مجلة طبنـــة للدراسات العلمية الأكاديمية issn 2261-7633

السنة: 2020 المجلد: الثالث 03 العدد: الخامس 05 ص.ص: 530 - 550

مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا
دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين في الجزائر
Social media and health awareness of the dangers of the Corona virus, A field study on a sample of users in Algeria

[*]جمال الدين مدفوني، دكتوراه علوم، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3
Medfouni.djameleddine@univ-alger3.dz

تاريخ إرسال المقال: 2020-09-02 تاريخ قبول المقال: 2020-09-05 تاريخ نشر المقال:2020-12-31

الملخص:

تسعى الدراسة إلى البحث في موضوع علاقة –الأدوار المحتملة والانعكاسات– مواقع التواصل الاجتماعي بالتوعية الصحية حول مخاطر فيروس كورونا؛ في ظل ما يشهده العالم من انتشار متسارع للفيروس، يقابله تنامي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من مختلف فئات المجتمع ومكوناته، من خلال التأكيد على إمكانية توظيف المواقع ودورها في نشر الوعي الصحي الضروري لمواجهة الجائحة العالمية، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج علمية تبيّن مدى اعتماد الهيئات الرسمية والأهلية وحتى الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي لبناء حملات توعية صحية تواكب المستجدات وتستجيب لمتطلبات المواجهة، ومدى تفاعل المستخدمين معها، وتقييمهم لمحتوى حملات التوعية الصحية وفاعليتها، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي الوصفي التحليلي، من خلال توظيفنا لاستمارة استبيان الكتروني وتطبيقه على عينة من المستخدمين في الجزائر.

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

Abstract: The study aims to research in the topic of the relationship - potential roles, and reflections - social networking sites with health awareness about the risks of corona virus; In light of the world is witnessing an accelerated spread of the virus, it is offset by the growing use of social networking sites from different

[*] جمال الدين مدفوني، Medfouni.djameleddine@univ-alger3.dz.

groups of society and its components, by emphasizing the possibility of using these sites and their role in spreading health awareness necessary to confront the risks of the spread of corona pandemic, With the aim of reaching scientific results that show the extent to which official and private bodies and even individuals depend on social media to build health awareness campaigns that keep pace with developments and respond to the requirements of confrontation, and the extent to which users interact with them, and their evaluation of campaign content and effectiveness, by relying on the descriptive survey approach, by employing a form An electronic questionnaire and its application to a sample of users in Algeria.

Key words : Social Media, Health Awareness, Health information, Corona Virus

مقدمة:

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي أهم الظواهر الاتصالية المميزة للقرن الواحد والعشرين، تشهد انتشارا واسعا واستخدامات متعددة من طرف المؤسسات والتنظيمات، الجماعات والأفراد على اختلاف انتماءاتهم، أعمارهم، اهتماماتهم وتمثلاتهم لخدماتها المتاحة، فأوجدت لنفسها مكانا؛ هاما/ثابتا، لدى مستخدميها، من خلال تحقيقها لمبدأ التخصص؛ الذي يمكن الأفراد من إشباع حاجاتهم، بالإضافة إلى خصائصها الفريدة المشحونة بتقنيات للاستحواذ وأليات الإبهار، غير أن مضامينها المتداولة في الغالب غير موجهة أو لنقل مضبوطة بأهداف واضحة، فهي مرتبطة بالاستخدام وعلاقته بالنسق الاجتماعي والقيمي بشكل خاص؛ باعتباره السياق الذي تمارس فيه، وما تحدثه من تأثيرات مختلفة في النسيج الاجتماعي والعلائقي.

وفي المقابل يعتبر المجال الصحي واحدا من المجالات المهمة في حياة الفرد والجماعة، يستدعي مزيدا من العمل لدعم الجهود العلمية بغية رفع مستوى الوعي وايصاله بصورة فعالة إلى الأفراد عن طريق الربط بين تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة والصحة العامة، والاستثمار فيما توفره التكنولوجيات الحديثة من مميزات وخدمات لنشر الوعي والثقافة الصحية، تحت مظلة المعايير المهنية والضوابط الأخلاقية التي ينبغي أن تُقيد بها علاقة الإعلام بالصحة، التي قد تحدث أثارا عكسية وسلبية على صحة الفرد وسلامته الجسدية، العقلية والنفسية، على عكس الرسائل المصممة بعناية ودراية شكلا ومضونا، فهي تنعكس إيجاباً على الوعي الصحي لمستخدميها، خاصة في ظل ما يشهده العالم من تفشي لوباء كورونا، وما يُطرح من ازدواجية المعالجة والتناول التي راوحت في معظمها بين التهويل والتهوين، وما تخلقه الأزمة من بيئة لانتشار الأخبار الكاذبة والإشاعات تهدد الصحة وتضعف من مرامي حملات التوعوية.

مجلة طبنـــة للدراسات العلمية الأكاديمية issn 2261-7633

السنة: 2020 المجلد: الثالث 03 العدد: الخامس 05 ص.ص: 530 - 550

مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا
دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين في الجزائر

ومنذ بداية تفشي فيروس كورونا إعلانه جائحة عالمية، وتأكيد المنظمة العالمية للصحة بأن الحل الأمثل لمحاصرة الوباء والتقليل من حدة انتشاره التباعد الاجتماعي من خلال الحجر الصحي المنزلي، يُلاحظ سعي مختلف الجهات رسمية كانت أو أهلية لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي، على اعتبارها مصدرا من مصادر المعلومات؛ وتؤدي إلى بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي، من خلال عملها على الرفع من مستوى الثقافة وتعزيز الوعي الصحي، والمساهمة في نشره من خلال حملات توعية لتوجيه الأفراد لخلق السلوكيات الصحية، فالإعلام بوسائطه المتعددة؛ يعتبر من أكثر وسائل التأثير على عقول وأفكار الناس وتشكيل اتجاهاتهم، نحو المواضيع والمواقف الحياتية اليومية التي يعيشونها؛ ويزداد الطلب على المعلومات في أوقات الأزمات والكوارث التي تصيب المجتمعات، وذلك لإرضاء الرغبة في استكشاف مجريات الأزمة وواقعها، وعليه فالإعلام بمختلف وسائطه يحتمل دورين هامين الأول يمثل سلاحا فعالا لمواجهة أزمة انتشار فيروس كورونا، من خلال تغطية كاملة ومتوازنة ومخطط لها، تتظافر من خلالها جهود القطاعات المعنية وذات الصلة، كما يمكن أن تؤدي دورا لا يقل أهمية وخطورة كسلاح يعمق الأزمة ويغذيها؛ من خلال تشويه الحقائق ونشر الشائعات، بما يزيد في حالة التوتر والاحتقان.

1. إشكالية الدراسة:

يشهد العالم منذ أواخر سنة 2019 انتشارا لفيروس كورونا (كوفيد-19) أحدث أزمات عميقة في عديد الدول، بعد اختراقه الاوطان والحدود؛ وبسرعة قياسية، وشله لاقتصاديات دول عتيدة، وجعل كبرى عواصم العالم تعيش أوضاعا لم تألفها سابقا، ولايزال الوباء يحصد الأرواح بلا تمييز بين الدول والأفراد.

