

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة

دور الإعلام الإلكتروني في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة  
الجامعيين إزاء كوفيد 19  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال - جامعة

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة والإلكترونية

الأستاذ المشرف:

د/ مسعود بوسعدية

إعداد الطالبتين:

✓ نور الهدى بودوشة

✓ أمال لفزة

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

رئيسا	جامعة جيجل	د/ حضرية بودرع
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	د/ مسعود بوسعدية
مناقشا	جامعة جيجل	أ/ محمد بوقرة

السنة الجامعية: 2020/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر و عرفان

كن عالماً... فإن لم تستطع فكن متعلماً... فإن لم تستطع فأحب العلماء...

فإن لم تستطع فلا تبغضهم...

نحمد الله عزوجل الذي اهدانا الصبر والثبات وأمدنا القوة والعزم على

مواصلة مشوارنا الدراسي وتوفيقه لنا في انجاز هذا العمل، فنحمدك اللهم

ونشكرك على نعمتك وفضلك ونسألك البر والتقوى، ومن العمل ما ترضى

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير للأستاذ "بوسعدية مسعود" لتفضله بالإشراف على هذا

البحث وسعة صدره وعلى حرصه أن يكون هذا العمل في صورة كاملة

لا يشوبه أي نقص، نسأل الله أن يجزيه عنا كل خير قبل الإشراف على هذا

العمل البسيط، وعلى الجهود التي بذلها من أجلنا، والنصائح والتوجيهات

العظيمة التي كان يضعها نصب اعيننا.... جعل الله ذلك في ميزان حسناته يوم

الدين ونتقدم بجزيل الشكر وخاص والإمتنان الى ادارة وأساتذة الكلية

لكم منا تحية طيبة

# إِهْدَاء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أحمد الله عزوجل على منه وعونه لإتمام هذه المذكرة  
إلى التي وهبت فلذة كبدها كل العطاء والحنان، إلى رمز الحب وبلسم  
الشفاء، إلى التي صبرت على كل شيء التي رعتني حق رعاية وكانت  
سندي في الشدائد، إلى من كان دعائها سرنجاعي أمني أعزملاك على  
القلب والعين وجزاها الله عني خير الجزاء في الدارين.  
إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له أماله، إلى من كان يدفعني  
قدما إلى الأمام لنيل المبتغى، إلى الإنسان الذي إمتلك الإنسانية بكل  
قوة، إلى الذي سهر على تعليمي بتضحيات جسام أبي الغالي على قلبي  
أطال الله في عمره.

إليهما إهدي هذا العمل المتواضع لكي أدخل على قلوبهما شيئا من  
السعادة

إلى روح جدي وجدتي الطاهرة رحمهما الله

وإلى اخوتي وكل العائلة وإلى كل زملائي

كما أهدي ثمرة جهدي لأستاذي الكريم "بوسعدية مسعود" الذي  
ساعدنا كثيرا وكلما سألت عن معرفة زودني بها، كلما طلبت كمية من  
وقته الثمين وفره لنا بالرغم من مسؤولياته المتعددة

## نور الهدى

# إِهْدَاء

بسم الله الرحمن الرحيم

الشكر لله بداية الذي أعانني في إتمام هذا العمل المتواضع، الى نبع الحنان  
وبلسم الشفاه والروح الطيبة، الى من كان دعائها سرنجاحي الى أمي أغلى  
الحياب، الى سندي وقوتي وملاذي بعد الله والنبض الساكن في عروقي أبي  
العزیز، الى من أثروني أنفسهم الى من أظهروا لي ما هو أجمل من الحياة الى من  
يجري حيمهم عروقي الى من ادين لهم بالكثير اخوتي، الى أستاذي الفاضل  
"بوسعدية مسعود" الذي تعلمنا منه الكثير وأصبح لنا مثالا يقتدي به  
الكثيرون، ليس فقط بالعلم بل وبالأخلاق والتفاني في العمل والى صديقاتي  
حبيباتي أنتم ملح الحياة فمن دونكم لا طعم لها ولا ذوق.

شكرا لاحتراكم وتقديركم لي، والى كل من يعرفني من قريب أو من بعيد.

فشكرا لكم من أعماق قلبي كل الكلمات تعجز عن شكركم وقلبي اليوم متعثر  
أمامكم ولا أدري كيف أوفيكم قدر كرمكم.

# أصلى

الملخص

تناولنا في هذه الدراسة " دور الإعلام الإلكتروني في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين إزاء كوفيد-19 "، وقد حاولنا في دراستنا هذه إبراز العلاقة بين الإعلام الإلكتروني والمتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي ورفع مستوى الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين والبحث عن الدوافع والتأثيرات، وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يدرس الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا وكانت الإستبانة هي أداة الدراسة لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، أما عينة الدراسة فقد بلغت 98 طالبا وطالبة تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية الطبقية من خلال تقسيم المجتمع إلى أقسام متجانسة فيما بينها ومختلة في داخلها.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الطلبة في تلقي المعرفة حول المستجدات الصحية حول كوفيد-19.
  - أن التعليمات والتوجيهات التوعوية حول كوفيد-19 هي من أهم المضامين التي يتلقاها الطلبة عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي
  - أن من أهم استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد19 هو تنمية ثقافتهم الصحية حول الفيروس بالدرجة الأولى
- كلمات مفتاحية:** الإعلام الإلكتروني، الوعي الصحي، الطلبة الجامعيين، كوفيد-19.

**Study summary:**

In this study, we dealt with " the role of electronic media in promoting health awareness among university students about COVID 19", and we have tried in this study to highlight the relationship between electronic media represented in social networks and raise the level of health awareness among university students and search for motives and influences and we have relied on the descriptive approach which studies the phenomenon as it exists in reality, and is interested in describing it accurately. The questionnaire was the study tool for collecting data and representing the study community in the students of the Department of Media and communications at Jijel university. As for the study sample, it amounted to 98 students who were selected in a stratified random sampling method by dividing the community into sections. Homogeneous with each other and different within them.

This study concluded a set of results, the most important of which are:

- Facebook is one of the most preferred social networks for students in receiving knowledge about health development about COVID 19.
- The awareness instruction and directives about COVID 19 are among the most important content that students receive through social networks.
- One of the most important uses by students of social networks with regard to health awareness about COVID 19 is to develop their health culture about the virus in the first place.

**Key words:** electronic media, health awareness, university students, COVID 19.



قائمة

المحتويات

الصفحة	المحتويات
	البسمة
	الشكر والعرفان
	الاهداء
	الملخص
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
1	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.</b>	
4	أولا: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
6	ثانيا: أسباب اختيار الموضوع
7	ثالثا: أهمية الدراسة
7	رابعا: أهداف الدراسة
8	خامسا: تحديد مفاهيم الدراسة
14	سادسا: مجالات وحدود الدراسة
15	سابعا: نوع الدراسة ومنهجها
17	ثامنا: مجتمع الدراسة والعينة
19	تاسعا: أدوات جمع البيانات
20	عاشرا: تحديد الدراسات السابقة
26	حادي عشر: المقاربة النظرية للدراسة
<b>الفصل الثاني : مدخل نظري حول الإعلام الإلكتروني</b>	
46	تمهيد
47	أولا: مفهوم الإعلام والإعلام الإلكتروني

48	ثانيا: شبكات التواصل الإجتماعي
48	ثالثا: نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي
49	رابعا: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
51	خامسا: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
52	سادسا: دور شبكات التواصل الاجتماعي
53	سابعا: أهداف شبكات التواصل الاجتماعي
54	ثامنا: خدمات شبكات التواصل الاجتماعي
55	تاسعا: مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
56	عاشرا: أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
62	حادي عشر: التأثيرات الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي
66	خلاصة
<b>الفصل الثالث: مدخل نظري حول الوعي الصحي وكوفيد 19</b>	
68	تمهيد
69	أولا: الوعي الصحي
69	1- مفهوم الوعي الصحي
69	2- مفاهيم حول الصحة والوعي الصحي
82	3- أهمية الوعي الصحي
82	4- أهداف نشر الوعي الصحي
83	5- مكونات الوعي الصحي ومراحل تكونه
83	6- مجالات الوعي الصحي
84	7- خصائص التوعية الصحية
85	8- طرق ووسائل نشر التوعية والتثقيف الصحي
86	9- ميادين التوعية الصحية
89	10- صفات الشخص الواعي صحيا

89	ثانيا: كوفيد -19
89	1- بداية الازمة الصحية كوفيد -19
90	2- طبيعة كوفيد -19
90	3- اعراض كوفيد -19
91	4- كيفية انتشار وتفشي كوفيد-19
91	5- العلاج واللقاحات
92	6- الوقاية من كوفيد -19 ومكافحته
94	خلاصة
<b>الفصل الرابع: الجانب التطبيقي</b>	
96	تمهيد
97	أولا: تحليل البيانات الجدولية
131	ثانيا: النتائج العامة للدراسة
134	ثالثا: نتائج الدراسة على ضوء المداخل النظرية المعتمدة.
136	رابعا: التوصيات والإقتراحات
140	الخاتمة
142	قائمة المصادر والمراجع
152	الملاحق

قائمة

الجدول

رقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	97
02	توزيع أفراد العينة حسب السن	98
03	توزيع أفراد العينة حسب التخصص	99
04	توزيع أفراد العينة حسب المرحلة الدراسية	100
05	يوضح كيفية تسجيل الافراد في مواقع التواصل الاجتماعي	101
06	يوضح ما اذا كان الافراد العينة يضيفون البيانات صحيحة عنهم في شبكات التواصل الاجتماعي	102
07	يوضح مدة استخدام افراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	103
08	يوضح الوسيلة المعتمدة لدى افراد العينة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي	104
09	يوضح كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	105
10	يوضح المعايير التي يعتمد عليها للحكم على مصداقية المعلومات التي يتلقاها الطالب من شبكات التواصل الاجتماعي	106
11	يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي لديهم حساب فيها	108
12	يوضح ماهي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في تلقي المعرفة حول المستجدات الصحية	109
13	يوضح الإحصاءات وأرقام حول تطورات الفيروس	110
14	يوضح التعليمات والتوجيهات التوعوية	111
15	منشورات ترويج دعائية للقاحات	112

113	شائعات مضللة	16
114	يوضح معرفة اخر المستجدات والاخبار حول الفيروس	17
115	يوضح التواصل مع المختصين والتوثق منهم حول المعلومات الخاصة بالفيروس	18
116	يوضح الاطلاع على آراء وتعليقات الاخرين على الموضوعات المتعلقة بالفيروس	19
117	يوضح تنمية ثقافتني الصحية حول الفيروس	20
118	يوضح تزويد بمعلومات عن أصل الفيروس ونشأته	21
119	يوضح معلومات حول طريقة الوقاية من الفيروس	22
120	يوضح التعرف من خلالها الى التعليمات التي تصدرها الجهات الصحية الرسمية	23
121	يوضح زيادة المعرفة بالآثار المترتبة على عدم الالتزام بالتباعد الاجتماعي ولبس الكمامة	24
122	الحصول من خلالها على معلومات تفصيلية عن اللقاحات المصطنعة أخيرا ضد الفيروس	25
123	تأثير في القرار بالالتزام بالتعليمات الوقائية من الفيروس بلبس الكمامة والتباعد	26
124	الاقناع ان الإجراءات الرسمية سليمة وممتازة	27
125	الشعور بالخوف والقلق	28
126	تضعف الثقة بكل ما يقال عن الفيروس	29
127	دفع الى حث الاخرين على الالتزام بتعليمات الوقاية	30
128	تقود الى مشاركة المنشورات المتعلقة بالتوعية الصحية حول الفيروس	31
129	تفاعل من خلالها مع منشورات التوعية بالتعليق والاعجاب	32

130	ارسال العديد من الرسائل التوعية والتوجيهية الى الأصدقاء والمعارف	33
-----	--	----



# قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
30	يوضح الإستخدامات والإشباعات	01
42	النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام	02
97	توزيع افراد العينة حسب الجنس	03
98	توزيع افراد العينة حسب العمر	04
99	توزيع افراد العينة حسب التخصص	05
100	توزيع افراد العينة حسب المرحلة الدراسية	06

# مقدمة

تعاقت على البشرية في فترة وجيزة ثلاث مستجدات كونية هامة، وهي ظهور التقنيات وتطورها المتسارع، والتي أعقبتها الطفرة الكمية والنوعية في المعلومات وأخيرا تعدد وسائل الاتصالات وتنوعها. وكانت من نتائج تلك المستجدات بروز الإعلام الإلكتروني وكانت أبرز مظاهره وتطبيقاته هي شبكات التواصل الاجتماعي.

وشبكات التواصل الاجتماعي اليوم من أهم الوسائل لتنمية المجتمع في جميع مجالات الحياة، ونظرا لدوره الكبير في مجال تثقيف أفراد المجتمع وتوعيتهم، فإن دور شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية يعد مدخلا فاعلا في رفع مستوى الصحة العامة بين الأفراد وتخليصهم من العادات والتقاليد القديمة غير السليمة وتحررهم من الجهل والتخلف العلمي والاجتماعي، وخلق أفراد ذوي مستوى عال من الوعي والمعرفة بالحقائق العلمية الخاصة بالصحة من أجل عدم الوقوع في المشاكل الصحية والأمراض.

وعليه تحمل التوعية والتثقيف الصحيين أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث تعتبر التوعية الصحية حقا لكل أفراد المجتمع والوسيلة الفعالة والرئيسة التي تسهم في توعية المجتمع من جهة وتحسين مستوى صحة المجتمع من جهة أخرى.

ونظرا لأهمية وجدوى شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي وإرساء دعائمه في تنمية وغرس مفاهيم التثقيف الصحي لدى الطلبة الجامعيين خاصة في ظل الانتشار السريع والواسع للفيروسات، ولعل أحدثها فيروس كورونا كوفيد 19 الذي ظهر في الصين لينشر في جميع أنحاء العالم ليعلن عنه وباءا عالميا في مارس 2020، تأتي هذه الدراسة لتتعرف من خلالها إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي بصفاتها جزءاً من الإعلام الإلكتروني في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين إزاء كوفيد19.

ومن هذا المنطلق تناولت هذه الدراسة دور الإعلام الإلكتروني في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين إزاء كوفيد 19، وقد قمت بتقسيم هذه الدراسة على أربعة فصول؛ تضمن الفصل

الأول الإطار المنهجي للدراسة وقمنا فيه بالتعريف بموضوع الدراسة، وتحديد الإشكالية وتساؤلاتها الفرعية، وأهداف وأسباب اختيار الموضوع، وتحديد المفاهيم، وكذلك مختلف الإجراءات المنهجية، من منهج وأدوات جمع البيانات، مجتمع البحث، وعرض الدراسات السابقة، كما قمنا بعرض النظريات المفسرة للدراسة والمتمثلة في نظرية الإستخدامات والإشباع، ونظرية الإعتماد على وسائل الإعلام،

أما الفصل الثاني، فقد تطرقنا فيه إلى الإعلام والإعلام الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي؛ نشأتها وتطورها، خصائصها، أنواعها، دورها، أهدافها، وخدمات شبكات التواصل الاجتماعي، وإستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، وأهم مواقعها (الفييس بوك، تويتر، الأنستغرام، اليوتيوب)، بالإضافة إلى التأثيرات الإيجابية والسلبية. أما الفصل الثالث فقد تم تخصيصه لموضوع الوعي الصحي وكوفيد-19، حيث تضمن مجموعة من العناصر بدءا بمفهوم الوعي الصحي، مفاهيم حول الصحة والوعي الصحي، أهمية الوعي الصحي، أهداف نشر الوعي الصحي، مكونات الوعي الصحي ومراحل تكوينه، مجالات الوعي الصحي، خصائص التوعية الصحية، طرق ووسائل نشر التوعية والتثقيف الصحيوصفات الشخص الواعي صحيا، أما بالنسبة لكوفيد-19 فقد تطرقنا إلى بداية الأزمة الصحية كوفيد-19، طبيعته، أعراضه، كيفية إنتشاره، العلاج واللقاحات، والوقاية من كوفيد-19 ومكافحته.

وفي الفصل الرابع تم عرض النتائج العامة للدراسة بعد استكمال تفرغ البيانات في الجدول وتحليلها وتفسيرها، وأيضا عرض نتائج الدراسة على ضوء المداخل النظرية المعتمدة وأخيرا التوصيات والمقترحات.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

ثانياً: أسباب إختيار الموضوع

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة

سادساً: مجالات وحدود الدراسة

سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها

ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة

تاسعاً: أدوات جمع البيانات

عاشراً: تحديد الدراسات السابقة

حادي عشر: المقاربة النظرية للدراسة

خلاصة

## أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

أدى التطور التكنولوجي الذي شهده العالم في منتصف التسعينات من القرن الماضي إلى وجود ما نعتبره طفرة هائلة في عالم الاتصالات. حيث انتشر استخدام الأنترنت في كل أنحاء العالم وفي كافة جوانب الحياة. فأصبح العالم قرية صغيرة، بل أصبح في نظر بعض الباحثين بمنزلة بناية بعد أن كان من الصعب التواصل بين الأفراد في أنحاء العالم المتفرقة. حيث قرب الأنترنت المسافات بين الأفراد وأصبح أفضل وسيلة لتعارف الأفراد والاتصال فيما بينهم.

وقد ألفت التطورات الراهنة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بكل سماتها وخصائصها وتطبيقاتها وآفاقها الإعلامية والمجالات الجديدة للتعبير التي فتحتها أمام المؤسسات الإعلامية التقليدية، وكذلك أمام المواطن، فظهر الإعلام الإلكتروني والذي أصبح مظلة واسعة لكثير من التوسعات والاختراعات التي رافقت ظهوره، وأبرزها الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي والاعتماد على الأنترنت بهدف إيصال المضامين بطريقة مؤثرة، ليكون في النتيجة إعلاماً إلكترونياً، ورقمياً، وشبكياً، وشخصياً، واجتماعياً، وأصبح يشمل شبكات التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالتشبيك الاجتماعي (social Media) والتي تعد نوعاً جديداً من أنواع الصحافة التي نشأت وتبلورت في كنف الأنترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة ومن بين هذه الشبكات (الفيسبوك، المدونات، الإنستغرام واليوتيوب) وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي. وقد وصل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك الذي يتصدر الصدارة في الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي تم يليها التويتر تم موقع اليوتيوب والذي بلغ مستخدميه الملايين من المشاهدات في اليوم الواحد هذا وقد حققت شبكات التواصل الاجتماعي نجاحاً كبيراً في استقطاب الجماهير كونها تلعب دوراً بارزاً في عملية جمع وتحليل الأخبار وتبادلها بين المستخدمين وهو ما يؤكد أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لم يعد مقتصرًا أو قائمًا على التواصل والاتصالات وربط وتكوين الصداقات في إطار المواضيع ذات الاهتمام المشترك بل تعددت مجالاتها واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا ذات أبعاد صحية، اجتماعية سياسية... ولعل ما سوف نتطرق إليه هنا وتعمق فيه أكثر هو اهتمام شبكات التواصل الاجتماعي بالجانب الصحي. لأن الوعي الصحي من بين أهم انشغالات المجتمع حيث

تشكل التوعية الصحية حاجزا قويا ومتينا لدى الناس، من خلال التعرف على العديد من الأمراض المختلفة التي قد يصابون بها، والذي يعود عليهم بالتمتع بالصحة الجيدة عقليا وجسميا، كما تعتبر التوعية الصحية مقياس من مقاييس التنمية في أي دولة من الدول حيث تلعب دورا كبيرا ليس فقط في تحسين صحة الفرد أو المجتمع، وإنما في اقتصاديات الصحة وحسن استخدامها، لذا تبرز قضية الوعي الصحي واكتسابه ونشره كأحد الأولويات والأهداف الرئيسية خاصة في زمننا هذا الذي توحى الكثير من المؤشرات بتدني الصحة العامة وانتشارا كبيرا للأمراض والأوبئة ومنها فايروس كورونا (كوفيد 19). الوباء الذي ظهر في مدينة ووهان الصينية لينتشر في جميع دول العالم والذي بلغت الإصابات البشرية فيه حتى بدايات شهر أبريل 2021 قرابة أكثر من (133,146,550) مائة وثلاثة وثلاثين مليوناً ومائة وستة واربعون ألفاً وخمسمائة وخمسين، وبلغ عدد الوفيات (2,888,530) مليونين وثمانمائة وثمانية وثمانين ألفاً وخمسمائة وثلاثين<sup>(1)</sup>. وفي ضوء هذه التطورات اتخذت إجراءات وقائية وعلاجية كثيرة من قبل منظمة الصحة العالمية ودول العالم. وسارعت وما تزال جميع المؤسسات إلى القيام بمهامها في مواجهة الفايروس توعويا وصحيا ومن هنا كان لشبكات التواصل الاجتماعي حضورا كبيرا في متابعة ونقل التطورات في آخر مستجدات هذا الفايروس كونها من وسائل الإعلام الجماهيرية التي ساهمت في توعية أفراد المجتمع إزاء فايروس كورونا. واتخاذ الإجراءات الوقائية والعلاجية والرسمية. من هنا انبثقت إشكالية دراستنا والتي يمكن صياغتها بالتساؤل الآتي: **مادور الإعلام الإلكتروني في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين إزاء كوفيد 19؟**

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد \_19؟

(1) [WHO Coronavirus \(COVID-19\) Dashboard | WHO Coronavirus \(COVID-19\) Dashboard With Vaccination Data](#)



- ما المضامين التي تلقاها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19؟
- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19؟

### ثانيا: أسباب اختيار الموضوع

إن المراحل الأساسية في عملية إنجاز أي بحث هي مرحلة اختيار الموضوع، وقد تعدد أسباب اختيار معين لدى الباحث بين أسباب ذاتية وموضوعية، ومن أسباب اختيار موضوعنا هذا مايلي:

#### 1. الأسباب الذاتية:

- ✓ الرغبة الذاتية في دراسة هذا الموضوع والإلمام بجوانبه الخفية والميل الشخصي نحو هذا النوع من الدراسات للبحث والتحليل والمناقشة.
- ✓ اشباع الفضول العلمي من خلال اكتشاف مدى تفاعل الطلبة مع المواضيع المهمة والطارئة في شبكات التواصل الاجتماعي.
- ✓ رغبة الباحثة في بيان او تبيان مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي حول كوفيد 19.

#### 2. الأسباب الموضوعية:

- ✓ إن منصات التواصل الاجتماعي بصفة عامة ومواقع مثل (الفيسبوك. والتويترو. واليوتيوب) خاصة كونها ظاهرة في الإعلام الرقمي أتاحت العديد من التطبيقات وتغلغلت في العديد من الموضوعات ومنها ما يتعلق بالشأن الصحي.
- ✓ حداثة الموضوع والتعرف إلى أساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الموضوعات التي تهم المجتمع بشكل مباشر وكذلك تعني الرأي العام.
- ✓ تنافس وسائل الإعلام وتباينها فيما تقدمه حول التوعية الصحية لاسيما ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ قلة الدراسات التي تناولت هذا الجانب لاسيما فيما يتعلق بمجتمع الدراسة طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

### ثالثا: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة الحالية في جودة الموضوع الذي تتناوله وحجم الإرهاصات (الآثار والنتائج) الصحية والاجتماعية التي تعرضت لها المجتمعات. كما أن ظروف الحجر الصحي أثناء جائحة كورونا أثرت على أنماط استخدام الشبكات الاجتماعية وتوظيفها في التواصل وتلقي المعلومات ولا شك أن التوعية الصحية أصبحت هدفا وشغلا شاغلا لمعظم وسائل الاتصال التقليدية والرقمية، كما تظهر أهمية الدراسة في كونها من الدراسات التي تعنى بدراسة وسائل اتصال متجددة التفاعل ومتعددة الاستخدامات والتأثير والإشباع، كما تمثل هذه الدراسة من الناحية العلمية إثراء للمكتبة العلمية بموضوعها، ويتوقع أن يستفاد منها في الدراسات الأكاديمية وخاصة في الإعلام والاتصال وما يتعلق بالتواصل الاجتماعي في التوعية الصحية.

### رابعا: أهداف الدراسة

فقيمة أي بحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية مرتبط بقيمة الأهداف والنتائج التي يسعى الباحث إلى تحقيقها والوصول إليها وعليه فإن دراستنا هذه تهدف إلى التعرف على:

✓ عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك. تويتر. يوتيوب) من قبل طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

✓ دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لشبكات التواصل الاجتماعي

✓ المضامين التي يتلقاها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19.

✓ التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19.

✓ فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الجماهير وتوعيتهم بمخاطر فيروس كورونا والتأثير في سلوكياتهم السلبية.

✓ إثراء الجانب البحثي فيما يتعلق بفعالية شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول كوفيد 19.

#### خامسا: مفاهيم الدراسة

يلعب تحديد المفاهيم دورا هاما ورئيسا في أي بحث باعتبارها تلك المفاتيح التي تدل على موضوع الدراسة، ومن أهم مفاهيم دراستنا هذه: الدور، الإعلام الإلكتروني، شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي الصحي، الطلبة الجامعيين، كوفيد 19.

#### • الدور:

**لغة:** يعرف الدور لغة بأنه الحركة أي الفعل والعمل، ونلاحظ من خلال هذا التعريف أن الدور مرتبط بالقدرة على الحركة والنشاط، وحسب معجم woutburg و Bloch فإن كلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية Rotulos التي تعني من جهة ورقة مطوية تحمل مكتوب، ومن جهة ثانية يجب أن يستظهره ممثل مسرحية، وابتداء من القرن 11 م بدأ استعمال مفهوم الدور بمعنى وظيفة اجتماعية أو مهنية<sup>(1)</sup>.

**إصطلاحا:** هناك عدة تعريفات للدور منها: تعريف سنفورد (sinford): "هو تصور لسلوك يرتبط بشخص معين، وبصفة من صفاته الشخصية لأنه تعبير عن حاجات الشخص"، ويعرف أيضا على أنه: "مجموعة من القيم والمعايير التي تحدد السلوك المنتظر من شخص معين، واستنادا إلى سماته الشخصية، وخصائصه الفردية"<sup>(2)</sup>.

والدور: "هو نمط من الأفعال أو التصرفات التي يتم تعلمها إما بشكل عارض والتي يقوم بها شخص ما في موقف يتضمن تفاعلا ما، وهو مجموعة من الأفعال التي يتوقعها المجتمع ممثلا في هيئاته وأفراده فيمن

(1) عمر بن عيشوش، حسان بوسوسوب: درو شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19، المجلد 02، العدد 02، جوان 2020، ص 292.

(2) سميج أبو مغلي، عبد الحافظ سلامة: علم النفس الاجتماعي، ط 1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 137.

يشغل وصفا اجتماعيا في وقت معين.<sup>(1)</sup>، فالدور هو "وظيفة أو مكانة الإنسان الفرد في موقف معين كدور الأب والطبيب، والقائد والداعية وهو الجانب الحركي للمركز، أو هو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها أو يفوضها المركز"<sup>(2)</sup>.

إجرائيا: هو المهام والمسؤوليات التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي اتجاه تعميق الوعي الصحي للطلبة الجامعيين وإيصال المعلومة الصحية السليمة والاستفادة منها في اكتساب سلوك صحي سليم.

### • الإعلام الإلكتروني:

إصطلاحا: هو "نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الإتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر وهو يعتمد بشكل رئيسي على الأنترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية بحتة"<sup>(3)</sup>.

إجرائيا: هو نوع من الإعلام الجديد نشأ وتبلور في كنف الأنترنت يستخدم الوسائط الإلكترونية أدوات له، ويمتاز بمجموعة من الخصائص كالتفاعل والمرونة والشمولية والتنوع... إلخ، ونقصد بالإعلام الإلكتروني في دراستنا هذه شبكات التواصل الاجتماعي.

### • شبكات التواصل الاجتماعي:

إصطلاحا: هناك عدة تعاريف لشبكات التواصل الاجتماعي منها:

تعرفها هبة محمد خليفة "بأنها شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الإتصال ببعضهم البعض، وبعد سنوات طوال تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي، وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم"<sup>(4)</sup>.

(1) سماح سالم سالم، جمال عبد الحميد جادو: الإرشاد الاجتماعي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2015، ص ص 102، 103.

(2) خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر، 2001، ص 93.

(3) عباس ناجي حسن: الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 99.

(4) علي خليل شقرة: الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 59.

ويعرفها زاهر راضي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها"<sup>(1)</sup>. وتعرف موسوعة ويب أو يديا الشبكات الاجتماعية بأنها: "عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدميه وضع صفحة شخصية عامة معروضة، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالتجول على تلك الصفحة الشخصية"<sup>(2)</sup>. وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضا: "بأنها تلك المواقع التي توجد على شبكة الأنترنت العالمية، وتتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية، وتكوين علاقات مع مستخدمين آخرين للمواقع نفسها، ويتم من خلالها تفاعل المستخدمين مع بعضهم بعض، وتواصلهم مع أصدقائهم وعائلاتهم وزملائهم"<sup>(3)</sup>.

إجرائيا: هو مجموعة من الشبكات والمواقع التي يعتمد عليها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل في تنمية الوعي الصحي لديهم حول كوفيد 19، ومعرفة آخر المستجدات والتطورات حول هذا الفيروس القاتل.

### • الوعي:

لغة: ذكر في القاموس الفرنسي petit Larousse ulistrée أنه إدراك معرفة الفرد للشئ بوضوح سواء حول عالمه الخارجي أو ما بداخله وهو أيضا إحساس داخلي يدفع الفرد للتحكم على الأشياء والأفعال في حسنها أو سوءها<sup>(4)</sup>.

إصطلاحًا هو: "إدراك المرء لداته ولما يحيط به إدراكا مباشرا، والشعور أساس كل معرفة ويمكن إرجاع الشعور إلى ثلاثة: الإدراك والمعرفة، الوجدان، النزوع والإرادة، وهذه المظاهر الثلاثة متصلة ببعضها كل الإتصال"<sup>(5)</sup>

(1) اعزام محمد علي الجولي، جميل خليل محمد: الإعلام والطفل، ط1، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 336.

(2) جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص128.

(3) حسن شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا: وسائل التواصل الاجتماعي "رحلة في الأعماق"، ط1، دار القلم، دمشق، 2020، ص23.

(4) لامية صابر، محمد غزالي: دراسات في الإعلام الجديد، ط1، مكتبة المجتمع العربي، الجزائر ومكتبة الإعصار العلمي، عمان، 2016، ص216.

(5) عبدا العزيز عبد الله الدخيل: معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية والعلوم الاجتماعية، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص56.

ويشير معجم الوجيز: "إلى أن كلمة الوعي تعني الإدراك والإحاطة، ووعاه أي أكسبه القدرة على الفهم والإدراك، ووعى الأمر أي أدركه على حقيقته، هذا المفهوم ربط الوعي بالادراك والاحاطة".

ويعرف الوعي في علم النفس "بأنه حالة من حالات الإدراك إذ يسمح للفرد بالتمييز عن الآخرين"<sup>(1)</sup>.

ويعرفه عبد الباسط عبد المعطي فيقول: "هو إعادة إنتاج البشر للواقع في شكل أفكار وتصورات ونظريات في مرحلة معينة من التطور التاريخي وبالارتباط معه".

وعرف روبرت الوعي فقال: "الوعي هو محتوى العقل، فهو كل شيء تستمد منه الخبرة المباشرة شكلاً، إدراكنا، مشاعرنا، أحاسيسنا، تصوراتنا، أفكارنا، فهو الإجمالي العام للخبرة"<sup>(2)</sup>.

#### ● الصحة:

تعرف الصحة اصطلاحاً حسب التعريف الذي وضعه العالم نيومان (Newman)، بأنها "حالة التوازن النسبي لوظائف الجسم، وأن حالة التوازن هذه تنتج عن تكيف الجسم مع العوامل الضارة التي يتعرض لها"<sup>(3)</sup>.

"كما عرفتها منظمة الصحة العالمية WHO بأنها حالة تمتع الفرد بكامل العافية البدنية والعقلية والاجتماعية وليست مجرد الخلو من الأمراض أو العاهة"<sup>(4)</sup>.

وتعرف الصحة في الجنس البشري "بمدى التواصل الفيزيقي والوجداني والعقلي للشخص وقدرته الاجتماعية في مواجهة بيئته السيئة بوجود المرض فيمكن أن تعرف الصحة الجيدة بغيابه"<sup>(5)</sup>.

<sup>(1)</sup> شهرزاد نوار، كلثوم قير: الثقافة الصحية والوعي الصحي: قراءة في المفهوم والدلالة، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 02، العدد 02، جوان 2020، ص 351.

<sup>(2)</sup> محمد الحنفاوي: الصحافة والتوعية الصحية، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دمشق، 2014، ص ص132، 133.

<sup>(3)</sup> صلاح محمد ذياب: إدارة خدمات الرعاية الصحية، ط1، دار الفكر، عمان، 2010، ص 168.

<sup>(4)</sup> عبد العزيز عبد الله الدخيل: معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية والعلوم الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 122.

<sup>(5)</sup> نجلاء عاطف خليل: في علم الاجتماع الطبي "ثقافة الصحة والمرض"، دط، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2005-2006، ص 26.

### • الوعي الصحي:

**إصطلاحاً:** "إلمام أفراد المجتمع بالمعلومات والحقائق الصحية، وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم من خلال تحويل الحقائق الصحية السليمة إلى عادات سلوكية تمارس بتلقائية دون أدنى تفكير"<sup>(1)</sup> كما يعرف بأنه "عملية إدراك الفرد لداته وإدراك الظروف الصحية المحيطة وتكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع، كما أنه جملة من التطورات والمعتقدات والرؤى التي تعين الإنسان في حياته وتحدد سلوكه ويقصد به هنا إلمام الناس بالمعلومات والحقائق الصحية، وهو كذلك علم وفن له تأثير على رغبات وسلوكيات الأفراد في المجتمع من خلال اكتسابهم القوة لاتخاذ القرارات اتجاه صحتهم"<sup>(2)</sup>.

ويقول الله تعالى: ﴿ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون﴾.<sup>(3)</sup>

والوعي الصحي: "هو المعرفة والفهم وتكوين الميل والإتجاهات لبعض القضايا الصحية المناسبة للمرحلة العمرية، بما ينعكس إيجاباً على السلوك الصحي"<sup>(4)</sup>

**إجرائياً:** يقصد به إلمام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل بالمعلومات الأساسية حول كوفيد 19، من مخاطر وأعراض وإحساسهم بمعاونة المرضى وإرشادهم وتوجيههم نحو معرفة الإجراءات اللازمة لمكافحة هذا الفيروس والتزامهم بالإجراءات الوقائية.

### • الطلبة الجامعيون:

**الطالب:** اصطلاحاً: "تطلق لفظة طالب على كل متعلم مسجل في معهد عال أو جامعة أو كلية، على عكس كلمة تلميذ التي تطلق على المتعلم في صفوف مرحلة التعليم الأساسي، لذلك يقال "طالب جامعي

(1) سمير أحمد أبو العيون: الثقافة الصحية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2013، ص23.

(2) وفاء قاسم سلمان: الوعي الصحي والثقافة الصحية لدى عينة من الأمهات (25\_43 سنة) بمنطقتي الحضر والريف في بغداد، مجلة كلية التربية للبنات، المجلد 27، العدد 6 (31 ديسمبر/كانون الأول 2016)، جامعة بغداد، ص. 2160-2168.

