
4.71%	4	الاحصائيات
12.94%	11	الإجراءات المتخذة
29.41%	25	مستجدات موضوع التوعية
4.71%	4	القرارات الحكومية
20%	17	جهود المؤسسات الفاعلة
23.53%	20	جهود الافراد
4.71%	4	المشاكل
100%	85	المجموع

جدول 1: فئة الموضوع التوعية



تمثيل البياني 1: فئة الموضوع التوعية

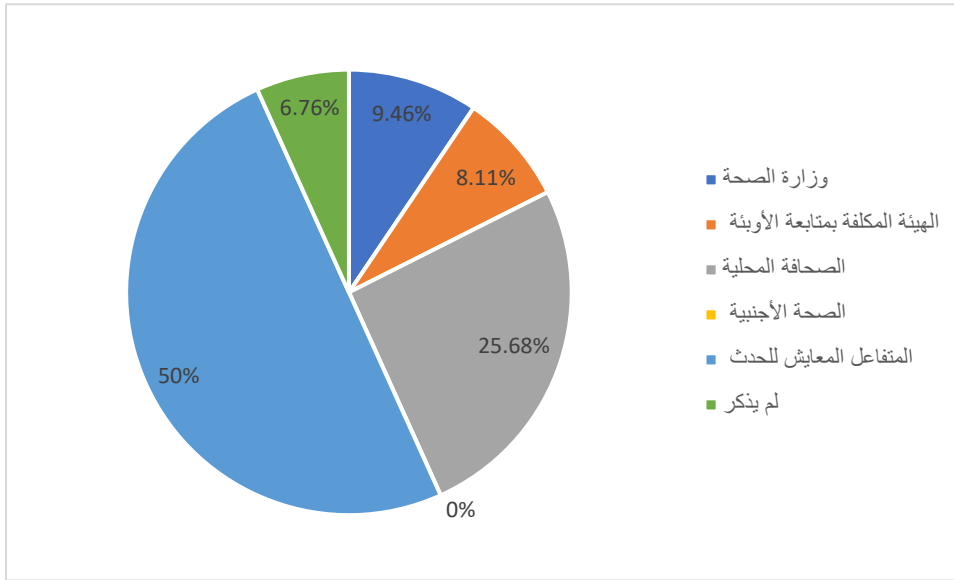
من خلال الجدول (1) وتمثيل البياني (1) نلاحظ أن فئة موضوع التوعية الصحية تتمحور حول مستجدات موضوع التوعية الصحية بنسبة 29.41% يليه جهود الافراد بنسبة 23.53% أما اقل قيمة فهي تعود للإحصائيات والقرارات الحكومية والمشاكل بنفس النسبة 4.71%.

يعود ذلك لإن الصفحة شوف سوف تقوم بعمل اعلامي واخباري حيث تزود جماهيرها بمستجدات التوعية الصحية في ولاية الوادي، كونها تقوم بتغطية مواضيع الوضع الصحي خلال فترة انتشار وباء الكورونا،

2- فئة مصدر المضمون الفايسبوكي:

النسبة المئوية	التكرار	فئة مصدر المضمون الفايسبوكي
9.46%	7	وزارة الصحة
8.11%	6	الهيئة المكلفة بمتابعة الأوبئة
25.68%	19	الصحافة المحلية
0%	0	الصحافة الأجنبية
50%	37	المتفاعل المعاش للحدث
6.76%	5	بدون مصدر
100%	74	المجموع

جدول 2: فئة مصدر المضمون الفايسبوكي



تمثيل البياني 2 : فئة مصدر المضمون الفايسبوكي

نلاحظ من الجدول (2) والتمثيل البياني (2) إن فئة مصدر المضمون الفايسبوكي لتوعية الصحية تتمثل بالمتفاعل المعاش للحدث بنسبة 50% يليه الصحافة المحلية بنسبة 25.68% اما اقل نسبة تعود للصحافة الأجنبية بنسبة معدومة حيث لا تعتمد الصفحة على الصحافة الأجنبية كمصدر.