ونظرا لهذا الواقع؛ تسعى الجهات الرسمية والأهلية لتعزيز الوعي الصحي لمواجهة الأزمة من خلال وضع استراتيجيات هادفة، تندرج ضمن مخططات إدارة أزمة فرضتها الجائحة العالمية، ومن أبرز أدوات تنفيذها التأكيد على أهمية التوعية الصحية لمواجهة الوباء من خلال توظيف وسائل الإعلام وتحديد قنوات الاتصال، والعمل على احداث توازنات بينها، للوصول إلى أكبر عدد من الأفراد لتحقيق الأثر المرغوب فيه؛ وذلك بتزويد الأفراد بالخبرات اللازمة بهدف التأثير في معلوماتهم، اتجاهاتهم وسلوكياتهم الصحية والسير بها نحو الأفضل، للحفاظ على الصحة العامة.

ونظرا للظروف الخاصة التي فرضها انتشار الوباء على مختلف المجتمعات، أدت إلى عزل الأفراد صحيا وتقليل تواجدهم ضمن مجموعات؛ والاتجاه لتطبيق التباعد الاجتماعي لاحتواء انتشار الفيروس، بتحمل الأفراد مسؤولياتهم تجاه صحتهم وسلامة مجتمعاتهم، بإتباعهم الأسلوب الوقائي والتزامهم كشركاء أساسين في إنجاح العملية، لذا تبرز الحاجة والضرورة أكثر من أي وقت مضى، لتوظيف الإعلام بمختلف

مؤسساته ووسائط الاتصال الحديثة؛ في ظل انتشار استخدام ومواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف فئات المجتمع ومكوناته، وتغلغلها ضمن النسيج الاجتماعي والعلائقي، للوصول أولا لأكبر عدد ممكن من الأفراد لتوجيههم وتمكينهم من اكتساب المهارات والمعلومات اللازمة للتعامل مع الأزمة الصحية؛ تفاديا لتفاقمها.

وانطلاقا مما سبق ذكره؛ ومن خلال الدراسة سنحاول التعرف على الدور الذي تضطلع به مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص التوعية الصحية من مخاطر انتشار فيروس كورونا، ومدى اعتماد الأفراد على حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلهم مع مضامينها لتعزيز وعيهم الصحي.

2. أسئلة الدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار فيروس كورونا.
- ما هي دوافع تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع حملات التوعية الصحية.
- ما هو تقييم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لحملات التوعية من مخاطر فيروس كورونا.

3. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته، حيث يعتبر الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال من المجالات المعرفية المتميزة؛ بأبعادها النظرية والمنهجية؛ والتي تهتم أساسا بتوصيف طبيعة العلاقة التي تجمع بين الإنسان المستخدم والأدوات الاتصالية الجديدة، بالإضافة إلى مواكبة الدراسة لمستجدات الواقع والبحث في موضوع علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالتوعية الصحية حول مخاطر فيروس كورونا وسبل الوقاية والتعامل مع الأزمة، بغية تقديم نتائج علمية تساهم في معرفة اتجاهات الأفراد واستخداماتهم وتقييم درجة تفاعلهم وأراءهم في مختلف حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولتقديم ما يمكن أن يأخذه القائمون على حملات التوعية الصحية في عين الاعتبار مستقبلا، لجعل حملات التوعية أكثر قدرة على التأثير في الجمهور/المستخدمين.

4. أهداف الدراسة:

يمثل البحث محاولة علمية متخصصة يسعى الباحث من خلالها إلى:

- الكشف عن عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار فيروس كورونا.
- التعرف على دوافع تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع حملات التوعية الصحية.
- الكشف عن تقييم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لحملات التوعية من مخاطر فيروس كورونا.

5. مفاهيم الدراسة:

1.5. مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت مسميات[1] مواقع التواصل الاجتماعي، فهناك من يفضل استخدام مصطلح شبكات التواصل الاجتماعية، وهناك من يسميها الوسائط الاجتماعية، وتبرز كأهم تطبيقات الانترنت، في السنوات الأخيرة؛ اجتذبت بفعل خصائصها ملايين المستخدمين من شتى بقاع العالم، من مختلف الأعمار والفئات الاجتماعية والتوجهات الفكرية والمشارب الايديولوجية.

ويُعرفها كل من دنا بويد **'DANAH BOYD'** ونيكول اليسون **'NICOLE ELLISON'** على أنها : "خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدود يمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا".[2]

ويقدم راسل ماثيو **'RUSSEL MATTHEW'** تعريفا لموقع التواصل الاجتماعي على أنها: "شبكة لمواقع تفاعلية تسهل وتربط الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من التواصل المرئي والصوتي مع بعضهم البعض وتبادل الصور، وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم".[3]

كما قدم لها تعريفا على أنها: "مواقع تتيح للأفراد التواصل والتفاعل في مجتمع افتراضي، تُكوَّن فيه علاقات جديدة، يتشاركون من خلالها هوياتهم واهتماماتهم المشتركة، ويتبادلون عددا من المواضيع، الصور والفيديوهات، ويستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة".[4]

كما نجد من يقدم تعريف للشبكات الاجتماعية الالكترونية على أنها: " مواقع تعطي المستخدمين مجموعة من الخدمات على أساس تكنولوجيات الويب التي تسمح للأفراد ببناء محتوى خاص بصفحة شخصية، ونظام من العلاقات الاجتماعية المتعددة ومشاركة الآخرين والتواصل معهم عن بعد دون قيود، وعرض، بناء وتشكيل المحتوى في إطار من التعاون والتفاعل، من خلال مجموعة من الروابط والاهتمامات المشتركة".[5]

ونلاحظ من خلال التعاريف المقدمة اتفاق الباحثين في عدد من النقاط؛ كدور هذه المواقع في تشكيل ما بات يعرف في الأوساط الأكاديمية بالمجتمعات الافتراضية، وكذا طبيعة العلاقات التي تجمع أفراده والتفاعل الذي يميزها، واختلافهم في مسائل عديدة كموضوع الهوية، والباحث في هذا الموضوع يلاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي تهدف إلى تحقيق التواصل والتفاعل بين الأصدقاء أو المستخدمين، دون تحديد

فئاتهم الاجتماعية أو طبيعة المواضيع والمناقشات، لكن سرعان ما فرض واقع انتشار هذه المواقع واستحواذها على اهتمام غالبية مستخدمي الانترنت بروز العديد من مواقع التواصل الاجتماعي، المستهدفة لمناقشة موضوعات تسترعي اهتمام فئات معنية وتخصصات محددة دون غيرها.[6]

التعريف الإجرائي:

مواقع التواصل الاجتماعي مصطلح يوظف للإشارة إلى مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ارتبط ظهورها بالجيل الثاني للويب، تستخدم من قبل أفراد، جماعات، مؤسسات وحتى الحكومات، بهدف التواصل والتفاعل؛ لتوطيد العلاقات بين من يجمعهم الاهتمام والانتماء والرغبة في تحقيق المصالح، واشباع الحاجات، ضمن بيئة افتراضية.

