

درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل
الإجتماعي في الأردن
حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد أنموذجاً

**The Effectiveness of Health Awareness
Campaigns on Social Media in Jordan
(COVID-19) Campaigns as a Model**

إعداد

لانا فتحي اعليان يوسف

إشراف

د. وائل عبد الصبور عبد القادر

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير

في التصميم الجرافيكي

قسم التصميم الجرافيكي

كلية العمارة والتصميم

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني، 2021

تفويض

أنا لانا فتحي إعليان يوسف، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً
والكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند
طلبها.

الإسم: لانا فتحي إعليان يوسف.

التاريخ: ٢١ / ٠١ / ٢٠٢١.


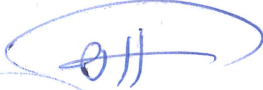
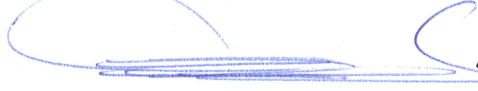
التوقيع: لانا يوسف

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة "درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي في الأردن"

حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد أنموذجاً

وأجيزت بتاريخ : 2020/01/21

التوقيع	الجامعة	أعضاء لجنة المناقشة
	جامعة الشرق الأوسط	د. وائل عبد الصبور عبد القادر (مشرفاً)
	جامعة الشرق الأوسط	د. سعد محمد جرجيس (عضواً داخلياً)
	جامعة الزرقاء	د. ماجد كمال محمد (عضواً خارجياً)
	جامعة الشرق الأوسط	د. ستار حمادي الجبوري (رئيساً)

شكر وتقدير

(وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا)

أول شكري أتوجه به إلى رب العالمين، الذي وضعني على الصراط المستقيم وتوج هذا العقل وسقاه بماء العلم فهو المنعم والمتفضل قبل كل شيء، أشكره أن حقق لي ما أصبو إليه في استكمال درجة الماجستير في التصميم الجرافيكي.

كما وأتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى الدكتور المشرف " وائل عبد الصبور " على كل ما قدمه اللي من توجيهات و معلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة.
كما أتقدم بالشكر للأستاذ الدكتور أحمد حسين وصيف و إلى الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة، على تفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة.

فلهم مني جزيل الشكر والعرفان

والله ولي التوفيق، هو نعم المولى ونعم النصير.

الباحثة

لانا فتحي اعليان يوسف

الإهداء

رب اغفر لي ولوالدي

إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب الى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق

العلم

" أبي الغالي "

شكرا لمربية الأجيال شكرا لمن أضاءت قناديل المعرفة و العلم في قلبي شكرا لرمز التضحية و

العطاء

" أمي الغالية "

لمن ساندني طوال مسيرتي الدراسية الى رفيق دربي زوجي

" الدكتور غيث "

إلى مستقبلي الذي يصنع أجمل لحظاتي ابنتي

" سيلين "

الى الجسد الواحد عائلتي الكريمة أخي " الدكتور محمد" و اخواتي " الدكتورة أسراء "

" أيمان، رولا ، رزان" وفقكم الله اينما كنتم ورعاكم وسدد الله على الخير خطاكم.

فهرس المحتويات

أ.....	العنوان
ب.....	تفويض
ج.....	قرار لجنة المناقشة
د.....	شكر وتقدير
ه.....	الإهداء
و.....	فهرس المحتويات
ح.....	قائمة الجداول
ط.....	قائمة الأشكال
ل.....	قائمة الملحقات
م.....	الملخص باللغة العربية
س.....	الملخص باللغة الإنجليزية

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

1.....	المقدمة
3.....	مشكلة الدراسة
3.....	أهداف الدراسة
4.....	أسئلة الدراسة وفرضياتها
5.....	أهمية الدراسة
5.....	حدود الدراسة
5.....	محددات الدراسة
6.....	مصطلحات الدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

9.....	أولاً: الأدب النظري
9.....	المبحث الأول: دور حملات التوعية الصحية في رفع الوعي الصحي للمجتمع
24.....	المبحث الثاني: دور حملات التوعية الصحية في مكافحة الأوبئة
33.....	المبحث الثالث: دور الحملات التوعية الصحية في مكافحة فيروس كورونا
68.....	ثانياً: الدراسات السابقة

الفصل الثالث: منهجية الدراسة الطريقة والإجراءات

74منهج الدراسة.
74مجتمع الدراسة وعينتها
76مصادر جمع البيانات
78مراحل تصميم أداة الدراسة.
79صدق الأداة.
80ثبات الأداة.
80الإجراءات المنفذة
81الأساليب الإحصائية المستخدمة لأغراض تحليل البيانات
82تجربة الباحثة

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي للبيانات

89المقدمة
89المعيار الإحصائي

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

97مناقشة النتائج
99توصيات الدراسة

المصادر والمراجع

100أولاً: المراجع العربية.
101ثانياً: المراجع الأجنبية.
101ثالثاً: المواقع الإلكترونية.
105الملحقات.

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجداول	الصفحة
1-3	عدد الإستبانات المحصلة والصالحة للتحليل الإحصائي	75
2-3	توزيع الأفراد حسب متغير الجنس	75
3-3	توزيع الأفراد حسب العمر	76
4-3	توزيع الأفراد حسب متغير المؤهل العلمي	76
5-3	نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة (الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة)	80
1-4	معاملات الارتباط بين الفقرات والبعد الذي تنتمي إليه	90
2-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد حملات التوعية العالمية مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية	91
3-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد حملات التوعية الإقليمية مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية	92
4-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد حملات التوعية المحلية مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية	93
5-4	تحليل الإنحدار البسيط لأثر الحملات التوعوية الصحية العالمية في رفع الوعي ضد خطر إنتشار الأوبئة	94
6-4	تحليل الإنحدار البسيط لأثر الحملات التوعوية الصحية الإقليمية في رفع الوعي ضد خطر إنتشار الأوبئة	95
7-4	تحليل الإنحدار المتعدد لأثر فاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية في رفع الوعي ضد خطر إنتشار الأوبئة	96

قائمة الأشكال

الصفحة	المحتوى	رقم الفصل - رقم الشكل
12	ملصق توعوي عن خطر مرض الطاعون - إنجلترا -1665	1-2
13	ملصق توعوي لمكافحة إنتشار وباء الكوليرا - لندن - 1866	2-2
14	ملصق توعوي ضد انتشار جائحة الإنفلونزا الاسبانية - فيلادلفيا - الولايات المتحدة الأمريكية - 1918	3-2
16	إعلان توعوي لمكافحة التدخين - دولة سنغافورة - 2016	4-2
17	ملصق توعوي ضد التدخين السلبي - دائرة الصحة الوطنية الايرلندية - 2013	5-2
18	ملصق توعوي ضد التدخين السلبي - منظمة شيلين لمكافحة السرطان	6-2
20	ملصق توعوي ضد إدمان الهيروين- وكالة (برونكس) - البرازيل -2013	7-2
21	ملصق توعوي ضد تعاطي المخدرات-المملكة المتحدة -2013	8-2
22	ملصق توعوي ضد تعاطي الكحليات - الإتحاد الاوروبي - 2016	9-2
23	ملصق توعوي ضد تعاطي الكحليات - الإتحاد الاوروبي - 2016	10-2
26	ملصق توعوي ضد خطر وباء الملاريا - سياتل- الولايات المتحدة الأمريكية - 2016	11-2
28	ملصق توعوي ضد خطر وباء سارس - الصين -2003	12-2
29	ملصق توعوي عن وباء اييولا - شركة العلوم المرئية- الولايات المتحدة الأمريكية -2012	13-2
30	غلاف مجلة بيزنس ويك - نيويورك -2014	14-2
31	ملصق توعوي لمكافحة إنتشار فيروس العوز المناعي البشري - الصليب الأحمر الأمريكي - 1990	15-2
32	ملصق توعوي عن فيروس العوز المناعي البشري - Stigma - 2012	16-2
36	ملصق توعوي يبين إجراءات الوقاية من فيروس كورونا - منظمة الصحة العالمية - 2020	17-2
37	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة المتحدة -2020	18-2
38	إعلان توعوي للحماية من فيروس كورونا - منظمة الامم المتحدة -2020	19-2
39	تصميم من قصة بطلي هو انت - اليونسييف - 2020	20-2
40	تصميم من قصة بطلي هو انت - اليونسييف - 2020	21-2

الصفحة	المحتوى	رقم الفصل - رقم الشكل
41	ملصق توعوي للحفاظ على السلامة اثناء العمل في ظل الوباء - منظمة العمل الدولية - 2020	22-2
42	ملصق توعوي يوضح كيفية غسل اليدين لنبقى في أمان من فيروس كورونا - 2020-USAID - NISHTHA	23-2
43	ملصق توعوي يركز على إجراءات النظافة المنزلية للتصدي لفيروس كورونا - 2020 - USAID و NISHTHA	24-2
44	ملصق توعوي عن فيروس كورونا المستجد - اللاتحاد الأفريقي ومراكز السيطرة على الأمراض و الوقاية منها - 2020	25-2
45	ملصق توعوي حول علاقة التدخين بمضاعفات Covid-19 - Public - Health Gibraltar 2020	26-2
46	ملصق توعوي يوضح أهمية صناعة الأقمشة للوقاية من جائحة كورونا- شبكة الأخبار الكندية - كندا - 2020	27-2
47	ملصق توعوي يوضح أهمية التباعد الإجتماعي للوقاية من جائحة كورونا - شبكة الأخبار الكندية - كندا- 2020	28-2
48	ملصق توعوي يوضح أهمية البقاء في المنزل للوقاية من الفيروس- اسبانيا - 2020	29-2
49	ملصق توعوي يوضح أهمية البقاء في المنزل لمساعدة المستشفيات- اسبانيا- 2020	30-2
50	ملصق توعوي يوضح اهمية ارتداء قناع الوجه-business insider- الولايات المتحدة - 2020	31-2
51	ملصق توعوي يوضح اهمية ارتداء قناع الوجه- الولايات المتحدة - 2020	32-2
53	ملصق توعوي ضد انتشار فيروس كورونا المستجد - جمهورية مصر العربية - 2020	33-2
54	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - جمهورية مصر العربية -2020	34-2
55	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - جمهورية مصر العربية -2020	35-2
56	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - جمهورية مصر العربية -2020	36-2
56	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - جمهورية مصر العربية -2020	37-2
57	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - دولة الامارات - 2020	38-2
58	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - دولة الامارات - 2020	39-2

الصفحة	المحتوى	رقم الفصل - رقم الشكل
58	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - دولة الامارات - 2020	40-2
59	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - دولة الامارات - 2020	41-2
60	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة العربية السعودية - 2020	42-2
61	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة العربية السعودية - 2020	43-2
63	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة الأردنية الهاشمية - 2019	44-2
64	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة الأردنية الهاشمية - 2019	45-2
65	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة الأردنية الهاشمية - 2019	46-2
66	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020	47-2
67	ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020	48-2
83	ملصق توعوي يوضح مفهوم فيروس كورونا - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020	49-3
84	ملصق توعوي يبين أعراض فيروس كورونا - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020	50-3
85	ملصق توعوي يبين أهمية الكمامة للوقاية من الفيروس - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020	51-3
86	ملصق توعوي يبين أهمية البقاء في المنزل للوقاية من الفيروس - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020	52-3
87	ملصق توعوي يبين أهمية الحفاظ على المسافة بين الاشخاص للوقاية من الفيروس - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020	53-3
88	ملصق توعوي يبين مدى أهمية النظافة للوقاية من الفيروس - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020	54-3

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
106	الإستبانة بشكلها الأولي	1
111	الإستبانة بشكلها النهائي بعد التحكيم	2
116	قائمة بأسماء الأساتذة المحكمين	3

درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الإجتماعي في الأردن

حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد أنموذجاً

إعداد: لانا فتحي إعليان يوسف

إشراف: د. وائل عبد الصبور عبد القادر

الملخص

يتلخص محتوى الدراسة في توضيح درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الإجتماعي، حيث هدفت هذه الدراسة على إلقاء الضوء على دور الحملات التوعوية الصحية العالمية، والإقليمية، والمحلية على منصات التواصل الإجتماعي في مكافحة مخاطر جائحة فيروس كورونا المستجد، ثم هدفت إلى زيادة الوعي الصحي عند أفراد المجتمع الأردني بخطورة فيروس كورونا المستجد، وذلك عن طريق تصميم حملة توعوية صحية موجهة إلى المجتمع الاردني.

حيث تم تناول حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد نموذجا لذلك نظراً لأهمية تعزيز الثقافة الصحية للمجتمع بهدف الحد من إنتشار الوباء. تبدأ الدراسة بالتركيز على دور حملات التوعية الصحية في رفع الوعي الصحي للمجتمع، حيث تطرقت الباحثة لشرح مفهوم تصميم الحملات التوعوية الصحية، ثم استعرضت تاريخ هذه الحملات، ومن ثم تناول أهم المفاهيم المرتبطة بالحملات التوعوية الصحية.

تعرج الدراسة بعد ذلك على أنواع الحملات التوعوية الصحية حيث تم استعراض بعض النماذج المختلفة من أنواع هذه الحملات و شرحها.

بعد ذلك تتجه الدراسة إلى التركيز على دور الحملات التوعوية الصحية في مكافحة الأوبئة، وشرح مفهوم الوباء بشكل مبسط، ويتبع ذلك شرح لبعض نماذج الحملات التوعوية الصحية ضد إنتشار الأوبئة.

ثم تعرج الدراسة بعد ذلك الى دور الحملات التوعوية الصحية في مكافحة فيروس كورونا المستجد منها الحملات التوعوية العالمية والأقليمية حيث تم استعراض ملصقات تم عرضها عالميا وأقليميا لمكافحة الفيروس كورونا المستجد، وأخيراً الحملات التوعوية المحلية ودورها في مكافحة فيروس كورونا المستجد.

وتختم الدراسة باستعراض تجربة الباحثة العملية في تصميم حملة توعوية لمكافحة فيروس كورونا المستجد والتي تهدف الى رفع الوعي الصحي لدى المجتمع الاردني، والتعريف بأهم طرق الوقاية من الاصابة.

الكلمات المفتاحية: حملات التوعوية الصحية، حملات وسائل التواصل الاجتماعي، فيروس كورونا المستجد، الأوبئة.

The Effectiveness of Health Awareness Campaigns on Social Media in Jordan (COVID-19) Campaigns as a Model

Prepared by: Lana fathi olyan yousef

Supervised by: Dr. Wael Abd Elsabour

Abstract

The content of the study is summarized in explaining the degree of effectiveness of health awareness campaigns on social media, as campaigns to combat the emerging corona virus were addressed as a model due to the importance of promoting the health culture of society in order to limit the spread of the epidemic. The study begins by focusing on the role of health awareness campaigns in raising health awareness for the community, as the researcher explored the concept of designing health awareness campaigns, then the study reviewed the history of health awareness campaigns, and then the most important concepts related to health awareness campaigns were addressed. In addition, the study investigates the different types of health awareness campaigns, where examples of these campaigns were reviewed explained.

After that, the study focus on the role of health awareness campaigns in combating epidemics, explaining the concept of the epidemic in a simple way, and this is followed by an explanation of some examples of health awareness campaigns against the spread of epidemics. Then the study turns to the role of international health awareness campaigns in combating the emerging corona virus, where posters were displayed globally to combat the emerging virus. Then the study explored the regional awareness campaigns and their role in combating the emerging corona virus, and finally the study investigated the local awareness campaigns and their role in fighting the emerging corona virus.

The study concludes by conducting the researcher's practical experience by designing an awareness health campaign to combat the emerging corona virus. The campaign aims primarily to raise the health awareness in the Jordanian society, by educating the public about the most important methods of infection control and prevention.

Keywords: Health awareness campaigns, social media campaigns, the emerging corona virus, epidemics.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة

تعد حملات التصميم الجرافيكي التوعوية إحدى أهم وسائل التواصل التي تعمل على زيادة وعي ومشاركة الجمهور لحل المشكلات ومواجهة الظواهر والسلوكيات الخاطئة. وتعتمد العديد من دول العالم على الحملات التوعوية لتعديل سلوك المواطنين وتغيير قناعاتهم حول القضايا المختلفة بما يتواءم مع المستجدات الإجتماعية والسياسية والصحية، فعلى سبيل المثال لا الحصر هناك الحملات التوعوية للحفاظ على البيئة، ولتحقيق التنمية المستدامة، والحملات التوعوية لمكافحة الإدمان، والحملات التوعوية ضد العنف، والحملات التوعوية لمحاربة الإرهاب، والحملات التوعوية الصحية، والتي هي موضوع هذا البحث.

وتعد الحملات التوعوية على مواقع التواصل الإجتماعي في الأونة الأخيرة من أكثر طرق التصميم الجرافيكي تأثيرا في المجتمع، حيث يميزها عن غيرها قدرتها الفائقة على الوصول الى قطاع واسع من المجتمعات والتأثير عليهم. وقد أصبحت الحملات التوعوية بجميع أنواعها على مواقع التواصل الإجتماعي هي الطريقة الإعلانية التوعوية الأكثر شيوعا وأستخدام بسبب إنخفاض تكلفتها بالمقارنة مع الحملات الأخرى مثل المطبوعة ووصولها الى أعداد كبيرة من مستخدمين هذه المواقع. ومما يميز الحملات التوعوية على مواقع التواصل الإجتماعي تعددها في إستخدام المواد المصورة والفيديو والرسوم المتحركة، أو الوسائط المتعددة والجرافيك المتحرك وهي بذلك تكتسب جذب ولفت انتباه كبير للمستخدم وتساعده على القيام بالتفاعل مع جميع الحملات بأنواعها.

تعتبر الحملات التوعوية الصحية من أهم الحملات التوعوية على منصات التواصل الاجتماعي، فهي تهدف الى نشر الوعي الصحي في المجتمعات والتعريف بطبيعة الأمراض وطرق إنتقالها، وطرق الوقاية والعلاج. ونظراً لتفشي العديد من الأمراض الخطيرة حول العالم منذ نهاية القرن العشرين، كان من المهم السعي الى رفع وعي الجمهور بأسبابها، وطرق مكافحتها وعلاجها وصولاً للحد من هذه الأمراض المهددة لاستقرار المجتمعات وسلامة مواطنيها، وذلك عن طريق تصميم وتنفيذ حملات توعوية تهدف إلى زيادة الوعي الصحي المجتمعي، ومن هذا المنطلق يجب التأكيد على أن الحملات التوعوية الصحية على منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن تسهم في رفع الوعي الصحي للمجتمع.

وفي ظل إنتشار جائحة فيروس كورونا المستجد في معظم أنحاء العالم سعت العديد من الجهات الرسمية ومؤسسات المجتمع المدني حول العالم الى التواصل مع أكبر قطاع من الجمهور للتعريف بطبيعة المرض وطرق إنتقاله، وطرق مكافحته والتدابير الصحية المختلفة لتجنب الإصابة، وذلك عن طريق تنفيذ العديد من الحملات التوعوية الصحية على منصات التواصل الاجتماعي. وتسعى هذه الدراسة الى مناقشة بعض النماذج من الحملات التوعوية الصحية العالمية، والإقليمية، والمحلية الخاصة بفيروس كورونا المستجد، وبيان مدى فاعليتها من الناحية التصميمية، وإمكانية الإستفادة منها في تصميم حملة توعوية صحية ناجحة. كما ستسعي الدراسة الى تقديم مقترح تصميمي لحملة توعوية صحية على منصات التواصل الاجتماعي تهدف الى رفع وعي المجتمع الاردني بجائحة فيروس كورونا المستجد خاصة في ظل زيادة أعداد الإصابات المحلية بالأردن وإنتشار رقعة المرض في جميع أنحاء المملكة.

إن محاولة تصميم حملة توعوية صحية لمكافحة فيروس كورونا المستجد على منصات التواصل الإجتماعي مع تركيز الجمهور المستهدف في المجتمع الأردني تكتسب أهمية كبرى خاصة في الوقت الراهن مع قصور مثل تلك الحملات وندرتها.

مشكلة الدراسة

يمكن تحديد مشكلة البحث في قلة الحملات التوعوية الصحية الموجهة الى المجتمع الأردني لزيادة وعي المواطن بطبيعة فيروس كورونا المستجد، وطرق العدوى، واسلوب الوقاية والعلاج. وما هو دور التصميم الجرافيكي كعنصر أساسي في الحملات التوعوية الصحية (فيروس كورونا المستجد نموذجاً) في الأردن.

وما هي أهمية التصميم الجرافيكي ومدى تأثيره في الحملات التوعوية الصحية في الأردن. وما هي درجة فاعلية التصميم الجرافيكي في تعزيز الحملات التوعوية الصحية على مواقع التواصل الإجتماعي وجعلها أكثر إحترافية و تميز منها الحملات الصحية المتعلقة بفيروس كورونا المستجد.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- إلقاء الضوء على دور الحملات التوعوية الصحية العالمية، والأقليمية ، والمحلية على منصات التواصل الإجتماعي في مكافحة مخاطر جائحة فيروس كورونا المستجد .
- زيادة الوعي الصحي عند أفراد المجتمع الأردني بخطورة فيروس كورونا المستجد، وذلك عن طريق تصميم حملة توعوية صحية موجهة الى المجتمع الاردني .

أسئلة الدراسة وفرضياتها

في ظل الإنتشار السريع لفيروس كورونا، والخوف الدولي من العدوى المجتمعية كان لزاماً على مصممي الجرافيك العمل على توعية المجتمعات من أخطار الأوبئة عن طريق تصميم حملات توعوية صحية تكافح إنتشار الفيروس. ونظراً للأهمية المتزايدة لدور مواقع ومنصات التواصل الإجتماعي، التي اختصرت الوقت والمجهود والتكلفة لتنفيذ الحملات التوعوية الصحية بالسرعة والكفاءة المرجوة، كان من الضروري التأكيد على الإستفادة منها في حل مشكلات المجتمع الصحية والتي على راسها في الوقت الراهن جائحة فيروس كورونا المستجد.

وبالاتساق مع ما سبق تسعى هذه الدراسة الى الإجابة عن السؤالين التاليين :

- ما هي درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية و الإقليمية على منصات التواصل الإجتماعي في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة(حملات مكافحة فيروس كورونا Corona Virus أنموذجاً)؟
- ما هي درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية على منصات التواصل الإجتماعي في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة (حملات مكافحة فيروس كورونا Corona Virus أنموذجاً) ؟

وبذلك تكون فرضية الدراسة على النحو التالي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في درجة فاعلية حملات وسائل التواصل الإجتماعي الصحية في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة (حملات مكافحة فيروس كورونا Corona Virus أنموذجاً).

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في رفع مستوى الوعي الصحي لدى المجتمع الأردني فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا المستجد. وكذلك إثراء تفاعل الباحثين ومصممي الحملات التوعوية على منصات التواصل الاجتماعي، والتأكيد على أهمية رفع وتعزيز الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع الأردني، ويأمل الباحث أن تستفيد الجهات التالية من نتائج هذه الدراسة:

1. وزارة الصحة.
2. المستشفيات والمراكز الصحية.
3. وكالات التصميم الجرافيكي.
4. طلبة تخصص التصميم الجرافيكي في الجامعات الأردنية.
5. جميع أفراد المجتمع بهدف زيادة الوعي لديهم.

حدود الدراسة

- الحدود المكانية:** المملكة الأردنية الهاشمية .
- الحدود الزمانية:** ستجري الدراسة خلال العام الدراسي الثاني 2020.
- الحدود الموضوعية:** فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي (حملات مكافحة فيروس كورونا أنموذجاً).

محددات الدراسة

- قلة المراجع والمصادر العربية حول موضوع الدراسة.
- رفض بعض المؤسسات الصحية الإدلاء ببيانات حول تفشي فيروس كورونا المستجد في الأردن.

مصطلحات الدراسة

• الشبكات الاجتماعية Social networks:

اصطلاحياً: الشبكات الاجتماعية هي منصات التواصل القائمة على الإنترنت للبقاء على اتصال مع الأصدقاء، أو العائلة، أو الزملاء أو المستهلكين أو العملاء. ويمكن أن يكون للشبكات الاجتماعية غرض إجتماعي، أو غرض تجاري، أو كليهما من خلال مواقع مثل Facebook، و Twitter، و LinkedIn، و Instagram. وقد أصبحت الشبكات الاجتماعية مؤخراً قاعدة مهمة للمسوقين الذين يسعون إلى فتح أسواق جديدة لمنتجاتهم (Kenton, 2020).