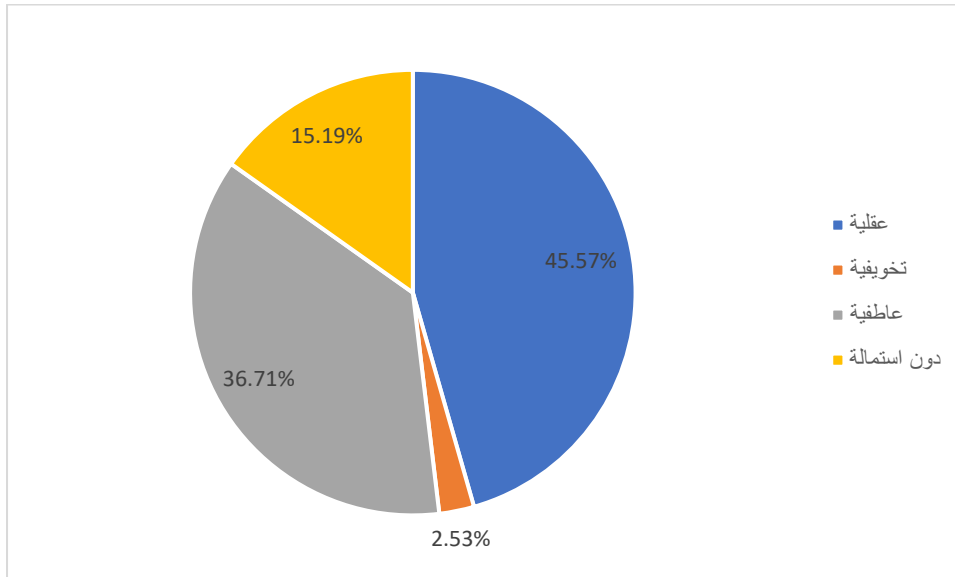
يعود سبب تصدر فئة المتفاعل المعاش للحدث إن الصفحة تقوم بتحرير صحفي للإحداث المتجددة بالتوعية الصحية في ولاية الوادي.

كما تعتمد على الصحافة المحلية كمصدر لتوثيق اخبار ولاية الوادي لحالة الوضع الصحي في الجزائر بشكل عام والوادي بشكل الخاص، اما اعتمادها على مصدرين وزارة الصحة والهيئة المكلفة بمتابعة الأوبئة فهو لإعلام جماهيرها بالقرارات الحكومية والإجراءات الوقائية المتخذة من طرف الدولة وتوثيق الاحصائيات لحالات إصابة بفيروس الكورونا.

3- فئة الاستمالات الإقناعية:

النسبة المئوية	التكرار	فئة الاستمالات الإقناعية
45.57%	36	عقلية
2.53%	2	تخويفية
36.71%	29	عاطفية
15.19%	12	دون استمالة
100%	79	المجموع

جدول 3: فئة الاستمالات الإقناعية



تمثيل البياني 3: فئة الاستمالات الإقناعية

نلاحظ من الجدول (3) والتمثيل البياني (3) ان فئة الاستمالات الإقناعية في الصفحة تتمثل في استمالة العقلية و العاطفية بنسبة 45.57% و 36.71% على التوالي اما اقل قيمة فتعود لاستمالة تخويفية بنسبة 2.53%

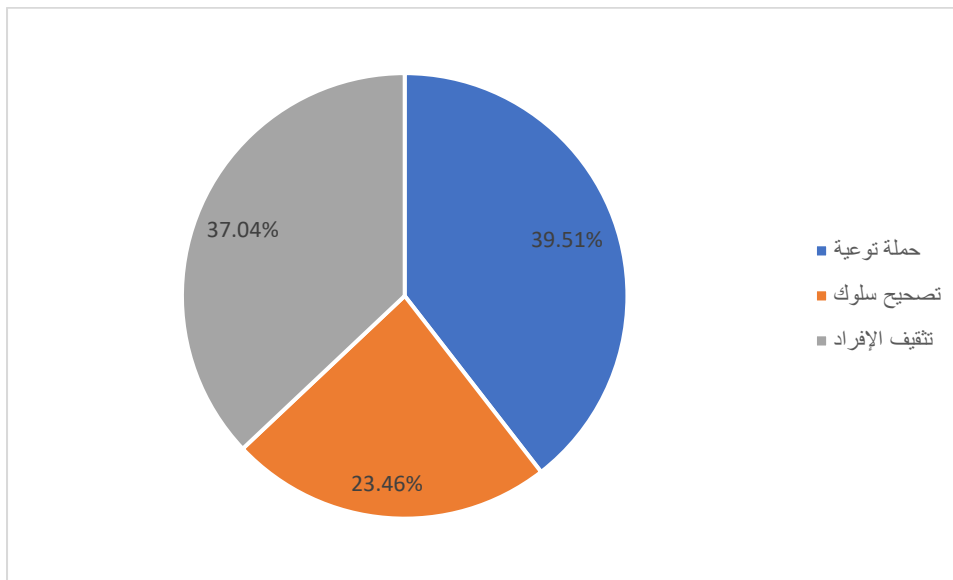
استخدمت الصفحة الاستمالات الاقناعية العقلية والعاطفية لتأثر في جمهورها حيث خاطبت عقول متابعين لتحلي بمسؤوله لرفع الوعي الصحي للإفراد والحفاظ على الصحة العامة للمجتمع وساهمت الاستمالة العاطفية في بناء مضامين التوعية الصحية في الصفحة،