2.5. التوعية الصحية:

هي نشاط علمي وفني مخطط يعتمد على نشر الحقائق العلمية والخبرات المكتسبة، تهدف إلى تمكين أفراد المجتمع من الإلمام بالمعلومات والحقائق الصحية واحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم من خلال غرس ونشر الممارسات الصحية السليمة، وتولد لدى أفراد المجتمع الرغبة في الاستطلاع وتغرس فيهم حب اكتشاف المزيد، كون الصحة موضوع يتسم بالنشاط والتطور المتسارع.[7]

ويجمع الباحثون على أن التوعية الصحية؛ هي عملية تزويد الأفراد أو المجتمع بالخبرات اللازمة بهدف التأثير في معلوماتهم، اتجاهاتهم وسلوكياتهم الصحية نحو الأفضل، من خلال الندوات، اللقاءات، المؤتمرات ومختلف الوسائل الإعلامية والوسائط التكنولوجية.

والتوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى مجموعة الأنشطة التواصلية والإعلامية التحسيسية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي، باطلاع الناس على واقع الصحة وسبل الحفاظ عليها، وتقديم المعلومات الصائبة حول قضايا الصحة النفسية، العقلية والجسدية.

3.5. الإعلام الصحي:

يعد مفهوم الإعلام الصحي من المجالات البحثية الجديدة ولاسيما في المجتمعات النامية، ويدرجه الباحثون تحت الاتصال التنموي، كونه يحمل رسائل فيها مضامين توعوية للوقاية من الأمراض، سواء السارية أو غير السارية والمزمنة والوراثية.[8]

وينظر إلى وسائل الإعلام بمختلف أشكالها ووسائطها الناقلة للمعلومة والمعرفة، كواحدة من أبرز الوسائل المستخدمة من قبل مختلف فئات المجتمع للاطلاع على أخر المستجدات الطبية وقضايا الصحة محليا وعالميا، وتعمل على تعزيز الوعي بالبحث أسباب انتشار الأمراض و التعرف على مواطنها، وتقديم

شروح حول الطرق الوقائية والعلاجية، من خلال تقديم برامج مواد إعلامية متخصصة كالبرامج الطبية، أو عن طريق الإعلام الصحي الذي قضايا متعلقة بالصحة العامة للأفراد، من خلال تزويدهم بالمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة، بغية إرشادهم وتثقيفهم لتغير عاداتهم الصحية الخاطئة أو تبني سلوكيات صحية.[9]

ولأن التكنولوجيات الحديثة والأجهزة الذكية أصبحت متاحة لدى قطاعات اجتماعية واسعة؛ ساهم هذا الانتشار في إعطاء زخم كبير لمواقع التواصل الاجتماعي، فهي اليوم توظف بشكل فردي وجماعي للتوعية الصحية؛ بما يصب في مصلحة المجتمع ووقاية أفراده ومعالجة المشاكل وتجاوز الأزمات.

وفيما يخص **الدراسات السابقة**؛ فلا يمكن لأي باحث أن ينطلق في دراسته من فراغ، إذ لابد من الاعتماد على دراسات سابقة، تفتح للباحث الأفاق وتوسع من مداركه النظرية والتطبيقية، مما يؤدي إلى فهم أعمق للظاهرة محل الدراسة، نذكر منها:

- دراسة محمد فاضل علي: **دور شبكة فيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور**، رسالة ماجيستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، سنة 2017.
- دراسة بشرى داود السنجري: **الإشباعات المحققة من استخدام المرأة العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية؛ الفيسبوك أنموذجا**، دراسة منشورة في مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين ألمانيا سنة 2018.
- حنان حسن صالح الكسواني: **دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية؛ دراسة في تحليل المضمون**، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، الأردن، 2009، واستفاد الباحث من هذه الدراسات وغيرها استفادة منهجية من خلال توظيف بعض المعلومات والأفكار النظرية في صياغة أسئلة محاور الاستبيان بدرجة أولى، كما ساهمت في تزويدنا بالأفكار والرؤى أثناء صياغة الإشكالية.

6. نوع الدراسة ومنهجها:

بناء على ما جاء سابقا من طرح للإشكالية، وأهمية الموضوع يتضح أن الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية؛ ذات البعد التحليلي التفسيري، هذا النوع من الدراسات يقوم على وصف الظاهرة وصفا دقيقا كاملا، ثم جمع البيانات والمعطيات من أجل تحليلها والانتهاء بتقديم تفسيرات للظاهرة، لتقريب الباحث من فهم الواقع؛ في ظروفه الحالية، كما تتيح له إمكانية التعبير عن الظاهرة كميا أو كيفيا.

وللإجابة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، انتهجنا منهجا يتلاءم وطبيعة الدراسة؛ الوصفية ذات البعد التحليلي التفسيري، وسنعتمد في بحثنا على المنهج المسحي، من أجل معرفة الوضع الحالي فيما يتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا.

7. مجتمع البحث وعينته:

ينحصر مجتمع بحث الدراسة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الجزائر، الذين يبلغون على الأقل 18 سنة، على اختلاف جنسهم وسنهم، ومستواهم العلمي وحالتهم الاجتماعية، وسنعتمد على أسلوب العينة؛ لاستحالة تطبيق المسح الشامل، كما أنه بالإمكان الحصول من أفراد العينة، على بيانات أكثر مما نستطيع الحصول عليه من أفراد المجتمع كله، ويساعد على التعمق في الدراسة.[10]

8. أداة جمع البيانات:

تم توظيف الاستبيان الالكتروني؛ باعتباره الأداة المناسبة لمنهج الدراسة وموضوعها، والتي تمكن من الحصول على المعلومات، التي لا يستطيع الباحث أن يلاحظها بنفسه، كما تضمن عدم تَدَخُلِه في التقرير الذاتي للمبحوثين .

وقبل الوصول إلى الشكل النهائي للاستمارة الالكترونية، مرت عملية إخراجها بمرحلة تحديد البيانات؛ في محاولة لربط الدراسة الميدانية بالإشكالية وتساؤلاتها، بغية الإجابة عليها خاصة ما تعلق بمحوري الاستمارة؛ عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار فيروس كورونا، ومحور مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لحملات التوعية من مخاطر فيروس كورونا، ثم الإعداد الأولي لاستمارة الاستبيان؛ بعد تحديد محاور الاستمارة شُرِع في مرحلة التفكير بأسئلة كل محور؛ انطلاقا من تصورات الباحث بعد الانتهاء من مراجعة الأدبيات وبالرجوع للدراسات السابقة، إذ تم الاعتماد على أسئلة مغلقة ونصف مغلقة، تتيح للمستجوب اختيار البديل أو يختار إجابة خارج الاقتراحات التي يتضمنها السؤال، وأسئلة متعددة الخيارات في أحين أخرى، وهذا طبعا وفق ما يخدم أهداف الدراسة؛ ويتوافق مع خصوصية المبحوثين، ثم عرضها على المحكمين لإبداء آرائهم ايمانا من الباحث بخبرة هؤلاء الأساتذة، وبعد الأخذ بالملاحظات والتوجهات، تم نشر الاستبيان بتاريخ 25 مارس 2020 على الساعة 22.51، عبر الصفحة الشخصية للباحث عبر موقع "فيس بوك"، ولاحظنا تفاعل كبيرا من طرف مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إذ تم الوصول إلى العدد المطلوب بتاريخ 26 مارس 2020 على الساعة 19.54.

