

جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من
فيروس كورونا:
وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية نموذجاً

إعداد
مريم زياد حسن عبد الله

إشراف
د. عبد الكريم سرحان

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلاقات العامة
المعاصرة من كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين.

2021

توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس
كورونا: وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية نموذجاً

إعداد

مريم زياد حسن عبد الله

نُوقِشت هذه الأطروحة بتاريخ: 2021/6/8، وأُحيِزت.

أعضاء لجنة المناقشة:

- د. عبد الكريم سرحان / مشرفاً ورئيساً

- د. علي نجادات / ممتحناً خارجياً

- د. عامر قاسم / ممتحناً داخلياً

التوقيع
.....
علي محمد
.....

ب

الإهداء

إلى قدوتي الأولى وسندي الذي علمني المثابرة والإصرار ... والدي الحبيب

إلى القلب الحنون ومنبع الحب والأمل ومن كانت بجانبني بكل مراحل الحياة ... والدتي الحبيبة

إلى عزوتي ورفاق روحي من كانوا عوناً وسنداً ... إخوتي

إلى من وقفوا بجانبني وشجعوا خطواتي ... صديقاتي

إلى كل من علمني حرفاً . . .

أهدي هذا الجهد المتواضع

مريم زياد حسن عبد الله

شكر وتقدير

أبدأ بحمد الله العليّ القدير وشكره على جزيل نعمه الذي وفقني وأعانني على إتمام هذا العمل،
لك الحمد يا ذا الجود والمجد والعلّاء.

يسرني أن أتقدم بالشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذي الفاضل الدكتور عبد الكريم سرحان رئيس
قسم العلاقات العامة والاتصال، لإشرافه على هذه الرسالة ولجهوده العظيمة في إرشادي وعلى
ما بذله من جهد متواصل ونصح وتوجيه من بداية مرحلة البحث حتى إتمام هذه الرسالة.
وأقدم بجزيل الشكر والعرفان للأستاذة الأكاديميين في كلية الإعلام وفي برنامج ماجستير
العلاقات العامة المعاصرة لما قدموه من علم نافع وعطاء متميز.

كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير لأبي وأمي، فلولا وجودهم لما كنت هنا ولولا رعايتهم
وتضحياتهم لما وصلت لما أنا به الآن.

وأقدم كامل شكري وامتناني لعائلتي ولأصدقائي ولزملائي الذين دعموا وساندوا.

لكم مني جزيل الشكر والامتنان.

مريم زياد حسن عبد الله

الإقرار

أنا الموقعة أدناه، مقدمة الرسالة التي تحمل عنوان:

توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا: وحدة العلاقات

العامة في وزارة الصحة الفلسطينية نموذجاً

أقر بأن ما اشتملت عليه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه فيما

ورد، وأن هذه الرسالة ككل، أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو

بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise reference, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

Student's Name:

اسم الطالبة: مريم زياد حسن عبد الله

Signature:

التوقيع:

Date:

التاريخ: 2021/6/8

فهرس المحتويات

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	الإهداء	ب
2	شكر وتقدير	د
3	إقرار	هـ
4	فهرس المحتويات	و
5	فهرس الجداول	ط
6	فهرس الملاحق	ل
7	الملخص	م
8	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
9	المقدمة	2
10	مشكلة الدراسة	3
11	تساؤلات الدراسة	4
12	أهداف الدراسة	5
13	أهمية الدراسة	5
14	مبررات الدراسة	6
15	حدود الدراسة	6
16	مصطلحات الدراسة	7
17	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
18	العلاقات العامة	10
19	مفهوم العلاقات العامة	10
20	وظائف العلاقات العامة	11
21	أهداف العلاقات العامة	14
22	نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	14
23	نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	15
24	تأثيرات الاعتماد على الاتصال الرقمي	17
25	نظرية الاستخدامات والإشباع	20
26	نشأة نظرية الاستخدامات والإشباع	21

الرقم	الموضوع	الصفحة
27	استخدامات الاتصال الرقمي وإشبعاته	24
28	مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي	25
29	شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك	27
30	خصائص شبكات التواصل الاجتماعي	27
31	العلاقات العامة وتوظيفها لوسائل التواصل الاجتماعي	29
32	التوعية الصحية	30
33	مفهوم الوعي الصحي	30
34	التوعية الصحية وشبكات التواصل الاجتماعي	32
35	الأخبار والمعلومات الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	33
36	فيروس كورونا	34
37	أعراض مرض كوفيد-19	35
38	كيفية انتشار مرض كوفيد-19	35
39	الجانب الميداني "وزارة الصحة الفلسطينية"	35
40	وحدة العلاقات العامة والإعلام في وزارة الصحة الفلسطينية	36
41	أهداف وحدة العلاقات العامة والإعلام	36
42	الدراسات السابقة	38
43	الدراسات العربية	38
44	الدراسات الأجنبية	48
45	التعقيب على الدراسات السابقة	54
46	الفصل الثالث: منهجية الدراسة	
47	نوع البحث ومنهجه	58
48	مجتمع الدراسة	59
49	عينة الدراسة	59
50	أدوات الدراسة	61
51	صدق الأداة	63
52	ثبات الأداة	64
53	الإجراءات العلمية للدراسة	64

الرقم	الموضوع	الصفحة
54	متغيرات الدراسة	65
55	المعالجات الإحصائية	66
56	الفصل الرابع: نتائج الدراسة	
57	نتائج الاستبيان (التحليل الكمي)	68
58	نتائج الدراسة المتعلقة بالأسئلة من نوع الاختيار من متعدد	68
59	النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة	74
60	نتائج المقابلات (التحليل الكيفي)	74
61	النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيسي	74
62	المحور الأول: استخدام شبكة الفيسبوك من قبل ممارسي العلاقات العامة	89
63	المحور الثاني: الاعتماد على شبكة الفيسبوك	90
64	المحور الثالث: التغطية عبر شبكة الفيسبوك	90
65	المحور الرابع: توظيف النظريات والأسس العلمية	91
66	المحور الخامس: دور وحدة العلاقات العامة في مواجهة تداعيات جائحة فيروس كورونا عبر شبكة الفيسبوك	93
67	النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثالث	94
68	النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الرابع	95
69	النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الخامس	95
70	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات	
71	مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة	98
72	مناقشة نتائج الدراسة المتعلقة بالأسئلة من نوع الاختيار من متعدد	110
73	مناقشة النتائج وفق النظريات النازمة للدراسة	111
74	التوصيات	113
75	المصادر والمراجع	115
76	الملاحق	121
77	Abstract	B

فهرس الجداول

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
1	توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها المستقلة	60
2	فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها	63
3	مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس (ليكرت) الخماسي	63
4	معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha)	64
5	توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة وفقاً لأكثر منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها	68
6	توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة وفقاً للغرض الأساسي من استخدام منصة الفيسبوك	69
7	توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة وفقاً لعدد المرات التي تستخدم فيها موقع الفيسبوك	70
8	توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة وفقاً للمدة الزمنية التي تقضيها في تصفح موقع الفيسبوك في كل مرة	70
9	توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة وفقاً لسبب متابعة صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك	71
10	توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة وفقاً لأفضل طريقة لنشر المعلومات والإرشادات التوعوية لتعزيز الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية	72
11	توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة وفقاً للقنوات الأنسب للحصول على المعلومات عن قطاع الرعاية الصحية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا	73
12	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	75

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
13	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك)، والثالث (الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	77
14	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك)، والرابع (نتائج توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي	80
15	نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير النوع الاجتماعي	83
16	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الفئات العمرية للدرجة الكلية	84
17	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير الفئات العمرية	85
18	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية	85
19	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير المؤهل العلمي	86
20	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير طبيعة العمل للدرجة الكلية	86
21	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة	87

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
	العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير طبيعة العمل	
22	نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير طبيعة العمل	87

فهرس الملاحق

الرقم	الملحق	الصفحة
1	الاستبانة	122
2	مقابلة رقم (1)	130
3	مقابلة رقم (2)	132
4	مقابلة رقم (3)	135
5	مقابلة رقم (4)	138
6	أسماء محكمين الاستبانة	143

توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا: وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية نموذجاً

إعداد

مريم زياد حسن عبد الله

إشراف

د. عبد الكريم سرحان

الملخص

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى معرفة مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)، إضافة إلى التعرف على دور صفحة الفيسبوك الخاصة بوزارة الصحة الفلسطينية، في مواجهة الجائحة ومدى فاعلية رسائلها، والكشف عن مدى الاعتماد على شبكة الفيسبوك كمصدر للتوعية الصحية.

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، ولجأت الباحثة إلى استخدام أداة المقابلة المعمقة على كل من مدراء وحدة العلاقات العامة، ومديرة دائرة التثقيف وتعزيز الصحي في وزارة الصحة الفلسطينية، بالإضافة لتوزيع استبانة الكترونية على عينة الدراسة المتمثلة بـ (385) مفردة من متابعي صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية من مواطني الضفة الغربية.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: قيام وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة بتوظيف صفحتها على شبكة الفيسبوك في تعزيز توعية الجمهور بشأن الوقاية من فيروس كورونا، بشكل فعال ويلبي احتياجات الجمهور. وتبين النتائج أن وحدة العلاقات العامة بوزارة الصحة استطاعت أن تحقق للجمهور الاعتماد بشكل كبير على صفحتها عبر توفير الأخبار والمعلومات فور حدوثها ومواكبة تطورات الوضع الوبائي.

وفي ضوء نتائج الدراسة أوصت الباحثة بمجموعة من التوصيات أبرزها: التركيز على شبكة الفيسبوك كوسيلة إرشادية وتثقيفية حول لقاحات فيروس كورونا، حيث تحظى صفحة وزارة الصحة

الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك بمتابعة كبيرة من قبل الجمهور الفلسطيني. ضرورة الاهتمام بالتفاعل مع الجمهور عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم مباشرة عبر الصفحة وبشكل منتظم؛ لتزويد الجمهور بما قد يحتاجه من معلومات وإرشادات، ولزيادة أعداد المتابعين.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، التوعية الصحية، جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19).

الفصل الاول

الإطار العام للدراسة

الفصل الاول

الإطار العام للدراسة

مقدمة الدراسة:

في ظل التطورات التي يشهدها العالم جراء انتشار جائحة فيروس كورونا المستجد والخطر الذي شكل أزمة صحية عالمية، وتسبب بأزمات في مختلف المجالات، باتت التوعية الصحية تشغل حيزاً مهماً وحاجة ملحة وضرورية؛ لتعزيز وعي الجمهور وتزويده بالمعلومات والإرشادات اللازمة لمكافحة الفيروس، ونشر السلوكيات والعادات التي تعزز الثقافة الصحية لدى الفرد في الحفاظ على سلامة مجتمعه.

ومع الزخم الهائل على صفحات شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، والتي تناولت أخباراً ومعلومات عن فيروس كورونا وسبل الوقاية منه (الرباع، 2020، ص. 453)، برز دور ممارسي العلاقات العامة في الوزارات والمنظمات الحكومية والقطاعات الصحية في تسخير هذه الشبكات؛ للتأثير في حياة الناس، وتغيير سلوكياتهم بشكل ايجابي وفعال؛ للمحافظة على سلامة المجتمع، والارتقاء بالوعي الصحي. خاصة مع التوجه الكبير لاستعمال مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور، حيث أصبحت تشهد إقبالاً غير مسبوق من مختلف شرائح المجتمع (قاسمي وسلطاني، 2015، ص. 39)، وباتت تلعب دور الوسيط بين مختلف المنظمات وجمهورها.

للعلاقات العامة دور هام في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي والاستفادة من مميزاتهما، فمنذ ظهور الانترنت، شهد هذا العصر قفزة كبيرة في عالم الاتصال والمعلومات مما ترك أثراً واضحاً وكبيراً على كل النشاطات الإدارية، ومنها أنشطة العلاقات العامة التي أحدثت تأثيرات وتغيرات كبيرة فيها (هتيمي، 2015، ص. 44).

وتشكل شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك واقعاً جديداً في مجال الرعاية والتوعية الصحية، وتساهم في خلق وعي صحي أكبر للأفراد. حيث توفر لهم مساحة للمناقشة، ولتبادل المعلومات والخبرات (Lapointe, Ramaprasad & Vedel. 2014)، ومن هنا تبرز الحاجة للاهتمام

بالطرق الاتصالية وبالمضامين التوعوية التي يتم نشرها عبرها، وذلك بهدف تحقيق المؤسسة لأهدافها. وبما أن التوعية الصحية تؤدي دوراً هاماً في رفع مستوى الصحة لدى أفراد المجتمع وتعد وسيلة فعالة ورئيسية تساهم في تحسين مستوى الصحة العام، تسعى وزارة الصحة الفلسطينية عبر صفحتها على شبكة الفيسبوك إلى رفع الوعي الصحي في المجتمع الفلسطيني من خلال تعزيز صحة الفرد والمجتمع، وتزويد جمهورها بالمعلومات الصحية التوعوية لتوفير بيئة صحية آمنة للمواطنين، فجاءت هذه الدراسة لقياس مدى توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)، وتسليط الضوء بشكل خاص على الممارسين في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية نحو استخدام هذه الشبكة.

تناولت الدراسة خمسة فصول، تضمن الفصل الأول المقدمة، وقامت الباحثة بتعريف مشكلة الدراسة وأهميتها، بالإضافة إلى أسئلة الدراسة وحدودها ومصطلحاتها. أما الفصل الثاني فتناول الإطار النظري والدراسات السابقة، حيث حدد هذا الفصل نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ونظرية الاستخدامات والإشباع كإطار نظري للدراسة. بينما تناول الفصل الثالث المنهجية التي استخدمتها الباحثة. واستعرض الفصل الرابع نتائج الدراسة. أما الفصل الخامس فقد ناقشت الباحثة فيه النتائج التي حصلت عليها وقامت بتفسيرها في ضوء الدراسات والأبحاث السابقة، بالإضافة لأهم الاستنتاجات والتوصيات التي تم التوصل لها.

مشكلة الدراسة:

مع انتشار فيروس كورونا وخطورته، برزت الحاجة للتوعية الصحية عبر مختلف وسائل الاتصال؛ للوقاية والحد من انتشاره، ومع ارتفاع معدل الإصابات في فلسطين بفيروس كورونا (كوفيد-19)، حيث بلغ مجمل الحالات المسجلة لدى وزارة الصحة الفلسطينية 332.668 حالة في مختلف المحافظات الفلسطينية ("المرصد الإلكتروني لكوفيد 19"، 2021، فقرة 1). وقد أظهرت نتائج الدراسات أن استخدام مواقع وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات لتقديم المحتوى الإرشادي يمكن أن يكون وسيلة فعالة في زيادة الوعي الصحي، وتبين الدراسات أن أكثر المنصات شيوعاً كانت الفيسبوك واليوتيوب (Lapointe, Ramaprasad & Vedel, 2014).

وانطلاقاً من مدى أهمية شبكة الفيسبوك والثورة التي أحدثتها في عالم الاتصال والتواصل والمعلومات، والتي أصبحت أكثر استخداماً من قبل مختلف فئات المجتمع، وتزايد الاهتمام بهذه التقنية الحديثة، وغدت أداة للتواصل والترويج لمختلف أنشطة العلاقات العامة. فإن مشكلة الدراسة تتمثل في معرفة مدى توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا من قبل وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية.

تساؤلات الدراسة:

ما مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)؟

وينبثق عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما مدى الاعتماد على شبكة الفيسبوك كمصدر للتوعية الصحية لمواجهة فيروس كورونا؟
2. ما مدى فاعلية رسائل التوعية الصحية التي توجهها وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك لجمهورها للوقاية من فيروس كورونا؟
3. ما دور شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية؟
4. ما هي المعوقات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية عند استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)؟
5. ما دور صفحة وزراء الصحة الفلسطينية في منع انتشار الأخبار الزائفة عبر شبكة الفيسبوك؟
6. هل تختلف اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية، للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، والمؤهل العلمي، وطبيعة العمل)؟

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة للتعرف على ما يلي:

- مدى توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس (كورونا).
- تحديد مدى الاعتماد على شبكة الفيسبوك كمصدر للتوعية الصحية لمواجهة فيروس كورونا.
- مدى فاعلية رسائل التوعية الصحية التي توجهها وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك لجمهورها للوقاية من فيروس كورونا.
- دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية.
- المعوقات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية عند استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- دور صفحة وزارة الصحة الفلسطينية في منع انتشار الأخبار الزائفة عبر شبكة الفيسبوك.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع وحداثته وخطورته، حيث تشكل جائحة كورونا خطراً عالمياً ومحلياً، وتتناول الدراسة أحد أهم مجالات الحياة وهي التوعية الصحية، وتستمد الدراسة أهميتها من كونها تعطي نتائج واضحة عن أثر توظيف صفحة الفيسبوك الخاصة بوزارة الصحة الفلسطينية في التوعية الصحية للوقاية من جائحة فيروس (كورونا كوفيد -19). كما تتطرق الدراسة إلى دور العلاقات العامة في الترويج لبرامج التوعية الصحية ومدى فاعليتها في توعية الجمهور الفلسطيني. إضافة إلى أنها تقدم مجموعة من التوصيات لوحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية بغية المساهمة في تمكين دور العلاقات العامة في التوعية الصحية. حيث إن تعزيز الوعي الصحي موضوع في غاية الأهمية، ويتطلب المزيد من الجهود والاستمرارية؛ لتقديم الأخبار والمستجدات بكل مصداقية، ونشر المعلومات الوافية والصحيحة لرفع وعي الجمهور. وتكمن

الأهمية العلمية للدراسة أنها تضيف بحثاً جديداً حول توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تعزيز الوعي الصحي حول فيروس كورونا.

مبررات الدراسة:

بالنظر لما تحتله وسائل التواصل الاجتماعي، وتحديدًا شبكة الفيسبوك من حيز مهم في حياة الأفراد، وعدم قدرتهم عن الاستغناء عنها، واعتمادهم عليها كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات، برزت الحاجة إلى توظيف هذه الوسائل في التواصل والتفاعل مع الجمهور بمختلف الموضوعات، ومنها التوعية الصحية. وقبل هذه الطفرة الهائلة كان اعتماد الجمهور قائماً على القنوات التلفزيونية الرسمية، والفضائيات العالمية، والإذاعات، والصحف المحلية في الحصول على النصائح الوقائية وتحذيرات ضد الأمراض والأوبئة، وطرق الوقاية والعلاج، ولكن مع الاستخدام الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي وما تقدمه من تفاعل وتغطية شاملة بشأن ما يطرأ من مستجدات، جاءت هذه الدراسة لفحص ودراسة توظيف العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز الوعي الصحي تحديداً في هذه الفترة الحرجة من انتشار جائحة (فيروس كورونا) المستجد. كما أن الباحثة لاحظت شحاً في الدراسات التي تتناول التوعية الصحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين.

حدود الدراسة:

الحد البشري: المدراء العاملين في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية (أنس الديك مدير عام وحدة العلاقات العامة والإعلام، نسرين الرميلى مديرة دائرة العلاقات العامة، محمد العواودة مدير دائرة الإعلام، ولبنى الصدر مديرة دائرة التثقيف والتعزيز الصحي في وزارة الصحة الفلسطينية)، بالإضافة لتوزيع الاستبيان الإلكتروني على 385 مفردة من جمهور صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك.

الحد المكاني: تم حصر إشكالية الدراسة في فلسطين، في الضفة الغربية في مدينة نابلس ورام الله، حيث تم إجراء المقابلات هاتفياً وعبر البريد الإلكتروني وبرنامج (ZOOM)؛ وذلك لصعوبة اللقاء،

في ظل وجود جائحة كورونا. وقامت الباحثة بتوزيع الاستبيان الالكتروني عبر صفحات التواصل الاجتماعي، واستهداف متابعين صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية.

الحد الزمني: متمثل في الفصل الدراسي الأول للعام 2020-2021م، إذ تم توزيع أداة الدراسة (الاستبانة الالكترونية) على مجتمع الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من تاريخ 07\02\2021 - 06\03\2021. وهي الفترة التي شهدت بها الضفة الغربية الموجة الثالثة من وباء فيروس كورونا. وتعد فترة زمنية مناسبة مابين بدء انتشار الجائحة، وتطورها لتصبح ظاهرة قبالة للدراسة فيما يتعلق بتوظيف وزارة الصحة الفلسطينية لصفحتها على شبكة الفيسبوك في تعزيز الوعي للوقاية من الفيروس.

مصطلحات الدراسة:

العلاقات العامة: "هي الفن القائم على أسس علمية، لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة، وجمهورها، لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع" (الدليمي، 2011، ص. 64).

التوظيف إجرائياً: هو استخدام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة في عمل دوائر وأقسام العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية، بهدف الاتصال والتواصل مع الجمهور وتعزيز الوعي الصحي.

التوعية الصحية: "عملية نستخدم فيها وسائل التعليم والاتصال، لكي ننقل للناس والأفراد والمجتمعات المعرفة، من أجل الوقاية من الأمراض وعلاجها" (العكيلي، 2015، ص. 121).

فيروس كورونا: "فيروسات (كورونا) هي سلالة واسعة من الفيروسات، وتسبب للبشر أمراضاً تنفسية معدية، تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة، مثل: متلازمة التنفسية الحادة (سارس)، وتسبب مرض كوفيد-19" ("مرض فيروس كورونا كوفيد-19): سؤال وجواب"، 2020، فقرة 2).

مرض كوفيد-19: "مرض معد، يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات (كورونا). ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019. وقد تحوّل كوفيد-19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم" ("ما هو مرض كوفيد-19؟ 2020، فقرة 2).

شبكات وسائل التواصل الاجتماعي: "هي مواقع على شبكة الانترنت، تتيح القيام بالتواصل بعدة طرق (كتابة، صوتاً، وصورة)، سواء أكانوا أشخاصاً طبيعيين كالأصدقاء، أو أشخاصاً معنويين، كالشركات والمؤسسات، حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلعة أو منتج معين، وإنجاز الأعمال في مجتمع افتراضي" (شقرة، 2014، ص. 58).

وزارة الصحة الفلسطينية: "هي المؤسسة الوطنية المسؤولة عن تنظيم وقيادة عمل القطاع الصحي في فلسطين، وتقديم الخدمات الصحية الحكومية، وتسعى إلى رفع المستوى الصحي في المجتمع الفلسطيني، من خلال تعزيز صحة الفرد والمجتمع، وتوفير خدمات صحية عالية الجودة لكافة المواطنين، بالإضافة إلى تعزيز برامج التنقيف الصحي، والوعي المجتمعي، والمساهمة في توفير بيئة صحية آمنة للمواطنين" (الاستراتيجية الصحية الوطنية 2017-2022، ص. 5).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

يهدف الإطار النظري للتعرف إلى دور العلاقات العامة في تعزيز التوعية الصحية، من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على النظريات النازمة للدراسة؛ وهي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، نظرية الاستخدامات والإشباعات. ويناقش هذا الفصل المحاور التالية: العلاقات العامة ومفهومها، وأهدافها، ووظائفها، والعلاقات العامة وتوظيفها لوسائل التواصل الاجتماعي، والتوعية الصحية وشبكات التواصل الاجتماعي.

العلاقات العامة:

تمثل العلاقات العامة أهمية بالغة لكافة المنظمات والشركات، وتنبثق أهمية العلاقات العامة للمنظمة والمجتمع من مضمون عمل العلاقات العامة، والذي يدور حول كونه نشاطاً مستمراً، ينطوي عليه إقامة علاقات طيبة مع الجماهير، فهي تعد الحلقة التي تقوم بربط المنظمة بالجمهور الداخلي والخارجي.

أولاً: مفهوم العلاقات العامة

العلاقات العامة لغوياً: هو مصطلح يتكون من: الأولى وهي العلاقات، وهي حصيلة الصلات والاتصالات التي تتوفر بين طرفين، وهي بهذا المعنى ذات اتجاهين يتحكم بها طرفان، ويتوقف وجودها على هذين الطرفين، والثانية هي العامة، ويقصد بها الشائعة، وهي عكس الخاصة، أي التي تشمل عدد كبير من الأفراد وتكون معلنة وصريحة وغير مخفية. إضافة إلى هذا المعنى اللغوي، وللعلاقات العامة العديد من التعريفات الأخرى، منها:

- تعريف مجلة العلاقات العامة الأمريكية: الوظيفة الإدارية التي تقيم اتجاهات وميول الجمهور، وتحدد سياسات وإجراءات الفرد أو المنظمة بما يتماشى مع مصلحة الجمهور، وتخطط وتنفذ برامج عمل للحصول على فهم الجمهور وقبوله (الجوهر، 2004، ص. 17).

- **تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة:** وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة، والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها، والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد، وذلك من خلال قياس الرأي؛ لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياساتها أو أنشطتها، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط (أبو أصبع، 1998، ص. 84).

- **تعريف المعهد البريطاني:** الجهود المخططة والمستمرة لإقامة وإدامة فهم متبادل بين منظمة أعمال وجماهيرها (الجوهر، 2004، ص. 17).

- **تعريف العلاقات العامة في قاموس اكسفورد:** العلاقات العامة هي الفن القائم على أسس علمية، لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة، وجمهورها الداخلي والخارجي، لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع (الدليمي، 2011، ص. 64).

التعريف الإجرائي: يقصد بالعلاقات العامة في هذه الدراسة الجهود المبذولة والمخططة من قبل إدارة العلاقات العامة بالمنظمة، من خلال استخدام وسائل الإعلام الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهدافها، وتوصيل رسائلها، وخلق التفاعل والتواصل بين المنظمة وبين جمهورها.

وتتفق الباحثة مع ما ورد في التعريفات السابقة لمفهوم العلاقات العامة، حيث اتفقت التعريفات بأن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية قائمة على أساس علمي، وجهود مخططة، تساهم في تحقيق أهداف المنظمة، وإقامة علاقة بين هذه المنظمة وجمهورها.

ثانياً: وظائف العلاقات العامة

أن إدارة العلاقات العامة تهتم بالمجتمع والمناخ الاجتماعي والبيئة المحيطة، ومن ثم فإن العاملين في مجالها يجب أن يهتموا بالتعرف على ومواقف واتجاهات وآراء الفئات المستهدفة، ومن ثم الاستجابة لهذه المواقف، وذلك من خلال تطوير رسائل ومبادرات تعبر وتستجيب لاهتمامات

الفئات المستهدفة، وفيما يلي عرض لأهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة (العدوي، 2011. ص.ص 59-60):

1. التوعية العامة: تعمل العلاقات العامة على توعية المجتمع بأهمية المواضيع والقضايا التي تتصدى لها، وأهمية البرامج والخدمات التي تنفذها المنظمة، وحيوية ارتباطها بمصالح المجتمع.
2. كسب أعضاء جدد: توسع العلاقات العامة من اطلاع الأفراد على فلسفة المنظمة ورسالتها وأهدافها، وكذلك تساعد في تقييم برامجها وخدماتها الاجتماعية مما يشجع من إقبال المهتمين على الانضمام لها.
3. كسب التأييد: تعمل على إيصال السياسات والآراء التي تتبناها المنظمة، عبر عدة وسائل ورسائل، وهو ما يؤثر في الرأي العام، وبالتالي قد يؤدي إلى تأييده لمواقف المنظمة ودعمها.
4. واقعية أعمال المنظمة: تساعد المنظمة على استشعار اهتمامات المجتمع وتمكنها من خلال تطوير برامجها وخدماتها الاستجابة لهذه الاهتمامات وتلبيتها.
5. خلق علاقات طيبة مع الجمهور: وذلك من خلال استمرار تواصل وتفاعل المنظمة مع الجمهور، وتبادل المعلومات معهم في إطار من المصادقية.

أما الدليمي فيوضح وظائف العلاقات العامة كما يلي (الدليمي، 2011، ص. 72):

- **البحث:** من أهم وظائف القائمين على عمل العلاقات العامة، هو القيام بالدراسات والبحوث المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام لكل من الجماهير الداخلية والخارجية بالمؤسسة، وجمع البيانات الدقيقة، والمعلومات والحقائق الخاصة بذلك، ومن ثم القيام بتقدير مدى نجاح الأنشطة والحملات الإعلامية ووسائلها المختلفة.
- **التخطيط:** ويقصد بها القيام بتحديد الوسائل الإعلامية المختلفة والمناسبة لكل جمهور، ومن ثم تحديد أسلوب الاتصال بالجمهور المستهدف: كالهيات، والأفراد، وقادة الرأي، وجهات التمويل، وكل الفئات المعنية بنشاط المؤسسة، وذلك من أجل القيام بتنفيذ الخطط المختلفة التي تم رسمها من قبل، ويقوم متخصصو العلاقات العامة برسم البرامج الإعلامية، التي تهدف للترويج

والتسويق لمنتجات الخدمات التي تؤديها مؤسساتهم، مع مراعاة تنفيذ الخطط والأهداف العامة في ضوء عامل الدقة والتكاليف التي تتطلب معرفة البيانات والإحصاءات الدقيقة واللازمة.

- **التقويم:** ويقصد به قياس النتائج الفعلية لتطبيق برامج العلاقات العامة، وتحديد أوجه التقصير، وبالتالي اتخاذ الإجراءات لتصحيح أوجه الخلل، ولضمان فاعلية تنفيذ البرامج وتحقيق الأهداف المنشودة.

أما التقسيم الذي وضعه د. علي عجوة والذي حدد وظائف العلاقات العامة على النحو التالي (عبد، 2004، ص.73):

- **الوظائف الإعلامية:**

- توعية جمهور المنظمة بالخدمات والسلع، وكيفية الاستفادة منها واستخدامها.
- تطوير الأنشطة الإعلامية لإحداث التفاعل الإيجابي مع جماهير المنظمة.
- رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة.

- **وظائف الاستعلام:**

- إجراء البحوث، مثل: البحوث المسحية لجماهير المنظمة أو الرأي العام.
- تحليل اتجاهات ومواقف الجماهير والرأي العام، لدعم الجوانب الإيجابية، ومعالجة الجوانب السلبية.
- تطوير تقنيات استيعاب متغيرات مواقف الجمهور.

- **وظائف التنسيق:**

- ربط خطة إدارة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى في المنظمة.
- برمجة وتنسيق أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى، لمنع التداخل والازدواجية والتعارض.
- تنسيق فعاليات المتابعة والمراقبة لبرامج العلاقات العامة في إطار مراقبة البرامج الأخرى.