وتأكيد أهمية زيادة الوعي الصحي وذلك باستمالة عواطف الجمهور مع الحالات المصابة بفيروس الكورونا.

4- فئة أهداف التفاعل الفايسبوكية في مجال التوعية الصحية في زمن كورونا:

النسبة المئوية	التكرار	فئة أهداف التفاعل الفايسبوكية
39.51%	32	حملة توعية
23.46%	19	تصحيح سلوك
37.04%	30	تثقيف الأفراد
100%	81	المجموع

جدول 4: فئة أهداف التفاعل الفايسبوكية في مجال التوعية الصحية



تمثيل البياني 4: فئة اهداف التفاعل الفايسبوكي في مجال التوعية الصحية

من معطيات الجدول (4) والتمثيل البياني (4) يمكن ان نلاحظ أن فئة اهداف التفاعل الفايسبوكية كانت متباينة بين حملة توعية نسبة بـ 39.51% و تثقيف للأفراد بنسبة 37.04% في مجال التوعية الصحية في زمن الكورونا بالنسبة لتصحيح سلوك 23.46%

لقد عملت صفحة شوف سوف على هدف زيادة الوعي الصحي و تثقيف الافراد خلال جائحة الكورونا وذلك بسبب ان الفترة كانت تحتاج الى تضامن الجميع لمكافحة هذا الوباء وتحلي كل فرد بروح المسؤولية نحو أنفسهم والآخرين.

وهذا ما توصلت اليه دراسة لمحمود هشام الدحلة بعنوان دور صفحة وحدة مكافحة الجرائم الالكترونية على موقع الفايسبوك في التوعية الأمنية بأن إدارة الصفحة ركزت على هدف التثقيف بنسبة %30.225 وهذه نسبة تتوافق مع مهمة الصفحة الرئيسية وهي التوعية والتثقيف، بينما لم تعتمد إدارة الصفحة على هدف التهديد وجاء بنسبة %6.975 وهذه النسبة تظهر أنه يمكن أن تنتج رد فعل عكسي من الجمهور ويصبح تحدي باستخدام إستمالة التهديد بكثرة.

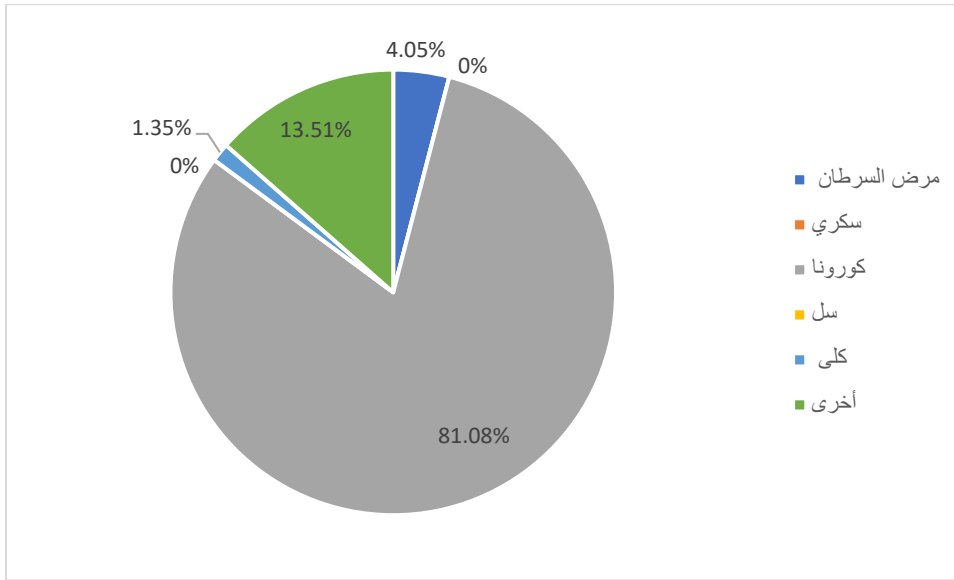
وكذلك دراسة لمحمد فاضل علي بعنوان دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور دراسة من جهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية، حيث وجودة ان أهم المواضيع التي تقدمها شبكة الفايسبوك من وجهة نظر الفئة المبحوثة في سبيل تعزيز التوعية الصحية هي زيادة الوعي الصحي.

