

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



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي
لدى الطلبة الجامعيين

- دراسة بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة جيجل -

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

إعداد الطالبين: إبراهيم درغوم - عبد القادر بوضياف
إشراف الأستاذ: ناجي بولمهار -

رئيسا	الأستاذ: د. سمير لعرج
مناقشا	الأستاذ: عبد الحكيم الحامدي
مشرفا ومقررا	الأستاذ: ناجي بولمهار

السنة الجامعية 2021/2020



شكر و عرفان

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع

والمتمثل في مذكرة التخرج.

كما نتقدم بالشكر والعرفان إلى الأستاذ المشرف "ناجي

بولمهار" على جهده المبذول في سبيل توجيهنا لإتمام

هذا العمل.

كما لا ننسى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد خاصة

الأستاذ "توفيق بوخدوني" والأساتذة الذين حكموا لنا

استمارة الاستبيان، ونتقدم أيضا بجزيل الشكر إلى أساتذة

قسم الإعلام والاتصال الذين درسونا طيلة المشوار

الجامعي، كما نشكر جميع الموظفين دون استثناء

والزملاء والطلبة.

إهداء

الحمد لله الذي وفقنا لنثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلہ تعالیٰ.

مهداة لى الوالدين الكريمين حفظهما الله تعالیٰ وأطال فی عمرهما،

لى أختی رحمة الله علیه والذي شاءت الأقدار ولم يحضر هذا الاستحقاق،

لى إخوتي المتبقين أطال الله فی أعمارهم.

لى أصدقاء الطفولة والزلاء الطلبة الذين عرفتهم من قريب أو بعيد،

لى العائلة الإعلامية مجموعة قسم الإعلام والاتصال على منصة الفيسبوك،

لى أستاذتي الكرام على مر مشواري الدراسي،

ولى جميع من قدم يد العون من أجل إنجاز هذا العمل.

عبد القادر

إهداء

الحمد لله الذي وفقنا لنثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة
لجهد والنجاح بفضلها تعالى.

لي أعز الناس وأقربهم لي قلبي والدي العزيزة ووالدي العزيز اللذان كانا عوننا وسندنا
لي، وكان لردعناهما المبارك أعظم الأثر في تسخير سفينة البحث حتى ترسو على
هذه الصورة.

لي أساتنتي أهل الفضل علي الذين غمروني بالحب والتقدير والنصيحة والتوجيه
والإرشاد.

لي كل هؤلاء أهديكم هذا العمل المتواضع سائلًا الله العلي القدير أن ينفعنا به
ويمدنا بتوفيقه.

إبراهيم

الفهرس

	شكر وتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	الملخص
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
6	تمهيد
7	1- موضوع الدراسة
7	1-1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
9	1-2- أسباب اختيار موضوع الدراسة
10	1-3- فرضيات الدراسة
10	1-4- أهمية الدراسة
10	1-5- أهداف الدراسة
11	1-6- مفاهيم الدراسة
14	2- الإجراءات المنهجية للدراسة
14	2-1- نوع الدراسة ومنهجها
14	2-2- أدوات جمع البيانات
16	2-3- المجتمع وعينة الدراسة
16	2-4- مجالات الدراسة
17	2-5- الأساليب الإحصائية
18	3- الدراسات السابقة
18	3-1- الدراسات العربية

20 3-2- الدراسات الجزائرية
23 خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
27 تمهيد
28 1- المداخل النظرية للدراسة
28 1-1- نظرية الاستخدامات والإشباع
29 1-2- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
29 1-3- نظرية العرس الثقافي
31 2- مواقع التواصل الاجتماعي
31 2-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
32 2-2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
34 2-3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
35 2-4- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي
36 2-5- أشكال مواقع التواصل الاجتماعي
37 2-6- أهم مواقع التواصل الاجتماعي
43 2-7- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي
44 3- التوعية الصحية
44 3-1- مفهوم الوعي الصحي
44 3-2- أهداف نشر الوعي الصحي
45 3-3- أهمية التوعية الصحية
45 3-4- مجالات الوعي الصحي
46 3-5- مصادر المعرفة الصحية
47 3-6- مراحل تكوين الوعي الصحي
48 خلاصة الفصل

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

53	تمهيد
54	1- تعريف مفردات عينة الدراسة
58	2- استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي
63	3- تفاعل الطلبة مع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
68	4- التعلم والتثقيف الصحي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
78	نتائج الدراسة
79	مناقشة نتائج الدراسة
80	أ- في ضوء الدراسات السابقة
80	ب- في ضوء أهداف الدراسة
82	خلاصة الفصل
84	الخاتمة
86	قائمة المصادر والمراجع
	قائمة الملاحق

الصفحة	الجدول
54	الجدول رقم (1) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير النوع (الجنس)
55	الجدول رقم (2): يمثل عينة الدراسة حسب متغير السن
56	الجدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي
57	الجدول رقم (4) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإقامة
58	الجدول رقم (5) مدة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب عدد السنوات
59	الجدول رقم (6): يمثل أهم المواقع التي يمتلك فيها الطلبة حسابات شخصية
60	الجدول رقم (7): يمثل المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي
61	الجدول رقم (8): يمثل الفترة المفضلة للطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
62	الجدول رقم (9): استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المكان
63	الجدول رقم (10): يمثل طبيعة المنشورات التي تثير اهتمام الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
64	الجدول رقم (11): يوضح عادات متابعة عينة الدراسة لمنشورات التوعية الصحية
65	الجدول رقم (12): يوضح ثقة الطلبة بالمعلومات الصحية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.
66	الجدول رقم (13): يوضح مدى إلمام عينة الدراسة بمتابعة القضايا الصحية التوعوية
67	الجدول رقم (14): يبين طبيعة تفاعل الطلبة مع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
68	الجدول رقم (15): يوضح مدى تأثير منشورات التوعية الصحية على الوعي الصحي للطلبة الجامعيين
69	الجدول رقم (16): يمثل درجة تأثير التوعية الصحية لمواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الصحية للطلاب الجامعي
70	الجدول رقم (17): يمثل مصدر المنشورات الصحية التوعوية التي يتابعها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
71	الجدول رقم (18): يوضح تقييم المصادر التي تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعي لتقديم المعلومات
72	الجدول رقم (19) يوضح إيجابيات منشورات التوعية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي
73	الجدول رقم (20) يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي من خلال

	المضامين الصحية المقدمة
74	الجدول رقم (21) يوضح كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي.
75	الجدول رقم (22) يوضح مشاركة الطلبة للمنشورات الصحية التوعوية مع أصدقائهم من عدمها
76	الجدول رقم (23) يوضح مدى مشاركة الطلبة لفيدويوهات أو دردشات تعرض عن سلوك غير صحي
77	الجدول رقم (24) يوضح مساهمة المشاركة للمضامين الصحية مع غير المستخدمين في زيادة إدراكهم لخطورة الأمراض والأوبئة

الصفحة	الشكل
54	الشكل رقم (1) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير النوع (الجنس)
55	الشكل رقم (2): يمثل عينة الدراسة حسب متغير السن
56	الشكل رقم (3): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي
57	الشكل رقم (4) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإقامة
58	الشكل رقم (5) مدة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب عدد السنوات
59	الشكل رقم (6): يمثل أهم المواقع التي يمتلك فيها الطلبة حسابات شخصية
60	الشكل رقم (7): يمثل المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي
61	الشكل رقم (8): يمثل الفترة المفضلة للطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
62	الشكل رقم (9): استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المكان
63	الشكل رقم (10): يمثل طبيعة المنشورات التي تثير اهتمام الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
64	الشكل رقم (11): يوضح عادات متابعة عينة الدراسة لمنشورات التوعية الصحية
65	الشكل رقم (12): يوضح ثقة الطلبة بالمعلومات الصحية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.
66	الشكل رقم (13): يوضح مدى إلمام عينة الدراسة بمتابعة القضايا الصحية التوعوية
67	الشكل رقم (14): يبين طبيعة تفاعل الطلبة مع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
68	الشكل رقم (15): يوضح مدى تأثير منشورات التوعية الصحية على الوعي الصحي للطلبة الجامعيين
69	الشكل رقم (16): يمثل درجة تأثير التوعية الصحية لمواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الصحية للطلاب الجامعي
70	الشكل رقم (17): يمثل مصدر المنشورات الصحية التوعوية التي يتابعها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
71	الجدول رقم (18): يوضح تقييم المصادر التي تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعي لتقديم المعلومات

72	الشكل رقم (19) يوضح إيجابيات منشورات التوعية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي
73	الشكل رقم (20) يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي من خلال المضامين الصحية المقدمة
74	الشكل رقم (21) يوضح كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي
75	الشكل رقم (22) يوضح مشاركة الطلبة للمنشورات الصحية التوعوية مع أصدقائهم من عدمها
76	الشكل رقم (23) يوضح مدى مشاركة الطلبة لفيدويوهات أو دراسات تعرض عن سلوك غير صحي
77	الشكل رقم (24) يوضح مساهمة المشاركة للمضامين الصحية مع غير المستخدمين في زيادة إدراكهم لخطورة الأمراض والأوبئة

الملخص

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي للطلبة الجامعيين كدراسة ميدانية بجامعة جيجل، حيث أجريت هذه الدراسة على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة الصحية لدى الطالب الجامعي من خلال التأكيد على مدى متابعتهم لمنشورات التوعية الصحية، اعتمد فيها الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي مستخدمين في ذلك أداة الاستبيان لجمع البيانات، وأجريت هذه الدراسة على عينة قوامها 50 مفردة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن أغلبية مفردات عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك بدرجة أكبر ومن بين القضايا التي تثير اهتمامهم منشورات القضايا الصحية من أجل اكتساب معرفة صحية تزيد من ثقافتهم ووعيهم الصحي من خلال اتخاذ الإجراءات الوقائية والاطلاع على مختلف المستجدات المتعلقة بالميدان الصحي.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الوعي الصحي، الطلبة الجامعيين

Summary

This study is entitled: the role of social networking sites in promoting health awareness for university students having as a field study the University of Jijel; it was conducted on students of the Department of Information and Communication Sciences at the Faculty of Humanities and Social Sciences. This study aimed to highlight the role that social networking sites play in increasing health knowledge among, University students, by emphasizing the extent to which they follow health awareness publications. The researchers relied on the descriptive analytical approach, using the questionnaire tool to collect data. This study was conducted on a sample of 50 students from the Department of Information and Communication Sciences at Jijel University.

This study reached a set of results, the most important of which are: The majority of the study sample members use social networking sites and Facebook to a greater extent, and among the issues of interest to them are publications of health issues in order to gain health knowledge that increases their culture and health awareness by taking preventive measures and reviewing various developments related to the health field.

Keywords: social networking sites, health awareness, university students.

مقدمة

مقدمة

ساهمت التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى ظهور فضاءات ومواقع للتواصل تعرف بمواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة فتحت آفاقا جديدة في مختلف مجالات الحياة نظرا للمزايا التي تتمتع بها، حيث كسرت كل القيود الزمانية والمكانية وفتحت مجالا للتواصل بين أفراد المجتمعات وحتى بين أفراد المجتمع الواحد فكانت وسيلة للنقاش وتبادل الآراء والأفكار والثقافات.

هذه المواقع ليست مقتصرة للتعرف على أصدقاء جدد أو التواصل معهم وإنما تعددت استخداماتها لتشمل مجالات عدة إذ أنها أصبحت في الوقت الحاضر من أهم أدوات التأثير والتوجيه والتثقيف والإعلام والصحة وغيرها.

يعد الإسهام في زرع الوعي الصحي في المجتمع من الموضوعات المهمة التي تركز عليها مواقع التواصل الاجتماعي، فالصحة أحد أهم أولويات المجتمع، حيث يشكل الوعي الصحي لدى الأفراد الحجر الأساس لحالتهم الصحية وأنماط سلوكياتهم اليومية.

إذ تعد هذه المواقع من أهم المصادر الرئيسية للمعلومات عند مختلف شرائح المجتمع، فهي تؤدي دور كبيرا ومهما في بناء الفرد وتكوينه المعرفي من خلال عملها على زيادة رصيده من المعلومات والخبرات التي تكسبه مواقف وسلوكيات إيجابية.

تعمل مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر كغيرها من العديد من دول العالم على نشر المواضيع المتعلقة بالصحة والتوعية الصحية، مثل الترويج بالفيديوهات التوعوية وتنظيم الحملات وعرض الإحصائيات المتعلقة بمختلف الأمراض والأوبئة، ولعل الوسط الجامعي من أهم شرائح المجتمع تعرضا لمثل هكذا مواضيع كونهم نخب من نخب المجتمع وكذا استخدامهم الواسع والمكثف لمواقع التواصل الاجتماعي.

تهدف هذه الدراسة المعنونة بـ: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى

الطلبة الجامعيين" إلى معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي من أجل زيادة وتعزيز التوعية والثقافة الصحية عند الطلبة الجامعيين.

تناول الباحثان في الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة، حيث قاما فيه بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأسباب اختيارها وفرضياتها بالإضافة إلى أهمية الدراسة وأهدافها، كذلك تحديد نوع الدراسة

ومنهجها وأدوات جمع البيانات، بالإضافة إلى تعيين مجتمع وعينة الدراسة ومجالاتها وتبيان الأساليب الإحصائية المستخدمة، وفي آخر هذا الفصل تمت الإشارة إلى الدراسات السابقة والمشابهة لموضوع الدراسة.

وتم تخصيص الفصل الثاني للإطار النظري للدراسة، حيث تطرقا فيه إلى مواقع التواصل الاجتماعي من ضبط للمفهوم والنشأة والتطور، إضافة إلى ميزات وأشكالها وأهم مواقع التواصل الاجتماعي استخداما وأكثرها انتشارا، ثم قاما بتعريف الوعي الصحي وإبراز أهدافه وأهميته إضافة إلى مجالاته ومصادر المعرفة الصحية وصولا إلى مراحل تكوين الوعي الصحي.

في حين خصص الفصل الثالث والأخير للإطار الميداني المتعلق بالإجراءات التطبيقية للدراسة، حيث قام فيه الباحثان بعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة، ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة وفي ضوء أهداف الدراسة.

لينتهي البحث بجملة من النتائج ومن ثم الخاتمة.

الفصل الأول

الاطار المنهجي للدراسة

خطة الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

1- موضوع الدراسة

- 1-1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
- 1-2- أسباب اختيار موضوع الدراسة.
- 1-3- فرضيات الدراسة.
- 1-4- أهمية الدراسة.
- 1-5- أهداف الدراسة.

2- الإجراءات المنهجية للدراسة

- 2-1- نوع الدراسة ومنهجها.
- 2-2- أدوات جمع البيانات.
- 2-3- مجتمع وعينة الدراسة.
- 2-4- مجالات الدراسة.
- 2-5- الأساليب الإحصائية.

3- الدراسات السابقة

- 3-1- الدراسات العربية.
- 3-2- الدراسات الجزائرية.

خلاصة الفصل

تمهيد

الباحث وقبل شروعه في دراسة موضوع بحثه عليه أن يكون لديه إحاطة ومعرفة شاملة عن الموضوع، وتحديد الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها.

لذا يسعى الباحثان من خلال هذا الفصل إلى تحديد الإطار العام للدراسة بداية من تحديد الإشكالية، والفرضيات التي وضعت كأجوبة مؤقتة للتساؤلات المطروحة قيد الدراسة، ثم توضيح أسباب وأهمية وأهداف الدراسة، كذلك ضبط المفاهيم المتعلقة بالدراسة والتطرق إلى منهج وأدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية وصولاً إلى الدراسات السابقة والمشاهدة للموضوع.

1-1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

يشهد العالم اليوم تطورا تكنولوجيا هائلا في شتى مجالات العلم بما فيها مجال الإعلام والاتصال، وقد ساهم هذا التطور في ظهور شبكة النث وما أتاحتها من نقل للمعلومات والأخبار والأحداث بين الأفراد والجماعات دون أي حواجز أو عوائق ملغية بذلك القيود الزمانية والمكانية، ومع التطورات المتزايدة للإنترنت وانتشارها الواسع كان لها الأثر البالغ في تحقيق ثورة تكنولوجية وفرة نوعية خاصة في مجال الاتصال، تولدت عنها تقنيات وتطبيقات حديثة لعل أبرزها شبكات التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة سهلت للقائمين عليها تبادل المعارف سواء في شكلها السمعي أو المرئي من خلال النشر والتدوين عبر الصفحات والمواقع الإلكترونية، وتوسعت خدماتها بسرعة فائقة لتشمل بذلك مجالات عدة كالتعليم والسياسة والاقتصاد والصحة وغيرها.