(3) سورة آل عمران، الآية 104.

(4) محمد الحنفاوي: مرجع سبق ذكره، ص133.

"و"طالب آداب" و"طالب علوم"، "طالب رياضيات" و"لايقال" "تلميذ آداب" وإنما يقال "تلميذ ابتدائي" و"تلميذ مدرسة" على سبيل المثال لا الحصر<sup>(1)</sup>.

الجامعة لغة: "مؤنث جوامع، وهو الإسم الذي يليق على المؤسسة الثقافية التي تشتمل على معاهد التعليم العالي في أهم فروعها، كالفلسفة والطب والحقوق والهندسة والأدب.<sup>(2)</sup>

اصطلاحاً: "هي مؤسسة للتعليم العالي، تهتم بتدريب وتعليم الطلاب الذين ينهون دراستهم الثانوية، وتضم عدداً من المعاهد أو الكليات التي تتولى التدريس في مختلف الدراسات العليا على أن يكون في مناهجها ثلاث كليات على الأقل تتولى تدريس العلوم الإنسانية، وما يتفرع منها، أو العلوم التطبيقية وما يتفرع منها".<sup>(3)</sup>

الطالب الجامعي: اصطلاحاً: "هو ذلك الشخص الذي له كفاءاته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة، تبعاً لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة، أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عددياً النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية".<sup>(4)</sup>

إجرائياً: يقصد بالطلبة الجامعيين في هذه الدراسة طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى بيجل الذين يتلقون تعليمهم في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم الإعلام والاتصال، ويستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز وعيهم الصحي.

(1) جرجس ميشال جرجس: معجم مصطلحات التربية والتعليم، دط، دار النهضة العربية، بيروت، 2005، ص 251.

(2) العلمي فريدة، رواجي رزيقة: دور الجامعة: بين جدلية إنتاج المعرفة وتحقيق الأهداف المطلوبة من المجتمع، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد الأول، العدد 07، سبتمبر 2017، ص 209.

(3) جرجس ميشال جرجس: نفس المرجع السابق، ص 250.

(4) شعباني مالك: دور الإداعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة،

2006، 2005، ص 41.



## • كوفيد 19:

اصطلاحاً: "هو مرض تتسبب به سلالة جديدة من الفيروسات التاجية (كورونا) الإسم الإنجليزي للمرض مشتق كالتالي: "CO" هما أول حرفين من كلمة كورونا (corona) و"VI" هما أول حرفين من كلمة virus وهو أول حرف من كلمة Disease وأطلق على هذا المرض سابقاً إسم. novel 2019 وهو فيروس جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس الذي يتسبب بمرض المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارز) وبعض أنواع الزكام العادي<sup>(1)</sup>.

ويعرف أيضاً على أنه: "فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (السارز)<sup>(2)</sup>.

## سادساً: مجالات وحدود الدراسة

تتمثل مجالات الدراسة فيما يلي:

- المجال الجغرافي (المكاني): أجريت هذه الدراسة بجامعة "محمد الصديق بن يحيى" ولاية جيجل قطب تاسوست، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وبالتحديد قسم الإعلام والاتصال.
- المجال البشري: أجريت هذه الدراسة على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.
- المجال الزمني: بدأنا هذه الدراسة بعد تحديد وضبط عنوان الموضوع بدقة وذلك من بداية شهر مارس 2021 إلى غاية شهر جويلية 2021. وتضمنت هذه الفترة 3 جوانب، جانب منهجي. جانب نظري وجانب تطبيقي.

(1) عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوب: مرجع سبق ذكره، ص 293.

(2) جمال كويجل، بوبكر سناطور: دور المنصات الرقمية في دعم التعليم الجامعي عن بعد في ظل انتشار جائحة كوفيد 19 منصة مودل (Model)

بجامعة سطيف 2 أنمودجا، المجلد 12، العدد 01، جانفي 2021، ص 11.

- الجانب المنهجي: بعد وضع الخطة بدأنا في الإطار المنهجي حيث قمنا بتحديد إشكالية الموضوع وأسباب وأهداف وأهمية الدراسة، وضبط المفاهيم وكذلك الدراسات السابقة، والمقاربة النظرية للدراسة، كما قمنا أيضا بضبط وتحديد نوع الدراسة ومنهجها ومجتمع البحث والعينة الممثلة وكذلك الأداة المناسبة لدراسة مشكلة البحث، واستغرق ذلك حوالي شهرا ونصف (15 فيفري إلى 15 أبريل).
- الجانب النظري: وشرعنا العمل بعد الانتهاء من الجانب المنهجي مباشرة من (15 أبريل حتى 10 ماي) حيث قمنا بجمع المراجع والمصادر والمعلومات اللازمة لإنجاز هذا البحث.
- الجانب التطبيقي: وهو آخر وأهم جزء في البحث وبدأنا العمل فيه من شهر ماي إلى غاية تسليم المذكرة في شهر جويلية 2021

### سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها

يعرف المنهج على أنه: "طريقة البحث التي يعتمد عليها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المكتبية والعقلية وتصنيفها وتحليلها وتنظيرها".<sup>(1)</sup> ويعرف المنهج أيضا "بأنه عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه، وبالتالي فالمنهج ضروري للبحث، إذ هو ينير الطريق، ويساعد الباحث في ضبط أبعاد ومساعي وأسئلة وفروض البحث"<sup>(2)</sup>.

ويعرف عبد الرحمن بدوي المنهج بأنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة"

أما القاموس الحديث لعلم الاجتماع فيعرف المنهج العلمي بأنه: "عملية يتم في إطارها بناء كيان من المعرفة العلمية من خلال الملاحظة والتجريب والتعميم والتحقيق."<sup>(3)</sup> كما يعرفه كايلان على أنه: "الوسيلة التي عن طريق استخدامها تزداد فاعليتها وزيادة معرفتنا وفهمنا للحقائق"<sup>(4)</sup>.

(1) إحسان محمد الحسن: مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 11.

(2) رشيد زرواتي: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية "أسس علمية وتدريبية"، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2004، ص 104، 105.

(3) ميلود سقاري، الطاهر سعود: المدخل إلى المنهجية في علم الاجتماع، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007، ص 52.

(4) أحمد عياد: مدخل منهجية البحث الاجتماعي، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص 34، 35.

إن نوع الدراسة هو الذي يحدد نوع المنهج المناسب، وليس عن طريق الاختيار العشوائي، وبما أن دراستنا هذه تهدف إلى التعرف على الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين إزاء كوفيد\_19، فإن الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية لأنها تقوم بوصف وشرح الظاهرة وتحليلها بعمق، وذلك للوصول إلى نتائج دقيقة ومنطقية.

وتعرف البحوث الوصفية بأنها: "الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها، والمجال العلمي التي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، كما يمكن تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام هذه البحوث"<sup>(1)</sup>

ويذهب تعريف آخر إلى أن المنهج الوصفي "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا، عن طريق جمع معلومات، مقننة عن المشكلة وتصنيفها، وتحليلها، وإخضاعها للدراسة الدقيقة"<sup>(2)</sup>.

ويستخدم المنهج الوصفي لجمع بيانات دقيقة عن الظاهرة التي يتصدى لدراستها في ظروفها الراهنة، كما يسعى أحيانًا إلى تحديد العلاقات بين هذه الظاهرة والظواهر التي يبدو أنها في طريقها للتطور أو النمو ووضع تنبؤات عنها"<sup>(3)</sup>.

(1) منال هلال مزاهرة: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، كنوز المعرفة، عمان، 2010، ص 105.

(2) بلقاسم سلاطنية، حسان الجيلاني: المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 133.

(3) عباس محمود عوض: في علم النفس الاجتماعي، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص ص 23، 24.

## ثامنا: مجتمع الدراسة والعينة

يمثل مجتمع الدراسة وعينتها جوهر البحث، وأساسه، لذلك لابد من تحديدهما بدقة ووضوح.

ويعرف مجتمع البحث على أنه: "المجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة ويشمل كل أنواع المفردات مثل الأشخاص، السيارات، الشوارع، والمؤسسات،... الخ".<sup>(1)</sup>

كما يشير مصطلح مجتمع البحث في كثير من أدبيات البحث العلمي إلى مجموع الوحدات التي يمكن أن يتعامل معها الباحث في سبيل جمع بياناته البحثية، وهو بذلك تعبير عن كتلة ليست محصورة ومحددة بالضرورة من حيث عدد وأسماء وحداتها، لكنها محددة من حيث توفرها على سمات ومعايير عامة ومشاركة يركز عليها الباحث في بناء المقاييس الأولية لإطار المعاينة<sup>(2)</sup>، أي كافة المفردات التي يتعامل معها الباحث في جمع بياناته تشترك في سمات ومعايير يركز عليها الباحث في بناء مقاييس معاينته. أو بعبارة أخرى، فإن مجتمع البحث "هو مجموع وحدات البحث التي نريد الحصول على بيانات منها أو عنها"<sup>(3)</sup>.

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف مجتمع البحث على أنه كافة افراد او وحدات المجتمع الدراسة الأصلي التي يتعامل معهم الباحث في جمع بياناته البحثية.

ومجتمع البحث في دراستنا هذه يشمل طلبة قسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحي - جيجل - الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية، ولأن مجتمع الدراسة كبير يصعب على الباحث معه إجراء دراسة مسحية على جميع مفرداته، فيلجأ إلى ضبط مفردات البحث في عينة محددة، أي إجراء الدراسة على مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة الأصلي.

وتعرف العينة بأنها "مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية، ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا في المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليه"<sup>(4)</sup> كما تعرف العينة

(1) محمد سرحان علي الحمودي: مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، صنعاء، 2019، ص 158.

(2) سعد الحاج بن جخدل: العينة والمعاينة "مقدمة منهجية قصيرة جدا"، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2019، ص 17.

(3) عبد الله عامر الهماي: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط3، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا، 2003، ص 236.

(4) سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1999، ص 293.

بأنها "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسي الأصلي"<sup>(1)</sup>. فالعينة هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله. ووحدات العينة قد تكون أشخاصاً كما تكون أحياءاً أو شوارعاً أو مدناً أو غير ذلك"<sup>(2)</sup>

فالعينة من خلال التعاريف السابقة هي جزء من مجتمع البحث الأصلي يختاره الباحث بأساليب معينة، تضم عدداً من الأفراد من المجتمع الأصلي، وتعميم النتائج المتوصل إليها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.

فبعد تحديدنا لمجتمع الدراسة والذي يتمثل في الطلبة الجامعيين تكون عينة الدراسة نسبة معينة من طلبة الإعلام والاتصال، ولتعدد مراحل الدراسة لهذا المجتمع تلجأ الباحثان إلى استخدام العينة العشوائية الطبقية وذلك لتناسبها مع مجتمع الدراسة المتنوعة وغير المتجانس من ناحية المستوى الدراسي والبحثي، والعينة العشوائية الطبقية هي "التي يتم فيها تقسيم المجتمع أو الإطار إلى أقسام أو طبقات متجانسة في داخلها، ومختلفة فيما بينها"<sup>(3)</sup>.

تهدف الباحثان من هذه العينة إلى تمثيل المراحل الدراسية المختلفة للمجتمع المراد قياسه أو مسحه، ويكون حجم الطبقة في العينة متناسباً مع حجم الطبقة في المجتمع الأصلي<sup>(4)</sup>. وعليه ستكون عينة الدراسة وفق طبقات المجتمع، ليسانس وماجستير حسب سنة كل مرحلة دراسية، وفي ضوء ذلك قمنا بإحصاء طلبة قسم الإعلام واتصال حسب السنوات الدراسية؛ (السنة الثانية علوم الإعلام واتصال، السنة الثالثة إعلام، ماجستير 1 صحافة مطبوعة وإلكترونية، ماجستير 1 سمعي بصري، ماجستير 2 صحافة مطبوعة وإلكترونية، ماجستير 2 سمعي بصري) حيث بلغ المجتمع الكلي للدراسة 986 طالباً وطالبة، وستكون عينة الدراسة (10%) من المجتمع، أي (98) طالباً وطالبة، تم اختيارهم وفق معادلة العينة الطبقية التالية:

$$\text{[(عدد أفراد الطبقة / مجتمع الدراسة الكلي) × عدد أفراد العينة الكلية]}$$

(1) محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، د ط، دار وائل للنشر، عمان، 1999، ص 84.

(2) رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008، ص 267.

(3) سمير محمد حسين: مرجع سبق ذكره، ص 298.

(4) أحمد بدر: مناهج البحث في الإتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 166.

- ليسانس إعلام واتصال سنة ثانية وعددهم 330 وبالتالي:  $(986/98 * 330) = 33$
  - ليسانس إعلام سنة ثالثة وعددهم 288 وبالتالي:  $(986/98 * 288) = 29$
  - ماستر 1 صحافة مطبوعة وإلكترونية وعددهم 118 وبالتالي:  $(986/98 * 118) = 11$
  - ماستر 1 سمعي بصري وعددهم 122 وبالتالي:  $(986/98 * 122) = 12$
  - ماستر 2 صحافة مطبوعة وإلكترونية وعددهم 59 وبالتالي:  $(986/98 * 59) = 6$
  - ماستر 2 سمعي بصري وعددهم 69 وبالتالي:  $(986/98 * 69) = 7$
- لتكون العينة النهائية = 98 طالباً وطالبة، وبعد ذلك تم توزيع استمارات الإستبيان، وإسترجاع 96 منها صالحة لإجراء العمليات الإحصائية.

### تاسعا: أدوات جمع البيانات

يلجأ الباحث عادة في البحوث الوصفية القائمة على منهج المسح إلى الميدان مباشرة للحصول على المعلومات والبيانات التي يستلزمها البحث، وقد يستخدم أداة أو أكثر في ذلك، ويستند تحديد الأداة التي تناسب البحث إلى طبيعة المجتمع وحجم العينة ونوع المشكلة.

وفي هذه الدراسة تم اعتماد "الإستبيان" أداة لجمع البيانات من المبحوثين، لأنها الأداة الأنسب لهذه الدراسة، إذ يستخدم الإستبيان لجمع المعلومات اللازمة لاسيما تلك المتعلقة بمشاعر الأفراد واتجاهاتهم، ودوافعهم إزاء موضوع معين، وهذا ما ينطبق تماما مع دراستنا.

ويعرف الإستبيان بأنه: "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين تم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق<sup>(1)</sup>". والإستبيان كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه، والإستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر". ويعرف الاستبيان في البحث العلمي بأنه "تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى

(1) أعمار بوحوش، محمد محمود الديات: مناهج البحث العلمي وطرق إعادة البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 67.

المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة." (1)

وقد قمنا بصياغة استبيان هذه الدراسة في شكله الأولي، وقد اشتمل على تساؤلات موزعا على خمسة محاور كما يلي:

❖ **المحور الأول:** أنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لشبكات التواصل الاجتماعي.

❖ **المحور الثاني:** دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لشبكات التواصل الاجتماعي.

❖ **المحور الثالث:** أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19.

❖ **المحور الرابع:** المضامين التي تلقاها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19.

❖ **المحور الخامس:** التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19.

#### عاشرا: الدراسات السابقة

اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من الدراسات السابقة التي نخدم موضوعنا في عدد من النقاط والإجراءات المنهجية، حيث قمنا بتصنيفها من الأقدم إلى الأحدث وهي كما يلي:

(1) أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 220.

## • الدراسة الأولى:

بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا" للبنى قاسمي "وكاميليا سلطاني" مدكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي السنة 2014. 2015 تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي:

- مادور شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا من خلال صفحته (Ebola 2015) ؟

والذي يتفرع عنه مجموعة من التساؤلات:

- مامدى إقبال مستخدمي شبكة الفيس بوك على الصفحة الفيسبوكية الخاصة بالتوعية الصحية حول مرض الإيبولا (Ebola2015) ؟

- ما الدوافع والحاجات التي تكمن وراء الإقبال على الصفحة الفيسبوكية الخاصة بالتوعية حول مرض الإيبولا (Ebola 2015) ؟

- ما الإشباعات المحققة من صفحة (Ebola 2015) من خلال شبكة الفيس بوك؟

- ما الأثر الناتج عن دور شبكة الفيس بوك في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا من خلال صفحة (Ebola2015)؟

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت أداتي الملاحظة بالمشاركة، والإستبانة لجمع البيانات والمعلومات من الباحثين، والعينة القصدية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

✓ أن شبكات التواصل الاجتماعي وخصوصا الفيسبوك الذي استطاع بدوره أن ينمي نسبة المشاركة

والتفاعلية بين العينة حول موضوع الإيبولا، في حين أن إقبال الباحثين على صفحة (Ebola2015)

يتزايد بشكل مستمر.



✓ أما بالنسبة للأسباب التي تدفعهم لمتابعة الصفحة هو دافع التوعية الصحية وخطورة المرض وانتشاره. وأن أفراد العينة حققوا مستوى اشباع في التزويد بالثقافة والتوعية الصحيين ومنه الأثر الإيجابي للصفحة على أفراد العينة.

### التعقيب على الدراسة:

عالجت هذه الدراسة موضوع " دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا " حيث تطرقت فيه إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي وتحديدًا شبكة الفيسبوك في صفحته (Ebola2015)، وكشف الأثر الناتج عن دور شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا من خلال صفحته (Ebola2015)، تشابهت هذه الدراسة إلى حد بعيد مع موضوع دراستنا واختلفت في أنها ركزت على الفيسبوك وتحديدًا صفحته (Ebola2015) بينما دراستنا ركزت على الإعلام الإلكتروني وتحديدًا شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها جزء منه. استطاعت هذه الدراسة أن توجه بحثنا نحو بناء هيكل الإشكالية وتساؤلات الدراسة بالإضافة إلى بعض أسئلة الاستبيان.

### • الدراسة الثانية:

دراسة الباحثة " طاهر دنيازاد " بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية " الفيس بوك أمودجا "مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، السنة 2017\_2018 تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الاجتماعية.

انطلقت دراسة الباحث من تساؤل رئيس تمثل في:

- كيف يتعامل المستخدم مع صفحة الفيسبوك للمؤسسة العمومية الإستشفائية شي غيفارا؟ والذي تفرع إلى مجموعة من التساؤلات:
- كيف يتم استخدام موقع الفيسبوك لأغراض معلومة صحية؟
- هل هناك ثقة في تقديم المعلومات عبر صفحة الفيسبوك عن المؤسسة العمومية الإستشفائية شي غيفارا؟
- ماهو دور موقع الفيسبوك في نشر التوعية الصحية للمؤسسة؟

وفرضيات الدراسة تتمثل في:

- ✓ كثرة استخدام موقع الفيسبوك للتوعية الصحية في المؤسسة الإستشفائية شي غيفارا.
- ✓ الثقة في المعلومات المقدمة في صفحة الفيسبوك للمؤسسة الإستشفائية شي غيفارا.
- ✓ دور صفحة الفيسبوك في نشر التوعية الصحية في المؤسسة الإستشفائية شي غيفارا.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي واستعملت أداة الإستبيان لجمع البيانات والمعلومات والعينة القصدية، وقد توصلت إلى النتائج التالية:

- ✓ ان مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في خلق الوعي الصحي والتقليل من مخاطر الأوبئة والأمراض وتحسيس مختلف شرائح المجتمع بالوقاية والإطلاع على أهم النصائح من أجل تفاديها.
- ✓ أن الفيسبوك الخاص بأي إدارة أو المؤسسة الإستشفائية، أضفى ميزة جيدة على مفهوم الصحة وأدخل ثقافة جديدة على المواطن من ناحية الإهتمام بصحته.

#### التعقيب على الدراسة:

ركزت هذه الدراسة على الدراسة على "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية" "الفيسبوك أنموذجاً" حيث سعى الباحث من خلالها للكشف عن دور الفيسبوك في التوعية الصحية ومعرفة حجم اهتمام الفيسبوك بالقضايا الصحية ونوع المشكلات والقضايا التي تطرحها، بينما دراستنا فتبحث عن شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين إزاء كوفيد \_19، تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في أن كلاهما تناولوا موضوع التوعية الصحية واختلفت في عينة الدراسة، واختلفت في عينة الدراسة فالدراسة السابقة عينة من المشتركين في صفحة الفيسبوك للمؤسسة العمومية شيغيفارا، ودراستنا على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، استفدنا من هذه الدراسة في تحديد المنهج وهو المنهج الوصفي، والأداة وهي أداة الإستبيان.

## ● الدراسة الثالثة:

دراسة الباحث "محمد فاضل علي" تحت عنوان "دور شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية لدى الجمهور" قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام بجامعة الشرق الأوسط 2017، تضمنت الدراسة تساؤل رئيسي:

- ما الدور الذي تؤديه شبكة الفيسبوك "نموذجاً لشبكات التواصل الاجتماعي" لأغراض هذه الدراسة "في التوعية الصحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية؟  
والذي يتفرع عنه مجموعة من التساؤلات:

- ما رأي المختصين في القطاع الصحي لدور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية؟
- ما أكثر الموضوعات الصحية جدبا في شبكة الفيسبوك من وجهة نظر المختصين بالقطاع؟
- ما أهمية الموضوعات التي تقدمها شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية من وجهة نظر المختصين في القطاع الصحي؟
- ما الإشباع المتحققة في شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية؟
- ما الفروق الإحصائية لتقييم المختصين في القطاع الصحي لدور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حسب متغير (العمر، النوع الاجتماعي، التحصيل العلمي، الوصف الوظيفي، الخبرة الوظيفية)؟

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستعملت أداة الإستبانة لجمع البيانات والمعلومات كما اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية البسيطة، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ هناك اهتمام من قبل منشورات الشبكة بموضوعات تتصل بفوائد الغذاء والطب التجميلي والثقافة الصحية العامة والإكتشافات الطبية الحديثة فضلا عن الطب العربي.
- ✓ أهم المواضيع التي تقدمها شبكة الفيسبوك من وجهة نظر الفئة المبحوثة في سبيل تعزيز التوعية الصحية هي زيادة الوعي الصحي.

✓ الإشباعات المتحققة من شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية. زيادة الثقافة الصحية. زيادة الإهتمام بالطاقة الشخصية. اكتساب العادات الصحية السليمة. الفحص الدوري المبكر. التثقيف بالجراحات التجميلية. المهارات في الإسعافات الأولية. ترسيخ العادات الغذائية المنتظمة.

### التعقيب على الدراسة:

تناول الباحث في هذه الدراسة "دور شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية لدى الجمهور" حيث تطرق الباحث إلى معرفة رأي المختصين في وزارة الصحة الأردنية بما تنشره شبكة الفيسبوك من معلومات صحية وما أكثر المواضيع جدبا، ورصد الإشباعات المتحققة نتيجة ذلك، بينما دراستنا فتبحث عن شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين إزاء كوفيد \_ 19، تلتقي هذه الدراسة مع دراستنا في أن كلاهما تناولوا نفس الموضوع وهو الوعي الصحي، وتختلف في الفئة المستهدفة فهذه الدراسة ركزت على فئة الجمهور بينما دراستنا على الطلبة الجامعيين، كما تختلف في المجال المكاني حيث كانت الدراسة الحالية بولاية جيجل في حين شملت هذه الدراسة جامعة الشرق الأوسط بالأردن، واستفدنا من هذه الدراسة في تحديد المداخل النظرية المناسبة والتي لها علاقة بموضوع دراستنا والمتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

### ● الدراسة الرابعة:

دراسة الباحثة "رباب حلاب" تحت عنوان "مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة" مذكورة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي بجامعة بجامعة محمد بوضياف المسيلة، السنة 2017\_2018 تخصص توجيه وإرشاد، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

انطلقت دراسة الباحثة من تساؤل رئيسي تمثل فيما يلي:

- ما مستوى الوعي الصحي وما مصادره لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟

والذي يتفرع منه مجموعة من التساؤلات:

- ما مستوى الوعي الصحي بأبعاده لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟
  - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزي لمتغير الجنس؟
  - ماهي مصادر الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟  
كما تحتوي على فرضيات مفادها:
  - مستوى الوعي الصحي بأبعاده لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة عال.
  - توجد فروق في مستوى الوعي الصحي لدى الطلبة تعزي لمتغير الجنس.
- وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي واستعملت أداة الإستبانة لجمع البيانات والمعلومات. والعينة العشوائية الطبقية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- ✓ مستوى الوعي الصحي لطلبة جامعة المسيلة منخفض.
  - ✓ لا توجد هناك فروق دلالية بين الجنسين في مستوى الوعي.
- التعقيب على الدراسة:**

ركزت هذه الدراسة على "مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة" بينما دراستنا الحالية فتبحث بينما دراستنا الحالية فتبحث عن دور الإعلام الإلكتروني في الوعي الصحية من كوفيد 19 ، والتأثيرات التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي للطلبة فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد \_ 19، تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا متغير "الوعي الصحي" واختلف في العينة وهي العينة العشوائية البسيطة، بينما دراستنا العشوائية الطبقية، إستنادا لأهمية موضوع هذه الدراسة استفدنا منها في بناء خطة الجانب النظري الخاص بالوعي الصحي ، وفي تحديد مراجع البحث التعرف أكثر على مصادر المعلومات الصحية.

### حادي عشر: الإطار النظري للدراسة

لكل بحث علمي مرجعية أو خلفية نظرية يستند عليها الباحث حتى يستطيع التقدم في بحثه، وفي دراستنا هذه اعتمدنا على نظريتين ارتئينا أنهما مناسبتين، أي لهما علاقة بموضوع بحثنا وهما نظرية الإستخدامات والإشباعات ونظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، وكما يلي:

## 1. نظرية الإستخدامات والإشباع:

**1.1: مفهوم النظرية:** هي محصلة دراسات وأبحاث ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من مراحل التطور وضعت في إطار نظري وعملي لما تحاول تفسيره. كما أن النظريات قامت على كم كبير من التنظير والإفتراضات التي قويت تدريجياً من خلال إجراء تطبيقات ميدانية. وأن أهم ما يميز النظرية قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث، إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلمي.<sup>(1)</sup>

والنظرية theory لها عدد من المعاني المختلفة باختلاف الفرع التي تستخدم به هذه الكلمة بشكل عام، تكون النظرية نوعاً من التفسير لشرح كيفية حدوث ظاهرة طبيعية بشرط تحقق حدوث هذه الظاهرة وعدم وجود نزاع في حدوثها، تأتي الآن النظرية لشرح آليه حدوث هذه الظواهر وتكون بشكل عام عرضة للضباب والخطأ، لكن التماسك المنطقي والرياضي للنظرية تم شرحها لأكثر عدد ممكن من النتائج التجريبية يدعم النظرية ويعطيها تأكيداً أكثر فأكثر.<sup>(2)</sup>

## 2.1: مدخل لنظرية الإستخدامات والإشباع:

يطلق عليها البعض نموذج، والبعض الآخر مدخل، ويطلق عليها آخرون منظور، ويشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بداته. وما هو صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الإنتقائي... كما يرون أن البحث باستخدام منظور المنافع والإشباع لم يتولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب التي يبرز بها الناس انتقائهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي. أو قوائم من الإشباع يقول الناس أنهم يحصلون عليها من اهتمامهم بالإعلام.<sup>(3)</sup>

هذه النظرية من النظريات الهامة في عالم الدراسات الإعلامية الحديثة على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام وكذلك تحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وما دوافع تعرضهم

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص ص 143، 144.

(2) عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دط، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص8.

(3) مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 214.

التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون أو شراء وقراءة الصحف أو سماع برامج الإذاعة أو التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي<sup>(1)</sup>.

وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك. في حين تركز نظرية الاستخدامات والإشباع على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية<sup>(2)</sup>.

تتعمق نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين. أدى إدراك عواقب الفروق الفردية. والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال. إلى رؤيتها على أنها فعالة في إنتقاء أفرادها لوسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام<sup>(3)</sup>.

### 3.1: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع:

انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية<sup>(4)</sup>.

ويمكن صياغة مفهوم عام لنظرية الاستخدامات والإشباع على النحو الآتي: "استخدام الجمهور لوسائل الإعلام للبحث عن إشباع في الرسالة الإعلامية ويتحكم في ذلك عامل الفروق الفردية بين الجمهور"<sup>(5)</sup>.

(1) علي محمد خير المغربي: الإعلام والاتصال الجماهيري، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص116.

(2) سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص22.

(3) حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص239.

(4) بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص84.

(5) محمد بن سعود البشر: نظريات التأثير الإعلامي، ط1، العبيكان للنشر، الرياض، 2014، ص133، 134.

والإستخدام في اللغة: من استخدم استخداما، أي اتخد الشخص خادما، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخادم. أما الإشباعات في اللغة: فهي مأخوذة من شبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع (بكسر الشين) مثل عنب ضد الجوع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وثوب شبيع الغزل أي كثيره وشبع العقل أي وافره، والتشبع من يرى أنه شبعان وليس كذلك. ونظرية الإستخدامات والإشباعات في الإصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين، وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة إستجابة لدوافع الحاجات الفردية<sup>(1)</sup>.

#### 4.1: نشأة وتطور نظرية الإستخدامات والاشباعات:

يرجع الاهتمام بالإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري الى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من أن هذه البحوث اهتمت بالأصل بدراسة التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام ومن المنظور التاريخي نجد أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات أخرى مند بداية الاربعينيات وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي على دراسة مضمون وسائل الإعلام بشكل أكثر من تركيزها على اختلافات اشباعات الفرد كما يقول عالم الاتصال الجماهيري كاتز<sup>(2)</sup>.

يعد الياهو كاتز KatzElihu أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الإستخدامات والإشباعات عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1909، ردا على إدعاء قام به الباحث "برنارد بيرلسون" BernardBersion ذكر فيه أن مجال البحث في الدراسات الإعلامية قد أوشك على الإنتهاء فقد أوضح "كاتز" في مقاله بأن مجال البحث فيما يتعلق بدراسة وسائل الإعلام كوسائل إقناعية ودعائية قد انتهى بالفعل مشيرا إلى أن معظم الأبحاث في ذاك الوقت كانت تهدف إلى معرفة تأثير الحملات الدعائية على الجمهور أو ماذا تفعل وسائل الإعلام للجمهور<sup>(3)</sup>.

(1) ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص69.

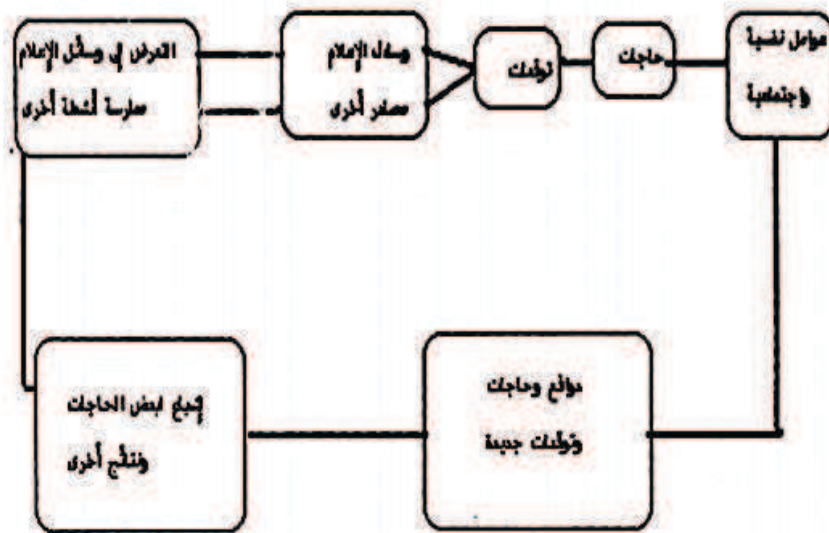
(2) بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص84.

(3) عبد الرزاق الدليمي: مرجع سبق ذكره، ص251.



ويمثل المدخل تحولاً للرؤية shift of focus في مجال الدراسات الإعلامية. حيث تحول الإنتباه من الرسالة الإعلامية الى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة وبذلك مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية التي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية Bullet theory<sup>(1)</sup> وتطور مفهوم الإستخدامات والإشباعات في دراسة Blumer&katz 1969 للإنتخابات العامة البريطانية عام 1964 والتعرف على اسباب مشاهدة او تجنب مشاهدة الحملات الإنتخابية وحدد Katz&Blumer&Gurevetch 1974 اختصاص مدخل الإستخدامات والإشباعات بالأصول النفسية والاجتماعية للإحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والمصادر الأخرى، والتي تؤدي الى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والإندماج في أنشطة تنتج من الإحتياجات والإشباعات، بالإضافة الى نماذج أخرى لم يكن مخططاً لها.

### الشكل رقم(01): يوضح الإستخدامات والإشباعات



المصدر: رضا عبدالواحد أمين: النظريات العلمية في مجال الاعلام الالكتروني، قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، 2007، ص 67.

(1)عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 297.

ثم تطورت أبحاث الإستخدامات والإشباعات في فترة الثمانينات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسة Stanford&Riccomine,Zillman حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض لها في حالة توافق الإشباعات المتوقعة مع الإشباعات التي تم الحصول عليها<sup>(1)</sup>.

### 5.1: عناصر نظرية الإستخدامات والإشباعات:

هناك مجموعة عناصر تمثل المفاهيم الأساسية وتشكل الهيكل النظري لمدخل الإستخدامات والإشباعات والتي تتمثل في الآتي:

- الجمهور النشط
- الأصول النفسية والاجتماعية - لإستخدام وسائل الإعلام
- التعرض لوسائل الإعلام
- دوافع التعرض لجمهور وسائل
- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام
- إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام<sup>(2)</sup>

### ● الجمهور النشط: "Active Audience"

يمثل افتراض "الجمهور النشط" أحد أهم الافتراضات الأساسية لمدخل الإستخدامات والإشباعات حيث يرى باحثي الإستخدامات والإشباعات أن جمهور وسائل الإعلام مشاركا نشطا وليس خاملا في عملية الاتصال. إذ يأخذ الجمهور من محتوى وسائل الإعلام ما يحقق له إشباعا لإحتياجات معينة كما أنه يدرك القدرات المتباينة لوسائل الإعلام على تحقيق هذه الإشباعات.<sup>(3)</sup>

### ● الأصول النفسية والاجتماعية لإستخدامات وسائل الإعلام:

ويعني أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده وتفاعله مع بيئته الاجتماعية. ومن خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها بينما تسهم

(1) رضا عبدالواجد أمين: مرجع سبق ذكره، ص 67، 69.

(2) حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد: مرجع سبق ذكره، ص 243.

(3) نفس المرجع السابق، ص 243.

المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي، والملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل. بل تؤثر أيضا على تفسيره لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها.