ثالثاً: أهداف العلاقات العامة

يتمثل الهدف الأسمى للعلاقات العامة، والذي تلتقي حوله باقي أهدافها الأخرى، وهو كما يقول الدكتور إبراهيم إمام: تحقيق التوافق والانسجام في المجتمع الحديث الذي تعتريه التغيرات السريعة في نظام الحكم والسياسة والمخترعات العلمية. ويتفرع من هذا الهدف أهداف أخرى فرعية، تدور أنشطة العلاقات العامة ووظائفها في إطار تحقيقها (العدوي، 2011، ص.ص 62-63):

1. بناء اسم المنظمة، وإصباغ هذا الاسم بسمعة تلقى استحساناً وقبولاً للجماهير التي تتعامل معها.
2. ضمان توظيف أفضل العناصر البشرية في المنظمة، وذلك بضم أكبر الكفاءات التي ترغب في العمل معها.
3. توجيه ونصح المنظمة عند تحديد سياستها، حتى تراعي اتجاهات جمهورها، والرأي العام في المجتمع، للحصول على رضا المجتمع، واعتراف الرأي العام وكسب تأييده.
4. استخدام الأساليب العلمية المتطورة في مجال العلاقات وتطبيقها، مثل: عمل البحوث والاستقصاءات، واتباع أسلوب المعاينة؛ لاستطلاع رأي الجمهور وتطبيق بحوث الرأي العام.
5. المحافظة على العلاقات الطيبة والقوية بين أعضاء المنظمة والعاملين فيها والمتطوعين معها، وتنمية العلاقات الجيدة بينهم وبين الجماهير المرتبطة بالمنظمة بشكل مباشر أو غير مباشر.
6. مواجهة الأزمات والطوارئ التي قد تتعرض لها المؤسسة، ومساعدتها على تجاوز تلك المواقف بأقل خسارة ممكنة، عبر التنبؤ المبكر، والتحليل المستمر، ومعرفة التطورات.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (MSD) Media System Dependency Theory

بنيت هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتعد هذه النظرية من أبرز التطورات في مجال بحوث الإعلام والتأثير. وتقدم نظرة شاملة لدور وسائل الإعلام، وتجمع بين الاهتمام بمضمون الرسائل الإعلامية، والتأثيرات التي تصيب هذا الجمهور؛ نتيجة تعرضه لتلك الرسائل، بالإضافة إلى أنها تجمع ما بين بعض عناصر علم الاجتماع وعلم النفس، وتفسر العلاقة السببية بين المنظمات والمجتمع، ووسائل الإعلام الحديثة والتقليدية.

وتتص فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أنه كلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما، كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام. وتختلف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور، وفقاً لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم. وتتمحور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، في اعتماد الجمهور على معلومات وسائل الإعلام، ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، والنقطة الهامة في هذه النظرية: أن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلى الدرجة التي يعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل (كافي وآخرون، 2016، ص. 247).

ووفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فإن العلاقة القائمة على الاعتماد الإعلامي ما بين الجمهور والمؤسسة، هي العلاقة التي يكون فيها عنصر إشباع احتياجات الجمهور من معلومات وأخبار متوقفاً على موارد القائمين بالاتصال وما يقدمه من رسائل ومعلومات لهذا الجمهور (Rokeach & DeFleur 1976, p. 6).

نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتسبب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لـ "ملفين ديلفر وساندرا روكيتش" بعد أن حللا معظم نظريات ونماذج الاتصال والإعلام في كتابهما (Theories of Mass Communication) الذي صدر في عام 1989، وقد ذكر الباحثان أن السلوك البشري والعلاقات الاجتماعية تقدم أساساً هاماً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. ويرى ديلفير وروكيتش أن العلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة بينهما يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل "Interdependence". فكل من وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها، وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضهم البعض، والذي أصبح ملزماً في المجتمع الحديث (عبد الحميد، 2004، ص. 203).

وتفترض النظرية أن الأفراد يلجأون إلى تلبية رغباتهم المعرفية، وتشكيل مواقفهم السلوكية في ظروف معينة عبر وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرضهم لوسائل الإعلام (ديلفير وروكيتش، 1989، ص. 436).

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الفروض الفرعية (أبو طالب، 2013، ص. 84):

- وجود علاقة اعتمادية بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظام وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها.
- كلما كانت المعلومات التي تبث عبر وسائل الإعلام ذات أهمية للأفراد، زاد اعتمادهم على هذه الوسائل لاستقاء المعلومات.
- كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات، زاد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل.

ويرى مكاي والسيد أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية (مكاي والسيد، 1998، ص. 320):

1. الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على المعلومات والخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة معلومات عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
2. التوجيه: يشمل على توجيه الأفراد مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ كيف ترتدي ثيابك؟ كيف تحافظ على رشاقتك؟ وكيفية التعامل مع مواقف صعبة أو جديدة.
3. التسلية: وتشمل على الترفيه والتسلية، مثل الاسترخاء والراحة، أو التسلية الاجتماعية، مثل الذهاب إلى السينما أو الاستماع للموسيقى أو مشاهدة التلفاز مع الأسرة.

ومع تطور التقنيات والمستحدثات التكنولوجية في المجتمعات الحديثة، والتقدم المستمر في تكنولوجيا الاتصال الرقمي، تعاظم دور وسائل الإعلام في نقل الأخبار والمعلومات، بالإضافة لتطورها الهائل، فقد أصبحت هذه الوسائل مصدراً ثقافياً وتعليمياً وترفيهياً، ويصحب هذا التطور التقني ظهور شبكات التواصل الاجتماعية، ليصبح الاعتماد على وسائل الإعلام لا يقتصر فقط على الوسائل التقليدية بل يشمل هذه الشبكات.

تأثيرات الاعتماد على الاتصال الرقمي:

يعتبر تفسير ديلفير وروكيتش لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجالاً تطبيقياً متميزاً، لتأثير الاعتماد على وسائل الاتصال الرقمي، حيث إنهم يفترضون قيام علاقة اعتمادية على دعمتين رئيسيتين، تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبي حاجاته، وتحقيق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات، وتحقيق الأهداف (عبد الحميد، 2004، ص. 307).

بالإضافة إلى أن كافة الاتجاهات الفكرية في الاتصال قد اعترفت بتأثير نظم المعلومات الحديثة على مؤسسات الدولة، وعلاقاتها بمواطنيها، مما يؤكد اعتماد الأفراد على هذه النظم، وبصفة خاصة في أوقات الأزمات أو الخروج منها.

ولا يقف مفهوم نظام المعلومات في الاتصال الرقمي على تدعيم الاتصال بالغير، ومعرفة الأخبار والمعلومات وتحليلها وتفسيراتها فقط، ولكنه يمتد ليشمل التسلية والترفيه أيضاً، باعتبارها أحد الحاجات والأهداف التي يسعى المستخدم لتحقيقها.

وتعتبر الأهداف المعرفية التي يسعى الفرد إلى تحقيقها، ويعتمد فيها على وسائل الإعلام، مثل الحاجة إلى معرفة العالم، والحاجة إلى اللعب، والهروب من المشكلات اليومية وغيرها، تعتبر كلها وظائف للاتصال الرقمي، ويحققها نظام المعلومات الذي يتميز به هذا الاتصال، ونجدها موجودة بوفرة على المواقع العديدة لشبكة المعلومات الدولية "الانترنت" (عبد الحميد، 2004، ص. 308).

أن بحوث الاستخدام والإشباع ونتائجها في الاتصال الرقمي، وبصفة خاصة مواقع الانترنت، هي المدخل الأساسي لتطبيقات فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في مجال الاتصال الرقمي.

إن الاتصال الرقمي في مجال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لا يعتبر نظاماً للمعلومات فقط، ولكنه مجموعة من النظم الخاصة بفئات المستخدمين لمواقع الانترنت، ومحتواها، وأهدافها تتفق مع أهداف وحاجات هؤلاء المستخدمين، وكلما اختلفت درجة الاعتماد على الاتصال الرقمي باختلاف

الأهداف والحاجات، فإن تأثيرات الاعتماد الرقمي تختلف أيضاً، وتحدد التأثيرات المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام بما يلي (عبد الحميد، 2004، ص. 310).

أولاً- التأثيرات المعرفية:

تسهم وفرة المعلومات في خلق الإدراك الكافي للأحداث وتحليلها وتفسير المعاني الكامنة ورائها، وتساعد الفرد في تشكيل الآراء والاتجاهات وتدعيمها، أو التحول عنها وتغيرها، خصوصاً في أوقات الأزمات أو عدم الاستقرار (عبد الحميد، 2004، ص. 310).

يرصد ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية (مكاوي والسيد، 1998، ص. 326).

أولاً- الآثار المعرفية:

- **الغموض:** وهي مشكلة يواجهها الأفراد نتيجة وجود نقص أو تناقض في المعلومات وقلتها وعدم كفاءتها. ويمكن أن يحدث الغموض لأن الأفراد يفتقرون إلى المعلومات الكافية لفهم معنى الحدث، أو يفتقرون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام. وتشير الدراسات السابقة إلى أن نسبة الغموض تزداد حين تقع أحداث غير متوقعة في المجتمع، وحين تقدم وسائل الإعلام معلومات غير مكتملة أو متضاربة، وبالتالي يتولد حالة من الإحساس بالغموض لدى الجمهور، فهم يدركون وقع الحدث، ولكنهم لا يستطيعون تفسيره، ومعرفة أسبابه، وآثاره، واحتمالاته المستقبلية. إن الأفراد الذين يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام هم الذين يحاولون الحصول على معلومات بسرعة لإزالة الغموض.

- **تكوين الاتجاه:** تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في تشكيل اتجاهات أفراد الجمهور نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، ومن الآثار المعرفية الشائعة: أن الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام يستخدمون تلك المعلومات كوسائل في تكوين اتجاهاتهم، ويجب عدم إغفال دور العوامل الانتقائية في تكوين اتجاهات الأفراد.

- **ترتيب الأولويات:** تقوم وسائل الإعلام بانتقاء وتصنيف المعلومات حول موضوعات معينة، حيث تلعب هذه الوسائل دوراً في ترتيب أولويات الجمهور الذين يعتمدون عليها في معرفة القضايا البارزة، والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.
 - **اتساع المعتقدات:** تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور، لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء مختلفة وعديدة من وسائل الإعلام.
 - **القيم:** هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما، يرغبون في ترويجها، والحفاظ عليها مثل الأمانة، الحرية، المساواة، والتسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.
- ثانياً- التأثيرات الوجدانية،** تتبلور بصفة خاصة من خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد في الفئة الواحدة على مواقع شبكة الانترنت، حيث تدعم هذه الرسائل مشاعر القلق والخوف والمقاومة، وتظهر في فترات التوتر وعدم الاستقرار والأزمات.
- ويحدد ديفلير وروكيتش هذه الآثار الوجدانية في (مكاوي والسيد، 1998، ص. 328):
- **الفتور العاطفي:** يفترض أن كثرة التعرض لموضوع ما في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبدل أو اللامبالاة، مثل: مواضيع العنف، وتشير بعض البحوث السابقة إلى أن الاستثارة الناتجة عن مشاهد أعمال العنف في وسائل الإعلام تتعرض للنقصان التدريجي، وتؤدي إلى الفتور العاطفي.
 - **الخوف والقلق:** عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب، فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين، والقلق من الوقوع ضحايا لهذه الأحداث في الواقع.
 - **الدعم المعنوي والاغتراب:** من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين، أو تزايد شعورهم بالاغتراب، حيث إن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصالية رئيسية، ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور؛ نتيجة زيادة الشعور الجمعي، والتوحيد، والاندماج، وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد. ويلاحظ أن الاغتراب يزداد حين لا يجد الفرد معلومات في وسائل الإعلام تعبر عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.

ثالثاً- التأثيرات السلوكية، وهي محصلة التأثيرات المعرفية والوجدانية، وتسهم في تأكيد الفاعلية وعدم الفاعلية، نتيجة لتشكيل الاتجاهات التي ساهمت المعرفة والشعور في تكوينها. إن أهم التأثيرات السلوكية هي التنشيط والخمول. ويتمثل التنشيط في اتخاذ موقف وفعل، سواء كان هذا الفعل إيجابياً أو سلبياً. أما الخمول فيتمثل في العزوف عن المشاركة، وقد يحدث ذلك نتيجة للغطية الإعلامية المبالغ فيها، فتدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل.

وبحسب النظرية فإن تفشي فيروس (كورونا)، وكثرة الإصابات، يشكلان حالة من الاضطراب وعدم الاستقرار في المجتمع الفلسطيني، وبذلك يزيد اعتماد أفراد على وسائل الإعلام المختلفة، سواء التقليدية أو الحديثة، لمعرفة الوضع الحالي وفهم ما يحدث، حيث تشير نتائج الأبحاث العلمية السابقة على كثرة اعتماد المجتمع على موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات، وبذلك تبدأ تأثيراته المختلفة على متابعيه، سواء التأثيرات المعرفية أو السلوكية أو الوجدانية اتجاه المواضيع المطروحة في موقع الفيسبوك.

نظرية الاستخدامات والإشباع (U&G) Uses and Gratifications Theory

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع من بين المرجعيات النظرية التي تتخذ لفهم استخدام الجمهور لوسائل الإعلام. لذا تعتمد هذه الدراسة على منظور الاستخدامات والإشباع، وتعزيز التوعية الصحية؛ للوقاية من فيروس كورونا، لدراسة مستخدمي الفيسبوك المتابعين لصفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك، ونتائج هذا الاستخدام والإشباع المتحققة منه.

إن السؤال الأساسي لهذه النظرية هو: كيف ولماذا يستخدم الجمهور وسائل الإعلام؟ أي ماهي الدوافع التي تجعل الناس يستخدمون وسائل الإعلام؟ وما هي الإشباعات التي تتحقق لهم عند التعرض لهذه الوسائل؟ وتتميز هذه النظرية أن الجمهور يعد متلقياً إيجابياً، على عكس الدراسات السابقة، التي اعتبرت الجمهور مستقبلاً سلبياً لرسائل الاتصال، وكذلك تهتم هذه النظرية بما يحصل عليه الأفراد من استخدام لوسائل الاتصال، أي دراسة تأثير هذه الوسائل ورسائلها ومضمونها من وجهة نظر الجمهور (الدليمي، 2016، ص. 250).

وترى هذه النظرية أن الجماهير فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام، وهي جاءت كرد فعل لمفهوم قوة الإعلام الطاغية (كافي وآخرون، 2016، ص. 245).

نشأة نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ظهرت البداية الحقيقية لنظرية الاستخدامات والإشباعات بعد بحوث ودراسات أجريت في سبعينيات القرن الماضي، وقد طرح هذا التيار سؤالاً (ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟) وفي الثمانينات من القرن الماضي، تطور مفهوم تيار الاستخدامات والإشباعات ؛ ليركز على المعنى والتأثير الذي يتولد من تفاعل النصوص والأدوات التي يتعرض لها الجمهور (ماتيللا، 2005، ص. 167).

وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات إحدى المداخل الوظيفية التي تنظر في العلاقة بين مضمون أجهزة الإعلام والجمهور بنظرة جديدة، تفترض أن قيم الناس، واهتماماتهم، ومصالحهم، وميولهم، وأدورهم الاجتماعية هي الأكثر تأثيراً وفاعلية على سلوكهم. وقد نشأ مفهوم الاستخدامات والإشباعات في مجال الدراسات الإعلامية كبديل لتلك الأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل الاتصال مع جمهور المتلقين. ويعرفه كلا من الياهو كاتز وبلومر (H Katz & G.J Blumler) بأنه استراتيجية بحثية يمكنها أن تمدنا ببناء أو هيكل لفروض متنوعة حول ظاهره اتصالية معينة (الدليمي، 2016، ص. 249). ويوضح كل من مكاوي والسيد ثلاثة أهداف لمدخل الاستخدامات والإشباعات (مكاوي والسيد، 1998، ص. 241):

1. السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال المختلفة، لإشباع احتياجاتهم، وذلك بافتراض أنه جمهور نشط يختار الوسيلة المناسبة التي تشجع حاجاته ودوافعه.
2. شرح وتفسير دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

لقد تعددت توجهات الباحثين حول تحديد فرضيات تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع، ومن أهم تلك الاتجاهات التي يكاد يتفق عليها الكثيرون ما يلي (كافي وآخرون، 2016، ص. 245):

- جمهور المتلقين: هو جمهور نشط، يشارك بفاعلية في عملية الاتصال، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
 - الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام، لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه (النفسية والاجتماعية)، وبالتالي يختار الوسائل التي تشبع حاجاته وتتوافق مع رغباته.
 - يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة، من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتويات الرسائل فقط.
 - الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين، يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.
- ويحدد الدليمي مفاهيم أساسية تشكل الهيكل النظري لمدخل الاستخدامات والإشباعات تتمثل في الآتي (الدليمي، 2016، ص. 259):

أولاً: الجمهور النشط

ويعد الجمهور النشط أحد أهم الافتراضات الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباع، حيث يرى الباحثين أن جمهور وسائل الإعلام مشاركاً نشيطاً وليس خاملاً في عملية الاتصال، حيث يأخذ الجمهور من محتوى وسائل الإعلام ما يحقق له إشباعاً لاحتياجات معينة، كما أنه يدرك القدر المتباين لوسائل الإعلام على تحقيق هذه الإشباعات. ويتحدد مفهوم نشاط الجمهور في عدة أبعاد من أهمها:

- الانتقائية: وتتمثل في اختيار وسيلة اتصال معينة، واختيار التعرض لمضمون معين فيها، ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتي الإدراك والتذكر الانتقائي.

- النفعية: جمهور لا يختار فقط ما يتعرض له من وسائل، ولكنه يختار المضمون الذي يحقق له إشباع وحاجات ودوافع معينة.
- العمدية: الجمهور النشط هم الأفراد الذين يرتبطون بعمليات التأثير المعرفي النشط للمعلومات الذين يحصلون عليها من وسائل الاتصال.
- الاستغراق: استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية، يعتمد على مدى توحيد الجمهور مع عناصر الوسيلة.
- مناعة التأثير: حيث ينتقي الجمهور أسلوب السيطرة أو التحكم في هذه التأثيرات، أي يختارون أن لا يتأثروا أو أن يتأثروا بما يتعرضون له من خلال وسائل الاتصال طبقاً للخيار الشخصي لهم.

ثانياً: الأصول الاجتماعية والنفسية

تؤكد الدراسات على وجود علاقة وثيقة بين الظروف الاجتماعية لأفراد، وبين استخدامهم لوسائل الإعلام، فأعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الإعلام باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منتظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

ثالثاً: التعرض لوسائل الإعلام

أكدت العديد من الدراسات أن هناك علاقة ارتباطية بين كل من البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الإعلام، فدوافع الأفراد قد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الإعلام، من أجل تحقيق الإشباع، وتلبية الاحتياجات، ووفقاً للنظرية فإن الفرد يعرض نفسه انتقائياً لوسائل الإعلام التي يدرك قدرتها على إشباع الحاجات التي يشعر بها وفقاً لخبرته السابقة حول خصائص تلك الوسيلة. وللتعرض عدة معاني مثل: الانتقاء: حيث ينتقي أفراد الجمهور ما يتعرضون له، الانتباه: حيث وجد أنه أثناء التعرض لوسائل الإعلام ينهمك الأفراد في أنشطته أخرى تحد من درجة الانتباه، التفضيل: يتعرض شخص ما إلى محتوى برنامج معين يعبر عن تفضيله لهذا البرنامج ومحتواه.

رابعاً: دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام

تفترض نظرية الاستخدامات والإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام ينتج أساساً عن الحاجات النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور، والتي بدورها تؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها، من خلال استخدام هذه الوسائل، أو من خلال استخدام وسائل أخرى. حدد روبن (Rubin) دوافع التعرض للوسائل عبر مبحثين، الأول: هو دوافع نفعية، وتستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام، أما المبحث الثاني: الدوافع الطقوسية، وتستهدف تضيئة الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات والضغوطات.

خامساً: توقعات الجمهور من وسائل الإعلام

تختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية والاختلافات الثقافية، وتنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الاتصال، حسب حالة الفرد الداخلية وميوله النفسي.

سادساً: إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام

وفق نظرية الاستخدامات والإشباع يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية، لاستخدام وسائل الإعلام، بهدف الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات.

استخدامات الاتصال الرقمي وإشباعاته:

أصبح الاتصال الرقمي يتصدر الوسائل الإعلامية الأخرى، حيث يعتبر بمختلف وسائله أحد أهم البدائل والخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل الإعلام، لإشباع حاجاته بناءً على التوقعات التي يرسمها هذا الجمهور باختياراته. فإذا كانت فروض النظرية تشير إلى نشاط جمهور وسائل الإعلام والاستخدام الموجه لتحقيق أهداف معينة، فإن فئات جمهور مستخدمي الشبكة أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية، وذلك بتأثير الفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي (مواقع التواصل الاجتماعي)، مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى. ولا تعتبر كثافة استخدام الشبكة بصفة عامة دليلاً على إشباع الحاجات، حيث إن التجول بين المواقع المختلفة سمة من سمات استخدام شبكة

الانترنت، ولذلك فإنه يفضل البحث في عادات الاستخدام والأنماط السلوكية له (عبدالحميد، 2004، ص. 288).

وتكمن أهمية نظرية الاستخدامات والإشباع في هذه الدراسة، في فهم الجمهور ودوافعهم لمتابعة وتصفح صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك، والإشباع المتحققة من توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية، للوقاية من فيروس كورونا. وبحسب نظرية الاستخدامات والإشباع، فإن مميزات وخصائص وسائل التواصل الحديثة، ووسائل التواصل الاجتماعي تعزز مفاهيم وفروض هذه النظرية، حيث إن الجمهور النشط الذي تفترضه النظرية يختار ويتفاعل مع محتوى الرسائل التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته، مع العلم أن التفاعلية تعد أهم ميزه من مميزات شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما تؤكد عليه نظرية الاستخدامات والإشباع.

مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي:

تقدم مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي خدمة التواصل بين الأفراد، ونشأت عام 1995، حيث ظهرت شبكة "classmates.com" والتي أسسها رانوي كونرادز، وبلغ عدد مستخدميها خمسون مليوناً في الولايات المتحدة وكندا، وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة (شقرة، 2014، ص. 58).

وبعد عامين أطلق موقع "sixdegrees.com"، وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف، ويسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية، وإدراج قوائم بالأصدقاء، كما أتاح من عام 1998 إمكانية تصفح هذه القوائم، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام 1999 و2001 التي لم تحقق نجاحاً؛ لعدم جودتها المادية (هتيمي، 2015، ص. 80).

أما النقلة الكبيرة جداً في مواقع التواصل الاجتماعي، حدثت بظهور موقع ماي سبيس الأمريكي "My space" عام 2005، وفي نفس العام ظهر موقع الفيسبوك "Facebook" والذي تفوق على المواقع الأخرى، حيث بلغ عدد مستخدميه في عام 2020 أكثر من 2 مليار مستخدم في جميع أنحاء العالم، ويتميز في أنه جعل العالم أكثر اتصالاً وانفتاحاً مع بعضه، إذ إنه ربط الناس

يستخدم البعض، وسهل التواصل فيما بينهم، ويستخدم الأشخاص هذا الموقع لإنشاء ملفات تعريف شخصية، وإضافة مستخدمين آخرين كأصدقاء لهم، ومشاركة المعلومات معهم بطرق عديدة ومختلفة. ثم تأسس موقع تويتر "Twitter" في عام 2006، والمعروف بأنه موقع إخباري من مواقع التواصل الاجتماعي، ويتواصل المستخدمون فيه عن طريق رسائل قصيرة بعدد أحرف محدود تسمى تغريدات، يمتاز تصميمه بإمكانية متابعة العديد من مستخدميه، وقراءة منشوراتهم بسهولة وبمنظرة سريعة. أما موقع اليوتيوب "Youtube" فقد ظهر في عام 2005 ويتيح لمستخدميه رفع الفيديوهات والتسجيلات المرئية مجاناً، ومشاهدتها عبر البث الحي دون الحاجة لتنزيل المقاطع، ويسمح بمشاركتها والتعليق عليها.

وفي عام 2010 ظهر موقع الانستغرام "Instagram" وهو تطبيق يتيح لمستخدميه تبادل الصور، ويعد أيضاً شبكة اجتماعية، ويتميز بأنه يسمح للمستخدمين التقاط صور، وإضافة تعديلات إليها ثم مشاركتها.

إن الشبكات الاجتماعية انتشرت في السنوات الأخيرة وبشكل كبير وملحوظ جداً، ولازال انتشارها مستمراً، وتتعدد خصائصها، فموقع لينكد إن "LinkedIn" يعد أضخم موقع للشبكات المهنية المتوفر، وهو وسيلة للتواصل مع المهنيين الآخرين، ويمكن للمستخدم إنشاء ملف شخصي يشابه السيرة الذاتية. وهناك شبكات اجتماعية أخرى، مثل: سناب شات "Snapchat" والتيك توك "TikTok".

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها " مواقع على شبكة الانترنت، يستطيع من يملك حساباً فيها القيام بالتواصل بعدة طرق (كتابة، صوت، وصورة) مع من يريد، سواء من يملكون حساباً في هذه المواقع، أم أكانوا أشخاصاً طبيعيين كالأصدقاء القدامى أو أصدقاء العمل أو الزبائن أو أشخاصاً معنويين: كالشركات والمؤسسات، حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر، أو الترويج لسلعة أو منتج معين، وإنجاز الأعمال في مجتمع افتراضي (شقرة، 2014، ص. 58).

أما مركز الدراسات الاستراتيجية في جامعة الملك عبد العزيز فعرّفها بأنها "وسيلة الكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، إذ إنها تكون بنية اجتماعية افتراضية، تجمع بين الأشخاص أو المنظمات،

تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، فيجمع المشاركون فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة أو توافق في الهوية أو الفكر أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي". (هتيمي، 2015، ص. 83).

وهكذا فشبكات التواصل الاجتماعي لم تعد فقط من أجل الدردشة والتسلية، بل أصبحت وسيلة لإنجاز الأعمال والإعلان والتواصل لمختلف الأهداف ولأغراض.

شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

يعد الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً في المنطقة العربية والأكثر شعبية، وكان الاعتقاد السائد سابقاً أن رواد الفيسبوك هم فئة الشباب فقط إلا أن واقع الحال يثبت عكس ذلك، حيث أن هذه الشبكة تحظى بإقبال ومفتوحة لجميع فئات المجتمع كالأساتذة الجامعيين والأدباء والكتاب والفنانين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية (علي، 2017، ص. 27).

وتعرف شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك بأنها " أبرز مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استعمالاً وتأثيراً على مستوى العالم، ويجمع بين النصوص والصور والفيديوهات، ويساعد على تبادلها ونشرها بحرية، ويعد من المواقع المتاحة وسهلة الاستعمال بشكل شبه مجاني ويتميز بالمرونة والقدرة على تبادل الأخبار والمعلومات والقدرة على إيصال المعلومات إلى جمهور كبير مع إمكانية خلق التفاعل معه" (العنزي، 2020، ص. 469).

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

أوضح هتيمي في كتابه أن شبكات التواصل الاجتماعي تتميز بخصائص كانت سبباً في انتشارها على مستوى العالم ومنها (هتيمي، 2015، ص. 85 - 86):

- **التفاعلية والتشاركية:** يقوم كل مستخدم بإثراء صفحته الشخصية سواء بما يتعلق بشخصيته أو معلومات خاصة به. وتسمح الشبكات التواصل الاجتماعية للمستخدمين بمشاركة

المنشورات أو التعليق عليها، أو وضع الإعجاب، ويكون بمقدور المستخدم الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم والرد عليهم مباشرة.

- **التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات الاجتماعية بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين المستخدمين، ولا يوجد قواعد أو قوانين تنظمه تتحكم بهذا الاتصال.

- **قلة التكلفة:** إن الاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني.

- **سهولة الاستخدام:** لا يحتاج المستخدم إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ويستطيع المستخدم تبديل اللغة حسب بلده.

- **الحضور الدائم غير المادي:** لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم إذ يمكن للمستخدم الاتصال بالآخرين عن طريق ترك رسالة نصية.

- **الانفتاح:** على عكس وسائل الإعلام التقليدية، فإن عملية إنتاج المحتوى تكون من قبل المستخدمين، فهم من يقومون بنشر المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك يزيد من رغبتهم في التواصل والتفاعل والمشاركة.

- **دعم التجمعات:** تتوفر في شبكات التواصل الاجتماعي ميزات عديدة، فهي تتيح للمستخدمين إنشاء مجموعات يتشاركون فيما بينهم في نفس الاهتمامات.

- **المرونة:** إمكانية الولوج لشبكات تواصل الاجتماعي عن طريق الهواتف المتنقلة.

- **عالم افتراضي للتواصل:** استطاعت الشبكات الاجتماعية إزالة العوائق الجغرافية، ولم يعد السفر ضروريا لرؤية الأهل والأصدقاء، أو سماع أصواتهم وأصبحت بديلا للجلسات العائلية والاجتماعية، كما سهلت عمليات البيع والشراء، بالإضافة للتعليم عن بعد والدراسة.

- **إذابة الفواصل الطبقية:** توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للاتصال المباشر ودون وسطاء بالعلماء، وطلبة العلم، والأدباء.

العلاقات العامة وتوظيفها لوسائل التواصل الاجتماعي:

أحدثت مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرات وتغيرات كبيرة في عالم العلاقات العامة فمذ ظهور شبكة الانترنت، شهد هذا العصر قفزة كبيرة في عالم الاتصال والمعلومات مما ترك أثراً واضحاً وكبيراً على كل النشاطات الإدارية، ومنها أنشطة العلاقات العامة.

فرض تطور وسائل الاتصال نمط حياة مختلف، دفع العديد من الناس وفي مختلف المجالات إلى تغيير عادات، واستبدالها بأخرى أكثر ملائمة، وهذا التطور الهائل لم يستثن العلاقات العامة، بل كان في صلب اهتمامها، سواء بقصد أو من دون قصد، فبدأت تستجيب لهذه التغيرات، وتتفاعل معها بدرجات متفاوتة، وحسب الخبرات والإمكانات، ويواجه ممارسو العلاقات العامة تحديات عديدة في استعمال شبكات التواصل الاجتماعي، وتتمثل في ضعف خبراتهم، وعدم إلمامهم، فضلاً عن ضعف قدرتهم بالاعتماد على هذه الوسائل الجديدة في أداء مهامهم التي اعتادوا على إنجازها بطرق تقليدية (هتيمي، 2015، ص. 43).

إن استخدام الانترنت في مجال العلاقات العامة يتطلب فهماً وتصوراً عميقاً واضحاً من قبل مسؤولي العلاقات العامة، والإدارة العليا للدور الذي يمكن أن تلعبه شبكة الانترنت في تدعيم عمل العلاقات العامة، مثل توجيه الرأي العام، وزيادة الرقعة الجغرافية لنشر الفعاليات والأخبار والأحداث الخاصة بالمنظمات، وبناء الصورة أو تحسينها، وهذا يستوجب ألا تستخدم المؤسسات أجهزة العلاقات العامة فقط لإثبات حضورها. ومن الأهمية أن ينتبه مسؤولو العلاقات العامة أن لا يتم الاعتماد على أسلوب النشر التقليدي (خاجة، 2007، ص. 345-346).

ويمكن للعلاقات العامة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي والإفادة من مميزاتها بمجالات عدة، منها: إدارة صورة المؤسسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وإدارة الأزمات التسويقية (هتيمي، 2015، ص. 44).

التوعية الصحية:

تعد التوعية الصحية من الأمور المهمة والضرورية لدى جميع الشعوب، حيث إن صحة أفراد المجتمع ترتبط بمدى شعورهم بالسعادة والرضا، وتهدف التوعية الصحية إلى تحسين أوضاعهم، وتعمل على ملء الفجوة بين السلوكيات الصحية العامة المتداولة لدى هذا الجمهور والمعلومات الصحية الصحيحة والممارسات السليمة، وتسعى التوعية الصحية إلى زيادة إدراك الجمهور، وانتهاجه السلوك الملائم وفقاً لهذا الإدراك، بالإضافة إلى أن التوعية الصحية تهتم بتطوير المفاهيم والمعلومات والسلوك الصحي السليم عند الجمهور.

مفهوم الوعي الصحي:

ويقصد به إلمام المواطنين بالمعلومات والحقائق الصحية، وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو الممارسة عن قصد نتيجة الفهم والاختراع. وبمعنى آخر أن تتحول الممارسات الصحية إلى عادات تمارس بلا شعور وتفكير، وهو الهدف الذي يجب أن تسعى إليه، لا أن تبقى المعلومات الصحية كثافة صحية فقط، وإنما تتحول إلى ممارسة يومية (بدح، مزاهرة، بدران، 2009، ص 15).