<https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp> – Mar 30, 2020

إجرائياً: هي منصات إلكترونية تسهل عملية التواصل بين فئات المجتمع المختلفة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

• حملات وسائط التواصل الاجتماعي Social Media Campaign:

اصطلاحياً: حملة وسائط التواصل الاجتماعي هي جهد إعلاني وترويجي منسق لتعزيز الأعمال أو لتوعية الجمهور بقضية ما، باستخدام واحدة أو أكثر من منصات وسائل التواصل الاجتماعي. تختلف الحملات عن جهود وسائط التواصل الاجتماعي اليومية نظراً لزيادة تركيزها، واستهدافها لقطاعات من الجمهور، وقابليتها للقياس.

www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-is-a-social-media-campaign –

[/September 12, 2020](http://www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-is-a-social-media-campaign)

إجرائياً: الإستراتيجيات الإعلانية المتبعة على منصات التواصل الاجتماعي، بهدف تأثير في ثقافة وسلوك الأفراد وإقناعهم، من خلال تخطيط النشاط الإعلاني واستمراريته.

• حملات التوعية Awareness Campaigns:

اصطلاحياً: الحملات التوعوية هي تخطيط إتصالي منظم، تقوم به مؤسسات رسمية، أو غير رسمية أو أفراد، وتهدف الحملات التوعوية الى رفع وعي الجمهور المستهدف حول قضية عامة بإستخدام أدوات التواصل البصري المختلفة (Bouder, 2013).

إجرائياً: الحملات التوعوية هي نشاط إتصالي متعدد الوسائط تقوم به الحكومات، أو مؤسسات المجتمع المدني، أو الأفراد، بهدف رفع مستوى الوعي المجتمعي بقضية ما.

• الحملات التوعوية الصحية Health Awareness Campaign:

اصطلاحياً: هي مجموعة الأنشطة الإعلانية التي تقدم للمواطنين المعلومات السليمة حول طرق الوقاية من الأمراض، وتحذيرهم من المخاطر الصحية، فالغاية من التوعية الصحية هي محاولة خفض نسبة

تفشي الأمراض، والإعاقات والوفيات، وتحسين نوعية الحياة الصحية للفرد والمجتمع (Mohammed,2017).

<https://steemit.com/life/@mo7amedtech/the-concept-of-environmental-awareness->

April 1, 2020

إجرائياً: هي جهود إعلانية تهدف لتوفير المعرفة المتعلقة بالصحة العامة للوقاية من الأمراض ومكافحة تفشي الأوبئة.

• فيروس كورونا Corona Virus :

اصطلاحياً: فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس)،

والمتلازمة التنفسية الحادة (سارس). ويسبب فيروس كورونا المُكتشف مؤخراً مرض كوفيد-19
(منظمة الصحة العالمية، 2019).

www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019 - September 12, 2020

إجرائياً: هو الإصابة بأمراض تنفسية خفيفة إلى متوسطة، ويتعافى دون الحاجة إلى علاج خاص
من المرجح أن يصاب كبار السن بأمراض خطيرة، ومن يعانون من مشاكل طبية كامنة مثل أمراض
القلب والأوعية الدموية والسكري وأمراض الجهاز التنفسي المزمنة والسرطان.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

المبحث الأول: دور حملات التوعية الصحية في رفع الوعي الصحي للمجتمع

1. مفهوم الحملات التوعوية الصحية

إن الصحة واحدة من أهم أولويات المجتمعات إذ تعاني بعض دول العالم من مشكلات صحية و ضعف في الوعي الصحي أو عدم وجوده، وهذا مؤشر مهم من ناحية الإهتمام بمكافحة الأمراض ورفع الوعي الصحي، حيث تتطلب هذه المشكلات الصحية الى توعية المجتمعات بأخطار هذه الأمراض للحد و الوقاية منها والتوعية الصحية هي العملية التي تقوم على تعليم الناس سلوك صحي جديد، ومساعدتهم على الإبتعاد عن الأفكار الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوكات صحية سليمة (الغانمي،2012).

ولتوضيح مصطلح الحملات التوعوية الصحية تم تعريفها على أنها برامج تهتم بالأمر التوعوية التعليمية التي من شأنها رفع الوعي الصحي لدى الفئات المستهدفة عن طريق تعريفهم بالأمراض وطرق الوقاية والعلاج منها.

<https://www.encyclopedia.com/media/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/public-health-campaigns/October 27 2020>

تهدف الحملات التوعوية (Awareness Campaign) الى رفع نسبة الوعي عند المجتمعات عن طريق إيصالها باستخدام وسائل التواصل المختلفة لعرض مشكلة معينة والتعريف بها وعرض حلول لها، ليتم التفاعل معها بصورة إيجابية يستفيد منها جميع أفراد للمجتمع (عبدالهادي، 2010). وللتأكد من مدى فاعلية الحملات التوعوية يجب تحديد مدى تفاعل الفئة المستهدفة مع الحملة التوعوية ومدى نجاح وصول الرسالة للمجتمع، حيث تعتبر الحملات التوعوية بشكل عام من أهم طرق الإتصال التي تعمل على التأثير بالمجتمعات وإيصال فكرة واضحة وتثبيتها لدى الفئة المستهدفة من المجتمع (فتيحي، 2015).

إن الحملات التوعوية مختلفه عن بعضها البعض حيث تعتمد جميعها على الموضوع الذي تطرحه، ليتم وصوله إلى المجتمعات، فهي تسعى جاهدة لتغيير أنماط الأفراد إتجاه موضوع محدد أو تغييره للأفضل.

وقد تعرف الحملات التوعوية بأنها عبارة عن إعلانات تضمها أهداف توعوية محددة، لجمهور محدد أيضا، وبفترة معينة ممكن أن تكون طويلة او قصيرة جميعها تعتمد على الهدف المراد من الحملة (سلمان، 2012).

وفي تعريف آخر للحملات التوعوية على أنها إحدى وسائل التغيير الإستراتيجي في المجتمعات إذ لا تكتمل أي خطوة تنموية تصنعها دولة أو مؤسسة ما لم تكن حملات التوعية جزء أساسي من هذه الخطة وأداة فاعلة من أدواتها (كريمة، 2017).

والحملات التوعوية تسعى إلى طرح حلول مناسبة للظواهر والمشاكل المجتمعية، وذلك عن طريق تسليط الضوء على المشكلات التي تواجه المجتمع، وتغيير القناعات والسلوكيات السلبية، عن طريق وسائل التواصل البصري المختلفة، ومنها التصميم الجرافيكي.

وتعد الحملات التوعوية إحدى أهم الأدوات التي تستخدمها الجهات الرسمية الخدمية، ومؤسسات المجتمع المدني، لترويج الخطط التنموية في المجتمعات المختلفة (عبيدات، 2004).

وتأسيساً الى ما سبق يمكن تلخيص تعريف الحملات التوعوية على أنها عملية إتصالية بصرية توظف وسائل الإعلان المختلفة، وتسعى إلى تطوير أو تقويم السلوك المجتمعي بهدف محاربة بعض الظواهر السلبية، أو لرفع مستوى الوعي المجتمعي بقضية ما بما يخدم مصلحة المجتمع ككل.

1.2 تاريخ الحملات التوعوية الصحية

تعددت آراء المؤرخين حول تاريخ بداية الحملات التوعوية، فالبعض يشير الى العصر اليوناني - الروماني كبداية توظيف الحملات التوعوية، وذلك عندما نشر الامبراطور (أغسطس) Augustus (63 ق.م - 14م)، نشرة دورية كانت تسمى (الأحداث اليومية)، وكانت تمثل أولى الحملة التوعوية لمكافحة ظاهرة الإنتحار، والتي تقشت في المجتمع الروماني خلال فترة حكمه.

بينما يشير مؤرخين آخرين الى أن إبتكار تقنية طباعة القوالب المتحركة -Letterpress في منتصف القرن الخامس عشر، قد مثل التحول الأكثر أهمية في تاريخ الطباعة بشكل عام، كما مثل نقطة مفصلية في تاريخ كل الأنشطة الإعلانية، وفي تاريخ الملصق الإعلاني، والحملات التوعوية بشكل خاص (عامري، 2011). ولقد كان أول ظهور معروف للحملات التوعوية في أوروبا عام 1665م، حيث نشر في إنجلترا منشور توعوي (الشكل 1) يحذر من إنتشار مرض الطاعون (غزوان، 2006).



شكل (1) - ملصق توعوي عن خطر مرض الطاعون - إنجلترا -1665
https://en.wikipedia.org/wiki/Great_Plague_of_London -september 27 2020

1.2.1 الحملات التوعوية الصحية لمكافحة إنتشار وباء الكوليرا

يعتبر وباء الكوليرا من الأمراض التي تستهدف الجهاز الهضمي، وهي عدوى معوية حادة تسببها بكتيريا تسمى الضمة الكوليرية، ولها فترة حضانة قصيرة. ولقد إنتشرت الكوليرا خلال القرن التاسع عشر في جميع أرجاء العالم بداية من مكانها الرئيسي في الهند.

ولقد تفشت بعد ذلك ست جوائح من الكوليرا أودت بحياة الكثير من البشر. الجائحة الأولى

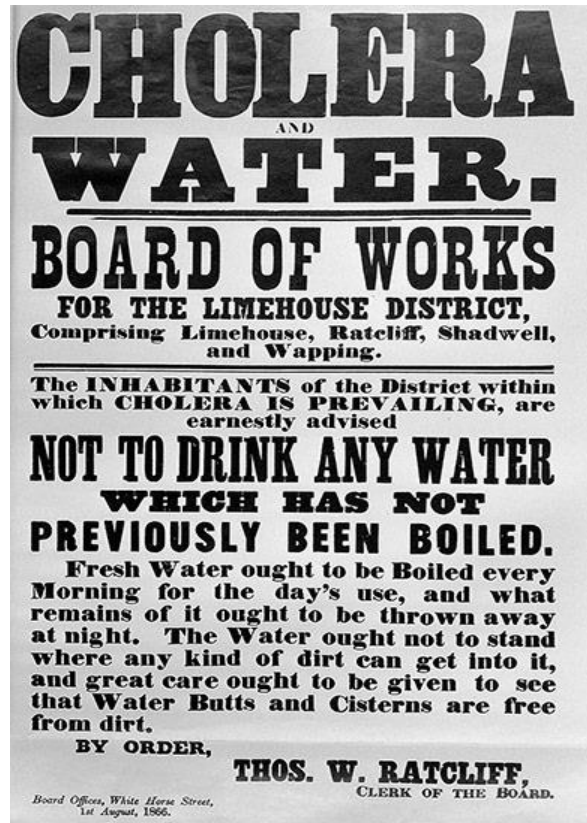
إندلعت في عام 1820، أما الجائحة الحالية (السابعة) فقد إندلعت بجنوب آسيا في عام 1961

ووصلت إلى أفريقيا في عام 1971، ومن ثم إلى الأمريكتين في عام 1991. وما زالت تستوطن الكوليرا الآن العديد من البلدان النامية حول العالم.

https://web.archive.org/web/20150513000402/http://www.earlyamerica.com/review/2000_fall/1832_cholera_part1.html/November 1 2020

ويمثل الشكل (2) نموذج لملصق توعوي لمكافحة إنتشار الكوليرا يعود لعام 1866 في لندن. ويعتمد تصميم الملصق بشكل كامل على عنصر الكتابة، حيث يقدم نصائح للمواطنين عن ضرورة معالجة مياه الشرب بالغلي قبل إستخدامها، وذلك في محاولة للحد من إنتشار الوباء.

<https://www.wikitree.com/photo/jpg/Roberts-11992-7/November 1 2020>



شكل (2) - ملصق توعوي لمكافحة إنتشار وباء الكوليرا - لندن - 1866

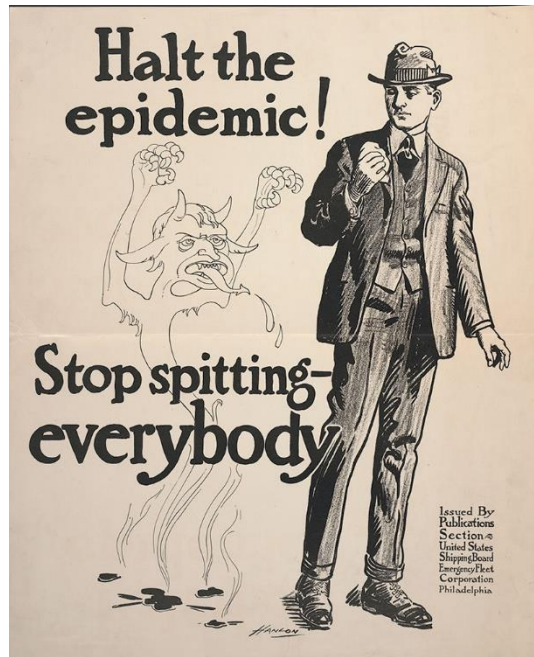
<https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2011/mar/27/posters-art/November 1 2020>

1.2.2 الحملات التوعوية الصحية لمكافحة إنتشار وباء الإنفلونزا الإسبانية

ولقد كان أول ظهور لهذه الإنفلونزا خلال الحرب العالمية الأولى، حيث تعتبر جائحة وباء الإنفلونزا الإسبانية من أخطر الأوبئة التي أصابت التاريخ الإنساني، كان الوباء قد أصاب حوالي 500 مليون شخص، أو ثلث سكان العالم في ذلك الوقت.. وكان سبب إنتشار الوباء فيروس الطيور حيث انتشر في جميع أنحاء العالم خلال 1918-1919، قاموا الأطباء بالكشف عنه أول مره في ربيع عام 1918.

<https://www.cdc.gov/flu/pandemic-resources/1918-pandemic-h1n1.html/november 6 2020>

ويمثل الشكل (3) أحد نماذج الحملات التوعوية للوقاية من وباء الإنفلونزا الإسبانية. وقد تم نشر الملصق بمدينة (فيلادلفيا) بالولايات المتحدة الأمريكية في عام 1918. ويصور الملصق الجائحة على هيئة شيطان يهدد الإنسان بينما تظهر عبارة " أوقفوا الجائحة - توقفوا عن البصق" في إشارة الى تسبب عادة البصق في الشارع في إنتشار المرض القاتل.



شكل (3) ملصق توعوي ضد انتشار جائحة الإنفلونزا الإسبانية - فيلادلفيا - الولايات المتحدة الأمريكية- 1918

<https://libwww.freelibrary.org/digital/item/65051>

1.3 أنواع الحملات التوعوية الصحية

في ظل ما تتعرض له البشرية من أخطار صحية متزايدة، يحظى موضوع رفع الوعي الصحي للمجتمعات بإهتمام بالغ سواءً على المستوى المحلي، أو المستوى الاقليمي، أو المستوى العالمي. وقد قامت العديد من الدول بتبني نشر الحملات التوعوية الصحية باختلاف أنواعها للتصدي للمخاطر الصحية التي تتعرض لها المجتمعات، وذلك عن طريق طرح الرسائل التوعوية في سياق غالباً ما يكون مباشر، وصادم، وموجز في آن واحد.

وتتنوع طبيعة تلك الحملات التوعوية الصحية بتنوع موضوعها بين التصدي للعادات والممارسات الصحية الخاطئة، أو التوعية بطرق الوقاية من الأمراض، أو مكافحة إنتشار الأوبئة. وفيما يلي تستعرض الباحثة بعض النماذج من أنواع الحملات التوعوية الصحية على اختلاف أنواعها.

1.3.1: الحملات التوعوية الصحية لمكافحة التدخين.

تمثل الحملات التوعوية لمكافحة التدخين إحد أهم أنواع الحملات التوعوية الصحية وذلك لتعشي تلك العادة السيئة حول العالم ونظراً لأثارها السلبية الكبيرة على صحة الأفراد والمجتمعات. إن الآثار السلبية لعادة التدخين لا تقتصر على صحة المدخن فقط ، بل تمتد بشكل كبير الى كل المحيطين به، وهو ما يعرف بالتدخين السلبي.

أشارت الدراسات إلى أن شخص من بين كل خمسة أشخاص يلقي حتفه بسبب أمراض متعلقة بالتدخين سنوياً، فيما تتزايد الحملات التوعوية الصحية التي تركز على مكافحة التدخين في المجتمعات لما ينجم عنها من أضرار خطيرة على صحة الأفراد والبيئة.

ويمثل الشكل (4) أحد الإعلانات التوعوية لمكافحة ظاهرة التدخين تحت عنوان :

(المدخنون سيكونون دائماً في الجانب الخاسر)

(SMOKERS WILL ALWAYS BE ON THE LOSING END)

وقد نُفذ الإعلان في عام (2016) م، حملة مكافحة التدخين من مجلس تعزيز الصحة (HPB)

في دولة سنغافورة. وتصميم الإعلان بسيط ويمثل شخص يجري على طريق على شكل سيجارة تحترق، في إشارة الى النهاية المحتومة المتمثلة نهاية الحياة. وتم التركيز في التصميم على عناصر مختصرة والمتمثلة في صورة أقدام الشخص الذي يجري وتم دمج الصورة مع صورة السيجارة المحترقة، والشعار اللفظي في الإعلان (Slogan). إن صورة أقدام الشخص الذي يجري، ولا يتمكن من الهروب من السيجارة المحترقة، تؤكد بقوة على الرسالة العامة للإعلان، وهي أن المدخنين لن يتمكنوا من المضي قدماً في الحياة دون مواجهة العواقب التي تلاحقهم نتيجة تدخين التبغ.

<https://hawksfan24.wordpress.com/2016/03/30/anti-smoking-ads-and-the-fight-against-mortality/>

September 24 2020



شكل (4) -إعلان توعوي لمكافحة التدخين- دولة سنغافورة - 2016

<https://hawksfan24.wordpress.com/2016/03/30/anti-smoking-ads-and-the-fight-against-mortality/> September 24

وإذا انتقلنا الي نموذج آخر من نماذج الحملات التوعوية لمكافحة التدخين الشكل (5)، والذي يمثل ملصق من حملة توعوية نشرتها دائرة الصحة الأيرلندية الوطنية، عام 2013 بعنوان **تدخينك يؤدي طفلك (Your smoking harms you child)**. والملصق يمثل صورة لطفلة بريئة، وقد إمتد دخان السجائر على هيئة يد بشرية تعيق تنفسها. والملصق يشير الى مشكلة التدخين السلبي والآثاره الصحية المدمرة على صحة الأطفال .

<https://mygcsephotography.weebly.com/campaign-photography.html-september 27 2020>



شكل (5) - ملصق توعوي ضد التدخين السلبي - دائرة الصحة الوطنية الايرلندية - 2013

<https://mygcsephotography.weebly.com/campaign-photography.html-september 27 2020>

وإذا إنتقلنا الى نموذج آخر من نماذج حملات مكافحة التدخين السلبي الشكل (6)، والذي يمثل ملصق توعوي يصور الدخان على هيئة قناع يحيط برأس طفل يبكي، يلاحظ من التصميم إبراز مدى تأثير التدخين القاتل على الأطفال، ويصفه بأنه ليس فقط وسيلة إنتحار بل أنه جريمة قتل ممنهجة ومقصودة نظراً لإمتداد أثر التدخين السلبي على المحيطين، وتأثيره الضار البالغ على صحة الأطفال بوجه خاص.

https://www.adsoftheworld.com/media/print/conac_brown-september_27_2020



شكل (6) - ملصق توعوي ضد التدخين السلبي-منظمة شيلين لمكافحة السرطان - أمريكا - 2016

https://www.adsoftheworld.com/media/print/conac_brown-september_27_2020

1.3.2: الحملات التوعوية الصحية لمكافحة الإدمان و تعاطي المخدرات

يعتبر الإدمان وتعاطي المخدرات من المشاكل الخطيرة التي تهدد المجتمعات من جميع النواحي، لاسيما النواحي الصحية والاجتماعية والإقتصادية وغيرها، حيث تعاني منها الأفراد والجماعات في شتى أرجاء العالم وتشمل جميع الطبقات المجتمعية على اختلاف ثقافات وأعرافها. إن المخدرات هي كل مادة نباتية لها تأثير فسيولوجي عند تناولها أو إدخالها للجسم حيث تحتوي على عناصر مخدرة للجسم، حيث تقوم على استهداف الجهاز العصبي المركزي والجهاز التنفسي والجهاز الدوري بالأمراض المزمنة، كما تؤدي كثرتها إلى حالة تعود الجسم عليها أو ما يسمى "الإدمان" الذي يسبب أضرارًا بالغة بالصحة النفسية والبدنية والاجتماعية.

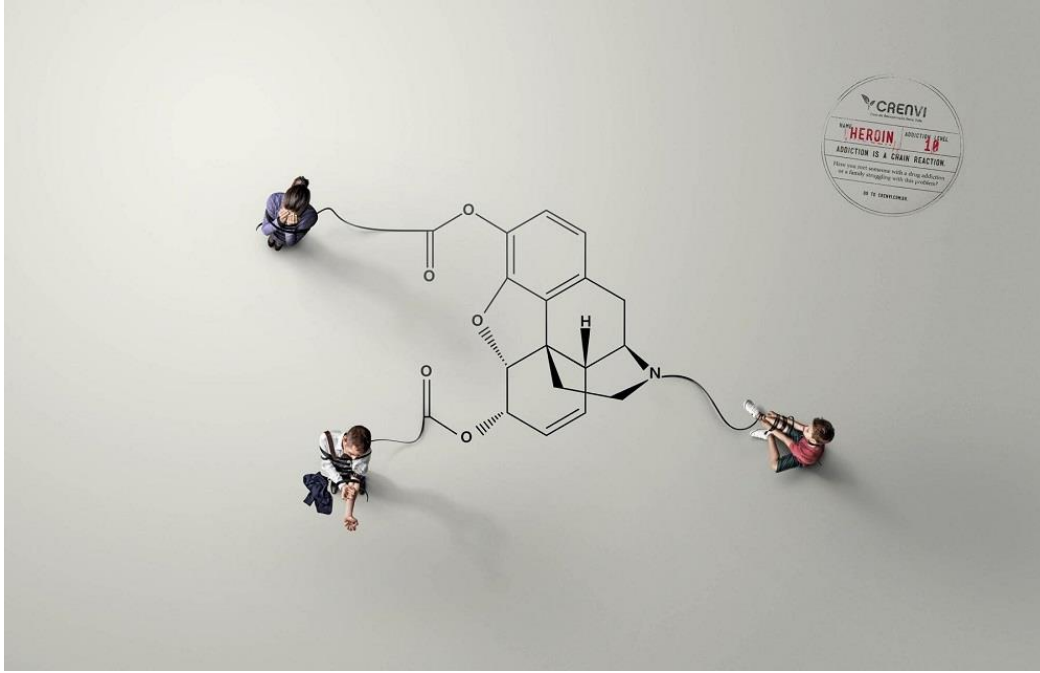
أما الإدمان هو الحالة الناتجة عن استعمال مواد مخدرة لأكثر من مرة ؛ بحيث يصبح الشخص معتمداً عليها نفسياً وجسدياً، ويقوم أيضا بالعمل على زيادة الجرعة بين الحين والآخر ليحصل على الأثر نفسه دائماً.

<https://www.moh.gov.sa/HealthAwareness/Campaigns/Antidrug/Pages/default.aspx> – September 27

2020

وقد قامت العديد من دول العالم بحملات توعوية لمكافحة هذه الآفة الخطيرة والمميتة، ومنها حملة توعوية من إنتاج وكالة (برونكس) للإعلان في البرازيل. ويمثل الشكل (7) أحد التصميمات من تلك الحملة، حيث يظهر عدد من أفراد الأسرة وقد التفت وتشابكت خطوط المركب الكيميائي لمخدر (الهيروين) حول أجسامهم في إشارة واضحة الى ان مشكلة الإدمان ليست مشكلة فردية بل تمس جميع أفراد أسرة المدمن.

https://www.adsoftheworld.com/media/print/crenvi_heroin-september 27 2020



شكل (7) - ملصق توعوي ضد أدمان الهيروين - وكالة (برونكس) - البرازيل -2013
https://www.adsoftheworld.com/media/print/crenvi_heroin-september 27 2020

وفي نموذج آخر من نماذج الحملات التوعوية لمكافحة تعاطي المخدرات الشكل (8)، والذي يمثل ملصق توعوي لمكافحة الإدمان في المملكة المتحدة تحت عنوان (لا يوجد عذر)، يتوسط الملصق رسم مبسط ليد بشرية بلون أزرق داكن، ويتقاطع معها شكل (الحقنة مخدرات) بلون أبيض. ويؤكد الملصق على فكرة الضرر المجتمعي الناجم عن تعاطي المخدرات من خلال جملة (عندما تسييء الى نفسك فانك تسييء الى الآخرين)، وهو ما يلفت النظر الى تعدي أضرار تعاطي المخدرات من المدمن نفسه الى محيطه المجتمعي والذي يشمل عائلته، وزملائه، وأصدقائه.



