

"دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية" دراسة ميدانية

م. م مصطفى عباس محمد علي

م. م حيدر عباس الجنابي

جامعة كربلاء

ملخص:

أدى انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الى توظيفها بشتى المجالات العلمية والتربوية والاقتصادية، لذا هدفت الدراسة الى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية، وعلى وجه التحديد موقع الفيسبوك الذي يعد الأكثر استخداما من بين مواقع الشبكات الاجتماعية.

وتماشيا مع الأهمية التي يحتلها موقع الفيسبوك على المستوى الاجتماعي والاستفادة منه في الحملات التوعوية في المجالات الصحية، جاءت الدراسة لتبين الدور الذي يلعبه الفيسبوك عبر الحملات الكثيفة التي تطلقها الجهات الصحية في البلاد.

وتوصلت نتائج الدراسة الى ان الجمهور عينة الدراسة يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة 100%، وبشكل متفاوت، وأوضحت ان الجمهور عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك ساعة في اليوم بنسبة 43%، واثبتت الدراسة ان الجمهور عينة الدراسة يتابع الحملات التوعوية الصحية في الفيسبوك بنسب مختلفة، كما كشفت النتائج ان حملات التلقيح ضد مرض الحصبة تصدرت الحملات التوعوية الصحية التي يتابعها الجمهور عينة الدراسة، بنسبة 49%، وبينت نتائج الدراسة ان موقع الفيسبوك يسهم في تعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور عينة الدراسة بنسب مختلفة.

Summary:

The spread of the use of social networking sites has led to their employment in various scientific, educational, and economic fields. Therefore, the study aimed to

know the role of social networking sites in health awareness, specifically Facebook, which is the most widely used social networking site.

In line with the importance that Facebook occupies at the social level and its use in awareness campaigns in health fields, the study came to show the role that Facebook plays through the intensive campaigns launched by health authorities in the country.

The results of the study concluded that the public sample of the study uses Facebook at a rate of 100%, and to a varying extent. It indicated that the public sample of the study uses Facebook an hour a day at a rate of 43%. The study proved that the public sample of the study follows health awareness campaigns on Facebook at different rates, as the results revealed. Measles vaccination campaigns topped the health awareness campaigns followed by the public, the study sample, at a rate of 49%. The results of the study showed that Facebook contributes to enhancing health awareness among the public, the study sample, in different percentages.

المقدمة:

يحتل الإعلام الاجتماعي مكانة مميزة بين وسائل الإعلام الأخرى، وتتجسد هذه الأهمية في حجم التأثير الواسع لموقع الفيس بوك عبر استقطابه لشرائح عديدة من جمهور وسائل الاعلام التقليدي.

وتشكل الحملات الإعلامية على المواقع الاجتماعية بصورة عامة والفيس بوك بصورة خاصة، جزا مهما من المضامين الإعلامية الموجهة للجمهور، لتوعيته في المجالات البيئية، الصحية، الاجتماعية وغيرها.

لذا سنحاول من خلال دراستنا هذه الموسومة بـ "دور الحملات الإعلامية على الفيس بوك في التوعية الصحية" تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية الصحية في تقديم التوعية الصحية لجمهور مدينة كربلاء.

فمواقع التواصل الاجتماعي وبشكل خاص الفيس بوك أصبح منفذا سهلا لنشر وترويج المواد الفكرية والتنقيفية التي تؤدي إلى تغيير حياة الافراد، وانطلاقا من الدور الفعال والمؤثر لهذه الشبكات جاءت هذه الدراسة لبيان حجم الفائدة وتوظيف الجهات الصحية لهذا الموقع في الأغراض التوعوية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث:

تعرف مشكلة الدراسة بأنها عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج الى البحث والدراسة العلمية للوقوف مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها، شرع الباحث الى تحديد مشكلته البحثية في معرفة دور الفيس بوك بنشر الوعي الصحي لدى الجمهور. (عبد المجيد، 2004: 70).