ب- فئات التحليل الكيفي: فئة كيف قيل؟

1- فئة الموضوع التوعية الصحية:

النسبة المئوية	التكرار	فئة الموضوع التوعية الصحية
4.05%	3	مرض السرطان
0%	0	سكري
81.08%	60	كورونا
0%	0	سل
1.35%	1	كلى
13.51%	10	أخرى
100%	74	المجموع

جدول 5: فئة الموضوع التوعية الصحية



تمثيل البياني 5: فئة الموضوع التوعية الصحية

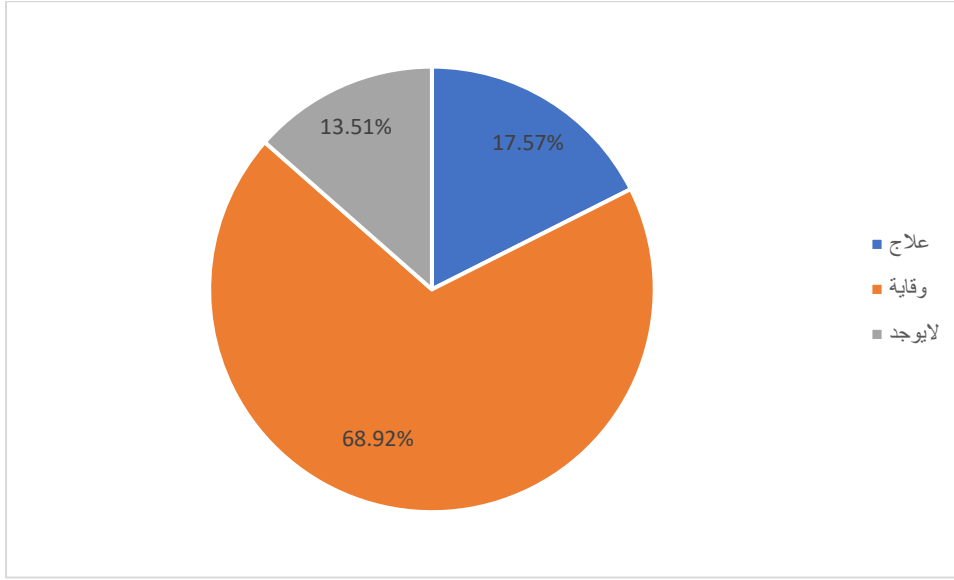
من خلال الجدول والتمثيل البياني (5) نلاحظ إن فئة الموضوع التوعية الصحية خلال الفترة المدروسة تتمثل في كورونا بنسبة 81.08%

لقد كانت معظم مواضيع الصفحة مرتكزة على موضوع جائحة الكورونا وذلك راجع كون الصفحة اعلام فلقد قام بتغطية جميع الاحداث المتعلقة بالوباء الكورونا، وأيضا بتزامن الفترة المدروسة مع فترة انتشار وباء الكورونا في الجزائر.

2- فئة قالب التوعية:

النسبة المئوية	التكرار	فئة قالب التوعية الصحية
17.57%	13	علاج
68.92%	51	وقاية
13.51%	10	لا يوجد
100%	74	المجموع