الشكل (8) - ملصق توعوي ضد تعاطي المخدرات-المملكة المتحدة -2013

<https://hnd2thomasknapp.wordpress.com/2013/05/17/abuse-awareness-poster-campaign/september-27-2020>

1.3.3: الحملات التوعوية الصحية لمكافحة الكحوليات .

إن تعاطي الكحوليات يحدث أضرار كبيرة على حياة البشرية حيث يلقي حنقه مليوني ونصف المليون شخص كل عام. فيما تم إعتبار الكحول ثالث أهم عوامل الخطر التي ترتبط بتدهور الوضع الصحي بين المجتمعات بحيث لا يقتصر التأثير على الأفراد فحسب بل تقوم بتدمير أسرة أو مجتمع بأكمله (منظمة الصحة العالمية، 2011). وفي سياق الحملات التوعوية لمكافحة الكحوليات، وبمناسبة اليوم العالمي للتوعية باضطرابات الطيف الكحولي لدى الجنين في تاريخ 9 سبتمبر 2016، تم إطلاق حملة توعوية في الإتحاد الأوروبي، وفي جميع أنحاء العالم عبر وسائل التواصل الإجتماعي (فيس بوك، تويتر، وانستغرام) تحت عنوان (صغير جداً على الشرب). ومن نماذج إعلانات تلك

الحملة الشكل (9) و (10)، وهي إعلانات توعوية تهدف إلى لفت النظر إلى الأضرار البالغة التي قد تلحق بالجنين بسبب تعاطي الأم للمشروبات الكحولية أثناء فترة الحمل، وهو ما يؤدي إلى متلازمة إضطرابات الطيف الكحولي للجنين، حيث يواجه الأطفال المصابون بمتلازمة الطيف الكحولي صعوبات في التعلم، والتحكم في طريقة تصرفاتهم، واضطراب في علاقاتهم الإجتماعية.

<https://ilpasseggerocasuale.wordpress.com/2014/09/26/too-young-to-drink-international-campaign/september-27-2020>



الشكل (9) - ملصق توعوي ضد تعاطي الكحليات - الاتحاد الاوروبي -2016

<https://ilpasseggerocasuale.wordpress.com/2014/09/26/too-young-to-drink-international-campaign/september-27-2020>



الشكل (10) - ملصق توعوي ضد تعاطي الكحوليات - الاتحاد الاوروبي -2016

[https://preventionconversation.org/2017/01/05/too-young-to-drink-an-international-communication-campaign-to-](https://preventionconversation.org/2017/01/05/too-young-to-drink-an-international-communication-campaign-to-raise-public-awareness-of-fetal-alcohol-spectrum-disorders/september-27-2020)

[/raise-public-awareness-of-fetal-alcohol-spectrum-disorders/september-27-2020](https://preventionconversation.org/2017/01/05/too-young-to-drink-an-international-communication-campaign-to-raise-public-awareness-of-fetal-alcohol-spectrum-disorders/september-27-2020)

المبحث الثاني: دور حملات التوعية الصحية في مكافحة الأوبئة

2.1 تعريف الوباء

الوباء يشير إلى تفشي مرض معين في قطاع واسع جغرافياً وبشرياً، وقد تتسع رقعته لتشمل العديد من بلاد العالم. وقد يكون إنتشار الوباء مرتبط بمرض معدي، أو فعل، أو سلوك غير صحي. وعادة ما يحدث الوباء خلال فترة زمنية تبدأ من إعلان أول حدث، وتنتهي بإعلان السيطرة عليه من قبل الجهات المختصة.

ويتم التأكد من وجود الأوبئة من خلال إنتشار مرض معين في عدد كبير من الناس في نفس الوقت، مع أعراض متشابهة، ومضاعفات تكون على الأغلب متوقعة. وقد يبدأ الوباء في مكان معين، ومن ثم ينتشر الى أماكن أخرى. وتعتمد سرعة إنتشار الوباء على الوسائل التي ينتقل بها المرض بين وسائط الهواء، أو الماء، أو الطعام، أو سوائل الجسم البشري ومخلفاته. وتتنوع الأوبئة فبعضها أعراضها ظاهرة، وأخرى تحتاج إلى قياس وتحاليل، كما تتنوع سرعة إنتشار الأوبئة تبعاً للعديد من العوامل البيئية والاجتماعية الأخرى.

<https://altibbi.com> /مصطلحات-طبية/الامراض-المعدية/وباء September 12 2020

ويعرف الوباء أيضاً على انه الإصابة بشكل غير دائم ببعض الأمراض، حيث تنتشر الأمراض على نطاق واسع في مساحة جغرافية معينة، وهذه الأمراض معدية، يجب معالجة الوباء بشكل سريع لأنه قد يصاب الشحص لأكثر من مرة به، أو من الممكن أن يتطور الوباء ويعمل على حدوث وباء جديد أكثر خطورة، حيث تعمل هذه الأوبئة على ضعف الجهاز المناعي لدى المصابين بها (Trisha,2017).

ويعرف الوباء أيضا على أنه إنتشار سريع أو الزيادة غير الطبيعية في حدوث مرض ما، ويؤثر الوباء على العديد من الأشخاص في الوقت ذاته في منطقة ما، ويمكن أن يكون الوباء معدياً فينتقل من شخص الى آخر وينتشر بشكل أكبر.

Epidemic, www.dictionary.com , September 13, 2020

2.2 : نماذج من الحملات التوعوية الصحية ضد الأوبئة

تحتل الحملات التوعوية أهمية كبيرة في مجال التوعية بشكل عام، وبشكل خاص في مجال التوعية الصحية، وذلك عن طريق زيادة المعلومات الصحية، وتنمية القدرات والمعارف بهدف الإرتقاء بصحة الإنسان وزيادة مستوى الوعي الصحي. ويعد الوعي الصحي هاجس إنساني موجود منذ قدم الحضارة الإنسانية، وقد سعى الحكماء والأطباء في مختلف العصور إلى الحفاظ على الصحة، وليس فقط مداواة المرضى، وكانت بدايات الوعي الصحي ملموسة في كتابات الأولين من الأطباء العرب والمسلمين الذين كان لهم إسهامات كبير في تطوير الطب، وفي جمع علومه من مختلف المصادر والإضافة إليها. وقد زخرت كتاباتهم بالكثير مما يمكن اعتباره اليوم من أساسيات الوعي الصحي (العكيلي، 2015).

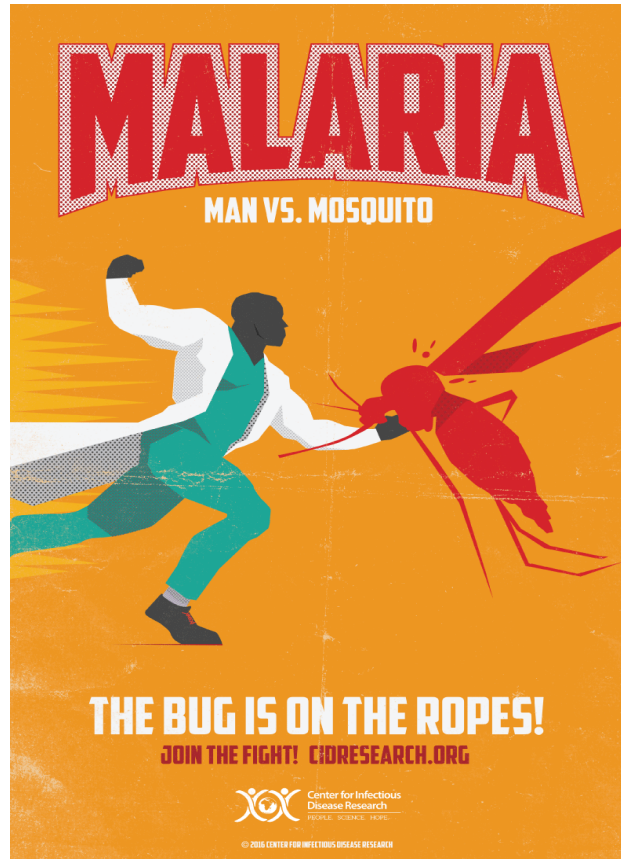
2.2.1: الحملات التوعوية الصحية المعاصرة لمكافحة انتشار وباء الملاريا

في عام 2015، عاد وباء الملاريا للإنتشار مجدداً، تم تعريفها على أنها مرض طفيلي شديد ينتج عن الإصابة بأحدى أنواع طفيليات الملاريا البشرية وينتقل عن طريق أنثى بعوض الانوفيل، واجه نصف سكان العالم تقريباً مخاطر الإصابة بالملاريا. حيث كانت معظم الوفيات في أفريقيا. يتبعها آسيا، وأمريكا اللاتينية ولكن بدرجة أقل (منظمة الصحة العالمية، 2018).

[https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/malaria/september 28 2020](https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/malaria/september%2028%202020)

وفي عام 2016 قام مركز بحوث الأمراض المعدية ومقره في (سياتل) شمال غربي الولايات المتحدة الأمريكية بنشر ملصق توعوي لمكافحة وباء الملاريا بعنوان (الإنسان ضد الملاريا) شكل (11)، حيث يمثل التصميم أحد أفراد الطواقم الطبية وهو يصارع بعوضة كبيرة الحجم، وقد استخدم المصمم مجموعة لونية من الألوان الساخنة تتناسب من الطابع الدرامي للتصميم. ويلقي التصميم الضوء على المعركة القديمة المستمرة بين الإنسان ومرض الملاريا. ويستحضر تصميم الملصق الأسلوب التصميمي في الملصقات الدعائية أثناء الحرب العالمية الثانية.

<https://gizmodo.com/retro-style-disease-posters-turn-doctors-into-superhero-1786799444/September 28 2020>



شكل (11) - ملصق توعوي ضد خطر وباء الملاريا - سياتل-الولايات المتحدة الامريكية -2016

<https://gizmodo.com/retro-style-disease-posters-turn-doctors-into-superhero-1786799444/September 28 2020>

2.2.2: الحملات التوعوية الصحية لمكافحة إنتشار وباء المتلازمة التنفسية الحادة (سارس)

هو مرض يصيب الجهاز التنفسي تم تصنيفه على أنه فيروسي ومنشأه حيواني، أول ظهور له كان في الصين وأخذ ينتشر في بلدان العالم، تحديداً في دول جنوب شرقي آسيا ليصيب ضحاياه بصعوبة التنفس والتهاب رئوي شديد، عُرف لاحقاً بمتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد المسبب للوفاة.

https://www.bbc.com/news/magazine-23710697/october_26_2020

يتم إنتشار العدوى للمرض عن طريق القطرات التنفسية عند الإختلاط مع الشخص المصاب، إن أعراض السارس (بشكل عام) تشمل الحمى الشديدة، والصداع، والشعور العام بعدم الراحة، والأوجاع الجسدية. كما أن بعض المرضى قد يصابون بأعراض تنفسية طفيفة في بداية المرض(منظمة الصحة العالمية، 2004)

<http://www.emro.who.int/ar/health-topics/severe-acute-respiratory-syndrome/index.html/> October 26

2020

وقد سعت الصين الى إطلاق العديد من الحملات التوعوية الصحية لمكافحة إنتشار وباء (سارس)، وعلى سبيل المثال، نشرت صحيفة (بكين تايمز) في عام 2003 تصميماً بعنوان إعلان الحرب على السارس الشكل (12). والتصميم يظهر شكل لطبيب شاهراً قبضته ويطيح بأشكال تمثل فيروس السارس، بينما تظهر بجواره قصيدة عن طرق الوقاية من السارس ومكافحته. وقد نفذ التصميم باستخدام مجموعة لونية من الألوان الساخنة تتناسب مع طبيعة الموضوع.

https://collections.nlm.nih.gov/catalog/nlm:nlmuid-101561196-img/October_27_2020



شكل (12) - ملصق توعوي ضد خطر وباء سارس - الصين - 2003

<https://collections.nlm.nih.gov/catalog.nlm:nlmuid-101561196-img/October 27 2020>

2.2.3: الحملات التوعوية الصحية لمكافحة إنتشار وباء ايبولا

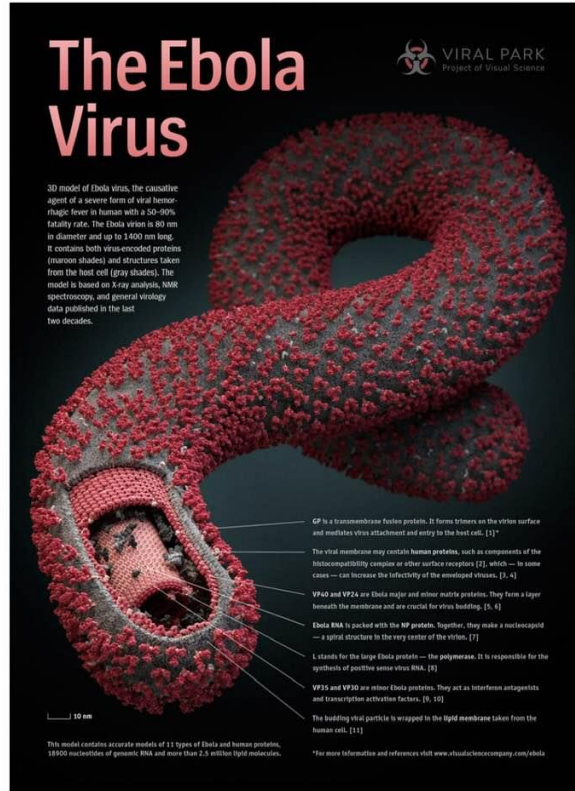
مرض فيروس (الإيبولا) المعروف سابقاً باسم حمى (الإيبولا النزفية)، هو مرض خطير يصيب الإنسان، ومن الممكن أن يؤدي للوفاه. حيث يتم نقله من الحيوانات البرية للإنسان، وينتشر بسرعة بين التجمعات البشرية المخالطة للحيوانات البرية (منظمة الصحة العالمية، 2020).

<https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/ebola-virus-disease/october 26 2020>

وفي عام 2012 قامت شركة العلوم المرئية (التي تختص بتصميم المجالات التكنولوجية الفائقة بما فيها العلوم والطب الحيوي والبيولوجيا) بنشر ملصق توعوي لوباء (الإيبولا) شكل (13)، ويحتوي التصميم على نموذج ثلاثي الابعاد حيث تظهر الهياكل المشفرة بالإيبولا باللون الكستنائي، وتظهر

الهيكل متمركزة على الخلايا البشرية باللون الرمادي. ويشرح الملصق كيفية غزو فيروس (الإيبولا) للخلايا البشرية.

<https://visual-science.com/projects/ebola/poster/october 29 2020>

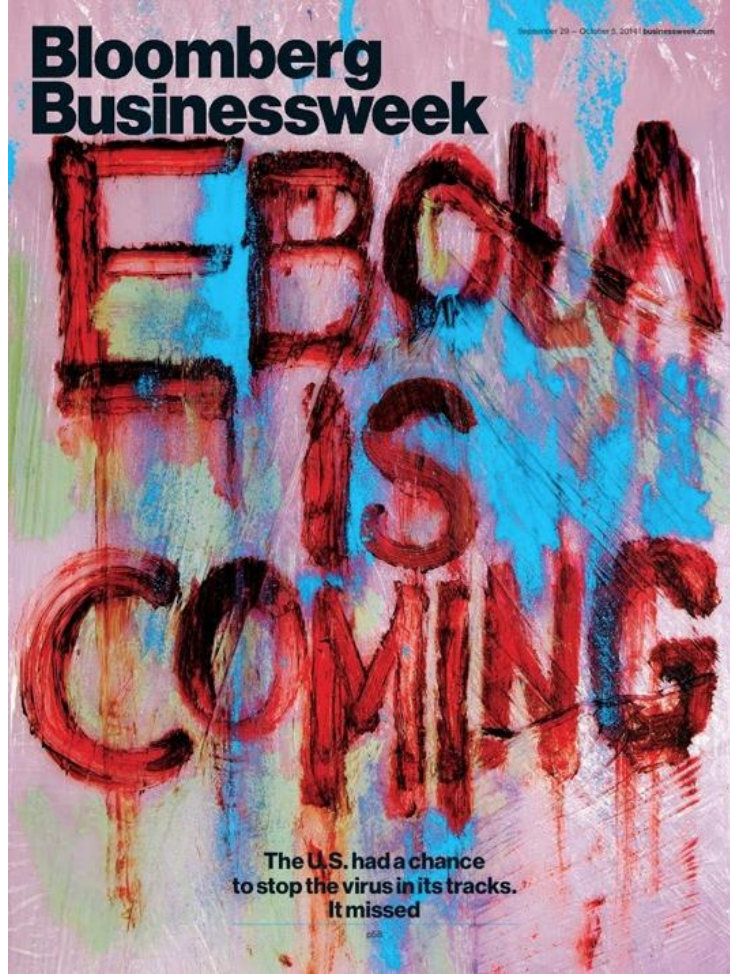


الشكل (13) - ملصق توعوي عن وباء إيبولا - شركة العلوم المرئية- الولايات المتحدة الأمريكية -2012

<https://visual-science.com/projects/ebola/poster/october 29 2020>

وفي نموذج آخر من نماذج الحملات التوعوية لمكافحة وباء إيبولا الشكل (14)، والذي يمثل غلاف مجلة (بيزنس ويك)، وهي مجلة أسبوعية في نيويورك، يحذر التصميم من قدوم وباء إيبولا في الولايات المتحدة الأمريكية تحت عنوان (Ebola is coming) وتمت كتابة هذه الجملة باللون الدم الاحمر والذي يمثل العرض الأساسي للمرض (النزيف الدموي)، وذلك للفت الإنتباه وللتحذير من خطر هذا الوباء بطريقة فنية محترفة.

<https://www.bloomberg.com/October 29 2020>



الشكل (14) - غلاف مجلة بيزنس ويك - نيويورك - 2014

<http://www.marklives.com/2014/10/maglove-bloombergbusinessweek-current-gqportugal-timeoutny-wired/October 29 2020>

2.2.4 الحملات التوعوية الصحية لمكافحة إنتشار فيروس نقص المناعة البشرية (HIV)

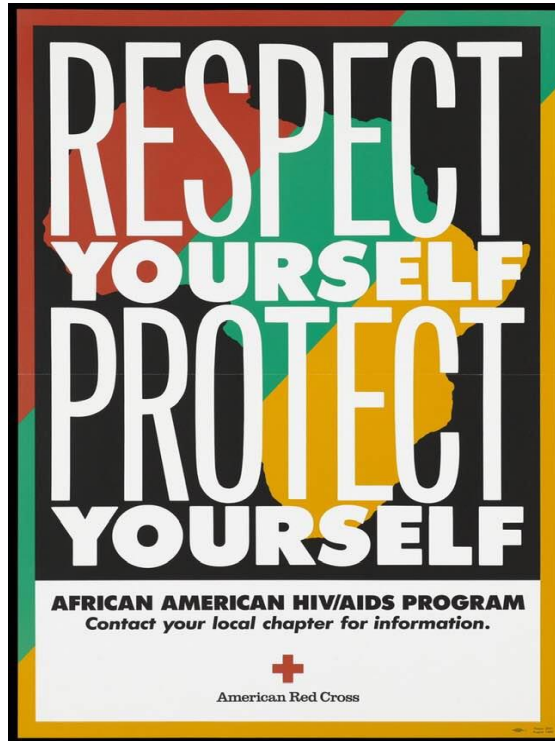
يعد فيروس نقص المناعة البشرية من أنواع العدوى المنقولة جنسيا وهو عبارة عن مرض مزمن ويسببه فيروس يهاجم الخلايا التي تساعد الجسم على مكافحة العدوى، مما يجعل الشخص أكثر عرضة للإصابة بالعدوى والأمراض الأخرى. ينتشر عن طريق ملامسة جسد معين لشخص مصاب بفيروس نقص المناعة البشرية .

إذا تُرك فيروس نقص المناعة البشرية دون علاج، يمكن أن يؤدي إلى مرض الإيدز (متلازمة نقص المناعة المكتسب).

ولقد تم تحديد فيروس نقص المناعة البشرية لأول مرة في عام 1981، وهو سبب واحد من أكثر الأوبئة فتكًا واستمرارية للبشرية (إدارة تحليل وباء فيروس نقص المناعة البشرية، 2020).

<https://www.hiv.gov/hiv-basics/overview/about-hiv-and-aids/what-are-hiv-and-aids/October 28 2020>

وفي أغسطس (1990) ومع تفشي فيروس نقص المناعة البشرية، قام الصليب الأحمر الأمريكي بإصدار ملصق توعوي عن برنامج فيروس نقص المناعة البشرية موجه إلى الأميركيين من أصل أفريقي، الشكل (15)، والملصق يمثل خارطة قارة أفريقيا في خلفية التصميم باللون الأحمر والأخضر والأصفر على خلفية سوداء، ومكتوب عليها بكامل مساحة الملصق (إحترم نفسك تحمي نفسك)، في إشارة إلى ضرورة الإلتزام بالأعراف المجتمعية السليمة لتفادي الإصابة .



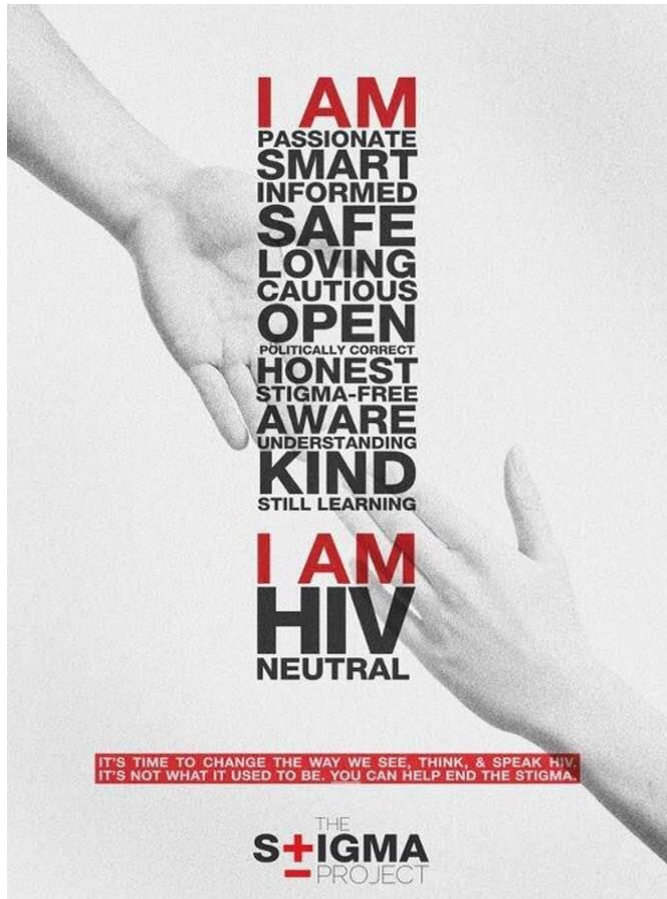
الشكل (15) - ملصق توعوي لمكافحة إنتشار فيروس العوز المناعي البشري - الصليب الاحمر الامريكي -

1990

<https://www.europeana.eu/en/item/9200579/ccpejequ/october 31 2020>

وفي نموذج آخر من نماذج الحملات التوعوية لمكافحة إنتشار فيروس نقص المناعة البشري الشكل (14) والشكل(15)، قام مشروع (Stigma) وهو مشروع يسعى الى توعية المجتمع بتقبل التعامل مع مرضى فيروس نقص المناعة البشرية /الأيدز. وتشمل هذه الحملة التوعوية وسائل التواصل الإجتماعي و اللوحات الإعلانية والمجلات وعلى مواقع الويب، يتم السماح للمستخدمين في المشاركة وإبداء الإعجاب وتحميل الإعلانات.

[https://www.positivelypositive.ca/hiv-aids-news/The_Stigma_Project.html/October 31 2020](https://www.positivelypositive.ca/hiv-aids-news/The_Stigma_Project.html/October%2031%202020)



الشكل (16) - ملصق توعوي عن فيروس العوز المناعي البشري - Stigma - 2012

[https://blog.thestigma.org/october 31 2020](https://blog.thestigma.org/october%2031%202020)

المبحث الثالث: دور الحملات التوعوية الصحية في مكافحة فيروس كورونا

إن مرض كوفيد-19 مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن للفيروس أي ظهور قبل بدء إنتشاره في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019 وقد تحوّل كوفيد-19 الآن إلى كارثة صحية تؤثر على بلدان العالم جمعاء (الانوروا، 2020).

https://www.unrwa.org/sites/default/files/health_awareness_on_coronavirus_covid-19_-_public_-_arabic.pdf/October 2 2020

وقد حظي بعدة مسميات مثل: فيروس كورونا الجديد، أو فيروس كورونا المستجد، أو كوفيد 19، هذا الفيروس من الفيروسات التي تصيب الجهاز التنفسي بشكل أساسي، وتعدّ عائلة فيروسات كورونا حيوانية المنشأ؛ بمعنى أنّها قادرة على الانتقال من الحيوان إلى الإنسان، إن العدوى بفيروس كورونا منتشرة بين أنواع معينة من الحيوانات وتحديدًا الطيور والثدييات.