ونظرا لما يحتله التثقيف الصحي من أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات، دفعنا إلى معرفة الهدف الحقيقي الذي تقوم به الحملات الإعلامية على الفيس بوك في هذا المجال للجمهور من خلال البحث بأسلوب علمي وأكاديمي، ومن هنا تتمثل مشكلة البحث بطرح التساؤل الرئيسي الذي تتمور حوله مشكلة البحث: ما هو دور الحملات الإعلامية على الفيس بوك في التوعية الصحية؟

ثانياً أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من كونها تلقى الضوء على موضوع بالغ الاهمية يتعلق بأمن وصحة الإنسان، الا وهو التوعية الصحية، لا سيما وان الامراض بشتى اصنافها فاقت التوقعات، لذا فالدراسة تهتم بمعرفة تأثير الحملات التثقيفية التي يتم إطلاقها على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وانعكاس ذلك على سلوك الافراد وزيادة قدرتهم على تخطي الازمات الصحية.

وبندرج ضمن أهمية الدراسة قلة الدراسات التي تناولت دور الفيس بوك في نشر الوعي الصحي لدى الجمهور للوقوف على الدور الإعلامي للوسائل الحديثة التي تعتمد عليها المؤسسات الصحية في حملاتها.

ثالثاً أهداف الدراسة:

وفقا للمشكلة التي بنيت على اساسها الدراسة، وفي ضوء أهميتها وبناءاً على الدراسات السابقة فإن الدراسة الحالية تهدف إلى:

- 1 - التعرف على الدور الذي يؤديه الفيس بوك في نشر الوعي الصحي عبر الحملات التوعوية.
- 2 - معرفة نجاح الفيس بوك في تعزيز الوعي بجوانب الصحة العامة.
- 3 - التعرف على انعكاس التعرض للحملات التوعوية على الوعي لدى الجمهور عينة الدراسة.

4 -التعرف على الحملات الأكثر مشاهدة من قبل الجمهور .

5 -معرفة أبرز الصفحات على الفيس بوك لمتابعة الحملات التوعوية.

رابعاً تساؤلات الدراسة:

1- ما هو الدور الذي يؤديه الفيس بوك في نشر الوعي الصحي عبر الحملات التوعوية.

2 - ما مدى نجاح الفيس بوك في تعزيز الوعي بجوانب الصحة العامة.

3 - ماهي انعكاسات التعرض للحملات التوعوية على الوعي لدى الجمهور عينة الدراسة.

4 - ماهي الحملات الأكثر مشاهدة من قبل الجمهور؟

5-ما أبرز الصفحات على الفيس بوك لمتابعة الحملات التوعوية؟

خامساً: نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تتجاوز وصف الظاهرة الى تحليلها ومعرفة العوامل التي أدت الى حدوثها، اذ تستهدف التعرف على دور الفيس بوك في نشر الوعي الصحي لدى الجمهور الكريلائي.

سادساً: المنهج المستخدم:

استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي كأحد المناهج المستخدمة في الدراسات الوصفية التي نستطيع من خلالها دراسة الحقائق المتعلقة بدور الفيس بوك في الجوانب الصحية، فمنهج المسح هو أحد الاشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الافراد وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويعد هذا المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام. (العبد، 2000: 15).

سابعاً: المجتمع وعينة الدراسة:

اختار الباحث مجتمع الدراسة من جمهور مدينة كربلاء ليكون مجتمعا لدراسته، ذلك لان المدينة تتميز بالتنوع السكاني نتيجة الهجرة المتواصلة اليها من قبل محافظات البلاد كافة من الشمال الى الجنوب وكذلك الوسط، مما يعطي عينة تمثل المكونات الاجتماعية للبلد، لذا تم اختيار عينة من الجمهور العام قوامها، (120)، مفردة بالاعتماد على احدى العينات غير الاحتمالية وهي العينة القصدية.

حيث يتم الاختيار بعد تقسيم المدينة الى مناطق متعددة وعلى النحو الآتي، حضر راقي، وحضر شعبي، وارياف. (اسما حافظ، 2013: 21).