جدول 6: فئة قالب التوعية



تمثيل البياني 6: فئة قالب التوعية

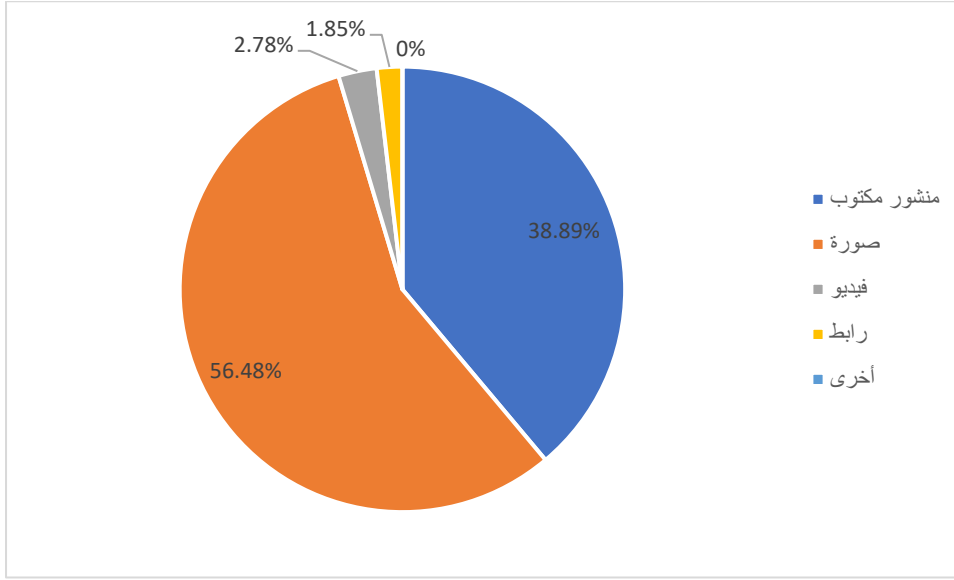
من خلال الجدول والتمثيل البياني (6) نلاحظ ان فئة قالب التوعية الصحية تتمثل بقالب الوقاية بنسبة 68.92% ويليه علاج بنسبة 17.57% اما لا يوجد قالب بقدر 13.51%

قدمت صفحة مضمون التوعية الصحية في قالب الوقاية يرجع ذلك لتناولها لموضوع فيروس الكورونا وطرق الوقاية منه والإجراءات المتخذة لمكافحته.

3- فئة نمط المضمون الفايسبوكي لتغطية موضوع التوعية الصحية:

النسبة المئوية	التكرار	فئة نمط المضمون الفايسبوكي
38.89%	42	منشور مكتوب
56.48%	61	صورة
2.78%	3	فيديو
1.85%	2	رابط
0%	0	أخرى
100%	108	المجموع

جدول 7: فئة نمط المضمون الفايسبوكي



تمثيل البياني 7: فئة المضمون الفايسبوكي

من خلال الجدول والتمثيل البياني (7) نلاحظ أن فئة نمط المضمون الفايسبوكي لتغطية المجال التوعوية الصحية يتمثل بنمط الصور بنسبة 56.48% يليه نمط الكتابة بـ 38.89% اما اقل نسبه فتعود لنمط الروابط بنسبة 1.85%

هذا ما يتماثل مع دراستين، دراسة لرحمو حياة وعمومن هناع بعنوان مضامين صفحات الجامعات على الفايسبوك دراسة تحليلية للصفحة الرسمية التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة حيث من اهم نتائج هذا الدراسة ان اختلفت أساليب النشر في الصفحة التواصلية لجامعة محمد خيضر بسكرة من حيث الوسائط المتعددة، لكن اعتمدت بشكل كبير على الوسيط الصورة في عرض مضامينها.

اما الدراسة الثانية فهي لمحمود هشام الدحلة بعنوان دور صفحة وحدة مكافحة الجرائم الالكترونية على موقع الفايسبوك في التوعية الأمنية حيث استخلصه الى ان صفحة ركزت وحدة مكافحة الجرائم الالكترونية على المحتوى البصري في اىصال المعلومة، بحيث استخدمت الصور بنسبة 65.067 % في اىصال الرسالة التي يمكن أن تعجز النصوص المكتوبة في اىصالها.

تعتمد الصفحة على التنوع في نمط المضمون رغم تمحورها حول المنشور المكتوب والصورة حيث يعود سبب استعمالها هذه الأنماط أكثر من الأنماط الأخرى كونها تميل الى

الأسلوب الصحفي في تغطية وتوثيق الاحداث رغم أنها اعتمد على استخدام عدة أنماط في المنشور الواحد في معظم الأحيان.