ويعرف الوعي الصحي: بأنه العملية التي نستخدم فيها وسائل التعليم والاتصال، لكي ننقل للناس والأفراد والمجتمعات المعرفة؛ من أجل الوقاية من الأمراض وعلاجها، إذ تمكنهم استخدام هذه المعرفة لتطوير صحتهم وصحة أسرهم ومجتمعاتهم (العكيلي، 2015، ص 121).

تعريف إجرائي للوعي الصحي: هو مجموعة من الإجراءات والرسائل التي تهدف لرفع المستوى الصحي في المجتمع، وتنقيف الأفراد؛ للحد من انتشار الأمراض، والعادات غير الصحية، عبر استخدام وسائل تواصل الاجتماعي.

وجاء الاهتمام بالإعلام الصحي والوعي الصحي من خلال مركز الاتصال بجامعة جونز هوبكنز الأمريكية، وكلية الصحة العامة بكلية بلومبيرغ، واعتبر الباحثون من هذه الكلية أن الإعلام والاتصال هو مفتاح تغيير الاتجاهات والمعرفة، عن طريق تبني أفكار جديدة وصولاً إلى سلوك

إيجابي، على اعتبار أن العملية الاتصالية والإعلامية ليست عملية لتغيير المعرفة والاتجاهات فقط، بل لديها القدرة على نشر القيم الاجتماعية، وتكوين سلوك اجتماعي. ومن هذا المنطلق فقد ابتداء الخبراء بالإعلام الصحي، بصفته علماً وفناً يروج لأنماط سلوكية سلمية وصحية، مما يتطلب خلق بيئة داعمة لهذه السلوكيات، بهدف الحد من انتشار الأمراض (المشابقة، 2012، ص. 120).

ويرى العكيلي (2015) أن الهدف الأساسي للتوعية الصحية هو إدخال سلوكيات سليمة، وأنماط حياة صحية، وذلك بهدف تعزيز الصحة والسلامة، ويتضمن ذلك نشر المعرفة الصحية العامة، وغرس السلوكيات الصحية، وتغيير السلوكيات غير الصحية، وخلق قيادات للوعي الصحي.

وأوضح كل من بدح ومزاهرة وبدران (2009) أن من أهداف الوعي الصحي في أي مجتمع من المجتمعات تتضح من خلال ثقافة المجتمع هل يسلكون سلوكاً صحيحاً أم لا؟ وعملية نشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع يتضح من خلال إلمامهم بالعناصر التالية:

- استيعاب وفهم أفراد المجتمع أن حل مشكلاتهم الصحية والحفاظ على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الرسمية، عن طريق اتباعهم التعليمات والإرشادات الصحية، والعادات الصحية السليمة في كل ممارساتهم بدافع من شعورهم ورغبتهم بها.
- إلمامهم بالحقائق والمعلومات الصحية المتعلقة بالمستوى الصحي في مجتمعهم، والأمراض المعدية، والمشكلات الصحية التي تنتشر في مجتمعهم، ومعدل الإصابة بها، وأعراضها، وطرق وأسباب انتقالها، وطرق الوقاية منها.
- تعرف أفراد المجتمع على الخدمات الصحية الأساسية والمساندة في مجتمعهم، وكيفية الانتفاع منها بطريقة صحيحة ومجدية.

إن الهدف الأساسي لعملية التوعية الصحية هو تحقيق الرفاهية لأفراد المجتمع، عن طريق الرقي بمستواهم الصحي، وتقويم اتجاهاتهم، والسعي إلى تصويب سلوكياتهم الخاطئة والعادات غير الصحية، مع العمل على تنمية وعيهم ومعرفتهم الصحية من خلال شروط السلامة الجسمية

والعقلية والنفسية. وللوصول إلى هذا الهدف لابد من تحقيق الأهداف الأولية التالية (بدح، مزاهرة،
بدران، 2009، ص ص. 15-17):

- الرقي بالمستوى الصحي، والحرص على المحافظة على الصحة، والتوعية، وإدراك أن التمتع بالصحة يعد هدفاً يسعى جميع أفراد المجتمع إلى الوصول إليه.
- تشجيع وإشراك أفراد المجتمع في التنمية، وتطوير الخدمات الصحية، من خلال المساهمة الإيجابية في تفعيل دور المؤسسات الصحية وتحسين مستوى الأداء فيها.
- العمل على تغيير العادات والسلوكيات غير الصحية إلى سلوكيات صحية.
- الرقي بالمستوى الصحي لدى أفراد المجتمع، حتى يتمتعوا بصحة جيدة، مع المحافظة على استمرارية هذه الحالة، وجعل عملية التثقيف الصحي أحد الأركان الأساسية لتنمية المجتمع.
- التعريف بالأدوار التي تقوم بها المنظمات الصحية الأساسية، والمساندة من خدمات صحية، مثل تقديم المطاعيم الضرورية للوقاية من الأمراض.

التوعية الصحية وشبكات التواصل الاجتماعي:

إن ظاهرة انتشار مواقع وشبكات التواصل الاجتماعية، مثل: الفيسبوك، وتويتر، واليوتيوب وغيرها، عملت على خلق واقع جديد في مجال الرعاية والتوعية الصحية، وهو ما حول الجمهور المستهلك إلى صانع محتوى على هذه المواقع والشبكات، كما ساهمت هذه الشبكات على خلق وعي صحي أكبر للأفراد، عبر تعاون الأطباء مع المنظمات والجامعات عبر شبكة الانترنت، ومن مختلف أنحاء العالم؛ لتطوير البرامج التوعوية والحملات التعليمية، حيث توفر وسائل التواصل الاجتماعي مساحة للمناقشة، ويستخدم المرضى وعائلاتهم مواقع التواصل الاجتماعي؛ لتبادل خبراتهم وتجاربهم، ومن ثم نشر هذه الخبرات وتثقيف الآخرين (Lapointe, Ramaprasad & Vedel. 2014).

أدرك الباحثون في الإعلام الصحي على أهمية دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية، وأشارت نتائج الدراسات الحديثة أن عدد المستخدمين العرب يزداد بشكل متسارع ليصل لمليون مستخدم شهرياً. وقد تبين أن مستخدمي الفيسبوك العرب فاق عددهم عدد قراء الصحف

والمجلات في العالم العربي. وفي دراسة أجريت عام 2014 أظهرت النتائج تزايد الاعتماد على محرك البحث (جوجل) في البحث عن المواضيع الصحية والتثقيفية، ثم تلاه المواقع الالكترونية الصحية المتخصصة، ومن ثم مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي؛ للحصول على المعلومات الصحية. بالإضافة إلى أن الإعلام التقليدي قد تراجع الاعتماد عليه كمصدر للمعلومات الصحية، حيث جاء التلفاز في المرتبة الخامسة، والصحف والمجلات في المرتبة التاسعة، والإذاعة في المرتبة الثانية عشر. لقد مثلت مواقع التواصل الاجتماعي محورا لعملية التواصل بالنسبة للمنظمات والأفراد، ومكنتهم هذه الوسائل من تحقيق إشباعات وحاجات عبر توفيرها للمعلومات الصحية والوقائية، والتي وفرتها شبكة الانترنت بشكل مثالي، وهو ما عززت عن تحقيقه وسائل الإعلام الصحية التقليدية، فقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي ميزة التفاعلية والانتشار، ومشاركة أكبر، عبر نشر اهتماماتهم، والبحث عن حلول لمشكلاتهم مع أشخاص آخرين مشابهين لهم (السنجري، 2018، ص. 470).

الأخبار والمعلومات الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرف الباحثون في جامعة ميتشجان الأمريكية الأخبار الكاذبة بأنها: أخبار لا تركز على أية مصادر أو حقائق أو اقتباسات، حيث يعتبر الباحثون الأخبار الكاذبة بأنها معلومات غير صحيحة أو غير دقيقة انتشرت. ويمكن القول أن مصطلح الأخبار الكاذبة يشير إلى مجموعة من المعلومات التي تظهر على أنها حقيقية، في حين أنها مزيفة، تروج قصصاً كاذبة حول مختلف المواضيع؛ للحصول على نسب مشاركة عالية على منصات التواصل الاجتماعي؛ للتأثير على اتجاهاتهم وسلوكياتهم تجاه حدث معين ولأسباب قد تكون شخصية أو على سبيل المزاح والسخرية من حدث أو شخص ما (يسعد، 2020، ص. 125).

وفي ظل انتشار جائحة كورونا (كوفيد-19) أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز المنصات التي يتم من خلالها تداول الأخبار والمعلومات حول الفيروس، وتزايد دورها بصورة كبيرة أثناء الإجراءات الوقائية والحجر المنزلي الذي تم تطبيقه بمختلف دول العالم، فتحوّلت تلك

المنصات لساحات نقاش وتبادل الآراء والأفكار، كما تحولت أيضاً إلى مصدر للحصول على المعلومات.

وفي دراسة أجرتها جامعة كولومبيا، والتي تؤكد فيها أن العديد من شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تضليل الجمهور، من أجل الحصول على زيادات في عدد المشاهدات، والزيارات لمنصاتها، وهذا ما يفسر سبب انتشار الأخبار والمعلومات الزائفة على شبكات التواصل الاجتماعي، لسرعة انتشارها بين المستخدمين، خاصة أن هناك عائداً مالياً مرتبطاً بمعدلات المشاهدة (يسعد، 2020، ص. 125).

فيروس كورونا:

تصنف فيروسات (كورونا) من السلالة جديدة ومتطورة من الفيروسات التاجية التي تسبب الإصابة بمرض (كوفيد -19)، وقد ظهر لأول مرة في مدينة ووهان بالصين عام 2019. كان يطلق على هذا المرض سابقاً اسم "novel corona virus 2019" أو "nCoV-2019". أما الآن يعرف باسم (كوفيد -19)، والاسم الانجليزي للمرض (COVID-19) مشتق كالتالي "CO" هما أول حرفين من كلمة (كورونا - corona)، و"VI" هما أول حرفين من كلمة فيروس (virus)، و "D" هو أول حرف من كلمة مرض بالإنجليزية "Disease"، إن فيروس (كوفيد -19) هو فيروس جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس الذي يتسبب بمرض المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس)، وبعض أنواع الزكام العادي ("ما هي الفيروسات التاجية [كورونا] الجديدة؟"، 2020، فقرة 4).

تعريف منظمة الصحة العالمية لمرض (كوفيد-19): مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات (كورونا). ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019. وقد تحول كوفيد-19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم ("ما هو مرض كوفيد-19؟"، 2020، فقرة 2).

أعراض مرض كوفيد-19:

تتمثل الأعراض الأكثر شيوعاً لعدوى (كورونا) في الحمى، والإرهاق، والسعال الجاف، أما الأعراض الأقل شيوعاً فتتمثل باحتقان الأنف، الآلام والأوجاع، والصداع، والتهاب الملتحمة، وألم الحلق، والإسهال، وفقدان حاسة الذوق أو الشم، وظهور طفح جلدي، أو تغير لون أصابع اليدين أو القدمين. وعادة ما تكون هذه الأعراض طفيفة وتبدأ بشكل تدريجي. ويصاب بعض الناس بالعدوى دون أن يشعروا سوى بأعراض خفيفة جداً، وتتشابه العديد من أعراض المرض مع أعراض الأنفلونزا ونزلات البرد وغيرها ("ما هي أعراض مرض كوفيد-19"، 2020، فقرة 3).

كيفية انتشار مرض كوفيد-19:

ينتشر المرض بشكل أساسي من شخص سليم إلى شخص مصاب بالفيروس، عن طريق القطرات الصغيرة التي يفرزها الشخص المصاب من أنفه أو فمه إلى الأسطح، عبر رذاذ يصاحب السعال أو العطس أو التكلم، ولا تنتقل هذه القطرات إلى مكان بعيد، وإنما تسقط سريعاً على الأرض. ويمكن أن يلتقط الأشخاص المرض إذا تنفسوا هذه القطرات من شخص مصاب بالعدوى. وإذا لامس شخص سليم هذه الأسطح الملوثة، مثل الطاولات ومقابض الأبواب ودرازين السلالم ينتقل إليه الفيروس. لذلك إن أهم التدابير والاحتياطات اللازمة لمواجهة هذه الفيروس، تتمثل في الحفاظ على التباعد الاجتماعي، ويقصد به الحفاظ على مسافة متر واحد على الأقل (3 أقدام) من الأشخاص الآخرين، والمواظبة على غسل اليدين بالماء والصابون، أو تنظيفهما بمطهر كحولي، وتعقيم الأسطح بشكل متكرر ("كيف ينتشر مرض كوفيد-19؟"، 2020، فقرة 6).

الجانب الميداني "وزارة الصحة الفلسطينية":

وزارة الصحة الفلسطينية هي المؤسسة الوطنية المسؤولة عن قيادة وتنظيم عمل القطاع الصحي، وضمان استدامته وتطويره في فلسطين، وتقديم الخدمات الصحية الحكومية الوقائية، وتضع الأنظمة والقوانين والسياسات الصحية الوطنية، وتسعى إلى رفع المستوى الصحي في المجتمع الفلسطيني، من خلال تعزيز صحة الفرد والمجتمع، وتوفير خدمات صحية عالية الجودة لكافة

المواطنين، بالإضافة إلى تعزيز برامج التثقيف الصحي والوعي المجتمعي، والمساهمة في توفير بيئة صحية آمنة للمواطنين، وتتقسم مباني وزارة الصحة بين مدينتي نابلس ورام الله (الاستراتيجية الصحية الوطنية 2017-2022، ص. 5).

وحدة العلاقات العامة والإعلام في وزارة الصحة الفلسطينية:

تعد وحدة العلاقات العامة والإعلام من الوحدات المهمة والفنية في وزارة الصحة، والتي تتمتع بدور حيوي، يتضمن إبراز الصورة المشرقة للوزارة وما توفره من خدمات، وتشكل أداة تفاعلية نشطة، وتعد حلقة اتصال وتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي. ويقع على عاتق وحدة العلاقات العامة والإعلام مهمة إبراز ما تحقّقه الوزارة من إنجازات ونجاحات؛ لكي يكون جهورا، والفئات المستهدفة والمتعاملين معها على دراية كاملة بذلك وهم يقومون بعرض هذه الخدمات والبرامج التي يقومون بتطويرها لخدمة الجمهور. كما أن وحدة العلاقات العامة والإعلام تحتل موقعاً مميزاً في الهيكل التنظيمي لوزارة الصحة، حيث إنها تتبع مباشرة إلى مكتب وزير الصحة ("وحدة العلاقات العامة والإعلام في وزارة الصحة الفلسطينية"، 2020، فقرة 1).

أهداف وحدة العلاقات العامة والإعلام:

تسعى وحدة العلاقات العامة والإعلام في وزارة الصحة إلى تحقيق الأهداف التالية والتي من أبرزها: ("أهداف وحدة العلاقات العامة والإعلام"، 2020، فقرة 2):

- خلق حالة من الفهم والمعرفة لتوحيد اتجاهات الجمهور وقناعاتهم بالقضايا الصحية وتحقيق الاندماج ومد جسور التواصل لزرع الثقة بين وزارة الصحة والمواطنين.
- تعريف الجمهور بالجهود المبذولة من وزارة الصحة وما تقدمه من خدمات ونشاطات وبرامج بالإضافة تعريف الجمهور بالبرامج التعاونية مع المؤسسات ذات العلاقة والتنسيق معها.
- التفاعل بشكل ايجابي مع الأحداث والتطورات في المواضيع الصحية ومجارات اهتمامات ورغبات الجمهور بما لا يتعارض مع أنظمة وقوانين وزارة الصحة.

- التأثير على الرأي العام بشكل ايجابي والمحافظة على وجود رأي عام مقبول تجاه وزارة الصحة وتحليل اتجاهات الجمهور واستخدام هذه البيانات اتخاذ القرارات.
- تساعد على تقديم المهام والخدمات الإدارية والاستشارية وتفسير القوانين
- إعداد البحوث والدراسات واستطلاعات، ورصد ما ينشر من خلال وسائل الإعلام المختلفة وتقويمه.
- العمل على تحسين علاقة وزارة الصحة مع الوزارات والمؤسسات الحكومية ذات الصلة وتعزيز الشراكة مع مؤسسات المجتمع المحلي والمنظمات غير الحكومية والجامعات والمؤسسات الدولية.
- المتابعة والإشراف على الموقع الالكتروني الخاص بوزارة الصحة وتزويده بكافة المستجدات والنشاطات التي تتعلق في القطاع الصحي.
- التحضير والإعداد لورش العمل الخاصة بدوائر ووحدات الوزارة المختلفة.
- إعداد وإصدار نشرات ورسائل صحية توعية في حالات الطوارئ بالتنسيق مع الجهات والدوائر المعنية وتوجيه الرسائل الصحية الدورية المتعلقة بالصحة العامة في وسائل الإعلام المختلفة.
- التوعية في حالات الطوارئ كما أنفلونزا الخنازير (H1N1) عبر وسائل الإعلام المختلفة
- وإصدار النشرات والملصقات و TV Spots وذلك بالتنسيق مع الدوائر المعنية في الوزارة مثل الإدارة العامة للرعاية الصحية الأولية والصحة العامة كما تقوم الوحدة بالمتابعة الإعلامية الخاصة برصد الحالات.
- المساهم في إعداد التقارير الخاصة بإنجازات وزارة الصحة بالتنسيق مع الدوائر ذات الصلة.

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: دراسة عيشوش وبوسرسوب (2020): بعنوان: " دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19 دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك صحفه أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجاً".

تكشف هذه الدراسة عن مدى مساهمة واستخدام شبكة الفيسبوك في دعم وتعزيز التوعية الصحية في المجتمع الجزائري، وتحديد الدور الذي تلعبه في نشر وتحقيق التوعية الصحية، وذلك عبر طرق وأنماط الاستخدام لدى متابعي الجزائريين لصفحة أخبار فيروس كورونا. اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وعلى أداتي الملاحظة بالمشاركة والاستبيان الإلكتروني على عينة قصدية من متابعي صفحة أخبار فيروس كورونا. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: تؤدي شبكة الفيسبوك دوراً فعالاً في تعزيز التوعية الصحية السليمة، وأن أهم المواضيع التي تقدمها هي زيادة الوعي، والتواصل مع الجهات الطبية، الفحص الدوري المبكر. وأوصت الدراسة بضرورة توعية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك بالاستمرار وتعزيز قيم الصحة، ودعم وتشجيع الجامعات ومراكز البحوث بإجراء المزيد من البحوث المتعلقة بالتوعية الصحية.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية، حيث تسلط الضوء على دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا، من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي، واعتماد أداة الاستبيان الإلكتروني.

تتفق الباحثة مع نتائج الدراسة حيث إن لموقع الفيسبوك دوراً فعالاً في تعزيز التوعية الصحية. وتختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية بأدوات الدراسة حيث تستخدم الدراسة أداتي الاستبيان الإلكتروني والمقابلات المعمقة مع عينة من مدراء وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية.

الدراسة الثانية: دراسة العنزي (2020): بعنوان: "العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية (دراسة تحليلية لإدارة أزمة فيروس كوفيد 19 عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك للمدة من 2020/3/21 وحتى 2020/4/21)".

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى إدارة العلاقات العامة للأزمة الصحية في وزارة الصحة والبيئة العراقية، عبر موقع الفيسبوك أثناء انتشار فيروس (كوفيد19). وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وأداتي الملاحظة وتحليل المضمون على منشورات الصفحة، والبالغ عددها (210) مادة إعلامية متعلقة بأزمة (كوفيد-19) ولمدة شهر، وتوصلت الدراسة إلى نتائج كان من أبرزها: إن العلاقات دورا في إدارة الأزمة الصحية، وقد بذلت جهودا اتصالية لتوجيه الرسائل الاتصالية إلي الجمهور، عبر تنوع المضامين الإعلامية، واستعمالها بكثافة في ذروة الأزمة، وقد وُظفت العلاقات أساليب متعددة لإدارة الأزمة منها: أسلوب احتواء الأزمة، لمنع تفشي الوباء عبر اهتمامها بالجمهور، إذ حرص القائم بالاتصال على التعامل بمصداقية مع الجمهور، وتزويده بالأخبار، والمواقف الوبائية اليومية، وإعلامه بمستجدات الأزمة، ودحض الشائعات التي رافقت ذروة الأزمة، وضمان عدم التناقض وإثارة الفوضى والهلع لدى الجمهور. وقدمت الدراسة توصيات أهمها: القيام بالبحوث والدراسات الميدانية، لمعرفة آراء الجمهور عبر استطلاعات الرأي الالكترونية. إيلاء القائمين على الصفحة الرسمية على موقع الفيسبوك الاهتمام بتفاعل الجمهور، والرد على تساؤلاتهم؛ لزيادة أعداد المتابعين ولتزويد الجمهور بما قد يحتاجه من معلومات. الإعداد المسبق لبرامج عاقات عامة وقائية وعلاجية خاصة بالأزمات الصحية لتكون الوزارة في حالة استعداد لأيّة أزمة مستقبلاً.

تتفق الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من عدة نواحي، فقد تناولت الدراستان وزارة الصحة، ودور العلاقات العامة بتوظيف صفحة الفيسبوك في مواجهة أزمة جائحة كورونا. وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسة في التعرف على المزيد من الأفكار التي يمكن أن تساهم في حل المشكلة، وتتفق الباحثة في ما توصلت إليه نتائج الدراسة السابقة بأهمية دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات الصحية، والتعامل بمصداقية مع الجمهور بالإضافة لضرورة الاهتمام بالتفاعل مع الجمهور، والرد على تساؤلاتهم، لتزويد الجمهور بالمعلومات والرد على استفساراتهم.

الدراسة الثالثة: دراسة الرباع (2020): بعنوان: " اعتماد الجمهور الليبي على الفيسبوك كوسيلة توعية مخاطر جائحة كورونا - دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الليبي".

هدف هذا البحث في التعرف على مدى اعتماد الجمهور الليبي على الفيسبوك، للتوعية من مخاطر فيروس كورونا، وتحديد المحتوى التوعوي الذي يقدمه فيسبوك حول الفيروس، والكشف عن مدى الاعتماد عليه كمصدر للتوعية الصحية، ومعدلات تعرض الجمهور الليبي للفيسبوك أثناء جائحة كورونا. استخدم الباحث المنهج المسحي، واعتمد على أداة الاستبانة الالكترونية على عينة (400) مفردة من مستخدمي الفيسبوك من الجمهور الليبي. توصل الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تحظى مضامين صفحات الفيسبوك حول فيروس كورونا بثقة لا بأس بها من قبل الجمهور الليبي، وتبين أن الأخبار هي أكثر المواد التي يجذبها قرابة نصف المبحوثين. مع ضرورة وضع قواعد وضوابط؛ لمراقبة صفحات الفيسبوك المتخصصة في التوعية الصحية، بحيث لا تسهم هذه الصفحات في زيادة الضغوط النفسية وارتفاع معدل الخوف والهلع من الفيروس. وأوصت الدراسة بأنه يمكن الاعتماد على الفيسبوك كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا.

تتفق الباحثة بأهمية الفيسبوك، حيث يعد مصدرا مهما للأخبار والمعلومات المتعلقة بالجائحة، وتتشابه الدراسة الحالية في كونها تستقصي مدى اعتماد الجمهور على الفيسبوك، للتوعية من مخاطر فيروس كورونا، وتعمل الباحثة على استخدام أداة في الدراسة مشابهة لأداة الدراسة السابقة، حيث ستعتمد على الاستبانة الالكترونية، وعينة من مستخدمي الفيسبوك.

الدراسة الرابعة: دراسة يسعد (2020): بعنوان: " الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين -دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا".

تناولت هذه الدراسة مدى انتشار الأخبار المزيفة أثناء الأزمات، عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدمين، وتحديدًا خلال الأزمة الصحية العالمية (فيروس كورونا المستجد Covid 19)، حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة نسب انتشار الأخبار المزيفة بين جمهور،، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة الإلكترونية التي تم توزيعها وفق أسلوب كرة الثلج والعينة العشوائية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها: يعتقد 78% من المبحوثين أن

الأخبار التي يتعرضون لها على وسائل التواصل الاجتماعي والمحتويات التي يتصفحونها حول فيروس كورونا وبشكل خاص على الفيسبوك مزيفة، كما يؤكد ما يزيد عن 74% من المستخدمين أن التزييف في الأخبار والمحتويات المتعلقة بفيروس كورونا يحدث بشكل كبير إلى كبير جداً، إضافة إلى أن 86.7% من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في عينة البحث أكدوا أن الأخبار المزيفة أثناء أزمة كورونا كانت كثيرة جداً، وأنهم كانوا في كل مرة يبحثون عن وسائل إعلام أخرى لمعرفة الحقيقة، ويعتقد حوالي 51% من المبحوثين أن تلك الأخبار المزيفة تؤثر سلباً على نفسيتهم.

تتفق الدراسة الحالية في تناول موضوع فيروس كورونا، ودور مواقع التواصل الاجتماعي خلال الجائحة، بالإضافة إلى أنها تتشابه مع الدراسة الحالية من حيث المنهج وأداة الدراسة. استفادت الباحثة من هذه الدراسة كونها تسلط الضوء على مدى انتشار الأخبار المزيفة والشائعات خلال ذروة جائحة كورونا، وهو ما تسعى الدراسة الحالية للإجابة عليه من خلال تساؤلاتها عن دور صفحة وزراء الصحة الفلسطينية في منع انتشار الأخبار الزائفة عبر شبكة الفيسبوك.

الدراسة الخامسة: دراسة الشمري (2020) بعنوان: "حملات التوعية للعلاقات العامة في الوزارات الخدمية وانعكاساتها على الوعي بالقضايا الصحية لدى الجمهور الكويتي: أزمة جائحة كورونا المستجد نموذجاً".

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر حملات التوعية للعلاقات العامة في الوزارات الخدمية، وانعكاساتها على وعي الجمهور الكويتي بالقضايا الصحية خلال أزمة جائحة كورونا، حيث استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة لقياس آراء الجمهور، والتي طبقت على عينة (400) مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور الكويتي، واستندت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر وسائل الاتصال التي تم من خلالها متابعة حملات التوعية الصحية وأفضلها. وتمثلت أسباب ودوافع العينة لحملات التوعية

الصحية بالمحافظة على الصحة وصحة أفراد الأسرة، وأيد الجمهور بأن حملات التوعية الصحية تقدم معلومات مفيدة ووافية عن فيروس كورونا.

تشابهت الدراسة الحالية مع هذه الدراسة كونها تعتمد على المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبانة الالكترونية ونظرية الاستخدامات والإشباع، وتتفق الباحثة فيما توصلت إليه الدراسة، إذ تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر وسائل الاتصال فعالية لمتابعة أخبار وحملات التوعية الصحية.

الدراسة السادسة: دراسة آدم (2019) بعنوان: "توظيف وسائل الاتصال في التوعية الصحية: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على إدارة تعزيز الصحة ولاية القضايف في الفترة من 2018-2019".

تناولت الدراسة الدور الاتصالي للعلاقات العامة، في تعزيز برامج التوعية الصحية بولاية القضايف. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى النتائج، كما اعتمدت على الاستبانة كأداة رئيسة للدراسة، بالإضافة إلى المقابلة والملاحظة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن برامج التوعية الصحية ساهمت في تغيير نمط سلوك المتلقي إلى سلوك سليم وصحي، كما توصلت إلى أن المحطات الإذاعية من أكثر الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة؛ لتنفيذ البرامج الصحية بنسبة بلغت 96%، وأكدت الدراسة أن أكثر الرسائل الصحية التي يستقبلها المجتمع هي الرسائل المتعلقة بصحة البيئة. وقدمت توصيات أهمها: ضرورة تأهيل وتدريب الأطر البشرية، وتأهيل بيئة العمل التي لها أثر فعال في رفع الروح المعنوية والإبداعية لدى العاملين في تعزيز الصحة، اختيار التوقيت المناسب لتنفيذ البرامج الصحية، مع مراعاة عادات وتقاليد المجتمع، مع استخدام اللهجة المحلية للمجتمع، واستخدام التقنيات الحديثة لمواكبة وتطور العمل الصحي.

تشابهت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من ناحية اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، للوصول إلى النتائج، والاستبانة والمقابلة كأداة للدراسة، واتفقت من حيث دراسة استخدام وسائل الاتصال كوسيلة للتوعية الصحية، بينما اختلفت من ناحية دراستها لتوظيف وسائل الاتصال المباشرة وغير المباشرة، وليس فقط توظيف وسائل التواصل الاجتماعي فقط كما في الدراسة الحالية. تسهم هذه

الدراسة في تسليط الضوء على أهمية استخدام وتوظيف وسائل الاتصال غير المباشرة في التوعية الصحية لنشر المعلومات الصحية، وزيادة وعي الجمهور، وتتفق الباحثة في ما توصلت إليه الدراسة السابقة بأهمية استخدام التقنيات الحديثة.

الدراسة السابعة: دراسة السنجري (2018): بعنوان: "الإشباع المتحققة من استخدام المرأة العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية (الفايس بوك) أنموذجاً".

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الإشباع المتحققة من استخدام المرأة العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك في مجال التوعية الصحية، اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي، وعلى أداة الاستبانة لدراسة عينة غير احتمالية (180) مفردة من النساء اللواتي لديهن صفحات على شبكة الفيسبوك، وتم اختيار أفراد العينة بطريقة (كرة الثلج). توصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: يمكن الاستفادة من موقع الفيسبوك الذي يعد فضاء إعلامياً متكامل الأبعاد، فهو يخدم أغراض الوعي الصحي، من خلال توجيهه، ونشر المعلومات، وعرض الصور والفيديوهات. يحقق الفيسبوك إشباعاً وحاجات الجمهور في الحصول على المعلومات الصحية والوقائية. وأوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من موقع الفيسبوك وتوجيهه لخدمة أغراض التوعية الصحية.

تتفق الباحثة مع أهمية ودور موقع الفيسبوك في مجال التوعية الصحية، وتشابه الدراسة الحالية من حيث المنهج المستخدم وأداة الدراسة، وتتفق الباحثة مع نتائج الدراسة حيث توصلت إلى أنه يمكن الاعتماد على موقع الفيسبوك لنشر المعلومات والإرشادات التوعوية؛ لتحقيق حاجة الجمهور وإشباع فضوله حول المعلومات والأخبار.

الدراسة الثامنة: دراسة الفرع (2017) بعنوان: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية".

تناولت الدراسة تقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في التوعية حيال مرض كورونا، من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كأداة توعوية في ظل وجود خطر وبائي متمثل في فيروس كورونا، وتهدف الدراسة إلى التعرف على مستوى استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض، ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب - فيسبوك - تويتر) في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا، وتقييم درجة مشاركة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بالرياض في برامج التوعية الصحية عبر شبكات التواصل الجماهيرية بالسعودية. استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، وتمثلت أداة الدراسة في تحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية للمدن الطبية الخمس، ومستشفياتها في الشبكات الاجتماعية الثلاث. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- أن 73% من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب - فيسبوك - تويتر).
- أن 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية حيال مرض كورونا، ما يعني غياب استراتيجية صحية وطنية.
- ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلي، وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي، ما يعني أيضاً التفريط بتوظيف الشبكات الاتصالية الفاعلة خلال الأمراض والأوبئة.
- وأوصت الدراسة بأهمية تصميم استراتيجية توعية صحية وطنية، تسهم فيها كافة مكونات المنظومة الصحية، وأهمية قيام المدن الطبية والمستشفيات الكبرى بتأسيس منظومة اتصالية حديثة، واستخدام شبكات الإعلام الجديد في التوعية الصحية.