ثامنا: أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان لجمع البيانات بالاعتماد على استجابات المبحوثين على الأسئلة المعدة مسبقا، كما ويعد الاستبيان أحد الأساليب لرصد آراء وسلوكيات وانماط تعامل الافراد مع الفيس بوك للتزود بالمعلومات الصحية، وذلك لملائمتها لنوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية والهدف منها مع مراعاة المتغيرات المتعلقة بالدراسة كافة (كالنوع، السن، والتعليم الخ)، (عبد العزيز، 2011: 163 . 164)

تاسعا: حدود الدراسة:

- المجال الزمني: تم تطبيق الدراسة الميدانية على الجمهور المبحوث من خلال توزيع استمارة الاستبيان للحصول على نتائج دقيقة، اذ استمر فترة التوزيع لمدة شهر من 1 - 2 . 2024 الى 1 - 3 . 2024
- المجال المكاني: أجريت الدراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك من جمهور مدينة كربلاء.
- المجال البشري: طبقت الدراسة على جمهور مدينة كربلاء من كلا الجنسين الذكور والاناث.

عاشرا: التعريفات الاجرائية:

الفيس بوك: هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت بعد القفزة التكنولوجية الحديثة، ويستخدم لزيادة التواصل والتفاعل الاجتماعي، الى جانب تكوين صداقات جديدة، ذلك لما يمتلكه من خاصية إضافة الأصدقاء والتعرف عليهم عبر الاطلاع على حساباتهم الشخصية على نفس الشبكة، اذ يسمح للأشخاص المشتركين فيه بمشاهدة المقاطع الفيديوية والكتابات التي تحمل أفكار خاصة تمثل طارحيها.

التوعية الصحية: إيجاد الوعي واكتسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الاقتناع بفكرة معينة أو رأي معين واتخاذ منهج سلوكي معين بقصد تحقيق نتائج القائم بالتوعية، (ياسين بودراع، 2020، 1).

وعرفت منظمة الصحة العالمية بأنها: "حالة السلامة والكفاية البدنية والنفسية والاجتماعية وليست الخلو من الأمراض أو العجز، (أسماء محمد الصالح، 2009، 15).

التعريف الاجرائي للتوعية الصحية: معرفة ظاهرة ما، معرفة خاصة وتعليم المجتمع وتنقيفه لحماية نفسه من الأمراض والمشاكل الصحية.

احدى عشر: الدراسات السابقة:

1-دراسة امينة يخلف ومريم مخلوف (2020) "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين -دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة جيجل" (امينة يخلف ومريم مخلوف، 2020)

هدفت الدراسة إلى تحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي، ومحاولة الكشف عن دوافع وأسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية معرفتهم ووعيهم البيئي، كما تسعى إلى محاولة معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة لهذه المواقع وكيفية تعرضهم لها.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في ترشيد وتوعية المتصفحين لهذه المواقع، كما يرى كل من الطلبة المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تلبي احتياجاتهم البيئية إضافة إلى ذلك يستخدم معظم الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة (خاصة الفيس بوك) ولا يمكنهم الاستغناء عنها نظرا للمزايا التي تتمتع بها.

2-دراسة حليلة حبجوب، (2015)، "دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية الصحية - دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة أم البواقي". (حليلة حبجوب، 2015)

هدفت الدراسة لمعرفة الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية الصحية، وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة أم البواقي

توصلت الدراسة الى نتائج عدة من بينها: ان الافراد يشاهدون جميع البرامج التي تبث عبر التلفزيون مع وجود تفاوت في درجات المشاهدة، وتأتي في مقدمتها مشاهدة الأخبار، ومن ثم البرامج السياسية بنسب اقل، ومن بعدها المسلسلات والبرامج الاجتماعية بنفس نسبة المشاهدة، ثم الأفلام بنسبة اقل وبعدها الحملات التوعية بنسبة قليلة جدا.

3-دراسة الصالحة محمد مسعود الدماري، (2021)، "اعتماد الجمهور الليبي على التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا" (الصالحة محمد، 2021).