### • التعرض لوسائل الإعلام:

يفترض مدخل الإستخدامات والإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال، وفي إطار هذا المدخل يمكن النظر لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الإشباع.<sup>(1)</sup>

### • دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال:

اختلف علماء الاتصال وعلم النفس في تحديد دوافع التعرض Motivation لوسائل الاتصال الجماهيري، وكان هذا الاختلاف امتدادا لتحديد مفهوم الدافع الذي يعرفه حامد زهران بأنه: حالة جسمية او نفسية داخلية تؤدي إلى توجيه الكائن الحي ويمكن ملاحظة الدوافع عن طريق السلوك الناتج عنها. ويوجد تعريف آخر للدوافع بأنها القوة البيولوجية أو النفسية التي تحث الفرد للقيام بنشاط معين.<sup>(2)</sup>

### • التوقع والإشباع في وسائل الإعلام:

تنوع الإشباع التي يمكن أن يحصل عليها الجمهور من وراء تعرضه لوسائل الإعلام لذا يرتبط تحقيق الإشباع من وسائل الإعلام بتوقعات الجمهور من هذه الوسائل. فالتوقع هو عبارة عن الجزء والإحتمال والخاصية المحددة التي يتوقعها الجمهور من الوسيلة وكما يقول مندلسون وكاتز هي مطالب الجمهور من الإعلام واحتمالات وقوع أحداث معينة لها توقعات معينة. لذا نجد أن الإشباع يرتبط بالتوقع الإيجابي من وسائل الإعلام مثال: عندما يتوقع الفرد حديث شيق وممتع من ضيف في برنامج فسوف ترتفع درجة الإشباع عند مشاهدة هذا البرنامج وهذا الضيف<sup>(3)</sup>.

(1) رضا عبد الواحد أمين: مرجع سبق ذكره، ص 75، 80.

(2) عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد: مرجع سبق ذكره، ص 305.

(3) علي محمد خير المغربي: مرجع سبق ذكره، ص 109.

## 6.1: فروض نظرية الإستخدامات والإشباع:

- لقد تعددت توجيهات الباحثين حول تحديد فرضيات تقوم عليها نظرية الإستخدامات والإشباعات ومن أهم تلك الإتجاهات التي يكاد يتفق عليها الكثيرون ما يلي:
- تفترض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، حيث انه هو الذي يحدد نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبه وأن دور وسائل الإعلام لا يتعدى تلبية الحاجات فقط<sup>(1)</sup>.
  - أن الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته.
  - يعبر إستخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد<sup>(2)</sup>.
  - يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال. وليس من خلال محتوى الرسائل فقط<sup>(3)</sup>.
  - افتراض منهجي يقدر بأن الأفراد يمتلكون قدرة كافية على تشخيص دوافعهم أو احتياجاتهم وبالطرق المناسبة، مما يغفل داتية أحكامهم التقديرية وكذا الفروق في المستويات التعليمية.
  - أن أحكام القيمة حول المعنى الثقافي للإتصال الجماهيري غير صادقة إذ لم تسبق باستكشاف توجهات الجمهور التي تعتبر هي الأصل وبالتالي فإن أية محاولة لتفسير تأثير الرسائل تصبح غير مجدية<sup>(4)</sup>.

(1) عبد الزراق محمد الدليمي: مرجع سبق ذكره، ص 66.

(2) مصطفى يوسف كافي وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 245.

(3) محمد بن سعود البشير: نظريات التأثير الإعلامي، ط 1، العبيكان للنشر، الرياض، 2014، ص 88.

(4) فضيل دليو: الاتصال - مفاهيمه - نظرياته - وسائله، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 31.

### 7.1: أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع من خلال الفروض السابقة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور البسيط الذي يستطيع اختيار واستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض<sup>(1)</sup>.
- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.
- الكشف عن الإشباع المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والإشباع المختلفة من وراء هذا الاستخدام.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعها<sup>(2)</sup>.

### 8.1: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع:

- تعتبر مقارنة حدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
- تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين.
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستعمل وبين تطوعيته التفاعلية مع الرسائل، وهما حدان متناقضان<sup>(3)</sup>.
- أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين OpenEnded way، حول الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام.
- لم تحاول هذه الدراسات أن تكشف الروابط بين الإشباع التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها<sup>(4)</sup>.

(1) رضا عبد الواحد أمين: مرجع سبق ذكره، ص 81.

(2) كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام "التطور. الخصائص. النظريات". ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص 146، 147.

(3) فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص 31.

(4) بسام عبد الرحمن: مرجع سبق ذكره، ص 86.

- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر. ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام معتمد ومقصود وهادف والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك فهناك أيضا استخدام غير هادف<sup>(1)</sup>.
- أن وسائل الإعلام ليست دائما مؤسسات مستقلة تعمل بالأصالة عن نفسها فحسب. وإنما تعمل أيضا نيابة عن جماعات ومنظمات أخرى. وهو ما يجعل من الصعب التمييز بين وظائف الإعلام وبين وظائف الأجهزة الأخرى في المجتمع.
- أن الداخل الوظيفية تكون معينة بتكريس الوضع القائم، والتكرار للتغير الاجتماعي.
- الميل الشديد إلى الفردية في المنهج والمفاهيم. وهذا يؤدي إلى صعوبة الخروج بنتائج يمكن تعميمها على المجتمع ككل<sup>(2)</sup>.

### 9.1: الرد على الانتقادات الموجهة إلى مدخل الإستخدامات والإشباع:

تصدى الباحثون للرد على الانتقادات التي وجهت إلى هذا المدخل كإطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحو وسائل الإعلام منها:

- ✓ أن مفهوم الجمهور النشط يمكن التغلب على غموض هذا المفهوم مو خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاثة مراحل تتمثل في الإنتقاء قبل العرض، والإهتمام أثناء العرض، وزيادة المعرفة والنقاش بعد العرض.
- ✓ استطاع الباحثون وضع قائمة من الحاجات والإشباعات يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له. وبذلك تم تجاوز الشكوك حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعاتهم<sup>(3)</sup>.
- ✓ إن مدخل الإستخدامات والإشباعات ليس مدخلا وظيفيا تطبيقيا. وأن مصادر التعبير قائمة سواء على سلوك الجمهور نحو الوسيلة أو في المضامين التي تقدمها الوسيلة ذاتها فالتناقض بين الإشباعات

<sup>(1)</sup>مصطفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص ص116، 117

<sup>(2)</sup>رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص ص 85، 86.

<sup>(3)</sup>نفس المرجع السابق، ص ص 68، 85.

التي يبحث عنها الجمهور والإشباع التي تتحقق بالفعل من التعرض لوسيلة ما يمكن أن يؤدي إلى تغيير في اختيار الجمهور لوسائله المفضلة<sup>(1)</sup>.

- ✓ كما توجد ضرورة أن تتجه الإستخدامات والإشباع لدراسة نوع وقوة العلاقة بين تلك الإشباع التي لم تتحقق وتلك الإشباع التي تتحقق بالفعل.
- ✓ من الطبيعي أن تختلف نتائج الدراسات باختلاف المجتمعات والتعميم ممكن في إطار المجتمع الواحد.
- ✓ تمكنت بحوث الإستخدامات والإشباع من التوصل لعدد من المتغيرات الوسيطة التي توفر مؤشرات واضحة لاختلاف السلوك الاتصالي أكثر من المؤشرات الديمغرافية مثل: الأصول النفسية والاجتماعية، نوع الوسيلة، نوع المحتوى، معدل وكيفية التعرض، الإتجاهات نحو الوسيلة والمضمون الإعلامي<sup>(2)</sup>.

### 10.1: الإتجاهات الحديثة في بحوث الإستخدامات والإشباع:

من أبرز الاتجاهات الحديثة في الاستخدامات والإشباع هي:

- اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الإستخدام وأنواع الإشباع وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة، فتعرض الفرد لوسيلة معينة، ومضمون معين سيؤدي إلى إشباع معينة ترتبط بدورها بدوافع الفرد للتعرض للوسيلة الإعلامية.
- اتجاه يهتم بفحص العلاقة المتداخلة بين دوافع الإستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل واتجاهاتها.
- اتجاه يتهم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتعرضهم لها، مثل المتغيرات الشخصية، والسياق الذي يتم فيه، والنشاط الاجتماعي<sup>(3)</sup>.

### 11.1: علاقة نظرية الإستخدامات والإشباع بالدراسة:

إن تطبيق نظرية الإستخدامات والإشباع على دراسة مواقع التواصل الاجتماعي له أهمية قصوى خاصة وأن هذه النظرية أصبحت تطبق العديد من الدراسات المتعلقة باستخدام الشبكات الاجتماعية

(1) عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد: مرجع سبق ذكره، ص 217.

(2) كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، من منشورات الجامعة السورية، سورية، 2020، ص 104.

(3) رضا عبد الواحد أمين: مرجع سبق ذكره، ص 86، 87.

على الأنترنت، حيث يستخدم الطلبة الجامعيون هذه المواقع كالفيسبوك، الأنستغرام، التويتز، اليوتيوب... لمعرفة المعلومات الصحية، حيث يمكن تحسين الواقع الصحي عن طريق متابعة التواصل ومتابعة المعلومات والإرشادات الصحية التي تقوم بنشرها الدوائر الصحية وخاصة في حالة انتشار الأمراض والأوبئة في المجتمع لغرض الوقاية منها. وتبدو أهمية هذه النظرية لهذا البحث في إمكانية الاستفادة منها من خلال تلبية حاجات الطلبة لإشباع حاجاتهم ورغباتهم في الحصول على المعلومات الصحية والتي تعزز الوعي الصحي لديهم.

## 2. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

### 1.2: مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على الفرد والمجتمع<sup>(1)</sup>.

من خلال اسم النظرية يتضح مفهومها، وهو الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها، وبين (دي فلور) و(ساندرا بول) أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها<sup>(2)</sup>.

وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام جميعها. أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف، المجلات، الراديو، التلفزيون، السينما<sup>(3)</sup>.

وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد أو دراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع<sup>(4)</sup>.

(1) لامية صابر، محمد غزالي: دراسات في الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 187.

(2) ياسين فضل ياسين: مرجع سبق ذكره، ص 61.

(3) حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: مرجع سبق ذكره، ص 314.

(4) منال أبو الحسن: أساسيات علم الاجتماع الإعلامي "النظريات والوظائف والتأثيرات"، ط 1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2006، ص 127.



فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدا من مصادر تحقيق أهدافهم فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضا في نفس الوقت، إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الوسائل التي تبثها وسائل الإعلام أكثر مما هي عليه، ولكنهم يستطيعون تحديد مالم ينشر من رسائل، لأن وسائل الإعلام تحدد ماينشر أو لاينشر بناء على العلاقة الدائرية مع أفراد المتلقين مثلها مثل النظم الاجتماعية<sup>(1)</sup>.

ويمكن تلخيص تلك النظرية على النحو التالي:

إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الإحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير.<sup>(2)</sup>

## 2.2: نشأة وتطور نظرية الاعتماد:

اهتم بعض الباحثين في العشرينات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي congestive level، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساسا للتفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة، كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام ومؤسسيها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل<sup>(3)</sup>.

ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في السبعينيات الميلادية من القرن الماضي، وذلك عندما ملأ كل من دي فلور وساندرا بول روكيش (وهما صاحبا كتاب نظريات وسائل الإعلام ومؤسسا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام) الفراغ الذي خلفه نموذج الإستخدامات والإشباع، الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الإعلام، فأخذ المؤلفان بمنهج النظام

(1) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب (نشر. توزيع. طباعة)، القاهرة، 2004، ص298.

(2) محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الأهرام، 2003، ص279.

(3) عبد الرزاق الدليمي: مرجع سبق ذكره، ص231.

الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث اقترحا علاقة اندماج بين الجمهور. ووسائل الاعلام، والنظام الاجتماعي، وهذه هي البداية الأولى لهذه النظرية<sup>(1)</sup>.

وخرجت هذه النظرية من الدوافع الإنسانية للمدرسة الاجتماعية حيث يرى باحثو هذه النظرية الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي الذي ينشأ فيه. فقد لاحظت ساندرا أن شمولية نظرية الاعتماد على الإعلام ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات الإعلام واستخدامها<sup>(2)</sup>.

### 3.2: فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تفترض هذه النظرية أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته في الحصول على المعرفة وبناء مواقفه السلوكية في ظروف معينة، فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، ويرى كل من (ميليفين، وساندرا) أن هذه النظرية تستند على مجموعة من الفروض وأهمها<sup>(3)</sup>:

- تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات، فيكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار<sup>(4)</sup>.
- كلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات، أي تغير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي.
- يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لكما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لإحتياجات النظام الاجتماعي او الجمهور، وفي هذه الحالة ينبغي على النظام الاجتماعي أن يتطور<sup>(5)</sup>.

(1) ياسين فضل ياسين: مرجع سبق ذكره، ص 61.

(2) علي عبد الفتاح علي: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، ط 1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 239، 240.

(3) كامل خورشيد: مرجع سبق ذكره، ص 149.

(4) لامية صابر، محمد غزالي: مرجع سبق ذكره، ص 190.

(5) علي عبد الفتاح علي: نفس المرجع السابق، ص 240.

ويذكر جمعة العنزي أن النظرية تفترض أن الأفراد يستخدمون الوسائل الإعلامية لإيجاد بديل للتفاعل الاجتماعي في وقت تكاد أواصر العلاقات الاجتماعية أن تنقطع، كما يذكر العنزي أن (بنتلي Bentley) قال: إن النظرية تستخدم الأهداف إضافة إلى الإحتياجات كدافع للمتابعة الإعلامية، حيث أن الأفراد لديهم أهداف معينة من الإستخدام ولا ينطلق الإستخدام من الحاجة فقط. وقد ركز على هذا المفهوم كل من (دي فلور وساندرا بول) على أن العلاقة بين الجمهور، والإعلام، والنظام الاجتماعي معقدة بعض الشيء<sup>(1)</sup>.

#### 4.2: مجالات التأثير الناتجة عن النظرية:

- أولاً: التأثيرات المعرفية: مثل إزالة الغموض الناتج عن انتقاء المعلومات الكافية لفهم الحدث وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث وأيضا من التأثيرات المعرفية تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات<sup>(2)</sup>.
1. تجاوز مشكلة الغموض: الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو بعض المعلومات أو عدم كفايتها لفهم الأحداث أو تفسير هذه الأحداث.
  2. تشكيل الإتجاهات: حيث تقوم وسائل الاتصال دائما لإثارة الأفراد للإهتمام بالشخصيات والموضوعات الأحداث وتكوين اتجاهات حيالها.
  3. ترتيب الإهتمامات: تقوم وسائل الاتصال بدور في ترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا والأحداث والأشخاص<sup>(3)</sup>.
  4. اتساع المعتقدات والمعارف: تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور، لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة جديدة، ويتم تنظيم هذه المعتقدات والمعارف في فئات تنتمي إلى الأسرة، الدين، السياسة، التاريخ، الأدب، الجغرافيا، وغير ذلك.

(1) ياسين فضل ياسين: مرجع سبق ذكره، ص 64.

(2) مصطفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص 226.

(3) كمال الحاج: مرجع سبق ذكره، ص 146.

5. القيم: هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد الجماعة سواء دينية أو أخلاقية مما يرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل: الأمانة، الحرية، المساواة، التسامح، وغيرها وتقوم وسائل الإعلام بترويجها<sup>(1)</sup>.

ثانيا: **التأثيرات العاطفية:** ومن الأمثلة عليها مشاعر الحب والكراهية، إذ تؤثر الرسائل الإعلامية على مشاعر الأفراد واستجاباتهم ومن أمثلة هذه التأثيرات:

1. **الفتور العاطفي:** هناك افتراض يرى أن التعرض المكثف إلى موضوعات العنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الفتور العاطفي، وهذا ما يؤكد نقص الرغبة في مساعدة الآخرين نتيجة كثافة التعرض إلى أعمال العنف، وبالتالي فإن الفرد يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية<sup>(2)</sup>.

2. **الخوف والقلق:** يفترض أن التعرض لمشاهدة العنف يصيب الفرد المتلقي بالخوف، والقلق، والرعب من الوقوع في هذه الأعمال أو أن يكون ضحية لها.

3. **الدعم المعنوي:** وذلك أن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسة ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد، والاندماج في المجتمع، والعكس عندما لاتعبر وسائل الإعلام عن ثقافته وانتمائه فيحس بإحساس الغربة<sup>(3)</sup>.

ثالثا: **التأثيرات السلوكية:** والمتعلقة في الحركة أو الفعل، الذي يظهر في سلوك علي، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية، ومرتبة عليهما<sup>(4)</sup>.

## 5.2: نموذج نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

بعد أن وصفنا الآثار المحتملة لإعتماد الفرد على وسائل الإعلام نطرح النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كما تصوره واضع النظرية "مفلين ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش Defleur & Rokeach(1982)

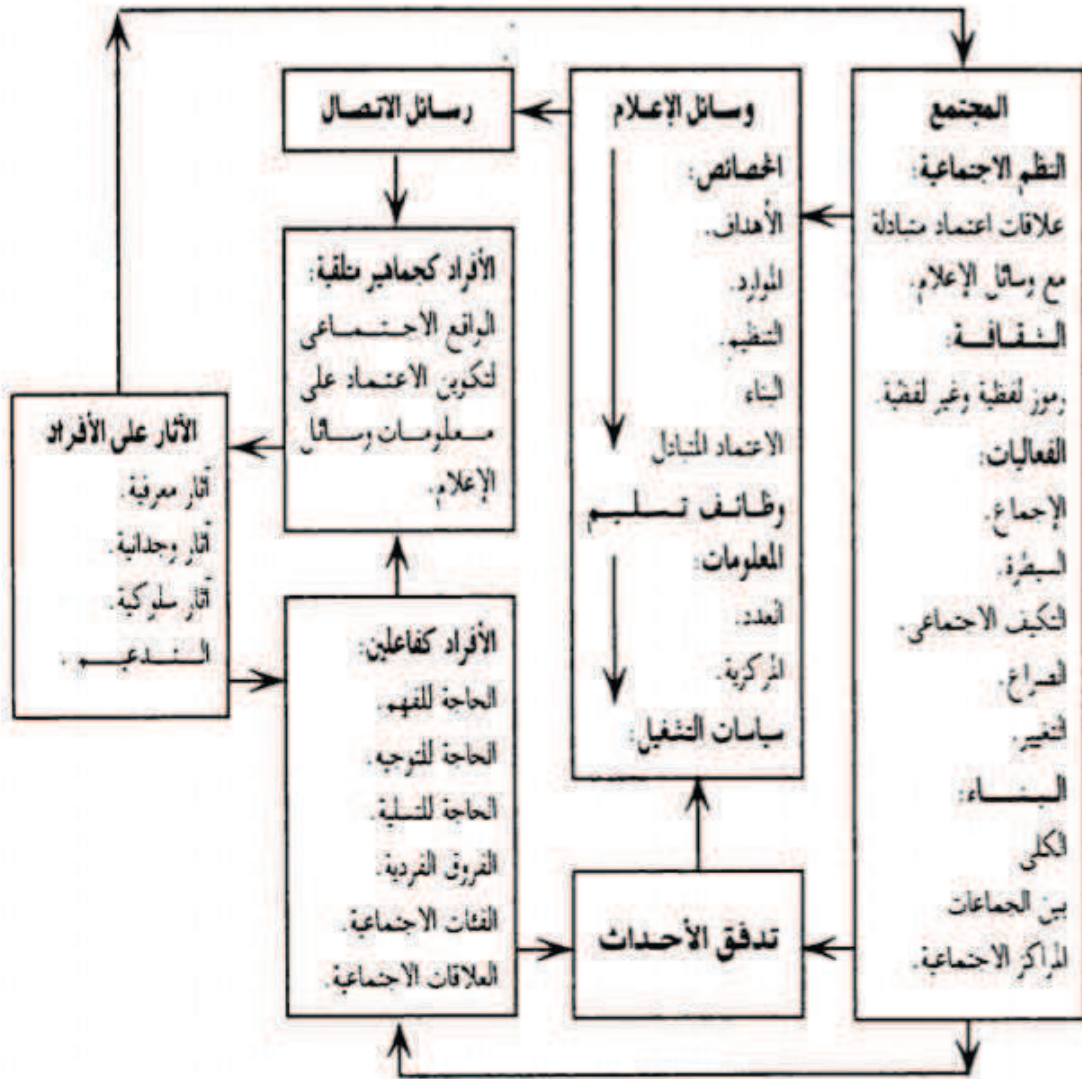
(1) برهان محمد شاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 186.

(2) سامي محسن ختاتنة: أحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم النفس الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010، ص 187.

(3) ياسين فضل ياسين: مرجع سبق ذكره، ص 67-68.

(4) محمود حسن إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص 280.

الشكل رقم(02):النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام



المصدر: حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: مرجع نفسه، ص330، 331.

يشير النموذج المتكامل إلى آثار وسائل الإعلام على الأفراد نتيجة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجماهير، ويشتمل النموذج على قائمة معقدة من العوامل والمتغيرات التي تؤدي إلى الآثار المحتملة لوسائل الإعلام<sup>(1)</sup>

(1) حسن عماد مكاوي: مرجع سبق ذكره، ص330، 331.

## 6.2 الإنتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعرضت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لمجموعة من الإنتقادات يمكن تلخيصها على النحو التالي:

- تعرضت نظرية الاعتماد في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام، واستقلالها على النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالباً ماتكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.
- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد، فإنه للأسف ليس كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث أن الأفراد يتأثرو بالأصدقاء والمعارف وغيرهم<sup>(1)</sup>.
- أن هناك مبالغة في تقييم اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- تضخيم النظرية من تأثير وسائل الإعلام خصوصاً وقت الأزمات.
- لم تلحظ النظرية تأثيرات قنوات اتصال شخصي وسمعي مثل النوادي والمنظمات والجمعيات.
- رغم أن النظرية أساساً تخوض في الاعتماد على المستوى الجمعي ككل، إلا أنها تعاملت مع المستوى الفردي فقط.
- معظم الباحثين اعتبروا أن مجرد التعرض يعد اعتماداً، رغم أنه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها<sup>(2)</sup>.

## 7.2: علاقة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بدراساتي:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لها علاقة مع دراستي، حيث أن الاعتماد على وسائل الإعلام يساعد في تصحيح العادات الصحية الخاطئة وبناء اتجاهات صحية سوية وترسيخ السلوك الصحي السليم، ونشر المعلومات الطبية بين الطلبة الجامعيين، وعليه فإن التوعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

(1) عبد الرزاق الدليمي: مرجع سبق ذكره، ص 246، 247.

(2) كمال الحاج: مرجع سبق ذكره، ص 148، 149.

كالفيسبوك، التويتر، الإنستغرام، اليوتيوب، وغيرها من الشبكات الاجتماعية اعتمدت على هذه النظرية من أجل الوصول إلى أهدافها في نشر الوعي الصحي.

## الفصل الثاني: مدخل نظري حول الإعلام الإلكتروني

### • تمهيد.

أولاً: مفهوم الإعلام والإعلام الإلكتروني

ثانياً: شبكات التواصل الاجتماعي

ثالثاً: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

رابعاً: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

خامساً: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.

سادساً: دور شبكات التواصل الاجتماعي

سابعاً: أهداف شبكات التواصل الاجتماعي.

ثامناً: خدمات شبكات التواصل الاجتماعي.

تاسعاً: إستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي.

عاشراً: أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

حادي عشر: التأثيرات الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل

الاجتماعي

### • خلاصة الفصل



## تمهيد

من وسائل الإعلام الإلكتروني والتواصل الحديثة التي حظيت باهتمام واضح لما فرضته هذه الوسائل على المجتمعات المعاصرة عموماً ، وعلى بنيتها العلمية والثقافية خصوصاً ، نجد شبكات التواصل الاجتماعي التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الأنترنت لتفصل بينهم أية عوامل مثل السن أو النوع أو المهنة أو الجنسية . فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة ، وهو ما يجعل الطلبة الجامعيين أكثر تعرضاً لهذه المواقع نظراً لإقبالهم المتزايد على استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في هذه الشبكات أكثر من أي فئة أخرى والحقيقة أن الشبكات الاجتماعية تمثل اليوم أهم ثورة إلكترونية عرفت البشرية في مجال التواصل الاجتماعي والتفاعل الدائم بين أعضاء البنى الاجتماعية ، ليكون بناء إلكترونية تفاعلية يحقق لهم أسرع الطرق للتواصل وأبسطها لتلبية حاجاتهم ورغباتهم والتي تتراوح بين الحاجة إلى المعرفة والوصول إلى المعلومة الجديدة أو الإتصال أو الإنتماء أو الترفيه .

## أولاً: مفهوم الإعلام والإعلام الإلكتروني

يعرف الإعلام بأنه "الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالإتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الأخبار والأنباء المختلفة الأنواع والتعلم والترفيه وإشباعاً لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر".<sup>(1)</sup>

أما الإعلام الإلكتروني فهو نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الإتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر وهو يعتمد بشكل رئيس على الأنترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية بحتة"<sup>(2)</sup>.

كما يعرف الإعلام الإلكتروني هو بأنه الإعلام الحر المفتوح ذو اتجاهين، تخطى حدود العالم باعتماده على التكنولوجيا الحديثة، ويعمل على إنتاج المحتوى الرقمي، بحيث يشمل المعلومة والصوت والصورة، ويمتاز بالتفاعلية والتنوع وشمول المحتوى، ويقوم بتوسيع دائرة التنافس الإعلامي من خلال ما يتمتع به من حرية وسهولة، والنفاد إلى المعلومة ويمثل الأنترنت أبرز أدواته"<sup>(3)</sup>.

أي أن الإعلام الإلكتروني حر وغير مقيد بحدود القارات أي إمكانية إرسال الرسالة إلى مدى عالمي وهذه الرسالة مدمجة بين النص والصوت والصورة والإعلام الإلكتروني يمتاز بمجموعة من الخصائص كالتفاعلية الشمولية السهولة... إلخ. وإن أبرز مظاهر وتطبيقات الإعلام الإلكتروني هي شبكات التواصل الاجتماعي، والتي هي محل دراستنا الحالية.

(1) مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني "الأسس وآفاق المستقبل"، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 147.

(2) عباس ناجي حسن: مرجع سبق ذكره، ص 99.

(3) سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مرجع سبق ذكره، ص 73.

## ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الأنترنت لتفصل بينهم أية عوامل مثل السن أو النوع أو المهنة أو الجنسية. فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة، وهو ما يجعل الشباب أكثر تعرضا لهذه المواقع نظرا لإقبالهم المتزايد على استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في هذه الشبكات أكثر من أي فئة أخرى والحقيقة أن الشبكات الاجتماعية تمثل اليوم أهم ثورة إلكترونية عرفت البشرية في مجال التواصل الاجتماعي والتفاعل الدائم بين أعضاء البنى الاجتماعية، ليكونو بناء إلكترونيا تفاعليا يحقق لهم أسرع الطرق للتواصل وأبسطها لتلبية حاجاتهم ورغباتهم والتي تتراوح بين الحاجة إلى المعرفة والوصول إلى المعلومة الجديدة أو الاتصال أو الإنتماء أو الترفيه.

## ثالثا: نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:

في عام (1954م) صاغ جون بارنز "John Barnes" والذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على أنماط العلاقات، وتشتمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلات، والأسر وفي السبعينات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية الداتية، فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم آلاف من الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات. ومصد دكاء تلك الطرفيات<sup>(1)</sup>.

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل classmates.com عام 1995م للربط بين زملاء الدراسة وموقع sixDegrees.com عام 1997م وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع الخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات

(1) حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 78، 79.

الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تذر ربحاً مالياً وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين أعوام 1999 و2001<sup>(1)</sup>. في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت friendster التي حققت نجاحاً دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003. لكن لم يتم التوافق على شروط الإستحواذ. في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين<sup>(2)</sup>.

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع (ماي سبيس) الأمريكي الشهير الذي تفوق على (جوجل) في عدد مشاهدات صفحاته ويعتبر موقع (ماي سبيس) من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير (فيس بوك) والذي قد بدأ في الإنتشار المتوازي مع (ماي سبيس) حتى قام (فيس بوك) في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي (فيس بوك) بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللدود (ماي سبيس)<sup>(3)</sup>.

#### رابعاً: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

لشبكات التواصل الاجتماعي مجموعة من الخصائص والسمات الأساسية التي تميزها عن غيرها من المواقع الأخرى أهمها :

- المشاركة "participation" وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

(1) ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 210.

(2) ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 201.

(3) ليلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2012، ص 39.

- الإفتتاح "openness" معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والإستفادة من المحتوى.
- المحادثة "conversation" حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين<sup>(1)</sup>.
- شاملة: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتلغي من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بكل سهولة.
- التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم، التلفاز والصحف الورقية ويعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ<sup>(2)</sup>.
- قلة التكلفة: إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيسبوك مكتوب "مجانى ويبقى مجاناً".
- سهولة الإستخدام: لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.
- المرونة: إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المستقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات، بل ان الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي.
- إذابة الفواصل الطبقيّة: إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للإتصال بالدعاة، وطلبة العلم، والأدباء، والعلماء بصورة مباشرة دون وسائط<sup>(3)</sup>.

(1) خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص26، 27.

(2) عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 67.

(3) حسين محمود هتيمي: مرجع سبق ذكره، 2015، ص87، 86.

- هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر MicroBlogging مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايث<sup>(1)</sup>.

### خامسا: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

تصنف شبكات التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من الأنواع منها:

- **نوع أساسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل موقع فيس بوك وماي سبيس وهاي فايف.
- **مرتبط بالعمل:** وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين<sup>(2)</sup>.
- **الشبكات العربية:** هناك بعض الشبكات الاجتماعية التي ظهرت مؤخرا على الأنترنت ولكنها لم ترتقي إلى مستوى الخدمات التي تقدمها الشبكات العالمية الكبرى، ومن أمثلة ذلك الشبكات الاجتماعية العربية مكتوب وفايح وعربيز arabiz التي ظهرت في عام 2009 وكانت مخصصة للعرب المقيمين في ألمانيا تم انتشارها في الدول العربية<sup>(3)</sup>.
- **المواقع الاجتماعية والأعمال:** لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط في الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، والمثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن، الذي جمع أكثر من 20 مليون مشترك، وأكثر من 150 حرفة مختلفة<sup>(4)</sup>.

(1) سلمان بكر بن كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية "ووسائل التواصل الاجتماعي"، ط1، دار الراجحة للنشر والتوزيع، 2015، ص 162.

(2) ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص211.

(3) فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 12.

(4) الليلى أحمد جرار: مرجع سبق ذكره، ص ص41، 40.

## سادسا: دور شبكات التواصل الاجتماعي

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدوارا عديدة، أهمها سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة نظرا لإرتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات. ومن أهم هذه الأدوار الآتي<sup>(1)</sup>:

- ✓ سهولة التعارف والتواصل بين البشر، فقد حققت وسائل التواصل الاجتماعي ففزة مجتمعية في التعارف والاتصال بين الشباب العربي.
- ✓ صقل المعرفة وزيادة الثقافة من خلال التواصل مع ثقافات جديدة وأخرى غير معروفة وكذلك فإن النقاش الذي يدور في فلك وسائل الاتصال يصقل المعرفة.
- ✓ التجارة الإلكترونية حيث تقوم شركات كثيرة بعرض منتجاتها على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن للأفراد دورهم في الترويج لبعض السلع أيضا<sup>(2)</sup>.
- ✓ أن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وفرت فتحا تاريخيا نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والإنتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي، وأبرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، واندثار لمنافسة الإعلام التقليدي<sup>(3)</sup>.
- ✓ أنها تعد وسيلة إعلام بما تنشره من أخبار ومعلومات ينتجها الأعضاء لإحداث وقعت في محيطهم وكثيرا ما تجمع بين خصائص وسائل الإعلام كلها.
- ✓ أنها وسيلة تجميعية لما تنشره كثير من وسائل الإعلام إذ يتطوع قسم من أعضاء الواقع بنقل هذه الأخبار والمعلومات كاملة أو من خلال رابط الوسيلة الإعلامية مما يوفر الوقت والجهد والمال في البحث عن هذه الأخبار في مصادرها الأصلية<sup>(4)</sup>.

(1) جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، ط4، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، الإمارات، 2014، ص 25

(2) علاء الدين محمد عفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص 181.

(3) علي كنعان: المجتمع المدني والإعلام، دط، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص154.

(4) سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مرجع سبق ذكره، ص 86

✓ أنها عملت على تحويل المستخدم لها من متلقي للمعلومات في وسائل الإعلام التقليدية إلى منتج للمعلومات ومشارك فيها، مواقع التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها من يشاء لنشر الأخبار والآراء بشكل حر للتعبير عن وجهات نظره.

✓ اعتمد الكثير من المرشحين لخوض الانتخابات سواء على الصعيد الدولي أو العربي على مواقع التواصل الاجتماعي، وبخاصة الفيس بوك وذلك من أجل التسويق لحماتهم الانتخابية وللتواصل مع الجماهير<sup>(1)</sup>.

✓ إتاحة مجال واسعاً أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين. خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبيعة وبفطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان<sup>(2)</sup>.

### سابعاً: أهداف شبكات التواصل الاجتماعي

من الأهداف البارزة والرئيسة لظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبح تأثيرها يتصدر أحداث الساعة أبرزها مايلي:

- إلغاء الحواجز بين البشر كافة، وإزالة الفوارق العرقية والدينية لجعل الجميع في بوتقة واحدة تدعى الإنسانية برغم كسر هذه الشبكات لهذه النقطة.
- تعزيز القيم والأخلاق، حيث لا وجود لها في الشبكات الاجتماعية إذ أنهم يعتبرون الأخلاق مسألة شخصية تخص الفرد نفسه ولا وجود لها في المجتمعات الرقمية.
- سرعة التواصل بين البشر وإلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر، فقد أصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تطبيقاً مجانياً على أي هاتف نقال بما يعني أن الخبر يصل المستخدم في أي وقت على مدار الساعة.
- إيجاد مساحة حرة للتعبير عن الرأي دون تدخل السلطات، بمعنى أدق إيجاد "هايد بارك" رقمية على الأنترنت.

(1) عامر ابراهيم قندلجي: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2015، ص299.

(2) صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي "أسس ومفاهيم وقيم"، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص146.



- زيادة الشائعات عن طريق الشبكات الاجتماعية، فكل شخص مشترك في نشر هذه الشبكات ينشر ما يريد من أخبار دون الرجوع إليها.<sup>(1)</sup>

### ثامنا: الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي مجموعة من الخدمات لمستخدميها من بينها :

1. **الملفات الشخصية (profile page):** ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص والمعلومات الأساسية عنه.
2. **الأصدقاء/ العلاقات (friends):** وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالتحرفين مسمى "اتصال أو علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك<sup>(2)</sup>.
3. **إرسال الرسائل:** تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.
4. **ألبومات الصور:** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للإطلاع عليها وتحويلها أيضا<sup>(3)</sup>.
5. **المجموعات "Groups":** تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنظمين إليها مساحة أشبه ماتكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـEvent أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين<sup>(4)</sup>.

(1) علي عبد الفتاح: الإعلام الاجتماعي، ط1، دار اليازوري العلمية، عمان، 2014، ص95.

(2) ماهر عودة الشمالية، حمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 211، 212.

(3) فيصل محمد عبد الغفار: مرجع سبق ذكره، ص 10.

(4) سلمان بكر بن كران: مرجع سبق ذكره، ص 166.

6. الصفحات "pages": إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدو اهتمامات بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي<sup>(1)</sup>.