[Preliminary assessment of the International Spreading Risk Associated with the 2019 novel Coronavirus \(2019-nCoV\) – October 2 2020](#)

إن الأعراض الأكثر شيوعاً لمرض كوفيد-19 تتركز في الحمى والإرهاق والسعال الجاف. وتتنمي لها أعراض أخرى أقل شيوعاً ولكن قد يُصاب بها بعض المرضى، وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ بشكل تدريجي (منظمة الصحة العالمية، 2019).

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses/october 2 2020>

وقد أشارت منظمة الصحة العالمية أنه يتعافى معظم الناس (نحو 80%) من الفيروس دون الحاجة إلى علاج خاص. ولكن من الممكن أن تشد أعراض الفيروس لدى شخص واحد تقريباً من بين كل 5 أشخاص مصابين بمرض كوفيد-19 فيعاني من صعوبة في التنفس.

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses/october 2 2020>

وتنتشر عدوى كوفيد-19 عن طريق ألتقاط الفيروس من أشخاص آخرين مصابين به. يمكن أن تتم العدوى بالفيروس إذا تم تنفس رذاذ من شخص مصاب بالفيروس. لذلك يجب الحفاظ على مسافة متر واحد على الأقل (3 أقدام) من الآخرين. وقد يسقط الرذاذ على الأسطح المحيطة بالشخص، ويمكن حينها أن يصاب الناس بالعدوى عند ملامستهم هذه الأسطح ثم لمس أعينهم أو أنفهم أو فمهم. لذلك من المهم الإلتزام بغسل اليدين.

تختلف مضاعفات المرض من شخص الى اخر وتكون المخاطر أكثر شدة بين المسنين والأشخاص المصابين بمشاكل صحية أخرى مثل إرتفاع ضغط الدم، أو أمراض القلب والرئة، أو السكري، أو السرطان (الانوروا، 2020).

https://www.unrwa.org/sites/default/files/health_awareness_on_coronavirus_covid-19_-_public_-_arabic.pdf/October 3 2020

قالت جمعية (مايند) الخيرية للصحة النفسية في المملكة المتحدة إن العامة يعانون فعليا من اكتئاب جراء إنتشار فيروس كورونا، حيث تشير دراسات إلى تأثر العامة بالقلق والعزل جراء انتشار هذا جائحة كورونا(روكسبي ، 2020).

<https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-52314172/October 3 2020>

3.1 الحملات التوعوية العالمية والأقليمية ودورها في مكافحة فيروس كورونا المستجد

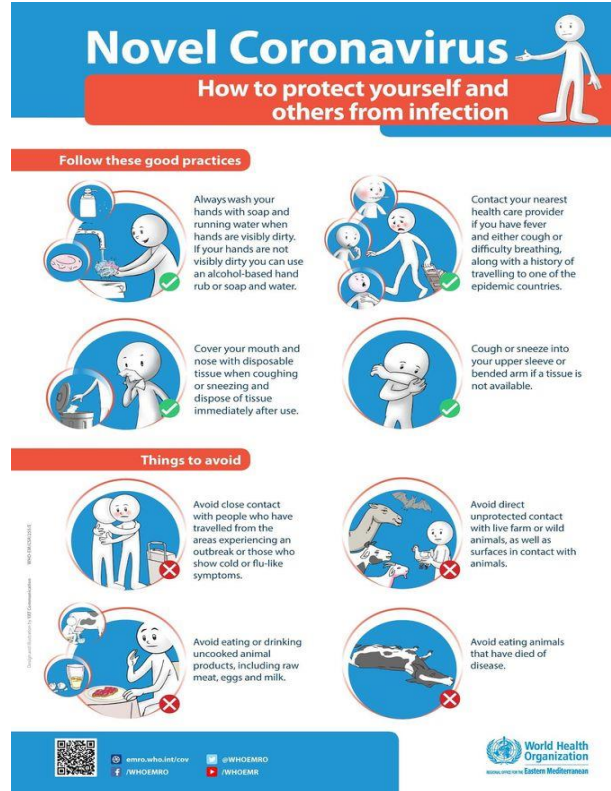
قامت منظمة الصحة العالمية بتقديم المساعدة للبلدان لمواجهة مخاطر فيروس كورونا المستجد، حيث قامت بوضع إرشادات محدثة على نحو يوازن بين متطلبات الاستجابة المباشرة لجائحة كوفيد-19 من جهة، وضمان إتاحة المعلومات الصحية الأساسية من جهة أخرى. ولقد قامت المنظمة بوضع إرشادات تتضمن إجراءات مستعجلة وفورية يجب أن تقوم البلدان بتطبيقها على جميع الأصعدة

المحلية، والوطنية لإعادة تنظيم خدماتها الصحية وتأمين الخدمات الصحية الأساسية للجميع (منظمة الصحة العالمية، 2020).

<https://www.who.int/ar/news/item/06-08-1441-who-releases-guidelines-to-help-countries-maintain-essential-health-services-during-the-covid-19-pandemic/october-8-2020>

وقد قامت منظمة الصحة العالمية بإطلاق العديد من الحملات التوعوية الصحية بهدف تثقيف وتوعية المجتمعات من مخاطر فيروس كورونا المستجد وكيفية الوقاية من هذا الفيروس. وتم تصميمات تلك الحملات على منصات التواصل الإجتماعي وعلى الموقع الرسمي للمنظمة.

ويمثل الشكل (17) واحد من الإعلانات التوعوية التي نشرتها منظمة الصحة العالمية على وسائل التواصل الاجتماعي ضد فيروس كورونا المستجد، وقد تم نشره بأكثر من لغة، حيث يركز التصميم على أهم الإجراءات الصحية التي يجب إتخاذها، والممارسات الخاطئة التي يجب التوقف عنها بهدف محاربة إنتشار الجائحة والحد من خطر الإصابة. وقد نفذ التصميم بإستخدام رسوم توضيحية بسيطة للغاية وواضحة، ويسهل فهمها لمختلف الفئات العمرية.



الشكل (17) - ملصق توعوي يبين إجراءات الوقاية من فيروس كورونا - منظمة الصحة العالمية-2020
<http://www.emro.who.int/health-topics/corona-virus/protect-yourself-and-others.html> -October 15 2020

وإذا أنتقلنا الي نموذج آخر من نماذج الحملات التوعوية ضد انتشار فيروس كورونا المستجد

الشكل (18)، حيث أطلقت الخدمة الصحية الوطنية (NHS) بالمملكة المتحدة حملة توعوية حول

أهمية غسل الايدي بشكل أكثر لمدة 20 ثانية على الأقل.

واستخدم في التصميم صورة يد تمتد الي مقبض باب ملوث بفيروس (كورونا). واستخدم في

التصميم عنوان (أغسل يديك أكثر لمدة 20 ثانية)، واستخدم الشعار اللفظي (احم نفسك والآخرين)،

ويحث الملصق الجمهور الي غسل الأيدي في حالات الوصول الي مكان العمل أو المنزل، وفي

حالة السعال والعطس، وقبل الاكل أو لمس الطعام.

<https://www.dailymail.co.uk/news/article-8077969/Boris-Johnson-takes-Morning-sofa-cool-stockpiling-frenzy.html> - October 6 2020



الشكل (18) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة المتحدة -2020

<https://www.dailymail.co.uk/news/article-8077969/Boris-Johnson-takes-Morning-sofa-cool-stockpiling-frenzy.html> - October 6 2020

وقد قامت منظمة الأمم المتحدة بنشر العديد من الحملات التوعوية لمكافحة فيروس كورونا المستجد، حيث قامت المنظمة بإنشاء قاعدة المعارف اللازمة عن طريق تسخير خبراتها لبحث التأثيرات المختلفة لجائحة كوفيد 19، وتوفير المعلومات والمشورة ذات الصلة. وقامت منظمة الأمم المتحدة بنشر ملصقات توعوية للتصدي لكوفيد 19 على منصات التواصل الاجتماعي، وعلى الموقع الرئيسي للمنظمة.

September 18 www.un.org/sites/un2.un.org/files/comprehensive_response_to_covid-19_arabic_0.pdf

2020

وعلى سبيل المثال قامت منظمة الأمم المتحدة بتصميم إعلان توعوي باللغة البنغالية الشكل (19)، ويمثل التصميم أفراد أسرة تتشارك في محاربة فيروس كورونا باستخدام وسائل الوقاية المختلفة. ويهدف التصميم الى التعريف بأهم وسائل الحماية على مستوى الأسرة من فيروس كورونا، والتي تشمل استخدام المعقمات، وأقنعة الوجه، والأهتمام المستمر بالتنظيف. وقد نفذ التصميم باستخدام رسوم توضيحية واضحة، ومبسطة، وتتناسب مختلف المراحل العمرية من الجمهور المستهدف.

<https://reliefweb.int/report/world/immediate-covid-19-support-partners> October 7 2020



الشكل (19) - اعلان توعوي للحماية من فيروس كورونا - منظمة الامم المتحدة - 2020

<https://reliefweb.int/report/world/immediate-covid-19-support-partners/October 7 2020>

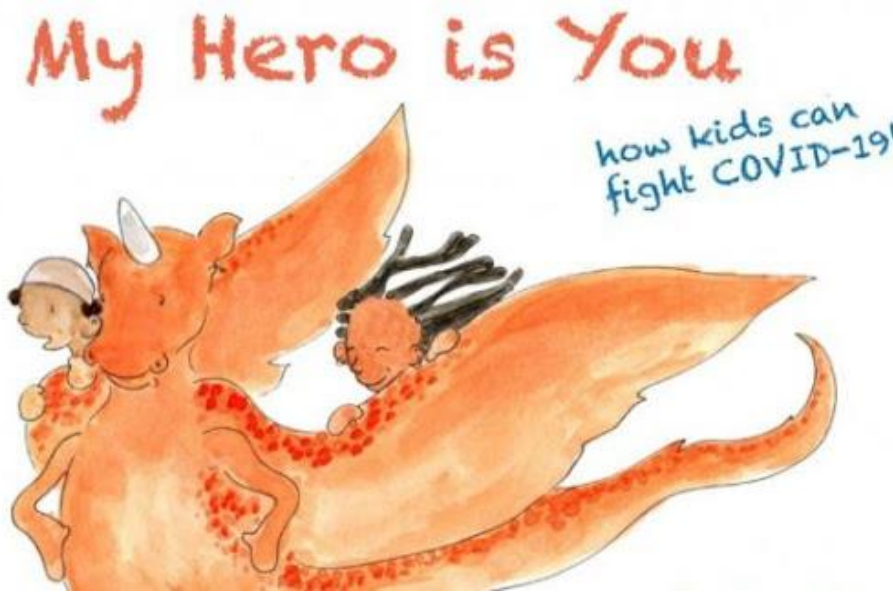
ومن الجهود الدولية الجديرة بالذكر في إطار مكافحة فيروس كورونا، أطلقت منظمة unicef برامج دعم متعددة تهدف للحفاظ على صحة الأطفال، وإمدادهم بالمعلومات الصحية الأساسية لمقاومة إنتشار فيروس كورونا، وبإستخدام أسلوب مبسط يتناسب مع أعمارهم. ولتمكين الأطفال

أنفسهم من محاربة فيروس كورونا، نشرت اللجنة الدائمة المشتركة بين الوكالات المعنية بالصحة العقلية والدعم النفسي والإجتماعي التابعة لهيئة (اليونيسيف) كتابًا بعنوان "بطلي هو أنت".

<https://www.un.org/ar/un-coronavirus-communications-team/united-nations-working-mitigate-covid-19-impact-children/October 8 2020>

وتهدف هذه القصة إلى مساعدة الأطفال على فهم ما هو فيروس كورونا، وتعليمهم كيفية التعامل معه بمساعدة كائن خيالي، ويشرح لهم كيف يمكن للأطفال حماية أنفسهم وأسرهم وأصدقائهم من فيروس كورونا وكيفية مواجهة واقع جديد سريع التغير.

ويمثل الشكلين (20-21) جزء من تصميمات قصة "بطلي هو أنت".



الشكل (20) - تصميم من قصة بطلي هو أنت - اليونسيف -2020

<https://www.unicef.org/guianasuriname/documents/my-hero-you/October 9 2020>



الشكل (21) - تصميم من قصة بطلي هو انت - اليونسيف -2020
<https://www.unicef.org/guyanasuriname/documents/my-hero-you/October 9 2020>

وإذا انتقلنا الي نموذج آخر من نماذج الحملات التوعوية الدولية ضد انتشار فيروس كورونا الشكل (22)، والتصميم نشرته منظمة العمل الدولية في مناسبة اليوم العالمي للسلامة والصحة في العمل في 28-4-2020. ويركز التصميم بشكل أساسي على مكافحة تفشي جائحة فيروس كورونا في بيئة العمل.

ويمثل التصميم شكل كبير لقناع الرأس البلاستيكي، ويحتمي بداخلة أصحاب مهن مختلفة. واستخدم في التصميم الشعار اللفظي (الأمان الصحي في العمل يمكن أن ينقذ الارواح).

ولقد غلب على تصميم الملصق استخدام درجات اللون الأحمر بهدف لفت الإنتباه والإشارة الى خطورة الموضوع.

<https://www.ilo.org/safeday> October 9 2020



الشكل (22) - ملصق توعوي للحفاظ على السلامة أثناء العمل في ظل الوباء - منظمة العمل الدولية - 2020
<https://www.ilo.org/safeday> October 9 2020

كما قامت منظمتا NISHTHA بالتعاون مع الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية USAID بنشر تصميم توعوي الشكل (23). ويركز التصميم بشكل أساسي على الطرق الصحيحة لغسل اليدين، واستخدم في التصميم الشعار اللفظي (ابق أمناً من فيروس كورونا بممارسة الطرق الصحيحة لغسل الأيدي). ويتميز التصميم بالبساطة الشديدة والمباشرة .

<https://www.usaid.gov/india/health/coronavirus> - October 10 2020



الشكل (23) ملصق توعوي يوضح كيفية غسل اليدين لتبقى في أمان من فيروس كورونا – NISHTHA – USAID – 2020
<https://www.usaid.gov/india/health/coronavirus> – October 10 2020

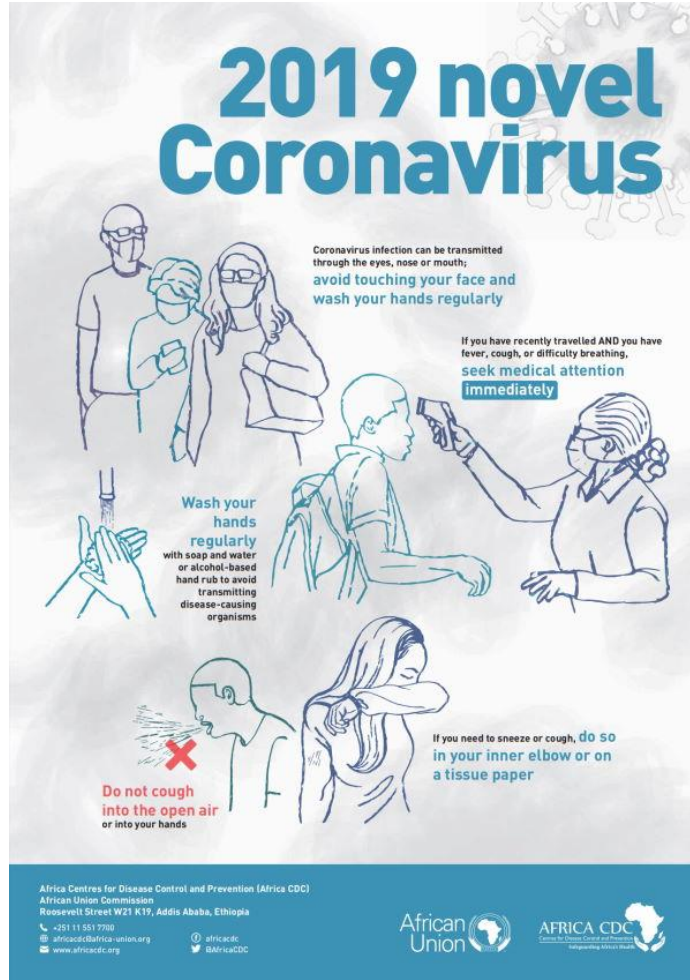
وإذا انتقلنا الي نموذج آخر الشكل (24) من الحملة التوعوية ضد إنتشار فيروس كورونا، والتي قامت منظمتي USAID – NISHTHA بنشرها، يلاحظ تركيز التصميم على إجراءات النظافة والإجراءات الإحترازية داخل المنازل، مثل الإهتمام بتعقيم الأسطح، وفتح النوافذ، وغسل الأيدي، وارتداء قناع الوجه في حالة الإصابة بأعرض مرضية، بالإضافة الى إستشارة الطبيب. واستخدام في التصميم الشعار اللفظي (النظافة الجيدة تجعل بيتك أكثر أماناً). ونفذ التصميم باستخدام مجموعة لونية تغلب عليها الألوان الساخنة (الأصفر، والاحمر، والبرتقالي)، بهدف لفت الإنتباه.



الشكل (24) - ملصق توعوي يركز على اجراءات النظافة المنزلية للتصدي لفيروس كورونا - USAID و NISHTHA - 2020

<https://www.usaid.gov/india/health/coronavirus> - October 10 2020

كما قام الإتحاد الافريقي، ومركز السيطرة على الأمراض والوقاية منها، بإصدار ملصق توعوي حول الإرشادات الأساسية للوقاية من فيروس كورونا المستجد، الشكل (25). وتشمل الإرشادات الصحية في الملصق تجنب ملامسة الوجه، وتجنب السعال في الهواء، وغسل الأيدي بشكل متكرر، والتماس الرعاية الصحية في حالة ظهور أعراض المرض. وتم تصميم الملصق بشكل مبسط وبالإعتماد على رسوم توضيحية مرسومة بخط خارجي بدون التركيز على ملامح الوجوه، أو تفاصيل الأشخاص بهدف التركيز على المحتوى الإرشادي للملصق.



الشكل (25)- ملصق توعوي عن فيروس كورونا المستجد - اللاتحاد الأفريقي ومراكز السيطرة على الأمراض و الوقاية منها- 2020

<https://africacdc.org/download/2019-novel-coronavirus-poster/October 10 2020>

بدورها قامت دائرة تعزيز الصحة في جبل طارق (Public Health Gibraltar) بحملة توعوية

ضد إنتشار جائحة كورونا عنوانها (Covid Fit)، وتهدف الحملة الى رفع الوعي الصحي للمجتمع.

حيث كان الموضوع الأول في سلسلة عن التوقف عن التدخين الشكل (26)، ويوضح التصميم تسبب

التدخين في تلف الرئتين والممرات الهوائية، مما يسهل مهاجمة Covid-19 للجهاز التنفسي، ويفاقم

خطر تعرض المدخنين لمضاعفات الفيروس. واستخدم في التصميم الشعار اللفظي (الآن هو الوقت

المناسب للاقلاع) في إشارة الى حتمية التوقف عن التدخين وخاصة في ظل انتشار جائحة كورونا.

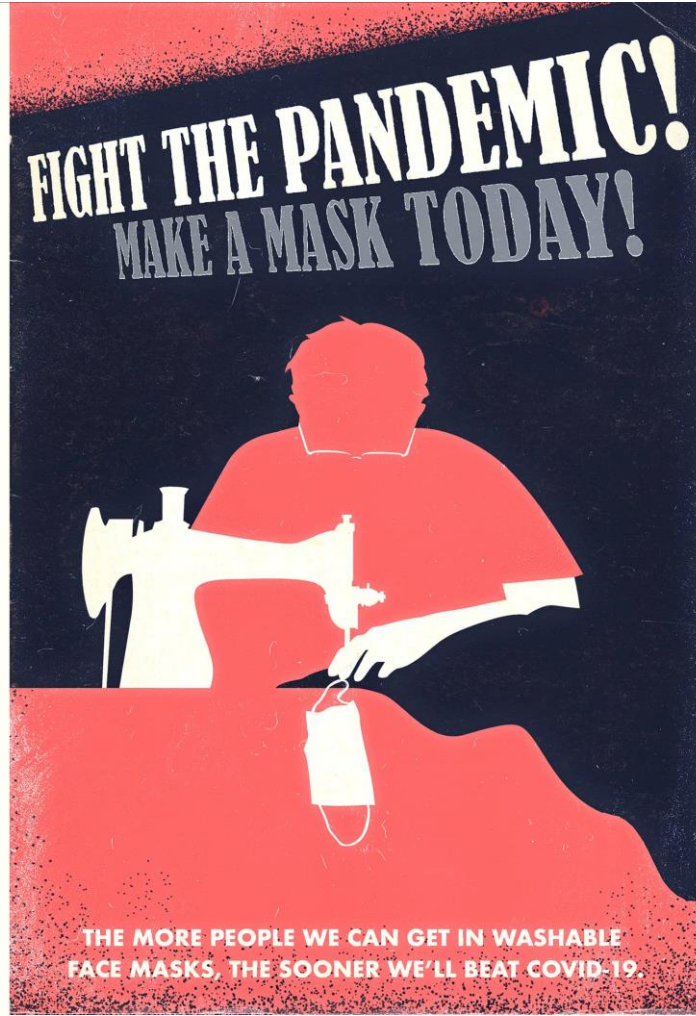
<https://yourgibraltartv.com/society/21146-public-health-gibraltar-launches-covidfit-October 17 2020>



الشكل (26)- ملصق توعوي حول علاقة التدخين بمضاعفات Covid-19 -Public Health Gibraltar - 2020
<https://yourgibraltartv.com/society/21146-public-health-gibraltar-launches-covidfit-October 17 2020>

وفي سياق الحملات التوعوية العالمية ضد إنتشار فيروس كورونا المستجد، قامت شبكة الأخبار الكندية (Capital Daily) بنشر ملصق توعوي الشكل (27)، ويحمل عنوان (حارب الجائحة اليوم، اصنع قناعاً اليوم). ويؤكد التصميم على ضرورة التوسع في صناعة واستخدام أقنعة الوجه القابلة للغسل، حيث كان هناك نقصاً حاداً في الأقنعة الطبية في بدايات أنتشار الجائحة. والتصميم يحتوي على تحليل مبسط لشخص يقوم بحياكة أقنعة طبية. ويلاحظ أن التصميم مستوحى من النمط التصميمي Plakatstil ، والذي شاع إستخدامه إبان الحرب العالمية الثانية.

<https://www.capitaldaily.ca/news/propaganda-posters-covid19/November 8 2020>



الشكل (27) - ملصق توعوي يوضح أهمية صناعة الأقنعة للوقاية من جائحة كورونا - شبكة الأخبار الكندية -

2020

<https://www.capitaldaily.ca/news/propaganda-posters-covid19/November 8 2020>

وفي سياق الحملة التوعوية لشبكة الأخبار الكندية (Capital Daily) - كندا، قامت الشبكة

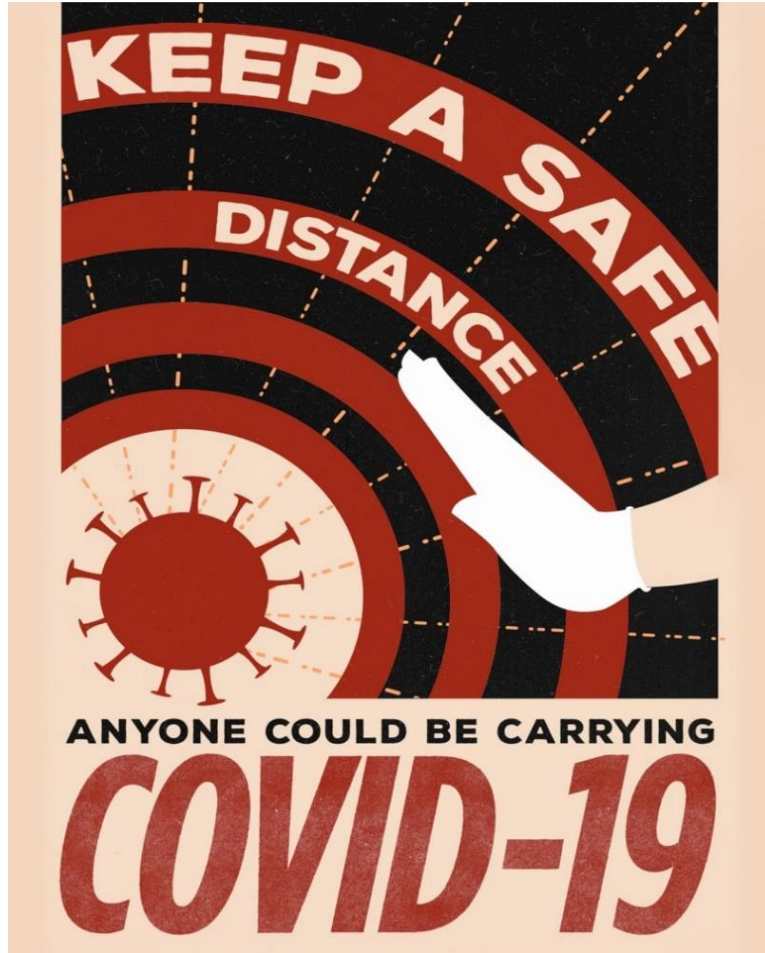
بنشر ملصق توعوي لمكافحة إنتشار جائحة كورونا الشكل (28). حيث يركز التصميم على مبدأ

التباعد الإجتماعي لتفادي إنتشار الفيروس. واعتمد التصميم على رسم مبسط ليد بشرية تدفع شكل

يمثل الفيروس، واستخدم في التصميم الشعار اللفظي (حافظ على مسافة أمنة، أي إنسان قد يكون

حاملاً للمرض).