ثانيا: النتائج العامة للدراسة:

ومن خلال عرض وتفسير النتائج السابقة نحاول فيما يلي عرض النتائج العامة التي توصلنا إليها من خلال دراستنا لهذا الموضوع ولقد جاءت كالتالي:

1- تميزت مواضيع التوعية الصحية بمستجدات التوعية الصحية مرتكزة على جائحة الكورونا خلال فترة انتشاره كموضوع أساسي.

2- تدل نسبة % 20 من مواضيع التوعية الصحية حول جهود الافراد على مدى نمو الوعي الصحي في المجتمع وتنمي روح التضامن الاجتماعي خلال فترة جائحة كورونا.

3- وجود تنوع في مصدر المضمون الفايسبوكي يدل على مصداقية الصفحة في توثيقها للإحداث والايخبار.

4- الصفحة شوف سوف الإعلامية لا تعتمد على الصحافة الأجنبية كمصدر كونها صفحة تغطي الاخبار المحلية فقط.

5- تعتمد الصفحة شوف سوف الرسمية في طرحها للمواضيع على أسلوب الصحفي والمقالي.

6- تعتبر الاستمالات الاقناعية العقلية والعاطفية في اصال مضامين موضوع التوعية الصحية كأفضل طريقة للتأثير في الجمهور.

7- تتأثر مواضيع التوعية الصحية في المنشورات الفايسبوكية بالوضع الصحي للمجتمع.

8- اغلب المنشورات الفايسبوكية في فترة جائحة الكورونا تهدف لتوعية وتثقيف الافراد.

9- استهلاك قالب التوعية الصحية للوقاية أكثر من العلاج كون ان وباء الكورونا ليس له علاج بحكم حداثة اكتشافه ولهذا وضعية طرق وقائية محددة للوقاية منه.

10- نمط مضمون الفايسبوكي الصور يمكن من اصال رسالة بأسهل وأسرع طريقة للجمهور .

11- نمط مضمون الفايسبوكي الفيديو يكون لشرح مواضيع صحي والتفصيل فيها.

خلاصة:

من النتائج المتحصل عليها من خلال الاستمارة و دراستها استنتجنا ان موضوع التوعية الصحية في صفحة شوف سوف الفايسبوكية ساهمت في نشر التوعية بشكل كبير بين افراد المجتمع ضد فيروس الكورونا وذلك من خلال المضامين التي تم طرحها في صفحة.

خاتمة

من خلال دراسة المنشورات الفايسبوكية لصفحة شوف سوف من الفترة الزمنية الممتدة من 04 مارس 2020 الى 03 مارس 2021 توصلنا أن مواضيع التوعية الصحية التي تم طرحها بشكل أساسي كان حول فيروس كورونا حيث عملت الصفحة على نشر التوعية و تثقيف الافراد حول خطورة هذا الفيروس الجديد و طرق الوقاية منه معتمدة على نمط الصور لإيصال المعلومة كونها أسهل و اسرع على المتلقي لاستيعاب المعلومة كما كانت تنسب كل المنشورات الى مصدرها و هذا ما يدل على مصداقية الصفحة في تأكيد المعلومة التي يتم نشرها حيث هدفت الصفحة الى نشر التوعية وذلك من خلال حملات التوعية التي نشرت في الصفحة إضافة الي تقديم كل ما هو جديد حول الوباء ولقد استعانة صفحة شوف سوف لتحقيق هذا الهدف الي الاستمالات الاقناعية العقلية والعاطفية بشكل كبير لاستمالة متابعيها و التأثير فيهم.

وفي الأخير يمكن لنا القول أن الدور الذي تلعبه منشورات الفايسبوكية في نشر الوعي الصحي يساهم و بشكل كبير في زيادة الوعي الصحي للمجتمع و وعي الافراد بمخاطر الصحية التي تحيط به حيث تقوم بنشر المعلومة بشكل واسع واني في نفس الوقت.