لقد كسر الإعلام الجديد القيود السابقة التي كان يفرضها الإعلام التقليدي، وأسهم في رفع الوعي الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي فضلا عن الوعي الصحي في رقعة كبيرة من المجتمع الإنساني من خلال استخدام الوسائط المتعددة على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي.

إن الأهمية القصوى التي توليها المجتمعات الإنسانية في وقتنا الحالي لنشر الوعي الصحي والثقافة الصحية بمطلباتها كانت ولا زالت محل اهتمام الحكومات والمنظمات الدولية لدورها في حماية العنصر البشري في شكله السليم والمعافي على اعتبار أن التنمية البشرية عماد التقدم في كافة الميادين الإنسانية، ولما كان الطلبة الجامعيون يشكلون ركيزة القوة باعتبارها نخبة من نخب المجتمع والتي يعتمد عليها في بناء الأمم وتقدمها، فإن نشر الوعي بينهم يعد ركيزة أساسية في الحفاظ على هذه الطاقة الفاعلة في مستقبل الأمم والشعوب، وأمام اهتمام الطلبة بمواقع التواصل الاجتماعي وحرصهم على متابعة التكنولوجيا والتطورات في مختلف المجالات خاصة في مجال الثقافة الصحية.

ومع ازدياد الحاجة الماسة نحو التوعية الصحية والرغبة في إيجاد سبل العلاج خاصة في ظل انتشار الأمراض المزمنة والأوبئة الفتاكة، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي هدف كافة أفراد المجتمع وخاصة الطلبة الجامعيين للاطلاع على آخر المستجدات عالميا ومحليا وما يحدث من حالات مرضية وقضايا صحية من شأنها تعزيز الوعي الصحي بالبحث عن الطرق الوقائية للوقوف أمام تيار الأمراض والتعرف على بؤر انتشارها وأسباب ظهورها وكيفية التعامل معها.

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في تنمية الوعي الصحي لدى كل أفراد المجتمع خاصة الوسط الجامعي بما في ذلك تزويد المجتمع بالمعلومات الصحية عن القضايا والمواقف المختلفة وتعزيز المعرفة لدى كافة أفرادها من خلال إقامة حملات صحية توعوية تهدف إلى زيادة إدراك الفرد على اتخاذ دور فعال في التعامل مع الكثير من القضايا الصحية البارزة وطرق وأساليب الوقاية منها والإرشادات الواجب اتباعها، وهذا بدافع نشر الوعي الصحي وتعزيز الثقافة الصحية لدى المجتمعات والمساهمة في تقليص أعداد المرضى والوافدين على المستشفيات والتخفيف من الضغط المتزايد على الأطباء والاختصاصيين والمراكز الصحية المختلفة.

وتعد عملية التثقيف الصحي إحدى المهام التي يتوقع من مواقع التواصل الاجتماعي القيام بها، وعليه لا بد من التركيز على هذه الوسائل لنشر وتعزيز التثقيف الصحي وجذب الانتباه للمشكلات الصحية فهي قادرة على إحداث التوعية الصحية في ذات الفرد والمجتمع وذلك بتزويدهم بالمعلومات الصحية السليمة أولا ثم توظيف الأساليب الإقناعية من أجل أن يقوم الأفراد بتغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم لتبني أنماط سلوكية جديدة تتفق مع المعلومات الصحية السليمة المقدمة لهم.

وعلى ضوء ما تم عرضه سابقا، فإن هذه الدراسة تسعى إلى معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي.

ومنه نطرح التساؤل التالي:

- ما هو الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي؟

يندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الإشباعات المحققة لدى الطالب الجامعي نتيجة التعرض للمنشورات التوعوية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في غرس مفاهيم التثقيف الصحي لدى الطالب الجامعي؟
- ما هي مصادر الحصول على المعلومات الصحية لدى الطالب الجامعي؟
- ما هي الآثار الناتجة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية؟

1-2- أسباب اختيار موضوع الدراسة.

يعتمد أي موضوع بحث علمي على مجموعة من الأسباب تجعلك تختاره دون غيره من المواضيع، ويرجع سبب اختيار الباحثان لهذا الموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

1-2-1- الأسباب الذاتية:

- الميول الشخصي للباحثان لمعرفة مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية لدى الطلبة الجامعيين.
- إدراك الحاجة المتزايدة لمكتبة العلوم الإنسانية والاجتماعية إلى مزيد من البحوث والدراسات المتعلقة بالوعي والثقافة الصحية.
- كون الباحثان جزء هام في التفاعل والتعامل داخل الوسط الجامعي.
- الاهتمام بمختلف المستجدات والنصائح الطبية المطروحة خاصة في ظل تفشي وباء كورونا.

1-2-2- الأسباب الموضوعية

- حداثة الموضوع.
- محاولة التعرف على مدى فاعلية وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الوعي لدى الطلبة.
- الإقبال الواسع للطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ارتباط موضوع الدراسة بمجال تخصص الباحثان.

1-3- فرضيات الدراسة.

الفرضية 01: يستخدم الطلبة الجامعيون مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات معينة وبصفة منتظمة ويتفاعلون مع المضامين الصحية.

الفرضية 02: يعتمد الطلبة الجامعيون على مواقع التواصل الاجتماعي لاكتساب اتجاهات صحية إيجابية من خلال متابعتهم للمنشورات المدرجة فيها.

الفرضية 03: تساهم المضامين الصحية التوعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنشر ثقافة الوعي الصحي بين الطلبة الجامعيين وتجنبهم الإصابة من مختلف الأمراض.

1-4- أهمية الدراسة

تتمثل أهمية دراستنا المعنونة بـ: " دور موقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين " فيما يلي:

- تكمن أهمية الدراسة في الأهمية البالغة للموضوع في حد ذاته بحيث وجب تعميم ثقافة الوعي الصحي بين الطلبة الجامعيين في ظل انتشار الأمراض والأوبئة الفتاكة.
- التأكيد على الدور الجوهري لوسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي في الوسط الجامعي خاصة وأنها عرفت انتشارا واستخداما واسعا بين الطلبة الجامعيين.
- دراسة الوعي الصحي تحظى بأهمية بالغة في الوضع الراهن خاصة بعد ارتفاع المشاكل الصحية وانتشار الأوبئة وكثرة الحديث عنها وعن مستجداتها عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- سلط الباحثان بحثهما على فئة الطلبة الجامعيين باعتبارهم نخبة في المجتمع، والدور الأساسي لهم في نشر الرسالة الصحية من خلال الحملات التي يقومون بها.

1-5- أهداف الدراسة:

- لكل بحث أكاديمي أهدافه الخاصة، وأهداف هذه الدراسة تتمثل فيما يلي:
- معرفة مدى تلقي وإقبال الطلبة الجامعيين للمعلومات الصحية التوعوية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي.
 - الكشف عن مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى درجة الوعي الصحي لدى الطلبة.
 - الوقوف على الدور الفعال الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة أغراض الإرشادات الصحية والتثقيف الصحي.
 - معرفة مدى استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي وإقبالهم عليها وكذا تعرضهم لمنشورات التوعية الصحية المقدمة.

1-6- مفاهيم الدراسة

يرتكز موضوع هذه الدراسة على مجموعة من المفاهيم الأساسية وجب على الباحثان تحديدها وتعريفها بشكل أوضح.

1-6-1- مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها تلك المواقع التي توجد على شبكة الانترنت العالمية ... وتتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية وتكوين علاقات مع مستخدمين آخرين للمواقع نفسها، ويتم من خلالها تفاعل المستخدمين مع بعضهم بعضا..

وتواصلهم مع أصدقائهم وزملائهم، ولا ينحصر استخدام هذه الوسائل أو المواقع على الاستخدام الشخصي والاجتماعي فقط بل تستخدم لأهداف تجارية، فقد أصبحت هدفا للذين يسعون إلى جلب المزيد من الزبائن والعملاء...¹

تعرف أيضا بأنها مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعة اهتمام وشبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة، ... الخ)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التوصيل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.²

كما يعرفها **زاهر راضي** بأنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها."³

كما يعرفها **محمود عواج** بأنها: "تركيبية الكترونية اجتماعية تتم صناعتها مع أفراد وجماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة « node » بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات لتشجيع فريق معين أم الانتماء لشركة أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص".

كما تعرف أيضا على أنها تلك المواقع الالكترونية التي تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والفيديو والبريد الخطي والبريد الالكتروني والصوتي والمرئي ومشاركتها مع الآخرين.⁴

التعريف الإجرائي

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا هذه مجموع الشبكات الالكترونية التي تقدم خدمات اجتماعية وتسمح للأفراد بالتواصل مع الآخرين وتبادل المعلومات والرسائل النصية والصوتية والصور والأفلام ومقاطع الفيديو للتعبير عن الأفكار والآراء والاتجاهات والمواقف، إذ أصبحت تمثل منعرج مهم في توجهات الطلبة الجامعيين.

1-6-2- الدور

لغة: الاضطلاع بمهمة.⁵

اصطلاحاً: وهو نمط من الدوافع والأهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات والسلوكيات المتوقعة ممن يشغل وظيفة ما، أو وضع اجتماعي معين، والدور هو الذي يصف السلوك المتوقع من شخص في موقف ما.

عرف "أحمد زكي بدوي" الدور في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه "السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الديناميكي لمركز الغرض، فبينما يشير المركز إلى مكانة الفرد في الجماعة، فإن الدور يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز".⁶

إجرائياً: يرتبط مفهوم الدور في هذه الدراسة بما نتوقعه من وسائل التواصل الاجتماعي، بأن يقوم بأداء مجموعة من الوظائف تنطلق من معايير سلوكية وقواعد معينة تسهم في توعية وتحسين الطلبة الجامعيين لتبني سلوكيات صحية والعمل على تغيير مفاهيم الطلبة بما يتعلق بالأمراض والأوبئة.

1-6-3- الوعي الصحي:

لغة: وعي: حفظ قلب الشيء، وعي الشيء والحديث يعيه وعيا وأوعاه، حفظه وفهمه وقبله فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم.⁷

اصطلاحاً: هو مجموعة الأنشطة والإجراءات التعليمية والإعلامية التي تقدم للمواطنين المعلومات السليمة حول حمايتهم لأنفسهم وأطفالهم من الأمراض وتحذيرهم من المخاطر وبالتالي تربية أفراد المجتمع على قيم صحية بالإضافة إلى الوقائية.⁸

إجرائيا: هو جملة من التصورات والمعتقدات التي تعين الإنسان في حياته وتحدد سلوكه ويقصد بها علم الناس بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم.

1-6-4- الطالب الجامعي:

يعتبر الطالب الجامعي من العناصر الفعالة في العملية التعليمية، حيث عرف بأنه "ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى المرحلة التعليمية الجامعية تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب الجامعي أحد العناصر الأساسية والفعالة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي".⁹

كما يعرف بأنه "فرد من جماعة من المثقفين ليسوا طبقة ولكنهم حالة وقتية يجمعهم وقت الدراسة ثم يصبحون قوة إنتاجية ويصطدمون بالمجتمع القائم ولذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون".¹⁰

التعريف الإجرائي

الطلبة هم أفراد أكثر وعيا وإمكانية من حيث المعارف والتكوين الذي يتلقونه في مؤسسة ذات تعليم عالي "الجامعة"، وهذا بعد انتقالهم من الثانوية، ويساهم هذا التكوين في تطوير شخصيتهم وإكسابهم قيم يتأثرون بها وتجعلهم يساهمون في تطوير مجتمعاتهم وتنميتها.

2- الإجراءات المنهجية

2-1- نوع الدراسة ومنهجها

تتطلع هذه الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين والاعتماد على منهج علمي يناسبها بغية الوصول إلى النتائج المرجوة، ويختلف المنهج المستخدم في أي دراسة حسب الشكل المطروح أو الموضوع المعالج.

إن دراسة الباحثان تندرج ضمن الدراسات التحليلية الوصفية والتي تقوم بعملية المسح لعينة من مجتمع الدراسة، فالمنهج المسحي هو أحد فروع المنهج الوصفي، ويعرف هذا المنهج بأنه "مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها".¹¹

اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي لأنه يعد أكثر المناهج استخداما في مجال الدراسات الإعلامية، وكذلك تعدد الجماهير وتنوعها والتغيرات السريعة في المجال الإعلامي مما يقتضي إجراء مثل هكذا دراسات وصفية ومتابعتها وتسجيلها باستمرار.

2-2- أدوات جمع البيانات

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، قد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو للإجابة عن أسئلتها، أو لفحص فرضياتها ويجب على الباحث أن يقرر مسبقا الطريقة المناسبة لبحثه أو دراسته، وأن يكون ملما بأدوات وأساليب جمع البيانات لأغراض البحث العلمي.¹²

وبما أن دراسة الباحثان دراسة وصفية تعتمد أساسا على المنهج المسحي فقد اتخذوا من الاستبيان الوسيلة الرئيسية لجمع المعلومات.

الاستبيان

نظرا لطبيعة المنهج المستخدم في دراسة الباحثان فقد اعتمدا على استمارة الاستبيان لجمع البيانات المتعلقة بالبحث مما يتناسب مع الخصائص الاجتماعية والثقافية لعينة الدراسة، وجاء هذا الاختيار لأنها تعتبر من أهم وأسهل الطرق المنهجية للحصول على البيانات الدقيقة الموضوعية من المبحوثين، إضافة إلى كونها تسمح بتحويلها إلى بيانات كمية يمكن تحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج منها.

وتعرف الاستبانة بأنها: "إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على البيانات، وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين، ويتكون الاستبيان من جدول من الأسئلة توزع على فئة من المجتمع (عينة)، بواسطة البريد أو باليد أو قد تنشر في الصحف أو التلفزيون أو الانترنت، حيث يطلب منهم الإجابة عليها وإعادتها إلى الباحث، والهدف منه هو الحصول على بيانات واقعية، وليس مجرد انطباعات وآراء هامشية."¹³

ويعرفه حامد عبد الماجد بأنه أداة لجمع البيانات من خلال استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة تدور حول موضوع معين يتم صياغتها، وترتيبها بطريقة علمية منظمة ويقدمها الباحث الميداني للمبحوثين لكي يدونوا فيها اجاباتهم بأنفسهم، أو يقوم هو بتدوينها نيابة عنهم تدوينا دقيقا مما قد يطلق عليه استبيانا لفظيا ويمكن أن يتم الاستبيان بالبريد العادي أو الإلكتروني وهو شائع الاستخدام في الوقت الراهن، وتستخدم

الاستمارة كأداة لجمع البيانات على نطاق واسع في دراسات الرأي العام والاتصال ودراسة الاتجاهات السياسية لقطاعات معينة من المجتمع إزاء قضايا محددة وواضحة.¹⁴

تحتوي استمارة الاستبيان الخاصة بهذه الدراسة على 24 سؤالاً، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور، كل محور يضم مجموعة من الأسئلة يهدف إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة وهذه المحاور هي:

المحور 01: تمحور حول البيانات الشخصية لمفردات عينة الدراسة.

المحور 02: تضمن أسئلة للتعرف على عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور 03: هذا المحور تضمن أسئلة حول تفاعل الطلبة الجامعيين مع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور 04: تضمن هذا المحور أسئلة عن التعلم والتثقيف الصحي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

2-3- مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة:

عند إجراء أي دراسة علمية وجب على الباحث تحديد المجتمع الذي سيحصر في دراسته، سواء كان هذا المجتمع أفراد أو جماعات أو مؤسسات أو شركات ...، ولذلك توجب على الباحثان تحديد المجتمع الذي نحن بصدد دراسته، والمتمثل في طلبة قسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، والبالغ عددهم هذه السنة الدراسية 2021/2020 بـ: 985 طالب.

عينة الدراسة

يعتبر اختيار الباحث للعينة من الخطوات والمراحل الهامة للبحث، ولا شك أن الباحث يفكر في عينة البحث مند أن يبدأ في تحديد مشكلة البحث وأهدافه، لأن طبيعة البحث وفروضه وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدواته مثل العينة والاستبيانات والاختبارات اللازمة.¹⁵

فالعينة إذن تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث عن مشتقات دراسة المجتمع الأصلي، وهكذا نعرف أن العينة هي جزء من مجتمع البحث الأصلي، يختارها الباحث بأساليب مختلفة، وتضم عددا من الأفراد من المجتمع الأصلي.¹⁶

2-4- مجالات الدراسة

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، وعليه فإن موضوع هذه الدراسة انحصر في المجالات التالية:

المجال الجغرافي: يقصد به الحيز المكاني الذي أجرى الباحثان فيه بحثهما الميداني وهو القطب الجامعي تاسوست جامعة محمد الصديق بن يحيى وتحديدًا بقسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وجاء هذا الاختيار لهذا الإطار الجغرافي كونه مكان دراسة الباحثان.