<https://www.capitaldaily.ca/news/propaganda-posters-covid19/November 8 2020>

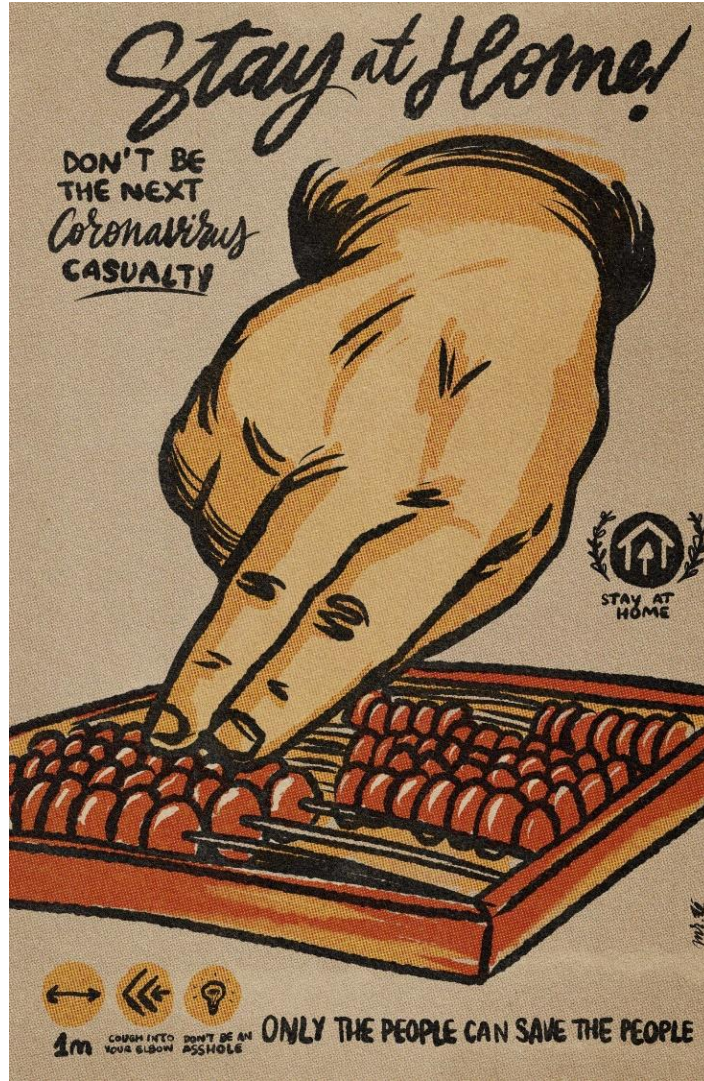


الشكل (28) ملصق توعوي يوضح أهمية التباعد الاجتماعي للوقاية من جائحة كورونا-شبكة الأخبار الكندية-
2020

<https://www.capitaldaily.ca/news/propaganda-posters-covid19/November>

كما نشرت الحكومة الإسبانية الكثير من الحملات التوعوية لمكافحة انتشار جائحة كورونا. ويتم ترويج تلك الحملات على نطاق واسع على لوحات الإعلانات الرقمية، ووسائل النقل العام، ومنصات التواصل الاجتماعي. ومن أمثلة تلك الحملات التوعوية تصميم الملصق الشكل (29)، والذي يدعوا الجمهور الى البقاء في المنازل. والتصميم استخدم الشعار اللفظي (ابق في المنزل ولا تكن ضحية كورونا فيروس، الناس فقط يمكن أن تنتقد الناس)، والنمط التصميمي في الملصق مستوحى من الملصقات التعبوية إبان الحرب العالمية الثانية.

[/https://madridnofrills.com/war-on-coronavirus/November 8 2020](https://madridnofrills.com/war-on-coronavirus/November 8 2020)



الشكل (29)- ملصق توعوي يوضح أهمية البقاء في المنزل للوقاية من الفيروس- اسبانيا- 2020
[/https://madridnofrills.com/war-on-coronavirus/November 8 2020](https://madridnofrills.com/war-on-coronavirus/November 8 2020)

وإذا انتقلنا الى نموذج آخر من الحملات التوعوية التي اطلقتها الحكومة الإسبانية لمكافحة إنتشار جائحة كورونا بعنوان (ابق في المنزل)، الشكل (30) يركز التصميم على أهمية بقاء الجمهور في المنازل وبعيداً عن الأختلاط في الشوارع من أجل مساعدة المستشفيات والاطقم الطبية، وذلك من خلال إستخدام الشعار اللفظي (الشوارع الخالية تعني توقف أنتشار الجائحة)، (إن كنت تريد مساعدة المستشفيات إذن إبق في المنزل). والتصميم يعتمد على رسوم توضيحية بسيطة وعفوية، وهو مستوحى من النمط التصميمي لملصقات الحرب العالمية الثانية .



الشكل (30) - ملصق توعوي يوضح أهمية البقاء في المنزل لمساعدة المستشفيات - اسبانيا - 2020

[/https://madridnofrills.com/war-on-coronavirus/November 8 2020](https://madridnofrills.com/war-on-coronavirus/November 8 2020)

كما قامت مجلة (business insider) الأمريكية بنشر تصميمات توعوية لمكافحة فيروس

كورونا، شكل (31) والذي يمثل تصميمين من التصاميم المنشورة بالمجلة، وقام المصمم فيهما بإعادة

إستخدام تصميمين من ملصقات الحرب العالمية الأولى، وعدل عليهما بإضافة شكل القناع الطبي

على وجوه الشخصيات. كما قام التصميم على التأكيد على ضرورة الإلتزام بإرتداء قناع الوجه من

خلال الشعار اللفظي المستخدم في التصميمين.

[HTTPS://WWW.BUSINESSINSIDER.COM.AU/PHOTOS-FACE-MASK-AMERICAN-WORLD-WAR-I-POSTERS-REIMAGINED-CORONAVIRUS-2020-7/NOVEMBER 8 2020](https://www.businessinsider.com.au/photos-face-mask-american-world-war-i-posters-reimagined-coronavirus-2020-7/november 8 2020)



الشكل (31) - ملصق توعوي يوضح أهمية ارتداء قناع الوجه -business insider- الولايات المتحدة - 2020
<https://www.businessinsider.com.au/photos-face-mask-american-world-war-i-posters-reimagined-coronavirus-2020-7/november 8 2020>

وإذا انتقلنا الى نموذج آخر من تصميمات الحملات التوعوية ضد فيروس كورونا المستجد الشكل (32)، والذي يمثل أحد التصميمات في الولايات المتحدة الأمريكية، والذي إنتشر مؤخرا على منصات التواصل الإجتماعي، ويمثل التصميم شكل لوجه بشري ويظهر مرتديا قناع الوجه بينما يظهر شكل يمثل قناع التنفس الصناعي أعلى التصميم من الشعار اللفظي (اختر قناعك، أو كوفيد 19 سيختار). والتصميم واضح ومباشر ويركز على فكرة ضرورة إستخدام قناع الوجه لتفادي الإصابة والإضرار الى إستخدام قناع التنفس الصناعي.

<https://ryanlynnedesign.com/portfolio/masks-for-freedom/november 8 2020>



الشكل (32)- ملصق توعوي يوضح أهمية ارتداء قناع الوجه- الولايات المتحدة - 2020

[/https://ryanlynndesign.com/portfolio/masks-for-freedom/November 8 2020](https://ryanlynndesign.com/portfolio/masks-for-freedom/November 8 2020)

يعد نشر الوعي الصحي في المجتمع من أهم الإجراءات التي يمكن إتباعها لمكافحة فيروس كورونا المستجد. وقد سعت الكثير من المؤسسات المدنية والجهات الحكومية المعنية في مختلف البلدان العربية، الى نشر الوعي الصحي بإستخدام العديد من وسائل التواصل الجماهيري، ومنها الحملات التوعوية الصحية.

فعلى الصعيد الإقليمي على سبيل المثال إنتشر في الآونة الأخيرة على منصات التواصل الإجتماعي في العديد من البلدان العربية أوسام منها: (# خليك في دارك تحمي بلادك، # كلنا مسؤولون،# خليك إيجابي)، وقد تزامنت تلك الدعوات مع الإجراءات الإحترازية الحكومية والتي تدرّجت في شدتها بين قيود جزئية على التنقل، وحظر تجول ليلي، وعزل كامل لأحياء ومدن. وكان للمحتوى الرسمي الموثوق دور أساسي في مواجهة الأخبار الزائفة التي أدت الى قلق الناس وتخوفهم من هذا الوباء، كما في طمأنة المواطنين عبر تعريف الفيروس وأساليب الوقاية منه. وفيما يلي بعض الأمثلة من الحملات التوعوية الصحية العربية ضد انتشار جائحة كورونا.

<https://aawsat.com/home/article/2218841/November 8 2020>

نفذت جمهورية مصر العربية حملة توعوية عن طريق العديد من الوسائل التوعوية، حيث ركزت على التعرف بأساليب الوقاية اللازمة لمواجهة فيروس كورونا المستجد. وسيطر هاشتاغ # احمي نفسك_ احمي _ وطنك على شاشات القنوات المصرية المختلفة ومنصات التواصل الإجتماعي، وكان هذا هو الشعار الرسمي للحملة التي أطلقتها الحكومة المصرية (عز الدين ، 2020).

<https://www.elwatannews.com/news/details/4631351/November 8 2020>

كما استخدمت وزارة الصحة المصرية منصات التواصل الإجتماعي ومنها (الفيس بوك، تويتر، و الانستغرام) للتوعية الصحية ضد إنتشار فيروس كورونا المستجد، حيث استخدمت الصفحة الرسمية للوزارة على (الفيس بوك)، والتي يتابعها نحو أربعين مليون شخص، وقد بثت من خلالها أفلام توعوية قصيرة، وتصاميم تتعلق بوسائل الإحتراز من إنتشار الفيروس، كما نشرت إعلانات تنبه من مكافحة الإشاعات المتعلقة بتفشي الفيروس. وقد إحتوت كل منشورات التوعية على رقم الهاتف المختصر

المخصص من وزارة الصحة لتلقي المكالمات من المواطنين الذين يشتبهون في إصابتهم أو في إصابة أياً من أقاربهم، لتقديم الدعم وتوجيه المتصل طبيياً (حمي، 2020).

<https://aawsat.com/home/article/2218841/November 8 2020>

ويمثل الشكل (33) نموذج من الاعلانات التوعوية ضد فيروس كورونا المستجد في جمهورية مصر العربية بالإشتراك مع منظمة الصحة العالمية، ووزارة الصحة والسكان. ويركز التصميم على الخطوات الصحيحة لارتداء قناع الوجه (الكمامة)، باعتبارها من أهم الاجراءات الصحية لتجنب إنتشار الفيروس.



الشكل (33)- ملصق توعوي ضد انتشار فيروس كورونا المستجد - جمهورية مصر العربية -2020

<https://twitter.com/mohpegypt/status/1267405244671102976> - October 17 2020

وإذا انتقلنا الى نموذج آخر الشكل (34)، من الحملة التوعوية لوزارة الصحة والسكان المصرية بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية. يقدم الملصق نصيحة عن ضرورة الإتصال على الرقم الساخن لخلية مكافحة فيروس كورونا في حالات الاشتباه بالاصابة.



الشكل (34)- ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - جمهورية مصر العربية -2020
<https://twitter.com/mohpegypt/status/1267405244671102976> - October 17 2020

وفي نموذج آخر الشكل (35)، والتصميم من إحدى الحملات التوعوية ضد جائحة كورونا في جمهورية مصر العربية. والتصميم عبارة عن إعلان توعوي منفذ بالتعاون بين وزارة الصحة والسكان المصرية، ومنظمة الصحة العالمية.

وقد إستخدم التصميم صورة شخص مبهمه لملامح في الخلفية، ويمد يده الى شكل يمثل فيروس الكورونا. ويقوم الإعلان بتحذير الأشخاص من اللمس سواءً لمس الأشخاص لبعضهم البعض أو لمس الأسطح لانه سوف يؤدي لإنتقال الفيروس وإحتمالية (قتل النفس أو الغير).



الشكل (35) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - جمهورية مصر العربية -2020

<https://www.who.int/October 17 2020>

وفي سياق جهود المجتمع المدني لمكافحة إنتشار فيروس كورونا، قام المصمم المصري مصطفى عوض بالقيام بعمل سلسلة من التصميمات، ومن هذه النماذج شكلي (36) (37)، وقد تم نشر هذه التصميمات على منصات التواصل الإجتماعي، وفي جريدة الأهرام المصرية. والتصميمات بشكل عام تخاطب الشعب المصري وتستنهض الحس الوطني لمكافحة الجائحة، حيث تحمل تصميماته شعارات لفظية مثل (مصر تحارب فيروس كورونا). وهناك ملصقات أخرى تؤكد (يداً بيد نحارب فيروس كورونا)، و(سننتصر).

<http://english.ahram.org.eg/NewsContent/5/25/366045/Arts--Culture/Visual-Art/In-Photos-Egyptian-designer-Moustafa-Awads-posters.aspx-October 17 2020>



الشكل (36) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - جمهورية مصر العربية -2020
<http://english.ahram.org.eg/NewsContent/5/25/366045/Arts--Culture/Visual-Art/In-Photos-Egyptian-designer-Moustafa-Awads-posters.aspx-October 17 2020>



الشكل (37) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - جمهورية مصر العربية -2020
<http://english.ahram.org.eg/NewsContent/5/25/366045/Arts--Culture/Visual-Art/In-Photos-Egyptian-designer-Moustafa-Awads-posters.aspx-October 17 2020>

ومن جانبها أطلقت دولة الإمارات العربية المتحدة عدة حملات توعوية صحية لمكافحة جائحة كورونا على المواطنين تؤكد على ضرورة البقاء في المنازل للحد من إنتشار فيروس كورونا المستجد، حيث تم التركيز عبر منشورات على منصات التواصل الإجتماعي، حملت أوساما مثل # معاً_سنهزم_كورونا و#خلك_في_البيت ، و#ملتزمون_يا_وطن # نلتزم_لنتنصر.

<https://aawsat.com/home/article/2218841/November 8 2020>

ويمثل الشكل (38) إعلان توعوي من حملة بعنوان # نلتزم لنتنصر لمكافحة الكورونا في دولة الإمارات، قامت الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث بنشره على منصات التواصل الإجتماعي، والهدف من الإعلان هو تجديد الدعوة للمجتمع بالالتزام بالإجراءات الوقائية، وتحمل المسؤولية الذاتية في مواجهة فيروس كورونا وللحد من تداعياته.

<https://www.ncema.gov.ae/ar/media-center/awareness-messages/mers-cov.aspx-october 19 2020>

حملة
نلتزم لنتنصر
لمكافحة كورونا بالإمارات

www.al-aha.com
2020-2021

أطلقتها الهيئة الوطنية لإدارة الطوارئ والأزمات والكوارث

هاشتاق على تويتر

www.al-aha.com
2020-2021

How to protect yourself and others from COVID-19

الأهداف

- التزام المجتمع بالإجراءات الوقائية
- تحمل المسؤولية الفردية مع العودة التدريجية للحياة الطبيعية

www.al-aha.com
2020-2021

الرسائل الاستراتيجية

الاتزام المحافظة على التباعد الاجتماعي والتعافي المبكر

التكامل المجتمعي والوعي في المجتمع

تعزيز القيم التوازن ثقفة

الاستراتيجي الحكومة بالشعب

www.al-aha.com
2020-2021

الشكل (38) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - دولة الامارات -2020

<https://www.ncema.gov.ae/ar/media-center/awareness-messages/mers-cov.aspx-october 19 2020>

ومن نماذج الحملات التوعوية الصحية ضد جائحة فيروس كورونا المستجد، الشكليين (39)،
 (40) واللذان يمثلان جزءاً من حملة توعوية نشرتها وزارة الصحة ووقاية المجتمع في دولة الامارات،
 بالتعاون مع عدد من الهيئات الصحية. ويتناول التصميمين الإرشادات العامة في حالة ظهور أعراض
 الإصابة من التوجه لمراكز الرعاية الصحية، والبقاء في المنزل، وعدم السفر، وتغطية الفم والأنف
 عند السعال أو العطس، والمداومة على غسل وتطهير الأيدي.



الشكل (39) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - دولة الامارات -2020
<https://www.dha.gov.ae/ar/Covid19/Pages/Coronavirus.aspx> - october 15 2020



الشكل (40) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - دولة الامارات -2020
<https://al-ain.com/article/ways-stop-spread-corona> - October 20 2020

ويركز التصميم في الشكل (41) على جانب توعية الآباء لأبنائهم بإجراءات الوقاية من فيروس كورونا داخل المنزل وخارجه. وتم نشر التصميم برعاية وزارة الصحة ووقاية المجتمع الإماراتية بالتعاون مع عدد من الهيئات الصحية المحلية.



الشكل (41) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - دولة الامارات -2020
<https://www.dha.gov.ae/ar/Covid19/Pages/Coronavirus.aspx> - october 15 2020

بدورها قامت وزارة الصحة في المملكة العربية السعودية بتصميم إعلانات ضمن رسائلها التوعوية المتواصلة لمواجهة فيروس كورونا المستجد، حيث أصدرت دليلاً توعوياً بلغات عدة لرفع الوعي بالإحتياجات اللازمة للوقاية من فيروس (كورونا)، والمخاطر المترتبة على عدم إتباع النصائح والإرشادات التوعوية، وتتضمن اللغات: الفلبينية، الأوردو، الإنجليزية، الفرنسية، الروسية، البرتغالية، إلى جانب اللغة العربية (الجعفري، 2020).

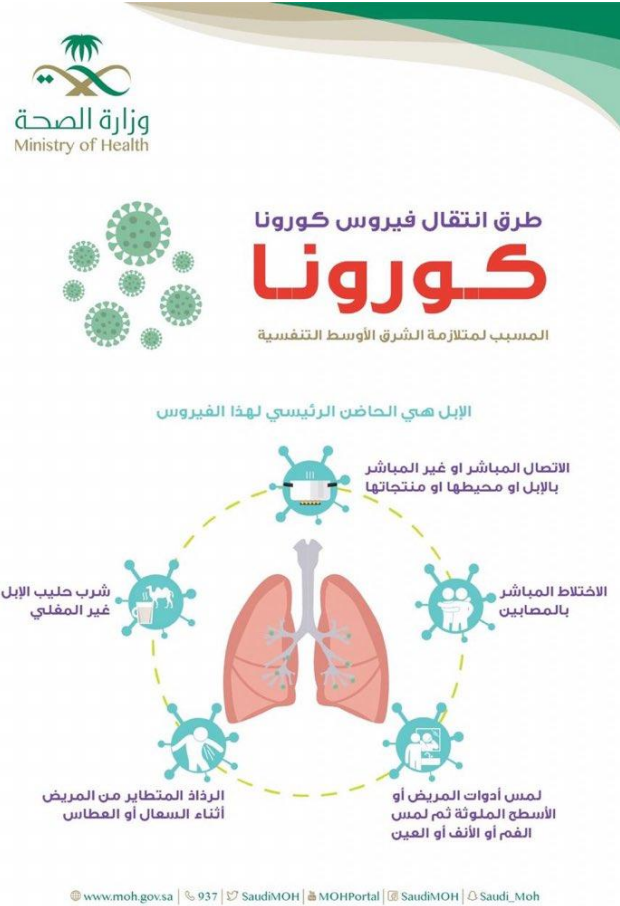
وإذا انتقلنا الي نموذج آخر من الحملات التوعوية العربية الشكل (42)، والذي نشرته وزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية على منصات التواصل الإجتماعي، وعلى الصفحة الرسمية للوزارة، نلاحظ تركيز التصميم على الطريقة الصحيحة لغسل اليدين مع استخدام رسوم توضيحية مفصلة لمراحل غسل اليدين.

بينما يحذر الملصق شكل (43)، والذي نشرته وزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية من أهم طرق إنتقال العدوى المشهورة بالإضافة الى التحذير من الإختلاط بالإبل وشرب حليبها دون غلي .



الشكل (42) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة العربية السعودية - 2020

https://twitter.com/saudimoh/status/1254583792297218048-october_20_2020



الشكل (43) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة العربية السعودية - 2020
<https://twitter.com/saudimoh/status/1254583792297218048-october 20 2020>

3.2 الحملات التوعوية المحلية ودورها في مكافحة فيروس كورونا

كانت و ما زالت الحملات التوعوية في الأردن تلعب دوراً هاماً في توعية المجتمع الأردني في

ظل جائحة كورونا وانتشار الفيروس الخطير الذي هدد البشرية ودول العالم (الزعيبي، 2020).

وقد كان لمنصات التواصل الاجتماعي تأثير كبير خلال إدارة أزمة انتشار فيروس كورونا

المستجد، فتم استخدامها لنشر الطمأنينة والتوعية بين الناس. وقام الإعلام الرسمي بإرسال الأخبار

أولاً بأول عبر تطبيق (الواتساب)، في حين أن الصفحات الرسمية التابعة للمؤسسات والوزارات بدأت

في نشر الأخبار عبر وسائل التواصل المختلفة بهدف الوصول الي أكبر قطاع ممكن من المجتمع.

<https://aawsat.com/home/article/2218841/November 8 2020>

وفي إطار نشر الحملات التوعوية الصحية قامت وزارة الصحة الاردنية، والجمعية الملكية للتوعية الصحية الاردنية، والمجلس الوطني لشؤون الأسرة الاردني بالتعاون مع منظمة اليونيسف ومنظمة الصحة العالمية بإطلاق حملة (إلك وفيد) التي تستخدم عنوان يدمج اسم الوباء (كوفيد-19) مع رسالة (الحصول على المعلومات ومشاركتها- المعلومة لك وأقد بها غيرك). وتهدف حملة (إلك وفيد) لنشر الوعي لدى المجتمع بشكل عام والاسرة بشكل خاص، حيث تقوم الحملة بتوجيه رسائل للمجتمع للحد من إنتشار الفيروس.

<https://corona.moh.gov.jo/ar/MediaCenter/69/November 8 2020>

(www.corona.moh.gov.jo)

تحتوي حملة (إلك وفيد) على ثلاثة توجهات رئيسية أولها الأخبار حيث يتم توضيح وتبسيط الأخبار والتعليمات الحكومية وشرح أسبابها وأهمية التزام الناس بها، ويتم أيضا الإستناد على المعلومات عن طريق توفير مصادر ومعلومات تكون موثوقة وملتزمة مع التحديثات الطبية لوزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية للتأكد من حصول الناس على المعلومات التي تهمهم أولاً بأول وبشكل صحيح وواضح. وآخرها الإجراء/السلوك يتم من خلالها إصدار معلومات إرشادية عملية يجب أخذها بعين الاعتبار خلال الأزمة موثقة من مصادر سليمة لمساعدة الأسرة في تبني سلوكيات صحية في حياتهم اليومية مع مراعاة الثقافة الأردنية للحد من فرص انتشار الفيروس.

<https://corona.moh.gov.jo/ar/MediaCenter/69/November 8 2020>

ويمثل الشكل (44) أحد الاعلانات التوعوية التابعة لحملة (إلك وفيد) لمكافحة فيروس كورونا المستجد، ويعتمد الإعلان الأسلوب التحذيري من العواقب حال عدم الإلتزام بالإجراءات الوقائية. والتصميم يركز على شكل الفيروس باللون الأحمر، وهو ينتشر بين جموع البشر للتأكيد على ضرورة توخي الحذر.