هدفت الدراسة الى معرفة مدى تأثير الآثار الوجدانية والمعرفية على سلوك الجمهور اثناء جائحة كورونا، وكذلك الكشف عن مدى اعتماد عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة اخبار الجائحة. وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج من اهمها: ان اندفاع عينة الدراسة للأنترنت جاء للاطلاع على الجديد المتعلق بجائحة كورونا، وكذلك اظهرت النتائج ان نسبة 81% يفضلون استخدام موقع الفيس وايضا اظهرت النتائج ان متابعة الاخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي عن الجائحة مكنت عينة الدراسة من حماية أنفسهم وحماية عوائلهم.

المبحث الثاني

الفيس بوك ودوره في التوعية الصحية

موقع الفيس بوك النشأة والهدف:

تم إنشاء موقع الفيس بوك في شهر شباط عام 2004 من قبل مارك زوكربيرج وهو طالب في جامعة هارفارد الامريكية وقد الموقع في البداية متاحا فقد لطلبة جامعة هارفارد ثم فتح أمام طلبة الجامعات، بعدها لطلبة الثانوية فضلا عن بعض الشركات ومن ثم اتيح اخيرا أمام أي شخص يرغب في فتح حساب، (سعد البطوطي، 2012، 382).

ويشير اسم الموقع (فيس بوك) إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس في الولايات المتحدة إلى أعضاء وهيئة التدريس والطلبة الجدد وهو يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي متخذين منها وسيلة للتعارف بينهم، (صلاح عبد الحميد، 2012، 206).

ويأتي الهدف الاساس من الموقع هو إقامة علاقات بين الأفراد المستخدمين وتكوين مجموعات لها نفس الاهتمامات والميول بالإضافة إلى معرفة ما يفكر به هؤلاء الأفراد ومعرفة اهتماماتهم الاجتماعية والثقافية، اذ يتميز الموقع بإعطائه المستخدم إمكانية حجب معلوماته الشخصية عن الأفراد الذي لا يرغب برؤية محتواه حيث يتيح لكل فرد ان يضع قيود على بعض الانشطة بحيث لا يراها الا مجموعة يقوم هو بتحديدتها من اصدقائه، يضاف إلى ذلك إمكانية رفضه لطلبات الصداقة بسهولة تامة كما أن الموقع لا يسمح بتصفح أخبار الآخرين الا في حالة الأفراد ينتمون إلى نفس المجموعة أو لديهم أصدقاء مشتركون، (محمود حمدي، 2009، 1572).

ومما تقدم ذكره نجد ان الفيس بوك موقع اجتماعي في العالم الافتراضي على الشبكة العنكبوتية يهدف لتعزيز التفاعل الاجتماعي ويوفر مساحة مفتوحة للمستخدمين من أجل التعبير عن مشاعرهم عبر مجموعه معينة من طرق التفاعل، (انشرح الشال، 2013، 185).

مجالات استخدام الفيس بوك:

1- الاستخدامات الاتصالية الشخصية:

من الواضح ان استخدام الفيس بوك في المجال الاتصالي هو الأكثر شيوعا من مجالات الاستخدام ولعل الغرض الأول من مواقع التواصل الاجتماعي هو التواصل الشخصي بين الأصدقاء في بقعة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف لايزال موجود مع التطورات التي طرأت على مواقع التواصل من ناحية الخدمات التي تقدمها والتقنيات التي تستخدمها بالإضافة إلى خروجها من نطاق الدولة الواحدة إلى العالمية، (ليلى جرار، 2012، 51-52).

2- الاستخدامات في العملية التعليمية والتربوية:

لعب موقع الفيس بوك دورا كبيرا في تطوير التعليم الالكتروني ذلك من خلال إضفاء الجانب الاجتماعي عليه، حيث أشرك جميع الاطراف في العملية التربوية بدء من مدير المدرسة واولياء الامور والكوادر التدريسية، فاستخدام الفيس بوك زاد من فرص التواصل والاتصال خارج المدارس وساعد على الخروج من نطاق الوقت وقضى على الكثير من الرسميات داخل الابنية المدرسية، (سماح الشاوي، 2009، 126)

3- الاستخدامات الدعوية:

لجأت العديد من الطوائف الاسلامية ومن غيرها إلى فتح باب الدعوة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وعلى وجه الخصوص موقع الفيس بوك، اذ أصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة وهو ما عده آخرون انتقال بشكل إيجابي للتواصل العالمي في ضل الانغلاق الذي يشهده الإعلام الرسمي في كثير من الدول، (ولاء إسماعيل، 2011، 202).