المجال الزمني: وهي المدة الزمنية التي قضاها الباحثان في إجراء موضوع بحثهم، بحيث قاما بتقسيمها إلى 3 مراحل:

المرحلة الأولى: وهي مرحلة الاستطلاع، حيث قام فيها بعملية اختيار الدراسة وتحديد العنوان وجمع المراجع والمصادر ومختلف البيانات، امتدت من شهر فيفري إلى شهر مارس.

المرحلة الثانية: وهي المرحلة التي انطلقا فيها بإنجاز المذكرة بداية من شهر مارس وإلى غاية شهر أبريل حيث قاما بتحديد إشكالية الدراسة وباقي الخطوات في الإطار المنهجي.

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة العمل الميداني حيث وزع الباحثان فيها الاستثمارات ميدانيا على عينة الدراسة ثم جمعا البيانات المستخلصة وتحليلها وتفسيرها وكان ذلك في أواخر شهر ماي.

المجال البشري: قام الباحثان بتحديد المجال البشري بطلبة قسم الإعلام والاتصال لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة جيجل، وقد جاء اختيارهما لهذا المجال البشري بسبب قرب موضوع الدراسة والتخصص، كما أن الطلبة من أكثر الفئات استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي، يقدر عددهم الإجمالي بـ: 985 طالب.

2-5- الأساليب الإحصائية

بعد إتمام جمع استمارات البحث قام الباحثان بالاعتماد على أسلوبيين هما:

2-5-1- التحليل الكمي:

ويستخدم هذا الأسلوب النسب المئوية في الكشف عن صحة الفرضيات من خلال إجابات المبحوثين على الأسئلة المطروحة، وقد استخدم الباحثان هذا الأسلوب من أجل توظيفه من خلال الجداول والتكرارات والنسب المئوية والدوائر النسبية.

2-5-2- التحليل الكيفي:

يستخدم هذا الأسلوب طريقة التعبير عن البيانات ونتائج التحليل بصورة غير كمية عن طريق عرض النتائج وتفسيرها وتم استخدام هذا الأسلوب من القراءة السوسولوجية للبيانات الإحصائية، وذلك لإعطائها الدلالة والمعنى السوسولوجي وفق ما تقدم من محتوى معرفي ونظري للدراسة.

3- الدراسات السابقة

3-1- الدراسات العربية

3-1-1- دراسة بعنوان "دور الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجماهير"، مذكرة مكملة

لنيل شهادة الماجستير في الإعلام للباحث محمد فاضل علي.¹⁷

وهي عبارة عن دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة رأي المختصين فيما تنشره شبكة الفيسبوك من معلومات صحية، وما هي أكثر المواضيع جذبا وأهم هذه المواضيع في وجهة نظرهم ورصد الإشباع المحققة في ذلك، وجاءت الإشكالية كالتالي:

ما الدور الذي تؤديه شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية؟

انبثق عن هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية، هي:

- ما رأي المختصين في القطاع الصحي لدور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية؟
- ما أكثر الموضوعات الصحية جذبا في شبكة الفيسبوك من وجهة نظر المختصين بالقطاع في نشر التوعية؟
- ما أهمية الموضوعات التي تقدمها شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية؟

اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي لغرض استطلاع آراء المختصين في وزارة الصحة، وبهدف قياس معرفتهم وتصورهم اتجاه دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية، استخدم الباحث الاستبانة أداة

للدراسة، صممت لتشمل محاور الاستبانة على 35 سؤال، أما عينة الدراسة بلغت 273 مفردة حيث تم اخضاعها للمعالجات الإحصائية باستعمال الحقيبة الإحصائية الاجتماعية (spss).

توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج من بينها:

- إن أكثر ما تتسم به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفيسبوك هي ميزة "التنوع" التي تصدرت النتائج.

- أهم المواضيع التي تقدمها شبكة الفيسبوك من وجهة نظر الفئة المبحوثة في سبيل تعزيز التوعية الصحية هي زيادة الوعي الصحي

من بين الإشباعات المحققة في شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية: (زيادة الثقافة الصحية، زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، اكتساب العادات الصحية السليمة، الفحص الدوري المبكر، المهارات في الإسعافات الأولية، ترسيخ العادات الغذائية المنتظمة، التوقف عن ممارسة العادات الصحية السيئة)

التعقيب على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع الباحثان في تشابه متغيرين مع متغيري دراستهما (موقع من مواقع التواصل وهو الفيسبوك والمتغير الثاني هو التوعية الصحية)، حيث ركز كلا الدراستين على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي، كما اتفقت هذه الدراسة مع موضوع بحثهما في كل من المنهج المستخدم وأداة جمع البيانات واختلفت في مجتمع الدراسة والعينة.

2-3- الدراسات الجزائرية

3-2-1- دراسة بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى

الجزائريين: دراسة تحليلية لبعض المجموعات الفيسبوكية"

مقال منشور في مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة العدد (2) (ديسمبر) ص 712، 736 للأستاذ سمير كيم (جامعة العربي التبسي -تبسة- الجزائر).¹⁸

هي دراسة تحليلية لبعض المجموعات الفيسبوكية، جاءت هذه الدراسة لتحليل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز الوعي الصحي لدى الجزائريين، ومن أجل تحقيق هذا الهدف تم طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى فعالية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين؟

للإجابة على هذه الإشكالية تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي؟
 - كيف تساهم المجموعات الفيسبوكية في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين؟
- استخدمت هذه الدراسة منهج تحليل المضمون وتمثل مجتمع الدراسة في بعض المجموعات الفيسبوكية وأعضائها مستخدمة أداة تحليل المضمون لبعض المجموعات الفيسبوكية التي تقدم معلومات حول مرض كورونا في الجزائر.

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج على المستوى النظري والميداني نذكر منها:

- تساهم خاصيتي التفاعلية والمشاركة لمواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل عملية تنمية الوعي الصحي.
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي عبر تقديم المعلومة الصحية السليمة للمستخدمين.
- تنوع أساليب نشر المضامين الخاصة بالمجموعات الفيسبوكية للتوعية بمرض كورونا بين الصورة والفيديو والمنشور النصي تؤدي فاعليتها في تنمية الوعي الصحي بمرض كورونا.
- غياب ملفات للتحميل تخص مستخدمي المجموعات الفيسبوكية الخاصة بمرض كورونا يحد من فعالية دورها في التوعية من جائحة كورونا.

التعقيب على الدراسة

تتفق هذه الدراسة مع موضوع دراسة الباحثان في تناولها لمتغيرين هما الوعي الصحي ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث ركز الباحثان على معرفة وضبط موضوع البحث والمفاهيم المتعلقة بدراستهما.

3-2-2- دراسة بعنوان "دورة شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19" دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذج، أعدها عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوب. 19

كانت الإشكالية على النحو التالي: هل لشبكة الفيسبوك دور في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19، من خلال صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجًا؟

وللإجابة على هذا السؤال تم وضع الأسئلة الجزئية التالية:

- هل تساهم شبكة الفيسبوك في إيصال مستخدميها على الصفحات الخاصة بأخبار فيروس كورونا التوعوية الصحية من الفيروس كوفيد 19؟

- ما هي دوافع إقبال مستخدمي شبكة الفيسبوك على صفحات التوعية الصحية؟

- هل توجد إشباعات محققة من خلال صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية على شبكة الفيسبوك؟

- ما هي الآثار الناتجة عن دور شبكة الفيسبوك والتوعية الصحية حول فيروس كورونا من خلال صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية من الفيروس كوفيد 19؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع دراستها في متبعي صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية من الفيروس كوفيد 19، حيث تم الاعتماد على العينة القصدية والاستبيان الإلكتروني من أجل جمع المعلومات.

نتائج الدراسة

الإشباعات والاستخدامات التي تقدمها شبكة الفيسبوك من خلال رأي الباحثين هي في سبيل تعزيز التوعية الصحية وزيادة الوعي الصحي والتواصل مع الجهات الطبية.

إن أغلب الباحثين يشجعون بدرجة عالية على فتح صفحات فيسبوك هدفها التوعية الصحية، مع تحديث المعلومات الصحية على شبكة الفيسبوك مما يساهم في اكتساب الثقة لدى متبعي الصفحة.

بعد استعراض كل البيانات ونتائج هذه الدراسة نستنتج أن هذا يدعم صحة فرضيات الدراسة ويمكن القول أنها صادقة ومحقة ويمكن قبولها.

التعقيب على الدراسة

هذه الدراسة تتفق مع موضوع بحثهما عن طريق المتغير التابع "التوعية الصحية" وأيضا شبكة الفيسبوك التي تعد من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث حاولت هذه الدراسة إبراز أثر موقع الفيسبوك وصفحة أخبار فيروس كورونا على تعزيز التوعية الصحية، بينما دراسة الباحثين حاولت معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي للطلبة الجامعيين، بالإضافة إلى اتفاق هذه الدراسة مع موضوعهما في أدوات جمع البيانات، ونوع العينة، حيث كانت هذه الدراسة مفيدة لهما خاصة من الناحية المنهجية لإعداد المذكرة.

خلاصة الفصل المنهجي

لقد تطرق الباحثان من خلال هذا الفصل إلى الجانب المنهجي للدراسة، والذي من خلاله قاما بتحديد الإطار العام لموضوع الدراسة، وذلك بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهميتها وأهدافها، ثم فيما بعد حددا مجالات الدراسة والأساليب الإحصائية دون نسيان الدراسات السابقة.

- 1 - حسان شمس باشا، د. ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار القلم، دمشق، 2020، ص23.
- 2 - ماهر عودة الشماليّة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، عمان، 2015، ص199.
- 3 - زاهر راضي، استخدام موقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.
- 4 - فيصل عبد الأمير، دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2014، ص65.
- 5 - المنجد الأبيدي، ط5، دار المشرق، بيروت، 1987، ص37.
- 6 - أحمد ركي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1993، ص395.
- 7 - ابن منظور، لسان العرب، دار صادر للطباعة النشر، بيروت، 2007، ص200.
- 8 - موقع الموضوع، تعريف التوعية الصحية، 11:46 يوم 2021-04-06
- 9 - فضيل دليو وآخرون، الحاجة إلى التطوير المهني لأعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات العربية، مجلة التربية الجديدة، العدد 51، 1990، ص121.
- 10 - السعيد بومعيرة، أثر وسائل الإعلام على سلوكيات والقيم لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة، رسالة دكتوراه، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005، ص29.
- 11 - بسام عبد الرحمان مشاقبة، البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للتوزيع والنشر، عمان، 2010، ص60.
- 12 - عبد الله محمد عبد الرحمان، محمد بدوي، منتهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002، ص371.
- 13 - ماتيو جيدير، منهجية البحث، ص30.
- 14 - حامد عبد الماجد، مقدمة في منهجية دراسة وطرق بحث الظواهر السياسية، دار الجامعة للطباعة والنشر، 2009، ص250.
- 15 - عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، 2012، ص109.
- 16 - عبيدات، مرجع سابق، ص110.
- 17 - محمد فاضل علي، دور الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2017.
- 18 - سمير كيم، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 21، العدد2، ديسمبر2020، ص719-736
- 19 - عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوي، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد2، العدد 2، جوان 2020، ص288-309.

الفصل الثاني

الاطار النظري للدراسة

خطة الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

تمهيد

1- المداخل النظرية للدراسة.

- 1-1- نظرية الاستخدامات والإشباع.
- 1-2- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
- 1-3- نظرية الغرس الثقافي.

2- مواقع التواصل الاجتماعي.

- 1-2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2-2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2-3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2-4- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2-5- أشكال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2-6- أهم مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2-7- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي.

3- التوعية الصحية.

- 1-3- مفهوم الوعي الصحي.
- 2-3- أهداف نشر الوعي الصحي.
- 3-3- أهمية التوعية الصحية.
- 3-4- مجالات الوعي الصحي.
- 3-5- مصادر المعرفة الصحية.
- 3-6- مراحل تكوين الوعي الصحي.

خلاصة الفصل النظري.

تمهيد

يعد الإسهام في زرع الوعي الصحي لدى الطلبة من الموضوعات المهمة، فالصحة أحد أولويات المجتمع، حيث يشكل الوعي الصحي حجر الأساس في أنماط سلوكياتهم اليومية التي لها أثر كبير في حالتهم الصحية، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا أساسيا للمعلومات. إذ تؤدي دورا كبيرا ومهما في تكوين الفرد معرفيا وزيادة رصيده من المعلومات والخبرات، وعليه سيتناول الباحثان في هذا الفصل مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي، وأهم خصائصه ومميزاته وأهم المواقع واستخداماتها، إضافة إلى مفهوم الوعي الصحي، أهدافه وأهميته ومصادر المعرفة الصحية.

1- المداخل النظرية للدراسة

1-1- نظرية الاستخدامات والإشباع

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الثلاثينات والأربعينات 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 انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفصل من وسائل الإعلام.¹

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على عدة فروض من بينها:

- أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يبحث عنها الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس.
- يستطيع الجمهور أن يحدد حاجاته ودوافعه، ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.²

والخلاصة أن الباحثين في نظريات التأثير الإعلامي يركزون في دراستهم عن نظرية الاستخدامات والإشباع على الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام، ونوع الحاجات والدوافع التي تجعل الجمهور يتعرض للوسيلة الإعلامية وطبيعة الإشباع التي يحققها هذا التعرض، وسمات الجمهور النشط والفاعل الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية ليحقق منها الإشباع المرجوة، ومعظم دراسات المتخصصين إنما شرح واستطرد في بحث تلك العوامل أو إعادة اختبار نتائجها.³

اعتمد الباحثان على نظرية الاستخدامات والإشباع لأنها تخدم موضوع بحثهما، كونها تنظر لجمهور وسائل الإعلام على أنه جمهور نشط وإيجابي، وعليه فإن جمهور دراستهما هم الطلبة الجامعيين إذ يعتبرون نخبة

المجتمع، يتابعون مختلف الأخبار والتطورات ويتفاعلون معها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع رغبات وحاجيات شخصية.

1-2- نظريات الاعتماد على وسائل الإعلام

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش فيه، وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف.

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 "سانداربول" أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها. إن تأثرنا بهذا النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله ينعكس على طريقة استخدامنا لوسائل الإعلام، ولا يقتصر التأثير على النظام الاجتماعي فحسب، بل يشمل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور، وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملء الفراغ، فيصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لانتقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فعال وحي في الاتصال، ويرى مؤسسو النظرية أن لوسائل الإعلام علاقة بالأفراد والمجتمعات، وقد تكون هذه العلاقة متغيرة أو منتظمة، مباشرة أو غير مباشرة، ضعيفة أو قوية.⁴ ساعدت هذه النظرية الباحثان في كيفية ومتى يعتمد الطلبة على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات وطبيعة العلاقة بين الطلبة ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي وعملية التأثير في الأفراد، حيث كلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين الأفراد وما تكون وسائل الإعلام كعنصر قوي والعكس صحيح.

1-3- الغرس الثقافي

ظهرت نظرية الغرس الثقافي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عقد السبعينات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام، وتذهب هذه النظرية إلى القول بأن "مداومة التعرض للتلفزيون ولفترات طويلة ومنتظمة، تنمي لدى المشاهد اعتقاداً بأن العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون إن هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحياه."⁵

وتعود النظرية إلى الجهود التي طورها "جرنبر" من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية، عندما قال بأن التلفزيون يعتبر قوة مهيمنة في تشكيل المجتمع الحديث، وكانت هذه الأفكار نتيجة للجهود التي قام بها هو ومجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي، عندما اجتاحت الولايات المتحدة موجة من العنف، الاضطرابات، والجرائم في نهاية الستينات.

وقد كانت نتائج هذه الدراسات هي التي صاغت الفكرة الخاصة بالغرس الثقافي كنتيجة للتعرض المكثف والمستمر للتلفزيون، وقيام العلاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الواقع الاجتماعي بالصور التي يعرضها التلفزيون.⁶

● الدعائم الأساسية التي تقوم عليها نظرية الغرس الثقافي

وضع "جرنبر" مجموعة من الدعائم الأساسية لنظرية الغرس تتمثل في:

- التلفزيون وسيلة فريدة للغرس بالمقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى.
- يقدم التلفزيون عالما متماثلا من الرسائل والصور الذهنية تعبر عن الاتجاه السائد.
- تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم مفاتيح للغرس.
- يركز تحليل الغرس على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد.
- يركز تحليل الغرس على تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه.

● فروض نظرية الغرس الثقافي

تقوم نظرية الغرس على الفرض الرئيس الآتي:

الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة يكونوا أكثر قدرة لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والنماذج والأفكار التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الواقعي، أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة.