### تاسعا: مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

بات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لا يقتصر على قطاع أو مجال محدد بل اتسعت مجالاته ليشمل قطاعات متعددة نذكر منها:

- **استخدامات تعليمية:** تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني، حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الإقتصار على التركيز على تقديم المقرر.
- **استخدامات إخبارية:** أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية بصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها<sup>(2)</sup>.
- **استخدامات شخصية خالصة:** فالغالب يستخدم مثلا شبكات مثل: تويتر، فيسبوك لأسباب شخصية خاصة بالفرد، ليكون على اتصال بأصدقائه مثلا، كما أنه سيشارك الناس من خلال اهتماماته وآرائه الخاصة.
- **استخدامات تجارية:** وهو ما يطلق عليه اصطلاحا "التجارة الإلكترونية" وفي المنصات الاجتماعية تؤمن لك البقاء على اتصال مع العملاء، وتسويق المنتجات، حيث أن هذه الشبكات تمثل أكبر سوق تجاري عالمي<sup>(3)</sup>.
- **استخدامات ترفيهية:** تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية إلا أنها تعمل بفكر 0، 2، حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.

(1) الليلى أحمد جرار: مرجع سبق ذكره، ص42.

(2) عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر: مرجع سبق ذكره، ص68.

(3) علي عبد الفتاح: مرجع سبق ذكره، ص94.

- **الدعاية والإعلان:** يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج. كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الاجتماعية<sup>(1)</sup>.

### عاشرا: أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

توجد العديد من تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي التي تتيح التواصل عبر شبكة الأنترنت ومن أفضل وأشهر تطبيقات التواصل الاجتماعي وأكثرها استخداما في الجزائر مايلي:

#### 1. الفيسبوك facebook:

انطلقت تطبيقات الفيسبوك بسرعة الصاروخ على شبكة الأنترنت لتصير أحدث إنقلاب في موازين الشباب في الآونة الاخيرة وفكرة هذا التطبيق تقوم على فكرة الإتحاد على الجيل الثاني من الأنترنت لخلق شبكة اجتماعية تمكن مجموعة من الشباب من إيجاد علاقة دائمة من خلال الصوت والصورة والفيديو وغيرها من التطبيقات<sup>(2)</sup>.

وهو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كثير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام (2004م) في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعي (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفيس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج)، الطالب الهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا<sup>(3)</sup>.

فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار، حتى عام (2007م) حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة

(1) ياسر خضير البياتي: الإعلام الجديد "الدولة الافتراضية الجديدة" ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص381، 382.

(2) ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كاني: الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص204.

(3) علاء الدين محمد عفيفي: مرجع سبق ذكره، ص160.

لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيسبوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز (2010م) النصف مليار شخص<sup>(1)</sup>.

وتحتل شبكة الفيسبوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت)، ويبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص<sup>(2)</sup>.

### • مميزات الفيسبوك من ناحية تقنية:

أهم مميزات الفيسبوك هي:

✓ الملف الشخصي "profile" فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفاً شخصياً يحتوي على معلوماتك الشخصية. أجل سهولة التواصل مع الآخرين.

✓ إضافة صديق "Add friend" وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده.

✓ إنشاء مجموعة "Groups" تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية مع الأنترنت أن تنشئ مجتمعاً إلكترونياً يجتمع حول قضية معينة.<sup>(3)</sup>

✓ سمة "wall" أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

✓ سمة "pokes" أو النكزة التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الإنتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به<sup>(4)</sup>.

✓ سمة "photos" أو الصورة التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

(1) عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر: مرجع سبق ذكره، ص 63.

(2) جواد علي مسلماني: مرجع سبق ذكره، ص 331.

(3) خالد غسان يوسف: مرجع سبق ذكره، ص 35، 36.

(4) فيصل محمد عبد الغفار: مرجع سبق ذكره، ص 47.

✓ سمة "status" أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي<sup>(1)</sup>.

## 2. اليوتيوب (youtube) :

اليوتيوب هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية<sup>(2)</sup>.

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (فوقول)، يتيح إمكانية التحصيل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يوميا وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة يعرض مقاطع الفيديو التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها<sup>(3)</sup>.

وانطلق موقع اليوتيوب في 14 شباط عام 2005 على يد كل من "رشاد هيرلي وسيف شين وجاويد كريم" الموظفون السابقون في مؤسسة (باي بال) وخلال صيف عام 2006 أصبح اليوتيوب واحد من المواقع الأسرع تطورا وانتشارا على شبكة الأنترنت، إذ اختارت مجلة تايمز الأمريكية اليوتيوب أفضل موقع لعام 2006، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى وقامت جوجل عام 2006 بشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار<sup>(4)</sup>.

### • مميزات اليوتيوب:

✓ إعطاء إمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع، والتأكيد من اعتماد التعديل فورا.

(1) ليلي أحمد جرار: مرجع سبق ذكره ، ص 57.

(2) علاء الدين محمد عفيفي: مرجع سبق ذكره ، ص 177.

(3) عبد الرحيم بن براهيم الشاعر: مرجع سبق ذكره ، ص 65.

(4) سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مرجع سبق ذكره، ص 102، 103.

- ✓ سهولة الإستعمال والمشاهدة حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدتها.
- ✓ اليوتيوب عام ومجاني حيث انه متاح لكافة الناس، يستطيع كل من يسجل في الموقع أن يقوم بتحميل ما يشاء من أفلام ضمن شروط وضوابط معروفة ومنشورة في الموقع.
- ✓ توفير إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب من محاضرات وخطابات ومعلومات إلى عدة لغات ترجمة فورية<sup>(1)</sup>.
- ✓ سهل البحث؛ فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث ومن تم مشاهدته.
- ✓ الرقابة؛ فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم، فانت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين او للعامة.
- ✓ أداة رائعة للترويج؛ فأفلام يوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج افكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة.
- ✓ ميزة البث المباشر؛ "live streaming" لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده. بل بمجرد الضغط على الفلم ستمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إذ كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام<sup>(2)</sup>.

### 3. الأنستغرام: "Instagram"

- يعد الأنستغرام أحد أبرز تطبيقات التواصل الاجتماعي وهو عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ الصور وإجراء التعديلات الرقمية والفلاتر عليها حسب الرغبة ثم مشاركتها مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(3)</sup>.

(1) علي خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، ص95.

(2) خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سبق ذكره ، ص ص35، 36.

(3) محمد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مرجع سبق ذكره، ص104

ويعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والأنستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية كانت بداية الأنستغرام عام 2010 م<sup>(1)</sup>.

إذن Instagram هو تطبيق أو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبر التطبيق نفسه أي Instagram ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى مثل Twitter, Facebook, Tumblr, flickr وما يميزه أنه يتيح خاصية الوسم Tag\_Hash وتخصص لكل مناسبة لتنشر فيه الصور ويراهم الأصدقاء أو المهتمين في نفس التخصص.

وفي يوم 12 أبريل 2012 استحوذت شركة Facebook على تطبيق Instagram بصفقة بلغت مليار دولار وكانت الصفقة تتميز بأنها مصدر لضجة فبلغ الصفقة يتناقض مع مادفته شركة yahoo لشراء موقع flickr عام 2005 والذي كان 3.5 مليون دولار، كتب مارك زكربيرج على حائطه في Facebook عما يحصل بعد هذا الإستحواذ العبارة "committed to building and grouping independently Instagram سنلتزم بتطوير وإنماء Instagram بشكل مستقل"<sup>(2)</sup>.

#### ● مميزات تطبيق الانستغرام:

- ومن أهم ميزات تطبيق الانستغرام، مايلي:
- ✓ مجاني لكل نظامي التشغيل Android و iOS.
- ✓ التعامل مع مختلف الكاميرات على كافة الأجهزة.
- ✓ مؤثرات فلاتر متنوعة تسهل على الجميع استخدامها بمختلف المستويات.
- ✓ الكتابة على الصور الملتقطة وتصنيفها.
- ✓ مشاركة الصور مع الأصدقاء عبر كافة مواقع التواصل الاجتماعي.<sup>(3)</sup>

(1) عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر: مرجع سبق ذكره، ص 66.

(2) نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016، 2015، ص 196.

(3) نفس المرجع السابق، ص 196.

## 2. تويتر: (Twitter)

ويعد واحد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها شيوعاً حول العالم... كيف لا.. ومن رحم هذا الموقع نشأ مفهوم "الهاشتاق" أو "الوسم" الذي استعارته لا حقا كثير من المواقع والتطبيقات لتعزيز التفاعل والوصول للمنشورات ذات المحتوى الواحد. تأسس الموقع في عام 2006م على يد أربعة شبان هم جاك دورسي ونوح غلاس وبيزستون وإيفان ويليامز... والذين لم يكونوا يعرفون على وجه اليقين كيف سيكون شكل الموقع.. هل سيكون مدونة أم شبكة اجتماعية؟ أم ماذا؟<sup>(1)</sup>.

وسرعان ما اتضحت رؤيتهم وأصبح تويتر البوابة الأولى للتدوين المصغر والمصدر الأهم للأخبار العاجلة في العالم حيث يمكن لأي مستخدم متابعة أي قضية أو مؤتمر بشكل آني، عبر متابعة ما ينشره المستخدمون في مكان الحدث ولم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين في اليابان ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخة اليابانية استحسان المستخدمين في اليابان<sup>(2)</sup>، بحيث تفوق التويتر الياباني على التويتر الإنكليزي، واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم وذلك من خلال إضافة الإعلانات إليها، وهذا ما لم يكن متوفرا باللغة الإنكليزية ومن ثم تعددت لغات التويتر حتى وصلت نهاية عام (2010) إلى سبع لغات هي: (الإنكليزية، الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، اليابانية، الإسبانية، والكورية).

ومن جانب آخر فقد كان موقع تويتر قد شهد تطورا ونموا سريعا في السنوات الأخيرة، فقد كان قد سجل (400.000) تويت، أو دخول في الربع الأخير من عام (2007)، بينما ارتفع هذا الرقم إلى (100) مليون تويت في عام (2008)، وتشير الإحصائيات إلى أنه قد بلغ عدد زوار موقع تويتر (54.7) زائر من مختلف أنحاء العالم، خلال شهر أغسطس / آب من عام (2009)<sup>(3)</sup>. وحتى نهاية عام (2010) وصل

(1) حسان شمسي باشا: ماجد حسان شمسي باشا، مرجع سبق ذكره، ص 27.

(2) ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كاني: الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 215.

(3) عامر إبراهيم قندلجي: مرجع سبق ذكره، ص 325.



عدد المغردون الذين يستخدمون تويتر إلى أكثر من (200) مليون مغرد، وذلك لسهولة الإشتراك في هذه المدونة المصغرة<sup>(1)</sup>.

● **مميزات تويتر:**

لهذا الموقع كأحد مواقع التواصل الاجتماعي مميزات عديدة:

- ✓ أن هذا الموقع يسمح بنشر الخبر أو الفكرة بسهولة وتركيز على طريقة (خير الكلام ماقل ودل).
- ✓ السرعة في نشر الخبر على الأنترنت، فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الأنترنت حتى ولو لم يكونوا مشتركين في الموقع قراءة مآكتب والإستفادة منه.
- ✓ يمكن لتويتر أن يؤدي نظرا لميزة السرعة التي يتمتع بها دورا كبيرا في تسويق وترويج المنتجات خاصة في الدول الصناعية<sup>(2)</sup>.
- ✓ تويتر يوصلك بأشخاص تود معرفتهم، حيث يتيح التواصل والتعرف على أشخاص لم تكن تعرفهم، وذلك بسبب مشاركة نفس الإهتمامات.
- ✓ هناك مخاطر أمنية أقل في تويتر، حيث تعتبر تويتر أقل، من ناحية المخاطر الأمنية من الفيسبوك، ولا توجد معلومات دقيقة عنك وصور لك ولعائلتك، وغير ذلك من المتطلبات.
- ✓ لا يمكن لأصدقائك تشويه سمعتك عن التويتر<sup>(3)</sup>.

**حادي عشر: التأثيرات الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي:**

**1. التأثيرات الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي:**

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا الشبكات الإجتماعية ومواقع التواصل الإلكترونية أضفت بعدا إيجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر وذلك إن أحسن الفرد استخدامها حيث يكون منها مايلي :

- نافذة حرية مطلقة على العالم، لقد وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرية لهم للإطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.

(1)علاء الدين محمد عفيفي: مرجع سبق ذكره، ص 173.

(2)علي خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، 2014، ص76.

(3)عادل ابراهيم قنديلجي: مرجع سبق ذكره، ص326.

- فرصة لتغيير الدات، فمن لايملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن داته فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية أصبح لك كيان مستقل وعلى صعيد عالمي. (1)
- إمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة، مثال هذا أن يلتقي شخص يبحث عن عمل بوظيفة، كلقاء "ميرمج" مثلاً بأحد المدراء في شركات البرمجة، وربما تجد شريكاً لك في عملك أو أفكارك (2).
- التقليل من الاعتماد على وسائل الإعلام المعمول بها ومواجهة التغطية الصحفية غير الدقيقة (3).
- إلغاء إمكانية التعقيم على الوقائع ومن ثم تحقيق المصداقية والشفافية وتفعيل مبدأ الحق في الإطلاع (أي حرية تداول المعلومات).
- إلغاء إمكانية تكميم الأفواه ومن تم تحقيق مناخ الحرية (خاصة حرية التعبير) تفعيل آلية الشورى (4).
- استنباط كفاءات جديدة والتعرف على الموظفين من خلال مواقعهم وصفحاتهم.
- الشبكات الاجتماعية صديقة للبيئة: التسويق عبرها لا يستلزم قطعاً للأشجار أو تلويثاً للبيئة واستخدام المحروقات كما هو الحال في التسويق الإلكتروني (5).
- نافذة إقتصادية، وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي نافذة اقتصادية يستخدمها الشباب في البحث عن الوظائف، وتقوم الشركات بالإعلان عما يتوفر لديها من فرص عمل ويمكن الأنترن من شراء مختلف الحاجيات عبر مواقع التسويق.
- مجال إعلامي، لا يخفى على من له إلمام بوسائل التواصل الاجتماعي ما لها من دور في المجال الإعلامي.
- وسيلة للتعلم، هي أداة تعليمية ذات ميزة إذا ما تم استعمالها بفعالية (6).

(1) خالد غسان المقدادي: مرجع سبق ذكره، ص 68، 69.

(2) سلمان بكر بن كران: مرجع سبق ذكره، ص 163.

(3) نادر عبد الله دسة: الإعلام المجتمعي، ط 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 95.

(4) جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم "رؤية تحليلية"، ط 1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 64.

(5) جواد علي مسلماني: مرجع سبق ذكره، ص 152، 153.

(6) حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمس باشا: مرجع سبق ذكره، ص 36، 39.

## 2. الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي:

- كما يوجد آثار إيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي فإنه يوجد لها جانبها السلبي الذي يعود على المجتمع نتيجة سوء استخدام هذه الشبكات، ومن تلك الآثار السلبية مايلي:
- تقلل من مهارات التفاعل الشخصي: فمع سهولة التواصل عبر موقع الفيسبوك او لينكدان وغيره وفي مختلف الأوقات فإن ذلك سيققل من الزمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة للفيسبوك.
  - ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل<sup>(1)</sup>.
  - إضاعة الوقت: إن الطبيعة الاجتماعية للبشر تدفعهم إلى الإندفاع إلى شبكات التواصل الاجتماعي والتجول بين الصفحات والتعليق على المنشورات والإعجاب من دون ان يشعرو بالوقت.
  - العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي: لهيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة<sup>(2)</sup>.
  - الإدمان وإضعاف مهارة التواصل: هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين.
  - إنعدام الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة إنعدام الخصوصية مما تسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية<sup>3</sup>.
  - انتحال الشخصية: وذلك لتحقيق مكاسب مادية، أو لغرض الإنتقام من شخص ما، حيث يتم تشويه صورته في المجتمع.
  - تشجيع الإنحلال الخلقي: وذلك من خلال دعوة الشباب والفتيات إلى ربط علاقة غرامية والسهر إلى ساعات متأخرة من الليل، والتفنن في ارتداء الملابس الفاضحة بالنسبة للفتيات تحت مسمى العصرية ومواكبة الموضة بالإضافة إلى نشر الصور والأفلام الإباحية.

(1)خالد غسان المقدادي: مرجع سبق ذكره، ص82، 81.

(2)حسين محمود هتيمي: مرجع سبق ذكره، ص 88، 87.

3جبريل بن حسن العريشي: مرجع سبق ذكره، ص68، 67.

- السرقة العلمية: يقوم بعض الأشخاص بسرقة أفكار الغير التي قام بنشرها على إحدى مواقع الشبكات الاجتماعية ثم يدخل بعض التعديلات عليها وينسبها لشخصه. (1)
- أداة لنشر الأخبار المغلوطة وغير الصحيحة: يستخدم بعض الأشخاص مواقع التواصل الاجتماعي استخداما سيئا، فهناك عدد كبير من الأخبار غير الصحيحة التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يوميا، ويصدقها الكثير من المستخدمين ويعيدون نشرها مرة أخرى مما يتسبب في تداول الكثير من الإشاعات (2).

(1) صارة شهرة، يزيد قلاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015، 2014.

(2) جواد علي مسلماني: مرجع سبق ذكره، ص151.

## خلاصة

ومن خلال ما سبق نستنتج أن الإعلام الإلكتروني وبالتحديد شبكات التواصل الاجتماعي بتعدد ميزاتها المختلفة ونظرا لسهولة الاستخدام ولتطور تطبيقاتها باستمرار إلى أن أصبحت من أهم الثورات الاتصالية التي فرضت نفسها لحتمية اجتماعية وتكنولوجية حيث أثبتت هذه الأخيرة وجودها الفعال وسط المجتمع بانتشارها الواسع والرهييب حيث يقول عنها موقع ثورة الويب : هي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولا زالت مستمرة الانتشار الأفقي المتسارع ، حيث أصبح تأثيرها على العقل الاجتماعي كبير وواسع النطاق نظرا لما تقدمه من خدمات تواصلية بين الأفراد والجماعات ، والملفات والصور وأفلام الفيديو ، والتشارك والتفاعل بين أفراد المجتمع في مختلف القطاعات ، ومن هنا نقول أنها أصبحت جزء لا يتجزأ من حياتنا.

## الفصل الثالث: مدخل نظري حول الوعي الصحي وكوفيد 19

تمهيد:

أولاً: الوعي الصحي

1. مفهوم الوعي الصحي
2. مفاهيم حول الصحة والتوعية الصحية
3. أهمية الوعي الصحي
4. اهداف نشر الوعي الصحي
5. مكونات الوعي الصحي ومراحل تكونه
6. مجالات الوعي الصحي
7. خصائص التوعية الصحية
8. طرق ووسائل نشر التوعية والتثقيف الصحيين.
9. ميادين التوعية الصحية.
10. صفات الشخص الواعي صحيا

ثانياً: كوفيد 19

1. بداية الازمة الصحية كوفيد-19.
2. طبيعة كوفيد-19.
3. أعراض كوفيد-19.
4. كيفية انتشار وتفشي كوفيد-19.
5. العلاج واللقاحات.
6. الوقاية من كوفيد-19 ومكافحته

## تمهيد

يعتبر الوعي الصحي وسيلة فعالة وأداة رئيسية في تحسين مستوى صحة المجتمع وثقافته الصحية كونها من مجالات الصحة العامة وأحد فروعها الرئيسية بهدف تغيير العادات والمفاهيم والإتجاهات والممارسات الصحية دون أن ننسى الهدف الأسمى وهو تحقيق السعادة والرفاهية للمجتمع عن طريق تحريكة للعمل لتحسين أحوالهم في جميع النواحي وتحقيق السلامة البدنية والنفسية والعقلية والإجتماعية، لذا يجب أن نقدم رسالة في نشر الوعي الصحي بين الطلبة لترسيخ العادات الصحية لأنها تلعب دورا فعالا في بث الوعي الصحي وغرسه وتعويدهم على السلوك الصحي وعلى الإلتزام بالنظافة العامة والشخصية وبالتالي رفع وتطوير مستوى الوعي الصحي، وتبرز أهمية الوعي الصحي أكثر في أوقات الأزمات الصحية التي تحصل في مناطق معينة، أو تلك التي تنفشى فيها الأمراض الوبائية، مثل فايروس كورونا، والذي يستدعي جهوداً صحية وتوعوية كبيرة.

## أولاً: الوعي الصحي

## 1. مفهوم الوعي الصحي

يشير الوعي الصحي إلى جملة من التصرفات والمعتقدات والرؤى التي تعين الإنسان في حياته وتحدد سلوكه، ويقصد به هنا إلمام الناس بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو الممارسة عن قصد نتيجة الفهم والإقناع<sup>(1)</sup>.

## 2. مفاهيم حول الصحة والوعي الصحي:

## 1.2 الصحة العامة:

وردت عدة تعريفات للصحة العامة منها:

تعريف الصحة العامة: "يشار إلى أن الصحة العامة تعني قدرة الإنسان على التوافق والتكيف والتواءم مع الآخرين ومع نفسه في المقام الأول ومع جميع المستويات الشخصية والانفعالية والاجتماعية. أو بمعنى آخر: هي مرادف التكيف ونعني بالتكيف النفسي هو قدرة الفرد على إثبات ذاته في بيئة يعيش فيها إما بشكل متوسط أو بشكل متوالي<sup>(2)</sup>.

وقد عرفها الخبراء بأنها العلم الذي يدرس البيئة والظروف الجماعية المحيطة بالإنسان ومدى تدخلها في صحته، وكيفية منع هذا التداخل وبالتالي الرقي في صحة الفرد والمجتمع ومسببات الأمراض ومعالجة الحالات المرضية<sup>(3)</sup>.

## الصحة الشخصية:

ويشار إلى الصحة الشخصية بأنها "الممارسات التي يقوم بها الإنسان من أجل المحافظة على صحته الجسدية والنفسية والعقلية لاستمراره في العطاء والعمل والمشاركة الاجتماعية<sup>(4)</sup>.

(1) مصطفى يوسف كافي : قضايا إعلامية معاصرة، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص207.

(2) حنان أسعد خوج: المبادئ العلمية للصحة النفسية، ط1، مكتبة الرشد، الرياض، 2010، ص19.

(3) بسام عبد الرحمان المشاقبة: الإعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص38.

(4) صلاح محمود ذياب: إدارة خدمات الرعاية الصحية، ط1، دار الفكر، عمان، 2010، ص169.



### أهمية الصحة الشخصية:

فلاحتفاظ بالصحة الشخصية والمحافظة عليها أهمية كبيرة، منها:

- ✓ مقاومة تجمع وتوالد الجراثيم على السطح الخارجي للجسم.
- ✓ مقاومة توالد الجراثيم في فتحات الجسم المختلفة مثل الأذن والأنف.
- ✓ الحد من تواجد الأجسام الغريبة في مخلفات الأطعمة في الفم.
- ✓ المحافظة على قوة ونشاط الجسم.
- ✓ المحافظة على أعضاء الجسم سليمة باتباع الأساليب المثالية في الحركة والنشاط. (1)

### مكونات الصحة:

يمكن تقسيم مكونات أو أنواع الصحة إلى مايلي:

- **الصحة البدنية:** وتتمثل في التركيب الوراثي والحالة الغذائية والمناعية والحالة الصحية وهي حالة السلامة البدنية التي تتوقف على سلامة أعضاء جسم الإنسان.
- **الصحة النفسية:** وتتمثل في مدى تكيف الفرد وقدرته على تحمل الضغوط الخارجية والتغلب عليها.
- **الصحة الاجتماعية:** وهي درجة سلامة العلاقة بين الفرد كوحدة من وحدات المجتمع، وبين المجتمع الذي يعيش فيه أي قدرته على التكيف مع البيئة الخارجية.
- **الصحة العقلية:** وهي قدرة الإنسان العقلية التي تتناسب مع المرحلة العمرية التي يمر بها، كما أنها تعني سلامة العمليات المختلفة لدى الفرد، كالتذكر والتفكير. (2)

### علامات الصحة بصورة عامة:

هناك مجموعة مظاهر تبدو على الجسم لتعبر عن تمتعه بمستوى صحي معين، وهي:

- الطاقة وتعني وجود طاقة كافية في الجسم تمكنه من مزاولة نشاطه اليومي.
- المقاومة وتعني قدرة الجسم على مقاومة الأمراض المعدية المختلفة.
- التكيف وتعني قدرة الإنسان على التكيف مع الضغوط الحياتية المختلفة بدون توتر زائد.

(1) عبد المجيد الشاعر وآخرون: **الصحة والسلامة العامة**، ط1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 91.

(2) محمد سيد فهمي، فايز محمد رجب: **الصحة الاجتماعية**، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2012، ص 10.

- التفاؤل وتعني تمتع الشخص بنظرة التفاؤل للحياة والتمتع بها.
- تحمل المسؤولية وتعني تخلي الشخص بالقدرة على تحمل المسؤولية مع الشعور بالرضا والقناعة.
- الحيوية وتعني تمتع الإنسان بمظاهر الحيوية مثل نظارة الجلد وبريقه وخلوه من أي آثار لبقع مرضية، وصحة الإنسان وغيرها. (1)

### مجالات الصحة العامة وأهدافها:

اجتمع علماء الصحة العامة على أن مجالات الصحة العامة تنحصر في المجالات التالية:

- صحة الأسرة: أي الإهتمام بصحة العائلة ككل وليس إصابة الفرد وذلك لتحديد السبب البيئي لإصابة والعمل على إزالتها.
- الصحة المدرسية.
- صحة الأغذية والتغذية.
- صحة البيئة
- الصحة المهنية.
- رعاية المرض.
- مكافحة الأمراض المعدية.
- رعاية وتأهيل المعاقين.
- الإدارة الصحية للتخطيط والأبحاث.
- الخدمات المساعدة للصحة العامة.
- الصحة النفسية.
- التربية الصحية والجنسية.
- الصحة البيطرية. (2)

(1) سمر أبو العيون: مرجع سبق ذكره، ص20.

(2) بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سبق ذكره، 2012، ص29.

### أهداف الصحة العامة:

كما أن أهداف الصحة العامة جاءت من أجل تحقيق مايلي:

- تحسين صحة البيئة.
- مكافحة الأمراض السارية.
- تنظيم خدمات الطب والتمريض للعمل على التشخيص المبكر والعلاج الوقائي للأمراض.
- تطوير الحياة الاجتماعية والمعيشية.
- خدمات الصحة النفسية. (1)

### مستويات الصحة:

تتعدد مستويات الصحة، بحيث توجد درجات متفاوتة بحسب الوضع الصحي للفرد، هذه الدرجات نوجزها فيما يلي:

- **الصحة المثالية:** وهي درجة التكامل المثالية من الجوانب البدنية والنفسية والعقلية والاجتماعية وهو مستوى صعب الوصول إليه ويعتبر هدف للبرامج الصحية.
- **الصحة الإيجابية:** وفيه تؤدي أجهزة الجسم دورها بكفاءة عالية، حتى لو واجهت مؤثرات خارجية.
- **سلامة متوسطة:** وفيه تؤدي أجهزة الجسم بكفاءة عالية، ولكن لو واجهت مؤثرات خارجية تقع فريسة للمرض (2).
- **المرض غير الظاهر:** في هذه الحالة لايشكو المريض من أعراض، ولكن يمكن اكتشاف الحالة المرضية بعلامات واختبارات خاصة.
- **المرض الظاهر:** وفي هذا المستوى يشكو المريض من أعراض يحس بها أو من علامات مرضية ظاهرة عليه.
- **مستوى الإحتضار:** وفي هذا المستوى تسوء الحالة الصحية إلى حد بعيد يصعب معه على المريض أن يستعيد صحته (3).

(1) بسام عبد الرحمن مشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص 40.

(2) حنان أسعد خوج: مرجع سبق ذكره، ص 26.

(3) محمد سيد فهمي، فائزة محمد رجب: مرجع سبق ذكره، ص 12.

## 2.2 السلوك الصحي:

وردت عدة تعريفات للسلوك الصحي أهمها:

- تعريف جوشمان: "تلك الصفات الشخصية التي تتعلق بصيانة الصحة من أجل استعادتها وترقيتها".
- تعريف فيربر: "مفهوم جامع لأنماط السلوك والمواقف القائمة على الصحة والمرض وعلى استخدام الخدمات الطبية".
- تعريف نولدنز: "كل أنماط السلوك التي تهدف إلى تنمية وتطوير الطاقات الصحية عند الفرد".
- تعريف هيبلي: "الإجراءات التي يتخذها الأشخاص الأصحاء تجاه أنفسهم وتجاه الآخرين من أجل تعزيز الصحة والوقاية من الأمراض والحد من الأضرار الصحية.<sup>(1)</sup>

وتشير السلوكيات الصحية (Health Behaviors) إلى تلك السلوكيات التي يؤديها الأفراد بهدف تعزيز وضعهم الصحي والحفاظ على صحتهم، ولا تتبع أهمية السلوكيات غير الصحية من كونها تساهم في حدوث الأمراض فحسب، ولكن أيضا لأنها قد تتطور ببساطة إلى عادات ضارة بالصحة<sup>(2)</sup>.

## أبعاد السلوك الصحي:

للسلوك الصحي ثلاثة أبعاد أساسية هي:

- **البعد الوقائي:** ويتضمن الممارسات الصحية التي من شأنها أن تحمي الإنسان من خطر الإصابات بالمرض كالحصول على التلقيح ضد مرض معين مثلا أو مراجعة الطبيب بانتظام لإجراء الفحوصات الدورية.
- **بعد الحفاظ على الصحة:** ويشير إلى الممارسات الصحية التي من شأنها أن تحافظ على صحة الفرد كالإقبال على الأكل الصحي مثلا أو تنفيذ سلوكيات صحية أخرى منصوص بها.

<sup>(1)</sup>عثمان فضل السيد أحمد فضل السيد، محمد محمد الهادي حسن سليمان: مستوى الالتزام بالسلوك الصحي الوافي من جائحة كورونا "كوفيد 19" لدى السودانيين، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، العدد 01، جانفي 2021، ص ص381، 382.

<sup>(2)</sup>شيلي تايلور: علم النفس الصحي، ترجمة: وسام درويش بريك، فوزي شاكور داود، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 124.

- **بعد الإرتقاء بالصحة:** ويشمل كل الممارسات الصحية التي من شأنها أن تعمل على تنمية الصحة والإرتقاء بها إلى أعلى مستويات ممكنة من خلال النشاط البدني وممارسة الرياضة بشكل منظم ودائري. (1)

### أنماط السلوك الصحي:

إن الأهمية القصوى التي يحققها السلوك الصحي في الحفاظ على صحة جيدة توضحها الدراسة الكلاسيكية التي أجراها كل من (بيلوك) و (برسلو) على سكان مقاطعة ألاميدا بكاليفورنيا، إذ بدأ هذان الباحثان بتحديد 7 أنماط من السلوكيات الصحية المهمة وهي:

- النوم لمدة 7 - 8 ساعات في الليلة.
- عدم التدخين.
- تناول الإفطار وفي كل يوم.
- عدم تناول الكحول أكثر من مرة أو مرتين في اليوم.
- ممارسة الرياضة بشكل منتظم.
- تجنب الأكل بين الوجبات.
- تجنب حدوث زيادة في الوزن تزيد عن 10٪ من الحد المطلوب. (2)

### فهم السلوك الصحي:

هناك أسباب كثيرة تؤدي إلى أنماط معينة في السلوك وإذا كان علينا تشجيع السلوك الصحي السليم فيجب علينا فهم الأسباب الكامنة وراء تلك التصرفات التي تؤدي إلى المرض والإعتلال، فالمعرفة بتلك الأسباب والدوافع يسهل علينا مهمة اختيار الأسلوب الأمثل التي نستخدمه في تعزيز وتشجيع السلوك السليم. أما عن هذه الأسباب التي تتحكم بالممارسات الفردية فهي؛ المفاهيم والأحاسيس والتأثر ببعض الأفراد في المجتمعات المحيطة بالفرد، والموارد المتوفرة، والثقافة والتراث (3).

(1) رباب حلاب: مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، قسم علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2018، 2017، ص 33.

(2) شيلي تايلور: مرجع سبق ذكره، ص 124.

(3) حنان أسعد خوج: مرجع سبق ذكره، ص 25.

## الضبط الذاتي للسلوك:

إن العلاج المعرفي السلوكي الذي يستخدم أيضا لتعديل العادات السلوكية، تحول تدريجيا نحو نموذج علاجي يركز على الضبط الذاتي (self control)، ووفق هذا التوجه يتصرف الفرد المستهدف في برنامج التدخل على نحو جزئي كعلاج ذاتي، ويتعلم من خلال التوجه الخارجي، أن يتحكم بالأحداث التي تسبق السلوك المراد تعديله وتليه<sup>(1)</sup>.

## تغيير السلوك الصحي:

في كل المجتمعات نرى الكثير من الممارسات التي تحسن الصحة وتحافظ عليها وغيرها تساعد على الشفاء وتمنع المرض وعادة النتائج الإيجابية الأخرى الأخيرة لسلوك معين فقط يشجع على الإستمرار في ممارسته بين الناس وأحيانا لاتظهر النتائج الإيجابية لسلوك غير صحي، فيستمر الناس في ممارسته ولا يقلعون عنه<sup>(2)</sup>.

فعند البدء بأية محاولة لتعديل أو تغيير في السلوك الصحي فيجب علينا فهم وإدراك الصعوبات التي تواجه الأفراد لدى محاولتهم إدخال تعديل أو تطوير أو تحسين الممارسات الصحية على حياتهم، فمعرفة تلك الصعوبات يساعد القائمين بمهمة تحسين السلوك أسهل من حيث اختيار الأسلوب الأفضل والأمثل في تنفيذ برامج الممارسات الشخصية نحو صحة مثل<sup>(3)</sup>.

## 3.2 التثقيف الصحي:

تنوعت التعريفات التي عرفت التثقيف الصحي، فيعرف بأنه "عملية نقل وإيصال المعلومات الصحية لجميع أفراد المجتمع وتزويدهم بالمعلومات اللازمة وبالطريقة المناسبة. كما يعرف بأنه "علم وفن التأثير على رغبات وسلوك الأفراد في المجتمع وهو أداة لكسب ثقتهم واستقطابهم نحو الأجهزة الصحية وتعاونهم مع المسؤولين في مجال التثقيف في سبيل وقاية المجتمع من مختلف العلل والأمراض والحصول على

(1) المرجع نفسه، ص ص 25-26.

(2) شيلي تايلور: مرجع سبق ذكره، ص 158.

(3) عثمان فريد رشدي: الصحة والسلامة المهنية، ط1، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 211.

القدرة لتجنب هذه العلل والأمراض ورصدها ومقاومتها في حال تعرضهم لها، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى رفع المستوى الصحي والاجتماعي معا مع تنمية الكفاءات وتحقيق الحياة السعيدة<sup>(1)</sup>.