وتتفق الباحثة في ما توصلت إليه الدراسة السابقة، بضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة توعية في ظل وجود خطر وباء كورونا. توافقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية بأهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهومه التوعية الصحية لمكافحة وباء فيروس كورونا، واختلفت من حيث منهج الدراسة، بالإضافة للعينة، فقد تناولت المدن الطبية ومستشفياتها، بينما تتناول الدراسة الحالية وزارة الصحة. وتسهم هذه الدراسة بإثراء البحث، فقد تناولت الدراسة السابقة التوعية المبكرة حيال وباء كورونا منذ عام 2017.

الدراسة التاسعة: دراسة علي (2017) بعنوان: "دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية".

هدفت الدراسة إلى معرفة رأي المختصين في وزارة الصحة الأردنية بما تنشره شبكة الفيسبوك من معلومات صحية، ومعرفة الإشباعات المتحققة عبر رصد أكثر المواضيع وأهمها من وجهة نظرهم. استخدم الباحث المنهج الوصفي، لاستطلاع آراء المختصين في وزارة الصحة، كما اعتمدت الدراسة على الاستبانة، كأداة لقياس معرفة وتصورات المختصين تجاه دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج: إن أكثر ما تتسم به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفيسبوك هي ميزة التنوع التي تصدرت النتائج. وهناك اهتمام بالمنشورات المتعلقة بموضوعات تتصل بفوائد الغذاء، والطب التجميلي، والثقافة الصحية العامة، والاكتشافات الطبية الحديثة، فضلا عن الطب العربي.

كما وتوصي الدراسة بما يلي:

- ضرورة التركيز على عرض المشكلات الصحية الأكثر شيوعا في المجتمع.
- التأكد من دقة ومصداقية المعلومات الصحية التي تنشر على شبكة الفيسبوك.
- إيلاء موضوع التوعية الصحية المزيد من الاهتمام، ووضعها كأولوية في شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- نشر ثقافة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، من ضمنها الفيسبوك للحصول على المعلومات الصحية، لغرض زيادة الوعي الصحي، والتواصل مع الجهات الطبية.

انتقلت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في عدة نواح، فقد تناولت الدراستان وزارة الصحة، وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، وبنيت الدراستان على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتشابهت من ناحية دراستها لدور شبكة الفيسبوك. وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسة في صياغة الأهداف العامة للدراسة، والتعرف على المزيد من الأفكار التي يمكن أن تساهم في حل المشكلة، وتتفق الباحثة في ما توصلت إليه نتائج الدراسة السابقة بأهمية نشر ثقافة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي؛ للحصول على المعلومات الصحية لغرض زيادة الوعي الصحي.

الدراسة العاشرة: دراسة قاسمي وسلطاني (2015): بعنوان: " دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا: الصفحات الفيسبوكية- أنموذجاً".

تناولت الدراسة دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا من خلال صفحة (Ebola 2015) بغرض الكشف عن مدى مساهمة موقع الفيسبوك في التوعية الصحية.

استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، وأداتي الملاحظة بالمشاركة، والاستبانة لجمع البيانات، ووزعت الاستمارة إلكترونياً على عينة قصدية (170) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن شبكات التواصل الاجتماعي وخصوصاً الفيسبوك، الذي استطاع بدوره أن ينمي نسبة المشاركة والتفاعلية بين أفراد العينة حول موضوع الإيبولا، في حين أن إقبال المبحوثين على صفحة (Ebola 2015) يتزايد بشكل مستمر. أما بالنسبة للأسباب التي تدفعهم لمتابعة صفحة (Ebola 2015) هو دافع التوعية الصحية، وخطورة المرض وانتشاره، إذ إن أفراد العينة حققوا مستوى إشباع في التزود بالثقافة، والتوعية الصحية، ومنه الأثر الإيجابي للصفحة على أفراد العينة.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية، كونها تتناول دور موقع الفيسبوك في التوعية الصحية من الأمراض المعدية، واستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة الإلكترونية. وتتفق

الباحثة مع نتائج الدراسة، حيث أن من مميزات مواقع التواصل الاجتماعي هي التفاعلية، وهذا ما استطاعت الدراسة إثباته، فموقع الفيسبوك ينمي نسبة المشاركة والتفاعل بين المستخدمين.

الدراسة الحادية عشر: دراسة الفياض (2015) بعنوان: "دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين: دوافع التعرض والإشباكات المتحققة".

هدف الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب البحريني. واعتمد الباحث على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي. وتمثلت أداة الدراسة في الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

- أن هناك إقبالاً كبيراً من قبل فئة الشباب في مملكة البحرين على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي. وحظي موقع (اليوتيوب) لمقاطع الفيديو والأفلام بالأولوية لدى فئة الشباب، تلتها شبكة (تويتر) ومن ثم شبكة (فيسبوك)، وهذا يدل أن الشباب يميل إلى المقاطع الصورية والأفلام أكثر مما يميل إلى التقارير والأخبار في متابعة القضايا الصحية.
- جاء (دافع التثقيف والتوعية الصحية) بالمرتبة الأولى، وبنسبة من بين دوافع تعرض الشباب للقضايا الصحية عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، مما يعطي دلالة عن مدى تنامي الوعي بين فئة الشباب في تثقيف أنفسهم صحياً وترسيخ الوعي بالأمور الصحية.
- إن أكثر الإشباكات المتحققة من تعرض الشباب للقضايا الصحية في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي هو (معرفة أسباب وطرق الوقاية من الأمراض).

اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في دراسة مفهوم نشر الوعي الصحي عبر الإعلام الجديد، بينما اختلفت الدراستان في المنهج والعينة. وتسهم هذه الدراسة في تسليط الضوء على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر إقبالاً لدى فئة الشباب.

الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى: دراسة Jang & Baek (2018) بعنوان: "عندما تكون المعلومات الواردة من مسؤولي الصحة العامة غير جديرة بالثقة: استخدام الأخبار عبر الإنترنت والشبكات التواصل الاجتماعي، والشبكات الشخصية أثناء تفشي متلازمة فيروس كورونا التنفسية (MERS) في كوريا الجنوبية".

هدفت الدراسة إلى اختبار مصداقية المعلومات المقدمة من المنظمات الصحية، وارتباطها، باعتماد الجمهور على قنوات اتصالية معينة خلال أزمة تفشي متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) لعام 2015 في كوريا الجنوبية. وتسعى الدراسة إلى التعرف على اتجاهات مسؤولي الصحة العامة في تقديم وتوفير المعلومات الجديرة بالثقة أثناء أزمة الصحة العامة؛ ومع ذلك، لا يوجد سوى القليل من الأبحاث التي تتناول كيف يتصرف الجمهور عندما يتم إحباط توقعاتهم حول المعلومات المقدمة. تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري أساسي. أجريت دراسة مسحية على الإنترنت في كوريا الجنوبية بين 15 يونيو و21 يونيو 2015، في خضم تفشي المتلازمة.

وشملت العينة أفرادا يمثلون السكان الكوريين من حيث النوع، والعمر، والتعليم، والدخل. وباستخدام البيانات التمثيلية على الصعيد الوطني، وجد الباحثان أن المعلومات الأقل مصداقية من منظمات الصحة (PHO) أدت إلى الاستخدام المتكرر للأخبار عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. ومن خلال دراسة محاولات البحث عن المعلومات التي قام بها الجمهور خلال تفشي فيروس كورونا في كوريا عام 2015، فإن سبب اعتماد الأشخاص بشكل كبير على وسائل الإعلام عبر الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، هو انخفاض مصداقية المعلومات الصادرة من المنظمات الصحية، والتي تتسبب بميل الجمهور للبحث والاعتماد على الأخبار عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن الناس يبحثون عن المعلومات مع زيادة الغموض، ولكن عندما تكون مصداقية مصادر معلوماتهم الأولية موضع شك، فإنهم يميلون إلى اللجوء إلى قنوات اتصال بديلة

لحل الغموض. ومع ذلك، لم تكن مصداقية المعلومات المقدمة من منظمات الصحة (PHO) مرتبطة باستخدام الأخبار التلفزيونية أو الصحف المطبوعة. تساهم هذه الدراسة بتوجيه الباحثين والممارسين الصحيين على فهم أهمية مصداقية المعلومات، وتأثيرها على سلوك الناس في مجال الاتصال أثناء الأزمات الصحة العامة.

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة من حيث استخدامها لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (MSD)، وتتشابه أيضا في استخدام الأسلوب المسحي والاستبيان الإلكتروني على عينة من المواطنين خلال تفشي المرض، تتفق الباحثة مع نتائج الدراسة على أهمية تحلي المنظمات الصحية بالمصداقية وشفافية.

الدراسة الثانية: دراسة Verhaag (2014) بعنوان: "وسائل التواصل الاجتماعي والرعاية الصحية - الدعاية أم المستقبل؟".

تناولت الدراسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور الخارجي في مؤسسات الرعاية الصحية. وتم اختيار سبعة قطاعات لهذه الدراسة: المستشفيات، مراكز رعاية الأطفال، مراكز التأهيل، مراكز ذوي الاحتياجات الخاصة، دور التمريض، والعيادات وعيادات الجراحة التجميلية. واستخدمت الباحثة المنهج المسحي عن طريق الاستبانة، والمقابلات الشخصية مع الموظفين المسؤولين في 84 من مؤسسات الصحية في هولندا، وذلك بهدف معرفة استخدام هذه المؤسسات لمنصات مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وما تم نشره عبرها مثل: تويتر - الفيسبوك - يوتيوب - لينكد إن - المدونات - جوجل بلس وبنترست؛ لاكتشاف كيفية استخدام المنظمات لوسائل التواصل الاجتماعي للتواصل الخارجي مع الجمهور، ونوع المحتوى الذي تنشره. وبعد جمع المعلومات وتحليلها، توصلت الدراسة إلى أنه لا يتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للاتصال مع الجمهور الخارجي على النحو الأمثل في مؤسسات الرعاية الصحية. والسبب الذي يبرر هذه الحقيقة، هو عدم وجود الوقت والميزانية الكافية للتركيز بشكل كامل على أدوات الاتصال هذه. وتستخدم المؤسسات وسائل التواصل الاجتماعي في الغالب كأدوات اتصال خاصة بالشركة ولأغراض التسويق. وقد أظهرت النتائج أن أكثر منصات وسائل التواصل

الاجتماعي استخداماً في المؤسسات الصحية هي الفيسبوك ثم تويتر بدرجة متقاربة، يليه اليوتيوب ثم المدونات - جوجل بلس - بنترست ثم جاء لنكد إن.

اتفقت الباحثة مع نتائج الدراسة السابقة، فقد أظهرت النتائج أن أكثر المنصات المستخدمة في القطاع الصحي هي شبكة الفيسبوك ثم تويتر، بالإضافة إلى بروز أهمية استخدام وتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور. تسهم هذه الدراسة في إلقاء الضوء على أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في القطاع الصحي.

الدراسة الثالثة: دراسة Lapointe & Ramaprasad & Vedel (2014) بعنوان: "خلق الوعي الصحي: تمكين التعاون على مواقع وسائل التواصل الاجتماعي".

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بمرض السرطان، والجهود التعاونية لهذه الوسائل، وقد تناولت هذه الدراسة ستة منظمات تتعلق مهمتها بالوقاية من السرطان، وتم اختيارها من حيث نوع المرض (سرطان الثدي والبروستات)، من حيث الدولة (كندا والولايات المتحدة الأمريكية)، وسنة التأسيس، الحجم (عدد الموظفين). استخدم الباحثون المنهج التحليلي للوصول إلى النتائج، وتم تحليل صفحات هذه المؤسسات مثل (الموقع الإلكتروني والفيسبوك)، وتم استخدام المقابلات شبه المنظمة مع الرئيس التنفيذي، والموظف المسؤول عن تطوير محتوى صفحات مواقع وسائل التواصل الاجتماعي، وحلل الباحثون كيفية استخدام الأفراد والمنظمات لوسائل التواصل الاجتماعي؛ للتعاون في تعزيز الوعي. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. أن وسائل التواصل الاجتماعي تستخدم لإنشاء مجتمع على شبكة الإنترنت يقود إلى خلق الوعي بمرض السرطان بعدة طرق مختلفة ولأغراض متعددة.
2. أن وسائل التواصل الاجتماعي تسمح للمرضى ومقدمي الرعاية بالعثور على بعضهم البعض، والتواصل ومشاركة المعلومات بشكل سهل على شبكة الانترنت.
3. أن دور هذه المجتمعات يتمثل في سد الحاجة، والواقع أن منظمات الرعاية الصحية لا تملك الوقت أو الموارد اللازمة لتوفير مثل هذه الدعم المجتمعي وتقديم المعلومات، وبالتالي فإن

وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في سد هذه الحاجة وتسهل تواصل أعضاء المجتمع بطريقة تفاعلية، حيث تلعب المنظمات دوراً فعالاً في تمكين الأنشطة حتى تتغلب على حواجز الوقت والمكان.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من حيث أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وخلق الوعي الصحي، وتختلف الدراستان من حيث المنهج. واستفادت الباحثة من نتائج هذه الدراسة في أن شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تساهم في تعزيز وخلق الوعي الصحي، عن طريق التواصل بأكبر عدد من الجمهور، وأن تتخطى العوائق الجغرافية وبطريقة تفاعلية بأي وقت.

الدراسة الرابعة: دراسة Paul & Dredze (2011) بعنوان: " تتبع اتجاهات الصحة العامة من رسائل تويتر: أنت ما تغرد به".

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجمهور لموقع تويتر كمصدر للمعلومات الصحية من خلال دراسة التغريدات الصحية وتحليلها، حيث يمكن لتحليل رسائل المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي قياس الخصائص السكانية المختلفة، بما في ذلك تدابير الصحة العامة. على سبيل المثال، ربط بين رسائل تويتر ومعدلات الأنفلونزا في الولايات المتحدة. وخلصت الدراسة إلى التعرف على أساليب تعامل مستخدمي موقع تويتر والاتجاهات الصحية في مختلف أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية. قام الباحثان بتتبع الأمراض بمرور الوقت (المراقبة)، وقياس عوامل المخاطر السلوكية، وتحديد موقع الأمراض حسب المنطقة الجغرافية، وتحليل الأعراض واستخدام الأدوية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن تويتر يتمتع بإمكانية تطبيق واسعة لأبحاث الصحة العامة. وأوضحت الدراسة اختلاف مستخدمي تويتر في تعاملهم مع تويتر وفقاً لاختلاف طبيعة المرض. وتشير النتائج إلى أن مسؤولي الصحة العامة والباحثين قادرون على الاستعاضة عن الأساليب الحالية الأكثر تكلفة واستهلاكاً للوقت، وتوسيع نطاق الدراسات وقياسها بسهولة، ويشير الباحثان أن موقع تويتر لا يستطيع تقديم كل المعلومات الكافية، وقد لا يكون جديراً بالثقة لأنواع معينة من الدراسات.

تختلف الدراسة الحالية كونها تتناول موقع الفيسبوك، والذي يعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً واستخداماً في فلسطين وفقاً لتقرير ايبوك 2020، وتتفق الباحثة مع نتائج الدراسة حيث يمكن للباحثين إجراء الدراسات والأبحاث عبر مواقع التواصل الاجتماعي لما توفره من وقت وتكلفة وجهد.

الدراسة الخامسة: دراسة Avery وآخرون (2010) بعنوان: "انتشار وسائل التواصل الاجتماعي بين ممارسي العلاقات العامة في الدوائر الصحية (وزارات الصحة) عبر مختلف فئات المجتمع".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدة اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي داخل وكالات الصحة العامة والقائمين على إدارة التبني. عبر دراسة استقصائية مسحية شملت 281 من ممارسي العلاقات العامة في أقسام الصحة العامة، وهم الذين يخدمون 4 فئات مختلفة من سكان المجتمع المحلي (الحضرية والضواحي والبلدة الكبيرة والريفية)، في 48 ولاية من الولايات المتحدة الأمريكية. واستند الباحثون على نظرية انتشار المبتكرات. وتبين نتائج الدراسة معدلات اعتماد منخفضة بشكل عام لأدوات ووسائل التواصل الاجتماعي. كما تبين الدراسة أن 17% من الممارسين يشيرون إلى استخدامهم وسائل التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات الصحية، واتضح أن أكثر الوسائل استخداماً هي مواقع الشبكات الاجتماعية يليها إصدار وسائل الإعلام الجديد، والمدونات، مواقع المناقشات.

أما المناطق الريفية، رغم أنها أقل نسبة في الاستخدام العام لوسائل التواصل الاجتماعية، فإنها تقدم تقارير عن أعلى نسبة من استخدام البث الصوتي. وتكشف الدراسة اختلافات في كل من اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي، والاستخدام للانترنت بين المناطق الحضرية والضواحي، والمدينة كبيرة. وتبين الدراسة أن قوة وسائل التواصل الاجتماعي في توفير منتدى حاسم للتواصل الطبي ثنائي الاتجاه يمكن أن يتحقق من قبل الممارسين وجمهورهم، سواء أكانوا في المناطق الحضرية أم الريفية. وقد تؤدي التفاوتات في اعتماد واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للمعلومات الصحية بين الممارسين الصحيين إلى توسيع الفجوة في مجال الرعاية الصحية العامة.

تتفق الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من ناحية ضرورة اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي في المنظمات والدوائر الصحية، وأهميه استخدام ممارسي العلاقات العامة لتلك الوسائل للتواصل مع الجمهور في نشر الوعي الصحي، واختلفت الدراستان من حيث المنهج والنظرية. واستفادت الباحثة من نتائج هذه الدراسة أن اعتماد ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي يؤدي إلى اتصال ثنائي الاتجاه مع الجمهور، مما يحقق تواصلاً فعالاً يساهم في خلق تعاون مشترك.

الدراسة السادسة: دراسة Tustin (2010) بعنوان: " دور رضا المريض في البحث عن معلومات الصحة عبر الإنترنت".

هدفت الدراسة إلى الإجابة عن أسئلة رئيسة، تتمحور حول أسباب تحول الجمهور إلى شبكة الانترنت للبحث عن المعلومات الصحية، (لماذا يلجأ الناس إلى الإنترنت؟). وتعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع (U&G)، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (MSD). لدراسة الدور الذي يلعبه الرضا عن الرعاية الصحية. تألفت عينة الدراسة من (178) من مستخدمي نظام قوائم البريد الإلكتروني الخاصة بمرض السرطان (مرضى السرطان والناجين)، بالإضافة لمستخدمين (Cancer Survivors Network)، وهو موقع للتواصل الاجتماعي لمرضى السرطان، والذي أطلقته جمعية السرطان الأمريكية. أشارت نتائج الدراسة إلى أن 35% من مستخدمي القوائم البريدية يفضلون شبكة الإنترنت؛ باعتبارها المصدر الرئيس للحصول على المعلومات الصحية مقابل 19 % يفضلون الطبيب المختص بالأورام، كما أوضحت الدراسة أن المرضى المستأوون يفضلون شبكة الإنترنت أكثر من غيرها للحصول على المعلومات الصحية.

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة، من حيث استخدامها نظرية الاستخدامات والإشباع (U&G)، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (MSD)، لدراسة اعتماد الجمهور على شبكة الانترنت للبحث عن المعلومات الصحية، وتتفق الباحثة على أهمية شبكة الانترنت في الحصول على المعلومات والإرشادات الصحية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بموضوع الدراسة، وذلك بقصد التعرف على التوجهات العلمية حول موضوع الدراسة، استعرضت الباحثة في هذا الفصل (17) دراسة عربية وأجنبية أجريت بين عامي (2010-2020)، ومن الملاحظ من الدراسات السابقة أنها تشابهت في تناولها لدور موقع الفيسبوك في التوعية الصحية للوقاية من جائحة فيروس كورونا، بالإضافة لدور العلاقات العامة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة اتصالية لنشر الوعي الصحي. وتبين للباحثة أن بعض الدراسات توافقت مع الدراسة الحالية، من حيث تركيزها على أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول الجائحة، لاسيما شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

تقترب دراسة كل من (عيشوش وبوسرسوب، 2020) و (العنزي، 2020) و (الشمري، 2020) و (الرباع، 2020) من ناحية موضوع ومجتمع الدراسة، حيث تؤدي شبكة الفيسبوك دوراً فعالاً في تعزيز التوعية الصحية وتعد مصدراً أساسياً للأخبار والمعلومات حول الجائحة، ويعود ذلك بسبب اتجاه الجمهور المتزايد للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي. وتشابهت الدراسات السابقة من حيث المنهج وأداة الدراسة. بينما دراسة (يسعد، 2020) فقد ركزت على انتشار الأخبار المزيفة أثناء جائحة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتشابهت أيضاً من حيث استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة الالكترونية، وتسعى الدراسة الحالية إلى معرفة دور التوعية الصحية وشبكة الفيسبوك في الحد من انتشار الأخبار الزائفة عبرها؛ للإجابة عن أحد التساؤلات الفرعية للدراسة. أما دراسة (الشمري، 2020) تشابهت من حيث استنادها على نظرية الاستخدامات والإشباع، بالإضافة لاستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبيان الالكتروني في الكشف عن أثر حملات العلاقات العامة في التوعية حول جائحة كورونا. بينما دراسة (السنجري، 2018) تناولت شبكة الفيسبوك في مجال التوعية الصحية بشكل عام.

وفي دراسة (آدم، 2019) تشابهت من ناحية اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، للوصول إلى النتائج والاستبانة والمقابلة كأداة للدراسة، إلا أنها اختلفت من ناحية دراستها لتوظيف وسائل الاتصال، وليس توظيف وسائل التواصل الاجتماعي كما في الدراسة الحالية. أما دراسة (الفرم،

2017) و (Jang & Baek, 2018) اتفقت من حيث استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة توعية في ظل جائحة فيروس كورونا، واختلفت من حيث منهج الدراسة، بالإضافة للعينة، وتسهم هذه الدراسات بإثراء البحث، فقد تناولت التوعية المبكرة حيال وباء كورونا. إلا أن دراسة (Jang & Baek, 2018) تتفق مع الدراسة الحالية بالإسناد النظري لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

تناولت دراسة (علي، 2017) شبكة الفيسبوك، والتي تعد أحد أبرز مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر شعبية وتأثيراً، وتوافقت معها دراسة (Verhaag, 2014)، حيث أظهرت النتائج أن أكثر منصات وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في المؤسسات الصحية هي شبكة الفيسبوك. وتتقارب الدراسة الحالية مع دراسة (علي، 2017) من ناحية مجتمع الدراسة، وهي وزارة الصحة، ومدى تأثير الرسائل التوعوية على الجمهور في تعزيز وعيهم الصحي.

تتفق دراسة (قاسمي وسلطاني، 2015) مع الدراسة الحالية، كونها تتناول دور موقع الفيسبوك في التوعية الصحية من الأمراض المعدية، والاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبانة الإلكترونية. وتشير الدراسة أن من أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي هي التفاعلية، وهذا ما استطاعت الدراسة إثباته، فموقع الفيسبوك ينمي نسبة المشاركة والتفاعل بين المستخدمين. واعتمدت دراسة (الفياض، 2015) المنهج الوصفي والتحليلي، واستخدمت أداة الاستبانة، وهو المنهج الذي سيتم اتباعه في الدراسة الحالية، بالإضافة تناولها مواضيع تعزيز التوعية الصحية، بينما اختلفت عنهما من ناحية مجتمع الدراسة .

وتشابهت دراسة (Tustin, 2010) من حيث استنادها على نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، لدراسة اعتماد الجمهور على الانترنت للبحث عن المعلومات الصحي.

إن هذه الدراسات تساهم في إثراء البحث في الجانب النظري. حيث اتفقت الدراسات سابقة الذكر مع الدراسة الحالية في اهتمامها بدور العلاقات العامة، وتوظيفها للإعلام ولوسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التوعية الصحية، فأكدت الدراسات على ضرورة استخدام ممارسي العلاقات

العامة وسائل التواصل الاجتماعي في تنفيذ برامجها وأنشطتها التوعوية في تعزيز الوعي الصحي. وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث الحد المكاني، حيث ستطبق على عينة من الجمهور الفلسطيني في الضفة الغربية، ووحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية في مدينة نابلس ورام الله. بالإضافة إلى أن الباحثة لاحظت شحاً بالدراسات الفلسطينية التي تتطرق للموضوع المبجوت فيه.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

يهدف هذا الفصل إلى وصف الإطار المنهجي، وشرح الإجراءات المستخدمة من قبل الباحثة في تحديد منهج الدراسة ومجتمعها وعينتها، وأدواتها، بالإضافة للطرق المستخدمة لجمع البيانات ومعالجتها إحصائياً.

نوع البحث ومنهجه:

استخدمت هذه الدراسة البحث الوصفي، حيث تسعى الدراسة لوصف البيانات وتصنيفها، بغرض إعطاء وصف وتحليل دقيق. ويهدف المنهج الوصفي إلى وصف ظاهرة معينة، ومحاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة، للوصول إلى فهم أفضل وأدق، أو وضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها (الحمودي، 2015، ص. 46).

يعرف أيضاً بأنه منهج يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها ويوضح خصائصها. ويعنى المنهج الوصفي بتقرير خصائص مشكلة معينة، ودراسة ظروفها المحيطة بها، أي كشف الحقائق الراهنة التي تتعلق بظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأفراد مع تسجيل دلالتها وخصائصها وتصنيفها وكشف ارتباطها بمتغيرات أخرى ولقت النظر إلى أبعادها المختلفة (شفيق، 1998، ص. 84).

وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وأسلوبه الكمي والكيفي، باعتباره يحقق أهداف الدراسة، وفي إطار ذلك فقد استهدفت هذه الدراسة توصيف واقع العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية، وتوظيفها لشبكة الفيسبوك في التوعية بمخاطر جائحة فيروس كورونا، باستخدام أسلوب المسح الكمي، باعتباره جهداً علمياً مضمناً؛ للحصول على بيانات ومعلومات من خلال مسح آراء الجمهور الفلسطيني، وذلك للإجابة عن التساؤلات البحثية في إطار تحقيق أهداف الدراسة. واعتمدت الباحثة على أداتي المقابلة والاستبيان.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة بوزارة الصحة الفلسطينية ومتابعين صفحة الوزارة على شبكة الفيسبوك، حيث تعد وزارة الصحة الفلسطينية هي المؤسسة الوطنية المسؤولة عن قيادة وتنظيم عمل القطاع الصحي، وتعزيز صحة الفرد والمجتمع، وتطوير برامج التثقيف الصحي والوعي المجتمعي.

عينة الدراسة:

سيتم اختيار نوعين من العينات كآلاتي:

1. عينة وزارة الصحة الفلسطينية: تم اختيار عينة غير عشوائية قصدية لإجراء المقابلات، وممثلة بكل من: (3) المدراء بوحدة العلاقات العامة، والإدارة العامة للصحة العامة، ومديرة دائرة التثقيف والتعزيز الصحي في وزارة الصحة الفلسطينية، باعتبارهم القائمين بالاتصال، وإعداد رسائل التوعية الصحية.

2. عينة الجمهور: تم الاعتماد على عينة عشوائية من الجمهور الفلسطيني في الضفة الغربية والمتابعين لمنشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على موقع الفيسبوك خلال أزمة جائحة كورونا والذي يبلغ عددهم 555.066 متابع عبر صفحة الوزارة. وتمثلت عينة الدراسة ب(385) مفردة تم توزيع الاستبانة عليهم إلكترونياً.

وفيما يلي وصف لخصائص مجتمع الدراسة حسب متغيراته:

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها المستقلة

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	163	42.3
	أنثى	222	57.7
	المجموع	385	100.0
العمر	أقل من 20 سنة	35	9.1
	من 20 إلى أقل من 30 سنة	179	46.5
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	84	21.8
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	52	13.5
	50 سنة فأكثر	35	9.1
	المجموع	385	100.0
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فأقل	28	7.3
	دبلوم	29	7.5
	بكالوريوس	244	63.4
	ماجستير	74	19.2
	دكتوراه	10	2.6
	المجموع	385	100.0
طبيعة العمل	قطاع حكومي	54	14.0
	قطاع خاص	126	32.7
	طالب	107	27.8
	بلا عمل	98	25.5
	المجموع	385	100.0

يتضح من الجدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب متغيراتها المستقلة، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل متغير من متغيرات الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة، حيث يشير الجدول فيما يخص متغير النوع الاجتماعي فقد كانت النسبة الأعلى للمستجيبين من فئة الإناث بتكرار 222 ونسبة 57.7%، أما فيما يخص متغير

العمر فقد كانت النسبة الأعلى من فئة 20 إلى أقل من 30 سنة بتكرار 179 وبنسبة 46.5%، ومتغير المؤهل العلمي فقد كانت النسبة الأعلى للمستجيبين من فئة البكالوريوس بتكرار 244 وبنسبة 63.4%، أما متغير طبيعة العمل فقد كانت النسبة الأعلى للمستجيبين من فئة قطاع الخاص بتكرار 126 وبنسبة 32.7%.

أدوات الدراسة:

المقابلة: استخدمت الباحثة أداة المقابلة، وهي محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة، وشخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى، بغرض الوصول إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة، يحتاج الباحث الوصول إليها، بضوء أهداف بحثه (الحمودي، 2015، ص. 141). وتتميز المقابلة كأداة لجمع المعلومات والبيانات من حيث معلوماتها الشاملة، وتعطي معلومات دقيقة؛ نظراً لإمكانية شرح الأسئلة، وفي التعرف على الصفات الشخصية للأفراد المطلوب مقابلتهم، وتحليل شخصياتهم، والحكم على إجاباتهم (الحمودي، 2015، ص. 147).

اعتمدت الباحثة على المقابلة كأداة لجمع البيانات من مدراء وحدة العلاقات العامة والإعلام، ومديرة دائرة التثقيف والتعزيز الصحي في وزارة الصحة الفلسطينية، حيث تكونت المقابلة من أسئلة معقمة ومركبة، فهي الأنسب لجمع المعلومات بشكل دقيق ومفصل. وقد قامت الباحثة بإجراء المقابلات مع الفئة المستهدفة عبر الهاتف، والبريد الإلكتروني، وبرنامج (ZOOM) ثم تم تفرغها في ملاحق الدراسة رقم (2-3-4-5).

الاستبيان: استخدمت الباحثة أداة الاستبانة، والتي تعرف بأنها أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقنعة؛ لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للباحثين في هذه البيانات (عبد الحميد، 2000، ص. 353). وهي أيضاً مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة بعضها البعض بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف التي يسعها إليها الباحث بضوء موضوعه، والمشكلة التي اختارها لبحثه (الحمودي، 2015، ص. 126).

وتتميز بأنها أداة فعالة لجمع البيانات والمعلومات بشكل واسع، وتشجع على الإجابات الحرة والصريحة، وتعطي الوقت اللازم للأفراد، وبأوقات فراغاتهم للإجابة عن الأسئلة، ويسهل على الباحث جمع معلومات، وتتميز الاستبانة بسهولة تحليل نتائجها إحصائياً (الحمودي، 2015، ص. 129). لذلك هذه الأداة هي الأنسب للإجابة عن تساؤلات الدراسة.

قامت الباحثة ببناء وتصميم الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع المعلومات وفقاً للخطوات الآتية:

- مراجعة للأدبيات والأبحاث السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة والنظريات النازمة لها.
- مناقشة المشرف والمحكمين والمتخصصين في مجال الدراسة.

وقد تكونت أداة الدراسة (الاستبانة) من جزأين:

الجزء الأول: ويشمل المعلومات الأولية عن المستجيب الذي سيقوم بتعبئة الاستبانة.