ولأن منهج المسح يعتمد على استخدام عينات ممثلة أو عشوائية أو طبقية للجمهور، بهدف التعرف على حجم الجمهور الذي يتعرض لوسائل معينة، ودوافع التعرض، أوقاته والإشباعات المحققة من التعرض

للوسائل الإعلامية، فسنعتمد على العينة العشوائية التي تمنح فرصا متكافئة لمفردات مجتمع الدراسة في الظهور مع عدم تدخل الباحث أو وضع اعتبارات أو مميزات تحدد خصائص العينة، وتحصلنا على عينة تبين خصائصها الجداول التالية:

جدول رقم 01: يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة%
ذكر	91	60.66
أنثى	59	39.33
المجموع	**150**	**100**

جدول رقم 02: يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير والسن.

السن	التكرار	النسبة%
[27-18]	48	32
[37-28]	65	43.33
[47-38]	27	18
[57-48]	09	06
58 سنة فأكثر	01	0.66
المجموع	**150**	**%100**

جدول رقم 03: يبين توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة%
أقل من ثانوي	14	09.33
ثانوي	34	22.66
جامعي	66	44
دراسات عليا	36	24
المجموع	**150**	**%100**

جدول رقم 04: يبين توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة%
أعزب	81	54
متزوج	69	47
مطلق	00	00
أرمل	00	00
المجموع	**150**	**%100**

9. عرض ومناقشة النتائج:

بعد استرجاع الاستمارات واستفاء العدد المطلوب، تم تفريغ البيانات ومعالجتها إحصائيا بالاعتماد على برنامج (**SPSS**) وتوظيف معامل الارتباط كا^2 لاختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار فيروس كورونا.

- يستخدم 86% من عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، في حين لم تتجاوز نسبة من يستخدمونها نادرا نسبة 01.33%، ونميل إلى الاعتقاد أن هذا الاستخدام المنتظم/المكثف لعينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي مرده ما توفره هذه الأخيرة لمستخدميها من حياة افتراضية تساهم في إشباع حاجات الفرد من المرح، التسلية الترفيه وعلاقات الاجتماعية وحاجات هروبية، والملاحظ عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس، السن واستخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين أظهرت الإحصائيات وجود علاقة بين دلالة احصائية بين متغير المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية، فالعزاب وذوو المستوى التعليمي أقل من ثانوي وثانوي هم الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي.
- يقضي 47.33% من مفردات العينة عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين، أما 24% فيستخدمونها من ساعتين إلى ثلاث ساعات، ويستخدم 22.66% من العينة المواقع يوميا من ساعة إلى ساعتين، في حين 06% فقط يستخدمونها لأقل من ساعة، مع وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس والحالة الاجتماعية، فالذكور العزاب هم الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات يوميا.
- تقاربت نسب المواضيع التي يستخدمها مفردات عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي بانتظام، بين المواضيع الاجتماعية، العلمية والثقافية بنسب بلغت 19.54%، 18.71% و17.24% تواليا، وبين المواضيع الصحية، الدينية والسياسية بنسبة 15.10%، 14.61% و14.21% تواليا، والملاحظة من خلال من خلال الاحصائيات وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيري الجنس والسن والمواضيع المستخدمة بانتظام، النتائج أن الإناث المتزوجات الأكثر اهتماما باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمطالعة المواضيع الصحية، وهذا مرده في اعتقاد الباحث عن احساس المرأة بمسؤوليتها عن صحة أبنائها داخل وخارج المنزل.

- كشفت اجابات المبحوثين أن غالبيتهم يستخدمون موقعي فايسبوك ويوتيوب بنسب بلغت 36.77% و34.51% تواليا، وبنسبة أقل موقع تويتر بنسبة قدرت بـ 12.85%، وأظهرت النتائج علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيري الجنس والمستوى التعليمي والموقع المستخدم بانتظام، فالذكور ذوو المستوى التعليمي جامعي ودراسات عليا هم الأكثر استخداما لموقع تويتر.
- يعتمد 64.66% من مفردات عينة الدراسة وبدرجة عالية على مواقع التواصل الاجتماعي لمطالعة المستجدات المتعلقة بانتشار فيروس "كورونا"، ثم بدرجة متوسطة بنسبة 31.33%، و04% فقط يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة، ويمكن القول من خلال النتائج المتحصل عليها أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل في الوقت الحالي أهم مصادر المعلومات في الحالات العادية، وحال الأزمات يزيد الاعتماد عليها نظرا لجملة الخصائص الفريدة التي تتميز بها عن سائر وسائل الإعلام، وانتشار استخدامها بين مختلف فئات المجتمع ومكوناته، وأن الأفراد حال الأزمات يبحثون عن تحليلات إضافية وخدمات إخبارية وشهادات، وتزايد الدور المحتمل للمواقع بعد إجراءات الحجر المنزلي، يقابله تراجع مكانة وأهمية الوسائل التقليدية في حياة الأفراد؛ خاصة المراهقين والشباب، غير أن العديد من الآراء تشير إلى نتائج عكسية لتنامي الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص انتشار الشائعات وارتفاع معدلات الخوف والهلع بين الأفراد، ولأن آفة الأخبار هم رواتها، فإن جمهور وسائل التواصل الاجتماعي يتحمل جانبا كبيرا من المسؤولية فيما يجري الحديث عنه من جوانب سلبية، أفرزها استخدام تلك الوسائل خلال الأزمة، وتجدر الملاحظة إلى أن النتائج أبانت أيضا على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس والحالة الاجتماعية ودرجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي لمطالعة أخبار كورونا، فالإناث المتزوجات هم الأكثر اعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي لمطالعة أخبار كورونا.
- يفضل 31.78% من مفردات العينة مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للاطلاع على مستجدات أزمة فيروس كورونا، فيما تقاربت نسب الاعتماد على الفضائيات الأجنبية والمواقع الالكترونية بـ 20.41% و18.08% تواليا، وجاء في المرتبة الأخيرة كل من الجرائد والإذاعة بنسب بلغت 02.58% و03.35% تواليا، والأرقام المتحصل عليها تؤكد على أهمية ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تزويد الأفراد بالمعلومات حول فيروس كورونا وآخر مستجداته، مع عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس، السن، المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية وتفضيل عينة الدراسة لمصادر المعلومات المعتمدة لمطالعة مستجدات وأخبار فيروس كورونا.