وعرفه آخرون بأنه "إعداد الناس للمحافظة على صحتهم، فهو إدخال تغيير إيجابي على سلوكهم العام لتفادي الأمراض وتزويدهم بمفاهيم وقيم ومهارات جديدة ويكون ذلك بالتوجه إليهم لاستنهاض الهمم، ورفع الوعي الصحي قدما في سبيل نضال يهدف للمحافظة على سلامة الأفراد<sup>(2)</sup>. كما أن التثقيف الصحي "عبارة عن مجموعة خبرات تعليمية صممت من أجل تسهيل وتسريع التبني التلقائي لسلوكيات تحسن مستوى الصحة.<sup>(3)</sup> والتثقيف الصحي أيضا هو: "عملية متصلة وتراكمية فهو ليست عملية سهلة وبسيطة إذا أخذنا في الاعتبار أنه لا يهدف إلى إيصال المعرفة فقط، ولكن إلى تغيير السلوك<sup>(4)</sup>. ويمكننا أن نعرف التثقيف الصحي بأنه "التثقيف الصحي هو جعل المعلومات والحقائق الصحية سلوكا حيا واقعا في حياتنا، مستخدمين في ذلك الأساليب التربوية الحديثة.<sup>(5)</sup>

### أهداف التثقيف الصحي:

إن الهدف من التثقيف الصحي هو تحقيق السعادة والرفاهية للمجتمع عن طريق بث الحس الصحي في نفوس الناس وتحفيزهم للنهوض بمحض إرادتهم للعمل على تحسين أحوالهم الإقتصادية والصحية والاجتماعية وترسيخ الشعور بالمسؤولية وتقويم سلوكيات الأفراد ورغباتهم وتوجيههم نحو الأفضل وتطوير آفاق تفكيرهم وفرض شخصياتهم واحترامهم لتحقيق السلامة العقلية والنفسية والاجتماعية للوصول إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي تدرج فيما يلي:

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص44.

(2) شعباني مالك: مرجع سبق ذكره، ص194.

(3) مجموعة من المؤلفين: قمرريض صحة المجتمع، منظمة الصحة العالمية، 2006، ص 106.

(4) سامر عبد الستار أمين وآخرون: دليل التثقيف الصحي للعاملين في مجال الرقابة الصحية، ط1، وزارة الصحة، دائرة الصحة العامة، قسم الرقابة الصحية، 2012، ص8.

(5) نجيب الكيلاني: التثقيف الصحي للطلاب وأفراد المجتمع "دوره وأهميته"، ط1، دار الصحة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص42.

- توجيه المعلومات الصحية المستهدفة أو الصادقة لحماية المجتمع والأفراد من الأمراض والمشاكل الصحية<sup>(1)</sup>.
- تمكين الناس من تحديد مشكلاتهم الصحية واحتياجاتهم.
- مساعدة الناس في حل مشاكلهم الصحية باستخدام إمكانياتهم.
- بناء الاتجاهات الصحية السوية<sup>(2)</sup>.
- تقديم كافة المعلومات للتعرف على الأوبئة المنتشرة في البيئة.
- حث أفراد المجتمع لاتباع السلوكات الصحية لحماية أنفسهم من الأوبئة والأمراض المعدية.
- حث أفراد المجتمع للإمتناع والإبتعاد عن أي عمل يضر صحة الفرد وصحة الآخرين.
- نشر المعارف الصحية السليمة في المجتمع وترسيخ السلوك الصحي السليم<sup>(3)</sup>.

#### شروط المثقف الصحي:

يستلزم ان تتوفر في المثقف الصحي مجموعة من الشروط حتى تتم عملية التثقيف الصحي على أسس صحية علمية وعملية صحيحة كي يتمكن من رفع مستوى الصحة العامة لدى الافراد والمجتمع أبرز هذه الشروط مايلي:

- أن يكون المحتوى الثقافي الذي يقدمه المثقف الصحي متناسبا مع مستوى تفكير العامة، كي يصبح قادرا على تفهم وإدراك الظروف الصحية المفيدة له وبالتالي يجعله متعاوننا مع ما يحيط به من أمور صحية<sup>(4)</sup>.
- أن يكون قادرا على التعبير اللغوي السليم الواضح.
- أن يتفهم طبيعة الجمهور المتلقي وإمكاناته وأن يتعاطف معه.
- أن يبدأ بداية جدابة تشد المتلقي، وأن ينهي عمله والناس متشوقون للمزيد، فلا يسترسل حتى يملوه ويبدأوا في الإنصراف عنه.

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص 45.

(2) سامر عبد الستار أمين وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 9.

(3) شهرزاد نوار، كلثوم قير: مرجع سبق ذكره، ص 354، 355.

(4) سمير أبو العيون: مرجع سبق ذكره، ص 23.



- أن يكون الحديث من طرف واحد عند اللقاء الجماعي، بل لابد أن يعطيهم كامل الفرصة ليعبروا عن دواهم.
- أن يكثر الحديث عن مظاهر الحياة الصحية السليمة وروعيتها أكثر من حديثه عن الأمراض وهمومها، وأن لا يفتح باب الأمل دائما<sup>(1)</sup>.

## 4.2: مفهوم الرعاية الصحية:

"الرعاية الصحية تعنى لعامة الناس العلاج من جميع الأمراض، وهو العلاج الأكثر فاعلية من الوصفات الشعبية بل ان العقاقير الطبية مشهود بفعاليتها من جانب كل من المريض والطبيب قبل استخدامها"، فالرعاية هي العلاج الأكثر فاعلية للأمراض من الوصفات الشعبية. وهناك مفهوم آخر تقدمه منظمة الصحة العالمية للرعاية الصحية تقول فيه: "إنها أسلوب لرعاية يتعلق بمجتمع بعينه، وهي تتكون من أساليب ووسائل مناسبة وغير باهضة التكاليف ومقبولة من المجتمع"<sup>(2)</sup>.

والرعاية الصحية: "مجموعة الخدمات الطبية والوقائية المقدمة لكافة أفراد المجتمع بهدف رفع مستوى الصحة للمواطنين ومنع انتشار الأمراض والأوبئة وعلى أن تشمل كافة الخدمات التي تساعد على النهوض بالمستوى الصحي"<sup>(3)</sup>.

## مفهوم الرعاية الصحية الأولية:

هي الرعاية الصحية التي تعتمد على وسائل وتكنولوجيات صالحة عمليا وسليمة علميا ومقبولة اجتماعيا ومسيرة لكافة الأفراد والأسر في المجتمع من خلال مشاركتهم التامة، وبتكاليف يمكن للمجتمع وللبلد توفيرها في كل مرحلة من مراحل تطورها بروح من الاعتماد على النفس وحرية الإرادة، وهي جزء لا يتجزأ من النظام الشاملة للحياة، التي تعد وظيفته المركزية ومحوره الرئيسي، ومن التنمية الاجتماعية والإقتصادية الشاملة للمجتمع<sup>(4)</sup>.

(1)نجيب الكيلاني: مرجع سبق ذكره، ص ص12، 13.

(2)محمد الحنفاوي: مرجع سبق ذكره، ص88.

(3)صلاح محمود ذياب: مرجع سبق ذكره، ص ص 168، 169.

(4)مجموعة من المؤلفين: مرجع سبق ذكره، ص 51.

## العناصر الأساسية للرعاية الصحية:

- تتضمن الرعاية الصحية مجموعة من العناصر الأساسية، من أهمها:
- التثقيف بشأن المشكلات الصحية السائدة وطرق الوقاية منها ومكافحتها.
- توفير التغذية وتحسين الموارد الغذائية.
- تأمين ماء صالح للشرب.
- رعاية صحة الأم الحامل والطفل بما في ذلك تنظيم الأسرة.
- التطعيم ضد الأمراض المعدية.
- العلاج الملائم للأمراض والإصابات الشائعة<sup>1</sup>.
- وقاية المجتمع من الأمراض السارية والمستوطنة ومكافحتها.
- التشخيص المبكر والعلاج المبكر للأمراض.
- توفير الأدوية والعقاقير الأساسية.
- صحة الفم والأسنان.
- صحة المسنين.
- تعزيز الصحة النفسية<sup>(2)</sup>.

## خصائص الرعاية الصحية الأولية:

انطلقت خصائص الرعاية الصحية الأولية من خلال المعادلة التالية:

- إذا كانت الصحة العامة هي العلم والنظرية فإن الرعاية الصحية الأساسية أو الأولية هي السبيل لتنفيذ هذا المفهوم، ومن هنا فالرعاية الصحية الأولية تمتاز بما يلي:
- أن تصبح الخدمات الصحية العلاجية والوقائية في متناول الجميع.
- الإهتمام بالتربية الصحية، التثقيف الصحي، مع التركيز على المشاكل الصحية الدارجة<sup>(3)</sup>.
- أن تعتمد على مشاركة تامة من المجتمع وأفراده.

(1) حنان أسعد خوج: مرجع سبق ذكره، ص ص 21، 22.

(2) وليد يوسف الصالح: إدارة المستشفيات والرعاية الصحية والطبية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 106،

(3) بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص 41، 42.

- أن تعتمد على وسائل وتقنيات صالحة علمياً ومقبولة اجتماعياً.
- أن تكون تكاليفها ممكن توفيرها من قبل المجتمع في كل مرحلة من مراحل تطويره وبروح من الاعتماد على النفس.
- أن تكون جزءاً لا يتجزأ من التنمية الاجتماعية والإقتصادية الشاملة للمجتمع<sup>(1)</sup>.
- تقديم الخدمات الصحية بكفاءة عالية، والكفاءة هنا تعني، تقديم خدمات ذات جودة عالية وتحقيق الرضا بين المواطنين والمرضى في ظل توفر الموارد المتاحة وعلى أن تقدم هذه الخدمات باستمرار ودون انقطاع<sup>(2)</sup>.

### أهداف الرعاية الصحية:

- ✓ كفاءة كل مواطن في الخدمة الصحية مع الإهتمام بالصحة الوقائية.
- ✓ تطوير وتنسيق نظم العلاج لتحقيق أكبر عائد منها للمواطنين في صورة خدمات فعلية.
- ✓ التوسع في خدمات التأمين الصحي.
- ✓ العناية بالمستشفيات وتحسين خدماتها ورفع كفاءة الأفراد بالنسبة للأطباء وهيئة التمريض عن طريق التدريب المستمر والمتابعة والرقابة.
- ✓ تعميم تجربة العلاج الإقتصادي والتوسع في إنشاء العيادات الخارجية وأقسام الإستقبال تبعاً للكثافة السكانية في كل حي أو منطقة<sup>(3)</sup>.
- ✓ تقوية التفاعل في المجتمع وتشجيعه على المشاركة لتقديم خدمة صحية مبنية على حاجة الفرد والمجتمع.
- ✓ تحقيق المساواة والعدالة في توفير خدمات الرعاية الصحية الأولية لكل المواطنين بغض النظر عن الموقع الجغرافي داخل المدن أو التجمعات السكانية الكبيرة أو في القرى.
- ✓ تطبيق التعليم الطبي والصحي المستمر وبمستويات مختلفة لرفع الكفاءة الصحية والإدارية لجميع منسوبي المراكز<sup>(4)</sup>.

(1) وليد يوسف الصالح: مرجع سبق ذكره، ص 106.

(2) صلاح محمود ذياب: مرجع سبق ذكره، ص 173.

(3) محمد الحنفاوي: مرجع سبق ذكره، ص 90.

(4) وليد يوسف الصالح: مرجع سبق ذكره، ص 102.

## 5.2: التربية الصحية

تمثل التربية الصحية ترجمة بعض الحقائق العلمية المعروفة، إلى أنماط سلوكية صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع، وذلك باستعمال الأساليب التربوية الحديثة، حيث تعتبر جزءا هاما من العملية التربوية التي يتحقق من خلالها رفع الوعي الصحي للمجتمع، عن طريق تزويد المتعلم بالمعلومات والخبرات بهدف التأثير في معارفه واتجاهاته وسلوكه، وإكسابه عادات صحية تساعد على العيش في مجتمع سليم<sup>(1)</sup>. أي هي جزء من العملية التربوية تعمل على ترجمة الحقائق العلمية إلى سلوكيات صحية لرفع الوعي الصحي لدى المجتمع.

## أهداف التربية الصحية:

تحقق التربية الصحية عن طريق:

- تزويد الفرد بالمعلومات والحقائق الصحية الوظيفية التي تستطيع أن يستفيد منها في مواجهة مشكلاته في حياته البيئية.
- تكوين العادات الصحية لمساعدة الفرد على السلوك الصحي السليم بما يحقق له الصحة الشخصية.
- اكتساب الفرد المهارات الصحية الأساسية اللازمة له ولا يمكن الإستغناء عنها في الحياة اليومية للفرد كتعلم الإستعافات الأولية والرعاية عند المرض<sup>(2)</sup>.
- العمل على تغيير مفاهيم الأفراد فيما يتعلق بالصحة والمرض ومحاولة أن تكون الصحة هدفا لكل منهم.
- العمل على تغيير اتجاهات وسلوك وعادات الأفراد لتحسين مستوى صحة الفرد والأسرة والمجتمع بشكل عام، وطرق التصرف في حالات الإصابة البسيطة وفي حالة المرض وجميع الأعمال التي يتشارك فيها كل أب وأم من أجل رفع المستوى الصحي في المجتمع<sup>(3)</sup>.

(1) عثمان فريد رشدي: مرجع سبق ذكره، ص 195، 196.

(2) مصطفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص 210

(3) القص صليحة: فعالية برامج تربية صحية في تغيير سلوكيات الخطر وتنمية الوعي الصحي لدى المراهقين، أطروحة نهاية الدراسة لنيل شهادة دكتوراه في علم النفس، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، 2015، ص 66. وكنتزة حامدي، مبني نور الدين: واقع التربية الصحية في المناهج التعليمية الجزائرية، جامعة محمد لمين دباغين، المجلد 11، العدد 04، 2019، ص 690.

## 3. أهمية الوعي الصحي:

- للوعي الصحية أهمية كبيرة في حياة الفرد والجماعة وتزداد هذه الأهمية في ظل انتشار الأمراض والأوبئة للتقليل من الإصابة بها ولاسيما الخطيرة منها، ويمكن تلخيص أهمية الوعي الصحي في النقاط الآتية :
- ✓ تمكين الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعد في تفسير الظواهر الصحية وتجعله قادرا على البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنه من تجنبها والوقاية منها.
  - ✓ أنها رصيد معرفي يفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة له في اتخاذ قرارات صحية صائبة إزاء ما يتعرض له ويواجهه من مشكلات صحية.
  - ✓ خلق روح الإعتزاز والتقدير والثقة بالعلم كوسيلة من وسائل الخير.
  - ✓ أنه يولد لدى الفرد الرغبة في الإستطلاع، ويغرس فيه حب اكتشاف المزيد منه، كونه نشاط غير جامد يتسم بالتطور المتسارع<sup>(1)</sup>.
  - ✓ كما تمثل الصحة مكانا بارزا على خريطة التنمية، وإن عزلها عن باقي الوسط الاجتماعي والإقتصادي مغالطة كبرى، ولعل علماء الإقتصاد قد أصابوا الحقيقة عندما أكدوا على أن الإستثمار في المجال الصحي يعني الإستثمار في توعية القوى العاملة المنتجة وتوعية الناس والنمو الاقتصادي، إذ تسهم البرامج الصحية في المخرجات الإقتصادية السنوية ورفع القيمة الحالية للعمل والعائد المستقبلي الذي تحققه فيما بعد<sup>(2)</sup>.

## 4. أهداف نشر الوعي الصحي:

- هناك عدد من الأهداف يراد تحقيقها والوصول إليها من خلال نشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع من المجتمعات وهي:
- أن يكون أفراد المجتمع على معرفة ودراية بالمعلومات المتصلة. بالمستوى الصحي في مجتمعهم.
  - أن يكون الأفراد قد ألموا بالمشكلات الصحية والأمراض المعدية التي تنتشر في مجتمعهم ومعدل الإصابة بها وأسبابها وطرق انتقالها وأعراضها وطرق الوقاية منها ووسائل مكافحتها.

(1) مصطفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص 208.

(2) محمد الحنفاوي: مرجع سبق ذكره، ص 150

- أن يفهم أفراد المجتمع أن حل مشاكلهم الصحية والمحافظة على صحتهم وصحة الأفراد المحيطين بهم هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الحكومية. فالفرد نفسه يعتبر موطنا للمرض أو لغيره، وإصابه فردا واحدا بمرض معين أو انتشار أي مرض في المجتمع أساسه أصلا التصرف غير صحي للفرد.
- أن يتعرف أفراد المجتمع على الخدمات والمنشآت الصحية وذلك من خلال فهم الغرض من إنشائها وكيفية الإنتفاع بها بطريقة صحيحة ومجدية، كما يشتركون في تقييمها ويتوخون السبل والوسائل التي تزيد من فائدتها وكفائتها ويبدلون كل الجهد في سبيل إنشاء مشروعات صحية جديدة<sup>(1)</sup>.

### 5. مكونات الوعي الصحي:

من أهم مكونات الوعي الصحي هي مجموعة المعارف والمعتقدات التي يكونها الأفراد عن الأمور والقضايا والمشكلات الصحية والأمراض وكما هي المشكلات الصحية المزمنة التدخين والإدمان والإصابة بالأمراض الجسدية والبدانة فإن مكافحة ذلك يعتمد على تغيير أنماط حياة وعادات الأفراد السلوكية والمعرفة الصحية تعني مجموعة المعلومات والخبرات والمدرجات التراكمية التي يحصل عليها الإنسان من المصادر الموثوقة حول الحقائق والآراء الصحية<sup>(2)</sup>.

### 6. مراحل تكون الوعي الصحي:

يتم تكوين الوعي الصحي بالمراحل التالية:

- المرحلة التمهيديّة: لا بد من تحديد دقيق لما يتوافر لدى الطلبة من المعارف والمفاهيم والسلوكيات المتصلة بالجوانب الصحية.
- مرحلة التكوين: تحديد المداخل المناسبة لتكوين الوعي لدى الطلبة وهي تهدف جميعها إلى إثارة الدافعية لدى الطلبة ومن أهم هذه المداخل الإهتمامات والحاجات والآمال التي يشعرون بها.

(1) شهرزاد نوار، كلثوم قير: مرجع سبق ذكره، ص 353.

(2) مصطفى يوسف كافي: مرجع سبق ذكره، ص 207.

- **مرحلة التطبيق:** يفترض أن تتاح المواقف كما وكيفما للطلبة لكي يطبقوا ما سبق تعليمه من مفاهيم وسلوكيات، وما تم تكوينه من وعي وذلك للتأكد من أن ما حدث من تعليم له آثار باقية ومؤثرة في عقل ووجدان وسلوكيات الفرد.
- **مرحلة التثبيت:** هذه المرحلة خاصة بعملية الإثراء لما سبق تعلمه وتكوينه من مفاهيم والتأكد من تأثيرها في مستوى الوعي لدى الطلبة.
- **مرحلة المتابعة:** تعد هذه المرحلة في الحقيقة مسألة ترتبط بأن المعلم لا بد أن يخطط لأنشطة جديدة يشارك فيها الطلبة وتسمى أنشطة المتابعة التي تستهدف تهيئة مواقف تساعد على ممارسة المتعلم دائما كل ما سبق أن تعلمه تدعيما له ولما نتج عنه من سلوكيات صحية سليمة والتأكد على أن ما تم تعلمه ذو قيمة حقيقية في حياته اليومية<sup>(1)</sup>.

## 7. مجالات الوعي الصحي:

- لا يقتصر الوعي الصحي على جانب معين، بل يتسع مجاله ليشمل كافة العناصر الضرورية لكي يكون الإنسان ممتعا بصحة جيدة وهذه العناصر متداخلة بشكل يصعب فصلها، لأنها متشابكة بطبيعتها ويؤثر بعضها في الآخر، ولكن ذكرها على شكل مجالات قد يكون أكثر إيضاحا:
- **الصحة الشخصية:** ويشمل النظافة الشخصية كنظافة البدن والملابس والمنزل وبيئة العمل، وغيرها.
  - **مجال التغذية:** ويشمل ذلك تناول الغذاء وهضمه وامتصاصه وتمثيله في الجسم، وما ينتج عن ذلك من تحرير الطاقة، وعمليات النمو والتكاثر وصيانة الأنسجة، وكذلك التخلص من الفضلات، والعادات الغذائية السليمة.
  - **الأمان والإسعافات الأولية:** يهدف إلى توعية الأفراد للعناية بأمنهم وسلامتهم الشخصية، حتى يستطيعوا تجنب المخاطر والحوادث الفجائية، واتخاذ القرارات الكفيلة بتقليل نسبة الإصابات في حال وقوع الحوادث، سواء في المنزل أو المدرسة أو الشارع، كما يشمل إسعافات النزف والحروق والتسمم، والحرائق، والكسور والجروح.

<sup>(1)</sup>رشيد عبد القوي: مستوى الوعي الصحي وعلاقته بالحفاظ على الوزن الطبيعي لدى طلبة الجامعة، بحث مقدم ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم وتقنيات الأنشطة البدنية والرياضية تخصص الرياضة والصحة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2019، 2018، ص 44-45.

- صحة البيئة: وتهتم بغرس المفاهيم البيئية بشأن المحافظة على البيئة التي يعيش فيها الأفراد وباقي الكائنات الحية.
- الصحة العقلية والنفسية: تهدف إلى تحقيق الكفاءة النفسية والعقلية لدى الأفراد بغية التحكم في انفعالاتهم الداخلية والتقليل من المؤثرات الخارجية على وجدانهم، وحمايتهم من الإصابة بالأمراض النفسية والعقلية.
- التبغ والكحوليات والعقاقير: ويتعلق هذا بإبراز الأضرار الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية نتيجة تعاطي التبغ والكحوليات وسوء استخدام العقاقير، وتكمن أهمية هذا المجال في الأخطار التي يسببها التدخين، وانتشار الظاهرة على مستوى العالم.
- الأمراض والوقاية منها: وتهدف إلى الوعي بالأمراض وكيفية انتقالها، ومنع أو الحد من انتشارها، والتعرف على الأمراض المعدية والأمراض غير المعدية.
- صحة المستهلك: تهدف إلى المحافظة على صحة المستهلك وحمايته سواء أكان عن طريق الإلتزام بالحقائق عن الإعلان عن الأطعمة، أو تقييم الحملات الدعائية، والتأمين الصحي، وتصويب المعتقدات غير الصحيحة، وكذلك البدع والخرافات.
- التربية الجنسية: التي تهدف إلى توعية الأفراد بالتكوين الترشحي والوظيفي للجهاز التناسلي في الإنسان، والزواج والأمومة، والأبوة، ومراحل تكوين الجنين، والمشكلات الجنسية الصحية<sup>(1)</sup>.

## 8. خصائص التوعية الصحية:

للتوعية الصحية مجموعة من الخصائص تتمثل في:

- توجيه جهود التوعية نحو جمهور متجانس في اهتماماته، ورغم هذا التجانس إلا أن هذا الجمهور يكون غير متجانس في بعض المتغيرات الأخرى، مثل: العمر، الخبرة... الخ.
- تتم التوعية عادة في أماكن تجمع الجمهور.

(1) عبد التواب جابر أحمد محمد مكي: المحددات الاجتماعية للوعي الصحي في الريف المصري، دراسة ميدانية بإحدى قرى محافظة أسيوط، مجلة أسيوط للدراسات البيئية، العدد 46، يوليو 2017.



- الجمهور في التوعية غير ملتزم أو مقيد باتباع نظام شكلي كمواظبة الحضور إنما يتم ذلك بمحض إرادته.
- مدة الراجح التوعوية غير محدودة، فقد تقتصر أو تطول حسب الغرض منها، هناك الدورية والموسمية وهناك من تستمر لسنوات كإعارة الطفل والأم.
- التوعية الصحية عملية مكتسبة عن طريق التعلم، وهي خاضعة للتغيير من شخص لآخر أو من مجتمع لآخر، ومن جيل إلى جيل آخر. (1)

## 9. طرق ووسائل نشر التوعية والتثقيف الصحي :

### 1.9 طرق نشر الوعي الصحي

لكي يتم نشر الوعي الصحي لا بد أن توفر النقاط التالية لدى أفراد المجتمع:

- فهم واستيعاب أفراد المجتمع أن حل مشكلاتهم الصحية والحفاظ على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤوليتهم في المقام الأول قبل أن يكون مسؤولية الجهات الرسمية.
- إلمام أفراد المجتمع بالعلوم الصحية الخاصة بمجتمعهم، والمتمثلة في المشكلات الصحية الخاصة بالمجتمع، الأمراض المعدية المنتشرة، معدل الإصابة بهذه الأمراض، أسبابها، أعراضها، طرق انتقالها، وكيفية الوقاية منها(2).

### 2.9 وسائل نشر التوعية والتثقيف الصحي:

تتعدد أساليب وأشكال الاتصال الصحي، ولكن في الغالب هناك تقسيمان، فالأول هو اتصال مباشر يتم بين القائم بالاتصال الصحي والجمهور مباشرة ويغلب عليه الطابع الشخصي، أما الثاني فهو اتصال غير مباشر وتستخدم فيه وسائل الاتصال الجماهيرية من صحف وإذاعة وتلفزيون، ويتوجه إلى جمهور واسع(3).

(1) رانيا سلوغة: اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام في التوعية الصحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم

العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2017، 2016، ص77.

(2) سمر أبو العيون: مرجع سبق ذكره، ص23.

(3) محمد فارس، مختار جلوي: أساليب الاتصال الصحي في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 11،

جوان 2015، ص39.

## ● الاتصال المباشر:

وتعني المقابلة المباشرة التي تتم بين المثقف الصحي وبين من يقدم لهم التوعية الصحية، وقد تكون هذه المواجهة فردية أو جماعية بمعنى أن يلتقي المثقف بفرد واحد أو يلتقي المثقف بمجموعة من الأفراد ويلقي عليهم محاضرة أو يدور حوار مشترك حول موضوع ما كإجراء مناقشة حول أسس الرعاية الصحية والوقاية من الأمراض وتسمى بالاتصال المباشر الجماعي.

يعتمد نجاح الاتصال المباشر على مايلي:

- أ. شخصية المثقف الصحي.
- ب. أسلوبه ومهارته التدريبية.
- ج. تمتع المثقف الصحي بالأسس العلمية السليمة.
- د. قدرته على التعامل مع المستويات الثقافية المختلفة<sup>(1)</sup>.

## ● الاتصال غير المباشر:

يتسم هذا الأسلوب باستخدام وسائل توصل آراء المثقف الصحي إلى الناس، وتعد من أكثر الوسائل أهمية، تتم باتباع سبل عديدة من بينها:

- أ. النشرات والكراريس التعليمية
- ب. الملصقات الجدارية والإعلانات
- ج. الأفلام السنمائية واستخدام الوسائل السمعية والبصرية
- د. وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون والراديو والصحافة
- هـ. إقامة المعارض الخاصة بالصحة
- و. عقد الندوات والمؤتمرات الخاصة بأمور الصحة<sup>2</sup>.

(1) سمير أحمد أبو العيون: مرجع سبق ذكره، ص 22، 23.

(2) عثمان فريد رشدي: مرجع سبق ذكره، ص 25.

## 10. ميادين التوعية الصحية:

## • المنزل:

يعد المنزل أهم ميادين التوعية الصحية حيث أن المنزل والأسرة هي الخلية الأولى والأساسية للمجتمع، والمجتمع يصلح بصلاحيها، وذلك من خلال تربية الأطفال تربية صحية سليمة، وذلك مسؤولية الوالدين اللذين يقدمان القدوة الحسنة لأطفالهم، حيث يتعلم الطفل في سنوات عمره الأولى مبادئ الوقاية والعادات الصحية السليمة، ومما هو معروف مدى تأثير سنوات الطفل الأولى في تنمية شخصيته وأهمية الأسرة في تنمية العادات الصحية السليمة لديه<sup>(1)</sup>.

## • المدرسة:

تعد المدرسة أحد أهم ميادين التوعية الصحية وأصبحت المدرسة من وسائل من وسائل إعداد المواطنين حيث أنها تتعلق بإمداد التلاميذ بالمعرفة والمعلومات والرحلات التي توضح للتلاميذ طرق العناية لتوفير أسباب الصحة ودرء أسباب المرض.

حيث يعد التعليم من أهم مصادر وتشكيل الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع والمدرسة تساعد الأفراد على إدراك واقعهم ومشكلات مجتمعهم الصحي من خلال ما تقدمه من معارف ومعلومات وما يقوم به المعلم من أنشطة وممارسات صحية سليمة، فالفرد المتعلم يكون أكثر وعياً من غير المتعلم كما يكون أكثر قدرة على الإستجابة لمتغيرات الواقع والمساهمة في تغيير وتطوير الظروف الصحية، فانتشار الأمية يؤدي إلى غياب الوعي الصحي، ويقف وراء كثير من المشكلات الصحية<sup>(2)</sup>.

## • المجتمع:

تقدم المجتمعات المتقدمة فرصاً عديدة للثقافة الصحية لأفرادها تتمثل في:

أ\_ النصائح والإرشادات الصحية من المتخصصين.

(1) محمد الحنفاوي: مرجع سبق ذكره، ص 136.

(2) نفس المرجع السابق: ص 140.

ب\_ تقديم البرامج الصحية التي يتم تطبيقها في الأماكن العامة في مجالات المجتمع المختلفة مثل المطاعم، والنوادي، والمعسكرات، والمساجد... الخ<sup>(1)</sup>.

### 11. صفات الشخص الواعي صحيا:

إن الشخص الواعي صحيا هو الشخص الذي لديه القدرة على:

أ. التفكير الناقد وحل المشكلات: فالفرد الواعي صحيا هو شخص يفكر تفكيرا ناقدا، ويحل المشكلة التي يحددها ويواجهها بشكل ابتكاري في مستويات متعددة بدء من المستوى الشخصي انتهاء إلى المستوى العالمي.

ب. المسؤولية والإنتاج: فالفرد الواعي صحيا هو مواطن مسؤول ومنتج ومدرك لواجباته لضمان وصولها إلى مجتمعه المحلي حتى يجعله أكثر صحة وأمانا، وعلى ذلك فهو شخص يتجنب السلوكيات التي تقف أمام تهديد الصحة والأمان لنفسه والآخرين.

ت. التعليم الموجه ذاتيا: فالفرد الواعي صحيا هو شخص متعلم بطريقة ذاتية، ولديه القدرة على القيادة في تعزيز الصحة، ولديه الأساس المعرفي للوقاية من الأمراض .

ث. الإتصال بفاعلية: فالفرد الواعي صحيا هو شخص له القدرة على الإتصال بفاعلية، فهو ينظم وينقل معتقداته وأفكاره، ويوفر مناخا مناسباً لفهم الآخرين والإعتناء بهم، والإستماع إليهم، وتقدير سلوكيات معززة ومشجعة لهم للتعبير عن أنفسهم<sup>(2)</sup>.

### ثانيا: كوفيد \_19

#### 1. بداية الأزمة كوفيد \_19:

ظهر الفيروس المستجد كورونا (كوفيد \_19) لأول مرة في مدينة ووهان وسط الصين في شهر ديسمبر 2019، ثم انتشر إلى المقاطعات الصينية الأخرى في أوائل ومنتصف شهر يناير 2020 بسبب احتفالات أعياد السنة الجديدة، وواصل زحفه نحو البلدان الأخرى بسبب السفر الدولي كالتالي: تايلاند (13 يناير)، اليابان (15 يناير)، كوريا الجنوبية (20 يناير)، تاوان والولايات المتحدة الأمريكية (21 يناير)،

(1) سمر أحمد أبو العيون: مرجع سبق ذكره، ص 27.

(2) صليحة القص: مرجع سبق ذكره، ص 216.

هونغ كونغ وماكاو (22 يناير)، سنغافورة (23 يناير) فرنسا ونيبال وفيتنام (24 يناير)، واعتبارا من 29 يناير اكتشفت أكثر من 75775 حالة مؤكدة في جميع أنحاء العالم معظمها في الصين، وحدثت 2130 حالة وفاة بسبب الفيروس التاجي في بداية الإنتشار.

الجزائر ظهرت أول الحالات بتاريخ 25 فيفري 2020 عن طريق رعية إيطالية ثم سرعان ما انتشر الفيروس عن طريق القادمين من أوروبا أين كانت معدلات المرض تشهد ارتفاع متسارع، الأمر الذي أدى إلى انتشار المرض ليشمل كل المناطق<sup>(1)</sup>.

### 2. طبيعة كوفيد-19:

هو مرض ناجم عن الإصابة بفيروس كورونا الجديد الذي يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي تنتمي إليها والذي يتسبب بمرض المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارز) وبعض أنواع الزكام العادي، قد اكتشف المرض في ديسمبر 2019، في مدينة ووهان وسط الصين، وأطلق عليه اسم COV\_19 وقد صنفته منظمة الصحة العالمية في 11 مارس 2020 جائحة ويستطيع الفيروس الإنتشار بين البشر مباشرة حيث ارتفع معدل الإصابة في منتصف يناير 2020، حيث أبلغت عدة بلدان في أوروبا وأمريكا الشمالية وآسيا والمحيط الهادي عن وصول إصابات إلى أراضيها<sup>(2)</sup>.

### 3. أعراض كوفيد-19:

تتمثل الأعراض الأكثر شيوعا لمرض كوفيد 19 في الحمى والإرهاق والسعال الجاف، وقد يعاني بعض المرضى من الآلام والأوجاع، أو احتقان الأنف، أو الرشح، أو ألم الحلق، أو الإسهال، وعادة ماتكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ تدريجيا ويصاب بعض الناس بالعدوى دون أن تظهر عليهم أي أعراض ودون أن يشعرو بالمرض، ويتعافى معظم الأشخاص (نحو 80%) من المرض دون الحاجة إلى علاج خاص، وتشتد حدة المرض لدى شخص واحد تقريبا من صعوبة كل 6 أشخاص يصابون بعدوى كوفيد 19 حيث يعانون

(1) ملاك سلوى، زايد رابح: واقع تطبيق نظام الصيرفة الإسلامية في الجزائر في ظل جائحة كوفيد \_ 19، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، - المجلد 12، العدد 01، جانفي 2021، ص 102.

(2) مقيمي ريمة: مدى تأثير جائحة فيروس كورونا على مبدأ استمرارية المرافق العام في الجزائر، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد 12، العدد 01، جانفي 2021، ص 37.

صعوبة التنفس، وتزداد احتمالات إصابة المسنين والأشخاص المصابين بمشكلات طبية أساسية مثل: ارتفاع ضغط الدم أو أمراض القلب أو داء السكري بأمراض وخيمة، وقد توفي نحو 3٪ من الأشخاص الذين أصيبوا بالمرض، وينبغي للأشخاص الذين يعانون من الحمى والسعال وصعوبة التنفس التماس الرعاية الطبية<sup>(1)</sup>.

#### 4. كيفية انتشار وتفشي كوفيد \_19:

ينتقل كوفيد \_19 بشكل أساسي عن طريق قطرات من الجهاز التنفسي لدينا إنها قطرات صغيرة تطرد عند السعال أو العطس لهذا السبب يقال أن الفيروس ينتشر بين الناس خاصة في الأماكن التي توجد بها حشد كبير من الناس. يمكن أن ينتشر الفيروس على مسافة تتراوح بين 1 و2 متر، وبالتالي فهذه هي مسافة الأمان التي يجب أن نحافظ عليها بينما ومع ذلك يبدو أنه ليس هذا الشكل الوحيد للإرسال. ويشير العلماء إلى أن هذه القطرات الصغيرة يمكنها أيضا تلويث الأشياء والسطوح بهذه الطريقة يمكن أن يصاب الشخص السليم عن طريق الاتصال بشيء ملوث.

علاوة على ذلك نجر الإشارة إلى أن الأطفال مجموعة رئيسة في هذا الوباء هذا ليس بسبب جهازه المناعي ولكن ميله إلى لمس كل شيء ووضع الأشياء ويديه في فمه لهذا السبب يجب توخي الحذر الشديد لأنهم يصبحون خزانات تنشر كوفيد \_19<sup>(2)</sup>.