وتقوم نظرية الغرس على مجموعة من الفروض الفرعية هي:

- يختلف التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى، بأن الغرس يحدث نتيجة التعرض والاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور.
- يقدم التلفزيون عالما متماثلا من الوسائل الموحدة والصور الرمزية عن المجتمع بشكل موحد أو متشابه عن الواقع الحقيقي.

- يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأن الدراما واقعية، وتسعى لتقديم حقائق بدلا من الخيال.⁷

طبقا لهذه النظرية فيمكن القول أنها ساعدت الباحثان في موضوع بحثهما من خلال تعرض الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف خاصة موقع فيسبوك، إنستغرام، تويتر ويوتيوب وتكرار متابعتهم يجعلهم يتأثرون بما تقدمه هذه المواقع وبالتالي فإن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم أنماط وأشكال من شأنها أن تكسب الطالب عادات وسلوكيات جديدة إيجابية أو سلبية.

2- مواقع التواصل الاجتماعي

1-2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الأنترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (web2) حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة، بلد، صحافة، شركة، ...) بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

وتتنوع أشكال وأهداف الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل: شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الإعلاميين.⁸

ويعرفها "شريف اللبان" بأنها "خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية profile عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يضعها الآخرون خلال النظام.⁹

ويعرفها "حسنين شفيق" بأنها: "مواقع على الأنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية وسبب وصف الشبكات بالاجتماعية؛ أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الأنترنت.¹⁰

يعرف "سلمان بكر بن كران" مواقع التواصل الاجتماعي بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان في العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة، وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية.¹¹

ويمكن أن نخلص إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وتأتیان نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد، وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلاي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبنى هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.¹²

2-2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

في عام 1954م صاغ "جونز بارنز" والذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات، وتشمل المفاهيم التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية، كالقبائل والأسر، وفي السبعينيات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية البدائية، فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم آلاف الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيسي يمثل مركز البيانات، ومصدر ذكاء تلك الطرفيات.

وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) في منتصف التسعينيات من القرن العشرين، بدأت أول شبكات التواصل الاجتماعي بالظهور بشكلها الحديث مثل (classmates.com) عام 1995م، وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، وكانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة، وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة.

وبعد عامين أطلق موقع (sixdegrees.com) وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف، يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية، وإدراج قوائم بالأصدقاء، كما أتاح

منذ عام 1998م إمكانية تصفح هذه القوائم، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام 1999م و2001م التي لم تحقق نجاحا لعدم جدواها المادية.

وفي المدة بين عام 2002م وعام 2004م بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية عبر العالم ذروتها، فقد ظهر موقع (friendater) عام 2002م في كاليفورنيا من قبل "JonathanAbrams" ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية، وسمي بالأصدقاء والأفراد، ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وهو متاح بلغات عدة.

وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة (Shrock) كموقع للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام 2007م، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع، إذ تحصلت على المركز السابع عام 2008م في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.

وقبل ظهور موقع فيسبوك أنشئ في العام 2003م موقع ماي سبيس (MySpace) الأمريكي، ونما بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العام 2006م، وأهم ما يقدمه ماي سبيس ملفات المواصفات الشخصية، وتتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة، فضلا عن خدمة التدوين.

وفي شباط عام 2004م أنشئ موقع فيسبوك Facebook على يد "مارك زوكربيرغ" في جامعة هارفارد وكانت الفكرة إنشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة عن طريقه التواصل مع بعضهم، وقد كان الموقع في البداية متاحا لطلاب جامعة هارفارد، ثم فتح لطلبة الجامعات، بعد ذلك لطلبة المدارس الثانوية ثم عممت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر.

وفي عام 2005م تأسس موقع يوتيوب (youtube) في مدينة "menlo park" في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية وكان الإصدار التجريبي له عام 2005م، ويتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو.

ثم ظهر موقع تويتر في عام 2006م على يد "جاك درزي" "Jack Dorsey" و"بيغ ستون" BigStone و "ايفان ويليامز" ويسمى موقع التدوين المصغر، فهو يسمح للمستخدمين بكتابة رسالة (تغريدة) لا تتجاوز 140 حرف، وتويتر خدمة أطلقتها شركة "obvious" والتي مقرها سان فرانسيسكو، ثم قامت بفصل تويتر في شركة مستقلة تحمل اسم تويتر "Twitter" في عام 2007.¹³

2-3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص غير تلك التي نجدها في موقع شبكة الانترنت، وهذا راجع إلى الخصوصية التي تتوفر عليها والأهداف التي تسعى للوصول إليها ويمكننا تلخيص هذه الخصائص في العناصر التالية:

- المشاركة: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين الإعلام والجمهور.
- الانفتاح: 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 والاستفادة من المحتوى.¹⁴
- المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال اتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المطروحة.
- المجتمع: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو التعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحتوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.
- الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.¹⁵
- إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.
- ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.
- المجموعات: تتيح كثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة مسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنظمين إليها مساحة أشبه ما

تكون بمتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ "Events" أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له، وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.

- **الصفحات:** ابتدع هذه الفكرة موقع فيسبوك واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة محددة من المستخدمين، ويقوم فيسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول إليها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، 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 وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.¹⁶

2-4- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي

تشارك مواقع التواصل الاجتماعي في عدة مميزات أساسية وأبرز هذه المميزات ما يلي:

- 1- العالمية:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتحطم فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة.
- 2- التفاعلية:** فالفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب، ومشارك، فهي تلغي السلبية في الإعلام القديم -التلفاز والصحف الورقية- وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة للمشاهد والقارئ.
- 3- التنوع في الاستخدام:** يستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبث علمه، والكاتب للتواصل مع القراء.
- 4- سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز التي تسهل للمستخدم التفاعل.
- 5- التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليست حكرا على أصحاب الأموال والنفوذ والسلطات.¹⁷
- 6- الحضور الدائم غير المادي:** إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية، أو صور أو معلومات عن الأفلام، أو الموسيقى، أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في

وقت متزامن، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة، وهذا لا يتوفر في وسائل الاتصال التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين طرفي الاتصال.¹⁸

2-5- أشكال مواقع التواصل الاجتماعي

2-5-1- شبكات شخصية أو محلية بأشخاص معينين: هذه الشبكات تقتصر على مجموعة من الأصدقاء والمعارف والتي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال حيث يتم إتاحة ملفات الصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية فيما بينهم بشكل منتظم وعميل حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات وهذه المواقع عديدة وكثيرة ومثال ذلك (الفيسبوك، إنستغرام، تويتر، وغيرها)

2-5-2- شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة: هذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بموضوعات معينة مثل المهتمين بالطب والهندسة وشبكات مهتمة بالكتب والمكتبات مثل "Library Thing" أو شبكات شاركت في التعليم عن بعد لبعض المدارس وشبكات ثقافية مختلفة.

2-5-3- شبكات مهنية: ظهرت وانتشرت مثل هذه المكتبات في الآونة الأخيرة لتواجه البطالة واحتياج دول العالم لتبسيط العمل، واستخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل وبيئة تدريبية مفيدة وحرفية واستقبال سير ذاتية للمشاركين مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات وتقديم خدمات على مستوى المهن المختلفة وغيرها، وأشهر هذه الشبكات هي شبكة "Linkedin"¹⁹.

2-5-4- المدونات الالكترونية: يعود مصطلح مدونة أو "بلوغ Blog" إلى "جون بارجر BargerJhon" الذي ظهر سنة 1997، وكان اختصار لـ (ويب بلوغ Weblog)، حيث تعد هذه المدونات من أسرع التطبيقات انتشارا وشهرة على الانترنت، وتعرف المدونة الالكترونية بأنها: موقع ويب يحفظ فيه الفرد بصفة منتظمة مداخل التعليقات ووصف الأحداث أو غيرها من المواد كالجغرافيك أو الفيديو وتعرض المداخل عادة بترتيب زمني عكسي، والعديد من المدونين يقدمون تعليقات أو أخبار عن موضوع محدد والبعض منهم يستخدمها كمفكرة يومية الكترونية.²⁰

2-6- أهم مواقع التواصل الاجتماعي

2-6-1 فيسبوك Facebook

ويشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم، حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية.

الفيسبوك عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدم بإمكانه الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضاً تحديد ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور التي تقدمها الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفاً لأعضاء العالم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

انطلق موقع فيسبوك كإنتاج غير متوقع من موقع "face match" التابع لجامعة هارفارد، هو موقع من نوع "Hot or Not" يعتمد على نشر الصور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد قام "مارك زوكربيرغ" بابتكار "FaveMatch" في 28 أكتوبر 2003 عندما كان يرتاد الجامعة في السنة الثانية، كما قام بتأسيس موقع فيسبوك بالاشتراك مع كل من "داستين موسكوفيتز" و"كريس هيوز" اللذان تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقين في سكن الجامعة عندما كانا طالبين في جامعة هارفارد.

كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة "إيفي ليج" وجامعة "ستانفورد" ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي ثم طلبت المدارس الثانوية وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر.²¹

وتحتل شبكة فيسبوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي جوجل وميكروسوفت، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص وأصبح مؤسس الفيسبوك أصغر ملياردير في العالم في السادسة والعشرون من عمره، وتقدر قيمة الفيسبوك أكثر من 15 مليار دولار، وهناك تقدير يشير إلى أن قيمته ارتفعت أكثر من ذلك. ونتيجة للشهرة والدور والمكانة التي احتلها

موقع فيسبوك فقد قامت إحدى شركات الانتاج السينمائي بإنتاج فيلم يحمل اسم الشبكة الاجتماعية يروي قصة الفيسبوك ويتحدث عن الحوار الذي دار بين مؤسس الفيسبوك وزملائهم الثلاث الذين أسسوا في نفس الجامعة موقع للتواصل الاجتماعي.²²

2-6-2 يوتيوب Youtube

يوتيوب موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع مشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

تأسس في 14 فيفري 2005 بواسطة ثلاث موظفين في شركة باي بال هم "تشاد هيرليوستيف وتشين وجاود كريم" في مدينة سان برونو سان ماتيو كاليفورنيا الولايات المتحدة الأمريكية، ويستخدم تقنية الأدوب فلاش لعرض المقاطع المتحركة.

محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون والموسيقى والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها، وهو حاليا مزود بـ 67 موظفا.

في أكتوبر 2006 أعلنت شركة جوجل الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.6 مليار دولار أمريكي أين يعادل 1.31 مليار يورو وهو يعتبر من مواقع ويب 2.0.

● تأسيس الموقع

تأسس موقع يوتيوب على يد "تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم" كانوا موظفين سابقين في شركة باي بال وقبل ذلك درس "هرلي" التصميم في جامعة انديانا بولاية بنسلفينيا بينما درس "تشين وكريم" علوم الحاسوب في جامعة ايلنوي، أصبح النطاق youtube.com نشطا في 15 فيفري 2005 ومن تم العمل على تصميم الموقع لبضعة أشهر. افتتح الموقع كتجربة في ماي 2005 وافتتح رسميا بعد ستة أشهر.²³

● المميزات

- الفيديو:

يستخدم اليوتيوب تقنية أدوب فلاش لعرض الأفلام يتطلب مشاهدة الأفلام تحميل البرنامج المشغل لفلاش، رغم أن الشركة تذكر بأن البرنامج موجود حاليا في حوالي 90% من أجهزة الحاسوب في العالم التي تستخدم لتصفح الانترنت.²⁴

- الصوت:

تحتوي الملفات المرفقة على اليوتيوب على صوتيات بصيغة mp3 وبشكل افتراضي يكون نظام الصوت فردي مع معدل 65 كيلوبايت للثانية مع تخفيض الإشارة الصوتية إلى 22050 هرتز.

- جودة الأفلام:

أبعاد الأفلام بشكل افتراضي تكون 320x 240 بكسل وتستخدم مرمز Codec سورنسون سبارك معدل بث الفيديو حوالي 314 كيلوبايت لكل ثانية أما معدل الأطر فيعتمد على الملف المرفوع.²⁵

● إيجابيات اليوتيوب

- مجاني الاستخدام.
- يمنحك الفرصة لكسب المال من خلال مقاطع الفيديو الخاصة بك.
- سهل الاستخدام.
- طريقة سهلة لمشاركة المعلومات.

● سلبيات اليوتيوب

- كل شيء علني.
- قواعد عديدة.
- يمكن تعطيل حسابك دون أي سبب.
- يمكن لأي مععلن وضع إضافة على الفيديو الخاص بك.²⁶

2-6-3 تويتر Twitter

تويتر هو موقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغرة التي تسمح للمستخدمين بإرسال تحديثات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسائل نصية قصيرة sms أو برامج المحادثات الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيسبوك، Twitterfox، twiterrific، Twitbird.

وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني

وخلاصة الأحداث RSS عن طريق الرسائل النصية القصيرة sms وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند بالإضافة الى الرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال اليه في المملكة المتحدة، وقد أصبح تويتر متوفر باللغة العربية منذ مارس 2012.²⁷

ظهر الموقع في اوائل عام 2006م كمشروع تطوير شركة "obvious" الأمريكية في مدينه سان فرانسيسكو وبعد ذلك أطلقتها الشركة الرسمية للمستخدمين بشكل عام في اكتوبر 2006م وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي ابريل 2007م قامت شركة "Obvious" بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة باسم تويتر بدءا من ديسمبر 2009م فإن جوجل سوف يقوم بعرض نتائج بحث فورية في محرك بحث جوجل لمدخلات المستخدمين الجديدة في تويتر.²⁸

- إيجابيات ومزايا تويتر

لقد أصبحت كبرى المؤسسات الإعلامية العالمية تعتمد على تويتر في تغطية الاحداث وتطور الاخبار الآنية والعناوين الرئيسية ويستعين بتويتر العديد من الصحفيين في الحصول على مادتهم الإعلامية وما يهمهم من القراء واهتماماتهم فقد يوجهون لهم الأسئلة ويتلقون إجابات مفيدة عليها تساعدهم في انجاز تقاريرهم الإخبارية.

يوفر تويتر لمستخدميه امكانيات عديدة منها معرفه ما يقوم به أصدقاتهم دائما وفي اي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الاصدقاء وتلقي الأجوبة الفورية بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة والمحيطه به كالاستغاثة او الإخبار عن حادث مهم جدا.

وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضا معرفة ما يفعله اصدقائه ومعارفه الذين يهتمه أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم.²⁹

● اهم الايجابيات هي:

- مواكبة الأحداث أولا بأول وسهولة الحصول على الأخبار بطريقة آنية.
- الحسابات الرسمية للشخصيات التي تحتل موقعا سياسيا معيناً والذين تمثل تصريحاتهم أخبار هامة.
- الحسابات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية.
- الحسابات الخاصة بوكالات الأنباء الكبرى.

- حسابات شهود العيان الذين يقومون بتسجيل الأحداث.
- إمكانية متابعة المشاهير والمسؤولين وقادة الرأي والتواصل مع فئات المجتمع جميعها، وإمكانية القيام بحملات معينة من خلال الموسم (الهاشتاغ).³⁰

● سلبيات موقع تويتر

- من التأثيرات السلبية لموقع تويتر وربما يشترك معه كثير من مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:
- نشر الاخبار الكاذبة والغير دقيقة، وتعد من اسوأ ما يجنيه الإعلام بشكل عام والإعلام الاجتماعي بشكل خاص نظرا لسرعة الانتشار عبر العالم.
- استخدام تويتر في اثاره الفتن الطائفية.
- انتشار الحسابات الوهمية عبر تويتر.
- نشر الشائعات حول الاشخاص والموضوعات المختلفة.
- انتهاك الخصوصية.
- إمكانية استخدام الموقع للتجسس.
- العزلة الاجتماعية والادمان.³¹

2-6-4- انستغرام Instagram

يعرف الانستغرام بانه أحد منصات التواصل الاجتماعي التي تعنى بتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المستخدم على هذه المنصة، كما يسمح الانستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى كالفيسبوك وتويتر.³²

يعرض الإنستغرام محتوى حساب المستخدم بتنسيق موجز يمكن استعراضه من خلال التمرير الى الأسفل، ويمكن استخدام منصة التواصل الاجتماعي هذه من خلال تطبيق خاص بالهواتف المحمولة او من خلال موقع الكتروني متوفر على شبكة الانترنت.³³

تجدر الإشارة إلى أن استخدام انستغرام من خلال موقعه الالكتروني يعتبر استخداما محدودا، حيث لا يمكن من خلاله القيام ببعض العمليات الأساسية المتوفرة كتحميل الصور والفيديوهات ومشاركتها مع المستخدمين الاخرين، حيث يكون ذلك ممكنا فقط من خلال استخدام التطبيق الخاص بالهواتف المحمولة.³⁴

يمكن استخدام تطبيق الانستغرام بشكل مجاني عبر الهواتف المحمولة التي تعمل بأي من نظامي تشغيل اندرويد أو (ios) ويتيح التطبيق لمستخدميه إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو مع المستخدمين الآخرين للتطبيق، كما يمكن من خلاله التعليق على المشاركات المختلفة للمستخدمين وإبداء الإعجاب بها، ويسمح للأشخاص الذين تزيد اعمارهم عن 13 عام استخدام هذا التطبيق عبر هواتفهم من خلال تحميله والتسجيل كمستخدم جديد.³⁵

تأسست منصة التواصل الاجتماعي الانستغرام في أواخر العام 2010 م من قبل "كيفين سيستروم ومايك كرايغر"، حيث قررا كلاهما إنشاء تطبيق اجتماعي بسيط يتطلب استخدامه خطوات بسيطة، ويركز بشكل أساسي على الصور التي يتم التقاطها من خلال الهواتف المحمولة، ليقرروا إطلاق تطبيق جديد يعرف باسم الانستغرام (Instagram)، حيث جمع هذا الاسم كلمة (instant) والتي تعني كاميرا فورية وكلمة (telegram) والتي تعني برقيه.³⁶

كان تطبيق الانستغرام تطبيقا معدلا من تطبيق عرف باسم (Burbn) كان سيستروم قد طوره في وقت سابق من حياته المهنية، وفي السادس من شهر تشرين الأول عام 2010 م تم إطلاق التطبيق بشكل رسمي عبر الهواتف التي تعمل بنظام تشغيل (ios)، حيث تم تنزيل هذا التطبيق بمجرد إطلاقه من قبل 100,000 مستخدم، ولاقى انستغرام انتشارا واسعا ليصبح عدد مستخدميته بحلول شهر كانون الأول من نفس العام مليون مستخدم.