الجزء الثاني: واشتمل على (37) فقرة موزعة على أربعة مجالات هي: (التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك، وتوظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية، والإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك، ونتائج توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية، بالإضافة إلى سبعة أسئلة من نوع الاختيار من متعدد تتعلق باستخدام شبكة الفيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي).

جدول رقم (2): فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها:

الرقم	المجال	عدد الفقرات
1	التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك	8
2	توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية	9
3	الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك	10
4	نتائج توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية	10
المجموع		37

وقد أعطيت درجات الفقرات الـ 37 من خلال مقياس ليكرت الخماسي كما يبين الجدول رقم (3)

جدول رقم (3): مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس (ليكرت) الخماسي

الاستجابة					الدرجة
موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
5	4	3	2	1	

يبين الجدول السابق مفتاح تصحيح فقرات الاستبانة تبعاً لمجالاتها حسب مقياس ليكرت الخماسي، حيث يبين الجدول الاستجابة على كل مجال ودرجتها.

صدق الأداة:

تم التحقق من صدق الاستبانة من خلال عرض أداة الدراسة بصورتها الأولية على مشرف الدراسة د. عبد الكريم سرحان، بالإضافة لمجموعة من المحكمين المختصين في مجال الدراسة كما هو مبين في الملحق رقم (6)، وقد طُلب من المحكمين إبداء الرأي في فقرات أداة الدراسة من حيث صياغة الفقرات، ومدى صحتها ومناسبتها للمجال الذي وُضعت فيه، وعليه وبناء على ملاحظاتهم تم تعديل الأداة بصورتها النهائية كما هو موضح في (ملحق رقم 1).

ثبات الأداة:

لقد تم استخراج معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha والجدول (4) يبين معاملات الثبات لأداة الدراسة ومجالاتها.

جدول رقم (4): معامل ثبات الأداة، باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا، Cronbach's Alpha)

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل الثبات
1	التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك	8	83.2
2	توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية	9	92.6
3	الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك	10	89.7
4	نتائج توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية	10	86.4
الثبات الكلي للأداة		37	95.5

يتضح من الجدول رقم (4) أن معاملات الثبات لمجالات الاستبانة تراوحت بين (83.2 - 92.6) للمجالات: الأول: (التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك) والثاني: (توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) في حين بلغ الثبات الكلي للأداة (95.5) وهو معامل ثبات عالٍ وفي أغراض البحث العلمي.

الإجراءات العلمية للدراسة:

تم إجراء الدراسة وفق الخطوات الآتية:

- تحديد مشكلة الدراسة.
- إعداد الإطار النظري للدراسة.
- تحديد مجتمع وعينة الدراسة.

- إعداد أدوات الدراسة بصورتها النهائية، بالإضافة للتأكد من صدق الأداة.
- قامت الباحثة بتصميم الاستبانة على (Google Form) وتوزيعها إلكترونياً، حيث تم استرجاع (385) استبانة صالحة للتحليل ليشكل العدد (385) عينة الدراسة.
- إدخال البيانات إلى الحاسوب، ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).
- إجراء المقابلات مع (3) مدراء العاملين في وحدة العلاقات العامة والإعلام و(1) مديرة دائرة التنقيف والتعزيز الصحي في وزارة الصحة الفلسطينية.
- التحليل لبيانات المقابلات التي أجرتها الباحثة مع موظفي وزارة الصحة الفلسطينية.
- تفريغ نتائج المقابلات.
- استخراج النتائج وتحليلها ومناقشتها، ومقارنتها مع الدراسات السابقة، واستخلاص أهم التوصيات التي تم التوصل إليها.

متغيرات الدراسة:

تضمن تصميم الدراسة المتغيرات الآتية:

أ - المتغيرات المستقلة (الديمغرافية):

1. النوع الاجتماعي: وله مستويان (ذكر، وأنثى)
2. الفئات العمرية: وله خمسة مستويات (أقل من 20 سنة، من 20 إلى أقل من 30 سنة، ومن 30 إلى أقل من 40 سنة، من 40 إلى أقل من 50 سنة، 50 سنة فأكثر).
3. المؤهل العلمي: وله خمسة مستويات (ثانوية عامة فأقل، ودبلوم، وبكالوريوس، وماجستير، ودكتوراه).
4. قطاع العمل: وله أربعة مستويات (قطاع حكومي، وقطاع خاص، وطالب، بلا عمل).

ب - المتغير التابع:

ويتمثل في استجابات المبحوثين من المواطنين الفلسطينيين في الضفة الغربية على فقرات أداة الدراسة، التي تتعلق بتوظيف شبكة الفيسبوك، في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا: وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية نموذجاً.

المعالجات الإحصائية:

بعد تفريغ إجابات أفراد العينة على الأداة (الاستبانة) جرى ترميزها وإدخال البيانات باستخدام الحاسوب، ثم تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، ومن ثم تفريغ بيانات المقابلات. ومن المعالجات الإحصائية المستخدمة:

1. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لتقدير الوزن النسبي لفقرات الاستبانة، والتكرارات والنسب المئوية لأسئلة الاختيار من متعدد، والتكرارات والنسب المئوية لبيانات المقابلات.
2. معادلة كرونباخ - ألفا (Alpha-Cronbach) لقياس ثبات الاختبار.
3. اختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Sample t test، وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغير النوع الاجتماعي.
4. اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، وذلك لمعرفة الفروق الخاصة بمتغيرات الفئات العمرية، والمؤهل العلمي، وطبيعة العمل.
5. اختبار المقارنات البعدية، لمعرفة الفروق بين مستويات المتغيرات التي يوجد بها اختلافات.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يشمل هذا الفصل أهم النتائج التي تم التوصل إليها في المقابلات والاستبيانات، حيث تم تحليل البيانات الناتجة عن المقابلات كميًا، وتلك الناتجة عن الاستبيان كميًا، بهدف تحقيق غرض الدراسة، وهو التعرف إلى مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا، وجاءت النتائج كما يلي:

أولاً- نتائج الاستبيان (التحليل الكمي):

يتضمن هذا الجزء من الدراسة نتائج التحليل الكمي، ومن أجل تحقيق ذلك استخدمت الباحثة استبانة مؤلفة من سبعة أسئلة من نوع الاختيار من متعدد، وأربعة مجالات، و(37) فقرة تم توزيعها على عينة عشوائية من متابعي منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك في الضفة الغربية، وتمثلت عينة الدراسة ب(385) مفردة. وفي ما يلي عرض لنتائج الدراسة:

نتائج الدراسة المتعلقة بالأسئلة من نوع الاختيار من متعدد:

للإجابة عن الأسئلة من نوع الاختيار من متعدد، تم استخدام التكرارات والنسب المئوية كما توضح الجداول التالية:

جدول رقم (5): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب السؤال (أكثر منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها)

النسبة المئوية %	التكرار	التصنيف
50.5	342	الفيسبوك
2.8	19	تويتر
22.3	151	الانستقرام
13.0	88	اليوتيوب
8.2	56	سناپ شات
3.2	21	غير ذلك (واتس أب، تلجرام، تيك توك)
100.0	677	المجموع

يتضح من الجدول رقم (5) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل عينة الدراسة، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل استجابة الدراسة، وتكرار كل مستوى، ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة. حيث بينت النتائج أن أعلى المنصات التي يتم كانت الفيسبوك ونسبة 50.5% يليها والانستقرام ونسبة 22.0%، ومن ثم اليوتيوب ونسبة 13.0%، ومن ثم سناب شات ونسبة 8.2%، في المقابل كانت أدنى منصات التواصل استخداماً هي (واتس أب، وتلجرام، وتيك توك) ونسبة 3.2%.

جدول رقم (6): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب السؤال (الغرض الأساسي من استخدام منصة الفيسبوك)

النسبة المئوية %	التكرار	التصنيف
32.8	304	الحصول على المعلومات والأخبار
25.8	239	التواصل مع الآخرين
5.7	53	إنشاء وتبادل المحتوى
16.0	148	للأغراض المهنية مثل العمل أو الدراسة
19.7	181	للترفيه والتسلية
100.0	926	المجموع

يتضح من الجدول رقم (6) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب الغرض الأساسي من استخدام عينة الدراسة لمنصة الفيسبوك، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل استجابة الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة. حيث بينت النتائج أن أعلى الأسباب كانت الحصول على المعلومات والأخبار ونسبة 32.8%، يليها التواصل مع الآخرين ونسبة 25.8%، ومن ثم للترفيه والتسلية ونسبة 19.6%، ومن ثم للأغراض المهنية مثل العمل أو الدراسة ونسبة 16.0%، في المقابل كانت أدنى الأسباب إنشاء وتبادل المحتوى هي إنشاء وتبادل المحتوى ونسبة 5.7%.

جدول رقم (7): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب السؤال (عدد المرات التي يستخدم فيها موقع الفيسبوك)

النسبة المئوية %	التكرار	التصنيف
9.1	35	مرة واحدة في اليوم
87.5	337	أكثر من مرة في اليوم
1.3	5	مرة واحدة في الأسبوع أو أكثر
2.1	8	مرة واحدة في الشهر أو أكثر
100.0	385	المجموع

يتضح من الجدول رقم (7) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب عدد مرات استخدام موقع الفيسبوك، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل استجابة الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة. حيث بينت النتائج أن أعلى عدد مرات استخدام موقع الفيسبوك كانت (أكثر من مرة في اليوم) ونسبة 87.5%، يليها (مرة واحدة في اليوم) ونسبة 9.1%، ومن ثم (مرة واحدة في الشهر أو أكثر) ونسبة 2.1%، في المقابل كانت أدنى عدد مرات استخدام موقع الفيسبوك هي (مرة واحدة في الأسبوع أو أكثر) ونسبة 1.3%.

جدول رقم (8): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب السؤال (المدة الزمنية التي تقضيها في تصفح موقع الفيسبوك في كل مرة)

النسبة المئوية %	التكرار	التصنيف
27.8	107	أقل من 15 دقيقة
27.0	104	من 15 إلى أقل من 30 دقيقة
12.7	49	من 30 إلى أقل من ساعة
19.2	74	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات
8.3	32	من 3 ساعات إلى أقل من 6 ساعات
4.9	19	6 ساعات فأكثر
100.0	385	المجموع

يتضح من الجدول رقم (8) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب المدة الزمنية التي تقضيها أفراد عينة الدراسة في تصفح موقع الفيسبوك في كل مرة، حيث يبين الجدول المستويات

الخاصة بكل استجابة الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة. حيث بينت النتائج أن أعلى مدة زمنية كانت (أقل من 15 دقيقة) وبنسبة 27.8%، يليها (من 15 إلى أقل من 30 دقيقة) وبنسبة 27.0%، ومن ثم (من ساعة إلى أقل من 3 ساعات) وبنسبة 19.2%، ومن ثم (من 30 إلى أقل من ساعة) وبنسبة 12.4%، ومن ثم (من 3 ساعات إلى أقل من 6 ساعات) وبنسبة 8.3%، في المقابل كانت أدنى مدة الزمنية هي (من 3 ساعات إلى أقل من 6 ساعات) وبنسبة 4.9%.

جدول رقم (9): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب السؤال (سبب متابعة صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك)

النسبة المئوية %	التكرار	التصنيف
39.6	268	للحصول على المعلومات والأخبار بشكل عام
8.9	59	متابعة نشاطات وزارة الصحة الفلسطينية
19.3	131	البحث عن المعلومات والأخبار حول فيروس كورونا
17.4	118	للاطلاع على معدل الإصابات بفيروس كورونا داخل فلسطين
4.2	28	يخدم مجال العمل
8.3	56	من باب الفضول
2.3	8	غير ذلك
100.0	678	المجموع

يتضح من الجدول رقم (9) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب سبب متابعة صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل استجابة الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة. حيث بينت النتائج أن أعلى سبب كان (للحصول على المعلومات والأخبار بشكل عام) وبنسبة 39.6%، يليه (البحث عن المعلومات والأخبار حول فيروس كورونا) وبنسبة 19.3%، ومن ثم (للاطلاع على معدل الإصابات بفيروس كورونا داخل فلسطين) وبنسبة 17.4%، ومن ثم (متابعة نشاطات وزارة

الصحة الفلسطينية) وبنسبة 8.9%، ومن ثم (من باب الفضول) وبنسبة 8.3%، ومن ثم (يخدم مجال العمل) وبنسبة 4.2% في المقابل كان أدنى سبب هو (غير ذلك) وبنسبة 2.3%.

جدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب السؤال (أفضل طريقة لنشر المعلومات والإرشادات التوعوية لتعزيز الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية)

النسبة المئوية %	التكرار	التصنيف
13.2	131	النص
21.5	213	الصور
24.5	241	الفيديو
15.4	153	الإنفوجرافيك (رسومات ونص)
9.5	94	فيديو جرافيك
14.9	147	إحصائيات
1.0	6	غير ذلك (البث المباشر للمؤتمرات، لا أدري، والتوعية المباشرة، والتوجه للناس في أماكن عملهم وتجمعاتهم، والمطبوعات والنشرات، ورسائل نصية (SMS)
100.0	985	المجموع

يتضح من الجدول رقم (10) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب أفضل طريقة لنشر المعلومات والإرشادات التوعوية لتعزيز الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل استجابة الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة. حيث بينت النتائج أن أعلى سبب كان (الفيديو) وبنسبة 24.5% يليه (الصور) وبنسبة 21.5%، ومن ثم (الإنفوجرافيك "رسومات ونص") وبنسبة 15.4%، ومن ثم (الإحصائيات) وبنسبة 14.9%، ومن ثم (النص) وبنسبة 13.2%، ومن ثم (فيديو جرافيك) وبنسبة 9.5%، في المقابل كان أدنى سبب هو غير ذلك (البث المباشر للمؤتمرات، لا أدري، والتوعية المباشرة، والتوجه للناس في أماكن عملهم وتجمعاتهم، والمطبوعات والنشرات، ورسائل نصية (SMS) وبنسبة 1.0%.

جدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب السؤال (القنوات الأنسب للحصول على المعلومات عن قطاع الرعاية الصحية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا)

النسبة المئوية %	التكرار	التصنيف
22.5	185	التلفزيون
12.0	98	الراديو
4.5	37	الصحف
41.5	339	وسائل التواصل الاجتماعي
19.0	153	مواقع الإنترنت
0.5	4	أخرى (لا شيء، والتوعية المباشرة، والتوجه للناس في أماكن عملهم وتجمعاتهم، والمطبوعات والنشرات، ورسائل نصية SMS)
100.0	816	المجموع

يتضح من الجدول رقم (11) توزيع عينة الدراسة الخاصة بالاستبانة حسب القنوات هي الأنسب للحصول على المعلومات عن قطاع الرعاية الصحية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا، حيث يبين الجدول المستويات الخاصة بكل استجابة الدراسة، وتكرار كل مستوى ونسبته المئوية من النسبة الكلية للعينة. حيث بينت النتائج أن أنسب قناة كانت (وسائل التواصل الاجتماعي) ونسبة 41.5%، يليها (التلفزيون) ونسبة 22.5%، ومن ثم (مواقع الإنترنت) ونسبة 19.0%، ومن ثم (الراديو) ونسبة 12.0%، ومن ثم (النص) ونسبة 13.2%، ومن ثم (فيديو جرافيك) ونسبة 9.5%، في المقابل كان أدنى موقع هو (غير ذلك) لا شيء، والتوعية المباشرة، والتوجه للناس في أماكن عملهم وتجمعاتهم، والمطبوعات والنشرات، ورسائل نصية SMS) ونسبة 0.5%.

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

فيما يلي عرض لنتائج الدراسة التي تتضمن الإجابة عن التساؤلات التي وضعت أساساً للبحث، وللإجابة عن الأسئلة، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالات أداة الدراسة (الاستبانة) والتكرارات والنسب المئوية للمقابلة؛ وبالنسبة للاستبانة، فقد حسب طول المدى وهو $(4 = 1-5)$ ثم قسمته على 5 فترات $(0.8 = 5/4)$ وعليه فإن طول الفترة هو (0.8) وعليه اعتمد الباحث التقدير التالي، للفصل ما بين الدرجات، وبيان ذلك فيما يلي:

- المتوسط الحسابي (4.21) فأكثر ويعادل 84.2% (أعلى): درجة كبيرة جداً.
- المتوسط الحسابي $(3.41 - 4.20)$ ويعادل $68.2\% - 84.0\%$: درجة كبيرة.
- المتوسط الحسابي $(2.61 - 3.40)$ ويعادل $52.2\% - 68.0\%$: درجة متوسطة.
- المتوسط الحسابي $(1.81 - 2.60)$ ويعادل $36.2\% - 52.0\%$: درجة قليلة.
- المتوسط الحسابي (أقل من 1.81): درجة قليلة جداً.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرئيسي:

والذي ينص على: ما مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجال أداة الدراسة الثاني (توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) الخاص باستجابات عينة الدراسة من المواطنين.

والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الرابع (توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
1	6	اهتمت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية بإطلاعك على التقرير الوبائي وتزويدك بالإحصائيات الدقيقة وأعداد الحالات المصابة بفيروس كورونا داخل فلسطين	3.97	0.83	79.4	كبيرة
2	5	اهتمت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية بإطلاعك على آخر التصريحات والقرارات والبيانات الصحفية للمسؤولين	3.81	0.83	76.2	كبيرة
3	3	قامت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية بمحاربة الأخبار الزائفة والشائعات المضللة حول فيروس كورونا	3.78	0.81	75.6	كبيرة
4	1	حرصت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية على تزويدك بالأخبار والمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا لحظة بلحظة	3.78	0.81	75.6	كبيرة
5	9	قامت وزارة الصحة الفلسطينية بتوظيف صفحاتها على شبكة الفيسبوك لتهيئة المواطنين لتلقي اللقاحات المضادة لفيروس كورونا	3.67	0.86	73.4	كبيرة
6	2	الأخبار والمعلومات التوعوية المنشورة على صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بما يخص فيروس كورونا كانت كافية وشاملة	3.57	0.85	71.4	كبيرة

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
7	7	قامت وزارة الصحة الفلسطينية بتوظيف صفحتها على شبكة الفيسبوك لتقديم المعلومات الإرشادية حول أماكن المرافق الصحية والمختبرات لإجراء الفحوصات	3.44	1.10	68.8	كبيرة
8	4	قامت وزارة الصحة الفلسطينية بتوظيف صفحتها على شبكة الفيسبوك منذ بداية تفشي جائحة فيروس كورونا كأداة للتواصل والتفاعل مع الجمهور	2.93	1.03	58.6	متوسطة
9	8	اهتمت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية بإطلاعك على الإنجازات والفعاليات	2.68	1.06	53.6	متوسطة
الدرجة الكلية			3.53	0.57	50.6	كبيرة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (12) أن فقرات (توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.68) و(3.97) وهما الفقرات (اهتمت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية بإطلاعك على الإنجازات والفعاليات) و (اهتمت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية بإطلاعك على التقرير الوبائي وتزويدك بالإحصائيات الدقيقة وأعداد الحالات المصابة بفيروس كورونا داخل فلسطين)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.53).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول:

والذي ينص على: ما مدى الاعتماد على شبكة الفيسبوك كمصدر للتوعية الصحية لمواجهة فيروس كورونا؟؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالي أداة الدراسة الأول (التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك)، والثالث (الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك) الخاص باستجابات عينة الدراسة من الجمهور.

والجداول التالية توضح ذلك:

جدول رقم (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الأول (التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك)، والثالث (الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك						
1	7	اعتمد على صفحات ومصادر أخرى للحصول على الأخبار والمعلومات الإرشادية والتوعوية حول جائحة فيروس كورونا	3.79	0.93	75.8	كبيرة
2	6	أعتمد على صفحة وزارة الصحة الفلسطينية في الحصول على الأخبار والمعلومات بدرجة عالية	3.74	1.04	74.8	كبيرة
3	1	أتابع دائماً صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية	3.57	0.93	71.4	كبيرة
4	8	ليس من أولويتي مشاركة منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على الفيسبوك مع الأصدقاء	3.56	1.06	71.2	كبيرة

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
5	2	أُتفاعل مع صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بوضع إعجاب على منشورات الصفحة	3.12	1.03	62.4	متوسطة
6	5	أقوم بالإشارة إلى شخص ما في التعليقات على منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية	2.92	1.07	58.4	متوسطة
7	3	أُتفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية بكتابة تعليق على منشورات الصفحة	2.75	1.01	55.0	متوسطة
8	4	أقوم بمشاركة منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية	2.61	1.04	52.2	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.26	0.64	65.2	متوسطة
الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك						
1	1	تزودني بالمعلومات الصحية الصحيحة حول فيروس كورونا	3.98	0.74	79.6	كبيرة
2	2	تزودني بالإرشادات والتعليمات التوعوية الصحية للوقاية فيروس كورونا	3.97	0.73	79.2	كبيرة
3	5	تعزز المفاهيم الصحية حول فيروس كورونا	3.89	0.73	77.8	كبيرة
4	9	مصدر مفيد للأخبار والمعلومات فيما يتعلق بأزمة جائحة	3.85	0.74	77.0	كبيرة
5	4	تكسبني سلوكيات صحية سليمة للوقاية من فيروس كورونا	3.84	0.78	76.8	كبيرة
6	6	تزودني بأماكن المراكز الصحية والمختبرات لإجراء الفحوصات	3.80	0.81	76.0	كبيرة
7	3	تشجع فضولي في الحصول على آخر الأخبار والمعلومات حول الفيروس	3.64	0.89	72.8	كبيرة
8	7	عززت لدي مشاعر القلق	3.53	0.92	70.6	كبيرة

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
		والخوف من وباء كورونا				
9	8	الأخبار والمعلومات المنشورة تلبي توقعاتي	3.50	0.86	70.0	كبيرة
10	10	المنشورات لم تعزز إدراكي حول خطورة فيروس كورونا	3.05	1.11	61.0	متوسطة
الدرجة الكلية			3.70	0.57	74.0	كبيرة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (13) أن فقرات (التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.61) و(3.97) وهما الفقرات (أقوم بمشاركة منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) و(اعتمد على صفحات ومصادر أخرى للحصول على الأخبار والمعلومات الإرشادية والتوعوية حول جائحة فيروس كورونا)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية متوسطة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.26).

أما بالنسبة لفقرات (الإشاعات المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.05) و(3.98) وهما الفقرات (المنشورات لم تعزز إدراكي حول خطورة فيروس كورونا) و(تزوطني بالمعلومات الصحية الصحيحة حول فيروس كورونا)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.70).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني

والذي ينص على: ما مدى فاعلية رسائل التوعية الصحية التي توجهها وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك لجمهورها للوقاية من فيروس كورونا؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، لمجالي أداة الدراسة الأول (التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك)، والثالث (الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك) الخاص باستجابات عينة الدراسة من الجمهور.

والجداول التالية توضح ذلك:

جدول رقم (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الموافقة للمجال الثالث (الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك)، والرابع (نتائج توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك						
1	1	تزودني بالمعلومات الصحية الصحيحة حول فيروس كورونا	3.98	0.74	79.6	كبيرة
2	2	تزودني بالإرشادات والتعليمات التوعوية الصحية للوقاية فيروس كورونا	3.97	0.73	79.2	كبيرة
3	5	تعزز المفاهيم الصحية حول فيروس كورونا	3.89	0.73	77.8	كبيرة
4	9	مصدر مفيد للأخبار والمعلومات فيما يتعلق بأزمة جائحة	3.85	0.74	77.0	كبيرة
5	4	تكسبني سلوكيات صحية سليمة للوقاية من فيروس كورونا	3.84	0.78	76.8	كبيرة
6	6	تزودني بأماكن المراكز الصحية والمختبرات لإجراء الفحوصات	3.80	0.81	76.0	كبيرة

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
7	3	تشبع فضولي في الحصول على آخر الأخبار والمعلومات حول الفيروس	3.64	0.89	72.8	كبيرة
8	7	عززت لدي مشاعر القلق والخوف من وباء كورونا	3.53	0.92	70.6	كبيرة
9	8	الأخبار والمعلومات المنشورة تلبي توقعاتي	3.50	0.86	70.0	كبيرة
10	10	المنشورات لم تعزز إدراكي حول خطورة فيروس كورونا	3.05	1.11	61.0	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.70	0.57	74.0	كبيرة
نتائج توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطيني						
1	6	التزمت بالتعليمات والإرشادات الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بدافع الخوف على صحة أفراد العائلة، لأن لديهم مشاكل صحية وأمراض مزمنة	3.97	0.83	79.4	كبيرة
2	5	التزمت بالتعليمات والإرشادات الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بدافع الخوف من الإصابة بفيروس كورونا	3.81	0.83	76.2	كبيرة
3	3	استطاعت منشورات التوعية الصحية عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بأن تقنعك	3.78	0.81	75.6	كبيرة
4	1	بعد تعرضك لمنشورات التوعية من فيروس كورونا عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية، استطاعت الصفحة بأن تعزز قناعاتك السابقة	3.78	0.81	75.6	كبيرة

الترتيب	رقم الفقرات	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
5	9	باعتقادك محتوى صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر الفيسبوك كان ممتازاً	3.67	0.86	73.4	كبيرة
6	10	باعتقادك نشاط صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر الفيسبوك كان ممتازاً	3.67	0.86	73.4	كبيرة
7	2	استطاعت منشورات التوعية الصحية عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بأن تغير قناعاتك	3.57	0.85	71.4	كبيرة
8	7	التزمت بالتعليمات والإرشادات الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بدافع الخوف من المخالفة القانونية والغرامات المالية	3.44	1.10	68.8	كبيرة
9	4	لم تستطع إقناعك منشورات التوعية الصحية عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية	2.93	1.03	58.6	متوسطة
10	8	تأثري بالمجتمع المحيط بي قلل إلزامي بالتعليمات والإرشادات الوقائية الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية.	2.68	1.06	53.6	متوسطة
الدرجة الكلية			3.53	0.57	50.6	كبيرة

• أقصى درجة للفقرة (5) درجات

يتضح من خلال البيانات في الجدول رقم (14) أن فقرات (الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (3.05) و(3.98) وهما الفقرات

(المنشورات لم تعزز إدراكي حول خطورة فيروس كورونا) و (تزودني بالمعلومات الصحية الصحيحة حول فيروس كورونا)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.70).

أما بالنسبة لفقرات (نتائج توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين (2.68) و(3.97) وهما الفقرات (تأثري بالمجتمع المحيط بي قلل التزامي بالتعليمات والإرشادات الوقائية الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية) و(التزمت بالتعليمات والإرشادات الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بدافع الخوف على صحة أفراد العائلة، لان لديهم مشاكل صحية وأمراض مزمنة)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة بدلالة المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.53).

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي السادس:

والذي ينص على: هل تختلف اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية باختلاف متغيرات (النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، والمؤهل العلمي، وطبيعة العمل)؟

وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، واختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، واختبار المقارنات البعدية LSD، وكانت النتائج كما في الجداول التالية:

1. النتائج المتعلقة بمتغير النوع الاجتماعي:

جدول رقم (15): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير النوع الاجتماعي

الدرجة الكلية	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة (ت)	مستوى الدلالة *
	ذكر	163	3.53	0.58	-1.552	0.121
	أنثى	222	3.62	0.46		

* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير النوع الاجتماعي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.121) وهي أكبر من (0.05).

2. المتعلقة بمتغير الفئات العمرية:

جدول رقم (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الفئات العمرية للدرجة الكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئات العمرية
0.42	3.56	35	أقل من 20 سنة
0.54	3.61	179	من 20 إلى أقل من 30 سنة
0.52	3.61	84	من 30 إلى أقل من 40 سنة
0.52	3.44	52	من 40 إلى أقل من 50 سنة
0.40	3.58	35	50 سنة فأكثر
0.51	3.58	385	الكلي

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (الفئات العمرية)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (17).

جدول رقم (17): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير الفئات العمرية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	1.378	4	0.345	1.293	0.272
داخل المجموعات	101.241	380	0.266		
المجموع	102.619	384			

* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير الفئة العمرية، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.272) وهي أكبر من (0.05).

3. المتعلقة بمتغير المؤهل العلمي:

جدول رقم (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المؤهل العلمي للدرجة الكلية

الفئات العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ثانوية عامة فأقل	28	3.65	0.49
دبلوم	29	3.72	0.53
بكالوريوس	244	3.54	0.50
ماجستير	74	3.67	0.56
دكتوراه	10	3.41	0.37
الكلي	385	3.58	0.51

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (المؤهل العلمي)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (19).

جدول رقم (19): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير المؤهل العلمي

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية
0.092	2.015	0.533	4	2.132	بين المجموعات	
		0.264	380	100.487	داخل المجموعات	
			384	102.619	المجموع	

* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير المؤهل العلمي، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.092) وهي أكبر من (0.05).

4. المتعلقة بمتغير طبيعة العمل:

جدول رقم (20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير طبيعة العمل للدرجة الكلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئات العمرية
0.49	3.46	54	قطاع حكومي
0.57	3.51	126	قطاع خاص
0.46	3.67	107	طالب
0.48	3.63	98	بلا عمل
0.51	3.58	385	الكلي

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في المتوسطات الحسابية في مستويات متغير (طبيعة العمل)، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما يبين الجدول (21)

جدول رقم (21): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير طبيعة العمل

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الدرجة الكلية
*0.027	3.085	0.811	3	2.433	بين المجموعات	
		0.263	381	100.186	داخل المجموعات	
			384	102.619	المجموع	

* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير طبيعة العمل، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.027) وهي أقل من (0.05). ولمعرفة لمن تعود هذه الفروق، تم استخدام اختبار المقارنات البعدية LSD، والجدول التالية يوضح ذلك:

جدول رقم (22): نتائج تحليل المقارنات البعدية LSD لدلالة الفروق في نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير طبيعة العمل

الدرجة الكلية	المستوى	قطاع حكومي	قطاع خاص	بلا عمل
	طالب	*0.20727	*0.15589	0.03682

* (دال إحصائياً عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$)

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق بين مستوى (طالب) ومستويات (قطاع حكومي، وقطاع خاص) ولصالح مستوى (طالب) في الدرجة الكلية.

ثانياً- نتائج المقابلات (التحليل الكيفي):

يتضمن هذا الجزء من الدراسة التحليل الكيفي، والذي تم من خلال إجراء مقابلات مع عينة قسدية، وممثلة بكل من المدراء بوحدة العلاقات العامة والإعلام، ودائرة التثقيف والتعزيز الصحي في وزارة الصحة الفلسطينية، وذلك بهدف الإجابة عن السؤال الرئيسي للدراسة "ما مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)؟"

وأُسئلة الدراسة الفرعية التالية:

- س1: ما مدى الاعتماد على شبكة الفيسبوك كمصدر للتوعية الصحية لمواجهة فيروس كورونا؟
 - س3: ما دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية؟
 - س4: ما هي المعوقات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية عند استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟
 - س5: ما دور صفحة وزارة الصحة الفلسطينية في منع انتشار الأخبار الزائفة عبر شبكة الفيسبوك؟
- وجاءت النتائج كما يلي:

النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيسي: ما مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)؟

وللإجابة عن هذا السؤال قامت الباحثة بتقسيم الإجابة إلى خمسة محاور، تبين مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا كما يلي:

المحور الأول: استخدام شبكة الفيسبوك من قبل ممارسي العلاقات العامة:

أظهرت نتائج المقابلات أن ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة على رأسها الفيسبوك، وأجمع المبحوثين أن صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية هي الأكثر استخداماً؛ وذلك بسبب وصولها إلى أكبر شريحة من المجتمع، حيث أن عدد المتابعين من المواطنين يزيد عن 92% من المواطنين الذي يستخدمون شبكة فيسبوك. وقد أكد الممارسين في وزارة الصحة على استخدامهم للوسائل التقليدية، والحديث في التوعية؛ للوقاية من فيروس كورونا، بهدف الوصول إلى جميع فئات المجتمع ومنها:

- مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، الانستغرام).
- موقع الوزارة الرسمي الإلكتروني.
- الاجتماعات واللقاءات والمؤتمرات عبر برنامج (ZOOM).
- المنصة الإلكترونية: المرصد الوطني لفيروس (كوفيد19).
- وسائل الإعلام المختلفة (المرئي والمسموع والمطبوع)
- الإعلام الحكومي: برنامج خاص بفيروس كورونا لوزارة الصحة على فضائية فلسطين الإخبارية.