#### 5. العلاج واللقاحات:

تشتمل اللقاحات الحاصلة على ترخيص استخدام طارئ من إدارة الغذاء والدواء الأمريكية مايلي:

✓ - "لقاح فايزر" "بيو إنتيك" المخصص لكوفيد 19. لقاح كوفيد 19 الذي أنتجته فايزر بيو إنتيك فعال بنسبة 95٪ في منع أعراض فيروس كوفيد 19، وهذا اللقاح للأشخاص بعمر 16 سنة فأكثر

<sup>(1)</sup> منظمة الصحة العالمية: فيروس كورونا المستجد covid\_19 "دليل توعوي صحي شامل". الموقع الإلكتروني لمنظمة الصحة العالمية. النسخة الأولى. 2020.

<sup>(2)</sup> بلباي حمزة: دور الإعلام الوقائي عبر الميديا الاجتماعية في الوقاية من فيروس كورونا كوفيد \_19، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في شعبة الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020، 2019، ص 111.

ويتطلب أخذ حقنتين يفصل بينهما 21 يوما، يمكن إعطاء الجرعة الثانية بعد مدة تصل إلى ستة أسابيع بعد الجرعة الأولى إذا لزم الأمر.

✓ - "لقاح موديرنا" المخصص لكوفيد 19. ولقاح كوفيد 19 الذي أنتجته موديرنا فعال بنسبة 94%. في منع أعراض فيروس كوفيد 19، وهذا اللقاح للأشخاص بعمر 18 سنة فأكثر، ويتطلب أخذ حقنتين يفصل بينهما 28 يوما، يمكن إعطاء الجرعة الثانية بعد مدة تصل إلى ستة أسابيع بعد الجرعة الأولى، إذا لزم الأمر.

✓ - "لقاح يانسن/جونسون آند جونسون" المخصص لكوفيد 19 كان هذا اللقاح في التجارب السريرية فعال بنسبة 66% في الوقاية من عدوى كوفيد 19 المصحوبة بأعراض، وذلك بعد 14 يوما من أخذ اللقاح، كما كان اللقاح فعالا بنسبة 85% في الوقاية من الإصابة بحالة كوفيد 19 وخيمة، وذلك بعد 28 يوما على الأقل من أخذ اللقاح، وهذا اللقاح للأشخاص بعمر 18 سنة فأكثر، ويتطلب حقنة واحدة<sup>(1)</sup>.

## 6. الوقاية من المرض ومكافحته:

إن أفضل طريق للوقاية من المرض هي تجنب التعرف لفيروس كوفيد 19، توصي مراكز مكافحة الأمراض والوقاية منها (CDC) ومنظمة الصحة العالمية (WHO) باتباع النصائح التالية :

- ابق على بعد 6 أقدام (2 متر) على الأقل عن أي شخص خارج نطاق المقيمين في منزلك.
- تجنب الإزدحامات والأماكن المغلقة ذات التهوية السيئة.
- يجب غسل اليدين كثيرا بالماء والصابون لمدة 20 ثانية على الأقل أو استخدام مطهر يديوي يحتوي على الكحول بنسبة 60% على الأقل.
- ضع الكمامة في الأماكن العامة، وخاصة عند وجود صعوبة في التباعد الاجتماعي .
- غط فمك وأنفك بمرفقيك أو بمنديل عند السعال أو العطس.
- تخلص من المنديل بعد استخدامه، واغسل يديك فوراً.
- تجنب لمس العينين والأنف والفم.

(1)عبادة مايو: كوفيد 19 تعرف على الحقيقة. 27 مارس 2021 متوفر على الرابط: [HTTPS://www.mayoclinic.org/ar/diseases/conditions/coronavirus/m\\_depth/coronavirus\\_vaccine/art\\_20484859](https://www.mayoclinic.org/ar/diseases/conditions/coronavirus/m_depth/coronavirus_vaccine/art_20484859) تاريخ الإطلاع: 01 أبريل 2021 على الساعة 18:30.

- نظف وطهر يوميا الأسطح التي تلمسها بشكل متكرر.
- إذا كانت لديك حالة مرضية مزمنة وكنت من الفئات الأكثر عرضة للإصابة بأعراض حادة في حال انتقلت إليك العدوى، فاستشر طبيبك بشأن اتباع طرق إضافية لحماية نفسك<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup>عبادة مايو. / [https://www.mayoclinic.org/ar/diseases\\_condition/corona-virus/expert-answers/novel-corona-virus/](https://www.mayoclinic.org/ar/diseases_condition/corona-virus/expert-answers/novel-corona-virus)

faq\_20478727، تاريخ الإطلاع: 30 أبريل 2021. على الساعة 50: 23



## خلاصة

ختاماً لهذا الفصل يمكن القول أن الوعي الصحي هو إلمام المواطنين بالمعلومات الصحية وإحساسهم بالمسؤولية تجاه صحتهم وصحة غيرهم، حيث جاء استخلاصنا لعناصر وجوانب الصحة والوعي الصحي، فالسلوك الصحي والتربية الصحية فضلاً عن الرعاية الصحية والتثقيف الصحيين باعتبارهم المفهومين المكملين للوعي الصحي، والوسائل الفعالة والأدوات الرئيسية في تحسين مستوى صحة المجتمع لأنهم من مجالات الصحة العامة وأحد فروعها الرئيسية بهدف تغيير العادات والمفاهيم والإ اتجاهات والممارسات الصحية، دون أن ننسى الهدف الأسمى لهما ألا وهو تحقيق السعادة في المجتمع عن طريق تحريك الناس للعمل على تحسين أحوالهم في جميع النواحي وتحقيق السلامة البدنية والنفسية والعقلية والاجتماعية، خاصة في حالات تفشي وانتشار الأمراض والأوبئة على نطاق واسع مثل كوفيد 19 آخر سلالة من الفيروسات التي لازال تأثيرها حتى الآن، الجائحة التي ضربت معظم دول العام وكان لها آثار مدمرة صحية واجتماعية واقتصادية على المجتمعات

## الفصل الرابع: الجانب التطبيقي

تمهيد

أولاً: تحليل البيانات الجدولية

ثانياً: النتائج العامة للدراسة

ثالثاً: نتائج الدراسة على ضوء المداخل النظرية المعتمدة

رابعاً: التوصيات والإقتراحات

خلاصة

## تمهيد

بعد سلسلة الإجراءات المنهجية التي تم اتباعها منذ شروعنا في انجاز هذه الدراسة والنزول بها الى ميدان البحث وتطبيقها على عينة الدراسة، وبعد جمع المادة الخام من البيانات والتي في صيغت في شكل استمارة، ثم فرزها في جداول تكرارية من اجل تكميمها وتنظيمها لنتمكن في الأخير من قراءتها وتحليلها من الجانب الاحصائي والسوسيولوجي بما يخدم اهداف الدراسة، وسنحاول في هذا الفصل تحليل البيانات التي تم جمعها من الميدان من اجل الإجابة على التساؤلات التي قمنا بطرحها في بداية البحث العلمي.

يتناول هذا الفصل سبع مباحث:

خصصنا المبحث الأول: من هذا الإطار المحاولة اكتشاف السمات العامة لعينة الدراسة من خلال الجنس، السن، القسم والمرحلة الدراسية.

اما في المبحث الثاني: يتناول عادات وانماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي.

وفي المبحث الثالث: يتناول ابرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة الاعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19.

وفي المبحث الرابع: نتناولنا المضامين التي يتلقاها طلبة الاعلام والاتصال بجامعة جيجل لشبكات التواصل الاجتماعي في يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19.

اما المبحث الخامس: تناولنا دوافع طلبة الاعلام والاتصال بجامعة جيجل لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19.

وفي المبحث السادس: تناولنا التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي احدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19.

كما تناول المبحث السابع: عرض النتائج العامة للدراسة.

أولاً: تحليل البيانات الجدولية

1. السمات العامة لعينة الدراسة

• الجنس:

يتوزع مفردات عينة الدراسة حسب طبيعة جنسهم، كما هو مبين في الجدول والشكل المواليين:

الجدول رقم(01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس		
النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
70.8%	68	أنثى
29.2%	28	ذكر
100%	96	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

الشكل رقم (03): توزيع افراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من الجدول اعلاه أن النسبة العالية من أفراد العينة هي من الإناث حيث بلغ عددهم 68 أنثى أي ما يعادل 70.5% في حين بلغ عدد ذكور 28 ذكرا ونسبة مقدارها 29.2%.

وبذلك يتجاوز عدد الاناث عدد الذكور، ومن خلال قراءتنا للنتائج الكمية في الجدول اعلاه اثبتت تفوق نسبة الاناث على الذكور، وهي دلالة على سيطرت العنصر الانثوي في السنوات الأخيرة في المجال الدراسي، وسبب في ذلك يعود الى ان فئة الذكور تختار التوجه الى الميدان العملي، كما ان فئة الذكور

يفضلون اخذ شهادة ليسانس وعدم متابعة الدراسة في طور الماجستير وهذا ما لاحظناه في عدد المسجلين في طور الماجستير فأغلب المسجلين كانوا من جنس الاناث.

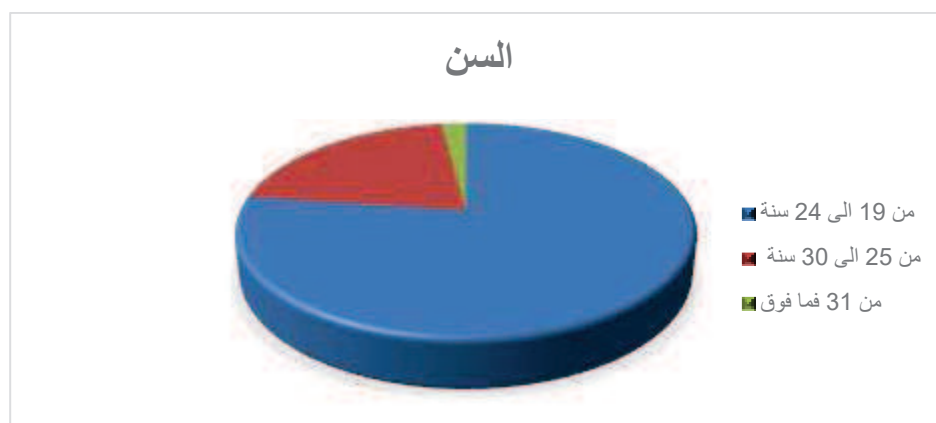
• السن:

تختلف أعمار مفردات عينة الدراسة، كما هو موضح في الجدول والشكل المواليين:

الجدول رقم(02): توزيع أفراد العينة حسب السن		
النسبة المئوية%	التكرار	السن
77.1%	74	من 19 الى 24 سنة
20.8%	20	من 25 سنة إلى 30 سنة
2.1%	02	من 31 سنة فما فوق
100%	96	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (04): توزيع افراد العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

يتبين لنا من الجدول اعلاه أن أغلبية أفراد عينة الدراسة هم ضمن الفئات العمرية التي تنتمي للمجال (من 19 سنة إلى 24 سنة)، حيث بلغ عدد الأفراد 74 فردا بنسبة إجمالية تعادل 77.1%، ثم تليها الفئة العمرية (من 25 سنة إلى 30 سنة) بـ 20 فردا أي ما نسبته 20.8%، واخيرا الفئة العمرية (31 سنة فما فوق) بفردين اي بنسبة 2.1%.

نستنتج من خلال هذه النتائج ان اغلب الطلبة هم أصحاب الفئة العمرية من (19 الى 24 سنة) يعتبرون اصغر في السن واصلوا دراستهم في طور الماستر دون انقطاع على غرار فئة العمرية من (25 الى 30 سنة) و(31 سنة فما فوق) هي فئة كبيرة في السن واصلوا دراستهم في طور الماستر بعد انقطاع دام لسنوات.

● التخصيص:

يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث التخصيص وفق ما يوضحه الجدول والشكل المواليين:

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب التخصص		
النسبة المئوية	التكرار	التخصص
34.4%	33	اعلام واتصال
31.3%	30	اعلام
14.6%	14	صحافة مطبوعة
19.8%	19	سمعي بصري
100%	96	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

الشكل رقم (05): توزيع افراد العينة حسب التخصص



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الفئة 33 طالبا ينتمي الى تخصص اعلام واتصال أي ما نسبته 34.4% من إجمالي النسب، تليها فئة تخصص اعلام بـ 30 فردا بنسبة 31.3%، في حين ان فئة تخصص

الصحافة مطبوعة قدر عدد الطلبة بـ 14 فرداً أي بنسبة 14.6%، وفي الأخير تخصص سمعي بصري قدر عددهم بـ 19 فرداً أي بنسبة 19.8%.

نفس النسبة الكبيرة لعدد المبحوثين من قسم الاعلام الاتصال إلى كون هذا القسم هو جدد أو قسم عام يختص بالسنتين الاولى والثانية من الدراسة الجامعية لتخصص الاعلام والاتصال، ثم يبدأ بعدها تخصص فرعي يختار فيه الطالب القسم الذي يرغب به، والاقسام الفرعية في جامعة تاسوست هي إعلام سمعي بصري، صحافة مطبوعة وإلكترونية وعليه فمن الطبيعي أن تكون نسبة أعداد الطلبة في القسم العام أكثر من نسبة التخصص الفرعي.

#### ● المرحلة الدراسية

يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث المرحلة الدراسية وفق ما يوضحه الجدول المواليين:

الجدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب المرحلة الدراسية		
النسبة المئوية	التكرار	المرحلة الدراسية
31.3%	30	ليسانس سنة ثانية
33.3%	32	ليسانس سنة ثالثة
24%	23	ماستر 1
11.5%	11	ماستر 2
100%	96	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

الشكل رقم (06): توزيع افراد العينة حسب المرحلة الدراسية



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد الطلبة في المرحلة الدراسية "سنة ثانية ليسانس" هو 30 طالب أي ما بنسبة 31.3%، تليها فئة المرحلة الدراسية "سنة ثالثة ليسانس" بـ 32 فردا بنسبة 33.3%، في حين ان فئة المرحلة الدراسية "ماستر" 1 قدر عدد الطلبة 23 فردا أي بنسبة 24%، وفي الأخير فئة المرحلة الدراسية "ماستر" 2 قدر عددهم بـ 11 فردا أي بنسبة 11.5%.

نتستنج من خلال تحليل نتائج الجدول أن الفئة الغالبة في القسم هي فئة ليسانس ويعود ذلك إلى أن أعداد الليسانس يفوق أعداد الماستر في الجامعات وبالتالي تكون نسبة ليسانس أكثر ويمكن إرجاع ذلك لعدم إتاحة درجة الماستر لجميع الطلبة سابقا بسبب مجموعة من الشروط الكمية والكيفية.

## 2. عادات وانماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (05): يوضح كيفية تسجيل الافراد في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
45.8%	44	33.8%	23	75%	21	نعم
54.2%	52	66.2%	45	25%	7	لا
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل لا يسجلون بأسمائهم الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار (52) مفردة بنسبة (54.2%)، وعلى ذلك نسبة (25%) من فئة الذكور بتكرار (7) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (66.2%) من فئة الاناث بتكرار (45) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، بينما الذين يسجلون في مواقع التواصل الاجتماعي بأسمائهم الحقيقية جاءت بتكرار (44) مفردة بنسبة قدرها (45.8%) وعلى ذلك نسبة (75%) من فئة الذكور بتكرار (21) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (66.2%) من فئة الاناث بتكرار (23) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

نتستنج من خلال هذا التحليل أن أغلب الطلبة لا يسجلون بأسمائهم الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا قد يعزي إلى حدرهم من انتحال شخصياتهم أو تحفظ من أن تستعمل أسمائهم وحساباتهم



من قبل آخرين في اتجاهات سلبية وبالتالي يرغبون في إخفاء هويتهم الحقيقية والإبعاد بها عن احتمالية الإختراق وانتهاك الخصوصية.

الجدول رقم (07): يوضح ما اذا كان الافراد العينة يضيفون البيانات صحيحة عنهم في شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
62.5%	60	%57.4	39	%75	21	نعم
37.5%	36	%42.6	29	%25	7	لا
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل يضيفون بيانات صحيحة عنهم في مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار (60) مفردة بنسبة (62.5%)، وعلى ذلك نسبة (75%) من فئة الذكور بتكرار (21) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (57.4%) من فئة الاناث بتكرار (39) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، بينما الذين لا يضيفون بيانات صحيحة عنهم في مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بتكرار (36) مفردة بنسبة قدرها (37.5%) وعلى ذلك نسبة (25%) من فئة الذكور بتكرار (07) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (42.6%) من فئة الاناث بتكرار (29) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا.

من خلال نتائج الجدول أعلاه اتضح لنا أن أغلب أفراد العينة يضيفون بيانات صحيحة عنهم كالبريد الإلكتروني... رقم الهاتف... مكان الإقامة... تاريخ الميلاد... وذلك لسهولة البحث عنهم والتعرف على حساباتهم للتواصل معهم، فعلى الرغم من أن قسما كبيرا منهم لا يدكرون أسمائهم الحقيقية للأسباب التي ذكرناها مسبقا، وهذا يعني أن إخفاء الاسم الحقيقي وإبراز بيانات الإتصال الحقيقية يؤكد على رغبة المبحوثين في التواصل الآمن مع الآخرين سواء تواصل لغرض الدراسة أو الإستفهام أو العمل أو التجارة.

الجدول رقم (08): يوضح مدة استخدام افراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
16.7%	16	%16.2	11	%17.9	5	اقل من ساعة
47.9%	46	%54.4	37	%32.1	9	من ساعة الى 3 ساعات
35.4%	34	%29.4	20	%50	14	اكثر من 3 ساعات
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل يقضون من ساعة الى 3 ساعات في متابعة وتصفح شبكات التواصل الاجتماعي بتكرار (46) مفردة بنسبة (47.9%)، وعلى ذلك نسبة (32.1%) من فئة الذكور بتكرار (9) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (54.4%) من فئة الاناث بتكرار (37) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، بينما هناك من يقضي في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من 3 ساعات حيث جاءت بتكرار (34) مفردة بنسبة قدرها (35.4%) وعلى ذلك نسبة (50%) من فئة الذكور بتكرار (14) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (29.4%) من فئة الاناث بتكرار (20) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، في حين ان هناك من يقضي في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي اقل من ساعة حيث جاءت بتكرار (16) مفردة بنسبة قدرها (16.7%) وعلى ذلك نسبة (17.9%) من فئة الذكور بتكرار (5) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (16.2%) من فئة الاناث بتكرار (11) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا.

نتستنج من خلال هذا التحليل أن أغلب المبحوثين يقضون من ساعة إلى 3 ساعات في متابعة وتصفح شبكات التواصل الاجتماعي وهو ما يفسر الإستخدام الكثيف والولوج الكبير المستغرق خلال عملية التصفح، مما يؤكد على أهميتها واستخداماتها المتنوعة في جميع المجالات من قبل المبحوثين، ويرجع هذا لأسباب منها الرغبة الملحة للمستخدم في فتح حسابه الشخصي والإطلاع على الجديد والأشخاص المتصلين به وبذلك يحقق إشباعا لحاجته من الإستخدام دون الشعور بالوقت الذي يقضيه فيه.

الجدول رقم (09): يوضح الوسيلة المعتمدة لدى افراد العينة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
11.5%	11	%8.8	6	%17.9	5	الحاسوب
84.4%	81	%85.3	58	%82.1	23	هاتف النقال
4.2%	4	%5.9	4	%0	0	لوحات ذكية
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل يعتمدون على الهاتف النقال عملية تصفح شبكات التواصل الاجتماعي بتكرار (81) مفردة بنسبة (84.4%)، وعلى ذلك نسبة (82.1%) من فئة الذكور بتكرار (23) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (85.3%) من فئة الاناث بتكرار (58) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، بينما هناك من يعتمد على الحاسوب في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت بتكرار (11) مفردة بنسبة قدرها (11.5%) وعلى ذلك نسبة (17.9%) من فئة الذكور بتكرار (5) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (8.8%) من فئة الاناث بتكرار (6) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من يعتمد في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي على لوحات الذكية حيث جاءت بتكرار (4) مفردة بنسبة قدرها (4.2%) وعلى ذلك نسبة (0%) من فئة الذكور بتكرار (0) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (8.9%) من فئة الاناث بتكرار (4) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

من نتائج هذا الجدول يتضح أن معظم أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي كونه الوسيلة المتوفرة والمتاحة والشائعة بين معظم الطلبة، وأن الهاتف الذكي جهاز شخصي يمتاز بسهولة حمله وخفة وزنه، أي التنقل به إلى أي مكان وتصفح الحساب في أي وقت.

الجدول رقم (09): يوضح كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%41.7	40	%44.1	30	%35.7	10	أقوم بالنشر على حسابي واتواصل مع الأصدقاء لمعرفة آرائهم
%27.1	26	%23.5	16	%35.7	10	متابع لبعض الصفحات والمجموعات وشارك بالنشر والتعليق
%25	24	%27.9	19	%17.9	5	متابع لبعض الصفحات والمجموعات ولا اشارك بالنشر والتعليق
%6.2	6	%4.4	3	%10.7	3	لمشاركو فيديو من اليوتيوب
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بالنشر على حساباتهم والتواصل مع اصدقائهم بتكرار (40) مفردة بنسبة (%41.7)، وعلى ذلك نسبة (%35.7) من فئة الذكور بتكرار (10) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (%44.1) من فئة الاناث بتكرار (30) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، بينما هناك من يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بمتابعة لبعض الصفحات والمجموعات والمشاركة بالنشر والتعليق حيث جاءت بتكرار (26) مفردة بنسبة قدرها (%27.1) وعلى ذلك نسبة (%35.7) من فئة الذكور بتكرار (10) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (%23.5) من فئة الاناث بتكرار (16) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، في حين ان هناك من يستخدمها في متابعة لبعض الصفحات والمجموعات ولا يشاركون بالتعليق والنشر حيث جاءت بتكرار (24) مفردة بنسبة قدرها (%25) وعلى ذلك نسبة (%17.9) من فئة الذكور بتكرار (5) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (%27.9) من فئة الاناث بتكرار (19) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، وهناك من يستخدمها لمشاركة فيديو من اليوتيوب جاءت بتكرار (6) مفردة بنسبة قدرها (%6.2) وعلى ذلك نسبة

(10.7%) من فئة الذكور بتكرار (3) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (4.4%) من فئة الاناث بتكرار (3) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا.

نستنتج من خلال تحليل الجدول أن أغلب أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في النشر على حساباتهم والتواصل مع أصدقائهم ويمكن تفسير ذلك أنهم يفضلون التفاعلية أكثر من غيرها باعتبارها فضاء خصبا لذلك، من خلال القراءة والتعليق على الصور والدرشة مع أصدقائهم حيث أن كل من يمتلكون حساب على الموقع يسرعون في الإتصال بالأصدقاء وبدء المحادثات فيما بينهم، وهذا من أجل تبادل الأفكار والتجارب التي تواجههم في حياتهم ومشاركتهم في أمر ما أو طلب مساعدة منهم وهذا ما يعزز علاقتهم أكثر، فشبكات التواصل الاجتماعي تقرب الأصدقاء في هذا العالم الافتراضي في وقت لا يستطيعون الإلتقاء فيه في الواقع الحقيقي.

الجدول رقم (10): يوضح المعايير التي يعتمد عليها للحكم على مصداقية المعلومات التي يتلقاها الطالب من شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
15.6%	15	14.7%	10	17.9%	5	الأرقام والاحصائيات
20.8%	20	23.5%	16	14.3%	4	الوثائق
8.3%	8	5.9%	4	14.3%	4	السرعة في نقل المعلومة
35.4%	34	33.8%	23	39.3%	11	ذكر مصدر المعلومة وتحديده
19.8%	19	22.1%	15	14.3%	4	اعتماد الصور والفيديوهات
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل يعتمدون على ذكر مصدر المعلومة وتحديده للحكم على مصداقية المعلومات التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي بتكرار (34) مفردة بنسبة (35.4%)، وعلى ذلك نسبة (39.3%) من فئة الذكور بتكرار (11) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (33.8%) من فئة الاناث بتكرار (23) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، بينما هناك من يعتمد على الوثائق حيث جاءت بتكرار (20) مفردة بنسبة قدرها (20.8%) وعلى ذلك نسبة (14.3%) من فئة الذكور بتكرار (4) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا،

ونسبة (23.5%) من فئة الاناث بتكرار (16) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من يعتمد على الصور والفيديوهات وجاءت بتكرار (19) مفردة بنسبة قدرها (19.8%) وعلى ذلك نسبة (14.3%) من فئة الذكور بتكرار (4) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (22.1%) من فئة الاناث بتكرار (15) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من يعتمد على الأرقام والاحصائيات فجاءت بتكرار (15) مفردة بنسبة قدرها (15.6%) وعلى ذلك نسبة (17.9%) من فئة الذكور بتكرار (5) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (14.7%) من فئة الاناث بتكرار (10) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من يعتمد على السرعة في نقل المعلومة في ذلك فجاءت بتكرار (8) مفردة بنسبة قدرها (8.3%) وعلى ذلك نسبة (14.3%) من فئة الذكور بتكرار (4) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (5.9%) من فئة الاناث بتكرار (4) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

يظهر من خلال هذه النتيجة، أن أبرز المعايير التي يعتمد عليها المتلقون الشباب للحكم على مصداقية المعلومات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو معيار مصدر المعلومة وتحديده، وهذا مؤشر واضح على مستوى الوعي الإعلامي لدى الطلبة بتمييز مصداقية المعلومة من عدمها، لاسيما أن العينة من طلبة الإعلام، وهذا يعني أيضاً أن إدراك معايير اختيار المعلومة حاضرة في المحتوى الرقمي، خاصة مع الفيض الكبير للمعلومات التي تبث عبر تلك الشبكات، واختلاط بعضها، ولأنها متاحة لكل مستخدم، بغض النظر عن مستوى حرصه على صدق المعلومة من زيفها، والدليل على أن الطلبة لديهم وعي في مستوى اختيار وانتقاء المعلومة، هو أن نسبة كبيرة منهم، تعتمد على الوثائق بصفتها تضفي مصداقية أكبر على المعلومة وتقبلها.

### 3. ابرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد -19.

الجدول رقم (11): يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي لديهم حساب فيها

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%72.9	70	%73.5	50	71.4%	20	فيسبوك
%16.7	16	%16.2	11	17.9%	5	انستغرام
%2.1	2	%1.5	1	3.6%	1	تويتر
%8.3	8	%8.8	6	7.1%	2	يوتيوب
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) ان اهم المواقع التواصل الاجتماعي التي لدى طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل هي الفيسبوك بتكرار (70) مفردة بنسبة (72.9%)، وعلى ذلك نسبة (71.4%) من فئة الذكور بتكرار (20) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (73.5%) من فئة الاناث بتكرار (50) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، من لديه حساب على الانستغرام حيث جاءت بتكرار (16) مفردة بنسبة قدرها (16.7%) وعلى ذلك نسبة (17.9%) من فئة الذكور بتكرار (5) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (16.2%) من فئة الاناث بتكرار (11) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من لديه حساب على اليوتيوب وجاءت بتكرار (8) مفردة بنسبة قدرها (8.3%) وعلى ذلك نسبة (7.1%) من فئة الذكور بتكرار (2) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (8.8%) من فئة الاناث بتكرار (8) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من لديه حساب على تويتر فجاءت بتكرار (2) مفردة بنسبة قدرها (2.1%) وعلى ذلك نسبة (3.6%) من فئة الذكور بتكرار (1) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (1.5%) من فئة الاناث بتكرار (1) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

نستنتج من خلال هذا التحليل أن الفيسبوك من أهم المواقع التي يستخدمها أغلب أفراد العينة وهذا يدل على قوة وشمولية موقع الفيسبوك باعتباره من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما وتفضيلا نظرا لإنتشاره الواسع في الآونة الأخيرة، فهو فضاء لنشاطات متعددة مثل البحث العلمي وتبادل

المعلومات، التعارف، الصداقة، وهذا يدل على سهولة استخدامه وبساطة التفاعل عبره، وأنه لا يقتصر على نوع واحد من المحتوى بل إنه يجمع بين الصورة ومقاطع الفيديو والكتابات أو التعليقات، وهو بذلك يوفر فرصا مختلفة للمبحوثين للمشاركة.

الجدول رقم (12): يوضح ماهي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في تلقي المعرفة حول المستجدات الصحية

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
67.7%	65	69.1%	47	64.3%	18	فيسبوك
17.7%	17	16.2%	11	21.4%	6	انستغرام
1%	1	1.5%	1	0%	0	تويتر
13.5%	13	8.8%	9	14.3%	4	يوتيوب
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) ان اكثر المواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل في نشر وتلقي المعرفة حول المستجدات الصحية هي الفيسبوك بتكرار (65) مفردة بنسبة (67.7%)، وعلى ذلك نسبة (64.3%) من فئة الذكور بتكرار (18) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (69.1%) من فئة الاناث بتكرار (47) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من يتابع المستجدات الصحية على الانستغرام حيث جاءت بتكرار (17) مفردة بنسبة قدرها (17.7%) وعلى ذلك نسبة (21.4%) من فئة الذكور بتكرار (6) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (16.2%) من فئة الاناث بتكرار (11) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك يتابع المستجدات الصحية على اليوتيوب وجاءت بتكرار (13) مفردة بنسبة قدرها (13.5%) وعلى ذلك نسبة (14.3%) من فئة الذكور بتكرار (4) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (13.2%) من فئة الاناث بتكرار (9) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من يتابعها على تويتر فجاءت بتكرار (1) مفردة بنسبة قدرها (1%) وعلى ذلك نسبة (0%) من فئة الذكور بتكرار (0)



مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (1.5%) من فئة الاناث بتكرار (1) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

من خلال النتائج التي توصلنا إليها في الجدول السابق أن الفيسبوك من أكثر المواقع التي يستخدمها الطلبة بشكل مكثف وأيضا من المنصات التي تهتم بنشر الأخبار المستمرة عن فيروس كورونا وتطوره دون انقطاع حيث يرصد آخر المستجدات حول الفيروس من عدد الإصابات والوفيات واللقاحات... الخ كما ينشر رسائل توعوية بمختلف أشكالها وباستخدام أساليب متنوعة والإعتماد على مصادر مختلفة، وأيضا تفاعل الجمهور مع هذه الرسائل والتشجيع على مشاركتها.

#### 4. المضامين التي يتلقاها طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل لشبكات التواصل الاجتماعي

فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد -19، هل هي عبارة عن:

الجدول رقم (13): يوضح الإحصاءات وأرقام حول تطورات الفيروس

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%46.9	45	%42.6	29	%57.1	16	موافق
%24	23	%29.4	20	%10.7	3	غير موافق
%29.2	28	%27.9	19	%32.1	9	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان اهم المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي إحصاءات وأرقام حول تطورات الفيروس بتكرار (45) مفردة بنسبة (46.9%)، وعلى ذلك نسبة (57.1%) من فئة الذكور بتكرار (16) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (42.6%) من فئة الاناث بتكرار (29) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (28) مفردة بنسبة قدرها (29.2%) وعلى ذلك نسبة (32.1%) من فئة الذكور بتكرار (9) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (27.9%) من فئة الاناث بتكرار (19) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان الإحصاءات والأرقام حول تطورات الفيروس

ليست من المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت بتكرار (23) مفردة بنسبة قدرها (24%) وعلى ذلك نسبة (10.7%) من فئة الذكور بتكرار (3) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (29.4%) من فئة الاناث بتكرار (20) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

من نتائج الجدول أعلاه يمكن تفسير ذلك أن لغة الأرقام والإحصائيات كما هو متعارف عليها أكثر مصداقية وأكثر إقناعا، حيث تعطي دلالات واضحة لا يمكن تأويل معناها في نقل مستجدات وتطورات الفيروس.

الجدول رقم (14): يوضح التعليمات والتوجيهات التوعوية

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
65.6%	63	61.8%	42	75%	21	موافق
15.6%	15	20.6%	14	3.6%	1	غير موافق
18.8%	18	17.6%	12	21.4%	6	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان اهم المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي التعليمات والتوجيهات التوعوية بتكرار (63) مفردة بنسبة (65.6%)، وعلى ذلك نسبة (75%) من فئة الذكور بتكرار (21) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (61.8%) من فئة الاناث بتكرار (42) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب بـ"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (18) مفردة بنسبة قدرها (18.8%) وعلى ذلك نسبة (21.4%) من فئة الذكور بتكرار (6) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (17.6%) من فئة الاناث بتكرار (12) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان تعليمات والتوجيهات التوعوية ليست من المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت بتكرار (15) مفردة بنسبة قدرها (15.6%) وعلى ذلك نسبة (3.6%) من فئة الذكور بتكرار (1) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (20.6%) من فئة الاناث بتكرار (14) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

من معطيات الجدول أعلاه تبين أن أغلب المبحوثين موافقون على أن أهم المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي تعليمات وتوجيهات توعوية للتعامل مع فيروس كورونا الجديد والتقليل من احتمال التعرض لخطر العدوى والشعور بالسيطرة من خلال استعراض رسائل توعوية تتضمن التعريف بالفيروس وطبيعته وطرق انتشاره وأعراضه وكيفية الوقاية منه، والتأكيد أيضا على أهمية التقيد بالإحتياطات الوقائية لاحتواء الفيروس والحد من انتشاره عند التزام الأفراد بتلك التعليمات والتوجيهات التوعوية.

الجدول رقم (15): منشورات ترويج دعائية للقاحات

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
26%	25	29.4%	20	17.9%	5	موافق
47.9%	46	50%	34	42.9%	12	غير موافق
26%	25	20.6%	14	39.3%	11	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل غير موافقون على ان اهم المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي منشورات ترويج دعائية للقاحات فجاءت بتكرار (46) مفردة بنسبة (47.9%)، وعلى ذلك نسبة (42.9%) من فئة الذكور بتكرار (12) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (50%) من فئة الاناث بتكرار (34) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم موافقين على ان منشورات ترويج الدعائية من المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت بتكرار (25) مفردة بنسبة قدرها (26%) وعلى ذلك نسبة (17.9%) من فئة الذكور بتكرار (5) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (29.4%) من فئة الاناث بتكرار (20) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (25) مفردة بنسبة قدرها (26%) وعلى ذلك نسبة (39.3%) من فئة الذكور بتكرار (11) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (20.6%) من فئة الاناث بتكرار (14) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

تبين معطيات الجدول أعلاه أغلب المبحوثين غير موافقين على أن الدعاية الخاصة باللقاحات هي أبرز ما يتعرضون له عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يشير إلى أن هناك عدد كبير لا يجد المنشورات الكافية الخاصة بالدعاية للقاحات وعليه يمكن القول أن عدم وجود دعائية قوية للقاحات مرجعه إلى تباين وجهات النظر من قبل جهات مختلفة حول صلاحيته، فضلا عن الإشاعات التي جعلت الكثير من الجمهور غير مقتنع، وبالتالي لا يكلف نفسه بالإطلاع على الدعايات الخاصة باللقاح.