مميزات الفيس بوك:

لا يخلو التفاعل الذي يحصل داخل مجتمع الإنترنت من وجود مؤشرات أدبية أو اهتمامات ترفيهية كما يحتوي موقع الفيس بوك على تطبيقات معينة مثل تطبيق إرسال هدية أو معانقة ويمكن للمستخدمين من تبادل

الدعم العاطفي مع الآخرين عن طريق استخدام وسائل تفاعلية مختلفة، وقد يتيح الفيس بوك للمستخدمين فيه إنشاء والانضمام إلى المجموعات المتكونة دون أي قيود والتي يمكن ان تسد رغباتهم لتكوين شعبية أو جاذبية أو غيرها من مفاهيم الحياة العامة، (سعد الشهراني، 2011، 20).

دور الفيس بوك في التوعية الصحية:

أظهرت دراسات أجريت مؤخراً أن نسبة استخدام الإنترنت للحصول على معلومات صحية أخذ بالتزايد وهذا ما اكده تقرير لوكالة IGrossing للتسوق الرقمي اذ نص على ان الإنترنت كان المصدر الاوسع للحصول على معلومات تتعلق بالجانب الصحي وقد بين مركز هاريس انتركتيف وبيو للأبحاث ان حوالي 80% من مستخدمي الإنترنت وحوالي 66% من مجمل البالغين في الولايات المتحدة اصبحوا يستخدمون الإنترنت للتوصل إلى معلومات صحية وتلقيهم نصائح تتعلق بالجانب الصحي كما ويلاحظ ان طالبي المعلومات الصحية أبدوا اهتمام خاص في مواقع التواصل الاجتماعي و وسائل الإعلام الحديثة مثل المنتديات والمدونات، (محمد السيد حلاوة، 2011، 114).

مع التزايد المستمر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح الفيسبوك منصة هامة للتوعية الصحية. بفضل قاعدة مستخدميه الواسعة وأدواته المتعددة، يمكن أن يلعب الفيسبوك دوراً حيوياً في نشر المعلومات الصحية، وتعزيز السلوكيات الصحية، ومكافحة المعلومات الخاطئة، (محمد سيد ريان، 2014، ص40).

يعد الفيسبوك أداة فعالة لنشر المعلومات الصحية، اذ يمكن للمنظمات الصحية والمستشفيات والأطباء استخدام الصفحات الرسمية لنشر مقالات ومعلومات حول الأمراض، وطرق الوقاية منها، وأحدث العلاجات، كما يأتي من بين التسهيلات التي قدمها الفيسبوك هي القدرة على التواصل المباشر مع الجمهور ويمكن للمرضى والمستخدمين العاديين طرح الأسئلة على الصفحات الرسمية أو عبر الرسائل الخاصة، والحصول على إجابات من المختصين، ويعمل هذا

على تعزيز الثقة بين مقدمي الرعاية الصحية والجمهور ويتيح توفير الدعم والمشورة اللازمة في الوقت الحقيقي، (مرسي مشري، 2012، ص157).

الفيسبوك يوفر منصة مثالية لتنظيم حملات توعية صحية واسعة النطاق. يمكن للمنظمات الصحية إطلاق حملات تفاعلية تشمل فيديوهات مباشرة (live)، واستطلاعات رأي، ومنشورات تفاعلية تهدف إلى زيادة الوعي بقضايا صحية محددة مثل الوقاية من الأمراض، وأهمية التطعيم، والنصائح الغذائية.

ويشجع الفيسبوك على إشراك المجتمع في التوعية الصحية من خلال السماح للمستخدمين بمشاركة قصصهم وتجاربهم الصحية. هذا يمكن أن يكون مصدر إلهام للآخرين ويعزز من حس التضامن المجتمعي، من خلال منحهم إمكانية مشاركة القصص الشخصية المساعدة في تقليل الوصمة المرتبطة ببعض الأمراض وتعزيز من دعم المرضى لبعضهم البعض، كما يمثل الفيسبوك يمثل أداة قوية للتوعية الصحية، بفضل قدرته على الوصول إلى جمهور واسع وتوفير منصات تفاعلية متعددة.