ويرى مدراء وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت قوة عظيمة، ولها دور كبير في تشكيل الوعي، وتوجيه السلوكيات، ويجب أن يتم استهدافها دائماً، فقد تسبب الإغلاقات المتكررة (حالات الإغلاق وحظر التجول)، على خلق واقع جديد للتواصل غير المباشر، وبالتالي تم التركيز على شبكة الفيسبوك كأداة تواصل فعالة في نقل المعلومة بشكل سريع. ووفقاً للمدراء فقد حققت وزارة الصحة الفلسطينية عبر صفحتها على شبكة الفيسبوك تواجداً كبيراً وملحوظاً، ومتابعة جماهيرية، حيث اتخذت المواد المنشورة نمطاً معيناً ومميزاً، وأصبح مألوفاً لدى الجمهور الفلسطيني.

المحور الثاني: الاعتماد على شبكة الفيسبوك:

أوضحت نتائج المقابلات تزايد الاعتماد على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك مقارنة بما قبل جائحة فيروس كورونا من قبل وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية، حيث زاد عدد متابعي صفحة فيسبوك التابعة لوزارة الصحة ستة أضعاف خلال فترة الجائحة عن قبل، ويرجع ذلك بسبب مشاركة وزارة الصحة لتطورات وتفاصيل تخص الجائحة أولاً بأول.

المحور الثالث: التغطية عبر شبكة الفيسبوك:

• أشكال التغطية:

بينت نتائج المقابلات أن وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية تستخدم آليات وأشكال تغطية متنوعة عبر شبكة الفيسبوك، بهدف إيصال الرسائل التوعوية والتثقيفية بشتى الطرق، وقد تنوعت ما بين منشورات بمختلف أشكالها (النص المكتوب والأخبار الصحفية والتقارير والصورة والبوسترات)، بالإضافة إلى استخدام الفيديو بجميع أشكاله (فيديو الرسوم المتحركة - الفيديو الجرافيكى - الأفلام المؤثرة - فيديوهات مع الشخصيات المؤثرة من داخل وخارج فلسطين - تي في سبوت)، والبلث المباشر، والمؤتمرات واللقاءات الصحفية.

• تقديم الحقائق:

وفقاً لوحدة العلاقات العامة، فقد بادرت وزارة الصحة الفلسطينية بتقديم الحقائق ومعلومات عن تداعيات فيروس كورونا عبر صفحتها على شبكة الفيسبوك أولاً بأول، وهناك استراتيجيات عمل منظمة ومخطط لها حسب كل مرحلة. وأوضحت نتائج المقابلات أن وزارة الصحة قامت بإنشاء المرصد الوطني الصحي الفلسطيني لجائحة (كوفيد 19)، وهو منصة إلكترونية تظهر فيها تفاصيل ومعلومات وأرقام تحدث أولاً بأول، وتقوم الوزارة بنشر جميع المعلومات والحقائق بكل شفافية، بحيث تكون متاحة للجمهور عبر شبكة الفيسبوك ومختلف وسائل التواصل.

• رصد الآراء:

وفقا لمديرة العلاقات العامة فقد أوضحت بأنهم يقومون بتحليل ورصد مواقع التواصل الاجتماعي يوميا، إذ إنهم قاموا على استحداث دائرة مختصة بعملية الرصد، تقوم بهذه المهمة، وبالتالي انعكست بطريقة إيجابية، بحيث سهل التحكم بنقاط القوة ونقاط الضعف، وتحليلها، ومعالجتها، والاستفادة منها في التصدي للمعوقات.

وبين مدير دائرة الإعلام والمسؤول عن صفحة الفيسبوك في وزارة الصحة بأنه لا يتم الرد على استفسارات المواطنين على صفحة الفيسبوك مباشرة، بل تم تخصيص مواقع للرد على كل استفسار في مجاله، فهناك موقع خاص للرد على الاستفسارات التي تخص التحويلات، وهناك موقع للاستفسارات التي تخص التأمينات.

المحور الرابع: توظيف النظريات والأسس العلمية:

بينت نتائج المقابلات أن وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية تعتمد على خطط علمية يتم إعدادها لمواجهة فيروس كورونا، منها الخطة الجاهزية وخطة الاستجابة وخطة تحليل الوضع الصحي الراهن.

وبسؤال لمديرة دائرة التثقيف والتعزيز الصحي عن الرسائل التي تحمل مضامين تحذيرية، كوسيلة لتعزيز إدراك الجمهور حول خطورة الفيروس، أوضحت أنه يتم إنتاج وإعداد المواد التثقيفية عبر خطط وآليات تنسيق مع الجهات الداعمة (منظمة الصحة العالمية - واليونيسيف - والأونروا وغيرها)، حيث تقوم هذه الجهات بعمل دراسات تقيس الوعي والسلوك، وتم استخدام كافة الأساليب، من مثل تزويد الجمهور بالمعلومات والمعرفة، والأساليب التحذيرية والتي ليست من منطلق تعزيز مشاعر الخوف والقلق، بقدر ما هي الحرص على تشجيع الجمهور على اتباع الإرشادات والإجراءات الوقائية، والتي تعد السهل الممتنع، حيث إن فئة كبيرة من الجمهور يدرك ويعلم مدى أهمية هذه الإجراءات، ولكن هناك صعوبة بتطبيقها، ومن أبرز هذه الصعوبات التي خلقت جوا عاما وظروفا صعبة وضاغطة، هي الوضع الوبائي العالمي والوضع الاقتصادي. فشكل الوضع الاقتصادي ضغطا على المواطنين، بسبب فرض الحجر الصحي، وحظر التجوال لفترات طويلة،

مما تسبب في انقطاع مصادر الدخل، والذي أدى إلى صعوبة في اتباع الإرشادات والتعليمات، رغم تركيز وزارة الصحة على الحملات التوعوية أثناء الحجر الصحي.

وشددت على أهمية الإجراءات الاحترازية؛ لجعل المواطنين يتبعوا سبل الوقاية، فوزارة الصحة تركز الجهود حرصاً وخوفاً على مصلحتهم، وقد استطاعت الوزارة أن تصل لقطاع كبير من الجمهور. بالإضافة لمراعاة النواحي النفسية للمواطنين الفلسطينيين. وخلال الفترة الأخيرة، والتي تزايدت فيها حالات الإصابة، أدرك المواطنون مدى خطورة الفيروس، مما أدى إلى تزايد التزامهم، فعندما يزداد إحساس الناس بالخطر، يزداد التزامهم بالإجراءات الوقائية.

أما وحدة العلاقات العامة، فقد أكد المدراء على استخدامهم المضامين التحذيرية؛ لتعزيز إدراك الجمهور حول خطورة الفيروس، وتم استخدامها من خلال فيديوهات ومنشورات ونشرات توعوية عبر شبكة الفيسبوك، بالإضافة للحملات التي تعمل على رفع الروح المعنوية لدى الجمهور الفلسطيني، حيث قامت الوزارة بإعداد حملة إعلامية خاصة بتلقي اللقاح، وضرورة التسجيل عبر المنصة الالكترونية التي تم إعدادها من قبل الوزارة وشملت الحملة عدة محاور أهمها:

- إصدار العديد من الفيديوهات التوعوية والتثقيفية لأهمية تلقي اللقاح ونشرها على جميع مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك وغيرها) والمنصات الالكترونية الخاصة بالوزارة.
- التعاون مع الإعلام الحكومي في نشر جميع المواد الإعلامية التي تخص اللقاح.
- استخدام تكتيكات للوصول إلى مشاعر المواطنين من خلال فيديوهات ومشاهد تم عرضها لأهمية أخذ اللقاح لفئة كبار السن وذوي الأمراض المزمنة؛ للحفاظ على سلامة آبائهم وأمهاتهم عبر شبكة الفيسبوك ووسائل الإعلام المختلفة.
- تم بث مباشر لفيديوهات وزيرة الصحة والطواقم الطبية وهي تتلقى اللقاحات.
- نشر الدراسات العلمية التي تشدد على ضرورة أخذ اللقاح.
- نشر تصريحات من قبل منظمة الصحة العالمية بشأن مأمونية تلقي اللقاح.

وقد أوضح مدير دائرة الإعلام أنه تم العمل على رفع الروح المعنوية لجمهور وللمصابين وذويهم، من خلال تعليمات وإرشادات نشرتها الوزارة سواء عبر فيديوهات أو قصص صحفية لأشخاص

تعافوا من الفيروس جراء التزامهم بالإجراءات الاحترازية، وذلك للتخفيف من حدة الوضع الوبائي، وتعزيز الروح الجماعية للجمهور، عبر غرس مفاهيم اجتماعية وطبية، وهي أن الوقاية من الفيروس يحتاج إلى مسؤولية مجتمعية، لذلك كان هناك تحديات لمواجهة فئة كبيرة من غير الملتزمين، كان لابد لنا أن نضاعف ونعزز الجانب التوعوي بصورة كبيرة ومستمرة.

المحور الخامس: دور وحدة العلاقات العامة في مواجهة تداعيات جائحة فيروس كورونا عبر شبكة الفيسبوك:

أظهرت نتائج المقابلات أن طواقم وزارة الصحة جميعها بما يشمل وحدة العلاقات العامة والإعلام لعبت دوراً كبيراً في مواجهة هذه الجائحة، بحيث كان العمل متكافئاً ومتكاملاً يد واحدة كل في تخصصه، واستطاعت وحدة العلاقات العامة والإعلام في نقل صورة الوضع، وجميع المعلومات والحقائق أمام الجمهور، وتوصيل رسالة وزارة الصحة في كل الأوقات، من خلال وحدة العلاقات العامة، التي تعتبر حلقة الوصل بين الوزارة والجمهور الخارجي، عبر استخدام كافة وسائل التواصل، وأكد مدير عام وحدة العلاقات العامة والإعلام على نجاحهم بمواجهة المعوقات والتحديات والخروج منها بأقل الخسائر. وقد أوضح مدير دائرة الإعلام أن المنصة الإلكترونية التي توصل أي رسالة إلى الجمهور الخارجي كانت شبكة الفيسبوك والتي كان لها الأثر الإيجابي الكبير في مواجهة فيروس كورونا.

وبسؤال لمديرة دائرة التثقيف والتعزيز الصحي، بينت أن التوعية الصحية عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك ساهمت في تعزيز الوعي صحي، وإرشاد المواطنين، كما ولعبت دوراً فعالاً في توجيههم نحو السلوكيات الصحيحة خلال جائحة كورونا، حيث أوضحت أن شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك أصبحت قوة كبيرة وفاقت قوتها الإعلام التقليدي، ولها دور كبير في تشكيل الوعي وتوجيه السلوكيات، فوسائل التواصل الاجتماعي هي سلاح قوي وفعال في نقل المعلومة بشكل سريع، ولذلك تحرص دائرة التثقيف والتعزيز الصحي على أن تكون على علاقة قوية بوحدة العلاقات العامة، وتحديدًا صفحة الفيسبوك التي تحظى بمتابعة عالية واهتمام، والعمل يدا بيد، لتحقيق الأهداف والحفاظ على صحة المجتمع الفلسطيني.

ومن وجهة نظر وحدة العلاقات العامة حسب المقابلات، فقد جاءت نتائج مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19) كالتالي:

1. تزايد الاعتماد على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك مقارنة بما قبل جائحة كورونا.
2. تقديم الحقائق أولاً بأول، من خلال استراتيجيات عمل منظمة ومخطط لها حسب كل مرحلة.
3. ازدياد عدد المتابعين لموقع الوزارة فيسبوك ستة أضعاف خلال فترة الجائحة عما قبل.
4. ظهور وسائل التواصل الاجتماعي كسلاح قوي وفعال في نقل المعلومة بشكل سريع والإدراك الكبير لأهميتها، والتي تحظى بمتابعه عالية واهتمام.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثالث: ما دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية؟

يتضح من نتائج المقابلات أن الباحثين جميعهم قد أشاروا إلى الدور الكبير والفعال الذي تقوم به شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية، وذلك بسبب انتشارها الواسع بين المواطنين، وميزة ضمان وصولها إلى عدد كبير منهم، وبالتالي الاستفادة مما تقدمه الوزارة عبر تلك المواقع، بالإضافة إلى أن إدارة شبكة فيسبوك قدمت دعماً، حيث منحت وزارة الصحة الفلسطينية حزمًا ترويجية مجاناً، لنشر جميع المواد الإعلامية التي تخص الجائحة. وأكد الباحثين أن العدد الأكبر من المواطنين الفلسطينيين يستخدمون شبكة فيسبوك، حيث استطاعوا عبر هذه الشبكة دخول جميع البيوت الفلسطينية، وإيصال الرسائل التوعوية والتثقيفية.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الرابع: ما هي المعوقات التي تواجهه ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية عند استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟

أظهرت نتائج المقابلات أن أبرز المعوقات التي أجمع عليها المدراء في وزارة الصحة هي:

- انتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة، والتي من السهل تداولها بين المواطنين عبر شبكة الفيسبوك، وآخرها كان انتشار معلومات مضللة حول اللقاح.
- التثني على الطواقم الصحية من قبل الجمهور.
- سلبية التعليقات المتاحة من قبل الجمهور وعدم تحليها بالمسؤولية.
- افتقار التعليقات للمصداقية، والتي قد تحمل أجندات خاصة، بسبب أن شبكة الفيسبوك تتيح لأشخاص مجهولين الهوية حرية نشر تعليقاتهم.
- التحديات في مواجهه الفئة الكبيرة من غير الملتزمين، حيث تطلبت جهوداً مضاعفة في تعزيز الجانب التوعوي لديهم وبصوره كبيرة ومستمرة.
- نقص الكوادر البشرية مقارنة بحجم العبء الكبير الذي تشكل بسبب الجائحة.
- ضغوطات العمل والأعباء على ممارسي العلاقات العامة في نشر التوعية الصحية، للوقاية من فيروس كورونا.

وقد أشار مدير عام وحدة العلاقات العامة والإعلام أنه تم الرد على جميع الشائعات التي تلاحق الوزارة والمفاهيم المغلوطة التي يتم تداولها بين المواطنين ببيانات تصدر عن الصفحة الرسمية للوزارة. أما في ما يتعلق بالثمن فقد تم تحويل العديد من القضايا الخاصة بالثمن على الوزارة وعلى الطواقم الطبية لوحدة الشؤون القانونية، لتقوم بدورها القانوني لمحاسبة هذه الفئة.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الخامس: ما دور صفحة وزارة الصحة الفلسطينية في منع انتشار الأخبار الزائفة عبر شبكة الفيسبوك؟

أظهرت نتائج المقابلات أن صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة كان لها دور فعال في الحد من انتشار الأخبار الزائفة، حيث تقوم وحدة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة بالرد على الأخبار المضللة سريعاً وفي الوقت المناسب، والتصدي لجميع الأخبار والمعلومات الزائفة، وإهابة

المواطنين أن يتحروا الدقة في الحصول على المعلومة من مصدرها الصحيح، وهي وزارة الصحة الفلسطينية، من خلال المنصات التابعة للوزارة فقط.

ووفقاً للمدير العام في وحدة العلاقات العامة والإعلام، إن هناك آليات وأدوات تقوم الوزارة باستخدامها؛ للتصدي للأخبار الزائفة والمغلوطة على النحو التالي:

- فيما يخص الخبر الزائف، تقوم سريعاً وحدة العلاقات العامة والإعلام بالخروج ببيان توضيحي يفسر موقف الوزارة الصحيح بما يتم تداوله عبر وسائل التواصل.
 - خروج الناطق الإعلامي باسم الوزارة على وسائل الإعلام وتفسير ما يجري.
 - عقد مؤتمر صحفي إذا كانت القضية تستدعي التتويه وشرح تفاصيل توضيحية حسب حجم التداعيات التي حصلت نتيجة انتشار الأخبار الزائفة.
 - تصحيح الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، وتحذير المواطنين من التعامل معها، وأخذ المعلومات والأخبار من الجهة الرسمية، وهي وزارة الصحة الفلسطينية.
 - إنتاج مواد تستهدف الأخبار لتصحيحها قدر الإمكان، من خلال الرسائل التثقيفية والتوعوية.
- أما دائرة التثقيف والتعزيز الصحي والتي لها دور كبير في إنتاج المواد التوعوية، فقد أشارت مديرة الدائرة إلى أن الرسائل التثقيفية والتوعوية تنتج كل أسبوعين وعبر اتفاق ما بين القائمين على إنتاج هذه المواد (الجهات الداعمة: منظمة الصحة العالمية - واليونيسيف - والأونروا وغيرها)، فيؤخذ بعين الاعتبار كل ما هو منتشر من معلومات خاطئة، واستهدافها وتصحيحها، وتقوم وحدة العلاقات العامة والإعلام بالتواصل مع دائرة التثقيف الصحي التابعة للإدارة العامة للصحة العامة في التعاون، لإعداد مواد إعلامية من مصادر طبية موثقة ونشرها على منصات التواصل الاجتماعي.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يهدف هذا الفصل إلى مناقشة نتائج الدراسة التي بحثت في توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا: وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية نموذجاً، وكذلك التعرف إلى دور بعض المتغيرات في موضوع الدراسة. وقد اشتملت الدراسة على مجموعة من الأسئلة، وستحاول الباحثة مناقشة هذه النتائج لإبراز أهم النتائج والتي ستبنى عليها التوصيات المختلفة.

مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

مناقشة نتائج السؤال (الرئيسي):

والذي ينص على: ما مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19).

1. أشارت النتائج إلى أن فقرات محور (توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين المتوسطة والكبيرة، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

وتظهر هذه النتائج بحسب رأي الباحثين أن العلاقات العامة بوزارة الصحة تمكنت من خلال صفحتها على شبكة الفيسبوك بتزويد المواطنين بالأخبار والمعلومات والتعليمات الوقائية، حيث اهتمت وحدة العلاقات العامة بإطلاع الجمهور على التقرير الوبائي وتزويدهم بالإحصائيات الدقيقة، وعلى تقديم التصريحات والقرارات والبيانات الصحفية للمسؤولين، بالإضافة قامت وحدة العلاقات العامة بمحاربة الأخبار الزائفة والشائعات المضللة حول الفيروس وتزويدهم الإرشادات التوعوية والتي كانت كافية وشاملة من وجهة نظر الباحثين، إلا أنها لم تقم بتوظيف صفحتها على شبكة الفيسبوك كأداة للتواصل والتفاعل مع الجمهور حيث كانت استجابات الباحثين متوسطة.

تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن وحدة العلاقات العامة وظفت صفحتها بشكل جيد، حيث أن الجمهور يولي اهتماماً للإحصائيات وأعداد الإصابات والوفيات وأعداد حالات التعافي وهذا ما حرصت وحدة العلاقات العامة على تقديمه حيث وفرت التقرير الوبائي بشكل يومي والأخبار والمعلومات حول الجائحة

تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Lapointe & Ramaprasad & Vedel، 2014) التي أظهرت أن وسائل التواصل الاجتماعي تسمح للمرضى ومقدمي الرعاية بالعثور على بعضهم البعض، والتواصل ومشاركة المعلومات بشكل سهل على شبكة الانترنت. ومع نتائج دراسة (Tustin، 2010) التي أظهرت اعتماد الجمهور على شبكة الانترنت للبحث عن المعلومات الصحية.

2. تبين أن الأخبار والمعلومات المنشورة عبر صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية تلبي توقعات واحتياجات جمهورها، حيث كانت الدرجة الكلية كبيرة لاستجابة المبحوثين لمحور (الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن العلاقات العامة بوزارة الصحة وظفت صفحتها على شبكة الفيسبوك بشكل يلبي احتياجات الجمهور المعرفية، حيث ركزت على نشر الأخبار والمعلومات والإحصاءات والإرشادات المتعلقة بجائحة كورونا، إضافة لاستخدام أشكال ووسائط اتصالية مختلفة من مثل (النص، الصور، فيديو). ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع، فنقترح أن دوافع تعرض الجمهور لصفحة الوزارة هي دوافع تستهدف اكتساب المعلومات والمعارف، والتي تنتج عن حاجات الجمهور النفسية والاجتماعية، والتي بدورها تؤدي إلى تلبية توقعاتهم في إشباع احتياجاتهم من خلال هذه الوسيلة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (السنجري، 2018) التي كشفت أن الفيسبوك يحقق إشباعاً وحاجات الجمهور في الحصول على المعلومات الصحية والوقائية ويمكن الاستفادة من موقع الفيسبوك الذي يعد فضاء إعلامي متكامل الأبعاد ويخدم أغراض الوعي الصحي من خلال توجيهه ونشر المعلومات وعرض الصور والفيديوهات.

أما نتائج "مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لشبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)" من وجهة نظر وحدة العلاقات العامة حسب المقابلات، فقد جاءت نتائجها كالتالي:

1. تقوم وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة بتوظيف صفحتها على شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا، وذلك بسبب وصولها إلى أكبر شريحة من المجتمع، حيث زاد عدد المتابعين على صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة ستة أضعاف خلال فترة الجائحة عما قبل، بالإضافة تستخدم وحدة العلاقات العامة آليات وأشكال تغطية متنوعة عبر صفحتها على شبكة الفيسبوك، بهدف إيصال الرسائل التوعوية والتثقيفية، وقد تنوعت ما بين (الأخبار الصحفية - التقارير - الصورة - الرسوم المتحركة - الفيديو الجرافيكي - الأفلام المؤثرة - البث المباشر - المؤتمرات - ولقاءات الصحفية).

وكما بينت نتائج التحليل الكمي فقد كان أعلى سبب لمتابعة صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك من وجهة نظر الجمهور هي للحصول على المعلومات والأخبار بشكل عام، يليها البحث عن المعلومات والأخبار حول فيروس كورونا وأن أفضل وسيلة اتصالية كانت (الفيديو)، يليه (الصور)، ومن ثم (الإنفوجرافيك).

2. لا تقوم وحدة العلاقات العامة بالرد على استفسارات المواطنين على صفحة الفيسبوك مباشرة، بل تم تخصيص مواقع للرد على كل استفسار في مجاله، فهناك موقع خاص للرد على الاستفسارات التي تخص التحويلات، وهناك موقع للاستفسارات التي تخص التأمينات الصحية.

وترى الباحثة أن وحدة العلاقات العامة قامت بتوظيف صفحتها، إلا أنها لم توظف أدوات الاتصال المتوفرة على شبكة الفيسبوك بالشكل الأمثل، حيث تعد ميزة التفاعلية، والتي وفرتها وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مثالي أحد أهم الخصائص التي يجب توظيفها، لتحقيق الفهم الكامل وإشباع المعرفة لدى الجمهور، وركزت فقط على نشر الأخبار والمعلومات والنشاطات المتعلقة بجائحة كورونا.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (العنزي، 2020) بضرورة إيلاء القائمين على الصفحة الرسمية على موقع الفيسبوك الاهتمام بتفاعل الجمهور، والرد على تساؤلاتهم، لزيادة أعداد المتابعين ولتزويد الجمهور بما قد يحتاجه من معلومات.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الأول:

والذي ينص على: ما مدى الاعتماد على شبكة الفيسبوك كمصدر للتوعية الصحية لمواجهة فيروس كورونا.

1. تبين النتائج إلى أن فقرات محور (التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين الكبيرة والمتوسطة. وكان أعلى فقراتها (اعتمد على صفحات ومصادر أخرى للحصول على الأخبار والمعلومات الإرشادية والتوعوية حول جائحة فيروس كورونا)، وتلتها (أعتمد على صفحة وزارة الصحة الفلسطينية في الحصول على الأخبار والمعلومات بدرجة عالية). وتظهر هذه النتائج بحسب رأي المبحوثين، أنهم يعتمدون على مصادر أخرى للحصول على الأخبار والمعلومات.

تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى رغبة الجمهور بالاطلاع على مصادر معلومات أخرى تلبي رغباتهم المعرفية، وتشكل مواقفهم السلوكية في ظل الظروف الحرجة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (يسعد، 2020) حيث أن المبحوثين يقومون بالبحث عن وسائل إعلام أخرى لمعرفة الحقائق وللتأكد من الأخبار، ومع نتيجة دراسة (Jang & Baek، 2018) التي بينت أن الجمهور يبحث عن المعلومات مع زيادة الغموض حيث يمل الجمهور إلى اللجوء إلى قنوات اتصال بديلة لحل الغموض حول حدث ما.

2. وتظهر النتائج أن العلاقات العامة بوزارة الصحة تمكنت من جعل صفحتها على شبكة الفيسبوك مصدراً يعتمد عليه الجمهور بدرجة عالية، حيث تبين أن الجمهور يعتمد بدرجة كبيرة عليها في حصوله على الأخبار والمعلومات حول جائحة فيروس كورونا.

تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن العلاقات العامة بوزارة الصحة استطاعت أن تحقق للجمهور الاعتماد بشكل كبير على صفحتها على شبكة الفيسبوك عبر توفير الأخبار والمعلومات فور حدوثها، ومواكبة تطورات الوضع الوبائي في فلسطين، مما أدى لجعل الجمهور يعتبرون صفحة الوزارة مصدراً أساسياً في معرفة الطرق الوقائية من الفيروس، ووفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: إن الأفراد الذين يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام ويحاولون الحصول على المعلومات بسرعة، حيث إن نسبة الغموض تزداد عندما تقع أحداث غير متوقعة في المجتمع، وحين تقدم وسائل الإعلام معلومات غير مكتملة أو متضاربة. واستطاعت صفحة الوزارة توفير المعلومات لجمهورها لإزالة الغموض حول الجائحة.

3. كما تظهر النتائج أن أدنى الفقرات كانت: (أقوم بمشاركة منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية)، وكانت الاستجابة متوسطة.

وترى الباحثة أن الجمهور لا يقوم بمشاركة منشورات صفحة الوزارة بسبب زخم منصة الفيسبوك بعدد هائل من المنشورات المتعلقة بجائحة كورونا، وبحسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام يخلق كثرة التعرض للرسائل والمنشورات حول موضوع ما، شعور الفرد باللامبالاة أو بالتبذ، مما يؤدي إلى الفتور العاطفي الذي أشارت له كل ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش بالآثار الوجدانية التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

أما نتائج "ما مدى الاعتماد على شبكة الفيسبوك كمصدر للتوعية الصحية لمواجهة فيروس كورونا"، من وجهة نظر وحدة العلاقات العامة حسب المقابلات، فقد جاءت نتائجها كالتالي:

تظهر النتائج أن الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا، ومن ثم الانستقرام، يليه وسائل الإعلام المختلفة.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى اتجاه الجمهور الفلسطيني نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فقد أظهرت نتائج التحليل الكيفي أن أعلى المنصات التي يتم استخدامها من قبل المبحوثين كانت الفيسبوك يليها الانستقرام.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Verhaa، 2014) التي أظهرت النتائج أن أكثر منصات وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في المؤسسات الصحية هي الفيسبوك، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Avery وآخرون 2010) التي بينت معدلات اعتماد منخفضة بشكل عام لأدوات ووسائل التواصل الاجتماعي.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثاني:

والذي ينص على: ما مدى فاعلية رسائل التوعية الصحية التي توجهها وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك لجمهورها للوقاية من فيروس كورونا.

1. أشارت النتائج إلى أن فقرات محور (نتائج توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين الكبيرة والمتوسطة. وكان أعلى فقراتها (التزمت بالتعليمات والإرشادات الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بدافع الخوف على صحة أفراد العائلة، لأن لديهم مشاكل صحية وأمراض مزمنة)، وتلتها (التزمت بالتعليمات والإرشادات الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بدافع الخوف من الإصابة بفيروس كورونا). وتظهر هذه النتائج بحسب رأي المبحوثين، أن العلاقات العامة بوزارة الصحة تمكنت من خلال صفحاتها على شبكة الفيسبوك حث المواطنين على الالتزام بالتعليمات الوقائية، كما أظهرت النتائج أن أدنى الفقرات كانت: (تأثري بالمجتمع المحيط بي قلل التزامي بالتعليمات والإرشادات الوقائية الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية)، مما يؤكد أن الفئة القليلة من المبحوثين لم يلتزموا بالتعليمات الموصى بها عبر صفحة وزارة الصحة على شبكة الفيسبوك)، وكانت الاستجابة على الدرجة الكلية كبيرة.

ترى الباحثة أن العلاقات العامة بوزارة الصحة قد بذلت جهوداً لتوجيه الرسائل إلي الجمهور عبر تنوع الوسائط الإعلامية والتي استخدمتها بكثافة خلال انتشار الجائحة، وقد وظفت العلاقات العامة أساليب متعددة، إذ حرصت على التعامل بمصادقية مع الجمهور. وقد لعبت صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية دوراً مهماً في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو اتباع التدابير

الوقائية، وبحسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فإن الجمهور يلجأ لهذه الوسائل في تكوين اتجاهاتهم نحو القضايا المثارة في المجتمع، والتي تعد أحد الآثار المعرفية، والتي تساهم في التأثيرات السلوكية، والتي تشكل الفعل واتخاذ موقف نتيجة هذا الاتجاه.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة أن وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية تعتمد على خطط علمية يتم إعدادها لمواجهة فيروس كورونا، منها الخطة الجاهزية وخطة الاستجابة، وخطة تحليل الوضع الصحي الراهن، التي تسعى إلى تقديم الحقائق ومعلومات عن تداعيات فيروس كورونا عبر صفحتها على شبكة الفيسبوك أولاً بأول، حيث يتم إنتاج وإعداد المواد والرسائل التثقيفية لكل مرحلة، عبر خطط وآليات تنسيق مع الجهات الداعمة (منظمة الصحة العالمية)، والتي بدورها تقوم بعمل دراسات لقياس الوعي والسلوك، بهدف تعزيز الوعي، للوقاية من فيروس كورونا، ووفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: إن وفرة المعلومات تسهم في خلق إدراك كاف للجمهور، وتساعد على فهم الأحداث وتحليلها وتفسيرها. وتساعد الفرد في تشكيل آرائه واتجاهاته وتدعيمها، أو التحول عنها وتغييرها، خصوصاً في أوقات الأزمات أو عدم الاستقرار في المجتمع.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (عيشوش وبوسرسوب، 2020) التي كشفت أن لشبكة الفيسبوك دوراً فعالاً في تعزيز التوعية الصحية السليمة في ظل انتشار جائحة كورونا. مع نتائج دراسة (العززي، 2020) التي أظهرت أن للعلاقات دور في إدارة الأزمة الصحية، وقد عملت على توجيه الرسائل الاتصالية إلى الجمهور عبر تنوع المضامين الإعلامية واستعمالها بكثافة في ذروة الأزمة، وقد وظفت العلاقات أساليب متعددة لإدارة الأزمة منها أسلوب احتواء الأزمة لمنع تفشي الوباء عبر اهتمامها بالجمهور، إذ حرص القائم بالاتصال على التعامل بمصداقية مع الجمهور، وتزويده بالأخبار والمواقف الوبائية اليومية، وإعلامه بمستجدات الأزمة. ومع نتائج دراسة (الشمري، 2020) التي توصلت أن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر وسائل الاتصال التي تم من خلالها متابعة حملات التوعية الصحية وأفضلها. وتمثلت أسباب ودوافع العينة لحملات التوعية الصحية بالمحافظة على الصحة وصحة أفراد الأسرة.