الشكل (44) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة الأردنية الهاشمية - 2019
<https://corona.moh.gov.jo/ar/ElakFeed?page=1&category=3/November 8 2020>

وإذا انتقلنا الى نموذج آخر من نماذج الحملات التوعوية لمكافحة إنتشار فيروس كورونا المستجد في الاردن الشكل (45)، والذي يمثل أحد تصميمات الحملة التوعوية (الك و فيد) الذي يحمل عنوان (اعتذر عن حضور التجمعات بكافة أشكالها لتضل بخير، أنت وعيلتك). ويعتمد التصميم على رسوم توضيحية مبسطة لعائلة يرتدي أفرادها قناع الوجه، وتصطف خلف درع للدلالة على الإحتماء من العدوى.



الشكل (45) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة الأردنية الهاشمية - 2019
<https://corona.moh.gov.jo/ar/ElakFeed?page=1&category=3/November>

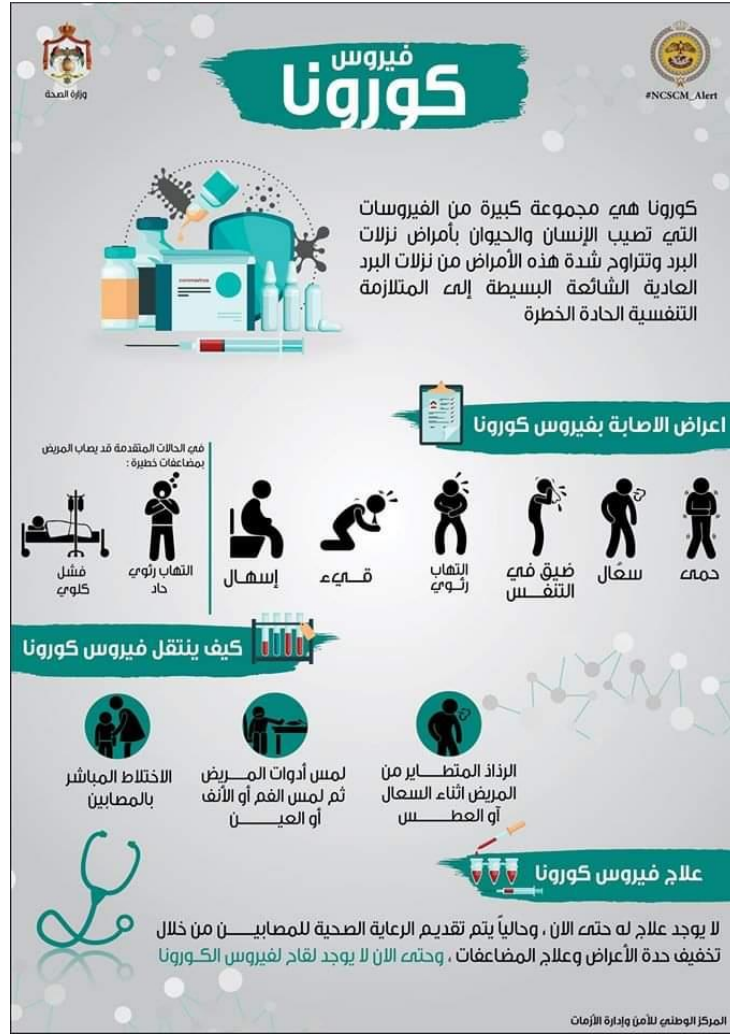
وإذا انتقلنا الى نموذج آخر من تصميمات الحملة التوعوية (الك و فيد) الشكل (46)، والذي يحمل عنوان (في المصعد التزم بالوقوف على علامات التباعد الجسدي). يلاحظ تركيز التصميم على إرشادات التباعد الاجتماعي عند استخدام المصاعد مع شخص آخر.



الشكل (46) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة الأردنية الهاشمية - 2019
<https://corona.moh.gov.jo/ar/ElakFeed?page=1&category=3/November>

بدورها أصدرت وزارة الصحة الاردنية، بالتعاون مع المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات، ملصقات توعوية حول فيروس كورونا تضمنت تعريفاً بالفيروس، وبينت الملصقات أن فيروس كورونا الحالي هو سلالة جديدة تم التعرف عليها لأول مرة في مجموعة من حالات الإلتهاب الرئوي بمدينة ووهان الصينية. وقد تتنوع أعراض الإصابة بين الصداع، والتهاب الحلق، والسعال، وضيق التنفس، وارتفاع في درجة الحرارة، فيما قد تصل مضاعفات الإصابة إلى الفشل الكلوي والإلتهاب الرئوي الحاد في الحالات المتقدمة.

ومن أمثلة تصميمات الحملة الشكل (47)، والتصميم يوضح طرق إنتقال فيروس كورونا، سواء من خلال الإختلاط المباشر بالمصابين، أو الرذاذ المتطاير من المريض أثناء السعال أو العطس، أو لمس أدوات المريض ثم لمس الفم أو الأنف أو العين. ويمكن تصنيف التصميم باعتبارة (انفوجرافيك) لإحتوائه على العديد من المعلومات عن طرق الاصابة، والأعراض، والمضاعفات.



الشكل (47) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020

<https://royanews.tv/news/204878/November 8 2020>

كما تضمنت تصميمات الحملة طرق الوقاية، من خلال مجموعة من المعلومات الطبية عن طبيعة الفيروس، والإرشادات الصحية العامة لتجنب الاصابة. ومن أمثلة تلك التصميمات التصميم في الشكل (48).

وزارة الصحة

NCSCM_Alert

فيروس كورونا

طرق انتقال العدوى بفيروس كورونا الجديد

يرجح أن الاصابات بين البشر نتجت عن مخالطة حيوانات مصابة بالفيروس ، وتشير الدلائل إلى إمكانية انتقال الفيروس بين البشر

العلاج

لا يوجد علاج حالياً أو لقاح وتبقي الرعاية الداعمة وعلاج الأعراض هي الطريقة الرئيسية للتعامل مع المرض

1 طرق الوقاية

المحافظة على النظافة العامة

2 طرق الوقاية

غسل اليدين جيداً بالماء والصابون أو المواد المطهرة الأخرى خصوصاً بعد السعال أو العطس أو استخدام دورات المياه

3 طرق الوقاية

استخدام المناديل عند السعال أو العطس وتغطية الفم والأنف بها والتخلص منها في سلة النفايات وغسل اليدين بعد استخدام المناديل

4 طرق الوقاية

تجنب ملامسة العينين والأنف والفم باليد بعد ملامستها للأسطح الملوثة بالفيروس

5 طرق الوقاية

الحرص على اتباع العادات الصحية الأخرى كالتوازن الغذائي والنشاط البدني وأخذ قسط كاف من النوم

المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات

الشكل (48) - ملصق توعوي ضد فيروس كورونا المستجد - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020

<https://royanews.tv/news/204878/November>

ثانياً: الدراسات السابقة

يتضمن هذا الجزء عرض لدراسات ذات علاقة سابقة بموضوع البحث، وفيما يلي إستعراض

لعدد من تلك الدراسات:

أولاً: الدراسات العربية:

1. دراسة الدجاني، أمل (2017) دراسة بعنوان:

” أثر الإعلان التوعوي في تحديد ظاهرة التدخين لدى الطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة “

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى أثر الاعلان التوعوي للحد من ظاهرة التدخين لدى الطلبة

في الجامعات الاردنية، ولتحقيق هذا الهدف تم اختيار عينة للواصة مكونة من (877 طالب) وطالبة

تم اختيها بالطريقة الطبقيّة العشوائية، وقد إستخدمت الباحثة أداتين لجمع البيانات، وتم التأكد من

صدق وثبات الأداتين.

وجاءت نتائج الدراسة على النحو التالي:

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإعلان التوعوي في

الحد من ظاهرة التدخين لدى الطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha 7.75$) لدرجة استخدام الإعلان التوعوي في

التصدي لظاهرة التدخين لدى الطلبة في الجامعات الاردنية الخاصة ، تبعا لمتغير التخصص.

2. دراسة الصباغ، ولاء (2017) بعنوان:

”أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة

اليرموك“

هدفت الدراسة إلى إستقصاء أثر الملصقات التوعوية على تنمية الوعي البيئي لطلبة كلية الفنون

الجميلة في جامعة اليرموك.

وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود فرق حقيقي عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين الوسطين الحسابيين المعدلين للقياس البعدي للوعي البيئي وأبعاده (الوعي البيئي بإعادة التدوير، الوعي البيئي بترشيد استهلاك الكهرباء، الوعي البيئي بترشيد استهلاك المياه) لدى طلبة كلية الفنون الجميلة في جامعة اليرموك.

3. Rawahi, Mada (2018), study titled

“The Practice of Digital Storytelling in Graphic Design Major in Middle East University in Jordan”

هدفت الدراسة إلى التركيز على سرد القصص التي هي جوهر كل الثقافات. فهي تساعد في تأسيس مجتمع، مجموعة عرقية، المهنة، أمة بأكملها. فهي تحدد تاريخه وتحمل حكمته ومنظوره. ويمكن أن سرد القصص يوفر طرقاً خاصة لبناء مجتمع في منطقتنا... الإنضباط، أو في الوصول إلى التخصصات الأخرى.

وقد أظهرت الدراسة أن "رواية القصص أمر طبيعي وسهل وممتع تنشيط، وتساعدنا القصص على فهم المعقد، ويمكن أن تعزز أو تغير التصورات. فمن السهل تذكر القصص، وإشراك مشاعرنا. إن سرد القصص تمكن الأفراد من رؤية أنفسهم في ضوء مختلف، وبالتالي القدرة على إتخاذ القرارات، وتغيير سلوكهم وفقاً لهذه التصورات الجديدة".

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

4. Amin, Diyar and Amini, Mo (2009), study titled:

“Health Awareness”

هدفت هذه الدراسة إلى شرح نظام التوعية الصحية الذي سوف يطور لإستخدام الأطفال. سيتم تقديم النظام المذكور كمشروع لحدث "متحف الأطفال" المزمع إنشاؤه في أوصلو. إن مشروع متحف الأطفال يقدم للأطفال من أجل جعلهم يفهمون ظروفهم المعيشية ومختلفة الجوانب المتعلقة بعالمهم

الصغير، فمن خلال نظام التوعية الصحية سيكتسب الأطفال المزيد من المعرفة حول نمط حياة وطعام صحي. جميع المعلومات سيتم توفيرها بطريقة مسلية، من خلالها سوف يستمتع الأطفال أثناء وجودهم قراءة المعلومات الضرورية عن أسلوب حياة صحي.

5. Garfin, Dana Rose, Silver, Roxane Cohen and Holman, E.

Alison (2020), study titled:

“The Novel Coronavirus (COVID-2019) Outbreak: Amplification of Public Health Consequences by Media Exposure”

هدفت الدراسة إلى شرح تفشي وباء الفيروس التاجي الجديد (COVID-2019)، الذي نشأ في الصين عام 2019، وأصبح وباءً عالمياً بعيد المدى، وكذلك شرح تأثيره المدمر على الجهاز التنفسي لدى الكثير من المرضى. كما يعرض البحث للمحاولات الدولية لإحتواء الوباء، والتخفيف من آثاره الصحية، وأيضاً الاستفادة من أزمات الصحة العامة السابقة مثل (تفشي Ebola و H1N1). وقد أوصت الدراسة بالتالي:

- ضرورة مراجعة أشكال التواصل المجازف على مواقع التواصل الإجتماعي خلال أزمة تفشي وباء فيروس كورونا المستجد.
- أن يبدأ علماء الصحة في تصميم وإجراء الأبحاث خلال تفشي COVID-2019 الحالي لتوفير المعلومات التي يمكن لمسؤولي الصحة العامة استخدامها الآن وفي المستقبل.

6. SCHEIN, REBECCA, WILSON, KUMANAN and KEELAN,

JENNIFER (2010), study titled:

“EFFECTIVENESS OF THE USE OF SOCIAL MEDIA A REPORT FOR PEEL PUBLIC HEALTH”

هدفت الدراسة إلى توضيح أن البيانات الأولية تشير أن وسائل التواصل الإجتماعي أصبحت إضافة قوية إلى مجموعة أدوات التواصل الصحي، على الرغم من وجود قدر كبير من الإهتمام

بإستخدام وسائل التواصل الإجتماعي كأداة لاتصالات الصحة العامة، إلا أن البحث لا يزال يقيّم فائدته في مهده.

حتى الآن، لم يتم سوى دراسة عدد قليل من الدراسات البحثية لوسائل الإعلام الإجتماعية لتبني سلوكيات تعزيز الصحة والوقاية.

أحد الاستنتاجات الرئيسية لهذا التقرير هو أن هناك ندرة في الدراسات التي تمت مراجعتها من قبل النظراء لاختبار فائدة تدخلات وسائل التواصل الاجتماعي والنتائج المرجوة، حيث ركزت الأبحاث على توثيق نطاق الصحة السلوكية ومحتوى الخطاب المتعلق بالصحة على هذه المنصات.

دراسات رقابية أخرى تظهر وفرة من كل المحادثات الصحية غير الرسمية المتعلقة بقضايا الصحة العامة وقد نظمت أنشطة متعلقة بالصحة على منصات وسائل التواصل الإجتماعي الرائدة مثل YouTube و Twitter و Facebook.

وقد خلصت الدراسة إلى أن جودة المعلومات الصحية المتاحة للمستخدمين على هذه المنصات متغيرة بشكل كبير يثير بعض المخاوف من أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يتعرضون لوجهات نظر غير مفنّدة علمياً وتتعارض مع توصيات الصحة العامة الأساسية والعلوم الطبية المعاصرة.

7. Ayub, Suffian, Manickam, Yesuselvi and Hamzah, Mohammed (2017), study titled:

“Health Related Campaigns in Social Media and Its Practical Aspects for Youths in Malaysia”

هدفت الدراسة إلى مناقشة وسائل التواصل الإجتماعي في مجتمع اليوم، ومراجعة كيف يمكن

للحملة المتعلقة بالصحة اختراق الشباب في ماليزيا.

في عصر الإنترنت ينقسم الشباب إلى قسمين. المواطنين الرقميين (ولدوا بعد 1980) والمهاجرين الرقميين (ولدوا قبل 1980)، علاوة على ذلك، تقدم الورقة نظرة ثاقبة حول كيفية استخدام الجهود السابقة من قبل أصحاب المصلحة المعنيين في خلق الوعي للشباب الماليزي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

الدراسة ناقشت أيضاً استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر التغيرات السلوكية لدى الشباب، وقد تم إكتشاف العديد من التأثيرات الهادفة، التي يجب النظر فيها بعناية من حيث آثارها العملية لتناسب الشباب الماليزيين.

8. Heldman, Amy, Schindelar, Yandi. Jessica and Weaver III,

James (2014), study titled:

Social Media Engagement and Public Health Communication: Implications for Public Health Organizations Being Truly "Social"

هدفت هذه الدراسة إلى التركيز على تصميم وسائل التواصل الاجتماعي لتكون جذابة، ولكن غالباً ما يتم استخدامها كآلية من قبل منظمات الصحة العامة والممارسين لنشر المعلومات الجماهيرية بدلاً من إشراك الجمهور في محادثات وتفاعلات حقيقية متعددة الطرق.

كما هدفت الدراسة إلى تحديد ومناقشة مشاركة وسائل التواصل الاجتماعي من أجل الصحة العامة، من خلال دراسة مستويات مختلفة من المشاركة من أجل الصحة العامة على مواقع التواصل والنظر في المخاطر والفوائد والتحديات المحتملة في احتضان العنصر الاجتماعي ممارسة الصحة العامة.

بعض الآثار المترتبة على التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التواصل في مجال الصحة العامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يتم اقتراح توصيات للعمل والبحوث في المستقبل.

9. Saloojee, Yussuf (2014), study titled

"Public Health Campaigns "

هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة أنه من غير المرجح قبول التدخلات التشريعية والضريبية للحد من معدلات التدخين وحدها دون وعي عام، ودعم تدخلات مكافحة التبغ. تعد وسائل الإعلام والتثقيف الصحي والمعلومات الموثوقة عناصر أساسية لنجاح مكافحة التبغ.

تمتلك معظم الحكومات والأنظمة المدرسية ميزانيات ضئيلة لتطوير وتنفيذ ودعم المدرسة الشاملة البرامج، بما في ذلك السياسات السليمة، وخدمات التوقف، والمناهج الفعالة لمكافحة التبغ. تنتهز صناعة التبغ في العديد من البلدان، خاصةً حيث يعاني التعليم الصحي من نقص في التمويل ونقص الموارد، الفرصة لصقل صورتها العامة من خلال تمويل برامج الوقاية من التدخين لدى الشباب.

وقد خلصت الدراسة إلى أن التثقيف الصحي يحدث في العالم خارج الفصل الدراسي: من خلال وسائل الإعلام والأفلام والثقافة الشعبية والإنترنت.

تعد الوسائط المكتسبة، مثل القصص الإخبارية غير المدفوعة حول أنشطة مكافحة التبغ ووسائل التواصل الاجتماعي، أشكالاً مهمة للترويج لمكافحة التبغ.

ونظراً لأن الشبكات الاجتماعية هي من الدعاة الأقوياء لسلوك التدخين، فإن مواقع الشبكات الاجتماعية هي من بين المنصات الإعلامية الجديدة القوية المتاحة للحوار ودعم ونشر المعلومات الصحية المضادة للتدخين.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة الطريقة والإجراءات

تناول الفصل الثالث الطريقة المعتمدة في الدراسة والإجراءات المتبعة في تطبيقها، وهي على

النحو الآتي:

منهج الدراسة

إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، إذ تم استخدام المنهج الوصفي لغرض وصف إستجابات المبحوثين حول درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الإجتماعي في الأردن حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد أنموذجاً، كما تم استخدام المنهج التحليلي لغرض قياس درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الإجتماعي في الأردن حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد أنموذجاً. كما تم استخدام المنهج الشبه تجريبي في تصميم تجربة البحث والمتمثلة في تصميم حملة توعوية لرفع الوعي الصحي بفيروس (كوفيد 19) المستجد.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من مواطني العاصمة عمان - الأردن والمهتمين باستخدام وسائل التواصل الإجتماعي، أما العينة فقد كانت عشوائية من مجتمع الدراسة، وعليه فقد قامت الباحثة بتزويد أفراد العينة برابط الاستبانة الموجود على Google docs وكذلك وضع الروابط الخاصة بها على مواقع التواصل الإجتماعي وبخاصة الفيس بوك، وبعد الإنتهاء من المدة المحددة الممنوحة لأفراد العينة للإجابة، تبين للباحثة أن عدد المستجيبين (263) مستجيب، وبعد تدقيق الإستبانات تم استبعاد (8) استبانة لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي بسبب عدم الإجابة على بعض الأسئلة الواردة فيها

بالطريقة المطلوبة، وعليه فإن عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي بلغت (255) استبانة، كما هو موضح في الجدول رقم (3-1) الآتي :

الجدول (3-1): عدد الاستبانات المحصلة والصالحة للتحليل الإحصائي

عدد الإستبانات المحصلة	عدد الإستبانات الصالحة للتحليل	نسبة الإستبانات الصالحة للتحليل
263	255	97%

وبعد الإنتهاء من تحديد عينة الدراسة النهائية البالغة (255) استبانات، تم توزيع أفرادها حسب

خصائصهم الشخصية والوظيفية، وعلى النحو الآتي:

1 - توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس :

توضح المعطيات الخاصة بمتغير الجنس الواردة بالجدول (3-2)، أن أغلبية عينة الدراسة هم

من فئة (الذكور) إذ بلغ عددهم (159) ذكراً وبنسبة مئوية (62%)، في حين بلغ عدد الإناث (96) أنثى وبنسبة مئوية (38%) .

الجدول (3-2): توزيع الأفراد حسب متغير الجنس

النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	الخاصية الشخصية
62	159	الذكور	الجنس
38	96	الإناث	
100	255	المجموع	

2- توزيع المبحوثين حسب متغير العمر:

تبين من معطيات الجدول رقم (3-3) التالي، والمتعلقة بالعمر للمشمولين بالدراسة، أن أغلب

الأفرادهم من فئة الأعمار (22- 30) سنة، إذ بلغ (79) فرداً وبنسبة مئوية (31%)، وهي

أعلى من النسب المئوية الأخرى لفئات العمر لأفراد عينة الدراسة، في حين كانت أدنى نسبة في

فئات العمر هي فئة (40) سنة فأكثر، إذ بلغ عددهم (49) فرداً وبنسبة مئوية (20%) .

الجدول (3-3): توزيع الأفراد حسب العمر

النسبة المئوية %	التكرار	فئات العمر	الخاصية الشخصية
24	63	أقل من 22 سنة	العمر
31	79	22 - أقل من 30 سنة	
25	64	30 - أقل من 40 سنة	
20	49	40 سنة فأكثر	
100	255	المجموع	

3- توزيع الباحثين حسب متغير المؤهل العلمي :

توضح معطيات الجدول رقم (3-4) التالي، والمتعلقة بمتغير المؤهل العلمي للمشمولين بالدراسة، إن أغلب أفراد عينة الدراسة هم من حملة درجة البكالوريوس إذ بلغ عددهم (117) فردًا وبنسبة مئوية (46%)، وهي أعلى من النسب المئوية الأخرى لفئات المؤهل العلمي، في حين كانت أدنى نسبة مئوية لفئات المؤهل العلمي هم من حملة الدراسات العليا، إذ بلغ عددهم (16) فرد وبنسبة مئوية (5%).

الجدول (3-4): توزيع الأفراد حسب متغير المؤهل العلمي

النسبة المئوية %	التكرار	الفئات	الخاصية الشخصية
27	67	ثانوية عامة فما دون	المؤهل العلمي
22	55	دبلوم متوسط	
46	117	بكالوريوس	
5	16	دراسات عليا	
100	255	المجموع	

مصادر جمع البيانات

لتحقيق أغراض إجراء هذه الدراسة والتي تهدف إلى وصف وقياس درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي في الأردن (حملات مكافحة فيروس كورونا

المستجد) من وجهة نظر عينة الدراسة، فإن الدراسة قد اعتمدت عدة مصادر لغرض جمع البيانات، وهي كالآتي:

أ- المصادر الأولية :

ويتمثل هذا النوع من المصادر بالبيانات التي تم الحصول عليها من خلال أداة الدراسة (الإستبانة) التي تم تصميمها وفقاً إلى محاور الدراسة، وأن هذه الإستبانة تعتبر أداة لجمع البيانات اللازمة لإجراء الدراسة حيث تغطي كافة متغيرات أنموذج الدراسة المقترح، وذلك بناء على ما ورد في الإطار النظري والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وسوف يتم تسليط الضوء على أداة الدراسة بشكل أكثر تفصيلاً ووضوحاً في الفقرة (ج) اللاحقة.

ب- المصادر الثانوية:

وهي المعلومات التي تم الحصول عليها من خلال المصادر المتوفرة في مكتبات الجامعات الأردنية وكذلك من خلال المراجع الأدبية للدراسات السابقة مثال ذلك (الكتب والتقارير والأبحاث الإدارية والنشرات والدوريات، ورسائل الماجستير، وأطروحات الدكتوراة)، وكذلك الاعتماد على المعلومات المنشورة على شبكة الانترنت المتعلقة بموضوع الدراسة، منها على وجه التحديد المعلومات التي تبحث في مجال فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الإجتماعي في الأردن (حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد أنموذجاً).

ج- الاستبانة:

تم تصميم أداة الدراسة لغرض قياس فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الإجتماعي في الأردن (حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد أنموذجاً). بحيث تغطي كافة المحاور التي تناولتها مشكلة الدراسة وأسئلتها وأهدافها، إذ سيتم توضيح مراحل تصميم أداة الدراسة في المبحث التالي، للحصول على الإستبانة بصيغتها النهائية.

مراحل تصميم أداة الدراسة

بعد الإنتهاء من تحديد مشكلة الدراسة وأسئلتها وأهدافها، تم تصميم أداة الدراسة (الاستبانة) وصياغة فقراتها بما يسلط الضوء على المتغيرات الواردة في أنموذج الدراسة المقترح، وقد شملت الأداة بشكلها النهائي على الأجزاء الآتية:

أ- الخصائص الشخصية والوظيفية للأفراد المهتمين باستخدام وسائل التواصل الإجتماعي وتتمثل الخصائص الشخصية والوظيفية للمبحوثين بـ (الجنس، العمر، المؤهل العلمي).

ب- المتغيرات المستقلة:

تمثل المتغير المستقل في (الحملات التوعوية الصحية).

ج- المتغير التابع:

ويتمثل المتغير التابع في (وسائل التواصل الاجتماعي).