وعبر استخدام الفيسبوك بشكل فعال يمكن للمنظمات الصحية والأفراد المساهمة في تحسين الوعي الصحي وتعزيز السلوكيات الصحية الإيجابية، ذلك من خلال نشر المعلومات الصحيحة، والتواصل المباشر مع الجمهور، وتنظيم حملات التوعية، اذ يمكن للفيسبوك أن يلعب دورًا محوريًا في تعزيز الصحة العامة.

المبحث الثالث

التحليل الاحصائي للبحث

جدول رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	68	57%
انثى	52	43%
المجموع	120	100%

جدول رقم (2) يوضح مدى استخدام موقع الفيسبوك من قبل المبحوثين

مدى استخدام الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل كبير	25	21%
نعم بشكل متوسط	51	43%
نعم بشكل قليل	44	37%
المجموع	120	100%

جدول رقم 2 يبين ان عبارة نعم بشكل متوسط جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة 43% وبتكرار 51، في حين جاءت عبارة نعم بشكل قليل بالمرتبة الثانية بتكرار 44 وبنسبة 37%، واخيراً جاءت عبارة نعم بشكل كبير بالمرتبة الثالثة بتكرار 25 وبنسبة 21%.

ان سبب استخدام الجمهور لموقع الفيسبوك لكونه يحظى بانتشار واسع، فضلاً عن سهولة الاستخدام وقلة التكلفة وما يوفره من مزايا مقارنة بالمواقع الاجتماعية الأخرى، لذا نجد ان عينة الدراسة تستخدم موقع الفيسبوك بدرجة متوسطة يرجع الى ظهور مواقع أخرى أصبحت منافس كبير لموقع الفيسبوك مثل موقع التيك توك، إضافة الى انشغال الجمهور بالحياة الاجتماعية.

جدول رقم (3) يكشف الوقت الذي يقضيه المبحوث في استخدام الفيسبوك

كم من الوقت تقضي لاستخدام الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية
اقل من ساعة	46	38%
ساعة	51	43%
ثلاث ساعات فأكثر	23	19%
المجموع	120	100%

جدول رقم 3 يبين ان الجمهور عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك ساعة في اليوم بنسبة 43% وبتكرار 51، اما في المرتبة الثانية فقد جاءت عبارة اقل من ساعة بتكرار 46 وبنسبة 38%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة ثلاث ساعات فأكثر بتكرار 23 وبنسبة 19%.

ان انخفاض نسبة استخدام موقع الفيسبوك، يعود الى ظهور مواقع اجتماعية أخرى، فضلها الجمهور عينة الدراسة بعد ان كان الفيسبوك يحظى بنسب استخدام عالية، لكون طبيعة الجمهور يبحث عن المستجدات في الساحة التقنية، مع بقاء موقع الفيسبوك على مزاياه التقليدية، التي تحولت بعد سنوات الى شعور الجمهور بالملل اثناء الاستخدام.

جدول رقم (4) يوضح مدى متابعة الجمهور لحملات التوعية الصحية في الفيسبوك

هل تتابع حملات التوعية الصحية في الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل كبير	26	22%

47%	56	نعم بشكل متوسط
32%	38	نعم بشكل قليل
100%	120	المجموع

جدول رقم 4 يوضح مدى متابعة حملات التوعية الصحية في الفيسبوك، إذ جاءت عبارة نعم بشكل متوسط بالمرتبة الأولى بنسبة 47% وبتكرار 56، في حين جاءت عبارة نعم بشكل قليل بالمرتبة الثانية بتكرار 38 وبنسبة 32%، اما المرتبة الأخيرة فقد جاءت عبارة نعم بشكل كبير بتكرار 26 وبنسبة 22%.