2. وتبين النتائج أن فقرات محور (الإشباع المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة

الفلسطينية على شبكة الفيسبوك) من وجهة نظر الجمهور كانت جميعها بين الكبيرة

والمتوسطة. وكان أعلى فقراتها: (تزودني بالمعلومات الصحية الصحيحة حول فيروس كورونا) و(تزودني بالإرشادات والتعليمات التوعوية الصحية للوقاية من فيروس كورونا) وتظهر هذه النتائج بحسب رأي المبحوثين أن العلاقات العامة بوزارة الصحة الفلسطينية من خلال صفحتها على شبكة الفيسبوك استطاعت أن توظفها في تعزيز توعية الجمهور بشأن الوقاية من فيروس كورونا (كوافيد-19). كما أشارت النتائج أن أدنى الفقرات كانت: (المنشورات لم تعزز إدراكي حول خطورة فيروس كورونا)، ويؤكد ذلك أيضاً النتيجة ذاتها.

تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى سعي وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة لتزويد جمهورها بالمعلومات والإرشادات الصحية المتعلقة بجائحة كورونا وإشباع حاجتهم المعرفية، وتوجيههم نحو اتباع السبل الوقائية، لتعزيز وعيهم، وإدراكهم حول ضرورة الالتزام بالإجراءات الاحترازية، للحد من انتشار الفيروس، والحفاظ على سلامة المجتمع. وبحسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فإن القائمين على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي يقومون بانتقاء وترتيب الرسائل، بهدف ترتيب أولويات الجمهور تجاه القضايا المهمة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (السنجري، 2018) التي أظهرت أن الفيسبوك يحقق إشباعات وحاجات الجمهور في الحصول على المعلومات الصحية والوقائية. ومع نتائج دراسة (الفياض، 2015) التي أظهرت أن أكثر الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للقضايا الصحية في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي هو (معرفة أسباب وطرق الوقاية من الأمراض)، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الفرم، 2017) التي أظهرت ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها المنظومة الاتصالية الحديثة، للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلي، وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الثالث:

والذي ينص على: "ما دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية"، من وجهة نظر وحدة العلاقات العامة حسب المقابلات، فقد جاءت نتائجها كالتالي:

تبين نتائج أن المستجيبين جميعهم قد أشاروا إلى الدور الكبير الذي تقوم به شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية، حيث قامت وزارة الصحة بإعداد حملة إعلامية عبر شبكة الفيسبوك وغيرها من الوسائل المختلفة، ومنها حملات لرفع الروح المعنوية لدى الجمهور الفلسطيني، فقامت الوزارة بإعداد حملة إعلامية خاصة بتلقي اللقاح، وضرورة التسجيل عبر المنصة الالكترونية التي تم إعدادها من قبل الوزارة وشملت الحملة عدة محاور أهمها:

- إصدار العديد من الفيديوهات التوعوية والتثقيفية لأهمية تلقي اللقاح، ونشرها على جميع مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك وغيرها)، والمنصات الالكترونية الخاصة بالوزارة.
- التعاون مع الإعلام الحكومي في نشر جميع المواد الإعلامية التي تخص اللقاح.
- استخدام تكتيكات للوصول إلى مشاعر المواطنين من خلال فيديوهات ومشاهد تم عرضها لأهمية أخذ اللقاح لفئة كبار السن، وذوي الأمراض المزمنة، للحفاظ على سلامة آبائهم وأمهاتهم عبر شبكة الفيسبوك ووسائل الإعلام المختلفة.
- بث مباشر لفيديوهات وزيرة الصحة والطواقم الطبية وهي تتلقى اللقاحات.
- نشر الدراسات العلمية التي تشدد على ضرورة أخذ اللقاح.
- نشر تصريحات من قبل منظمة الصحة العالمية بشأن مأمونية تلقي اللقاح.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى انتشار صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك بين المواطنين، وميزة ضمان وصولها إلى عدد كبير، حيث منحت إدارة شبكة الفيسبوك حزمًا ترويجية مجانية لنشر جميع المواد الإعلامية التي تخص الجائحة. وترى الباحثة أن وحدة العلاقات العامة تدرك فعالية شبكة الفيسبوك في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية، وسرعتها العالية في الانتشار

والوصول إلى الجماهير في وقت قصير، وإيصال الرسائل التوعوية والتثقيفية. وبحسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، تشير النتيجة أن الحملات التي تعمل على دعم ورفع الروح المعنوية تزيد من الاعتماد على صفحة الفيسبوك، فالتركيز على الأخبار الإيجابية، مثل حالات الشفاء والتعافي، يعد من التأثيرات الوجدانية التي تؤدي إلى تغير السلوك.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الشمري، 2020)، والتي أشارت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر وسائل الاتصال التي تم من خلالها متابعة حملات التوعية الصحية وأفضلها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (قاسمي وسلطاني، 2015) التي أظهرت أن شبكات التواصل الاجتماعي وخصوصا الفيسبوك الذي استطاع بدوره أن ينمي نسبة المشاركة والتفاعلية بين أفراد العينة حول موضوع الإيبولا.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الرابع:

والذي ينص على: ما هي المعوقات التي تواجهه ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية عند استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

تبين نتائج هذا السؤال أن أبرز المعوقات التي أجمع عليها من تم مقابلتهم هي:

- انتشار الأخبار الكاذبة والشائعات.
- التمر على الطواقم الصحية من قبل الجمهور.
- سلبية التعليقات المتاحة من قبل الجمهور وعدم تحليلها بالمسؤولية.
- افتقار التعليقات للمصداقية والتي قد تحمل أجندات خاصة بسبب أن شبكة الفيسبوك تتيح لأشخاص مجهولين الهوية حرية نشر تعليقاتهم
- التحديات في مواجهه الفئة الكبيرة من غير الملتزمين، حيث تطلبت جهودا مضاعفة في تعزيز الجانب التوعوي لديهم وبصوره كبيرة ومستمرة.
- ضغوطات العمل والأعباء على ممارسي العلاقات العامة في نشر التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا، وذلك بسبب نقص الكوادر البشرية مقارنة بحجم العبء الكبير الذي تشكل خلال انتشار الجائحة.

تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى صعوبة السيطرة على مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وسهولة تداول انتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (يسعد، 2020) التي أظهرت أن التزييف في الأخبار والمحتويات المتعلقة بفيروس كورونا يحدث بشكل كبير إلى كبير جداً، وأن الأخبار المزيفة أثناء أزمة كورونا كانت كثيرة جداً، وأن المبحوثين كانوا في كل مرة يبحثون عن وسائل إعلام أخرى لمعرفة الحقيقة. وفي ما توصلت إليه دراسة (Verhaag، 2014) التي بينت انه لا يتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للاتصال مع الجمهور الخارجي على النحو الأمثل في مؤسسات الرعاية الصحية وذلك بسبب عدم وجود وقت وميزانية كافيين للتركيز بشكل كامل على أدوات الاتصال.

النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي الخامس:

والذي ينص على: ما دور صفحة وزارة الصحة الفلسطينية في منع انتشار الأخبار الزائفة عبر شبكة الفيسبوك.

تظهر نتائج هذا السؤال أن أبرز الآليات التي أجمع عليها من تم مقابلتهم للتصدي للأخبار الزائفة والمغلوبة على النحو التالي:

- تقوم وحدة العلاقات العامة والإعلام سريعاً بالخروج ببيان توضيحي يفسر موقف الوزارة الصحيح بما يتم تداوله عبر وسائل التواصل فيما يخص الخبر الزائف، ومن ثم يخرج الناطق الإعلامي باسم الوزارة على وسائل الإعلام وتفسير ما يجري. ويعقد مؤتمر صحفي إذا كانت القضية تستدعي التنويه وشرح تفاصيل توضيحية حسب حجم التدايعات التي حصلت نتيجة انتشار الأخبار الزائفة.

- تقوم وحدة العلاقات العامة بتصحيح الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، وتحذير المواطنين من التعامل معها، وأخذ المعلومات والأخبار من الجهة الرسمية، وهي وزارة الصحة الفلسطينية. ومن ثمن تعمل على إنتاج مواد تستهدف الأخبار؛ لتصحيحها قدر الإمكان، من خلال الرسائل التثقيفية والتوعوية، ونشرها صفحة وزارة الصحة على شبكة الفيسبوك.

وتبين النتائج أنه يتم الرد سريعاً، وإصدار البيانات والتصريحات الرسمية من الوزارة توضح موقف الوزارة بشكل فوري، حتى لا تتفاقم الشائعة ويزداد حجمها، وإهابة المواطنين لتحري الدقة في الحصول على المعلومة من المصادر الرسمية، ومن خلال المنصات التابعة للوزارة فقط.

تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى كون وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة تزود الجمهور بمعلومات واقعية، وتقوم بتوضيح صحة الأخبار والمعلومات المتداولة بين مستخدمي شبكة الفيسبوك.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (العنزي، 2020) التي أظهرت أن للعلاقات دور في إدارة الأزمة الصحية، ودحض الشائعات التي رافقت ذروة الأزمة، وضمان عدم التناقض وإثارة الفوضى والهلع لدى الجمهور.

مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الفرعي السادس:

والذي ينص على: "هل تختلف اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية باختلاف متغيرات" (النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، والمؤهل العلمي، وطبيعة العمل).

تبين نتائج هذا السؤال عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) باستجابات أفراد عينة الدراسة نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية حسب متغير النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، والمؤهل العلمي. بينما يوجد فروق دالة إحصائية حسب طبيعة العمل ولصالح فئة (الطلاب).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن وجهة نظر الجمهور نحو توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا، لا تختلف بين الذكور والإناث، والأعمار المختلفة، والاختلاف في المؤهلات العلمية لديهم، وذلك نظراً للانتشار الواسع لشبكة الفيسبوك بين الناس،

وسهولة استخدامها، والحصول على المعلومات منها لكافة فئات الجمهور. بينما فئة الطلاب من الجمهور المتابع لصفحة الفيسبوك لوزارة الصحة هم الأكثر اهتماماً بالأخبار، كونهم من الفئة السكانية الشابة والصاعدة، والتي لديها اهتمام بأحداث الجائحة أكثر من غيرها.

مناقشة نتائج الدراسة المتعلقة بالأسئلة من نوع الاختيار من متعدد:

1. تبين النتائج أن أعلى المنصات التي يتم استخدامها من قبل المبحوثين كانت الفيسبوك، يليها الانستقرام، ومن ثم اليوتيوب، ومن ثم سناب شات، في المقابل كانت أدنى منصات التواصل استخداماً هي (واتس أب، وتلجرام، وتيك توك).
2. تبين النتائج أن أعلى الأسباب لاستخدام منصة الفيسبوك كانت الحصول على المعلومات والأخبار، يليها التواصل مع الآخرين ومن ثم للترفيه والتسلية، ومن ثم للأغراض المهنية مثل العمل أو الدراسة، في المقابل كانت أدنى الأسباب إنشاء وتبادل المحتوى.
3. تبين النتائج أن أعلى عدد مرات استخدام موقع الفيسبوك كانت (أكثر من مرة في اليوم)، ويليه (مرة واحدة في اليوم)، ومن ثم (مرة واحدة في الشهر أو أكثر)، في المقابل كانت أدنى عدد مرات استخدام موقع الفيسبوك هي (مرة واحدة في الأسبوع أو أكثر).
4. تبين النتائج أن أعلى مدة زمنية التي تقضيها في تصفح موقع الفيسبوك في كل مرة كانت (أقل من 15 دقيقة)، يليها (من 15 إلى أقل من 30 دقيقة)، ومن ثم (من ساعة إلى أقل من 3 ساعات)، ومن ثم (ن 30 إلى أقل من ساعة)، ومن ثم (ن 3 ساعات إلى أقل من 6 ساعات)، في المقابل كانت أدنى مدة الزمنية هي (من 3 ساعات إلى أقل من 6 ساعات).
5. تبين النتائج أن أعلى سبب لمتابعة صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك كان (الحصول على المعلومات والأخبار بشكل عام)، يليه (البحث عن المعلومات والأخبار حول فيروس كورونا)، ومن ثم (للاطلاع على معدل الإصابات بفيروس كورونا داخل فلسطين)، ومن ثم (متابعة نشاطات وزارة الصحة الفلسطينية)، ومن ثم (من باب الفضول)، ومن ثم (يخدم مجال العمل)، في المقابل كان أدنى سبب هو (غير ذلك).

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الرباع، 2020) التي أظهرت أن الأخبار هي أكثر المواد التي يحبها قرابة نصف المبحوثين.

6. تبين النتائج أن أفضل وسيلة كانت (الفيديو)، يليه (الصور)، ومن ثم (الإنفوجرافيك رسومات ونص)، ومن ثم (الإحصائيات)، ومن ثم (النص)، ومن ثم (فيديو جرافيك)، في المقابل كان أدنى سبب هو (غير ذلك) البث المباشر للمؤتمرات، والبث المباشر للمؤتمرات، لا أدري، والتوعية المباشرة، والتوجه للناس في أماكن عملهم وتجمعاتهم، والمطبوعات والنشرات، ورسائل نصية (SMS).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الفياض، 2015) التي أظهرت أن موقع (اليوتيوب) لمقاطع الفيديو والأفلام قد حظي بالأولوية لدى فئة الشباب بخصوص القضايا الصحية وقضايا الوعي الصحي.

7. تبين النتائج أن أنسب القنوات للحصول على المعلومات عن قطاع الرعاية الصحية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا كانت (وسائل التواصل الاجتماعي)، يليها (التلفزيون)، ومن ثم (مواقع الإنترنت)، ومن ثم (الراديو)، ومن ثم (الصحف)، في المقابل كان أدنى موقع هو (غير ذلك، لا شيء)، والتوعية المباشرة، والتوجه للناس في أماكن عملهم وتجمعاتهم، والمطبوعات والنشرات، ورسائل نصية (SMS).

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (أدم، 2019) التي أظهرت أن المحطات الإذاعية من أكثر الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة لتنفيذ البرامج الصحية.

مناقشة النتائج وفق النظريات الناظمة للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

وفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فإن العلاقة القائمة على الاعتماد الإعلامي ما بين الجمهور والمؤسسة هي علاقة يكون فيها عنصر إشباع احتياجات الجمهور معتمداً على موارد القائم بالاتصال، ومع تطور التقنيات وتكنولوجيا الاتصال الرقمي، والتي أصبحت مجالاً تطبيقياً

لتأثير الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي، والتي خلقت علاقة اعتمادية تتمثل في حاجه الجمهور للمعلومات التي تلبي احتياجاتهم وتحقق أهدافهم. جاءت نتائج الدراسة مع ما تفترضه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث إن الأفراد يلجؤون إلى تلبية رغباتهم المعرفية، وتشكيل مواقفهم السلوكية في ظل ظروف معينة عبر وسائل الإعلام، وأنه كلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرضهم واعتمادهم على هذه الوسائل الإعلامية، كما أن الفهم والتوجيه والتسليّة، هي من أبرز أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد تمكنت العلاقات العامة في وزارة الصحة من خلال صفحاتها على الفيسبوك أن تحقق أهداف النظرية، فكان الاعتماد عليها في نشر المعلومات والأخبار والإرشادات الصحية مؤدياً إلى زيادة فهم الجمهور الفلسطيني، لضرورة الوقاية من فيروس كورونا، وبالتالي نجحت في توجيه الجمهور لاتباع الإجراءات الوقائية، وتعزيز وعيهم نحو الطرق الصحية السليمة في تجنب الإصابة من فيروس كورونا. وهذا ما تبين من نتائج الدراسة، فزيادة الوعي الصحي، واكتساب العادات السليمة، واتباع الإجراءات الاحترازية، جاء بمستوى مرتفع، وهو نتيجة للفهم الحاصل من متابعة صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك.

نظرية الاستخدامات والإشباع:

تبين النتائج أن وسائل التواصل الحديثة أصبحت تنصدر الوسائل الإعلامية الأخرى، حيث باتت شبكة الفيسبوك أحد أهم البدائل والخيارات المطروحة أمام الجمهور الفلسطيني؛ لإشباع احتياجاته، وتشير النتائج أن العلاقات العامة في وزارة الصحة وعبر صفحاتها على شبكة الفيسبوك تمكنت من إشباع احتياجات جمهورها المعرفية، حيث قامت بتزويدهم بمعلومات الصحة الصحيحة، والتي تعزز المفاهيم حول فيروس كورونا، وقدمت لهم الإرشادات والتعليمات التوعوية التي أكسبتهم السلوكيات الوقائية الصحيحة.

التوصيات:

بناء على النتائج السابقة توصي الباحثة بما يلي:

1. التركيز على شبكة الفيسبوك كوسيلة إرشادية وتثقيفية حول لقاحات فيروس كورونا، حيث تحظى صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك بمتابعة كبيرة من قبل الجمهور الفلسطيني.
2. ضرورة الاهتمام بالتفاعل مع الجمهور عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم مباشرة عبر الصفحة وبشكل منتظم لتزويد الجمهور بما قد يحتاجه من المعلومات والإرشادات ولزيادة أعداد المتابعين.
3. ضرورة إعداد خطط متكاملة واستراتيجيات لمواجهة انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة حول الجائحة والشائعات التي تمس عمل وزارة الصحة الفلسطينية.
4. الاهتمام بتقديم المحتوى التوعوي والرسائل التي تحمل مضامين تحذيرية بأشكال وقوالب اتصالية جذابة وسهلة الفهم لإيصال المعلومات والإرشادات التوعوية حول جائحة كورونا.
5. التركيز على استخدام الوسائط المتعددة وتحديداً (الفيديو - الصور - والإنفوجرافيك) حيث أظهرت النتائج أنها أفضل الوسائل لنشر المعلومات والإرشادات التوعوية لتعزيز الوقاية من فيروس كورونا.
6. توفير الكوادر البشرية في وحدة العلاقات العامة والإعلام في وزارة الصحة الفلسطينية والخبراء المختصين في العمليات الاتصالية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
7. تنظيم دورات وورش عمل لممارسي العلاقات العامة لرفع كفاءتهم والعمل على تطوير المضامين الاتصالية التوعوية وجعلها أكثر جاذبية، بالإضافة إلى دورات حول كيفية التعامل مع الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي.
8. على وزارة الصحة الفلسطينية الاهتمام بكافة منصات التواصل الاجتماعي المختلفة للوصول إلى مختلف شرائح المجتمع الفلسطيني وزيادة عدد المتابعين.

9. توظيف أسلوب المسح الإلكتروني عبر استخدام الاستبيانات الإلكترونية ونشرها عبر شبكة الفيسبوك لاستطلاع رأي الجمهور حول الخدمات المقدمة، وقياس رضا المواطنين عن أداء المؤسسات الحكومية سواء قبل أو أثناء أو بعد الأزمة الصحية.
10. إجراء دراسات مستقبلية حول تأثير شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تعزيز التوعية لدى الجمهور وبمختلف المواضيع الصحية.
11. القيام بالبحوث والدراسات حول الأزمات الصحية ودور شبكة التواصل الاجتماعي في دعم الحملات الصحية.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية:

- أبو طالب، زينب بنت متى. شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، العدد (9). (2013)
- ابو اصبع، صالح خليل. *العلاقات العامة والاتصال الإنساني* (طبعة الأولى). عمان، الأردن: دار الشروق للنشر. (1998).
- آدم، تقوى حسن آدم. *توظيف وسائل الاتصال في التوعية الصحية: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على إدارة تعزيز الصحة ولاية القضارف في الفترة من 2018 - 2019*. (رسالة ماجستير). جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال، السودان. (2019).
- الجوهر، محمد ناجي. *العلاقات العامة المبادئ والتطبيقات رؤى معاصرة* (طبعة الأولى). دبي، الإمارات العربية المتحدة: دار القلم للنشر والتوزيع. (2004).
- الحمودي، محمد سرحان علي. *مناهج البحث العلمي* (طبعة الثالثة). صنعاء، اليمن: دار الكتاب. (2015).
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. *نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين* (طبعة العربية). عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. (2016).
- الدليمي، عبد الرزاق محمد. *العلاقات العامة رؤية معاصرة* (طبعة الأولى). عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع. (2011).
- الرباع، عبد اللطيف علي. *اعتماد الجمهور الليبي على الفيسبوك كوسيلة توعية مخاطر جائحة كورونا - دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الليبي*. جامعة الزاوية، كلية الآداب، قسم الإعلام. ليبيا. (2020).

- السنجري، بشرى داود. الإشباعات المتحققة من استخدام المرأة العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية (الفيس بوك) أنموذجاً. *مجلة الدراسات الإعلامية*، العدد (4). (2018).
- الشمري، محمد مرضي مناور. حملات التوعية للعلاقات العامة في الوزارات الخدمية وإنعكاساتها على الوعي بالقضايا الصحية لدى الجمهور الكويتي: أزمة جائحة كورونا المستجد نموذجاً. *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية*، جامعة الكويت، -مجلس النشر العلمي، العدد (41). (2020).
- العدوي، فهمي محمد. مفاهيم جديدة في العلاقات العامة (طبعة الأولى). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع. (2011).
- العكيلي، جهاد كاظم. الوعي الصحي عبر وسائل الاتصال دراسة لقياس الوعي الصحي لدى طلبة جامعة بغداد بشأن مرض الايدز. *مجلة الباحث الإعلامي*، 7 (27). (2015)
- العنزي، نهلة نجاح عبدالله. العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمة الصحية (دراسة تحليلية لإدارة أزمة فايروس كوفيد 19 عبر صفحة وزارة الصحة في فيسبوك للمدة من 2020/3/21 وحتى 21/4/2020. *مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية*، 3 (38). (2020).
- الفرم، خالد فيصل. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، عدد(14). (2017).
- المشابقة، بسام عبد الرحمن. الإعلام الصحي (طبعة الأولى). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع. (2012).
- عيشوش، عمر بن. بوسرسوب، حسان. دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19 دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك صفحة أخبار

- فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجاً. *مجلة التمكين الاجتماعي*، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، مركز البحث في العلوم الإسلامية والحضارة الأغواط، الجزائر. (2020).
- بدح، احمد محمد. ماهرة، أيمن سليمان. بدران، زين حسن. *الثقافة الصحية*. عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. (2009).
- خاجة، مي. استخدام شبكات المعلومات "الإنترنت" في مجال العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الإماراتية. *مجلة المصرية لبحوث الإعلام*. جامعة القاهرة، كلية والإعلام، العدد (7). (2007).
- ديلفير، ميلين ل، وروكيتش، ساندرا بول. *نظريات وسائل الإعلام* (طبعة الأولى). القاهرة، مصر: الدار الدولية للنشر والتوزيع. (1993).
- شفيق، محمد. *البحث العلمي الخطوات والمنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية* (طبعة الأولى). القاهرة، مصر: المكتب الجامعي. (1998).
- شقرة، علي خليل. *الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"* (طبعة الأولى). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع. (2014).
- عبد الحميد، محمد. *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير* (طبعة الثالثة). القاهرة، مصر: عالم الكتب. (2004).
- عبد الحميد، محمد. *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية* (طبعة الأولى). القاهرة، مصر: عالم الكتب. (2000).
- عبده، محمود يوسف مصطفى. *مقدمة في العلاقات العامة*. القاهرة، مصر: دار سامي طابع. (2004).
- علي، محمد فاضل. دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية. (رسالة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، الأردن. (2017).

- قاسمي، لبنى. سلطاني، كاميليا دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا: الصفحات الفيسبوكية- أنموذجا. (رسالة ماجستير). جامعة العربي بنمهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر. (2015).
- كافي، مصطفى يوسف، والضلاعين، نضال فلاح، والشمالية، ماهر عودة، والضلاعين، علي فلاح، واللحام، محمود عزت. نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري (طبعة الأولى). عمان، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع. (2016).
- ماتلار، ارمان، ماتلار، ميشال. تاريخ نظريات الاتصال (طبعة الثالثة)، (ترجمة نصر الدين لعياضي ورابع الصادق). بيروت، لبنان: توزيع مركز دراسات الوحدة العربية. (2005).
- مكاي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين. الاتصال ونظرياته المعاصرة (طبعة الأولى). القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية. (1998).
- وزارة الصحة. الخطة الاستراتيجية الصحية الوطنية 2017-2022. الإدارة العامة للسياسات الصحية والتخطيط. دولة فلسطين. (2017).
- يسعد، زهية. الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين - دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام. (2020).

المراجع الأجنبية:

- Avery, E., Lariscy, R., Amador, E., Ickowitz, T., Primm, C., & Taylor, A. **Diffusion of Social Media Among Public Relations Practitioners in Health Departments Across Various Community Population Sizes.** Journal of Public Relations Research, 22(3). (2010).
- Ball-Rokeach, Melvin A. DeFleur., "A Dependency Model of Mass Media Effects," Communication Research, 3, 3-21. (1976).

- De Fleur, Melvin L. & Ball-Rokeach, Sandra J. **Theories of mass communication**. York; London: Longman. (1989).
- Jang, K., & Baek, Y. M. **When Information from Public Health Officials is Untrustworthy: The Use of Online News, Interpersonal Networks, and Social Media during the MERS Outbreak in South Korea**. Health Communication, 34(9), 991–998. (2018).
- Lapointe, L., Ramaprasad, J. & Vedel, I. **Creating health awareness: a social media enabled collaboration**. Health and Technology, 4(1), 43–57. (2014).
- Paul, Michael J. & Dredze, Mark **You Are What You Tweet: Analyzing Twitter for Public Health**. Johns Hopkins University. Center for Language and Speech Processing. Baltimore. (2011).
- Tustin, N. **The Role of Patient Satisfaction in Online Health Information Seeking**. Journal of Health Communication, 15(1), 3–17. (2010).
- Verhaag, Melissa L. **social media & health care - hype or future**. University of twente - master thesis ‘communication studies. (2014).

الموقع الإلكتروني:

- معجم المعاني الجامع. (2020). تم الاسترجاع من الرابط <https://bit.ly/2Si20oR>.
- موقع اليونيسيف. (2020). تم الاسترجاع من الرابط <https://uni.cf/3lb3jST>.
- موقع منظمة الصحة العالمية. (2020). تم الاسترجاع من الرابط <https://bit.ly/30qbm6A>.

- موقع وزارة الصحة الفلسطينية.(2020). تم الاسترجاع من الرابط:
<https://bit.ly/3i9Ogla>
- موقع وزارة الصحة الفلسطينية. (2020). تم الاسترجاع من الرابط:
<https://bit.ly/3bDINIs>
- موقع وزارة الصحة الفلسطينية، المرصد الإلكتروني لكوفيد 19. (2021). تم الاسترجاع من
الرابط <https://bit.ly/3odSxxu> .

الملاحق

ملحق (1): استبانة الدراسة

استبيان / رسالة ماجستير

أخي المواطن، أختي المواطنة تقوم الطالبة مريم زياد حسن عبد الله في كلية الدراسات العليا برنامج ماجستير العلاقات العامة المعاصرة، برسالة الماجستير بعنوان "توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا: وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية نموذجاً" وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير من جامعة النجاح الوطنية.

حضرة متابعي أنشطة وزارة الصحة الفلسطينية عبر صفحتها على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، الرجاء التكرم بالإجابة عن أسئلة الاستبيان بكل صدق وموضوعية، علماً أن المعلومات التي سيتم الحصول عليها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط مع الحفاظ على سرية المعلومات كافية.

أشكر لكم حسن تعاونكم واهتمامكم.

الباحثة مريم زياد حسن عبد الله

إشراف د. عبد الكريم سرحان

المحور الأول: البيانات الشخصية

– النوع الاجتماعي

ذكر

أنثى

– العمر

أقل من 20 سنة

من 20 إلى أقل من 30 سنة

من 30 إلى أقل من 40 سنة

من 40 إلى أقل من 50 سنة

50 سنة فأكثر

– المؤهل العلمي

ثانوية عامة فأقل

دبلوم

بكالوريوس

ماجستير

دكتوراه

– طبيعة العمل

قطاع حكومي

قطاع خاص

طالب

بلا عمل

المحور الثاني: استخدام شبكة الفيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي

1. ما هي أكثر منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

الفيسبوك

تويتر

الانستقرام

اليوتيوب

سناپ شات

غير ذلك، -----

2. ما الغرض الأساسي من استخدامك لمنصة الفيسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

الحصول على المعلومات والأخبار

التواصل مع الآخرين

إنشاء وتبادل المحتوى

للأغراض المهنية مثل العمل أو الدراسة

الترفيه والتسلية

غير ذلك، -----

3. كم عدد المرات التي تستخدم فيها موقع الفيسبوك؟

مرة واحدة في اليوم

أكثر من مرة في اليوم

مرة واحدة في الأسبوع أو أكثر

مرة واحدة في الشهر أو أكثر

4. ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في تصفح موقع الفيسبوك في كل مرة؟

أقل من 15 دقيقة

من 15 إلى أقل من 30 دقيقة

من 30 إلى أقل من ساعة

من ساعة إلى أقل من 3 ساعات

من 3 ساعات إلى أقل من 6 ساعات

6 ساعات فأكثر

5. لماذا تتابع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

للحصول على المعلومات والأخبار بشكل عام

متابعة نشاطات وزارة الصحة الفلسطينية

البحث عن المعلومات والأخبار حول فيروس كورونا

للاطلاع على معدل الإصابات بفيروس كورونا داخل فلسطين

يخدم مجال العمل

من باب الفضول

غير ذلك، -----

المحور الثالث: التفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر شبكة الفيسبوك

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	1. أتابع دائماً صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	2. أفاعل مع صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بوضع إعجاب على منشورات الصفحة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	3. أفاعل مع صفحة وزارة الصحة الفلسطينية بكتابة تعليق على منشورات الصفحة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	4. أقوم بمشاركة منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	5. أقوم بالإشارة إلى شخص ما في التعليقات على منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	6. أتعتمد على صفحة وزارة الصحة الفلسطينية في الحصول على الأخبار والمعلومات بدرجة عالية
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	7. أتعتمد على صفحات ومصادر أخرى للحصول على الأخبار والمعلومات الإرشادية والتوعوية حول جائحة فيروس كورونا
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	8. ليس من أولوياتي مشاركة منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على الفيسبوك مع الأصدقاء

المحور الرابع: توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	1. حرصت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية على تزويدك بالإخبار والمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا لحظة بلحظة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق	2. الأخبار والمعلومات التوعوية المنشورة على

				بشدة	صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بما يخص فيروس كورونا كانت كافية وشاملة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	3. قامت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية بمحاربة الأخبار الزائفة والشائعات المضللة حول فيروس كورونا
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	4. قامت وزارة الصحة الفلسطينية بتوظيف صفحتها على شبكة الفيسبوك منذ بداية تفشي جائحة فيروس كورونا كأداة للتواصل والتفاعل مع الجمهور
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	5. اهتمت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية بإطلاعك على آخر التصريحات والقرارات والبيانات الصحفية للمسؤولين
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	6. اهتمت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية بإطلاعك على التقرير الوبائي وتزايدك بالإحصائيات الدقيقة وأعداد الحالات المصابة بفيروس كورونا داخل فلسطين
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	7. قامت وزارة الصحة الفلسطينية بتوظيف صفحتها على شبكة الفيسبوك لتقديم المعلومات الإرشادية حول أماكن المرافق الصحية والمختبرات لإجراء الفحوصات
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	8. اهتمت صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية بإطلاعك على الإنجازات والفعاليات التي قامت بها الوزارة للحد من انتشار فيروس كورونا
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	9. قامت وزارة الصحة الفلسطينية بتوظيف صفحتها على شبكة الفيسبوك لتهيئة المواطنين لتلقي اللقاحات المضادة لفيروس كورونا

المحور الخامس: الإشباعات المتحققة من منشورات صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	1. تزودني بالمعلومات الصحية الصحيحة حول فيروس كورونا
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	2. تزودني بالإرشادات والتعليمات التوعوية الصحية للوقاية فيروس كورونا
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	3. تشبع فضولي في الحصول على آخر الأخبار والمعلومات حول الفيروس
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	4. تكسبني سلوكيات صحية سليمة للوقاية من فيروس كورونا
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	5. تعزز المفاهيم الصحية حول فيروس كورونا
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	6. تزودني بأماكن المراكز الصحية والمختبرات لإجراء الفحوصات
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	7. عززت لدي مشاعر القلق والخوف من وباء كورونا
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	8. الأخبار والمعلومات المنشورة تلبي توقعاتي
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	9. مصدر مفيد للأخبار والمعلومات فيما يتعلق بأزمة جائحة كورونا
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	10. المنشورات لم تعزز إدراكي حول خطورة فيروس كورونا

المحور السادس: نتائج توظيف العلاقات العامة لشبكة الفيسبوك عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	1. بعد تعرضك لمنشورات التوعية من فيروس كورونا عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية، استطاعت صفحة بأن تعزز قناعاتك السابقة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	2. استطاعت منشورات التوعية الصحية عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بأن تغير قناعاتك
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	3. استطاعت منشورات التوعية الصحية عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بأن تقنعك

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	4. لم تستطع إقناعك منشورات التوعية الصحية عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	5. التزمت بالتعليمات والإرشادات الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بدافع الخوف من الإصابة بفيروس كورونا
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	6. التزمت بالتعليمات والإرشادات الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بدافع الخوف على صحة أفراد العائلة، لان لديهم مشاكل صحية وأمراض مزمنة
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	7. التزمت بالتعليمات والإرشادات الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية بدافع الخوف من المخالفة القانونية والغرامات المالية
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	8. تأثري بالمجتمع المحيط بي قلل إلزامي بالتعليمات والإرشادات الوقائية الموصى بها عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية.
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	9. باعتقادك محتوى صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر الفيسبوك كان ممتازاً
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	10. باعتقادك نشاط صفحة وزارة الصحة الفلسطينية عبر الفيسبوك كان ممتازاً

11. برأيك، ماهي أفضل طريقة لنشر المعلومات والإرشادات التوعوية لتعزيز الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحة وزارة الصحة الفلسطينية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

النص

الصور

الفيديو

الانفوجرافيك (رسومات ونص)

فيديو جرافيك

إحصائيات

أخرى

12. برأيك، أي من القنوات هي الأنسب للحصول على المعلومات عن قطاع الرعاية الصحية والمستجدات حول جائحة فيروس كورونا؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

التلفزيون

الراديو

الصحف

وسائل التواصل الاجتماعي

مواقع الانترنت

أخرى

انتهى

شكراً لحسن تعاونكم

ملحق (2): مقابلة رقم (1)

تم إجراء المقابلة مع السيدة نسرين الرميلى، مديرة دائرة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية، بتاريخ: 2021\04\04 هاتفياً وعبر البريد الإلكتروني التالي:
prd.moh@gmail.com

المؤهلات العملية: بكالوريوس إدارة صحية.