مميزات الانستغرام

توجد العديد من الميزات المختلفة التي يوفرها تطبيق الانستغرام لمستخدميه عدا تلك الميزات

الأساسية التي تتمثل في نشر الصور ومقاطع الفيديو، ومن أبرز هذه الميزات:

- **قصة الانستغرام (Instagram Story):** وهي خاصية عرض يمكن للمستخدم من خلالها عرض صور ومقاطع فيديو او حتى روابط لمواقع خارجيه، أو ردود تفاعلية عبر حسابه الشخصي لمدة يوم واحد فقط، وتكون القصة الخاصة بمستخدم معين ظاهرة على شكل حلقة متوهجة فوق صورة ملفه الشخصي الخاص بحساب الانستغرام، ويمكن للمستخدمين الآخرين استعراض هذه القصة من خلال النقر على تلك الحلقة.³⁷

- **فلاتر الانستغرام (Instagram filters):** وهي أحد الميزات الأساسية التي تجعل تطبيق الانستغرام مفضلا لدى عدد كبير من المستخدمين، حيث يمكن تطبيق الفلاتر على الصور التي يتم

التقاطها وذلك لمنحها مظهر مميز، ويكون ذلك من خلال اضافة تلك الفلاتر لتأثيرات بصرية على الصور ومقاطع الفيديو لتحسينها.

- الرسائل المباشرة (Direct messages): او ما يشار اليه باختصار (DM)، حيث تمكن هذه الخاصية مستخدمي الانستغرام من إرسال رسائل خاصة بين مستخدم واخر.
- البث المباشر للإنستغرام (Instagram Live): وهي خاصية يمكن للمستخدم من خلالها عمل بث مباشر عبر القصة الخاصة به، بحيث يمكن للمستخدمين الآخرين مشاهدة هذا البث المباشر والتفاعل معه من خلال التعليقات أو حتى عبر البث المباشر.³⁸

7-2 استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

تتعدد استخدامات ومواقع التواصل الاجتماعي حسب طبيعة المستخدم والإشباع التي يسعى إلى تحقيقها سواء كانت معرفية أو نفسية أو اجتماعية او ثقافية وغيرها، تلك الشبكات التي يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتا طويلا في التفاعل مع بعضهم البعض، حيث يكون هذا التفاعل مع مجتمعات كبيرة يستطيع الشباب فيها تطوير فهم ثقافي أفضل وصفات قيادية أقوى، ومن أشهر هذه المواقع "ماي سبيس" والتي يستخدمها الشباب كأداة للتطور الاجتماعي، وتعد ضرورة للشباب وللإسهام بجدية في المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية مع اليوم.³⁹ فلقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة وذلك من خلال مجموعة من الخدمات التي يمكن أن ندرج أهمها في ما يلي:

- الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء:

ذلك ما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء.

- الممارسات السياسية:

حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع

- العديد من الأصدقاء: حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقا للمعايير التي يختارها هذا الفرد.⁴⁰

3- التوعية الصحية

3-1- مفهوم الوعي الصحي

يقصد به إلمام المواطنين بالمعلومات الصحية وأيضاً إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو الممارسة عن قصد نتيجة الفهم والإقناع، وبمعنى آخر أن تتحول الممارسات الصحية إلى عادات تمارس بلا شعور أو تفكير، وهو الهدف الذي يجب أن تسعى إليه وتتوصل إليه لا أن تبقى المعلومات الصحية كثافة صحية فقط.⁴¹

يعرف **فاهد عبد الفتاح** الوعي الصحي بأنه "قدرة الفرد على ترجمة المعلومات الصحية إلى سلوكيات صحية سليمة في المواقف الحياتية التي يتعرض لها، والتي من خلالها يستطيع المحافظة على صحته في حدود الإمكانيات المتاحة".⁴²

3-2- أهداف نشر الوعي الصحي

- إيجاد مجتمع يكون أفراداه قد أُلِّموا بالمعلومات الصحية عن مجتمعهم بالمشكلات الصحية والأمراض المعدية المنتشرة في مجتمعهم ومعدل الإصابة بها وأسبابها وطرق انتقالها وأعراضها وطرق الوقاية منها ووسائل مكافحتها.
- إيجاد مجتمع يكون أفراداه قد فهموا وأيقنوا أن حل مشكلاتهم الصحية والمحافظة على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الحكومية.
- إيجاد مجتمع يكون أفراداه قد تعرفوا على الخدمات والمنشآت الصحية في مجتمعهم، وتفهم الغرض من إنشائها وكيفية الانتفاع بها بطريقة منظمة ومجدية.
- إيجاد مجتمع يتبع أفراداه الإرشادات والعادات الصحية السليمة في كل تصرفاتهم بدافع من شعورهم ورغبتهم، ويشتركون إيجابياً في حل مشكلاتهم الصحية ويبدلون المال والجهد في هذا السبيل.⁴³

3-3- أهمية التوعية الصحية

- إن التوعية الصحية تمكن الأفراد من التمتع بنظرة صحية تساعدهم في تفسير الظواهر الصحية وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض وعملها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها.
- كما أن التوعية الصحية بمثابة رصيد معرفي يستفيد منه أفراد المجتمع من خلال توظيفهم لها في وقت الحاجة في اتخاذ قرارات صحيحة صائبة إزاء ما يعترضهم من مشكلات صحية.

- كما تخلق التوعية الصحية روح الاعتزاز والتقدير والثقة بالعلم كوسيلة من وسائل الخير وبعلماء المتخصصين في الصحة.
- إضافة الى ذلك تولد التوعية الصحية لدى أفراد المجتمع الرغبة في الاستطلاع وتغرس فيهم حب اكتشاف المزيد منها كونها نشاط غير جامد يتسم بالتطور المتسارع.⁴⁴

3-4- مجلات الوعي الصحي

لا يقتصر الوعي الصحي على جانب معين من الأمور المتصلة بالصحة، ولكن الوعي يتسع مجال ليشمل كافة العناصر التي هي ضرورية لكي يكون الإنسان متمتع بصحة جيدة.

3-4-1- الصحة الشخصية: وتشمل البيئة المنزلية الصحية والنظافة الشخصية والتغذية الصحية

ويشمل هذا المجال النظافة والمشاكل الناتجة عن قلة النظافة الشخصية ونظافة المنزل ونظافة الطعام والشراب والشارع.

3-4-2- التغذية: يهدف إلى الوعي الغذائي للأفراد على جميع المستويات الاجتماعية والاقتصادية،

وهذا المجال لا يشمل الأغذية وأنواعها فقط، بل يبحث عن العلاقة بين الغذاء الصحي والجسم الحي، ويشمل تناول الغذاء وهضمه وامتصاصه وتمثيله في الجسم وما يتيح ذلك لتحرير الطاقة وعمليات النمو والتكاثر وصيانة الأنسجة والإنتاج والتخلص من الفضلات.

3-4-3- الأمان والإسعافات الأولية: ويهدف إلى توعية الأفراد للعناية بأنفسهم 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، ويشمل الإسعافات والنزيف، الحروق، التسمم، اللدغات، الكسور والجروح... الخ

3-4-4- صحة البيئة: تهتم بغرس المفاهيم البيئية بشأن المحافظة على صلاحية البيئة التي يعيش فيها

الأفراد وباقي الكائنات الحية، وصحة البيئة هو العلم الذي يبحث في البيئة من الناحية الصحية ومدى صلاحيتها لمعيشة الفرد والكائنات الحية.

3-4-5- الصحة العقلية والنفسية: تهدف إلى تحقيق الكفاءة النفسية والعقلية لدى الأفراد بغية

التحكم في انفعالاتهم الداخلية والتقليل من المؤثرات الخارجية على وجدانه وحمائته من الإصابة بالأمراض النفسية والعقلية.

3-4-6- الأمراض والوقاية منها: تهدف إلى الوعي بالأمراض وكيفية انتقالها ومنع انتشارها والتعرف على الأمراض المعدية والأمراض غير المعدية، كان العلماء يظنون أن الميكروبات وحدها المسؤولة عن حدوث المرض، غير أنه تم التعرف على العوامل الأخرى المسببة أو المساعدة على المرض.⁴⁵

3-4-7- صحة المستهلك: يهدف إلى المحافظة على صحة المستهلك وحمايته سواء كانت عن طريق الالتزام بالحقائق في الإعلانات على الأطعمة أو تقييم الدعاية والتأمين الصحي وتصويب المعتقدات غير الصحية، وكذلك البدع والخرافات.⁴⁶

3-4-8- التبغ والكحوليات والعقاقير: ويتحقق هذا بإبراز الأضرار الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية نتيجة تعاطي التبغ والكحوليات وسوء استخدام العقاقير وتكمن أهمية هذا المجال في الأخطاء التي يسببها التدخين وانتشار هذه الظاهرة على مستوى العالم، وتشير الإحصائيات إلى أن هناك تزايد في أعداد المدخنين سواء في الدول المتقدمة أو العالم الثالث، كما يلاحظ زيادة أكثر عند المراهقين والفتيان في مقتبل العمر ودون العشرين، سواء كان هؤلاء في الدول المتقدمة أو النائية.⁴⁷

3-5- مصادر المعرفة الصحية

تتركز مصادر المعرفة الصحية في ثلاثة مصادر هي:

3-5-1- التلقيني: وهو وصول المعرفة إلى الإنسان نقلا من مصادر أخرى... الشخص نفسه منقولة من مصادر أخرى تلفزيون، صحف، انترنت، إذاعة، الأطباء، الصيدلة، الأسرة، الأصدقاء)

3-5-2- الملاحظة: وهي المعرفة التي يتوصل إليها الإنسان من الواقع مباشرة بحواسه الخمس.

3-5-3- التجربة: وهي التي تأتي من خلال التجارب المرضية التي يمر بها الإنسان أو غيره، وتصب في مخزونه المعرفي فيوظفها للتعرف على الأمراض المستقبلية من خلال الأعراض المرضية السابقة.⁴⁸

3-6- مراحل تكوين الوعي الصحي: يمر الوعي الصحي بالمراحل التالية:

3-6-1- المرحلة التمهيديّة: وذلك من خلال تحديد دقيق لما يتوافر لدى الأفراد من المعارف والمفاهيم والسلوكيات المتصلة بالجوانب الصحية.

3-6-2- مرحلة التكوين: تحديد المراحل المناسبة لتكوين الوعي وهي تهدف جميعها إلى إثارة الدافعية لدى الأفراد ومن أهم هذه المداخل الاهتمامات والحاجات والأمال التي يشعرون بها.

3-6-3- مرحلة التطبيق: يفترض أن تتاح المواقف كما وكيفا للمواطنين بهدف تمكينهم من تطبيق ما سبق تعلمه من مفاهيم وسلوكيات وما تم تكوينه من الوعي وذلك للتأكد من أن ما حدث من التعليم وتعلم له آثار طويلة المدى في سلوكيات الفرد

3-6-4- مرحلة التثبيت: وتخص هذه المرحلة عملية الإثراء كما سبق تعلمه وتكوينه من مفاهيم والتأكد من تأثيرها في مستوى الوعي لدى الطلبة.⁴⁹

خلاصة الفصل

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة بين الأفراد والمجتمعات خاصة في أوساط الطلبة الجامعيين وذلك لتمكنهم منها وإطلاعهم الدائم عليها وتداولهم لعدة مواضيع وقضايا حساسة تمس حياتهم اليومية، ومن خلال هذا الفصل تطرق الباحثان إلى مفاهيم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها وأهم خصائصها وأشكالها وأهم المواقع وأكثرها شهرة واستخداما، ثم بعدها انتقلا إلى موضوع التوعية الصحية وصولا إلى مراحل تكوين الوعي الصحي حيث عرفا الوعي الصحي وأهميته ومجالاته ومصادر المعرفة الصحية وصولا إلى مراحل تكوين الوعي الصحي.

- 1- حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 239.
- 2- محمد بن سعود البشير، **نظريات التأثير الإعلامي**، دار العبيكان للنشر، الرياض، 2014، ص 134.
- 3- **المرجع السابق**، ص 136.
- 4- ياسين فضيل، **الإعلام الرياضي**، ط 1، دار أسامة، الأردن، 2011، ص 21.
- 5- عماد حسن مكاوي، ليلي حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط 7، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص 249.
- 6- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط 3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 237.
- 7- http://constantine3.blogspot.com/2013/12/cultivation-theory_10.html
- 8- علي عبد الفتاح كنعان، **الإعلام والمجتمع**، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 169.
- 9- شريف اللبان درويش، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت**، دار العلم العربي، القاهرة، 2011، ص 86.
- 10- شفيق حسنين، **الإعلام الإلكتروني**، رحمة برس للطباعة والنشر، 2006، ص 181.
- 11- سلمان بكر بن كران، **الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي**، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان 2015، ص 161.
- 12- مصطفى صادق عباس، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق، عمان، 2008، ص 17.
- 13- حسين محمود هتمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 78.
- 14- خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، ط 1، دار النفائس، الأردن، 2013، ص 26.
- 15- **المرجع السابق**، ص 27.
- 16- ليلي أحمد جرار، **الفيسبوك والشباب العربي**، ط 1، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 42.
- 17- عبد الرزاق الدليمي، **صناعة الإعلام المعاصر**، دار البازوري العلمية، عمان، 2015، ص 101.
- 18- حسين هتمي، **مرجع سابق**، ص 86.
- 19- سعيدة خيرة بن عمار، **تمثلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية**، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة مستغانم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016/2015، ص 115.
- 20- أحمد بدر، **الميديا الجماهيرية والانترنت بين السياسة والتكنولوجيا**، الدار المصرية السعودية، القاهرة، 2010، ص 16.
- 21- ياسين خضير البياتي، **الإعلام الجديد**، دار البداية، 2014، ص 390-391.
- 22- علاء الدين محمد عفيفي، **الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية**، ط 1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص 161-162.
- 23- سليمان بكر كران، **الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية**، ط 1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 199.
- 24- **المرجع السابق**، ص 200.
- 25- **المرجع السابق**، ص 101.
- 26 - snobmonkey.com/the-advantages-and-disadvantages-of-youtube.
- 27- ياسين خضير البياتي، **الإعلام الجديد**، ص 400.
- 28- **المرجع السابق**، ص 401.
- 29- أمين رضا، **الإعلام الجديد**، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015، ص 145.
- 30- رضا أمين، **المرجع السابق**، ص 146-147.
- 31- رضا أمين، **مرجع السابق**، ص 156-172.
- 32 -Margaret Rouse, « Instagram », searchio.techtarget.com, retrieved 16-10-2020 Edited.