- يحظى موقع فيسبوك بأفضلية الاستخدام بين مختلف مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 83.10% ثم موقع يوتيوب بـ 09.50% وأخيرا موقع انستغرام بـ 04.10%، وتوزعت باقي النسبة على المواقع الأخرى بنسبة قدرت بـ 0.82%.
- يقر غالبية مفردات عينة الدراسة والمقدر بنسبتهم بـ 78% ارتباط استخدامهم/اطلاعهم على حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بانتشار فيروس كورونا، مع وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ارتبط استخدام العينة لحملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بانتشار فيروس كورونا ومتغير السن، وأن 57.66% أصبحوا يستخدمون المواقع لهذا الغرض بصفة دائمة، وأحيانا بـ 42.33%.
- أكد 34.66% من مفردات العينة أن لا فرق لديهم فيما يخص نوعية المضامين المفضلة الخاصة بحملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فيما يفضل 29.33% المضامين ذات الطابع الإرشادي، و26% يفضلون المضامين ذات الطابع التحسيسي، وأخيرا 10% يفضلون المضامين التثقيفية. وتشير الأرقام المتحصل عليها من خلال تطبيق معامل الارتباط كا^2 إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي وطبيعة المضامين من قبل عينة الدراسة المفضلة لحملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فذوو المستوى الجامعي والدراسات العليا هم أكثر تفضيلا للمضامين ذات الطابع التحسيسي والإرشادي، على عكس أصحاب المستوى أقل من ثانوي وثانوي فهم لا يجدون فرقا بينها، وتجدر الملاحظة هنا إلى ضرورة توجيه القائمين على إعداد المضامين الخاصة بالحملات التوعية والإعلامية إلى مراعاة خصوصية الفئة الاجتماعية المستهدفة، بما يتماشى مع خصائصها النفسية، الاجتماعية ومستواها العلمي والثقافي.
- كشفت اجابات المبحوثين أن النسبة الكبيرة من مفردات العينة يختارون المضامين المتعلقة بمستجدات الوضع العام بنسبة بلغت 46%، في حين يرى 31.33% أنهم يستخدمون مضامين تعرض ما يحدث في الجزائر، ثم ما يحدث في العالم بنسبة 18.66%، وأخيرا ما يحدث في ولايتي بنسبة لم تتجاوز 04%، وتشير الإحصائيات إلى وجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومعيار تفضيل المضمون التوعوي الخاص بفيروس كورونا، فكلما زاد المستوى العلمي كلما زاد تفضيل مضامين تعرض ما يحدث في العالم، والعكس صحيح كلما تدنى المستوى التعليمي للعينة كلما زاد تفضيل مضامين تعرض ما يحدث في الجزائر وفي الولاية محل الإقامة.

المحور الثاني: دوافع تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع حملات التوعية الصحية ضد مخاطر فيروس كورونا.

- بينت نتائج الدراسة أن 77.33% من مفردات عينة الدراسة يطالعون مضامين التوعية الصحية لخاصة بفيروس "كورونا" عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مقصود، وأن موقع فايسبوك يعتبر الأكثر استخداما لذلك بنسبة بلغت 88.33%، وهي نتائج تتماشى مع تحصلنا عليه سابقا، أين أظهرت الأرقام اعتماد العينة بدرجة أولى على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات، مع عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين القصد أو عدمه لمطالعة عينة الدراسة لمضامين حملات التوعية الصحية ومتغير الجنس، السن، المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية.
- يفضل 43.98% من مفردات عينة الدراسة استخدام مواقع/صفحات الهيئات الرسمية لمطالعة المستجدات ومضامين حملات التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا، وبسنة أقل بلغت 26.85% يفضلون المجموعات/الصفحات المتخصصة، في حين يفضل 17.59% من مفردات العينة صفحات/حسابات الأصدقاء، وأخيرا النسبة الأصغر بين إجابات المبحوثين المقدرة بـ 11.57% لا يرون فرق بين مصادر الحصول على المعلومات المتعلقة بمخاطر انتشار فيروس كورونا، وبتطبيق معامل الارتباط كا^2 تبين وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير المستوى التعليمي وتفضيل مصادر الحصول على المعلومات للتوعية الصحية، فكلما زاد المستوى العلمي لمفردات عينة الدراسة كلما زاد تفضيل استخدام مواقع/صفحات الهيئات الرسمية لمطالعة المستجدات ومضامين حملات التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا، ومن خلال النتائج المتوصل إليها نشير إلا ضرورة تجديد وتحيّن المؤسسات الرسمية في بلادنا لأساليب إدارتها للأزمة بصفة خاصة ولحساباتها وصفحاتها بصفة عامة حتى تواكب التطلعات وتتماشى مع المستجدات وما تفرضه المنافسة، ولحماية الأفراد من الانعكاسات والتأثيرات غير المرغوب فيها، الناتجة عن انتشار الشائعات التي تجد لديها منبتا خصبا حال الأزمات، فكلما كان المواطن على علم وفي الوقت المناسب ومتأكد من معلوماته صعبت عملية التأثير فيه أو توجيهه، لذلك نؤكد وباستمرار أن على السلطات العمومية ممارسة الاتصال وبشفافية كاملة مع المواطنين، بل أكثر من هذا فالمواطن تزيد رغبته في معرفة الأدوات والأساليب التي ستعتمد عليها الدولة للتعامل مع الأزمة، خاصة إذا تم استثارة غريزة الخوف في الفرد التي تجعله أكثر فضولا لمعرفة حيثيات الأزمة، وأكثرا عرضة للاختراق والتوجيه في المقابل أيضا.

- توصلت الدراسة إلى أن 36% من عينة الدراسة بدأ اهتمامهم بمتابعة حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول فيروس "كورونا" منذ تسجيل أولى حالات الإصابة في الجزائر، في حين أقر بأن 26.66% اهتمامهم ارتبط بفرض الحجر الصحي المنزلي، ثم بنسبة أقل بلغت 17.33% اهتمت بموضوع حملات التوعية منذ تسجيل ارتفاع عدد حالات الوفيات في الصين، وتقاربت النسب المتحصل عليها بين البديل منذ إعلان المنظمة العالمية للصحة عن تصنيف فيروس"كوفيد 19" وباء عالميا ومنذ إعلان الدول البعيدة جغرافيا عن الصين تسجيل حالات اصابة بالفيروس بـ 10% و09.33% تواليا، مع وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بدأ الاهتمام بمتابعة حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول فيروس "كورونا" ومتغير الجنس والمستوى التعليمي.
- تباينت النسب المتحصل عليها فيما يخص تفضيل المبحوثين لأساليب وطرائق عرض المضامين الخاصة بالتوعية الصحية الخاصة بفيروس كورونا، حيث يفضل 21.55% من العينة المقالات العلمية، و16.10% يفضلون منشورات عادية للصفحات والمواقع، و13.24% يفضلون التمثيليات والفيديوهات القصيرة، في حين تقاربت أراء بقية المبحوثين بين صور الخرائط والبيانات، حسب الظروف والحاجة والمقاطع الصوتية نسب بلغت 10.64%، 09.61% و08. 37% تواليا، وبتطبيق معامل الارتباط كا^2 تبين وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير المستوى التعليمي وتفضيل مفردات العينة لطرائق عرض مضامين حملات التوعية الصحية، فكلما زاد المستوى العلمي كلما زاد تفضيل المقالات العلمية، وكلما نقص المستوى العلمي كلما ارتفعت نسبة تفضيل صور الخرائط والبيانات وكذا التمثيليات.
- أكد 66.66% من مفردات عينة الدراسة بأنهم منخرطون في صفحات/مجموعات التوعية الصحية، وهذا يؤشر في اعتقادنا على ترسخ قيم المواطنة (الرقمية) لدى الأفراد، والشرط الضروري لكل تقدم أو تحضر، وانتقال مجال تفعيلها أو تجلياتها (المواطنة) من الواقع إلى المواقع، وهي تستدعي الاهتمام من قبل المسؤولين والجماعات الرسمية والأهلية للمرافقة والتوجيه، مع عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الانخراط في حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس، السن، المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية.
- تقاربت إجابات مفردات العينة الذين انخرطوا في صفحات/مجموعات التوعية الصحية، فيما يخص الجهة التي قامت بالدعوة إلى ذلك، بين البديل بدعوة من الأصدقاء وبمبادرة شخصية بنسب قدرت بـ 39.70% و38.97% تواليا، وبين البديلين بدعوة من صفحات/أشخاص لا تربطك بهم علاقة و بدعوة من مجموعات العمل بنسب بغلت 09.55% و07.35% تواليا أيضا، وتجدر الملاحظة إلى أن النتائج