تتسق هذه النتيجة مع ما ذهبت اليها الدراسات الإعلامية في ان موقع الفيسبوك أصبح اقل استخداماً من قبل الجمهور مقارنة بالأعوام السابقة، فضلاً عن عدم اهتمام الجمهور عينة الدراسة بالجوانب الصحية التي تنشر في شبكات التواصل الاجتماعي، وتركيز متابعتهم على قضايا الشأن العام الأخرى التي تحظى باهتمامهم، إضافة الى قلة الثقافة الصحية لدى عينة الدراسة.

جدول رقم (5) يوضح أبرز الحملات الصحية المتابعة على الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	أبرز الحملات الصحية المتابعة في الفيسبوك
29%	35	حملات اللقاح ضد شلل الأطفال
13%	16	حملات الفحص المبكر للسرطان
8%	10	حملات الإقلاع عن التدخين
49%	59	حملات التلقيح ضد الحصبة
100%	120	المجموع

تكشف بيانات جدول رقم 5 ان حملات التلقيح ضد الحصبة جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة 49% وبتكرار 59، اما في المرتبة الثانية فقد جاءت حملات اللقاء ضد شلل الأطفال بتكرار 23 وبنسبة 29%، في حين ان

حملات الفحص المبكر للسرطان بالمرتبة الثالثة بنسبة 13% وبتكرار 16، وأخيرا جاءت حملات الإقلاع عن التدخين بالمرتبة الرابعة بتكرار 10 وبنسبة 8%.

ان تصدر حملات التلقيح ضد الحصبة بالمرتبة الأولى جاء نتيجة تزامن مع إطلاق وزارة الصحة العراقية حملاتها التوعوية المكثفة ضد مرض الحصبة، مما جعلها في محل اهتمامات عينة الدراسة، اما الحملات الأخرى فكانت أيضاً ضمن اهتمامات عينة الدراسة، لكونها أصبحت منتشرة في الآونة الأخيرة.

جدول رقم (6) يبين مدى اسهام الفيسبوك في التوعية الصحية

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة الفيسبوك في التوعية الصحية
18%	22	نعم بشكل كبير
48%	57	نعم بشكل متوسط
34%	41	نعم بشكل قليل
100%	120	المجموع

جدول رقم 6 يبين ان عبارة نعم بشكل متوسط بالمرتبة الأولى بتكرار 57 وبنسبة 48%، في حين جاءت عبارة نعم بشكل قليل بنسبة 34% وبتكرار 41، وأخيرا جاءت عبارة نعم بشكل قليل بتكرار 22 وبنسبة 18%

تتوافق هذه النتيجة مع ما اكدته الدراسات الإعلامية في ان تكثيف حملات التوعية الصحية في وسائل الاعلام ومن ضمنها مواقع التواصل الاجتماعي له انعكاس على متابعة الجمهور لتلك الحملات الصحية، إضافة الى اعتماد موقع الفيسبوك على خوارزمية تعمل على تكرار الحملات التوعية لدى الجمهور.

جدول رقم (7) يوضح أبرز الصفحات التي يتابعها الجمهور في الفيسبوك

أبرز الصفحات المتابعة على الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية
صحتك حياتك	18	11.2%
صفحة وزارة الصحة العراقية	66	41.2%
صفحة منظمة الصحة العالمية في العراق	31	19.3%
التوعية الصحية	19	11.8%
التوعية الصحية العامة/ العراق	9	5.6%
التوعية الصحية والنفسية	17	10.6%
المجموع	160	100%

سمح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

يكشف جدول رقم 7 ان صفحة وزارة الصحة العراقية جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة 41,2% ويتكرر 66، ومن ثم جاءت صفحة منظمة الصحة العالمية في العراق بالمرتبة الثانية بتكرار 31 وبنسبة 19,3%، اما في المرتبة الثالثة فقد جاءت صفحة التوعية الصحية بنسبة 11,8% ويتكرر 19، فيما حلت في المرتبة الرابعة صفحة صحتك حياتك بنسبة 11,2% ويتكرر 18، بينما احتلت صفحة التوعية الصحية والنفسية المرتبة الخامسة بتكرار 17 وبنسبة 10,6%، وأخيرا جاءت صفحة التوعية الصحية العامة/العراق بتكرار 9 وبنسبة 5,6%.