وتأسيساً على ما تقدم، فقد أصبحت أداة الدراسة بصورتها النهائية تتكون من (30) فقرة كما

هو موضح في (الملحق رقم 1) ، والموجهة إلى المهتمين باستخدام وسائل التواصل الإجتماعي، إذ ينبغي بالباحثة القيام بما يأتي :

1- اختيار مقياس الاستبيان:

تم اعتماد مقياس ليكرت (Likert Scale) خماسي التدرج لغرض إجراء الدراسة، لكونه يعتبر من أكثر المقاييس استخداماً لوصف وتحليل استجابات أفراد عينة الدراسة، لسهولة فهمه وتوازن درجاته، حيث يشير أفراد عينة الدراسة الخاضعة للاختبار عن مدى استجابتهم وموافقتهم حول كل فقرة من فقرات متغيرات الدراسة وفق المقياس المذكور، وعلى النحو الآتي:

1- اختيار مقياس الاستبيان:

تم اعتماد مقياس ليكرت (Likert Scale) خماسي التدرج لغرض إجراء الدراسة، لكونه يعتبر من أكثر المقاييس استخدامًا لوصف وتحليل استجابات أفراد عينة الدراسة، لسهولة فهمه وتوازن درجاته، حيث يشير أفراد عينة الدراسة الخاضعة للاختبار عن مدى استجاباتهم وموافقته حول كل فقرة من فقرات متغيرات الدراسة وفق المقياس المذكور، وعلى النحو الآتي:

موافق بشدة	موافق	محايد	اعارض	اعارض بشدة
(5) درجات	(4) درجات	(3) درجات	(2) درجتان	(1) درجة

وقامت الباحثة بإعتماد مقياس لتحديد درجة الموافقة على تحليل وقياس فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي، مقسم إلى ثلاثة مستويات، حيث تم احتساب درجة القطع من خلال حاصل الفرق بين أعلى قيمة للمقياس (5) وأقل قيمة فيه (1) مقسومًا على ثلاثة مستويات، أي أن درجة القطع محسوبة على النحو الآتي $\{1-3 / 5 = 1.33\}$ ، وبذلك تصبح المستويات الثلاثة لدرجة الاتفاق كالتالي:

مستوى اتفاق مرتفع	مستوى اتفاق متوسط	مستوى اتفاق ضعيف
3.68 - 5	2.34 - 3.67	1 - 2.33

صدق الأداة

لغرض التحقق من الصدق الظاهري (Face Validity) لأداة الدراسة، تم عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين من ذوي الخبرة والمعرفة في التصميم الجرافيكي و الحملات التوعوية ووسائل التواصل الاجتماعي، ومنهجية البحث العلمي والإحصاء التطبيقي بهدف الاستفادة من خبراتهم، بما يجعل الأداة أكثر دقة وموضوعية في القياس، وقد بلغ عدد المحكمين (5) محكمين كما هو موضح في (الملحق رقم(3))، وأن الهدف الرئيس من تحكيم أداة الدراسة هو التحقق من انتماء الفقرات إلى

متغيرات أنموذج الدراسة المقترح ومدى صلاحية الفقرات من الناحية اللغوية، وقد تم الأخذ بعين الاعتبار جميع ملاحظات المحكمين، إذ تم تعديل صياغة بعض الفقرات الواردة في الاستبانة وحذف البعض الآخر منها، وإضافة فقرات أخرى لبعض محاور الدراسة، بحيث تكونت الاستبانة بصورتها النهائية من (30) فقرة كما هو موضح في (الملحق رقم 2).

ثبات الأداة

للتحقق من ثبات أداة الدراسة، تم استخدام معامل الثبات المتمثل بـ(كرونباخ ألفا) (Cronbach's Alpha)، وذلك لحساب معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة من أجل قياس الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة)، حيث بلغت نسبة الثبات للأداة الكلية (0.794)، والجدول رقم (3-5) يوضح ذلك:

الجدول (3-5): نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة (الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة)

كرونباخ ألفا	عدد الفقرات	المتغيرات الرئيسية
0.956	20	درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية
0.750	10	رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة
0.794	30	المقياس ككل

الإجراءات المنفذة

بعد أن تم الانتهاء من صياغة أداة الدراسة (الاستبانة) والتحقق من صدقها وثباتها، تم وضع الاستبانة على موقع Google docs ، وقد سبق عملية وضع الاستبانة للمشمولين بالدراسة توضيح أهداف الدراسة قبل عملية إملائها إلكترونياً، وتم التأكيد على أن المعلومات التي سيتم الحصول عليها ستعامل بسرية تامة وهي لغايات البحث العلمي فقط، وقد تم استرداد البيانات من Google docs بعد الانتهاء من الوقت المحدد لملء الاستبانة، بعدها تم إدخال البيانات الصالحة للتحليل الإحصائي

إلى الحاسبة الإلكترونية لغرض معالجتها إحصائياً والحصول على النتائج المتعلقة بالإجابة عن أسئلة الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة لأغراض تحليل البيانات

بعد الانتهاء من عملية جمع بيانات المتغيرات المطلوبة للدراسة، تم إدخالها إلى الحاسبة الإلكترونية للحصول على النتائج المتعلقة بالإجابة عن أسئلة الدراسة، إذ تم تطبيق بعض الأساليب الإحصائية المتوفرة في الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ، بهدف معالجة البيانات إحصائياً حيث تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية، وهي كالآتي:

1- الأساليب الإحصائية الوصفية:

أ- الجداول التكرارية (Replication Tables) والنسب المئوية (Percentages).

ب- المتوسط الحسابي (Arithmetic Mean).

ج- الانحراف المعياري (Standard Deviation).

د- معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha Coefficient).

2- الأساليب الإحصائية التحليلية:

أ- اختبار كولموكروف- سميرونوف (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test).

ب- اختبار (T) لعينة واحدة (One-Sample T-Test).

ج- اختبار ملائمة طريقة سحب العينة (Kaiser- Meyer -Olkin : KMO).

د- اختبار عوامل تضخم التباين (Variance Inflation Factors -VIF).

هـ- تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression).

تجربة الباحثة

في هذا القسم ستعرض الباحثة تجربة البحث، والمتمثلة في حملة توعوية صحية لمكافحة إنتشار وباء كورونا المستجد في الأردن، حيث قامت الباحثة بتصميم ملصقات لحملة توعوية صحية لمكافحة إنتشار فيروس كورونا المستجد، من خلال تلك الملصقات تم شرح أهم أعراض المرض، وطرق الوقاية منه.

وتأمل الباحثة أن تسهم من تصميمات الحملة في رفع الوعي الصحي لدى المجتمع الأردني. وقد نفذت تصميمات الحملة باستخدام رسوم بسيطة وكتابة واضحة بهدف سهولة توصيل الرسالة التوعوية في التصاميم الي أكبر قطاع ممكن من الجمهور المستهدف. واختارت الباحثة استخدام مجموعة لونية متجانسة ودرجات فاتحة من اللون الأخضر، ليتم التركيز بشكل أساسي على الرسالة الاتصالية في التصميمات .

وبعد الانتهاء من تصميمات الحملة قامت الباحثة بنشرها على منصات التواصل الإجتماعي (فيس بوك ، تويتر ، انستغرام).

تصاميم التجربة

يمثل الشكل (49) ملصق توعوي صحي قامت الباحثة بتصميمه حيث تم من خلاله توضيح مفهوم فيروس كورونا المستجد ومكان ظهور الفيروس لأول مرة، أستخدمت في الملصق بعض العناصر البسيطة لتبسيط المفهوم عن طريق الأشكال. ويركز التصميم على المعلومات الأساسية حول الفيروس، تم استخدام مجموعة لونية متجانسة ودرجات فاتحة من اللون الأخضر، ليتم التركيز بشكل أساسي على الرسالة الاتصالية في التصميمات، تضمن الملصق التوعوي على عناصر التصميم منها: الخط وهو من أهم العناصر الأساسية للتصميم، و اللون: حيث ساعد اللون على

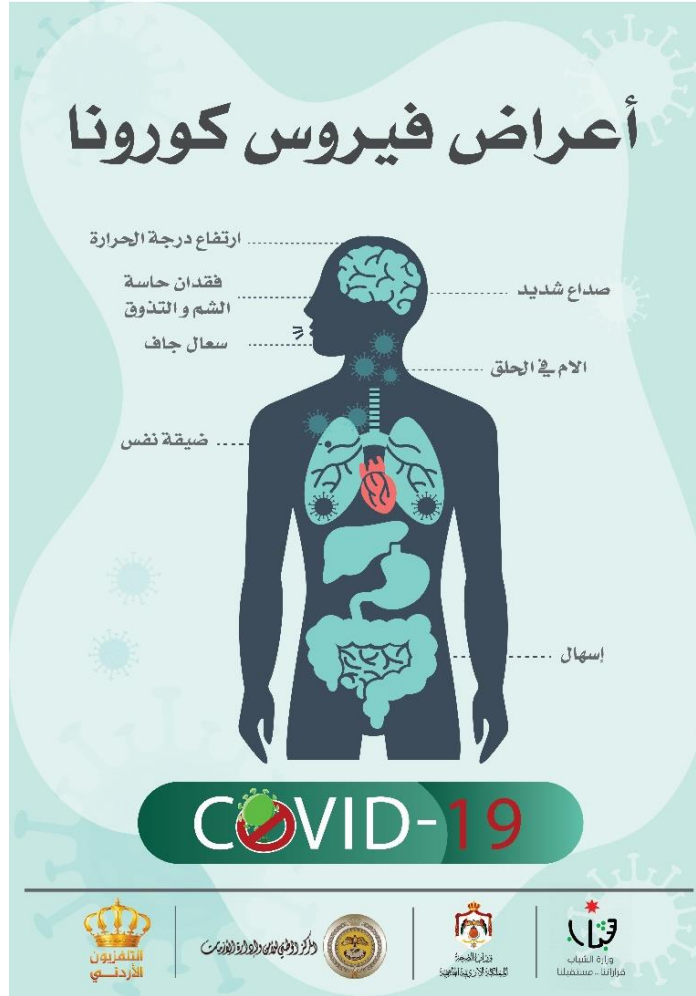
تنظيم وتوضيح الملصق حيث تم استخدام درجه من درجات الأخضر الباردة في الخلفية والأحمر في بعض الأشكال لما لهم من مدلولات حسية تثير في نفس المشاهد أحاسيس معينة، الخط : تم استخدام خطوط مستقيمة ناعمة تعبر عن الهدوء والاستقرار، الشكل: استخدمت الباحثة أشكال دائرية و كورويه في الملصق، ركزت الباحثة أيضا على توازن الاشكال وتناسقها و وحدتها مع بعضها البعض لتكون أكثر جذب للفئة المستهدفة.



الشكل (49) - ملصق توعوي يوضح مفهوم فيروس كورونا - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020
المصدر : تصميم الباحثة

وفي نموذج آخر من نماذج تجربة البحث والخاصة بالحملة التوعوية لمكافحة فيروس كورونا المستجد الشكل (50)، قامت الباحثة بتصميم ملصق توعوي يركز على توضيح أهم أعراض الإصابة بفيروس كورونا المستجد، وتأثيرات إصابة الأعضاء المختلفة في جسم الانسان قامت الباحثة باستخدام

الخلفية في جميع الملصقات التوعوية وبنفس الدرجات اللونية، تضمن التصميم خطوط متقطعة التي تعبر عن الحيوية والتفاعل ليتفاعل المتلقي مع المعلومات المكتوبة في الملصق، تم تصميم أشكال أعضاء جسم الإنسان حيث تصنف من الأشكال غير المنتظمة و احتوى الملصق ايضا على أشكال منتظمة منها الشكل الدائري الذي يشير الى شكل فيروس كورونا، تم التركيز على وحدة الشكل وهناك علاقة مدروسة بين العناصر، والعلاقات التي توجد بين العناصر متنوعة ومختلفة منها (الشكلية واللونية و الخطية).



الشكل (50) - ملصق توعوي يبين أعراض فيروس كورونا - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020

المصدر : تصميم الباحثة

وإذا أنتقلنا الي نموذج آخر من نماذج التجربة (كمامتك أمانك) الشكل (51)، والذي يمثل ملصق توعوي ضد انتشار فيروس كورونا، ويركز التصميم على أهمية ارتداء الكمامة في الوقاية من العدوى وفي منع أنتشارها من المرضى الى المخالطين، حيث تساعد الكمامة في تقليل خطر الإصابة عن طريق تقليل إنتشار الفيروس في الهواء ومن شخص الى شخص، تضمن التصميم على شكل الكمامة و درع الأمان و شكل فيروس كورونا. أما بالنسبة للمجموعة اللونية تم إستخدام درجات من اللون الأخضر الذي يعتبر من درجات الالوان الباردة.



الشكل (51) - ملصق توعوي يبين أهمية الكمامة للوقاية من الفيروس - المملكة الأردنية الهاشمية - 2020
المصدر : تصميم الباحثة

وإذا إنتقلنا الى نموذج آخر من تصميمات الحملة التوعوية (بقائك في بيتك أمانة) الشكل (52)، يحتوي التصميم على رسم مبسط لمنزل ودرع صحي، في مساحة نظيفة بينما ينتشر شكل الفيروس في محيط المنزل الخارجي. ويؤكد التصميم على أهمية التزام المواطنين بالبقاء في بيوتهم حيث أن العزل المنزلي يعد من انجح طرق الوقاية ومكافحة تفشي الوباء. إستخدمت الباحثة اللون الأخضر والأحمر في بعض الحروف من كلمة (كوفيد-19) ليدل على الخطر. تضمن الملصق التوعوي الصحي على عناصر وأشكال منتظمة منها الدائري والمثلث والمربع ومنها الغير منتظم.



الشكل (52) - ملصق توعوي يبين أهمية البقاء في المنزل للوقاية من الفيروس - المملكة الأردنية الهاشمية -

2020

المصدر : تصميم الباحثة

وفي التصميم (مساقتك أمانة) شكل (53) قامت الباحثة بتصميم هذا الملصق التوعوي الذي يبين أهمية الحفاظ على مسافة أمانة (2 متر) بين الأشخاص للمساعدة على منع انتشار المرض، والمساعدة على إبطاء انتشاره وتقليل خطر الإصابة به، حيث يعد الحفاظ على التباعد الجسدي أحد أهم طرق الوقاية. تضمن الشكل على عدة عناصر منها أشكال الأشخاص و الكورونا ودرع السلامة والشكل دائري.



الشكل (53) - ملصق توعوي يبين أهمية الحفاظ على المسافة بين الأشخاص للوقاية من الفيروس - المملكة

الأردنية الهاشمية - 2020

المصدر : تصميم الباحثة

وفي آخر نموذج من نماذج تجربة البحث (نظافتك أمانك) الشكل (54)، يركز التصميم على أهمية الحفاظ على النظافة الشخصية حيث تعد من أفضل طرق الوقاية من الفيروس. المجموعة اللونية في هذا الملصق تضمنت كل من درجات اللون الأخضر والأحمر واللون الأصفر وهو لون عبوة غسل اليدين تم استخدام هذا اللون لما له من تأثيرات عدة على النفس البشرية و يجذب الانتباه لدى المشاهد.



الشكل (54) - ملصق توعوي يبين مدى أهمية النظافة للوقاية من الفيروس - المملكة الأردنية الهاشمية -

2020

المصدر : تصميم الباحثة

الفصل الرابع

التحليل الإحصائي للبيانات

المقدمة

شمل هذا الفصل على الجانب التطبيقي للدراسة، حيث تم عرض نتائج الدراسة والتحليل الإحصائي باستخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS)، حيث تم اختبار صدق الاداة في الاستبيان، ومن ثم بيان العلاقة بين متغيرات الدراسة وصولاً إلى اختبار فرضيات الدراسة.

المعيار الإحصائي

تم اعتماد سلم ليكرت الخماسي لتصحيح أدوات الدراسة، بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته الخمس (اتفق تماماً، اتفق، محايد، لا اتفق، لا اتفق تماماً) وهي تمثل رقمياً (5، 4، 3، 2، 1) على الترتيب، وقد تم اعتماد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج:

منخفض	من 1.00-2.33
متوسط	من 2.34-3.67
مرتفع	من 3.68-5.00

وهكذا

وقد تم احتساب المقياس من خلال استخدام المعادلة التالية:

$$\text{الحد الأعلى للمقياس (5) - الحد الأدنى للمقياس (1)}$$

عدد الفئات المطلوبة (3)

$$\frac{5-1}{3} = 1.33$$

ومن ثم إضافة الجواب (1.33) إلى نهاية كل فئة.

صدق الأداة

لإستخراج دلالات صدق البناء، استخرجت معاملات ارتباط الفقرات مع البعد الذي تنتمي إليه، حيث تم تحليل الفقرات وحساب معامل ارتباط كل فقرة من الفقرات، حيث أن معامل الارتباط هنا يمثل دلالة للصدق بالنسبة لكل فقرة في صورة معامل ارتباط بين كل فقرة وبين البعد الذي تنتمي إليه، والجدول التالي تبين ذلك.

جدول (1)

معاملات الارتباط بين الفقرات والبعد الذي تنتمي إليه

رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط
1	.690**	12	.789**	23	.748**
2	.611**	13	.816**	24	.837**
3	.787**	14	.800**	25	.803**
4	.718**	15	.706**	26	.769**
5	.718**	16	.864**	27	.744**
6	.810**	17	.817**	28	.444**
7	.819**	18	.833**	29	.816**
8	.828**	19	.725**	30	.782**
9	.765**	20	.703**		
10	.676**	21	.773**		
11	.708**	22	.804**		

*دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)

**دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)

يتضح من الجدول السابق ان معاملات الارتباط للفقرات تتراوح بين ما (0.6، 0.811) مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين العبارات والمحور نفسه باستثناء العبارة رقم (28) (تقدم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق العلاج) حيث كانت قيمة معامل الارتباط لها 0.444 وهي أقل من 0.6

نتائج الاختبارات الخاصة ببيانات الدراسة.

حملات التوعية العالمية.

جدول (2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد حملات التوعية العالمية مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الرقم	الرتبة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	2	الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية	4.36	0.783	مرتفع
2	1	تتميز الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا بالوضوح والمباشرة	4.10	0.866	مرتفع
3	5	تتميز تصميمات الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا بجذب الانتباه	3.96	0.885	مرتفع
4	4	توفر الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طبيعة الفيروس	3.93	1.018	مرتفع
5	3	تقدم الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق الإصابة بالفيروس	3.81	1.039	مرتفع
6	10	تنشر الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن اجراءات الوقاية	3.66	1.082	متوسط
7	11	توفر الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن أعراض الإصابة بالفيروس	3.65	1.233	متوسط
8	8	تقدم الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق العلاج	3.58	1.134	متوسط
9	6	تلهم الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا المجتمع بطاقة ايجابية لمحاربة الفيروس	3.57	1.298	متوسط
10	7	تثير الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع	3.38	1.235	متوسط
		حملات التوعية	3.8	0.650	مرتفع

وتبين من الجدول (2) ان المتوسطات الحسابية لبعء حملات التوعية العالمية قد تراوحت ما بين (3.38-)

(4.36)، حيث جاءت الفقرة رقم (2) والتي تنص على "الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا

منتشرة وكافية." في المرتبة الاولى وبمتوسط حسابي بلغ (4.36)، وجاءت الفقرة رقم (7) والتي تنص على "تثير

الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع " في المرتبة الاخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.81)، وبلغ المتوسط الحسابي لبعده حملات التوعية العالمية ككل (3.8).

3.4.2 حملات التوعية الإقليمية.

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد حملات التوعية الإقليمية مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الرقم	الرتبة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	15	الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية	4.00	0.962	مرتفع
2	14	تتميز الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا بالوضوح والمباشرة	3.90	0.866	مرتفع
3	13	تتميز تصميمات الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا بجذب الانتباه	3.69	1.013	مرتفع
4	12	توفر الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طبيعة الفيروس	3.66	1.002	متوسط
5	18	تقدم الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق الاصابة بالفيروس	3.62	1.078	متوسط
6	17	تنتشر الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن اجراءات الوقاية	3.61	1.049	متوسط
7	16	توفر الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن أعراض الاصابة بالفيروس	3.52	1.130	متوسط
8	20	تقدم الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق العلاج	3.77	0.934	مرتفع
9	19	تلهم الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا المجتمع بطاقة ايجابية لمحاربة الفيروس	3.76	0.882	مرتفع
10	21	تثير الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع	3.68	1.062	مرتفع
ككل		حملات التوعية الإقليمية	3.72	0.748	مرتفع

يبين الجدول رقم (3) ان المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (3.52-4.00)، حيث جاءت

الفقرة رقم (15) والتي تنص على " الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية

" في المرتبة الاولى وبمتوسط حسابي بلغ (4.00)، وجاءت الفقرة رقم (16) والتي تنص على " توفر

الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن أعراض الإصابة بالفيروس " في المرتبة الاخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.52)، وبلغ المتوسط الحسابي لبعده حملات التوعية الاقليمية ككل (3.72)، وتشير تلك النتائج الى ان حملات التوعية الاقليمية تهتم وبشكل ايجابي بالتوعية الصحية حول جائحة كورونا.

حملات التوعية المحلية.

جدول (4) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بعد حملات التوعية المحلية مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الرقم	الرتبة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	28	الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية	4.25	0.806	مرتفع
2	30	تتميز الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا بالوضوح والمباشرة	3.97	0.908	مرتفع
3	27	تتميز تصميمات الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا بجذب الانتباه	3.96	0.837	مرتفع
4	29	توفر الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طبيعة الفيروس	3.96	0.837	مرتفع
5	25	تقدم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق الإصابة بالفيروس	4.06	0.884	مرتفع
6	23	تنشر الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن اجراءات الوقاية	3.99	0.858	مرتفع
7	26	توفر الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن أعراض الإصابة بالفيروس	3.93	0.955	مرتفع
8	22	تقدم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق العلاج	3.90	0.857	مرتفع
9	21	تلهم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا المجتمع بطاقة ايجابية لمحاربة الفيروس	3.73	1.045	مرتفع
10	24	تثير الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع	3.61	1.087	متوسط
		حملات التوعية المحلية	4.03	0.583	مرتفع

يبين الجدول بعد (4) ان المتوسطات الحسابية لبعده حملات التوعية المحلية، قد تراوحت ما بين (3.61-4.25)،

حيث جاءت الفقرة رقم (28) والتي تنص على " الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية "

في المرتبة الاولى وبمتوسط حسابي بلغ (4.25)، وجاءت الفقرة رقم (24) والتي تنص على " تأثير الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع " والفقرة رقم (21) والتي تنص على " تلهم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا المجتمع بطاقة ايجابية لمحاربة الفيروس " في المرتبة الاخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.61)، وبلغ المتوسط الحسابي لبعده حملات التوعية المحلية ككل (3.93)، وتشير تلك النتائج الى ان حملات التوعية المحلية تقوم بدور ايجابي في التوعية الصحية لجائحة كورونا.

السؤال الأول:

1. ما هي درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية على منصات التواصل الاجتماعي في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة (حملات مكافحة فيروس كورونا أنموذجاً) ؟

وللإجابة عن السؤال الرئيسي الأول تم استخدام تحليل الانحدار البسيط:

جدول (5)

تحليل الانحدار البسيط لأثر الحملات التوعوية الصحية العالمية في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة

VIF	دلالة ف الإحصائية	قيمة ف	التباين المفسر	الارتباط (R)	دلالة ت الإحصائية	قيمة ت	B	المتغير المستقل	المتغير التابع
1.000	0.000	65.966	0.355	0.596	0.000	15.554	0.727	فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية	رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة

يتبين من الجدول رقم (5) أن قيمة معامل الارتباط البسيط (R) بلغ (0.596) مما يدل وجود علاقة

طردية بين متغير المستقل (فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية) و المتغير التابع (رفع الوعي ضد خطر

انتشار الأوبئة) ، كما تبين ان التباين المفسر (R^2) بلغ (0.355) أي أن فاعلية الحملات التوعوية الصحية

العالمية فسر ما نسبته 35.5% من التباين الحاصل في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة، اذ بلغت قيمة

ف (65.966) وبدلالة احصائية (0.000) مما يشير الى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي

تنص على " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في درجة فاعلية حملات وسائل التواصل

الاجتماعي الصحية في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة (حملات مكافحة فيروس كورونا Corona Virus أنموذجاً). لذلك يكون نموذج الانحدار ملائم لقياس العلاقة والاثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما تبين ان المتغير المستقل (فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية) له تأثير دال إحصائياً في متغير التابع (رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة) إذا بلغت (B) (0.727)، فيما بلغت قيمة ت (T) (15.554) ومستوى الدلالة (0.000) وهي اقل من (0.05)، أي زيادة بوحدة واحدة في فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية ستؤدي إلى زيادة في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة بمقدار (0.727).