مراجع

مراجع

مراجع عربية:

1. ابراهيم ابراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009
2. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية، 1996
3. أحمد محمد بدح واخرون، الثقافة الصحية، دار المسيرة، ط4، عمان، 2012
4. أحمد مزاهرة واخرون، علم اجتماع الصحة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2001
5. امال عميرات، الاتصال الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014
6. انتصار رسمي موسي، التحولات في عملية الاتصال الجماهير باستخدام الشبكة الدولية للمعلومات الانترنت في ظل التكنولوجيا الحديثة، مجلة الاكاديمي، جامعة بغداد، ع69، العراق، 2014
7. إيرك أسبلوند وآخرون، وسائل التواصل الاجتماعي، المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، 2014.
8. باهي رقية، استخدام الفايسبوك في التوعية الصحية ضد داء الكوليرا في الجزائر، (ماستر غ منشورة)، علوم الإنسانية، علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر، 2019
9. بسام عبد الرحمن المشاقبة، الاعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2012
10. بدر الدين بلعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، (ماجستير غ منشورة)، العلوم الاجتماعية، علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر، 2015

11. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، دار العربية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2007
12. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن 2011
13. خالد غسان يوسف المقدادي، ماهية مواقع التواصل الإجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013.
14. رانيا سلوغة، اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام في التوعية الصحية، (ماستر غ منشورة)، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي، الجزائر، 2017
15. سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبه، الجزائر، 2012
16. شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، (دكتوراه غ منشورة)، علوم الاجتماع، علم الاجتماع و الديمغرافيا، جامعة منتوري، الجزائر، 2006
17. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015.
18. عبد الرزاق الدليمي، الاعلام المتخصص، دار اليازوري، ط1، الأردن، 2005
19. عبد السلام الأشهب، استخدام مواقع التواصل الإجتماعي "فايسبوك نموذجا" وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، (ماستر غ منشورة)، العلوم الاجتماعية والانسانية، علم الاجتماع، جامعة حمة لخضر بالوادي، الجزائر، 2017
20. علي قسايسية، محاضرات في دراسات وقياس جمهور وسائل الاعلام، جامعة الجزائر، 2011،
21. ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014

22. محمد أحمد بن تركي السديري، مدى استخدام الأعمال الإلكترونية في المستشفيات السعودية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، ع28، 2014

23. محمد بشير شريم، الثقافة الصحية، مطبعة السفير، عمان، 2012

24. محمد قارش، مختار جلولي، أسلوب الاتصال الصحي في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، عدد11، الوادي، جوان 2015

25. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003

26. نجيب الكيلاني، التثقيف الصحي للطلاب وأفراد المجتمع، الصحة للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2012

27. هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الاعلام، جامعة المنوفية، العلوم الاجتماعية والاعلام، مصر

28. وائل مبارك خضر فضل، أثر الفايسبوك على المجتمع، دارشمس النهضة، 2010

29. يوسف تمار، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعين، طاكسيج كوم للدراسات و النشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2007، ص97

مراجع اجنبية:

1. Christina Newberry, **How to Use Social Media in Healthcare: A Guide for Health Professionals**, March 30, 2020, <https://blog.hootsuite.com/social-media-health-care/>
2. Herre Uittenhout, **THE USE AND EFFECT OF SOCIAL MEDIA IN HEALTH COMMUNICATION ABOUT COMMON HEAD LICE**, Health Sciences (Health Technology Assessment), Master Thesis, University of Twente, 2012

3. Timothy M Hale, **Representation of Health Conditions on Facebook: Content Analysis and Evaluation of User Engagement**, Harvard Medical School, United States, Published online 2014 Aug 4,
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4129190/>

ملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



استمارة بحث بغرض إتمام مذكرة تخرج مرحلة ماستر بعنوانه:

موضوع التوعية الصحية في المنشورات الفايسبوكية

(دراسة تحليلية لصفحة شوف سوف الرسمية)

الرجاء من الأساتذة الكرام تحكيم ما جاء فيها من بنود وأخيرا دتمم ذخرا للطالب والبحث العلمي.

● السؤال الرئيسي للبحث:

ما هو واقع التوعية الصحية في المنشورات الفايسبوكية في زمن كورونا؟

● الأسئلة الفرعية:

- ماهي مصادر المعلومة الفايسبوكية الخاصة بالتوعية الصحية في زمن كورونا؟

- ما هي الاستمالات الاقناعية المستخدمة من طرف المتفاعلين الفايسبوكيين في

التوعية الصحية في زمن كورونا؟

- ما هو نمط المضمون الفايسبوكية الأكثر استخداما في عملية التوعية الصحية في

زمن كورونا؟

- ماهي أهداف موقع الفايسبوك من خلال التوعية الصحية في زمن كورونا؟

- فيما يتمثل قالب المضمون الفايسبوكية الخاص بالتوعية الصحية في زمن

كورونا؟

● العينة: تم اختيار العينة منتظمة بقدر 12 صفحة