تؤكد ما توصلت إليه الأبحاث على أن من أبرز ما يحققه استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي تشكيل صداقات جديدة والاتصال/التواصل مع الأصدقاء، وهي الإشباعات الأساسية التي تتحقق للمستخدمين، بفعل تجاوز إكراهات الزمان والمكان التي تطبع العلاقات الواقعية، فظهور مواقع التواصل الاجتماعي ووسائط الاتصال الجديدة وفر مزيدا من الرغبة والفرص والأدوات لنقل العملية الإعلامية والتواصلية إلى أفاق غير مسبوقة، ومنح المستخدمين قدرات لامتناهية للانتقال عبر الحدود وبلا قيود، والتفاعل مع الأحداث ومشاركة الاهتمامات، وتبادل الأفكار والخبرات، وأدى إلى تحول استخدامها لنشاط اجتماعي وجزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد، وغيرت نمط الحياة من حيث الأسلوب، الإدارة والممارسة.

- أظهرت النتائج أن النسبة الكبيرة من مفردات عينة الدراسة المقدرة بـ 25.28% تهتم بحملات التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات، فيما بلغت نسبة من يرغبون بالمساهمة في نشر الوعي الصحي 23%، وتقاربت بين دافعي مواكبة المستجدات المتعلقة بالموضوع والرغبة في حماية النفس والأهل بنسب قدرت بـ 22.32% و20.50% تواليا، وفي الأخير بدافع الفضول بنسبة لم تتجاوز10%، ومن خلال هاته الأرقام يمكن القول بأن الأفراد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي يعتمدون على مضامين حملات التوعية الصحية لبناء وعيهم وحماية أنفسهم ومحيطهم من خلال اكتساب المعرفة الضرورية للتعامل مع الوضع الراهن وفق ما تقتضيه الحاجة لمواجهة مخاطر انتشار الفيروس، مع عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاهتمام ومتابعة مضامين التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس، السن والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية.
- تقاربت نسب مشاركة مفردات عينة الدراسة لمضامين التوعية الصحية بين دائما وأحيانا نسب بلغت 44% و42% تواليا، ونادرا بنسبة 14%، وهي أرقام ونتائج تؤشر على تفاعل المستخدمين مع مضامين التوعية الصحية، وأنهم يتشاركون المضامين مع العائلة بدرجة أولى بنسبة قدرت بـ40.41%، ثم الأصدقاء بنسبة 28.91%، ومع المجموعات/ الصفحات المتخصصة بنسب16.37%، وأخيرا الاكتفاء بالنشر على الصفحة الخاصة بنسبة 14.31%، وتؤكد الأرقام المتحصل عليها ما تم التوصل إليه في السؤال الخاص بانخراط مفردات العينة في صفحات/مجموعات التوعية الصحية، ويعزز دائما اعتقادنا بتشرب الأفراد لقيم المواطنة والتحلي بروح المسؤولية، في مواجهة الأزمة وتوظيفهم للمواقع للانخراط في عمليات التوعية ونشر مضامين تساهم في مواجهة الجائحة والتخفيف من أثارها وانعكاساتها.

- يعتمد مفردات عينة الدراسة بدرجة أولى على صفحات/مواقع الجهات الرسمية لنشر المضامين المتعلقة بحملات التوعية الصحية بنسبة بلغت 40.43%، ثم على الصفحات/المواقع المتخصصة بنسبة 26.35%، وبدرجة أقل أيضا على صفحات/مواقع الأصدقاء بسنبة بلغت 19.85%، وأخيرا ينشر ما نسبته 12.63% مضامين صفحات/مواقع المجتمع المدني، ومن خلال ما تحصلنا عليه يمكن القول بأن مفردات العينة يتميزون بدرجة من الوعي فيما يخص نشرهم لمضامين متعلقة بمواجهة مخاطر فيروس كورونا، وهذا راجع في رأينا إلى طبيعة العينة التي يميز مفردات مستوى علمي مقبول تجاوزت نسبته 68% هذا من جهة، واعتقادنا بأهمية الحملات الموازية التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ خاصة جهود المنظمة العالمية للصحة، وباقي وسائل الإعلام والفضائيات على وجه الخصوص التي تدعوا إلى ضرورة التأكد من مصادر المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا من جهة أخرى، ما يساهم في رفع درجة الوعي بأهمية النشر وخطورته في نفس الوقت.
- يتفاعل مفردات عينة الدراسة مع مضامين التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة أولى عبر الإعجاب بنسبة بلغت 28.37%، وتقارب تفاعل العينة من خلال المشاركة والتعليق بنسب قدرت بـ 22.86% و19.55% تواليا، كما تقاربت النسب أيضا بين البديلين الإشارة للأفراد العائلة والنشر في الصفحات/المجموعات المتخصصة بنسب بلغت 08.26% و07.71% تواليا، وللإشارة فإن مجموع التكرارات بلغ 363 تكرار بعد فتح المجال للمبحوثين لاختيار أكثر من بديل، وهذا يدل حسب اعتقاد الباحث بقوة التفاعل مع مضامين حملات التوعية الصحية، ويؤشر مرة أخرى على أمرين هامين؛ الأول يتمثل في نجاح حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الوصول إلى المستخدمين على اختلاف فئاتهم الاجتماعية، والثاني يبرز من خلال درجة التفاعل مع الحملات التي نستطيع القول بأنها مضامينها كانت على قدر من الأهمية الدافعة بالفرد للتفاعل معها، وبتطبيق كا^2 أظهرت الاحصائيات عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أشكال التفاعل مع مضامين التوعية الصحية ومتغير الجنس، السن، المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية.