- ³³ -Computer Hope (16-05-2020),” Instagram”, www.computerhope.com, retrieved 16-10-2020 Edited.
- ³⁴ -Elise Moreau (2-9-2020), “What is Instagram and Why Should You be using is?”, www.lifewire.com, Retrieved 16-10-2020 Edited.
- ³⁵ -“What is Instagram?”, help. Instagram.com, Retrieved 16-10-2020. Edited
- ³⁶ -DAN BLYSTONE (6-6-2020), The Story of Instagram”, www.investopedia.com, retrieved 16-10-2020, Edited.
- ³⁷ “What is instagram?”, edu.gcfglobal.org, Retrieved 16-10-2020. Edited. -
- ³⁸ - Vangie Beal, “Instagram” www.webopedia.com, Retrieved 16-10-2020, Edited.
- ³⁹ - عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 213.
- 40- Daham boys, understanding socio-Technical phenomena in web2.0
http://www.damah.org/papers/talks/msr_ne_2008.html
- 41 - بهاء الدين سلامة ، عرض تجربة المملكة لبرنامج التنقيف الصحي لأطفال المعاقين، الرياض، 2001.
- 42 - عبد الفتاح فاهد محمد ، فاعلية استخدام قراءة السلوك في تنمية الثقافة الصحية لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة حلوان، 2000.
- 43 - بهاء الدين سلامة ، الجوانب الصحية في التربية الرياضية، ط1، المكتبة الفيصلية، مكة المكرمة، 1991، ص 41.
- 44 - عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، اليازوري، الأردن، 2005، ص 225.
- 45 - رباب حلاب، مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2018، ص 19-20.
- 46 - المرجع السابق، ص 21.
- 47 - عبد المالك بن عبد العزيز الشلهوب، دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين حول مرض السكري، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ص 17.
- 48 - نوار شهرزاد، كلثوم قير، الثقافة الصحية والوعي الصحي: قراءة في المفهوم والدلالة، مجلة التمكين الاجتماعي، مجلد2، العدد2، جوان 2020، ص 353.

الفصل الثالث

الاطار التطبيقي للدراسة

خطة الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

- 1- التعريف بمفردات عينة الدراسة
- 2- استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي
- 3- تفاعل الطلبة مع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- التعلم والتثقيف الصحي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل.

نتائج الدراسة

مناقشة نتائج الدراسة

خاتمة

تمهيد

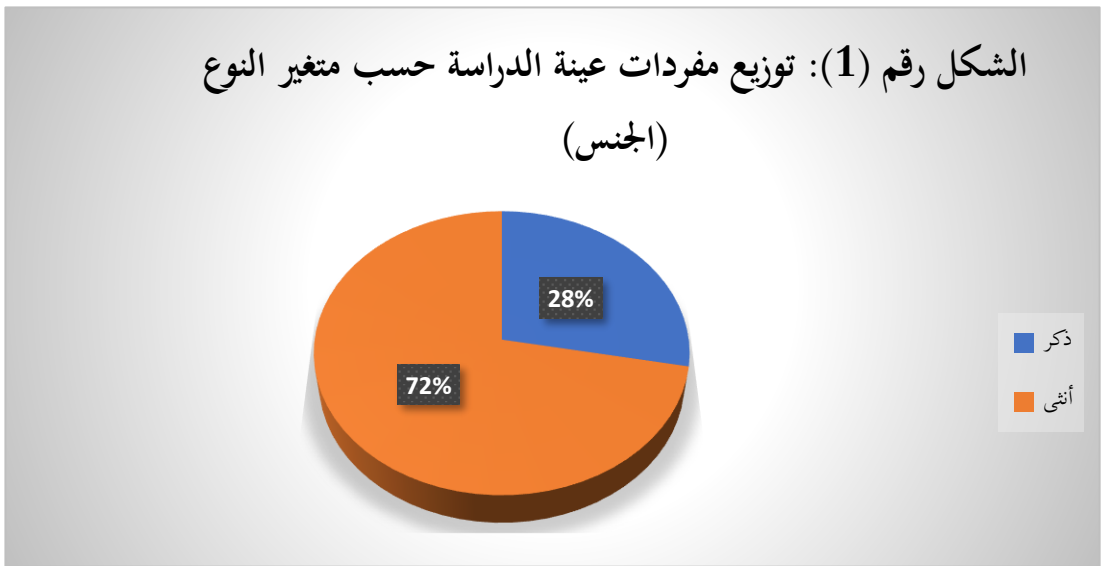
تناول الباحثان في هذا الفصل الإطار التطبيقي للدراسة، حيث قاما فيه بتدوين بيانات استمارة الاستبيان التي جمعها ميدانيا وذلك بعدما قاما بتوزيع الاستمارة على عينة قوامها 50 مفردة، ثم قاما بعرض النتائج التي توصلا إليها في جداول إحصائية و مترجمة إلى دوائر نسبية وتحليلها وتفسيرها، وفي الأخير قاما بمناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة وأهداف الدراسة.

1- التعريف بمفردات عينة الدراسة

1-1- الجدول (1) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير النوع (الجنس)

النسبة	التكرار	الجنس
28%	14	ذكر
72%	36	أنثى
100%	50	المجموع

الشكل رقم (1): توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير النوع (الجنس)



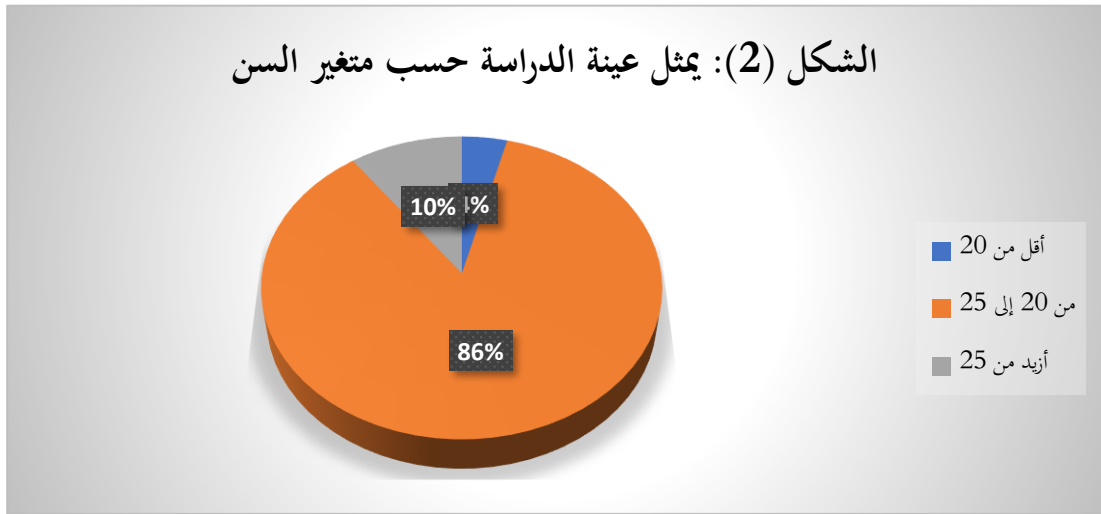
توضح الأرقام والنسب الواردة في الجدول أعلاه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس، ويتضح من خلاله أن عدد الذكور بلغ 14 مفردة من أصل 50؛ أي ما نسبته 28%، في حين سجلت الإناث 36 مفردة من أصل 50، أي ما نسبته 72%.

يمكن تفسير هذا التباين بين متغيري جنس الذكر والأنثى إلى الغياب شبه تام لفئة الذكور في فترة توزيعنا للاستمارات، خاصة وأن الدراسة في هذه السنة كانت عبر دفعات مقسمة إلى حضورية وعن بعد، هذا ما جعل الذكور يتغيبون ربما للبحث عن عمل ما ومن الجانب الآخر حضور الإناث بقوة في هذه الفترة.

1-2- الجدول رقم (2): يمثل عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن
4%	2	أقل من 20
86%	43	من 20 إلى 25
10%	5	أزيد من 25
100%	50	المجموع

الشكل (2): يمثل عينة الدراسة حسب متغير السن



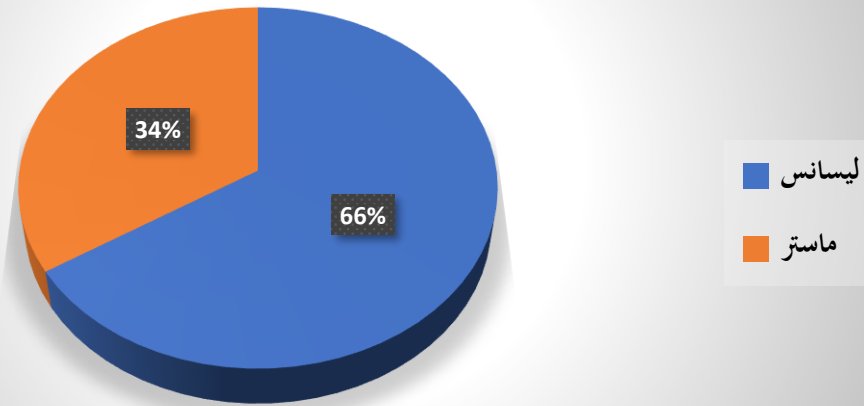
يوضح لنا الجدول أعلاه أن غالبية الطلبة الجامعيين تنحصر فئتهم العمرية بين 20 إلى 25 سنة، حيث بلغ عددهم 43 مفردة من مجموع 50 أي ما نسبته 86%، وجاءت الفئة العمرية لأكثر من 25 سنة في المرتبة الثانية بواقع 5 مفردات من أصل 50 أي ما نسبته 10%، في حين حلت الفئة العمرية الأقل من 20 سنة في المرتبة الأخيرة بواقع مفردتين فقط من أصل 50، أي ما نسبته 4%.

يرجع سبب تغلب الفئة العمرية المحصورة بين 20 و 25 سنة إلى أنها السنوات التي يزاول فيها الطلبة الجامعيين دراستهم خاصة سنوات الثالثة ليسانس وأولى وثانية ماستر، كذلك هي الفترة التي يتعمقون فيها بالبحث عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك لكون المبحوثين لازالوا طلبة في مرحلة الشباب لذلك نجدهم يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة نظرا لفضولهم وحب الاطلاع على كل ما هو تكنولوجي حديث.

3-1- الجدول (3): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي

المتغير	التكرار	النسبة
ليسانس	33	66%
ماستر	17	34%
المجموع	50	100%

الشكل (3): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي



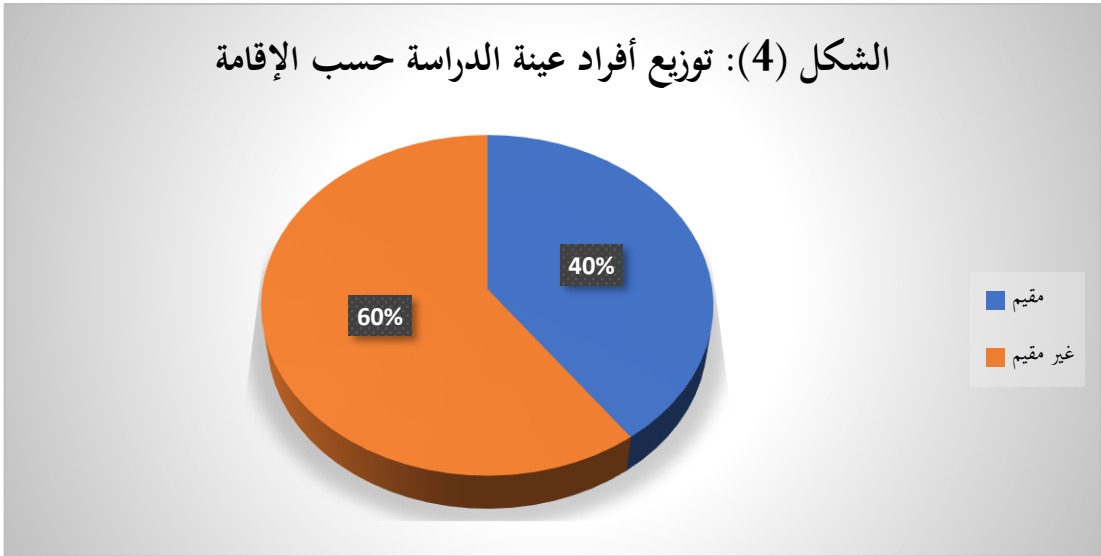
توضح الأرقام والنسب الواردة في الجدول أعلاه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الجامعي ويتضح من خلاله أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم طلبة الليسانس بواقع 33 مفردة من أصل 50، أي بنسبة تقدر بـ 66%. والبقية هم طلبة الماستر حيث قدر عددهم بـ 17 طالب، أي ما نسبته 34%.

ويمكن تفسير هذا الارتفاع لطلبة الليسانس إلى النظام التدريسي في هذه الفترة حسب نظام الدفعات المقرر من وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، حيث وأنه صادفت فترة توزيعنا للاستثمارات فترة دراسة طلبة الليسانس حضورياً، مقابل دراسة طلبة الماستر عن بعد إلى القلة الذين يحضرون من أجل إنجاز مذكرات التخرج.

1-4- الجدول رقم (4) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة

المتغير	التكرار	النسبة
مقيم	20	40%
غير مقيم	30	60%
المجموع	50	100%

الشكل (4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإقامة



يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الإقامة، بحيث الفئة الغير مقيمة كانت لها الغلبة بواقع 30 مفردة أي ما نسبته 60%، بينما المقيمين مثلوا 20 مفردة من أصل 50 أي بنسبة 40%.

ويمكن تفسير هذه الأرقام التي تشير إلى أن الطلبة الغير مقيمين أكثر من المقيمين إلى الحالة الوبائية التي عاشتها الجزائر في آخر سنتين خاصة الجامعة باعتبارها نقطة تجمع للأفراد، بحيث أن الدراسة أصبحت عن بعد في غالب الأحيان، وبالتالي المقيمين أصبحوا لا يحضرون بصفة منتظمة، وغير المقيمين يحضرون يوميا تقريبا لقرب الجامعة من مقر سكنهم.

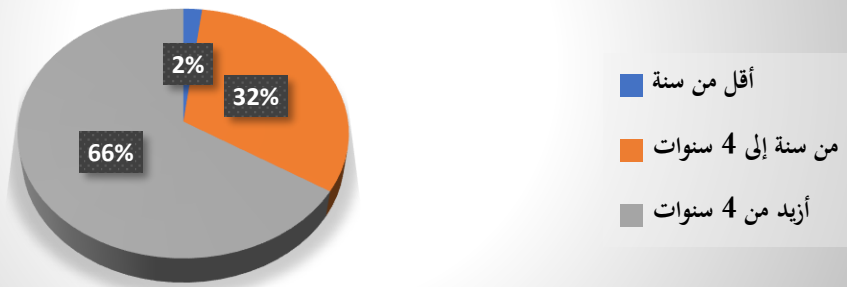
2- استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

2-1- الجدول رقم (5) مدة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب عدد السنوات

النسبة	التكرار	السن
2%	1	أقل من سنة
32%	16	من سنة إلى 4 سنوات
66%	33	أزيد من 4 سنوات
100%	50	المجموع

الشكل (5): استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب

عدد السنوات



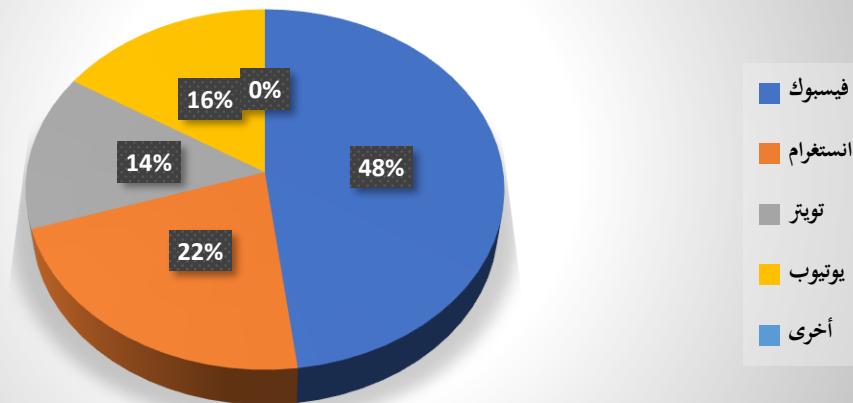
يبين الجدول أعلاه أن غالبية الطلبة الجامعيين يمتلكون حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 4 سنوات، حيث بلغ عددهم 33 مفردة من مجموع 50 أي ما نسبته 66%، ثم تليها الفئة التي استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح ما بين سنة و4 سنوات بواقع 16 مفردة أي ما نسبته 32%، وأخيرا سجلت مفردة واحدة فقط من الفئة الذين استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تقل عن سنة، ونسبتها 2%.

ويمكن تفسير هذه الأرقام التي وضحت أن أغلبية الطلبة بدأوا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 4 سنوات إلى ظهور هذه المواقع منذ فترة مزاولتهم للدراسة في الطور الثانوي أي في فترة مراهقتهم أين وجدوا في هذه المواقع فضاء للتعبير ومشاركة آراءهم.