ان تصدر صفحة وزارة الصحة العراقية بالمرتبة الأولى كأبرز الصفحات في الفيسبوك، جاء نتيجة الحملات المنتظمة التي تطلقها الوزارة عبر صفحاتها، فضلا عن تمتع الصفحة بثقة عالية لدى الجمهور عينة الدراسة، لكون شبكات التواصل الاجتماعي ولا سيما موقع الفيسبوك استخدم في بعض الحالات في نشر الاخبار المزيفة مما جعل الجمهور يهب الى متابعة الصفحات التابعة الى الجهات الرسمية الموثوقة.

نتائج الدراسة:

1- تؤكد نتائج الدراسة ان الجمهور عينة الدراسة يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة 100%، وبشكل

متفاوت.

- 2- توضح نتائج الدراسة ان المهور عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك ساعة في اليوم بنسبة 43%.
- 3- اثبتت نتائج الدراسة ان الجمهور عينة الدراسة يتابع الحملات التوعوية الصحية في الفيسبوك بنسب مختلفة.
- 4- كشفت نتائج الدراسة ان حملات التلقيح ضد مرض الحصبة تصدرت الحملات التوعوية الصحية التي يتابعها الجمهور عينة الدراسة، بنسبة 49%.
- 5- بينت نتائج الدراسة ان موقع الفيسبوك يسهم في تعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور عينة الدراسة بنسب مختلفة.
- 6- أظهرت نتائج الدراسة ان صفحة وزارة الصحة العراقية تحتل المرتبة الأولى كأبرز الصفحات التي تهتم بالجوانب التوعوية الصحية، بنسبة 41.2%.

التوصيات:

- 1- ضرورة استثمار انتشار مواقع التواصل الاجتماعي لتكثيف الحملات المتعلقة بالتوعية الصحية.
- 2- ضرورة قيام الباحثين في اجراء دراسات موسعة حول الحملات التوعوية الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- ضرورة اهتمام الصفحات المتابعة من قبل جمهور عينة الدراسة باتباع أساليب وطرق مبتكرة لجذب انتباه المستخدمين للمواقع الاجتماعية، ذلك لإنجاح حملاتها التوعوية الصحية.

قائمة المصادر:

- 1- اسما حسين حافظ، الاتجاهات المنهجية الحديثة في دراسات وبحوث الإعلام، ط1، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2013)
- 2- أسماء محمد الصالح، علم الاجتماع الطبي ط، 1، دار المناداة للنشر والتوزيع، مصر، 2009
- 3- امينة يخلف ومريم مخلوف (2020) "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين -دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة جيجل".
- 4- بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ط1، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2011)
- 5- حليلة حبجوب، (2015)، "دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية الصحية - دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة أم البواقي"
- 6- سعد البطوطي، التسويق السياحي (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 2012)

- 7- سماح عبد الرزاق الشاوي علاقة التفاعلية باستخدام الشباب المواقع الموجهه لهم على شبكة الإنترنت دراسة ميدانية على الجمهور والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة ،الاعلام (2009)
- 8- الصالحة محمد مسعود الدماري، (2021)، "اعتماد الجمهور الليبي على التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا".
- 9- صلاح عبد الحميد، الإعلام الجديد (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2012)
- 10- عاطف العبد، المنهج العلمي في المناهج الإعلامية، ط1 (القاهرة: دار الهاني، 2000)
- 11- محمد السيد حلاوة ورجاء علي عبد العاطي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الإنترنت والفيس بوك (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2011).
- 12- محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، (القاهرة: مركز الاهرام للنشر والترجمة والتوزيع، 2014).
- 13- محمد عبد المجيد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 2004)
- 14- محمود حمدي" دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب": دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، المؤتمر العلمي الخامس عشر (الإعلام والاصلاح)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يوليو 2009، الجزء الثالث
- 15- مرسى مشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، كانون الثاني 2012.
- 16- ولاء مسعد إسماعيل، المجتمع الافتراضي والهوية: دراسة تطبيقية على الجمهور المصري، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، 2011).
- 17- ياسين بودراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الجامعيين، رسالة ماجستير، 2019- 2020 قسنطينة