المحور الثالث: تقييم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لحملات التوعية من مخاطر فيروس كورونا

- يرى 51.33% من مفردات عينة الدراسة بأن تفاعلهم مع حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول مخاطر فيروس كورونا متوسط، على عكس 41.33% من مفردات العينة يتفاعلون مع المضامين بدرجة عالية، وبدرجة ضعيفة بنسبة 07.33%، وأظهرت نتائج تطبيق كا^2 علاقة ذات دلالة

إحصائية بين متغيري الجنس والسن وتفاعل مفردات عينة الدراسة مع مضامين التوعية الصحية، فالإناث الأكبر سنا أكثر تفاعلا مع مضامين التوعية الصحية حول مخاطر فيروس كورونا من الذكور، وفي المقابل لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية وتفاعل العينة مع مضامين التوعية الصحية.

- يُقيّم 61.33% أداء صفحات ومواقع المؤسسات الإعلامية الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أزمة تفشي فيروس كورونا بالمقبول، وتقاربت نسب من يرون بأن أداءها جيد بنسبة بلغت 20.66% و18% يرون بأنها تعاملها كان ضعيفا، والملاحظ خلال السنوات الأخيرة توجه الفضائيات التلفزيونية لإنشاء صفحات ومواقع عبر مختلف مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، لمواكبة تطورات البيئة الاتصالية الجديدة، والمحافظة على جمهورها والدفاع عن مكانتها أمام المد الجارف لما يعرف في الأوساط الأكاديمية بالإعلام عبر الوسائط الجديدة، وبتطبيق معامل الارتباط كا^2 أظهرت الاحصائيات وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقيم عينة الدراسة لأداء صفحات ومواقع المؤسسات الإعلامية الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أزمة تفشي فيروس كورونا ومتغير المستوى التعليمي.
- يُقيّم 52.66% أداء صفحات ومواقع المؤسسات والهيئات الرسمية الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أزمة تفشي فيروس كورونا بالمقبول، وتقاربت أيضا نسب من يرون بأن أداءها جيد بنسبة بلغت 24% و23.33% يرون بأنها تعاملها كان ضعيفا، وتجدر الاشارة إلى أن السلطات الجزائرية سارعت إلى تشكيل وتنصيب لجنة متابعة ورصد وباء كورونا، وكفّلت وزارة الصحة بتقديم المعلومة حول تطورات تفشي الوباء، لكن عملها تعرض لانتقادات واسعة خاصة من طرف خبراء الاتصال، كونه لا يتطابق مع البروتوكول العالمي المتفق عليه فيما يتعلق بـ "اتصال الأزمات" ولا يشارك فيه ممثلين عن بقية القطاعات كالرئاسة والأمن والوزارات المعنية، بما يجعل الخلية المشكلة غير متعددة القطاعات ولا مركزية، وبتطبيق معامل الارتباط كا^2 أظهرت الاحصائيات وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقيم عينة الدراسة لأداء صفحات ومواقع المؤسسات والهيئات الرسمية الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أزمة تفشي فيروس كورونا ومتغير المستوى التعليمي.
- يُقيّم 44.66% أداء الصفحات/المواقع الجزائرية المتخصصة في المجال الصحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أزمة تفشي فيروس كورونا بالمقبول، وتقاربت أيضا نسب من يرون بأن أداءها جيد بنسبة بلغت 29.33% و26% يرون بأنها تعاملها كان ضعيفا، وبتطبيق معامل الارتباط

كا^2 أظهرت الاحصائيات وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقيم عينة الدراسة لأداء صفحات ومواقع المؤسسات والهيئات الرسمية الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أزمة تفشي فيروس كورونا ومتغيري السن والمستوى التعليمي، والملاحظ من خلال إجابات المبحوثين حول تقيّمهم لأداء الصفحات والمواقع، ارتفاع نسبة من يرون بأن أداء الصفحات/المواقع الجزائرية المتخصصة في المجال الصحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع أزمة تفشي فيروس كورونا؛ أداء جيد بنسبة 29.33% في حين بلغت نسبة 20.66% لأداء أداء صفحات ومواقع المؤسسات والهيئات الرسمية الجزائرية، وبناء عليه يمكن القول بأن الصفحات المتخصصة نجحت في استرعاء اهتمام المستخدمين من خلال تقديم مضامين ترقى إلى متطلبات المستخدم وترضي فضوله وتشبع حاجته أكثر من صفحات ومواقع المؤسسات الإعلامية والمؤسسات والهيئات الرسمية الجزائرية.

- غالبية المبحوثين والمقدرة نسبتهم بـ 90% يرون بأن مضامين حملات التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت إيجابية، مع عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأي عينة الدراسة في مضامين حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس، السن، المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية.
- تقاربت نسب وجهات نظر وأراء مفردات عينة الدراسة حول التجليات أو الانعكاسات الايجابية لحملات التوعية الصحية، إذ تقاربت نسب البديلين نشر السلوكات الإيجابية للوقاية و نشر المعلومات الضرورية لمواجهة مخاطر انتشار الفيروس بـ 28.21% و27.20% تواليا، كما تقاربت إجابات المبحوثين حول البديلين تنمية روح المسؤولية للأفراد وتعزيز روح التضامن بين أفراد المجتمع بنسب قدرت بـ 22.11% و21.45% تواليا، وتجدر الاشارة إلى أننا تحصلنا على إجابات لم تكن ضمن قامة الاختيارات بواقع أربع تكرارات مثلت نسبة 01.03% حول قصور تغطية وسائل الإعلام التقليدية وحملاتها التوعوية، وبتطبيق معامل الارتباط كا^2 أظهرت الاحصائيات عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأي عينة الدراسة في تجليات إيجابية مضامين حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس، السن، المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية.
- تباينت أراء مفردات عينة الدراسة فيما يخص رأيهم حول الحملات التوعوية الأكثر ايجابية وتأثيرا في الفرد الجزائري، إذ جاءت حملات صفحات/مواقع المجموعات المتخصصة في المرتبة الأولى بنسبة 35.33%، تلاها حملات صفحات/مواقع هيئات ومنظمات المجتمع المدني بنسبة بلغت 27.33%، ثم حملات صفحات/مواقع المؤسسات الرسمية بنسبة قدرت 23.33%، وأخيرا حملات صفحات/مواقع

المؤسسات الإعلامية بـ 14%، وبتطبيق معامل الارتباط كا^2 أظهرت الاحصائيات وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس والمستوى التعليمي ورأي العينة في أكثر حملات التوعية الصحية تأثيرا على الفرد الجزائري، فالذكور ذوو المستوى التعليمي العالي يميلون إلى الاعتقاد في تأثير حملات صفحات/مواقع هيئات ومنظمات المجتمع المدني أكثر من باقي الحملات.