السؤال الثاني:

2. ما هي درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية الاقليمية على منصات التواصل الاجتماعي في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة (حملات مكافحة فيروس كورونا أنموذجاً)؟

وللإجابة عن السؤال الثاني تم استخدام تحليل الانحدار البسيط:

جدول (6)

تحليل الانحدار البسيط لأثر الحملات التوعوية الصحية الاقليمية في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة

المتغير التابع	المتغير المستقل	B	قيمة ت	دلالة ت الإحصائية	الارتباط (R)	التباين المفسر	قيمة ف	دلالة ف الإحصائية	VIF
رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة	فاعلية الحملات التوعوية الصحية الاقليمية	0.726	14.325	0.000	0.546	0.389	55.695	0.000	1.000

يتبين من الجدول رقم (6) أن قيمة معامل الارتباط البسيط (R) بلغ (0.546) مما يدل وجود علاقة

طردية بين متغير المستقل (فاعلية الحملات التوعوية الصحية الاقليمية) و المتغير التابع (رفع الوعي ضد خطر

انتشار الأوبئة) ، كما تبين ان التباين المفسر (R²) بلغ (0.389) أي أن فاعلية الحملات التوعوية الصحية

الاقليمية فسر ما نسبته 38.9% من التباين الحاصل في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة، اذ بلغت قيمة

ف (55.695) وبدلالة احصائية (0.000) مما يشير الى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي

تنص على "• يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (a ≤ 0.05) في درجة فاعلية حملات وسائل التواصل

الاجتماعي الصحية في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة (حملات مكافحة فيروس كورونا Corona Virus أنموذجاً). لذلك يكون نموذج الانحدار ملائم لقياس العلاقة والاثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

السؤال الثالث :

3. ما هي درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية على منصات التواصل الاجتماعي في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة (حملات مكافحة فيروس كورونا أنموذجاً) ؟

وللإجابة عن السؤال الرئيسي الثاني تم استخدام تحليل الانحدار البسيط:

جدول (7)

تحليل الانحدار المتعدد لأثر فاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة

المتغير التابع	المتغير المستقل	B	قيمة ت	دلالة ت الإحصائية	الارتباط (R)	التباين المفسر	قيمة ف	دلالة ف الإحصائية	VIF
رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة	فاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية	0.275	3.377	0.001	0.803 ^a	0.355	65.966	0.000	.000 ^b

يتبين من الجدول رقم (7) معامل الارتباط المتعدد (R) (0.803) أي انه يوجد علاقة طردية بين

المتغير المستقل (فاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية) على المتغير التابع (رفع الوعي ضد خطر

انتشار الأوبئة) ، كما وجاء التباين المفسر (R^2) بقيمة (0.803)، أي أن المتغير المستقل (فاعلية

الحملات التوعوية الصحية المحلية) فسر ما قيمته 80.3% من كمية رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة

، اذ بلغت قيمة ف (F) (65.966) بدلالة (0.000) وهي اصغر من ($\alpha \leq 0.05$) لذلك نفرض الفرض

العدم و نقبل الفرض البديل التي تأكد على وجود أثر لفاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية في رفع

الوعي ضد خطر إنتشار الأوبئة ، وأيضاً يكون نموذج الانحدار ملائم لقياس العلاقة والاثر بين المتغير

المستقل والمتغير التابع

كما يوضح جدول النتائج إختبار التعددية الخطية (VIF) حيث كشف النتيجة ان عامل التضخم (2.65)

وهي أصغر من (5) مما يشير الى عدم وجود مشكلة تعددية بين المتغيرات النموذج.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة النتائج

1. ما هي درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية والاقليمية على منصات التواصل الاجتماعي في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة (حملات مكافحة فيروس كورونا Corona Virus أنموذجاً)؟

يتبين من نتائج الدراسة أن قيمة معامل الارتباط البسيط (R) بلغ (0.596) مما يدل وجود علاقة طردية بين متغير المستقل (فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية والاقليمية) و المتغير التابع (رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة) ، كما تبين ان التباين المفسر (R^2) بلغ (0.355) أي أن فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية والاقليمية فسر ما نسبته 35.5% من التباين الحاصل في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة، اذ بلغت قيمة ف (65.966) وبدلالة احصائية (0.000) مما يشير الى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على " • يوجد أثر نو دلالة إحصائية عند مستوى ($a \leq 0.05$) في درجة فاعلية حملات وسائل التواصل الاجتماعي الصحية في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة (حملات مكافحة فيروس كورونا Corona Virus أنموذجاً). لذلك يكون نموذج الانحدار ملائم لقياس العلاقة والاثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما تبين ان المتغير المستقل (فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية والاقليمية) له تأثير دال إحصائياً في متغير التابع (رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة) إذا بلغت (B) (0.727)، فيما بلغت قيمة ت (T) (15.554) ومستوى الدلالة (0.000) وهي اقل من (0.05)، أي زيادة بوحدة واحدة في فاعلية الحملات التوعوية الصحية العالمية والاقليمية ستؤدي إلى زيادة في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة بمقدار (0.727).

وهذا يعني أن حملات التوعية العالمية والاقليمية لها أثر ايجابي في توعية المجتمعات صحيا من خطر الأوبئة، وأنه كلما كانت هذه الحملات موجه وقوية وسليمة فسوف تؤدي إلى توعية أكبر بأخطار الأوبئة ومن بينها جائحة كورونا.

2. ما هي درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية على منصات التواصل الاجتماعي في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة (حملات مكافحة فيروس كورونا أنموذجاً) ؟

يتبين نتائج الدراسة أن معامل الارتباط المتعدد (R) (0.803) أي انه يوجد علاقة طردية بين المتغير المستقل (فاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية) على المتغير التابع (رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة) ، كما وجاء التباين المفسر (R^2) بقيمة (0.803)، أي أن المتغير المستقل (فاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية) فسر ما قيمته 80.3% من كمية رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة ، اذ بلغت قيمة ف (F) (65.966) بدلالة (0.000) وهي اصغر من ($\alpha \leq 0.05$) لذلك نفرض الفرض العدم و نقبل الفرض البديل التي تؤكد على وجود اثر لفاعلية الحملات التوعوية الصحية المحلية في رفع الوعي ضد خطر انتشار الأوبئة ، وأيضا يكون نموذج الانحدار ملائم لقياس العلاقة والأثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

وهذا يعني أن حملات التوعية المحلية تقوم بدور ايجابي وفاعل في توعية المجتمع من الأوبئة وكذلك توعية المجتمع من أخطار جائحة كورونا.

توصيات الدراسة

بناء على مشكلة الدراسة وأهميتها ونتائجها توصي هذه الدراسة بما يلي:

- 1- ضرورة الإهتمام بتعزيز إستخدام منصات التواصل الإجتماعي لغرض القيام بالتوعية الصحية خصوصا في جائحة فيروس كورونا المستجد، حيث تعمل هذه المنصات على توفير التكاليف والوقت والمجهود للمعلن، كما تمتاز بالسرعة الفائقة في التواصل مع أعداد غفيرة من المستخدمين في زمن قياسي مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى.
- 2- ضرورة إطلاع المؤسسات الصحية في الأردن على تجارب دول الجوار والدول المتقدمة في مجال الإستفادة من منصات التواصل الخاصة بالحملات التوعوية الصحية.
- 3- ضرورة إهتمام المؤسسات التعليمية ووكالات التصميم في الأردن بعقد دورات تدريبية متقدمة للمصممين والمختصين في الحملات الاعلانية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، لصقل المواهب الأردنية وتعزيز مهاراتهم في تصميم على هذه المواقع، واستخدامها على النحو الأمثل لتحقيق أقصى استفادة ممكنة.
- 4- التأكيد على أهمية الحملات التوعوية بثتى أنواعها وخصوصا المحلية لما لها من أثر واضح في توعية المجتمع من أخطار الأوبئة.
- 5- عمل المزيد من الدورات والندوات للتعريف بأهمية الحملات التوعوية في المملكة الأردنية الهاشمية.
- 6- عمل المزيد من الدراسة والابحاث التي تختص بموضوع الدراسة، وذلك لأهمية الموضوع الكبيرة والتي يمتاز فيها، باختيار متغيرات لم تطرح في هذه الدراسة.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

- الدجاني ، أمل (2017)، أثر الإعلان التوعوي في تحديد ظاهرة التدخين لدى الطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط ، الاردن.
- العامري ، عامر محسن(2009) ، الحملات الاعلامية، رسالة ماجستير.
- عبدالهادي ، أحمد (2010) ، ادارة الحملات الاعلانية ، مركز التعليم المفتوح كلية التجارة جامعة بنها.
- عبيدات ، محمد ابراهيم (2004)، التسويق الاجتماعي الأخضر والبيئي، دار وائل للنشر والتوزيع :عمان.
- العكيلي، جهاد كاظم، (2015) الوعي الصحي عبر وسائل الاتصال دراسة لقياس الوعي الصحي لدى طلبة جامعة بغداد بشأن مرض الايدز، مجلة الباحث الاعلامي.
- الغانمي ، أحمد حسن (2012) ، تعريف التثقيف الصحي ، جامعة بابل كلية التمريض.
- غزوان ، معتز عناد (2006) ، زمكانية التصميم المعاصر ، دار دجلة للنشر و التوزيع:بغداد.
- فتيحي ، وليد (2015) ، تعزيز الصحة ، مجلة فكر الثقافية .
- كريمة ، دربال (2017) ، دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P. and Silvestre, B.S.,2011. Social media? Get serious! **Understanding the functional building blocks of social media.** *Business Horizons*, 54(3), pp.241-251.

Bouder, (2013). Critical Components for **Public Awareness Campaigns**, Avocacy Unleashed.

Garfin, Dana Rose, Silver, Roxane Cohen and Holman, E. Alison (2020), study titled: **“The Novel Coronavirus (COVID2019) Outbreak: Amplification of Public Health Consequences by Media Exposure”.**

Behnke, Philip (2010), **Social Media and Politics**, Singapore, Konrad Adenauer Stiftung, Page 23.

Trisha Torrey (2017), **The Difference between an Epidemic and a Pandemic.**

ثالثاً: المواقع الإلكترونية

www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-is-a-social-media-campaign

<https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp>

<https://steemit.com/life/@mo7amedtech/the-concept-of-environmental-awareness>

www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019

<https://www.encyclopedia.com/media/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/public-health-campaigns>

<https://almortaqa.org> تخطيط وإدارة حملات التوعية – مؤسسة المرتقى للتنمية البشرية

https://web.archive.org/web/20150513000402/http://www.earlyamerica.com/review/2000_fall/1832_cholera_part1.html

<https://www.wikitree.com/photo/jpg/Roberts-11992-7>

<https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2011/mar/27/posters-art>

<https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2011/mar/27/posters-art>

<https://libwww.freelibrary.org/digital/item/65051>

www.medicalnewstoday.com/articles/10566#smoking-and-health

<https://hawksfan24.wordpress.com/2016/03/30/anti-smoking-ads-and-the-fight-against-mortality>

<https://mygcsephotography.weebly.com/campaign-photography.html>

https://www.adsoftheworld.com/media/print/conac_brown

<https://www.moh.gov.sa/HealthAwareness/Campaigns/Antidrug/Pages/default.aspx>

https://www.adsoftheworld.com/media/print/crenvi_heroin

<https://hnd2thomasknapp.wordpress.com/2013/05/17/abuse-awareness-poster-campaign>

<https://ilpasseggerocasuale.wordpress.com/2014/09/26/too-young-to-drink-international-campaign>

<https://altibbi.com/مصطلحات-طبية-الامراض-المعدية/وباء>

[Epidemic, www.dictionary.com](http://Epidemic.www.dictionary.com)

<https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/malaria>

<https://gizmodo.com/retro-style-disease-posters-turn-doctors-into-superhero-231786799444>

<https://www.bbc.com/news/magazine-23710697>

<http://www.emro.who.int/ar/health-topics/severe-acute-respiratory-syndrome/index.html>

<https://collections.nlm.nih.gov/catalog/nlm:nlmuid-101561196-img>

<https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/ebola-virus-disease>

<https://visual-science.com/projects/ebola/poster>

<https://www.bloomberg.com>

<http://www.marklives.com/2014/10/maglove-bloombergbusinessweek-current-gqportugal-timeoutny-wired>

<https://www.hiv.gov/hiv-basics/overview/about-hiv-and-aids/what-are-hiv-and-aids>

<https://www.europeana.eu/en/item/9200579/ccpejequ>

https://www.positivelypositive.ca/hiv-aids-news/The_Stigma_Project.html

<https://blog.thestigmaproject.org>

https://www.unrwa.org/sites/default/files/health_awareness_on_coronavirus_covid-19_-_public_-_arabic.pdf

[Preliminary assessment of the International Spreading Risk Associated with the 2019 novel Coronavirus \(2019-nCoV\)](#)

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>

https://www.unrwa.org/sites/default/files/health_awareness_on_coronavirus_covid-19_-_public_-_arabic.pdf

<https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-52314172>

<https://www.who.int/ar/news/item/06-08-1441-who-releases-guidelines-to-help-countries-maintain-essential-health-services-during-the-covid-19-pandemicr>

<http://www.emro.who.int/health-topics/corona-virus/protect-yourself-and-others.html>

<https://www.dailymail.co.uk/news/article-8077969/Boris-Johnson-takes-Morning-sofa-cool-stockpiling-frenzy.html>

www.un.org/sites/un2.un.org/files/comprehensive_response_to_covid-19_arabic_0.pdf

<https://reliefweb.int/report/world/immediate-covid-19-support-partners>

<https://www.un.org/ar/un-coronavirus-communications-team/united-nations-working-mitigate-covid-19-impact-children>

<https://www.unicef.org/guyanasuriname/documents/my-hero-you>

<https://www.ilo.org/safeday>

<https://www.usaid.gov/india/health/coronavirus>

<https://africacdc.org/download/2019-novel-coronavirus-poster>

<https://yourgibraltartv.com/society/21146-public-health-gibraltar-launches-covidfit>

<https://www.capitaldaily.ca/news/propaganda-posters-covid19>

<https://madridnofrills.com/war-on-coronavirus>

<HTTPS://WWW.BUSINESSINSIDER.COM.AU/PHOTOS-FACE-MASK-AMERICAN-WORLD-WAR-I-POSTERS-REIMAGINED-CORONAVIRUS-2020-7>

</https://ryanlynndesign.com/portfolio/masks-for-freedom>

<https://aawsat.com/home/article/2218841>

<https://www.elwatannews.com/news/details/4631351>

<https://twitter.com/mohpegypt/status/1267405244671102976>

<https://www.who.int>

<http://english.ahram.org.eg/NewsContent/5/25/366045/Arts--Culture/Visual-Art/In->

<Photos-Egyptian-designer-Moustafa-Awads-posters.aspx>

<https://www.ncema.gov.ae/ar/media-center/awareness-messages/mers-cov.aspx>

<https://www.dha.gov.ae/ar/Covid19/Pages/Coronavirus.aspx>

<https://al-ain.com/article/ways-stop-spread-corona>

<https://twitter.com/saudimoh/status/1254583792297218048>

<https://www.ammonnews.net/article/532755>

<https://aawsat.com/home/article/2218841>

<https://corona.moh.gov.jo/ar/MediaCenter/69>

<https://royanews.tv/news/204878/>

<Epidemic, www.dictionary.com>

الملحقات

ملحق رقم 1

الاستبانة بشكلها الأولي

السادة المحكمون الأفاضل،

تحية طيبة وبعد،

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان

درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي في الأردن

حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد أنموذجاً

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير من جامعة الشرق الأوسط، وقد تم اختيار سيادتكم للتفضل بتحكيم هذا الاستبيان، إيماناً من الباحثة بأهمية الأخذ بوجهات نظرکم فيما يخص موضوع الدراسة، مع العلم أن المعلومات لن تستخدم في غير أغراض الدراسة، شاكرًا لكم تكرمکم بالإجابة على الأسئلة المتضمنة في الاستبيان، مع خالص الامتنان وبالغ التقدير للإسهام في إنجاز هذا البحث العلمي.

الباحثة: لانا يوسف

تتكون هذه الاستبانة من قسمين :

القسم الأول: البيانات الشخصية

أولاً: معلومات خاصة بالمجيب

يرجى وضع إشارة (✓) في المربع المناسب:

(1) الجنس:

<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>	ذكر
--------------------------	------	--------------------------	-----

(2) العمر:

<input type="checkbox"/>	من 22 - أقل من 30 سنة	<input type="checkbox"/>	أقل من 22 سنة
<input type="checkbox"/>	40 سنة فأكثر	<input type="checkbox"/>	من 30 - أقل من 40 سنة

(3) المؤهل العلمي:

<input type="checkbox"/>	بكالوريوس	<input type="checkbox"/>	دبلوم متوسط	<input type="checkbox"/>	ثانوية عامة فما دون
		<input type="checkbox"/>	دكتورة	<input type="checkbox"/>	ماجستير

القسم الثاني: مجموعة من العبارات المرتبطة بكل محور من المحاور المكتوبة في أعلى الجدول
الرجاء قراءتها جيداً، ثم وضع إشارة (✓) أمام الدرجة التي تعبر عن وجهة نظرك :

المحور الأول: - درجة فاعلية الحملات التوعوية العالمية في رفع الوعي بجائحة (كورونا)

التعديل المقترح	وضوح الفقرة		انتماء الفقرة للمجال		الصياغة اللغوية		الفقرة	#
	غير مناسبة	مناسبة	غير مناسبة	مناسبة	غير مناسبة	مناسبة		
							الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية	1
							تتميز الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا بالوضوح والمباشرة	2
							تتميز تصميمات الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا بجذب الانتباه	3
							توفر الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طبيعة الفيروس	4
							تقدم الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق الإصابة بالفيروس	5
							تنشر الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن اجراءات الوقاية	6
							توفر الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن أعراض الإصابة بالفيروس	7
							تقدم الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق العلاج	8
							تلهم الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا المجتمع بطاقة ايجابية لمحاربة الفيروس	9
							تثير الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع	10

المحور الثاني: فاعلية الحملات التوعوية الاقليمية في رفع الوعي بجائحة (كورونا)

التعديل المقترح	وضوح الفقرة		انتماء الفقرة للمجال		الصياغة اللغوية		الفقرة	#
	غير مناسب	مناسبة	غير مناسب	مناسبة	غير مناسب	مناسبة		
							الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية	1
							تتميز الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا بالوضوح والمباشرة	2
							تتميز تصميمات الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا بجذب الانتباه	3
							توفر الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طبيعة الفيروس	4
							تقدم الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق الاصابة بالفيروس	5
							تنشر الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن اجراءات الوقاية	6
							توفر الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن أعراض الاصابة بالفيروس	7
							تقدم الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق العلاج	8
							تلهم الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا المجتمع بطاقة ايجابية لمحاربة الفيروس	9
							تثير الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع	10

المحور الثالث: فاعلية الحملات التوعوية المحلية في رفع الوعي بجائحة (كورونا)

التعديل المقترح	وضوح الفقرة		انتماء الفقرة للمجال		الصياغة اللغوية		الفقرة	#
	غير مناسبة	مناسبة	غير مناسبة	مناسبة	غير مناسبة	مناسبة		
							الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية	1
							تتميز الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا بالوضوح والمباشرة	2
							تتميز تصميمات الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا بجذب الانتباه	3
							توفر الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طبيعة الفيروس	4
							تقدم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق الاصابة بالفيروس	5
							تنشر الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن اجراءات الوقاية	6
							توفر الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن أعراض الاصابة بالفيروس	7
							تقدم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق العلاج	8
							تلهم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا المجتمع بطاقة ايجابية لمحاربة الفيروس	9
							تثير الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع	10

ملحق رقم 2 الاستبانة في صيغتها النهائية

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الفاضل/ة..... المحترم/ة

تحية طيبة وبعد:

أضع بين أيدي حضراتكم هذه الاستبانة، آملاً منح هذا المجهود المتواضع جزءاً من وقتكم الثمين وراجياً منكم الحياد والموضوعية والدقة في الإجابة على الفقرات الواردة فيها، وأقدر لكم حسن تعاونكم.

إن الغرض من تصميم هذه الاستبانة هو قياس مدى الإجابة على أسئلة الدراسة، وهي تعد جزءاً من متطلبات نيل درجة الماجستير في التصميم الجرافيكي بكلية العمارة والتصميم - جامعة الشرق الأوسط، والرسالة بعنوان:-

درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي في الأردن

حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد أنموذجاً

إنني آمل منكم التفضل بملء فقرات الاستبانة لما تتمتعون به من خبرة ومعرفة دقيقة في ميدان علمكم الغزير وعملكم الوظيفي، وهو ما يساعد في نجاح هذه الدراسة ويثري جانبها العملي، علماً بأنه سيتم التعامل مع إجاباتكم ومعلوماتكم بسرية تامة لغايات البحث العلمي. وتفضلوا بقبول وافر الاحترام والتقدير

الباحثة

لانا فتحي إعليان يوسف

محاوَر الاستبأنة :

المحور الأول:- البانات الشخصية

يرجى وضع إشارة (✓) في المربع المناسب:

(1) الجنس:

<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>	ذكر
--------------------------	------	--------------------------	-----

(2) العمر:

<input type="checkbox"/>	أقل من 22 سنة	<input type="checkbox"/>	من 22 – أقل من 30 سنة
<input type="checkbox"/>	من 30 – أقل من 40 سنة	<input type="checkbox"/>	40 سنة فأكثر

(3) المؤهل العلمي:

<input type="checkbox"/>	بكالوريوس	<input type="checkbox"/>	دبلوم متوسط	<input type="checkbox"/>	ثانوية عامة فما دون
		<input type="checkbox"/>	دكتورة	<input type="checkbox"/>	ماجستير

المحور الثاني: درجة فاعلية الحملات التوعوية الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي في

الأردن حملات مكافحة فيروس كورونا المستجد أنموذجاً.

اولاً: - درجة فاعلية الحملات التوعوية العالمية في رفع الوعي بجائحة (كورونا)

م	الفقرة	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
1	الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية					
2	تتميز الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا بالوضوح والمباشرة					
3	تتميز تصميمات الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا بجذب الانتباه					
4	توفر الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طبيعة الفيروس					
5	تقدم الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق الاصابة بالفيروس					
6	تنشر الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن اجراءات الوقاية					
7	توفر الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن أعراض الاصابة بالفيروس					
8	تقدم الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق العلاج					
9	تلهم الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا المجتمع بطاقة ايجابية لمحاربة الفيروس					
10	تثير الحملات التوعوية العالمية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع					

ثانيا: فاعلية الحملات التوعوية الاقليمية في رفع الوعي بجائحة (كورونا)

م	الفقرة	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
1	الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية					
2	تتميز الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا بالوضوح والمباشرة					
3	تتميز تصميمات الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا بجذب الانتباه					
4	توفر الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طبيعة الفيروس					
5	تقدم الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق الاصابة بالفيروس					
6	تنتشر الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن اجراءات الوقاية					
7	توفر الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن أعراض الاصابة بالفيروس					
8	تقدم الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق العلاج					
9	تلهم الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا المجتمع بطاقة ايجابية لمحاربة الفيروس					
10	تثير الحملات التوعوية الاقليمية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع					

ثالثا: فاعلية الحملات التوعوية المحلية في رفع الوعي بجائحة (كورونا)

م	الفقرة	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
1	الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا منتشرة وكافية					
2	تتميز الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا بالوضوح والمباشرة					
3	تتميز تصميمات الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا بجذب الانتباه					
4	توفر الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طبيعة الفيروس					
5	تقدم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق الاصابة بالفيروس					
6	تنتشر الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن اجراءات الوقاية					
7	توفر الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن أعراض الاصابة بالفيروس					
8	تقدم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا معلومات كافية عن طرق العلاج					
9	تلهم الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا المجتمع بطاقة ايجابية لمحاربة الفيروس					
10	تثير الحملات التوعوية المحلية ضد انتشار جائحة كورونا مخاوف المجتمع					

ملحق رقم 3
قائمة بأسماء الأساتذة المحكّمين

الجامعة	التخصص	الأستاذ
جامعة المنيا (مصر)	التصميم الجرافيكي	أحمد حسين ابراهيم وصيف
جامعة الشرق الاوسط	التصميم الجرافيكي	حسين العمري
جامعة الشارقة	التصميم الجرافيكي	محمد يوسف
جامعة الشرق الاوسط	التصميم الجرافيكي	ستار الجبوري
جامعة الشرق الاوسط	التصميم الجرافيكي	آيات