الجدول رقم (16): شائعات مضللة

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
26%	25	29.4%	20	17.9%	5	موافق
47.9%	46	50%	34	42.9%	12	غير موافق
26%	25	20.6%	14	39.3%	11	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل غير موافقون على ان اهم المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي شائعات مضللة فجاءت بتكرار (49) مفردة بنسبة (51%)، وعلى ذلك نسبة (39.3%) من فئة الذكور بتكرار (11) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (55.9%) من فئة الاناث بتكرار (38) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم موافقين على ان الشائعات المضللة من المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت بتكرار (28) مفردة بنسبة قدرها (29.2%) وعلى ذلك نسبة (32.1%) من فئة الذكور بتكرار (9) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (27.9%) من فئة الاناث بتكرار (19) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (19) مفردة بنسبة قدرها (19.8%) وعلى ذلك نسبة (28.6%) من فئة الذكور بتكرار (8) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (16.2%) من فئة الاناث بتكرار (11) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

من تحليل معطيات الجدول تبين أن أغلب المبحوثين غير موافقون على أن المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 هي شائعات مظلمة وإنما هي أخبار ومعلومات دقيقة مستمدة من أدلة علمية ومصادر موثوقة.

5. دوافع طلبة قسم اعلام واتصال بجامعة جيجل لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19، هل تكمن هذه الدوافع في:

الجدول رقم (17): يوضح معرفة اخر المستجدات والاخبار حول الفيروس

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
61.5%	59	63.2%	43	57.1%	16	موافق
20.8%	20	17.6%	12	28.6%	8	غير موافق
17.7%	17	19.1%	13	14.3%	4	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان اهم دوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي معرفة اخر المستجدات والاخبار حول الفيروس فجاءت بتكرار (59) مفردة بنسبة (61.5%)، وعلى ذلك نسبة (57.1%) من فئة الذكور بتكرار (16) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (63.2%) من فئة الاناث بتكرار (43) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على معرفة اخر المستجدات والاخبار حول الفيروس من اهم الدوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت بتكرار (20) مفردة بنسبة قدرها (20.8%) وعلى ذلك نسبة (28.6%) من فئة الذكور بتكرار (8) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (17.6%) من فئة الاناث بتكرار (12) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (17) مفردة بنسبة قدرها (17.7%) وعلى ذلك نسبة (14.3%) من فئة الذكور بتكرار (4) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (19.1%) من فئة الاناث بتكرار (13) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

تبين من معطيات الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين موافقون على أن معرفة آخر الأخبار والمستجدات حول الفيروس من أهم الدوافع لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي ويعود ذلك لاستقصاء آخر الأخبار والمعلومات حول فيروس كورونا وأحدث تقارير الحالة والأرقام في الوقت الحقيقي لمعرفة الحقائق الضرورية لحماية الأفراد.

الجدول رقم (18): يوضح التواصل مع المختصين والتوثق منهم حول المعلومات الخاصة بالفيروس

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%41.7	40	%39.7	27	%46.4	13	موافق
%37.5	36	%44.1	30	%21.4	6	غير موافق
%20.8	20	%16.2	11	%32.1	9	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان اهم دوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي التواصل مع المختصين والتوثق منهم حول المعلومات الخاصة بالفيروس فجاءت بتكرار (40) مفردة بنسبة (%41.7)، وعلى ذلك نسبة (%46.4) من فئة الذكور بتكرار (13) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (%39.7) من فئة الاناث بتكرار (27) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان التواصل مع المختصين والتوثق منهم حول المعلومات الخاصة بالفيروس من اهم الدوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت بتكرار (36) مفردة بنسبة قدرها (%37.5) وعلى ذلك نسبة (%21.4) من فئة الذكور بتكرار (6) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (%44.1) من فئة الاناث بتكرار (30) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (20) مفردة بنسبة قدرها (%20.8) وعلى ذلك نسبة (%32.1) من فئة الذكور بتكرار (9) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (%16.2) من فئة الاناث بتكرار (11) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

نستنتج من خلال الجدول أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ما يتعلق بالتواصل مع المختصين والتوثق منهم حول المعلومات الخاصة بالفيروس من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يرجع إلى فقدان ثقة الباحثين فيما ينشر في تلك الشبكات، إذ يكثر عليها نشر الإشاعات والأخبار المزيفة، لذلك يلجأ معظمهم للتواصل مع المختصين للتوثق من تلك الأخبار والتحقق من صدقها.

الجدول رقم (19): يوضح الاطلاع على آراء وتعليقات الآخرين على الموضوعات المتعلقة بالفيروس

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
65.6%	63	66.2%	45	64.3%	18	موافق
15.6%	15	14.7%	10	17.9%	5	غير موافق
18.8%	18	19.1%	13	17.9%	5	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان اهم دوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي الاطلاع على الآراء وتعليقات الآخرين على الموضوعات المتعلقة بالفيروس فجاءت بتكرار (63) مفردة بنسبة (65.6%)، وعلى ذلك نسبة (64.3%) من فئة الذكور بتكرار (18) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (66.2%) من فئة الاناث بتكرار (45) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (18) مفردة بنسبة قدرها (18.8%) وعلى ذلك نسبة (17.9%) من فئة الذكور بتكرار (5) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (19.1%) من فئة الاناث بتكرار (13) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان الاطلاع على الآراء وتعليقات الآخرين على الموضوعات المتعلقة بالفيروس من اهم الدوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت بتكرار (15) مفردة بنسبة قدرها (15.6%) وعلى ذلك نسبة (17.9%) من فئة الذكور بتكرار (5) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (14.7%) من فئة الاناث بتكرار (10) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

من نتائج الجدول أعلاه يمكن تفسير ذلك بأن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على كونهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للإطلاع على الآراء والتعليقات على الموضوعات المتعلقة بالفيروس، وسبب ذلك يرجع إلى رغبتهم في التعرف إلى أهم الأخبار، وكذلك معرفة آراء الآخرين حول فيروس كورونا.

الجدول رقم (20): يوضح تنمية ثقافتهم الصحية حول الفيروس

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%68.8	66	%73.5	50	%57.1	16	موافق
%14.6	14	%14.7	10	%14.3	4	غير موافق
%16.7	16	%11.8	8	%28.6	8	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان اهم دوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي تنمية ثقافتهم الصحية حول الفيروس فجاءت بتكرار (66) مفردة بنسبة (68.8%)، وعلى ذلك نسبة (57.1%) من فئة الذكور بتكرار (16) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (73.5%) من فئة الاناث بتكرار (50) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (16) مفردة بنسبة قدرها (16.7%) وعلى ذلك نسبة (28.6%) من فئة الذكور بتكرار (8) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (11.8%) من فئة الاناث بتكرار (8) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان تنمية ثقافتهم الصحية حول الفيروس من اهم الدوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وجاءت بتكرار (14) مفردة بنسبة قدرها (14.6%) وعلى ذلك نسبة (14.3%) من فئة الذكور بتكرار (4) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (14.7%) من فئة الاناث بتكرار (10) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن معظم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على أنهم يلجأون إلى شبكات التواصل الاجتماعي بهدف تنمية ثقافتهم الصحية حول كوفيد 19، وزيادة



معرفتهم بكل ما يتعلق بهذا الفيروس، مثل طرق الوقاية منه، وكيفية تجنب التعرض له لتكون لديهم معلومات أكثر حوله.

6. التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19.

• من أبرز التأثيرات المعرفية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي انها:

الجدول رقم (21): يوضح تزويد بمعلومات عن أصل الفيروس ونشأته

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
76%	73	77.9%	53	71.4%	20	موافق
7.3%	7	7.4%	5	7.1%	2	غير موافق
16.7%	16	14.71%	10	21.4%	6	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان ابرز التأثيرات المعرفية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي تزويدهم بمعلومات عن أصل الفيروس ونشأته فجاءت بتكرار (73) مفردة بنسبة (76%)، وعلى ذلك نسبة (71.4%) من فئة الذكور بتكرار (20) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (77.9%) من فئة الاناث بتكرار (53) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (16) مفردة بنسبة قدرها (16.7%) وعلى ذلك نسبة (21.4%) من فئة الذكور بتكرار (6) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (14.71%) من فئة الاناث بتكرار (10) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان تزويدهم بمعلومات عن أصل الفيروس ونشأته من ابرز التأثيرات المعرفية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (7) مفردة بنسبة قدرها (7.3%) وعلى ذلك نسبة (7.1%) من فئة الذكور بتكرار (2) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (7.4%) من فئة الاناث بتكرار (5) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

نستنتج من خلال الجدول السابق أن أغلبية طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل أكدوا أنهم يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي بهدف التزويد بمعلومات عن أصل الفيروس ونشأته وذلك للتعرف أكثر حول مصدر هذا الفيروس، وكيفية ظهوره، ومن أي بلد نشأ.

الجدول رقم (22): يوضح معلومات حول طريقة الوقاية من الفيروس

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%82.3	79	%82.4	56	%82.1	23	موافق
%4.2	4	%5.9	4	%0	0	غير موافق
%13.5	13	%11.8	8	%17.9	5	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي تلقيهم معلومات حول طريقة الوقاية من الفيروس فجاءت بتكرار (79) مفردة بنسبة (82.3%)، وعلى ذلك نسبة (82.1%) من فئة الذكور بتكرار (23) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (82.4%) من فئة الاناث بتكرار (56) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (13) مفردة بنسبة قدرها (13.5%) وعلى ذلك نسبة (17.9%) من فئة الذكور بتكرار (5) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (11.8%) من فئة الاناث بتكرار (8) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان تلقيهم معلومات حول طريقة الوقاية من الفيروس من ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (4) مفردة بنسبة قدرها (4.2%) وعلى ذلك نسبة (0%) من فئة الذكور بتكرار (0) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (5.9%) من فئة الاناث بتكرار (4) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

وضح لنا الجدول أعلاه أن معظم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على أنهم يلجأون لشبكات التواصل الاجتماعي لغرض تلقيهم معلومات عن طريقة الوقاية من الفيروس. وهذا راجع إلى رغبتهم في التعرف على الطرق الصحيحة للوقاية لتجنب الإصابة بالعدوى.

الجدول رقم (23): يوضح التعرف من خلالها الى التعليمات التي تصدرها الجهات الصحية الرسمية

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
62.5%	60	63.2%	43	60.7%	17	موافق
16.7%	16	16.2%	11	17.9%	5	غير موافق
20.8%	20	20.6%	14	21.4%	6	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (23) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي التعرف من خلالها الى التعليمات التي تصدرها الجهات الصحية الرسمية فجاءت بتكرار (60) مفردة بنسبة (62.5%)، وعلى ذلك نسبة (60.7%) من فئة الذكور بتكرار (17) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (63.2%) من فئة الاناث بتكرار (43) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، وهناك من أجاب بـ"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (20) مفردة بنسبة قدرها (20.8%) وعلى ذلك نسبة (21.4%) من فئة الذكور بتكرار (6) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (20.6%) من فئة الاناث بتكرار (14) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثا، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان التعرف من خلالها الى التعليمات التي تصدرها الجهات الصحية الرسمية من ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (16) مفردة بنسبة قدرها (16.7%) وعلى ذلك نسبة (17.9%) من فئة الذكور بتكرار (5) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (16.2%) من فئة الاناث بتكرار (11) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا.

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يؤكدون أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهدف التعرف على التعليمات التي تصدرها الجهات الصحية الرسمية وسبب ذلك راجع إلى رغبتهم في التعرف على آخر المستجدات التي تصدرها الجهات الصحية من أجل أخذ الحيطة والحذر. الجدول رقم (24): يوضح زيادة المعرفة بالآثار المترتبة على عدم الالتزام بالتباعد الاجتماعي ولبس الكمامة

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
68.8%	66	69.1%	47	67.9%	19	موافق
10.4%	10	11.8%	8	7.1%	2	غير موافق
20.8%	20	19.1%	13	25%	7	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي زيادة المعرفة بالآثار المترتبة على عدم الالتزام بالتباعد الاجتماعي ولبس الكمامة فجاءت بتكرار (66) مفردة بنسبة (68.8%)، وعلى ذلك نسبة (67.9%) من فئة الذكور بتكرار (19) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (69.1%) من فئة الاناث بتكرار (47) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، وهناك من اجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (20) مفردة بنسبة قدرها (20.8%) وعلى ذلك نسبة (25%) من فئة الذكور بتكرار (7) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (19.1%) من فئة الاناث بتكرار (13) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثا، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان زيادة المعرفة بالآثار المترتبة على عدم الالتزام بالتباعد الاجتماعي ولبس الكمامة من ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (10) مفردة بنسبة قدرها (10.4%) وعلى ذلك نسبة (7.1%) من فئة الذكور بتكرار (2) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (11.8%) من فئة الاناث بتكرار (8) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا.

وضح لنا الجدول أعلاه أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يؤكدون أنهم يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي بهدف زيادة معرفتهم بالآثار المترتبة على عدم الالتزام بالتباعد الاجتماعي وذلك خوفاً من إصابتهم بهذا المرض حيث أنه يصبح تهديداً عند التعرض له.

الجدول رقم (25): الحصول من خلالها على معلومات تفصيلية عن اللقاحات المصنعة أخيراً ضد الفيروس

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%43.8	42	%45.6	31	%39.3	11	موافق
%22.9	22	%22.1	15	%25	7	غير موافق
%33.3	32	%32.4	22	%35.7	10	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (25) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي الحصول على معلومات تفصيلية عن اللقاحات المصنعة أخيراً ضد الفيروس فجاءت بتكرار (42) مفردة بنسبة (43.8%)، وعلى ذلك نسبة (39.3%) من فئة الذكور بتكرار (11) مبحوثاً من مجموع (28) مبحوثاً، ونسبة (45.6%) من فئة الاناث بتكرار (31) مبحوثاً من مجموع (68) مبحوثاً، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (32) مفردة بنسبة قدرها (33.3%) وعلى ذلك نسبة (35.7%) من فئة الذكور بتكرار (10) مبحوثاً من مجموع (28) مبحوثاً، ونسبة (32.4%) من فئة الاناث بتكرار (22) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثاً، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان الحصول من خلالها على معلومات تفصيلية عن اللقاحات المصنعة أخيراً ضد الفيروس من ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (22) مفردة بنسبة قدرها (22.9%) وعلى ذلك نسبة (25%) من فئة الذكور بتكرار (7) مبحوثاً من مجموع (28) مبحوثاً، ونسبة (22.1%) من فئة الاناث بتكرار (15) مبحوثاً من مجموع (68) مبحوثاً. من خلال هذا الجدول نستنتج أن معظم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يريدون الحصول على معلومات تفصيلية حول اللقاحات المصنعة ضد الفيروس من خلال شبكات التواصل

الاجتماعي، وذلك رغبة في التعرف على اللقاح أكثر، وهل توجد هناك آثار جانبية عند إستعماله، وأيضاً معرفة ما إذا كان هذا اللقاح ناجح أم لا.

- من ابرز التأثيرات الوجدانية التي احدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي انها:

الجدول رقم (26): تأثير في القرار بالالتزام بالتعليمات الوقائية من الفيروس بلبس الكمامة والتباعد

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
55.2%	53	55.9%	38	53.6%	15	موافق
24%	23	25%	17	21.4%	6	غير موافق
20.8%	20	19.1%	13	25%	7	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (26) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان ابرز التأثيرات الوجدانية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي تأثير في القرار بالالتزام بالتعليمات الوقائية من الفيروس بلبس الكمامة والتباعد فجاءت بتكرار (53) مفردة بنسبة (55.2%)، وعلى ذلك نسبة (53.6%) من فئة الذكور بتكرار (15) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (55.9%) من فئة الاناث بتكرار (38) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان تأثير في القرار بالالتزام بالتعليمات الوقائية من الفيروس بلبس الكمامة والتباعد من ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (23) مفردة بنسبة قدرها (24%) وعلى ذلك نسبة (21.4%) من فئة الذكور بتكرار (6) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (25%) من فئة الاناث بتكرار (17) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا. وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (20) مفردة بنسبة قدرها (20.8%) وعلى ذلك نسبة (25%) من فئة الذكور بتكرار (7) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (19.1%) من فئة الاناث بتكرار (13) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثا.

يوضح لنا الجدول أعلاه أن معظم الطلبة اختاروا الموافقة على التأثير في القرار فيما يتعلق بالتعليمات الوقائية من الفيروس، وذلك راجع إلى مدى الإلتزام بالبرتوكول الصحي، وإدراكهم بأن الإلتزام بهذه التعليمات يضمن عدم الإصابة بالمرض.

الجدول رقم (27): الاقناع ان الإجراءات الرسمية سليمة وممتازة

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%46.9	45	%51.5	35	%35.7	10	موافق
%22.9	22	%25	17	%17.9	5	غير موافق
%30.2	29	%23.5	16	%46.4	13	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (27) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان ابرز التأثيرات الوجدانية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي الاقناع ان الإجراءات الرسمية سليمة وممتازة فجاءت بتكرار (45) مفردة بنسبة (%46.9)، وعلى ذلك نسبة (%35.7) من فئة الذكور بتكرار (10) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (%51.5) من فئة الاناث بتكرار (35) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (29) مفردة بنسبة قدرها (%30.2) وعلى ذلك نسبة (%46.4) من فئة الذكور بتكرار (13) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (%23.5) من فئة الاناث بتكرار (16) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان الاقناع ان الإجراءات الرسمية سليمة وممتازة من ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (22) مفردة بنسبة قدرها (%22.9) وعلى ذلك نسبة (%17.9) من فئة الذكور بتكرار (6) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (%25) من فئة الاناث بتكرار (17) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة.

نستنتج من خلال الجدول أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال مقتنعون بأن الإجراءات الرسمية سليمة وممتازة وهذا راجع إلى زيادة وعيهم، وأيضا أن الالتزام بهذه الإجراءات أدى إلى تراجع نسبة الإصابة بالمرض.

الجدول رقم (28): الشعور بالخوف والقلق

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%35.4	34	%44.1	30	%14.3	4	موافق
%32.3	31	%29.4	20	%39.3	11	غير موافق
%32.3	31	%26.5	18	%46.4	13	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (28) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان ابرز التأثيرات الوجدانية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 تجعل الشعور بالخوف والقلق فجاءت بتكرار (34) مفردة بنسبة (35.4%)، وعلى ذلك نسبة (14.3%) من فئة الذكور بتكرار (4) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (44.1%) من فئة الاناث بتكرار (30) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على انها تجعل الشعور بالخوف والقلق من ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (31) مفردة بنسبة قدرها (32.3%) وعلى ذلك نسبة (39.3%) من فئة الذكور بتكرار (11) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (29.4%) من فئة الاناث بتكرار (20) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (31) مفردة أيضا بنسبة قدرها (32.3%) وعلى ذلك نسبة (46.4%) من فئة الذكور بتكرار (13) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (26.5%) من فئة الاناث بتكرار (18) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثة.

وضح لنا هذا الجدول أن أغلب الطلبة شعروا بالخوف والقلق من فيروس كورونا لأن هذا المرض أصبح تهديد مباشر لحياة الإنسان لأنه يؤدي إلى وفاة أي شخص يصاب به



الجدول رقم (29): تضعف الثقة بكل ما يقال عن الفيروس

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%31.2	30	%33.8	23	%25	7	موافق
%39.6	38	%38.2	26	%42.9	12	غير موافق
%29.2	28	%27.2	19	%32.1	9	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (29) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل غير موافقون على ان ابرز التأثيرات الوجدانية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 تضعف الثقة بكل ما يقال عن الفيروس فجاءت بتكرار (38) مفردة بنسبة (39.6%)، وعلى ذلك نسبة (42.9%) من فئة الذكور بتكرار (12) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (38.2%) من فئة الاناث بتكرار (26) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم موافقين على انها تضعف الثقة بكل ما يقال عن الفيروس من ابرز التأثيرات المعرفية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (30) مفردة بنسبة قدرها (31.2%) وعلى ذلك نسبة (25%) من فئة الذكور بتكرار (7) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (33.8%) من فئة الاناث بتكرار (23) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (28) مفردة بنسبة قدرها (29.2%) وعلى ذلك نسبة (32.1%) من فئة الذكور بتكرار (9) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (27.2%) من فئة الاناث بتكرار (19) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثة.

نستنتج أن معظم الطلبة لا تضعف ثقتهم بكل ما يقال عن الفيروس عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويفسر ذلك على أنهم لديهم وازع ديني قوي، وأيضا تطبيقهم للإجراءات الوقائية يجعل ثقتهم قوية.

- من أبرز التأثيرات السلوكية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي انها:

الجدول رقم (30): دفع الى حث الاخرين على الالتزام بتعليمات الوقاية

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
50%	48	51.5%	35	46.4%	13	موافق
25%	24	26.5%	18	21.4%	6	غير موافق
25%	24	22%	15	32%	9	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (30) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان ابرز التأثيرات السلوكية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 تدفع الى حث الاخرين على الالتزام بتعليمات الوقاية فجاءت بتكرار (48) مفردة بنسبة (50%)، وعلى ذلك نسبة (46.4%) من فئة الذكور بتكرار (13) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (51.5%) من فئة الاناث بتكرار (35) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على انها تدفع الى حث الاخرين على الالتزام بتعليمات الوقاية من ابرز التأثيرات السلوكية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (24) مفردة بنسبة قدرها (25%) وعلى ذلك نسبة (21.4%) من فئة الذكور بتكرار (6) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (26.5%) من فئة الاناث بتكرار (18) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من أجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (24) مفردة بنسبة قدرها (25%) وعلى ذلك نسبة (32%) من فئة الذكور بتكرار (9) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (22%) من فئة الاناث بتكرار (15) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثة.

وضح لنا الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة يحثون الآخرين على الإلتزام بتعليمات الوقاية، ويفسر ذلك بسبب خوفهم من انتقال العدوى بينهم لأنه أي خرق للتعليمات يؤدي إلى إنتشار المرض بسرعة.

الجدول رقم (31): تقود الى مشاركة المنشورات المتعلقة بالتوعية الصحية حول الفيروس

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%32.3	31	%33.8	23	%28.6	8	موافق
%38.5	37	%39.7	27	%35.7	10	غير موافق
%29.2	28	%26.5	18	%35.7	10	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (31) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل غير موافقون على ان ابرز التأثيرات السلوكية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 تقود الى مشاركة المنشورات المتعلقة بالتوعية الصحية حول الفيروس فجاءت بتكرار (37) مفردة بنسبة (38.5%)، وعلى ذلك نسبة (35.7%) من فئة الذكور بتكرار (10) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (39.7%) من فئة الاناث بتكرار (27) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، في حين ان هناك من هم موافقين على انها تقود الى مشاركة المنشورات المتعلقة بالتوعية الصحية حول الفيروس من ابرز التأثيرات السلوكية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (31) مفردة بنسبة قدرها (32.3%) وعلى ذلك نسبة (28.6%) من فئة الذكور بتكرار (8) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (33.8%) من فئة الاناث بتكرار (23) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، وهناك من اجاب بـ"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (28) مفردة بنسبة قدرها (29.2%) وعلى ذلك نسبة (35.7%) من فئة الذكور بتكرار (10) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (26.5%) من فئة الاناث بتكرار (18) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا.

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن معظم الطلبة لا يشاركون المنشورات المتعلقة بالتوعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وسبب ذلك راجع إلى اللامبالاة وعدم الإهتمام بأن هذا الفيروس حقا موجود.

الجدول رقم (32): تفاعل من خلالها مع منشورات التوعية بالتعليق والاعجاب

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%55.2	53	%55.9	38	%53.6	15	موافق
%27.1	26	%29.4	20	%21.4	6	غير موافق
%17.7	17	%14.7	10	%25	7	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (32) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل موافقون على ان ابرز التأثيرات السلوكية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 تفاعل من خلالها مع منشورات التوعية بالتعليق والاعجاب فجاءت بتكرار (53) مفردة بنسبة (55.2%)، وعلى ذلك نسبة (53.6%) من فئة الذكور بتكرار (15) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (55.9%) من فئة الاناث بتكرار (38) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، في حين ان هناك من هم غير موافقين على ان تفاعل من خلالها مع منشورات التوعية بالتعليق والاعجاب من ابرز التأثيرات السلوكية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (26) مفردة بنسبة قدرها (27.1%) وعلى ذلك نسبة (21.4%) من فئة الذكور بتكرار (6) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (29.4%) من فئة الاناث بتكرار (20) مبحوثة من مجموع (68) مبحوثة، وهناك من اجاب ب"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (17) مفردة بنسبة قدرها (17.7%) وعلى ذلك نسبة (25%) من فئة الذكور بتكرار (7) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (14.7%) من فئة الاناث بتكرار (10) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثة

نستنتج من خلال الجدول أن معظم الطلبة يتفاعلون مع منشورات التوعية بالتعليق والإعجاب عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويفسر ذلك إهتمامهم بموضوع التوعية من أجل المحافظة على سلامتهم.

الجدول رقم (33): ارسال العديد من الرسائل التوعوية والتوجيهية الى الأصدقاء والمعارف

النسبة المئوية	التكرار الكلي	اناث		ذكور		
		النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%33.3	32	%36.8	25	%25	7	موافق
%45.8	44	%45.6	31	%46.4	13	غير موافق
%20.8	20	%17.6	12	%28.6	8	الى حد ما
100	96	100	68	100	28	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (33) ان اغلب طلبة قسم اعلام والاتصال بجامعة جيجل غير موافقون على ان ابرز التأثيرات السلوكية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 ارسال العديد من الرسائل التوعوية والتوجيهية الى الأصدقاء والمعارف فجاءت بتكرار (44) مفردة بنسبة (45.8%)، وعلى ذلك نسبة (46.4%) من فئة الذكور بتكرار (13) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (45.6%) من فئة الاناث بتكرار (31) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، في حين ان هناك من هم موافقين علان ارسال العديد من الرسائل التوعوية والتوجيهية الى الأصدقاء والمعارف من ابرز التأثيرات السلوكية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم وجاءت بتكرار (32) مفردة بنسبة قدرها (33.3%) وعلى ذلك نسبة (25%) من فئة الذكور بتكرار (7) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (36.8%) من فئة الاناث بتكرار (25) مبحوثا من مجموع (68) مبحوثا، وهناك من أجاب بـ"الى حد ما" حيث جاءت بتكرار (20) مفردة بنسبة قدرها (20.8%) وعلى ذلك نسبة (28.6%) من فئة الذكور بتكرار (8) مبحوثا من مجموع (28) مبحوثا، ونسبة (17.6%) من فئة الاناث بتكرار (12) مبحوثات من مجموع (68) مبحوثا.

يوضح لنا الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة لا يفضلون إرسال رسائل توعوية وتوجيهية لأصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك لتجنب إنتشار الخوف والهلع حتى لا يزيد من حدة الإضطراب والتوتر بين أصدقائهم.

## ثانيا: النتائج العامة للدراسة

## 1. السمات العامة لعينة الدراسة

- ✓ أن 70.8% من المبحوثين من فئة البنات.
- ✓ أن 77.1% من عينة الدراسة تتراوح أعمارهم بين (19-24 سنة).
- ✓ أن أغلبية المبحوثين ينتمون إلى تخصص إعلام واتصال وذلك بنسبة 34.4%.
- ✓ أن اغلب الطلبة ينتمون إلى فئة الليسانس وذلك بنسبة 31.3% سنة ثانية ليسانس و33.3% سنة ثالثة ليسانس.

## 2. المحور الأول: وفيما يتعلق بالمحور الأول حول عادات وأنماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي، توصلت نتائج الدراسة إلى مايلي:

- ✓ أن 54.2% من أفراد العينة لايسجلون بأسمائهم الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ أن 62.5% من أفراد العينة يضيفون بيانات صحيحة عنهم في مواقع التواصل الاجتماعي
- ✓ أن أغلبية المبحوثين يقضون من ساعة إلى 3 ساعات في متابعة وتصفح شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 47.5%.
- ✓ أن الغالبية القاسحة من المبحوثين يعتمدون على الهاتف النقال في عملية تصفح شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 84.4%.
- ✓ أن 41.7% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للنشر على حساباتهم والتواصل مع أصدقائهم.
- ✓ أن 35،4% من المبحوثين يعتمدون على ذكر مصدر المعلومة وتحديدده للحكم على مصداقية المعلومات التي يتلقونها.

## 3. المحور الثاني: فيما يتعلق بالمحور الثاني حول أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19، فقد أسفرت نتائج الدراسة مايلي:

- ✓ أن 72،5% من أفراد العينة المبحوثة يمتلكون موقع الفيسبوك الذي احتل الصدارة ويليها موقع الأنستغرام بنسبة 16،7% وموقع اليوتيوب بنسبة 8،3% وأخيرا تويتر ب 2،1% .
- ✓ أن 67،7% من المبحوثين يستخدمون الفيسبوك في نشر وتلقي المعرفة حول المستجدات الصحية

4. **المحور الثالث:** وفيما يتعلق بنتائج المحور الثالث حول المضامين التي يتلقاها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 ، بينت الدراسة النتائج التالية:

✓ إن (46.9%) من المبحوثين أكدوا أن الإحصاءات والأرقام هي من أهم المضامين التي يتلقونها فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19

✓ إن (65,6%) من المبحوثين أكدوا أن التعليمات والتوجيهات التوعوية هي من أهم المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19

✓ إن (47,9%) من المبحوثين لا يرون أن المنشورات الترويجية للقاحات ضمن المضامين التي تلقوها من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19.

✓ إن (51%) من أفراد العينة المبحوثة غير موافقين على أن الشائعات المظلمة هي من أهم المضامين التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19.

5. **المحور الرابع:** وفيما يتعلق بالمحور الرابع حول دوافع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية إزاء كوفيد\_19، فقد بينت نتائج الدراسة الآتي:

✓ أن 61.5% من المبحوثين أكدوا على أن من أهم الدوافع لإستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي معرفة آخر المستجدات والأخبار حول الفيروس .

✓ إن 41.7% من أفراد العينة يرون أن من أهم دوافع الطلبة لإستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو التواصل مع المختصين والتوثيق منهم حول المعلومات الخاصة بالفيروس .

✓ إن (65.6%) من المبحوثين أكدوا على أن من أهم دوافع الطلبة لإستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو الإطلاع على آراء وتعليقات الآخرين على الموضوعات المتعلقة بالفيروس.

✓ أن (68.8%) من المبحوثين يرون أن تنمية ثقافتهم الصحية حول الفيروس من أهم الدوافع لإستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

6. **المحور الخامس :** وفيما يتعلق بالمحور الخامس حول التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19، أظهرت نتائج الدراسة مايلي :

- ✓ إن (76%) من المبحوثين يرون أن أبرز التأثيرات المعرفية التي أحدثتها لهم مواقع التواصل الإجتماعي هي تزويدهم بالمعلومات عن أصل الفيروس ونشأته .
- ✓ إن (82.3%) من المبحوثين يؤكدون على أن تلقيهم للمعلومات حول طرق الوقاية من الفيروس هو من أبرز التأثيرات المعرفية التي أحدثتها مواقع التواصل الإجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 وذلك .
- ✓ إن (62.5%) من المبحوثين متفقين على أن التعرف على التعليمات التي تصدرها الجهات الصحية الرسمية من أبرز التأثيرات المعرفية التي أحدثتها مواقع التواصل الإجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 .
- ✓ إن (68.8%) من أفراد العينة المبحوثة موافقون أن زيادة المعرفة بالآثار المترتبة على عدم الالتزام بالتباعد الإجتماعي ولبس الكمامة من أبرز التأثيرات المعرفية التي أحدثتها مواقع التواصل الإجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 .
- ✓ إن (43.8%) من المبحوثين يتفقون على أن المعلومات التفصيلية عن اللقاحات المصطنعة أخيرا ضد الفيروس هي من أبرز التأثيرات المعرفية التي أحدثتها مواقع التواصل الإجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 .
- ✓ إن (55.2%) من أفراد العينة يرون أن التأثير في قرار الشخص بالالتزام بالتعليمات الوقائية من الفيروس بلبس الكمامة والتباعد هو من أبرز التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها مواقع التواصل الإجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 .
- ✓ إن (46.9%) من المبحوثين يؤكدون على أن الاقتناع بأن الإجراءات الرسمية سليمة وممتازة هو من أبرز التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها مواقع التواصل الإجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 .
- ✓ إن (35.4%) من أفراد العينة المبحوثة يرون أن الشعور بالخوف والقلق هو من أبرز التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها مواقع التواصل الإجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 .
- ✓ إن (39.6%) من أفراد العينة غير موافقون على أنه من أبرز التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها مواقع التواصل الإجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 أنها أضعفت ثقتهم بكل ما يقال عن الفيروس .



- ✓ إن (50%) من المبحوثين يجدون أن حث الآخرين على الإلتزام بتعليمات الوقاية هو من أبرز التأثيرات السلوكية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 .
- ✓ إن (38,5%) من المبحوثين لا يرون أن مشاركة المنشورات المتعلقة بالتوعية الصحية حول الفيروس ضمن أبرز التأثيرات السلوكية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 .
- ✓ إن (55.2%) من المبحوثين يتفقون على أن التفاعل مع منشورات التوعية بالتعليق والإعجاب هو من أبرز التأثيرات السلوكية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 .
- ✓ إن (45.8%) من المبحوثين لا يرون أن إرسال العديد من الرسائل التوعوية والتوجيهية إلى الأصدقاء والمعارف ضمن التأثيرات السلوكية التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي لديهم فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 .

### ثالثاً: نتائج الدراسة على ضوء المداخل النظرية المعتمدة:

وتأسيساً على ما افترضته نظرية الاعتماد، من أن درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه تختلف حسب نتيجة التغيرات المستمرة، فتزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، فيميل الأفراد إلى تكثيف متابعتهم واعتمادهم على وسائل الإعلام في للبحث عن المعلومة. بمعنى أنه كلما زادت التغيرات وحصلت الأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات. وهذا ما أثبتته دراستنا الحالية في مجال التأثيرات المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية. ففي أزمة مثل أزمة كوفيد-19 يحتاج الافراد إلى المعلومة حول اصل الفايروس، لاسيما في بداية تفشيه، ثم صارت الحاجة إلى معلومات حول طرق تجنبه والوقاية منه، والأثار المترتبة عليه، والإجراءات الطبية والتنظيمية وغير ذلك. ففي مجال الجانب المعرفي، ظهرت الحاجة إلى التزود بمعلومات عن اصل الفايروس ونشأته بنسبة تفوق ال (76.0%)، والحاجة إلى معلومات حول طريقة الوقاية من الفايروس بنسبة تجاوزت (82.3%)، والتعرف الى التعليمات التي تصدرها الجهات الصحية الرسمية بنسبة (62.5%)، والمعرفة بالأثار المترتبة على عدم الإلتزام بالتباعد الاجتماعي ولبس الكمامة بنسبة (8.8%)، والحصول على معلومات تفصيلية عن اللقاحات المصنعة أخيراً ضد الفايروس بنسبة (43.8%) هذا يعني أن الفرد يلجأ إلى شبكات التواصل الاجتماعي لكي يتجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد حول الفايروس، وتحديد اتجاهات الفرد، وترتيب أولوياته نحو القضايا والأهداف.

وبناء على ما تقدم من الحاجة إلى المعلومات، فإن المبحوثين يتأثرون بتلك المعلومات باتجاه ما، لتحدث عندهم قناعات وقرارات داخلية، ودوافع نحو القضايا والأحداث، ومن أبرز التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد-19 هي التأثير في القرار بالالتزام بالتعليمات الوقائية من الفيروس بلبس الكمامة والتباعد بنسبة (55.2%)، والاقناع ان الإجراءات الرسمية سليمة وممتازة بنسبة (46.9%)، وبمستوى منخفض ورد التأثير الوجداني المتمثل بالشعور بالخوف والقلق، بنسبة (35%)، واقل من ذلك أنها تضعف الثقة بكل ما يقال عن الفيروس بنسبة (31.2%).