2-2- الجدول رقم (6): يمثل أهم المواقع التي يمتلك فيها الطلبة حسابات شخصية

النسبة	التكرار	السن
48%	24	فيسبوك
22%	11	انستغرام
14%	7	تويتر
16%	8	يوتيوب
0%	0	أخرى
100%	50	المجموع

الشكل (6) أهم المواقع التي يمتلك فيها الطلبة حسابات شخصية



يوضح الجدول أعلاه أن موقع "فيسبوك" أكثر استخداما لدى عينة الدراسة حيث بلغ عددهم 24 مفردة من أصل 50 أي ما نسبته 48% ممن يملكون حسابا على "فيسبوك"، في حين تملك 11 مفردة من أصل 50 حساب على موقع "انستغرام" بنسبة قدرت بـ 22%، وسجلت 8 مفردات من أصل 50 مفردة ممن يملكون حساب على تطبيق "يوتيوب" أي ما نسبته 16% في حين عبرت 7 مفردات من أصل 50 مفردة بأنهم يملكون حسابا على موقع "تويتر" أي بنسبة قدرت بـ 14%، ولم تسجل أي مفردة من حيث استخدام المواقع الأخرى.

ويمكن تفسير النتيجة العالية للفيسبوك كونه الأكثر شعبية واستخداما في العالم وآخر الإحصائيات تشير إلى ذلك من حيث عدد المشتركين، كذلك سهولة الاستخدام والميزات التي يتمتع بها

كالنشر والمتابعة والتواصل مع الأصدقاء، وجاء استغرام في المرتبة الثانية لأنه تطبيق ارتبط بشركة فيسبوك، بحيث يسمح للطلاب بمشاهدة الصور والفيديوهات بجودة عالية، أما عن قلة استخدام موقعي تويتر ويوتيوب يعود إلى قلة الخصائص المميزة لهما وتطلبهما لأنترنت عالية التدفق.

2-3- الجدول رقم (7): يمثل المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	6	12%
من ساعة إلى 3 ساعات	22	44%
أزيد من 3 ساعات	22	44%
المجموع	50	100%

الشكل (7): المدة التي يقضيها الطلبة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

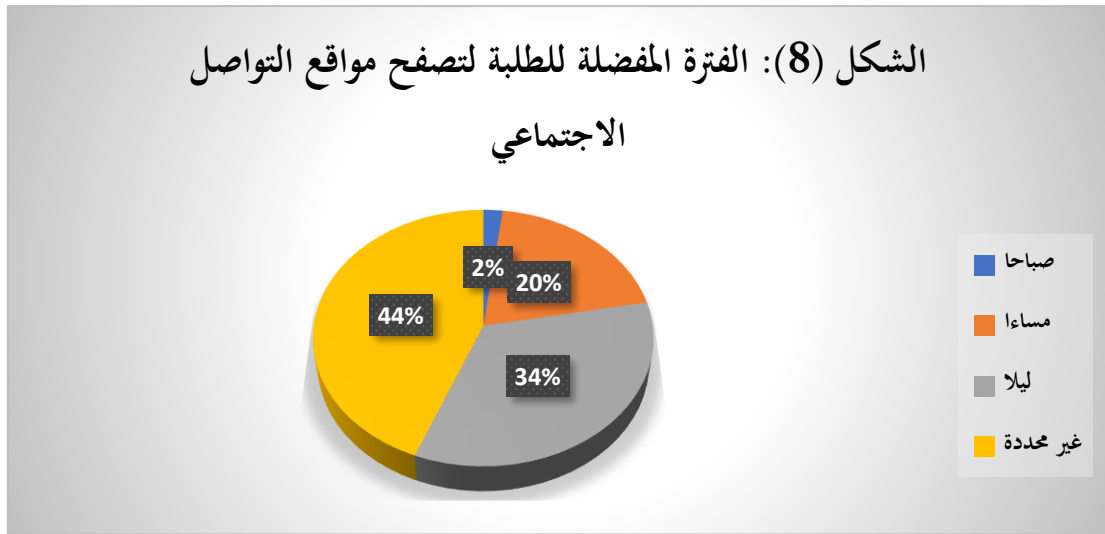


يوضح الجدول أعلاه المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن نسبة الطلبة الذين يتصفحون هذه المواقع من ساعة إلى 3 ساعات والذين يتصفحونها لـ 3 ساعات فأكثر كانت عدد مفرداتهم متساوية بواقع 22 مفردة لكل واحدة منها، أي بنسبة 44% لكل واحدة، بينما الذين يطلعون على مواقع التواصل الاجتماعي لمدة أقل من ساعة فقد كان عددهم 6 مفردات فقط أي بنسبة 2%.

يرجع سبب استخدام الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي لعدة ساعات يوميا إلى التطور الكبير الذي عرفته المواقع والخدمات المختلفة التي توفرها من مشاهدة، تحميل، إعجاب، تعليق، مناقشة، آخر الأخبار... الخ، ويوجد أيضا سبب الإدمان على هذه المواقع حيث يستغرق الطلبة في هذه الفترة العمرية الكثير من أوقات فراغهم في تصفح هذه المواقع.

4-2- الجدول رقم (8): يمثل الفترة المفضلة للطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة
صباحا	1	2%
مساء	10	20%
ليلا	17	34%
غير محددة	22	44%
المجموع	50	100%



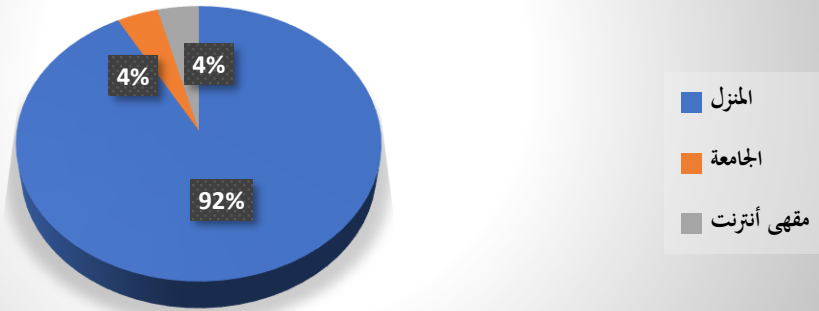
يوضح الجدول أعلاه الفترة المفضلة لعينة الدراسة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن أغلب الطلبة "ليست لديهم فترة محددة" لتصفح هذه المواقع، وقدر عددهم بـ 22 مفردة، أي ما نسبة 44%، ثم جاءت الفئة التي تتصفح المواقع "ليلا" وكان عددهم 17 مفردة أي ما نسبته 34%، وفضل 10 طلبة من أفراد العينة "الفترة المسائية" على باقي الفترات بنسبة 20% في حين اختارت مفردة واحدة فقط "الفترة الصباحية" لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 2%.

ويمكن تفسير سبب تصفح عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في أوقات غير محددة لتنوع احتياجاتهم على مدار اليوم، فهناك من يستخدمون هذه المواقع ليلا أو مساء من أجل إعداد البحوث أو الترفيه لأنهم عادة ما يكونون منشغلين في النهار أو الصباح بالدراسة.

2-5- الجدول رقم (9): استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المكان

المتغير	التكرار	النسبة
المنزل	46	92%
الجامعة	2	4%
مقهى أنترنت	2	4%
المجموع	50	100%

الشكل (9): استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المكان



توضح الأرقام في الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في "منازلهم" حيث بلغ عددهم 46 مفردة أي ما نسبته 92%، في حين فضل 2 مفردة الاطلاع على هذه المواقع في "الجامعة" و2 مفردة أخرى في "مقهى الانترنت"، أي ما نسبة 4% لكل واحدة منهما.

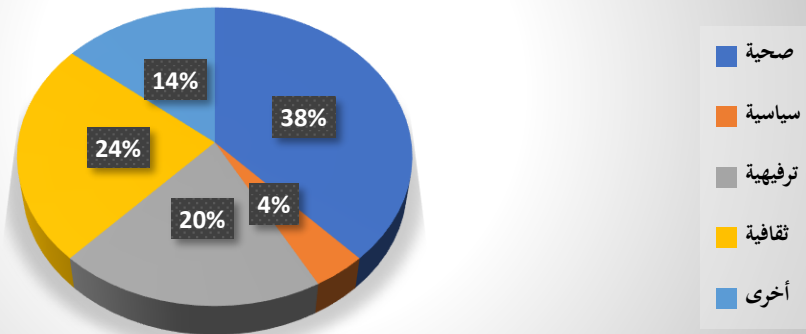
ويمكن تفسير سبب تفضيل اطلاع الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في منازلهم إلى خفة وسرعة تدفق الانترنت، وعندهم الوقت الكافي للولوج إليها، وتأتي الجامعة في المرتبة الثانية مناصفة مع مقهى الانترنت، والسبب في عدم إقبالهم على مواقع التواصل في هذين المكانين هو أنه في الجامعة غالباً ما يكونون مشغولون بالدراسة والبحوث والتنقل، ومقهى الانترنت أصبح غير مقصوداً لأن أغلب الطلبة إن لم يكونوا جميعهم يمتلكون هواتف ذكية واشتراك انترنت للعمل به في المنازل.

3- تفاعل الطلبة مع المنشورات التوعوية التي تثير اهتمامهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

3-1- الجدول رقم (10): يمثل طبيعة المنشورات التي تثير اهتمام الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة
صحية	19	38%
سياسية	2	4%
ترفيهية	10	20%
ثقافية	12	24%
أخرى	7	14%
المجموع	50	100%

الشكل (10) طبيعة المنشورات التي تثير اهتمام الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



يبين الجدول أعلاه طبيعة المنشورات التي تثير اهتمام الطلبة، حيث أن المنشورات "الصحية" جاءت في المرتبة الأولى بواقع 19 مفردة من أصل 50 أي ما نسبته 38%، ثم جاءت المنشورات "الثقافية" في المرتبة الثانية بواقع 12 مفردة أي بنسبة تقدر ب 24%، ثم تليها "الترفيهية" بواقع 10 مفردات أي ما نسبته 20%، وجاءت بعدها مواضيع أخرى بين "اجتماعية ورياضية وتعليمية" في المرتبة الثالثة بعدد مفردات قدرت ب 7 أي ما نسبته 14%، و أخيرا المنشورات "السياسية" في المرتبة الأخيرة حيث سجلت مفردتين فقط أي ما نسبته 4%.

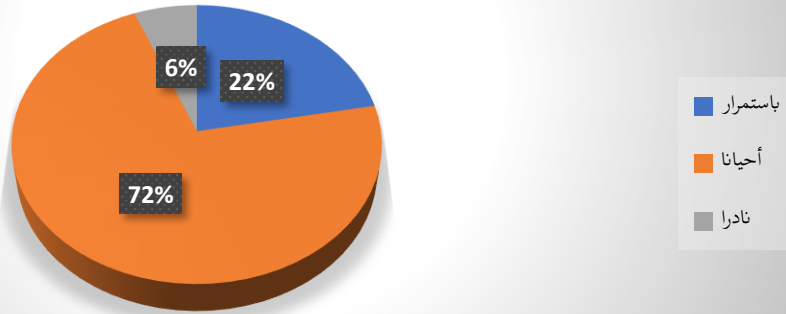
ويرجع تصدر المنشورات الصحية للمواضيع التي يتابعها الطلبة الى الوضع الوبائي الذي شهدته الجزائر في اخر سنتين إثر تفشي تداعيات فيروس كورونا، هذا ما جعل الطلبة يتابعون بشكل كبير تطورات الوضع عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومحاوله معرفة مصدر الأمراض والأوبئة والإجراءات الوقائية الواجب اتباعها وبما أنهم نخبة من نخب المجتمع فإنهم يؤمنون بأن الوقاية خير من العلاج.

3-2- الجدول رقم (11): يوضح عادات متابعة عينة الدراسة لمنشورات التوعية الصحية

المتغير	التكرار	النسبة
باستمرار	11	22%
أحيانا	36	72%
نادرا	3	6%
المجموع	50	100%

الشكل (11): عادات متابعة عينة الدراسة لمنشورات التوعية

الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي



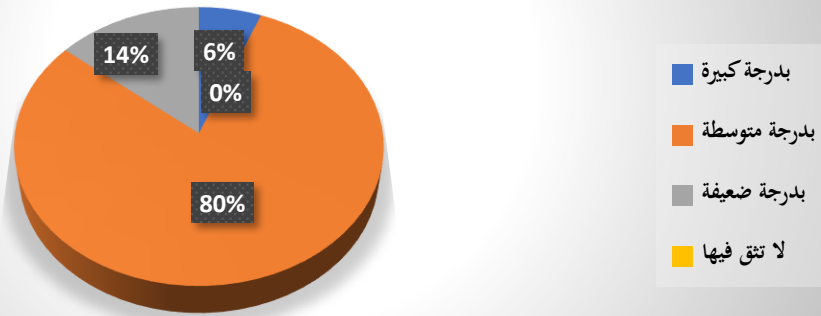
يبين الجدول أعلاه عادات متابعة منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن غالبية الطلبة يتابعون المنشورات الصحية من "حين لآخر" وعددهم 36 مفردة من أصل 50 أي ما نسبته 72%، ثم جاء الذين يتابعون هذه المنشورات "باستمرار" في المرتبة الثانية بواقع 11 مفردة وبنسبة 22%، وفي الأخير اختارت 3 مفردات المتغير "نادرا" في متابعة المنشورات الصحية التوعوية أي ما نسبته 6%.

ويمكن تفسير متابعة أغلب عينات الدراسة للمنشورات الصحية عبر موقع التواصل الاجتماعي من "حين لآخر" من أجل متابعة تطورات جائحة كورونا التي حلت على العالم في آخر سنتين وكذلك معرفة الإجراءات الوقائية الواجب اتباعها للوقاية من مثل هكذا أوبئة.

3-3- الجدول رقم (12): يوضح ثقة الطلبة بالمعلومات الصحية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	التكرار	النسبة
بدرجة كبيرة	3	6%
بدرجة متوسطة	40	80%
بدرجة ضعيفة	7	14%
لا تثق فيها	0	0%
المجموع	50	100%

الشكل (12): ثقة الطلبة بالمعلومات الصحية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي



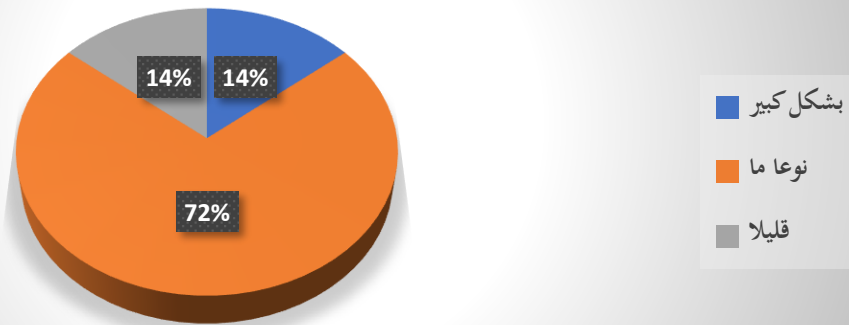
يبين الجدول أعلاه مدى ثقة العينة بالمعلومات الصحية التي تقدمها لهم مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن غالبية الطلبة يثقون بهذه المعلومات "بدرجة متوسطة" بواقع 40 مفردة أي ما نسبته 80% بينما سجلت 7 مفردات أي ما نسبتهم 14% من الذين يثقون في هذه المعلومات "بدرجة ضعيفة"، في حين صرح 3 منهم من أصل 50 بأنهم يثقون بالمنشورات الصحية "بصفة كبيرة" عبر مواقع التواصل وبنسبة 6%، في حين لم تسجل أي مفردة من العينة من الذين "لا يثقون فيها".