- يقتنع غالبية مفردات عينة الدراسة؛ والمقدرة نسبته بـ 87.33% بمضامين حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مع عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اقتناع عينة الدراسة بمضامين حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير الجنس، السن، المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية. وفي السياق ذاته أظهرت الاحصائيات تعددا في أسباب اقتناع مفردات العينة بمضامين حملات التوعية الصحية، حيث تقاربت بين البديلين الاعتماد على المتخصصين في المجال الصحي، توفير المعلومات الكافية حول الموضوع بنسب قدرت بـ 24.47% و23.26% تواليا، وتقاربت أيضا بين البديلين التحديث المستمر للمعلومات والاعتماد على مصادر ومعلومات موثوقة بنسب بلغت 18.73% و18.42% تواليا، وأخيرا اعتماد القائمين على الحملات أساليب حديثة في عرض المضامين بنسبة 15.10%.
- يرى ما يمثل 30.38% من مفردات العينة أن حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كان لها انعكاس بالتزامهم السلوكيات الصحية، تلاه التثقيف والمعرفة بنسبة بلغت 27.34%، وبنسبة أقل ساهمت في تنمية الشعور بروح المسؤولية قدرت بـ 21.82%، في حين تقاربت إجابات المبحوثين فيما يخص البديلين الانخراط في مجموعات التوعية الافتراضية والانخراط في حملات التوعية الميدانية بنسب بلغت 10.77% و09.66% تواليا، وبتطبيق معامل الارتباط كا^2 أظهرت الاحصائيات وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير السن وانعكاسات مضمون حملات التوعية الصحية على مفردات عينة الدراسة، فكلما تقدم مفردات عينة الدراسة في السن كلما التزموا بالسلوكيات الصحية التي تدعوا حملات التوعية الصحية الأفراد للتحلي بها وتعزيزها لمواجهة مخاطر فيروس كورونا، وكذا علاقة بين متغير الجنس فالإناث أكثر انخراطا في حملات التوعية الافتراضية من الذكور والعكس صحيح، وربما هذا راجع إلى طبيعة العينة والخصائص الاجتماعية والثقافية لمفرداتها.

خاتمة:

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من أبرز الوسائط/الوسائل المستخدمة من قبل مختلف فئات المجتمع للاطلاع على أخر المستجدات محليا وعالميا، وتسعى مختلف الجهات؛ منذ انتشار فيروس كورونا وإعلانه جائحة عالمية، من خلال حملات التوعية الصحية إلى تعزيز الوعي بنشر المعلومات الضرورية حول أسباب انتشار الفيروس وخطورته على الصحة والحياة العامة، وتقديم شروح حول الطرائق الوقائية والعلاجية، لتزويد المستخدمين بالمهارات والمعارف الصحيحة والحقائق الثابتة، بغية إرشادهم وتثقيفهم، غير أن بعض المضامين وحملات التوعية انحرفت نحو منطق التهويل أو التهوين، ونشر الشائعات وتقديم معلومات مغلوطة ساهمت في انتشار الفيروس واستدامة الأزمة وخروجها عن نطاق السيطرة والتحكم، في بعض البلدان، لذا وجب التشديد على واجب الجهات الرسمية لاتخاذ الإجراءات الوقائية والردعية، واستحداث هيئات أمنية وعلمية/بحثية، تسهر على حماية الأفراد ومواجهة كل من يستهدف الوعي الجمعي وزعزعت الاستقرار الاجتماعي، ولابد لصناع القرار من استغلال كافة الموارد والاجراءات التي تتناسب وأهمية الأمن والوعي الصحي، ودوره في الحفاظ على استقرار واستمرار المجتمع، بالإضافة إلى أن الجهات المسؤولة وصناع القرار مطالبون بتطوير أساليبهم فيما يخص اتصال الأزمة بما يتوافق مع المعايير العلمية ومتطلبات التخطيط الإعلامي الذي يتيح الاستغلال الأمثل للإمكانات والقدرات، ويتماشى مع روح العصر ورهاناته.

-الهوامش:

[1] تأخذ مواقع التواصل الاجتماعي عدة تسميات؛ كشبكات التواصل الاجتماعي، الشبكات الاجتماعية، شبكات الاعلام الاجتماعي، وسائل التواصل الاجتماعي، غير أن استخدام مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر خلطا وتداخلا مفاهيميا؛ لابد من توضيحه، فمصطلح الشبكات الاجتماعية يرتبط بمفهومين مختلفين، الأول ذو بعد سوسيولوجي والثاني تكنولوجي متعلق بظهور الأنترنت وتطبيقاتها الحديثة، فمن وجهة نظرة السوسيولوجيين، فإن الشبكة الاجتماعية هي مجموعة من العلاقات بين وحدات اجتماعية، بينما يحيل مصطلح الشبكات الاجتماعية إلى مجموعة من المواقع الالكترونية مثل الفيسبوك والتويتر وقوقل بلوس وغيرها، فالشبكة الاجتماعية هي ممثلة للعلاقات الاجتماعية القائمة داخل المجتمع والتواصل الاجتماعي هو العصب النابض لهذه المواقع؛ للمزيد أنظر، صادق حمامي: **كيف نفكر في الشبكات الاجتماعية**، مجلة أكاديميا، عدد ماي،2012، تونس، ص18.

[2]. Boyd & Ellison : **social network sites**, **definitions, history scholarship,** university of California, 2007, p02

[3] العوفي حمزة: **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لطالب الجزائري**، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، 2016، ص111.

[4] لامية طالة: **أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر**، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2007، ص48.

[5] ماهر عودة الشمايلية وآخرون: **الإعلام الرقمي الجديد**، ط1، دار الإعلام العلمي، عمان، الأردن، 2015، ص199.

[6] عبد الرزاق الدليمي: **الاعلام المتخصص**، دط، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص225.

[7] حنان حسن صالح الكسواني: **دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية؛ دراسة في تحليل المضمون**، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، الأردن، 2009، ص23.

[8] بهاء الدين سلامة: **الصحة والتربية الصحية**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2001، ص138.

[9] عاطف عدلي العبد: **استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2002، ص 12،13.

[10] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001 ، ص394.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: الكتب

- الدليمي عبد الرزاق، **الاعلام المتخصص**، د. ط، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 2005، ص225.
- سلامة بهاء الدين، **الصحة والتربية الصحية**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2001.
- الشمايلية ماهر عودة وآخرون، **الإعلام الرقمي الجديد**، ط1، دار الإعلام العلمي، عمان، الأردن، 2015.
- عاطف عدلي العبد:،**استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2002.
- مكاوي حسن عماد، السيد ليلى حسين: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
- Boyd & Ellison : social network sites, definitions, history scholarship, university of California, 2007.
- Russel Matthew A.: Mining the Social Web: Analyzing Data from Facebook, Twitter, LinkedIn, and Other Social Media Sites, 1st Ed, UK O'Reilly Media, USA, 2011.

ثانيا: الرسائل والمذكرات:

- الكسواني حنان حسن صالح: **دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية؛ دراسة في تحليل المضمون**، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، الأردن، 2009.
- حمزة العوفي، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لطالب الجزائري**، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، 2016.
- طالة لامية، **أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر**، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2007، ص48.

ثالثا: المقالات

-صادق حمامي، **كيف نفكر في الشبكات الاجتماعية**، مجلة أكاديميا، عدد ماي،2012، تونس.