ثم إن مجموعة تلك التأثيرات المعرفية والوجدانية وبحسب ما افترضته نظرية الاعتماد، تؤدي بطبيعة الحال إلى مجموعة من التأثيرات السلوكية، والتي تمثلت في هذه الدراسة بحث الآخرين على الالتزام بتعليمات الوقاية، بنسبة تفوق الـ (50%) من عدد المشاركين في الدراسة، وكذلك بنسبة مقارنة برز لدى المبحوثين التفاعل مع منشورات التوعية بالتعليق والاعجاب، بنسبة تفوق الـ (55.2%). أما مشاركة المنشورات المتعلقة بالتوعية الصحية حول الفيروس فقد كان أحد التأثيرات السلوكية التي وردت بنسبة منخفضة بلغت (32.3%)، إلى جانب ارسال العديد من الرسائل التوعية والتوجيهية الى الأصدقاء والمعارف، بنسبة (33.3%).

إن هذا الاختلاف في مستوى التأثير لاسيما السلوكي، يعود إلى العوامل والمتغيرات التي تؤدي إلى الآثار المحتملة لوسائل الإعلام، والتي أشار إليها نموذج نظرية الاعتماد.

في ضوء ما تفترضه نظرية الإستخدامات والإشباع من أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه وهو الذي يحدد نوع المضمون الذي يرغبه وأن دور وسائل الإعلام لا يتعدى تلبية الحاجات فقط، وأيضا يعبر استخدام وسائل الإتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد ضف إلى ذلك افتراض منهجي يقدر بأن الأفراد يمتلكون قدرة كافية على تشخيص دوافعهم واحتياجاتهم وبالطرق المناسبة مما يغفل داتية أحكامهم التقديرية وكذا الفروق في مستوياتهم فقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك مجموعة من دوافع تقف وراء استخدام الأفراد لوسائل الإعلام فهو يختار ماتلبي توقعه أو حاجته سواء كانت تلك الحاجة بيولوجية أو نفسية على اعتبار كما بينت النظرية أن الفرد لديه قدرة كافية على تشخيص دوافعه وعليه وفي ظل توقع المبحوثين فقد أكد أكثر من 70% (61,5%) منهم أن الدافع من

وراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو معرفة آخر المستجدات والأخبار حول الفيروس والإطلاع على آراء وتعليقات الآخرين حول الموضوعات المتعلقة به وهذه هي الدوافع الرئيسية للطلبة التي جعلتهم يتابعون أخبار الفيروس من خلال الشبكات الاجتماعية وبدرجة ثانية برز دافع التواصل مع المختصين والتوثيق منهم حول المعلومات الخاصة بالفيروس.

وأيضا في ضوء ماتفرضه نظرية الإستخدامات والإشباعات من أن الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الإتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاته، هذا و قد اقتصر تفاعل المبحوثين في هذه الدراسة من خلال التعليق والإعجاب حيث أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر من 55% (2،55%) من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع المنشورات التوعوية بالتعليق والإعجاب للمحاضرة على صحتهم وسلامتهم من الفيروس وهذا ما جعلهم يتفاعلون مع هذه المنشورات.

#### رابعا: الإقتراحات والتوصيات

خرجت هذه الدراسة بالعديد من المقترحات والتوصيات التي تساهم في تعزيز التوعية الصحية لدى الطلبة الجامعيين وهذه التوصيات هي:

- يعتبر الإعلام الإلكتروني وتحديدًا شبكات التواصل الاجتماعي فضاء إعلانيا بامتياز، تسعى مختلف الجهات إلى الإعتماد عليه لما يحظى به من خصائص، وهذا من خلال التقارير والمعلومات، عرض الصور والفيديوهات التي تخص الشأن الصحي بصفة عامة والتوعية الصحية بصفة خاصة وهو ما يوصي باستغلالها في نشر التوعية الصحية من خلال الحملات الصحية التوعوية أو المنشورات على اختلاف أنواعها.
- بما أن الطلبة الجامعيين هم الفئة المثقفة والمتعلمة في البلاد والأكثر استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي الأمر الذي يحتم الإستفادة منهم في البحوث والدراسات لما لهم من دور في ترسيخ ونشر الوعي الصحي داخل الجامعة.
- حث مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعل والمشاركة في بناء وتوسيع قاعدة معرفية صحية تهم الصحة البشرية.
- حث وتشجيع الأطباء وكل المختصين في قطاع الصحة على إنشاء حساب لهم على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأفراد وتقديم النصائح والتوجيهات والرعاية الطبية عن بعد.

- العمل على إبتكار أساليب جديدة في طرح القضايا الصحية بشكل يجذب المستخدم أو المتصفح للشبكات الإجتماعية وإحداث التأثير المطلوب عليه.
- ضرورة الإستفادة من شبكات التواصل الإجتماعي في المجال الصحي وعدم النظر أليها باعتبارها مواقع ترفيهية.

الخاتمة

لعب الإعلام الإلكتروني دورا هاما في تعزيز الوعي الصحي، والذي إشتهل بدوره على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث لعبت دورا كبيرا في توسيع حرية التعبير لدى المجتمع الجزائري، خاصة لدى الطلبة الجامعيين فقد خلقت ساحة مفتوحة لإبداء الآراء والتعريف بوجهات النظر المختلفة، حيث أفرزت أشكالا جديدة للتفاعل الجماعي، وبالتالي كان لها دور بارز في رسم وتوجيه إهتمام الأفراد نحو الموضوعات والقضايا التي تمثل أولوياتهم، وأعطت مساحة واسعة لطرح أي أو قضية يرغبون في إثارتها، وهذا من خلال حرية المشاركات، وقضية فيروس كورونا في الجزائر كان لها النصيب الأكبر من حيث التناول على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي .

وقد توضح لنا من خلال هذه الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي إستطاعت أن تسجل حضورها الإيجابي في الحياة العامة، كما أثرت على الوعي الصحي لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال وأعطتهم فرصة للتواصل والتعبير عن آراءهم والتعليق على موضوعات التوعية الصحية، فلم يصبحوا مجرد متابعين من بعيد بل أصبحوا مشاركين من خلال نقاشاتهم ومنشوراتهم التي كانت مرتكزة حول التوعية الصحية.

قائمة المصادر

والمراجع

## القرآن الكريم

1. سورة آل عمران، الآية 104

### أولاً: المعاجم والقواميس

2. جرجس ميشال جرجس: معجم مصطلحات التربية والتعليم، دط، دار النهضة العربية، بيروت، 2005

3. خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر، 2001.

4. عبد العزيز عبد الله الدخيل: معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية والعلوم الاجتماعية.

### ثانياً: الكتب

5. إحسان محمد الحسن: مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

6. أحمد بدر: مناهج البحث في الإتصال والرأي العام والإعلام الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.

7. أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

8. أحمد عياد: مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.

9. برهان محمد شاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

10. بسام عبد الرحمن المشاقبة: الإعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

11. بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.



12. بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
13. بلقاسم سلاطينية، حسان الجيلاني: المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
14. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم "رؤية تحليلية"، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
15. جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، ط4، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، الإمارات، 2014.
16. جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
17. حسن شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا: وسائل التواصل الاجتماعي "رحلة في الأعماق"، ط1، دار القلم، دمشق، 2020.
18. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
19. حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
20. حمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، صنعاء، 2019.
21. حنان أسعد خوج: المبادئ العلمية للصحة النفسية، ط1، مكتبة الرشد، الرياض، 2010.
22. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
23. رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008.
24. رشيد زرواتي: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية "أسس علمية وتدريبية"، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2004.

25. سامر عبد الستار أمين وآخرون: دليل التثقيف الصحي للعاملين في مجال الرقابة الصحية، ط1، وزارة الصحة، دائرة الصحة العامة، قسم الرقابة الصحية، 2012
26. سامي محسن ختاتنة: أحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم النفس الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010.
27. سعد الحاج بن جخدل: العينة والمعاينة "مقدمة منهجية قصيرة جدا"، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2019.
28. سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
29. سلمان بكر بن كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية "ووسائل التواصل الاجتماعي"، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، 2015.
30. سماح سالم سالم، جمال عبد الحميد جادو: الإرشاد الاجتماعي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2015.
31. سميح أبو مغلي، عبد الحافظ سلامة: علم النفس الاجتماعي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
32. سمير أحمد أبو العيون: الثقافة الصحية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2013.
33. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1999.
34. شيلي تايلور: علم النفس الصحي، ترجمة: وسام درويش بريك، فوزي شاعر داود، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008
35. صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي "أسس ومفاهيم وقيم"، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
36. صلاح محمد ذياب: إدارة خدمات الرعاية الصحية، ط1، دار الفكر، عمان، 2010.

37. عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
38. عامر ابراهيم قندلجي: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2015
39. عباس محمود عوض: في علم النفس الاجتماعي، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002.
40. عباس ناجي حسن: الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
41. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
42. عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دط، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
43. عبد الله عامر الهمالي: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط3، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا، 2003.
44. عبد المجيد الشاعر وآخرون: الصحة والسلامة العامة، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
45. عبدا لعزیز عبد الله الدخيل: معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية والعلوم الاجتماعية، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
46. عثمان فريد رشدي: الصحة والسلامة المهنية، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
47. عزام محمد علي الجولي، جميل خليل محمد: الإعلام والطفل، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

48. علاء الدين محمد عفيفي: الأعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015.
49. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
50. علي عبد الفتاح علي: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
51. علي عبد الفتاح: الإعلام الاجتماعي، ط1، دار اليازوري العلمية، عمان، 2014.
52. علي كنعان: المجتمع المدني والإعلام، دط، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
53. علي محمد خير المغربي: الإعلام والاتصال الجماهيري، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015.
54. عمار بوحوش، محمد محمود الديات: مناهج البحث العلمي وطرق إعادة البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
55. فضيل دليو: الاتصال - مفاهيمه - نظرياته - وسائله، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
56. فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
57. كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام "التطور. الخصائص. النظريات". ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
58. كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، من منشورات الجامعة السورية، سورية، 2020.
59. لامية صابر، محمد غزالي: دراسات في الإعلام الجديد، ط1، مكتبة المجتمع العربي، الجزائر ومكتبة الإعصار العلمي، عمان، 2016.
60. ليلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2012.

61. ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
62. ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
63. مجموعة من المؤلفين: تمريض صحة المجتمع، منظمة الصحة العالمية، 2006، ص 106.
64. محمد الحنفاوي: الصحافة والتوعية الصحية، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دمشق، 2014.
65. محمد بن سعود البشير: نظريات التأثير الإعلامي، ط1، العبيكان للنشر، الرياض، 2014.
66. محمد سيد فهمي، فايز محمد رجب: الصحة الاجتماعية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2012.
67. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب (نشر. توزيع. طباعة)، القاهرة، 2004.
68. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات، د ط، دار وائل للنشر، عمان، 1999.
69. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الأهرام، 2003.
70. مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني "الأسس وآفاق المستقبل"، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
71. مصطفى يوسف كافي: قضايا إعلامية معاصرة، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
72. مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
73. منال أبو الحسن: أساسيات علم الاجتماع الإعلامي "النظريات والوظائف والتأثيرات"، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2006،

74. منال هلال مزاهرة: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، كنوز المعرفة، عمان، 2010.
75. نادر عبد الله دسة: الإعلام المجتمعي، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
76. نجلاء عاطف خليل: في علم الاجتماع الطبي "ثقافة الصحة والمرض"، دط، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2005-2006.
77. نجيب الكيلاني: الشقيف الصحي للطلاب وأفراد المجتمع "دوره وأهميته"، ط1، دار الصحة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
78. وليد يوسف الصالح: إدارة المستشفيات والرعاية الصحية والطبية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
79. ياسر خضير البياتي: الإعلام الجديد "الدولة الافتراضية الجديدة" ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
80. ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.

### ثالثا: المذكرات

81. بلباي حمزة: دور الإعلام الوقائي عبر الميديا الاجتماعية في الوقاية من فيروس كورونا كوفيد\_19، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في شعبة الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020، 2019.
82. رانيا سلوغة: اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الإعلام في التوعية الصحية، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2017، 2016،

83. رباب حلاب: مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، قسم علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2018، 2017
84. رشيد عبد القوي: مستوى الوعي الصحي وعلاقته بالحفاظ على الوزن الطبيعي لدى طلبة الجامعة، بحث مقدم ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم وتقنيات الأنشطة البدنية والرياضية تخصص الرياضة والصحة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2019، 2018
85. شعباني مالك: دور الإداعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، 2005
86. صارة شهرة، يزيد قلاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015، 2014
87. القص صليحة: فعالية برامج تربية صحية في تغيير سلوكيات الخطر وتنمية الوعي الصحي لدى المراهقين، أطروحة نهاية الدراسة لنيل شهادة دكتوراه في علم النفس، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، 2015، ص 66. و كتزة حامدي، مبني نور الدين: واقع التربية الصحية في المناهج التعليمية الجزائرية، جامعة محمد مين دباغين، المجلد 11، العدد 04، 2019.
88. نوال بركات: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016، 2015

رابعاً: المجلات

89. جمال كويجل، بوبكر سناطور: دور المنصات الرقمية في دعم التعليم الجامعي عن بعد في ظل انتشار جائحة كوفيد 19 منصة مودل (Model) بجامعة سطيف 2 أنودجا، المجلد 12، العدد 01، جانفي 2021
90. شهرزاد نوار، كلثوم قير: الثقافة الصحية والوعي الصحي: قراءة في المفهوم والدلالة، مجلة التمكين الإجتماعي، المجلد 02، العدد 02، جوان 2020
91. عبد التواب جابر أحمد محمد مكي: المحددات الاجتماعية للوعي الصحي في الريف المصري، دراسة ميدانية بإحدى قرى محافظة أسيوط، مجلة أسيوط للدراسات البيئية، العدد 46، يوليو 2017.
92. عمرين عيشوش، حسان بوسرسوب: درو شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19، المجلد 02، العدد 02، جوان 2020.
93. عثمان فضل السيد أحمد فضل السيد، محمد محمد الهادي حسن سليمان: مستوى الإلتزام بالسلوك الصحي الواقي من جائحة كورونا "كوفيد 19" لدى السودانيين، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، العدد 01، جانفي 2021
94. العلمي فريدة، رواجي رزيقة: دور الجامعة: بين جدلية إنتاج المعرفة وتحقيق الأهداف المطلوبة من المجتمع، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد الأول، العدد 07، سبتمبر 2017
95. محمد فارس، مختار جلوي: أساليب الاتصال الصحي في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 11، جوان 2015
96. مقيمي ريمة: مدى تأثير جائحة فيروس كورونا على مبدأ استمرارية المرافق العام في الجزائر، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد 12، العدد 01، جانفي 2021



97. ملاك سلوى، زايد رابح: واقع تطبيق نظام الصيرفة الإسلامية في الجزائر في ظل جائحة كوفيد \_ 19، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، -المجلد 12، العدد 01، جانفي 2021

98. ميلود سقاري، الطاهر سعود: المدخل إلى المنهجية في علم الاجتماع، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007

99. وفاء قاسم سلمان: الوعي الصحي والثقافة الصحية لدى عينة من الأمهات (25\_43 سنة) بمنطقتي الحضر والريف في بغداد، مجلة كلية التربية للبنات، المجلد 27، العدد 6 (31 ديسمبر/كانون الأول 2016)، جامعة بغداد

#### خامسا: المواقع الإلكترونية

100. [WHO Coronavirus \(COVID-19\) Dashboard | WHO Coronavirus \(COVID-19\) Dashboard With Vaccination Data](#)

101. [https://www.mayoclinic.org/ar/diseases\\_condition/corona\\_virus/expert\\_answers/novel\\_corona\\_virus/faq\\_20478727](https://www.mayoclinic.org/ar/diseases_condition/corona_virus/expert_answers/novel_corona_virus/faq_20478727)

102. منظمة الصحة العالمية: فيروس كورونا المستجد covid\_19 "دليل توعوي صحي شامل". الموقع الإلكتروني لمنظمة الصحة العالمية. النسخة الأولى. 2020.

الملاحق

الملحق رقم (01): استبانة الدراسة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



دور الإعلام الإلكتروني في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين

إزاء كوفيد 19

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

الزملاء والزميلات ... تحية طيبة

تقوم الباحثتان بإعداد مذكرة ماستر بعنوان " دور الإعلام الإلكتروني في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين إزاء كوفيد 19"، بهدف التعرف إلى مدى اعتماد طلبة الإعلام والاتصال على شبكات التواصل الاجتماعي - بصفتها أحد أدوات الإعلام الإلكتروني - في تعزيز الوعي الصحي لديهم فيما يتعلق بفيروس كورونا، ونأمل منكم المساهمة في إنجاح هذه الدراسة من خلال تفاعلهم واجابتكم عن تساؤلاتها خدمة للبحث العلمي، ونرجو أن تكون الإجابة عن جميع التساؤلات بكل مصداقية وبوضع علامة ( ✓ ) في المكان المناسب.

البيانات الشخصية:

- 1 - الجنس: ذكر  أنثى
- 2- السن: 24- 19  30-25  31 فما فوق
- 3- التخصص: إعلام واتصال  إعلام  صحافة مطبوعة وإلكترونية  سمعي بصري
- 4- المرحلة الدراسية:
- ليسانس سنة ثانية
- ليسانس سنة ثالثة
- ماستر 1
- ماستر 2

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي.

1. هل تسجل باسمك الحقيقي في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- نعم  لا
2. هل تضيف بيانات صحيحة عنك في شبكات التواصل؟
- نعم  لا
3. عدد الساعات التي تقضيها في متابعة وتصفح شبكات التواصل الاجتماعي؟
4.  أقل من ساعة  من ساعة إلى 3 ساعات  أكثر من 3 ساعات
5. ما الوسيلة الاتصالية التي تعتمد عليها في عملية تصفح واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- لحاسوب  الهاتف النقال  لوحات ذكية
6. كيف تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟
- أقوم بالنشر على حسابي واتواصل مع الأصدقاء لمعرفة آرائهم
- متابع لبعض الصفحات والمجموعات وأشارك بالنشر والتعليق
- متابع لبعض الصفحات والمجموعات ولا أشارك بالنشر والتعليق
- لمشاركة الفيديو من اليوتيوب
7. ما المعايير التي تعتمد عليها للحكم على مصداقية المعلومات التي تتلقاها من شبكات التواصل الاجتماعي؟
- الأرقام والإحصائيات  الوثائق  السرعة في نقل المعلومة
- ذكر مصدر المعلومة وتحديده  اعتماد الصور والفيديوهات
-

المحور الثاني: أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 ؟

8. ما مواقع التواصل الاجتماعي التي لديك حساب فيها؟

- الفيسبوك facebook  
 انستغرام Instagram  
 تويتر Twitter  
 يوتيوب Youtube  
 أخرى تذكر

9. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتابعها وتتفاعل معها في نشر وتلقي المعرفة حول المستجدات الصحية؟

- الفيسبوك facebook  
 انستغرام Instagram  
 تويتر Twitter  
 يوتيوب Youtube  
 أخرى تذكر

المحور الثالث: المضامين التي تلقاها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لشبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19 ، هل هي عبارة عن:

10. إحصاءات وأرقام حول تطورات الفيروس؟

- موافق  
 غير موافق  
 إلى حد ما

11. تعليمات وتوجيهات توعوية؟

- موافق  
 غير موافق  
 إلى حد ما

12. منشورات ترويج دعائية للقاحات؟

- موافق  
 غير موافق  
 إلى حد ما

13. شائعات مضللة؟

- موافق  
 غير موافق  
 إلى حد ما

المحور الرابع: دوافع طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19، هل تكمن هذه الدوافع في:

14. معرفة آخر المستجدات والأخبار حول الفيروس؟

- موافق  
 غير موافق  
 إلى حد ما

15. التواصل مع المختصين والتوثق منهم حول المعلومات الخاصة بالفيروس؟

- موافق  
 غير موافق  
 إلى حد ما

16. الاطلاع على آراء وتعليقات الآخرين على الموضوعات المتعلقة؟

موافق  غير موافق  إلى حد ما

17. تنمية ثقافتي الصحية حول الفايروس؟

موافق  غير موافق  إلى حد ما

المحور الخامس: التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد\_19.

من أبرز التأثيرات المعرفية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد 19 هي أنها:

18. زودتني بمعلومات عن أصل الفايروس ونشأته.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

19. تلقيت من خلالها معلومات حول طريق الوقاية من الفايروس.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

20. تعرفت من خلالها إلى التعليمات التي تصدرها الجهات الصحية الرسمية.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

21. زادت معرفتي بالآثار المترتبة على عدم الالتزام بالتباعد الاجتماعي ولبس الكمامة.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

22. حصلت من خلالها على معلومات تفصيلية عن اللقاحات المصنعة أخيرا ضد الفايروس.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

من أبرز التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد 19 هي أنها:

23. أثرت في قراري بالالتزام بتعليمات الوقاية من الفايروس بلبس الكمامة والتباعد.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

24. أقنعتني أن الإجراءات الرسمية سليمة وممتازة.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

25. جعلتني أشعر بالخوف والقلق.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

26. أضعفت ثقفتي بكل ما يقال حول الفايروس.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

من أبرز التأثيرات السلوكية التي أحدثتها شبكات التواصل الاجتماعي لدي فيما يتعلق بالتوعية الصحية حول كوفيد 19 هي أنها:

27. دفعتني إلى حث الآخرين على الالتزام بتعليمات الوقاية.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

28. قادتني إلى مشاركة المنشورات المتعلقة بالتوعية الصحية حول الفايروس.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

29. تفاعلت من خلالها مع منشورات التوعية بالتعليق والاعجاب.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

30. أرسلت العديد من الرسائل التوعوية والتوجيهية إلى الأصدقاء والمعارف.

موافق  غير موافق  إلى حد ما

شكرا مسبقا على تعاونكم معنا

## الملحق رقم (02): البيانات الشخصية لعينة الدراسة

## الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الذكر	28	29,2	29,2	29,2
Validé الانثى	68	70,8	70,8	100,0
Total	96	100,0	100,0	

## العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
من 19 الى 24 سنة	74	77,1	77,1	77,1
Validé من 25 الى 30 سنة	20	20,8	20,8	97,9
سنة فما فوق 31	2	2,1	2,1	100,0
Total	96	100,0	100,0	

## القسم

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
اعلام واتصال	33	34,4	34,4	34,4
اعلام	30	31,3	31,3	65,6
Validé صحافة مطبوعة والكترونية	14	14,6	14,6	80,2
سمعي بصري	19	19,8	19,8	100,0
Total	96	100,0	100,0	

## المرحلة الدراسية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة ثانية ليسانس	30	31,3	31,3	31,3
سنة ثالثة ليسانس	32	33,3	33,3	64,6
Validé ماستر 1	23	24,0	24,0	88,5
ماستر 2	11	11,5	11,5	100,0
Total	96	100,0	100,0	



## الملحق رقم (03): إجابات افراد العينة على أسئلة الاستبانة

## \* Q1

Tableau croisé

		Q1		Total
		نعم	لا	
الذكور	Effectif	21	7	28
	% compris dans الجنس	75,0%	25,0%	100,0%
الانثى	Effectif	23	45	68
	% compris dans الجنس	33,8%	66,2%	100,0%
Total	Effectif	44	52	96
	% compris dans الجنس	45,8%	54,2%	100,0%

## \* Q2

Tableau croisé

		Q2		Total
		نعم	لا	
الذكور	Effectif	21	7	28
	% compris dans الجنس	75,0%	25,0%	100,0%
الانثى	Effectif	39	29	68
	% compris dans الجنس	57,4%	42,6%	100,0%
Total	Effectif	60	36	96
	% compris dans الجنس	62,5%	37,5%	100,0%

## \* Q3

Tableau croisé

		Q3			Total
		أقل من ساعة	من ساعة الى 3 ساعات	أكثر من 3 ساعات	
الذكور	Effectif	5	9	14	28
	% compris dans الجنس	17,9%	32,1%	50,0%	100,0%
الانثى	Effectif	11	37	20	68
	% compris dans الجنس	16,2%	54,4%	29,4%	100,0%
Total	Effectif	16	46	34	96
	% compris dans الجنس	16,7%	47,9%	35,4%	100,0%

\* Q4

Tableau croisé

		Q4			Total
		الحاسوب	الهاتف النقال	لوحات ذكية	
الذكور	Effectif	5	23	0	28
	% compris dans الجنس	17,9%	82,1%	0,0%	100,0%
الانثى	Effectif	6	58	4	68
	% compris dans الجنس	8,8%	85,3%	5,9%	100,0%
Total	Effectif	11	81	4	96
	% compris dans الجنس	11,5%	84,4%	4,2%	100,0%

\* Q5

Tableau croisé

		Q5		
		اقوم بالنشر على...لمعرفة ارائهم	متابع لبعض الصفحات...والتعليق	متابع لبعض الصفحات .. ولا اشارك
الذكور	Effectif	10	10	5
	% compris dans الجنس	35,7%	35,7%	17,9%
الانثى	Effectif	30	16	19
	% compris dans الجنس	44,1%	23,5%	27,9%
Total	Effectif	40	26	24
	% compris dans الجنس	41,7%	27,1%	25,0%

Tableau croisé

		Q5	Total
		مشاركة الفيديو من اليوتيوب	
الذكور	Effectif	3	28
	% compris dans الجنس	10,7%	100,0%
الانثى	Effectif	3	68
	% compris dans الجنس	4,4%	100,0%
Total	Effectif	6	96
	% compris dans الجنس	6,2%	100,0%

\* Q6

Tableau croisé

		Q6			
		الارقام والاحصائيات	الوثائق	السرعة في نقل المعلومة	ذكر مصدر المعلومة وتحديده
الذكر	Effectif	5	4	4	11
	% compris dans الجنس	17,9%	14,3%	14,3%	39,3%
الانثى	Effectif	10	16	4	23
	% compris dans الجنس	14,7%	23,5%	5,9%	33,8%
Total	Effectif	15	20	8	34
	% compris dans الجنس	15,6%	20,8%	8,3%	35,4%

Tableau croisé

		Q6	Total
		اعتماد صور وفيديوهات	
الذكر	Effectif	4	28
	% compris dans الجنس	14,3%	100,0%
الانثى	Effectif	15	68
	% compris dans الجنس	22,1%	100,0%
Total	Effectif	19	96
	% compris dans الجنس	19,8%	100,0%

\* Q7

Tableau croisé

		Q7				Total
		الفيسبوك	انستغرام	تويتر	يوتيوب	
الذكر	Effectif	20	5	1	2	28
	% compris dans الجنس	71,4%	17,9%	3,6%	7,1%	100,0%
الانثى	Effectif	50	11	1	6	68
	% compris dans الجنس	73,5%	16,2%	1,5%	8,8%	100,0%
Total	Effectif	70	16	2	8	96
	% compris dans الجنس	72,9%	16,7%	2,1%	8,3%	100,0%

\* Q8

Tableau croisé

		Q8				Total
		الفيستوك	انستغرام	تويتر	يوتيوب	
الذكر	Effectif	18	6	0	4	28
	% compris dans الجنس	64,3%	21,4%	0,0%	14,3%	100,0%
الانثى	Effectif	47	11	1	9	68
	% compris dans الجنس	69,1%	16,2%	1,5%	13,2%	100,0%
Total	Effectif	65	17	1	13	96
	% compris dans الجنس	67,7%	17,7%	1,0%	13,5%	100,0%

\* Q9

Tableau croisé

		Q9			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكر	Effectif	16	3	9	28
	% compris dans الجنس	57,1%	10,7%	32,1%	100,0%
الانثى	Effectif	29	20	19	68
	% compris dans الجنس	42,6%	29,4%	27,9%	100,0%
Total	Effectif	45	23	28	96
	% compris dans الجنس	46,9%	24,0%	29,2%	100,0%

\* Q10

Tableau croisé

		Q10			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكر	Effectif	21	1	6	28
	% compris dans الجنس	75,0%	3,6%	21,4%	100,0%
الانثى	Effectif	42	14	12	68
	% compris dans الجنس	61,8%	20,6%	17,6%	100,0%
Total	Effectif	63	15	18	96
	% compris dans الجنس	65,6%	15,6%	18,8%	100,0%

\* Q11

Tableau croisé

		Q11			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	5	12	11	28
	% compris dans الجنس	17,9%	42,9%	39,3%	100,0%
الانثى	Effectif	20	34	14	68
	% compris dans الجنس	29,4%	50,0%	20,6%	100,0%
Total	Effectif	25	46	25	96
	% compris dans الجنس	26,0%	47,9%	26,0%	100,0%

\* Q12

Tableau croisé

		Q12			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	9	11	8	28
	% compris dans الجنس	32,1%	39,3%	28,6%	100,0%
الانثى	Effectif	19	38	11	68
	% compris dans الجنس	27,9%	55,9%	16,2%	100,0%
Total	Effectif	28	49	19	96
	% compris dans الجنس	29,2%	51,0%	19,8%	100,0%

\* Q13

Tableau croisé

		Q13			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	16	8	4	28
	% compris dans الجنس	57,1%	28,6%	14,3%	100,0%
الانثى	Effectif	43	12	13	68
	% compris dans الجنس	63,2%	17,6%	19,1%	100,0%
Total	Effectif	59	20	17	96
	% compris dans الجنس	61,5%	20,8%	17,7%	100,0%

\* Q14

Tableau croisé

		Q14			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكر	Effectif	13	6	9	28
	% compris dans الجنس	46,4%	21,4%	32,1%	100,0%
الانثى	Effectif	27	30	11	68
	% compris dans الجنس	39,7%	44,1%	16,2%	100,0%
Total	Effectif	40	36	20	96
	% compris dans الجنس	41,7%	37,5%	20,8%	100,0%

\* Q15

Tableau croisé

		Q15			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكر	Effectif	18	5	5	28
	% compris dans الجنس	64,3%	17,9%	17,9%	100,0%
الانثى	Effectif	45	10	13	68
	% compris dans الجنس	66,2%	14,7%	19,1%	100,0%
Total	Effectif	63	15	18	96
	% compris dans الجنس	65,6%	15,6%	18,8%	100,0%

\* Q16

Tableau croisé

		Q16			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكر	Effectif	16	4	8	28
	% compris dans الجنس	57,1%	14,3%	28,6%	100,0%
الانثى	Effectif	50	10	8	68
	% compris dans الجنس	73,5%	14,7%	11,8%	100,0%
Total	Effectif	66	14	16	96
	% compris dans الجنس	68,8%	14,6%	16,7%	100,0%

## \* Q17

Tableau croisé

		Q17			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	20	2	6	28
	% compris dans الجنس	71,4%	7,1%	21,4%	100,0%
الانثى	Effectif	53	5	10	68
	% compris dans الجنس	77,9%	7,4%	14,7%	100,0%
Total	Effectif	73	7	16	96
	% compris dans الجنس	76,0%	7,3%	16,7%	100,0%

## \* Q18

Tableau croisé

		Q18			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	23	0	5	28
	% compris dans الجنس	82,1%	0,0%	17,9%	100,0%
الانثى	Effectif	56	4	8	68
	% compris dans الجنس	82,4%	5,9%	11,8%	100,0%
Total	Effectif	79	4	13	96
	% compris dans الجنس	82,3%	4,2%	13,5%	100,0%

## \* Q19

Tableau croisé

		Q19			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	17	5	6	28
	% compris dans الجنس	60,7%	17,9%	21,4%	100,0%
الانثى	Effectif	43	11	14	68
	% compris dans الجنس	63,2%	16,2%	20,6%	100,0%
Total	Effectif	60	16	20	96
	% compris dans الجنس	62,5%	16,7%	20,8%	100,0%

## \* Q20

Tableau croisé

		Q20			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	19	2	7	28
	% compris dans الجنس	67,9%	7,1%	25,0%	100,0%
الانثى	Effectif	47	8	13	68
	% compris dans الجنس	69,1%	11,8%	19,1%	100,0%
Total	Effectif	66	10	20	96
	% compris dans الجنس	68,8%	10,4%	20,8%	100,0%

## \* Q21

Tableau croisé

		Q21			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	11	7	10	28
	% compris dans الجنس	39,3%	25,0%	35,7%	100,0%
الانثى	Effectif	31	15	22	68
	% compris dans الجنس	45,6%	22,1%	32,4%	100,0%
Total	Effectif	42	22	32	96
	% compris dans الجنس	43,8%	22,9%	33,3%	100,0%

## \* Q22

Tableau croisé

		Q22			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	15	6	7	28
	% compris dans الجنس	53,6%	21,4%	25,0%	100,0%
الانثى	Effectif	38	17	13	68
	% compris dans الجنس	55,9%	25,0%	19,1%	100,0%
Total	Effectif	53	23	20	96
	% compris dans الجنس	55,2%	24,0%	20,8%	100,0%



## \* Q23

Tableau croisé

		Q23			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكر	Effectif	10	5	13	28
	% compris dans الجنس	35,7%	17,9%	46,4%	100,0%
الانثى	Effectif	35	17	16	68
	% compris dans الجنس	51,5%	25,0%	23,5%	100,0%
Total	Effectif	45	22	29	96
	% compris dans الجنس	46,9%	22,9%	30,2%	100,0%

## \* Q24

Tableau croisé

		Q24			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكر	Effectif	4	11	13	28
	% compris dans الجنس	14,3%	39,3%	46,4%	100,0%
الانثى	Effectif	30	20	18	68
	% compris dans الجنس	44,1%	29,4%	26,5%	100,0%
Total	Effectif	34	31	31	96
	% compris dans الجنس	35,4%	32,3%	32,3%	100,0%

## \* Q25

Tableau croisé

		Q25			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكر	Effectif	7	12	9	28
	% compris dans الجنس	25,0%	42,9%	32,1%	100,0%
الانثى	Effectif	23	26	19	68
	% compris dans الجنس	33,8%	38,2%	27,9%	100,0%
Total	Effectif	30	38	28	96
	% compris dans الجنس	31,2%	39,6%	29,2%	100,0%

## \* Q26

Tableau croisé

		Q26			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	13	6	9	28
	% compris dans الجنس	46,4%	21,4%	32,1%	100,0%
الانثى	Effectif	35	18	15	68
	% compris dans الجنس	51,5%	26,5%	22,1%	100,0%
Total	Effectif	48	24	24	96
	% compris dans الجنس	50,0%	25,0%	25,0%	100,0%

## \* Q27

Tableau croisé

		Q27			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	8	10	10	28
	% compris dans الجنس	28,6%	35,7%	35,7%	100,0%
الانثى	Effectif	23	27	18	68
	% compris dans الجنس	33,8%	39,7%	26,5%	100,0%
Total	Effectif	31	37	28	96
	% compris dans الجنس	32,3%	38,5%	29,2%	100,0%

## \* Q28

Tableau croisé

		Q28			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	15	6	7	28
	% compris dans الجنس	53,6%	21,4%	25,0%	100,0%
الانثى	Effectif	38	20	10	68
	% compris dans الجنس	55,9%	29,4%	14,7%	100,0%
Total	Effectif	53	26	17	96
	% compris dans الجنس	55,2%	27,1%	17,7%	100,0%

## \* Q29

Tableau croisé

		Q29			Total
		موافق	غير موافق	الى حد ما	
الذكور	Effectif	7	13	8	28
	% compris dans الجنس	25,0%	46,4%	28,6%	100,0%
الانثى	Effectif	25	31	12	68
	% compris dans الجنس	36,8%	45,6%	17,6%	100,0%
Total	Effectif	32	44	20	96
	% compris dans الجنس	33,3%	45,8%	20,8%	100,0%