1. ما هي آليات تواصل وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية مع جمهورها خلال أزمة جائحة كورونا؟

- مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، انستغرام)
- موقع الوزارة الرسمي الإلكتروني www.moh.ps
- الحملات الإعلامية
- المنصات الإلكترونية
- إنشاء المرصد الوطني لفيروس (كوفيد19).
- الإعلام الحكومي: برنامج خاص بفيروس كورونا لوزارة الصحة على فضائية فلسطين الإخبارية.
- وسائل الإعلام المختلفة
- الاجتماعات واللقاءات والمؤتمرات (ZOOM).

2. هل تزايد الاعتماد على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك مقارنة بما قبل جائحة كورونا؟ لماذا؟

نعم صحيح، بسبب وجود الجائحة وبسبب مشاركة وزارة الصحة لتطورات وتفاصيل تخص الجائحة أول بأول.

3. ما هي آلية التنسيق ما بين وحدة العلاقات العامة والدائرة التثقيف والتعزيز الصحي حول المادة التوعوية المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي والإعلام؟

تقوم وحدة العلاقات العامة والإعلام بالتواصل مع دائرة التثقيف الصحي التابعة للإدارة العامة للصحة العامة في إعداد مواد إعلامية من مصادر طبية موثقة ونشرها على منصات التواصل الاجتماعي.

4. ما دور شبكة الفيسبوك في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية في وحدة العلاقات العامة؟ الشريحة الأكبر من المجتمع الفلسطيني يستخدم موقع الفيسبوك فبهذا نضمن وصول المعلومة إلى عدد كبير من المواطنين من جهة أخرى.

5. هل بادرت وزارة الصحة الفلسطينية بتقديم الحقائق ومعلومات عن تداعيات فيروس كورونا عبر صفحتها على شبكة الفيسبوك؟ أم انتظرت أن تصل إلى وسائل الإعلام والجمهور لتعلن عنها؟

نعم، نقوم بتقديم الحقائق أول بأول وهناك استراتيجيات عمل منظمة ومخطط لها حسب كل مرحلة.

6. تتعرضون للشائعات التي تمس عمل وزارة الصحة الفلسطينية أثناء أزمة جائحة كورونا، كيف يتم التعامل معها؟

نصدر بيانات وتصريحات رسمية من الوزارة توضح موقف الوزارة بشكل سريع حتى لا تتفاقم الشائعة ويزداد حجمها.

7. ما مدى اهتمامكم برصد آراء الجمهور خلال أزمة جائحة كورونا؟ وكيف انعكس ذلك على عمل وحدة العلاقات العامة في الوزارة ؟

نقوم بتحليل ورصد مواقع التواصل الاجتماعي يوميا حيث أننا استحدثنا دائرة مختصة بعملية الرصد تقوم بهذه المهمة. انعكس بطريق ايجابية بحيث يسهل علينا التحكم بنقاط القوة ونقاط الضعف التي نتوصل إليها من التحليل ومعالجتها أول بأول والاستفادة من نقاط القوة في التصدي للمعوقات.

8. في عام 2009-2010 شكل مرض أنفلونزا الخنازير أزمة عالمية وتهديدا لحدوث أزمة صحية محلية هل كان لهذه تجربة اثر فعال في مواجهة جائحة كورونا (هل شكل لديكم خبرة سابقة للتعامل مع الأزمة الحالية)؟

نستفيد من الأزمات السابقة ونطورها حسب ظروف كل أزمة للخروج من الأزمة بأقل الخسائر.

ملحق (3): مقابلة رقم (2)

تم إجراء المقابلة مع السيد أنس الديك، مدير عام وحدة العلاقات العامة والإعلام في وزارة الصحة الفلسطينية، بتاريخ: 2021\04\11 عبر البريد الإلكتروني التالي: prd.moh@gmail.com

المؤهلات العملية: بكالوريوس في المهن الصحية ودبلوم عالي في العلاقات العامة والاتصال.

1. ماهي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تم استخدامها من قبل وحدة العلاقات العامة لتعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا؟ وما هي الأسباب التي دفعتكم إلى استخدامها؟

موقع الصفحة الرسمية للفيسبوك للوصول إلى أكبر شريحة من المجتمع لان عدد المتابعين من المواطنين يزيد عن 92% من المواطنين يستخدمون شبكة فيسبوك.

2. خلال أزمة جائحة كورونا هل تزايد الاعتماد على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك مقارنة بما قبل الجائحة؟ لماذا؟

نعم زاد عدد المتابعين لموقع الوزارة فيسبوك ستة أضعاف خلال فترة الجائحة عما قبل.

3. هل هناك أسس ونظريات علمية يتم الاعتماد عليها في حالات انتشار الأوبئة؟

بالتأكيد نعم، هناك أيضا خطط تم إعدادها لمواجهة فيروس كورونا من قبل وزارة الصحة منها خطة الجاهزية وخطة الاستجابة وخطة تحليل الوضع الصحي الراهن.....الخ

4. هل بادرت وزارة الصحة الفلسطينية بتقديم الحقائق والمعلومات عن تداعيات فيروس كورونا عبر صفحتها على شبكة الفيسبوك؟ أم انتظرت أن تصل إلى وسائل الإعلام التقليدية والجمهور لتعلن عنها؟

قامت وزارة الصحة بإنشاء المرصد الوطني الصحي الفلسطيني لجائحة (كوفيد 19) وهو منصة الكترونية تظهر فيها تفاصيل ومعلومات وأرقام تحدث أول بأول وتقوم الوزارة بنشر جميع المعلومات والحقائق بكل شفافية بحيث تكون متاحة للجمهور.

5. هل الرسائل التي تحمل مضامين تحذيرية كانت احد الطرق لتعزيز إدراك الجمهور حول خطورة الفيروس؟ كيف تم استخدامها؟

نعم، تم استخدامها من خلال فيديوهات وبوسترات ونشرات توعوية.

6. ما دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية في وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية؟

تلعب شبكة التواصل فيسبوك دور كبير لأنه يصل إلى شريحة كبيرة من المواطنين إضافة إلى أن إدارة شبكة فيسبوك منحت الوزارة حزم ترويجية مجاناً لنشر جميع المواد الإعلامية التي تخص الجائحة.

7. ما هي المعوقات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية عند استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟ وبرأيك هل نجحت وحدة العلاقات العامة بمواجهتها؟

- الإشاعات: تم الرد على جميع الشائعات التي تلاحق الوزارة والمفاهيم المغلوطة التي يتم تداولها بين المواطنين ببيانات تصدر عن الصفحة الرسمية للوزارة
- التتمر: تم تحويل العديد من القضايا الخاصة بالتتمر على الوزارة وعلى الطواقم الطبية لوحدة الشؤون القانونية لتقوم بدورها القانوني لمحاسبة هذه الفئة.

8. ما دور صفحة وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة حول فيروس كورونا عبر شبكة الفيسبوك؟ وما هي الآليات منع انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات والإرشادات المضللة؟

- تقوم وحدة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة بالتصدي لجميع الأخبار الزائفة وتهيب المواطنين أن يتحروا الدقة في الحصول على المعلومة من مصدرها الصحيح وهي وزارة الصحة الفلسطينية من خلال المنصات التابعة للوزارة فقط.
- هنالك آليات وأدوات تقوم الوزارة باستخدامها للتصدي للأخبار الزائفة والمغلوبة على النحو التالي:

- فيما يخص الخبر الزائف تقوم سريعاً وحدة العلاقات العامة والإعلام بالخروج ببيان توضيحي يفسر موقف الوزارة الصحيح بما يتم تناوله عبر وسائل التواصل.
- خروج الناطق الإعلامي باسم الوزارة على وسائل الإعلام وتفسير ما يجري.

- عقد مؤتمر صحفي إذا كانت القضية تستدعي التنويه وشرح تفاصيل توضيحية حسب حجم التداعيات التي حصلت نتيجة انتشار الأخبار الزائفة.

9. كيف تقوم وحدة العلاقات العامة برفع الروح المعنوية لدى الجمهور الفلسطيني عبر منصة

الفيسبوك في ظل التوجه لتطعيم المواطنين الفلسطينيين باللقاح المنتظر؟

- قمنا بإعداد حملة إعلامية خاصة بتلقي اللقاح وضرورة التسجيل عبر المنصة الالكترونية التي تم إعدادها من قبل الوزارة وشملت الحملة عدة محاور أهمها:
- إصدار العديد من الفيديوهات التوعوية والتثقيفية لأهمية تلقي اللقاح ونشرها على جميع مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الالكترونية الخاصة بالوزارة.
- التعاون مع الإعلام الحكومي في نشر جميع المواد الإعلامية التي تخص اللقاح.
- استخدام تكتيكات للوصول إلى مشاعر المواطنين من خلال فيديوهات ومشاهد تم عرضها لأهمية اخذ اللقاح لفئة كبار السن وذوو الأمراض المزمنة للحفاظ على سلامة آبائهم وأمهاتهم.

- تم بث مباشر لفيديوهات وزيرة الصحة والطواقم الطبية وهي تتلقى اللقاحات.
- نشر الدراسات العلمية التي تشدد على ضرورة اخذ اللقاح
- نشر تصريحات من قبل منظمة الصحة العالمية بشأن مأمونية تلقي اللقاح.

10. هل استطاع طاقم وحدة العلاقات العامة أن يلعب دوراً في مواجهة تداعيات جائحة فيروس

كورونا، كيف ذلك؟

طواقم وزارة الصحة جميعها بما يشمل وحدة العلاقات العامة والإعلام لعبت دور كبير في مواجهة هذه الجائحة بحيث كان العمل متكاتف ومتكامل يد واحدة كل في تخصصه واستطعنا نقل صورة الوضع وجميع المعلومات والحقائق أمام الجمهور وتوصيل رسالة وزارة الصحة في كل الأوقات من خلال وحدة العلاقات العامة التي تعتبر حلقة الوصل بين الوزارة والجمهور الخارجي نجحنا وكان لنا قصص نجاح كثيرة بالمقابل هناك معوقات وتحديات واجهتنا وحاولنا الخروج منها بأقل الخسائر.

ملحق (4): مقابلة رقم (3)

تم إجراء المقابلة مع السيد محمد العواودة، مدير دائرة الإعلام في وزارة الصحة الفلسطينية، بتاريخ:

2021\04\11 عبر البريد الإلكتروني التالي: prd.moh@gmail.com

المؤهلات العملية: بكالوريوس إعلام.

1. هل تزايد استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك مقارنة بما قبل جائحة كورونا؟

ولماذا؟

نعم تزايد ستة أضعاف عدد المتابعين والسبب ثقة المواطنين بالمحتوى الذي تقدمه الوزارة واهتمام المواطنين وتخوفهم من الجائحة.

2. ما دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية في

وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية؟

العدد الأكبر من المواطنين الفلسطينيين يستخدمون شبكة فيسبوك استطعنا دخول جميع البيوت الفلسطينية وإيصال رسائلنا التوعوية والتثقيفية ومن جهة أخرى حصلنا على حزم ترويجية مجانية من قبل إدارة شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك.

3. ما هي أشكال التغطية والمعلومات المقدمة حول فيروس كورونا عبر صفحة شبكة

الفيسبوك الخاص بوزارة الصحة الفلسطينية؟

• فيديوهات

• بوسترات

• بث مباشر

• أخبار صحفية مكتوبة

4. من هي الجهة المسؤولة عن المادة التوعوية المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي؟

وحدة العلاقات العامة والإعلام

5. هل حاولت وزارة الصحة الفلسطينية عبر صفحتها على شبكة الفيسبوك من تخفيف حدة

الوضع الوبائي وخطورته من أجل رفع الروح المعنوية لجمهور وللمصابين وذويهم؟ كيف

ذلك؟

نعم، من خلال تعليمات وإرشادات نشرتها الوزارة سواء عبر فيديوهات أو قصص صحفية لأشخاص تعافوا من الفيروس جراء التزامهم بإجراءات الاحترازية.

6. هل اعتمدت رسائل التوعية على تعزيز الروح الجماعية للجمهور في التزامهم بتعليمات وتوصيات وزارة الصحة؟ كيف؟

نعم، من خلال غرس مفاهيم اجتماعية وطبية أن الوقاية من الفيروس يحتاج إلى مسؤولية مجتمعية لذلك كان هناك تحديات لمواجهة فئة كبيرة من غير الملتزمين كان لابد لنا أن نضاعف ونعزز الجانب التوعوي بصورة كبيرة ومستمرة.

7. كيف واجهت صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك انتشار المعلومات المضللة والإرشادات الخاطئة المتعلقة بجائحة كورونا؟

• من خلال تصحيح الأخبار الزائفة وتحذير المواطنين من التعامل معها واخذ المعلومات والأخبار من الجهة الرسمية وهي وزارة الصحة الفلسطينية.
• قمنا بالرد على الإشاعات والأخبار المضللة سريعاً وفي الوقت المناسب.

8. هل يتم الرد على استفسارات المواطنين على صفحة الوزارة على شبكة الفيسبوك؟ وما هي آليات الرد المتبعة؟ والمدة الزمنية التي تستغرقها عملية الرد؟

لا يتم الرد على جميع الاستفسارات حيث أننا مخصصين مواقع للرد على كل استفسار في مجاله حيث هنالك موقع خاص للرد على الاستفسارات التي تخص التحويلات وهنالك موقع للاستفسارات التي تخص التأمينات وهكذا.

9. هل استطاعت صفحة وزارة الصحة الفلسطينية على شبكة الفيسبوك أن تلعب دوراً في مواجهة تداعيات جائحة فيروس كورونا، كيف ذلك؟

نعم، المنصة الالكترونية التي توصل أي رسالة إلى الجمهور الخارجي هي شبكة فيسبوك والتي كان لها الأثر الايجابي الكبير في مواجهة فيروس كورونا.

10. خلال مواجهتكم للجائحة، هل كان هناك ضغوطات عمل وأعباء على ممارسي العلاقات العامة في نشر التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا عبر صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية؟

نعم، نقص الكوادر البشرية مقارنة بحجم العبء الكبير.

11. ما هي أبرز المعوقات والتحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في وزارة الصحة

الفلسطينية عند استخدام شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟

- الإشاعات.
- التتمر على الطواقم الصحية.

ملحق (5): مقابلة رقم (4)

تم إجراء المقابلة مع الأستاذة لبنى الصدر، مديرة دائرة التثقيف والتعزيز الصحي في وزارة الصحة الفلسطينية، بتاريخ: 2021\04\14 هاتفياً وعبر برنامج (ZOOM) والبريد الإلكتروني التالي:

lubna_sader@hotmail.com

المؤهلات العملية: ماجستير صحة عامه من جامعة بيرزيت، والبيكالوريوس صحة عامه فرعي تغذية علاجية من جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية.

1. ما هي آليات التي استخدمتها دائرة التثقيف والتعزيز الصحي للتواصل مع الجمهور خلال جائحة كورونا؟

دائرة التثقيف والتعزيز الصحي من دوائر التي واكبت التطورات من بداية الجائحة حيث كان هناك استعداد من قبل وزارة الصحة ودائرة التثقيف لإعداد خطط عمل للتواصل مع الجمهور. تم استخدام مختلف الطرق للتواصل مع الجمهور عبر آليات التواصل المعتادة في عمل دائرة التثقيف الصحي هي آليات متنوعة يتم نشرها عبر وسائل الإعلام بكافة أشكالها (تلفزيون - راديو - المطبوعات - وسائل التواصل الاجتماعي فيسبوك والانستغرام) بالإضافة للقاءات الجماعية والفردية مع المجتمع المحلي عبر منصات دائرة التثقيف الصحي والمتواجدة بكافة مديريات الصحة وبمختلف المستشفيات التابعة لوزارة الصحة الفلسطينية. وبالإضافة لآليات التنسيق الوطني من خلال اللجنة الوطنية للتثقيف والتعزيز الصحي والتي ترأسها وزارة الصحة الفلسطينية وعبرها يتم استخدام آليات التشبيك والتنسيق مع الوزارات مثل وزارة الإعلام والتربية ومؤسسات مثل الأونروا ومؤسسات (إن جي أوز) الصحية، وتم استهداف جميع المؤسسات مثل المدارس والجامعات وغيرها.

2. من هي الجهة المسؤولة عن المادة التوعوية المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام؟

بالبداية كانت عملية تحضير المحتوى العلمي من خلال لجنة الطوارئ وبالتنسيق معها تم إعداد المادة التوعوية وأنتجت أول نشرة تثقيفية مبدئية عن فيروس كورونا، وخلال جائحة كورونا كان هناك دعم من منظمة الصحة العالمية واليونيسف ووكالة الأونروا حيث ساهمت في إنتاج مواد

تتقيفية كانت بشكل رئيسي تركز على أن تتناسب مع طبيعة الوسائل المختلفة منها شبكات التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني للوزارة صحة الفلسطينية.

وكانت الآلية تتم عن طريق إرسال هذه المواد والرسائل لدائرة التثقيف الصحي ومن ثم نقوم بالاطلاع عليها ووضع التعليقات والتعديلات المناسبة للوضع الوبائي الحالي وثم نقوم بمشاركتها مع إدارة الصحة العامة بالوزارة ليقوموا بوضع التعديلات المناسبة وبعد ما يتم الموافقة على المحتوى بشكل ملف نص، ونقوم بإرساله لجهات مختصة ومتعاقدة مع وزارة الصحة لإنتاج مسودة من المواد التثقيفية والتي تكون بأشكال مختلفة (بوسات - منشورات - فيديو - تي في سبوت - رسوم متحركة) بعدما تنتج بشكل أولي ويتم اعتمادها من ناحية المحتوى والتصميم.

3. هل هناك تنسيق ما بين الدائرة التثقيف والتعزيز الصحي ووحدة العلاقات العامة حول المادة

التوعوية المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي والإعلام؟ وما هي آلية التنسيق؟

نعم، نحن على علاقة وطيدة بوحدة العلاقات العامة والإعلام. فبعد الانتهاء من إعداد المواد التوعوية نقوم بتعميمها وإرسالها لوحدة العلاقات العامة والإعلام، بالإضافة نقوم بمشاركة هذه المواد عبر (جروب تنسيقي) يجمع ما بين المتبرعين في فلسطين مثل اليونيسف وغيرها ويتم تعميمها على جميع المؤسسات المختلفة ومن بالإضافة لوجود (جروب مشترك) يجمع ما بين وحدة العلاقات العامة والجهة المنتج للمواد التثقيفية (اليونيسف ومنظمة الصحة العالمية) وعن طريقة يتم إرسال المواد ومن ثم تقوم وحدة العلاقات العامة بنشرها على وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني. بالإضافة كانت وحدة العلاقات العامة لا تكتفي بهذه المواد بل كانت تنسق مع جهات مختلفة لإنتاج مواد مناسبة لشبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي كان هناك كم كبير وزخم بكمية المواد التوعوية ولكن تم اختيارها وتصنيفها حسب الأولويات وبحسب الوسيلة المستخدمة والوضع الوبائي ووقعنا الفلسطيني.

4. ما هي أشكال التغطية والمعلومات المقدمة حول فيروس كورونا عبر موقع شبكة الفيسبوك

الخاص بوزارة الصحة الفلسطينية؟

• منشورات (نص - صور).

- فيديو .
- فيديو رسوم متحركة.
- تي في سبوت.
- فيديوهات مع شخصيات مؤثرة من داخل وخارج فلسطين.
- رسائل خاصة لرمضان 2020.
- أفلام مؤثرة.

5. هل كانت الرسائل التي تحمل مضامين تحذيرية احد الطرق لتعزيز إدراك الجمهور حول

خطورة الفيروس؟ كيف تم استخدامها؟ ؟

نعم صحيح، عندما نقوم بإنتاج المواد التثقيفية نمتلك روتين معين وخبرة بالإنتاج بالإضافة أن الجهات الداعمة (منظمة الصحة العالمية - واليونسيف) قامت بعمل دراسات تقيس الوعي والسلوك، فتم استخدام كافة الأساليب من مثل تزويد الجمهور بالمعلومات والمعرفة، والأساليب التحذيرية والتي ليست من منطلق تعزيز مشاعر الخوف والقلق بقدر ماهي الحرص على إتباع إرشادات والإجراءات الوقائية، والتي تعد السهل الممتنع حيث كثير من جمهور يدرك ويعلم مدى أهمية هذه الإجراءات ولكن هناك صعوبة بتطبيقها، وهو وضع عالمي وليس فقط داخل فلسطين فالعالم كله يواجهه هذه التحديات وخصوصاً أن جائحة (كوفيد 19) خلقت جو عام وظروف صعبة. فبداية جائحة كان هناك هوس بالتعقيم ولكن بعدما اتضح طبيعة الفيروس وكيفية انتقاله وانتشاره وأساليب الوقاية والحد منه. انتقلنا لمراحل أخرى وبالتالي كانت هناك ظروف ضاغطة لتشديد على أهمية إجراءات الوقاية لجعل مواطنين يستوعبوا أننا نكرس جهود حرصاً وخوفاً علي مصلحتهم وقد استطاعت وزارة الصحة الفلسطينية أن تصل لقطاع كبير من المواطنين. بالإضافة لمراعاة النواحي النفسية للمواطنين الفلسطينيين.

وضمن موضوع تعزيز الوعي صحي وإدراك الجمهور خلال الجائحة أود أن أوضح أن هناك ضغط على المواطنين يمنعهم من عملية التغير وإتباع السلوكيات الصحية ومنها الوضع الاقتصادي والظروف العامة، التي أجبرت الجمهور على عدم التزامهم وبالتالي هذا ليس مبرر فالصحة تأتي أولاً ولكن حجر المواطنين لفترات طويلة يسبب انقطاع في مصدر الدخل يؤدي

لضغط عليهم فبتالي يصعب عليهم إتباع الإرشادات والتعليمات رغم تركيزنا على حملات توعوية أثناء الحجر. ولكن خلال الفترة الأخيرة والتي تزايدت فيها حالات الإصابة أدرك الجمهور مدى خطورة الفيروس زاد التزامهم فعندما يزداد إحساس الناس بالخطر يزداد التزامهم بالإجراءات الوقائية.

6. كيف واجهتم انتشار المعلومات المضللة والإرشادات الخاطئة المتعلقة بجائحة كورونا؟

الرسائل التثقيفية والتوعوية تنتج كل أسبوعين وعبر اتفاق مابين القائمين على إنتاج هذه المواد فيتم اخذ بعين الاعتبار كل ما هو منتشر من معلومات خاطئة ونحاول أن نستهدفها عبر تصحيحها، هذه المشكلة شائعة وبغاية الصعوبة وللأسف وعلى سبيل المثال موضوع التطعيم فهناك انتشار كبير لفيدويوهات على مواقع التواصل الاجتماعي لأشخاص يحاولون إقناع المواطنين بعدم اخذ التطعيم وإعطائهم معلومات خاطئة، والعديد من الجمهور يتأثرون بهم وللأسف هذه المشكلة بحاجة لطاخم متخصص متواجد 24 ساعة لمواجهة الأخبار فوراً صدورها، وهذا جهد ليس بسيط لكن نحن نحاول دائماً عبر نظام لجمع ورصد المعلومات الخاطئة من خلال تعليقات الجمهور فنقوم بإنتاج مواد تستهدفها لتصحيحها قدر الإمكان.

7. هل تعتقد أن التوعية الصحية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الوعي

صحي وإرشاد مواطنين في توجيههم نحو السلوكيات الصحيحة خلال جائحة كورونا؟ ولماذا؟
نعم بالتأكيد، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي قوة كبيرة وفاقت قوتها الإعلام التقليدي ولها دور كبير في تشكيل الوعي وتوجيه السلوكيات والتغير ويجب أن يتم استهدافها دائماً والعمل معها. وقد تسبب الإغلاق المتكررة على خلق واقع جديد للتواصل الغير مباشر وبالتالي تم التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الإذاعي والتلفزيوني. واعتقد أن وسائل التواصل الاجتماعي هي سلاح قوي وفعال في نقل المعلومة بشكل سريع ونحن مدركين لأهميتها، ولذلك نحرص على أن نكون على علاقة قوية بوحدة العلاقات العامة وتحديداً صفحة الفيسبوك التي تحظى بمتابعه عالية واهتمام، ولكن أود أن أشير لأهمية الإعلام التقليدي وخاصة الإعلام الإذاعي. فيجب أن تعمل الوسائل لتكمل بعضها البعض. وقد حققت وزارة

الصحة الفلسطينية عبر صفحتها على شبكة الفيسبوك تواجد كبير وملحوظ ومتابعة جماهيرية حيث اتخذت المواد المنشورة نمط معين ومميز وأصبح مألوف لدى الجمهور الفلسطيني. 8. باعتقادك ما هي أبرز المعوقات والتحديات التي تواجه وزارة الصحة الفلسطينية عند استخدام

شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك؟

- انتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة والتي من السهل تداولها بين المواطنين عبر شبكة الفيسبوك.
- التعليقات المتاحة للجمهور تكون في معظم الأوقات سلبية ولا تتحلى بالموضوعية.
- تتيح شبكة الفيسبوك لأشخاص مجهولين الهوية حرية نشر تعليقاتهم والتي تفتقر للمصداقية وقد تحمل أجندات خاص.

ملحق (6): أسماء محكمين الاستبانة.

1. د. حافظ أبو عياش: أستاذ مساعد ومحاضر في قسم العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية وحاصل على الدكتوراه في الإعلام الإلكتروني من جامعة ليكوكوينج للإبداع التكنولوجي- ماليزيا.
2. د. فريد أبوضهير: أستاذ مساعد ومحاضر في قسم الصحافة المكتوبة والإلكترونية في كلية الإعلام في جامعة النجاح الوطنية وحاصل على الدكتوراه في الإعلام من جامعة ليدز- بريطانيا.
3. د. عامر القاسم: أستاذ مساعد ومحاضر في قسم العلاقات العامة في جامعة النجاح الوطنية وحاصل على درجة الدكتوراه في الاتصال الجماهيري من جامعة العلوم الماليزية- ماليزيا.

An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

**Using Facebook Network in Promoting Health
Awareness Regarding Coronavirus (Covid-19)
Prevention: The Public Relations Department of the
Palestinian Ministry of Health as a Model**

By

Mariam Ziad Hassan Abdalla

Supervisor

Abdelkareem Sarhan

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfilment of the
Requirements for the Degree of Master of Contemporary
Public Relations , Faculty of Graduate Studies, An-Najah
National University, Nablus -Palestine.**

2021

**Using Facebook Network in Promoting Health Awareness Regarding
Coronavirus (Covid-19) Prevention:**

**The Public Relations Department of the
Palestinian Ministry of Health as a Model**

By

Mariam Ziad Hassan Abdalla

Supervisor

Abdelkareem Sarhan

Abstract

This study mainly aims to find out to which extent the Public Relations Unit at the Palestinian Ministry of Health employs the Facebook network in promoting health awareness on Coronavirus (Covid-19) pandemic prevention. Moreover, it aims to identify the extent of the effectiveness of the Palestinian Ministry of Health's Facebook page in responding to the pandemic, as well as the effectiveness of its message. In addition, it aims to identify the extent to which Facebook is used as a source of health awareness.

The researcher adopts the descriptive-analytical method and the in-depth interview tool on each of the directors of the Public Relations Unit and the director of the Health Education and Promotion Department at the Palestinian Ministry of Health. In addition to distributing an electronic questionnaire to (385) individual of Palestinian Ministry of Health Facebook followers who reside in the West Bank. The study comes up with a set of results, the most important of which are, the Public Relations Unit at the Ministry of Health utilizes its Facebook page to promote public awareness of Coronavirus prevention effectively and meets the needs of the

public. The results show that the Public Relations Unit at the Ministry of Health was able to make the public rely on its page by providing news and information as soon as they occur and coping with developments in this epidemiological situation.

In light of the results, the researcher gives a set of recommendations, the most prominent of which are the following. First, the importance of focusing on the Facebook network as an informative and educational tool about Coronavirus vaccines, as the Palestinian Ministry of Health page is widely followed by the Palestinian public. Second, the importance of interacting with the public through the Palestinian Ministry of Health page on the Facebook network and responding to their inquiries and questions directly on the page regularly to provide the public with the information and instructions they may need on the one hand and to increase the number of followers on the other hand.

Keywords: Public Relations, Facebook, social Network, Health Awareness, Coronavirus (COVID-19) pandemic.