ويمكن تفسير ثقة أغلبية الطلبة بالمنشورات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة "متوسطة" كونه راجع إلى طبيعة مواقع التواصل التي تحمل الكذب أو الصدق أثناء تغطيتها للأحداث، فتنوع المصادر، فقد تكون من شخص عادي أو هيئة أو منظمة حكومية أو صفحات عامة، والتالي تتفاوت درجة الثقة بهذه المصادر، لذلك وقع اختيار أغلب الطلبة على درجة متوسطة في ثقتهم بالمنشورات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

3-4- الجدول رقم (13): يوضح مدى إلمام عينة الدراسة بمتابعة القضايا الصحية التوعوية

المتغير	التكرار	النسبة
بشكل كبير	7	14%
نوعا ما	36	72%
قليلا	7	14%
المجموع	50	100%

الشكل (13): مدى إلمام عينة الدراسة بمتابعة القضايا الصحية التوعوية



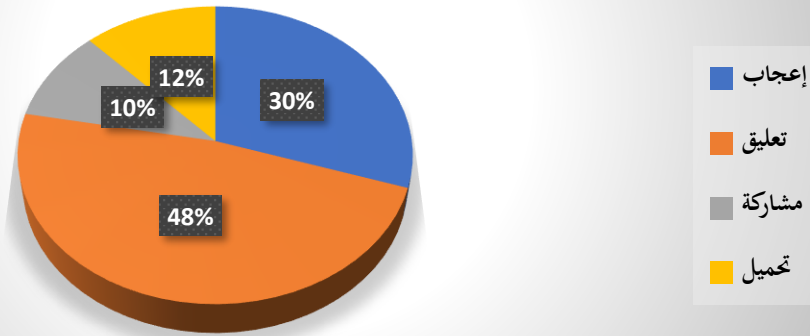
يبين الجدول أعلاه أن جل أفراد عينة الدراسة اختاروا المتغير "نوعا ما" في مدى إلمامهم بمتابعة القضايا الصحية التوعوية، حيث بلغ عددهم 36 مفردة من أصل 50 أي ما نسبته 72%، وعبرت 7 مفردات عن اهتمامهم بمتابعة القضايا الصحية "بشكل كبير" وبنسبة قدرت بـ 14%، وكذلك نفس الشيء مع الذين هم ملمين بهذه القضايا بصفة "قليلة" حيث سجلت 7 مفردات أيضا أي ما نسبته 14%.

ويمكن تفسير اهتمام الطلبة بالمنشورات الصحية بشكل متوسط كونهم منشغلون بدراساتهم بالدرجة الأولى من حضور للمحاضرات وإنجاز البحوث واجتياز الامتحانات، وبعدها التفرغ لمواضيع أخرى تمس حياتهم الشخصية خاصة في مجال الصحة.

3-5-الجدول رقم (14): يبين طبيعة تفاعل الطلبة مع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير	التكرار	النسبة
إعجاب	15	30%
تعليق	24	48%
مشاركة	5	10%
تحميل	6	12%
المجموع	50	100%

الشكل (14): طبيعة تفاعل الطلبة مع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي



يبين الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يتفاعلون مع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال "التعليق" على المنشورات بمعدل 24 مفردة من أصل 50 مفردة أي ما نسبته 48%، في حين 15 مفردة من أصل 50 مفردة ما يمثل نسبة 30% يتفاعلون من خلال "الإعجاب" بالمنشورات، ثم تليها فئة من يقومون "بتحميل" هذه المنشورات بمعدل 6 مفردات من أصل 50 مفردة أي بنسبة 12%، لتبقى 5 مفردات يتفاعلون مع المنشورات بـ "مشاركتها مع الآخرين" بنسبة 10%.

يمكن تفسير سبب تفاعل أغلب أفراد العينة مع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعليق من أجل التعبير عن آرائهم والتعرف على وجهات نظر أخرى والخروج بحلول منطقية ومريحة حول هذه المواضيع التوعوية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين هناك البعض الآخر الذين يتفاعلون مع هذه المنشورات عن طريق الإعجاب فقط، فهو تعبير عن الرأي بطريقة غير صريحة، فبعض الأفراد يفضلون الاحتفاظ بآرائهم الشخصية عن الموضوع والتصريح فقط عن إعجابهم بذلك وعدم خلق جدل مع أشخاص آخرين قد يختلفون في وجهات نظرهم، فيما تفضل الفئة الثالثة تحميل هذه المنشورات وهذا بغرض الرغبة في إيصالها لعدد كبير من الأفراد بهدف إفادتهم وتوعيتهم. فيما تفضل الفئة الرابعة مشاركة المنشورات وتعتبر هذه الفئة هي الأكثر تفاعلا ووعيا بأهمية الصحة وضرورة المشاركة في تنمية هذا الوعي الصحي لدى الآخرين.

4- التعلم والتثقيف الصحي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

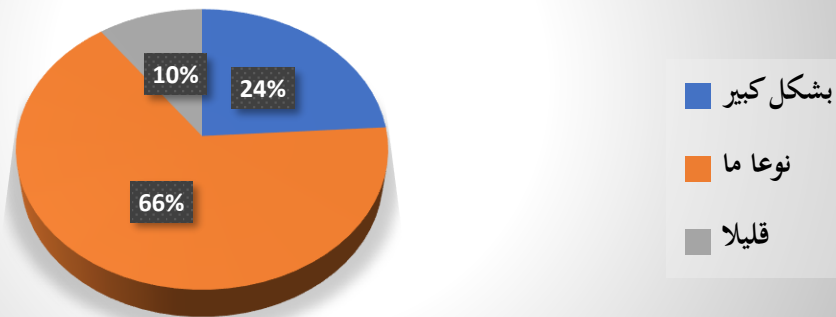
4-1-الجدول رقم (15): يوضح مدى تأثير منشورات التوعية الصحية على الوعي الصحي للطلبة

الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة
بشكل كبير	12	24%
نوعا ما	33	66%
قليلا	5	10%
المجموع	50	100%

الشكل (15): مدى تأثير منشورات التوعية الصحية على الوعي

الصحي للطلبة الجامعيين



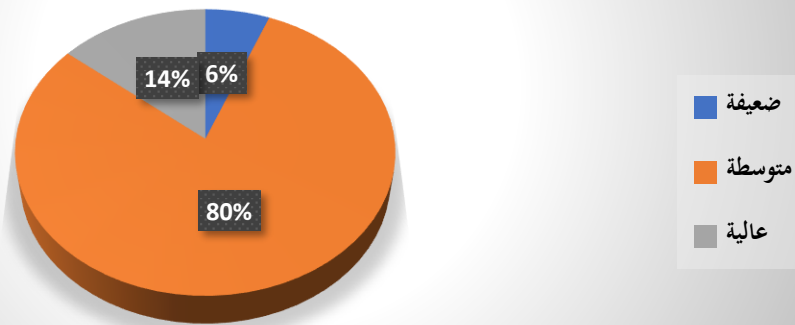
يكشف الجدول أعلاه أن غالبية الطلبة يتأثرون بالمنشورات الصحية التوعوية بصفة "متوسطة" وهذا بمعدل 33 مفردة من أصل 50 مفردة أي ما نسبته 66% أما الذين تؤثر فيهم بشكل "كبير" جاءت في المرتبة الثانية بواقع 12 مفردة من أصل 50 مفردة أي ما نسبته 24%، في حين سجلت أخيرا 5 مفردات فقط للذين تؤثر فيهم "قليلا" بنسبة قدرت بـ 10%.

ويمكن تفسير اختيار أغلب المبحوثين للمتغير "نوعا ما" كونهم يتعرضون للمنشورات الصحية بصفة غير منتظمة وبحكم أنهم طلبة جامعيين فإن اهتماماتهم تصب في مواضيع كثيرة، وبالتالي فهم لا يركزون على موضوع دون آخر.

4-2- الجدول رقم (16): يمثل درجة تأثير التوعية الصحية لمواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الصحية للطلاب الجامعي

المتغير	التكرار	النسبة
ضعيفة	3	6%
متوسطة	40	80%
عالية	7	14%
المجموع	50	100%

الشكل (16): درجة تأثير التوعية الصحية لمواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الصحية للطلاب الجامعي



يوضح الجدول أعلاه أن درجة تأثير التوعية الصحية لمواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الصحية للطلاب الجامعي كانت "متوسطة" بمعدل 40 مفردة من أصل 50 مفردة وبنسبة تقدر إحصائيا بـ 80%، في حين جاءت درجة التأثير "عالية" في المرتبة الثانية بمعدل 7 مفردات من أصل

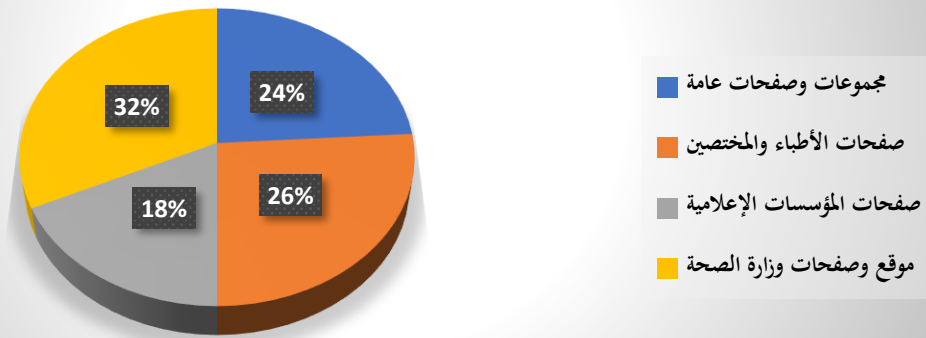
50 مفردة بما يعادل 14%، أما في المرتبة الثالثة فدرجة التأثير "ضعيفة" بمعدل 3 مفردات من أصل 50 مفردة بنسبة 6%.

ومنه نستنتج أن درجة تأثير التوعية الصحية لمواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة الصحية للطلاب الجامعي متوسطة وهذا راجع لعدم ثقة المتابعين للمنشورات التوعوية بدرجة كبيرة، وأيضاً لعدم وجود مصادر موثوقة لانتقاء المعلومة الصحية.

4-3-الجدول رقم (17): يمثل مصدر المنشورات الصحية التوعوية التي يتابعها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة
مجموعات وصفحات عامة	12	24%
صفحات الأطباء والمختصين	13	26%
صفحات المؤسسات الإعلامية	9	18%
موقع وصفحات وزارة الصحة	16	32%
المجموع	50	100%

الشكل (17): مصدر المنشورات الصحية التوعوية التي يتابعها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



يمثل الجدول أعلاه مصدر المنشورات التوعوية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث نلاحظ نسب متفاوتة بين مصادر هذه الأخبار، فكانت "مواقع وصفحات وزارة الصحة" أعلى تسجيلاً بواقع 16 مفردة وبنسبة 32%، أما "صفحات الأطباء والمختصين" و"مجموعات وصفحات عامة" فكانت على

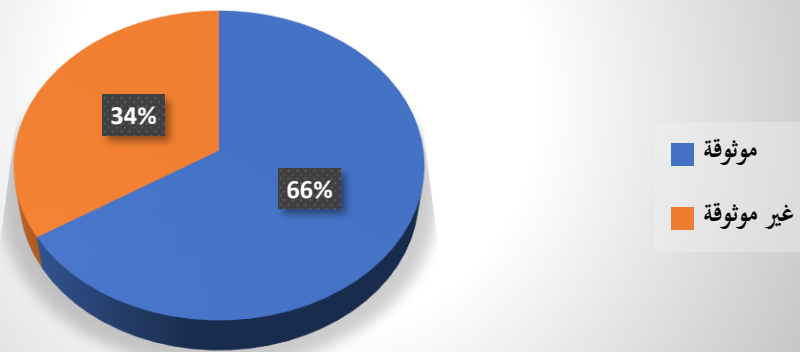
التوالي ب: 13 و 12 طالب أي 26% و 24% يتحصلون على المنشورات الصحية منها، أما "صفحات المؤسسات الإعلامية" فكانت أقل نسبة بواقع 9 مفردات أي ما نسبته 18%.

إن اطلاع الطلبة وحوصلهم على المنشورات الصحية التوعوية عن طريق صفحات ومجموعات ومواقع عامة، أطباء، وزارة الصحة، مختصين أكثر من اطلاعهم عليها عبر صفحات المؤسسات الإعلامية وذلك راجع إلى أن الأخيرة ملمة بكل مختلف الأخبار المتنوعة، بينما الصفحات والمجموعات الصحية فتكون مركزة على الجانب الصحي فقط، ومنه فإن أفراد العينة يحصلون على منشوراتهم الصحية عبر هذه المجموعات والصفحات في مواقع التواصل الاجتماعي.

4-4-الجدول رقم (18): يوضح تقييم المصادر التي تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعي لتقديم المعلومات

المتغير	التكرار	النسبة
موثوقة	33	66%
غير موثوقة	17	34%
المجموع	50	100%

الشكل (18): تقييم المصادر التي تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعي لتقديم المعلومات



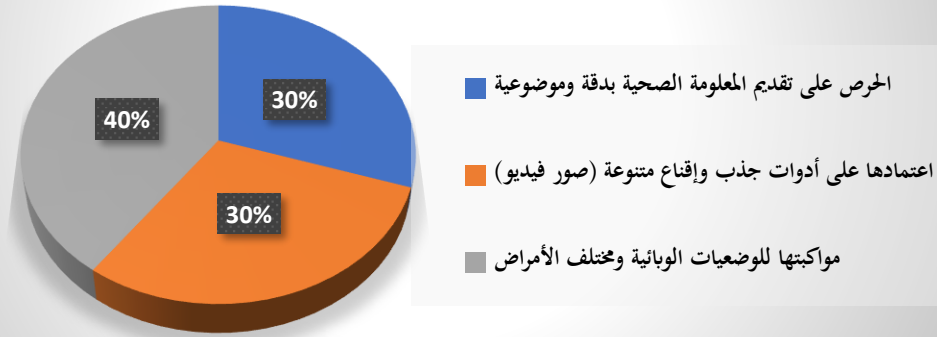
إن الجدول أعلاه يوضح درجة ثقة المصادر التي تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعي لتقديم المعلومات الصحية، حيث أن 33 طالبا أي بنسبة 66% يرون أن هذه المصادر "موثوقة"، أما 17 مفردة بنسبة 34% فيرون أن هذه المصادر "غير موثوقة".

إن أغلبية أفراد عينة الدراسة أي 33 طالب يرون أن المصادر موثوقة وذلك لأن أغلب هذه الصفحات العامة والمجموعات وصفحات الأطباء المختصين أو وزارة الصحة والمؤسسات الإعلامية تكون مصدرا موثوقا وأغلب أخبارها الصحية تكون موثوقة من مصدر معين، قد تكون دراسة أو إحصاء أو تصريح من مدير هيئة.

4-5-الجدول رقم (19) يوضح إيجابيات منشورات التوعية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة
الحرص على تقديم المعلومة الصحية بدقة وموضوعية	15	30%
اعتمادها على أدوات جذب وإقناع متنوعة (صور فيديو)	15	30%
مواكبتها للوضعيات الوبائية ومختلف الأمراض	20	40%
المجموع	50	100%

الشكل (19): يوضح إيجابيات منشورات التوعية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي



نلاحظ أن 20 مفردة بنسبة 40% ترى أن أهم إيجابيات منشورات التوعية الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي هي "مواكبتها للوضعيات الوبائية ومختلف الأمراض"، بينما 15 مفردة بنسبة 30% يرون "اعتمادها على أدوات جذب وإقناع متنوعة من صور فيديوهات" أهم ميزة إيجابية لمنشورات التوعية الصحية، أما آخر 15 مفردة بنسبة 30% فهم يرون أن "الحرص على تقديم المعلومة الصحية بدقة وموضوعية" يعد الميزة الإيجابية الأكثر لهذه المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

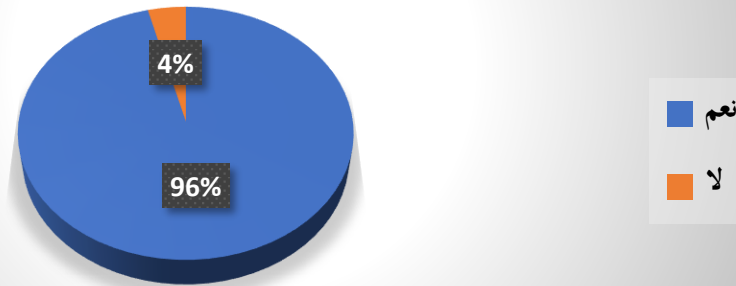
إن منشورات الوعي الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي لها عدة إيجابيات، فهي تحرص على تقديم المعلومة الصحية بدقة وموضوعية، حيث تحرص على أن تكون الأولى في تقديم المعلومة الصحية

أثناء توفرها، كما أنها تعتمد على أدوات جذب وإقناع متنوعة فتسمح للمشاركين بمشاهدة فيديوهات وصور وأيضا تحميلها عبر هذه المواقع، كما أنها تواكب الوضعيات الوبائية ومختلف الأمراض، وخير مثال جائحة كوفيد 19 الأخيرة، حيث غطت وسائل التواصل الاجتماعي لحظة بلحظة.

4-6- الجدول رقم (20) يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي من خلال المضامين الصحية المقدمة.

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	48	96%
لا	2	4%
المجموع	50	100%

الشكل (20): يوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي من خلال المضامين الصحية المقدمة.



من الجدول ونتائجه يتضح أن غالبية مفردات العينة أجابوا "بنعم" يوجد دور لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي من خلال المضامين الصحية المقدمة وذلك بمعدل 48 مفردة أي ما نسبة 96%، بينما 2 مفردة فقط اختاروا الإجابة بـ "لا" أي أنه لا يوجد دور لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي أي بنسبة 4%.

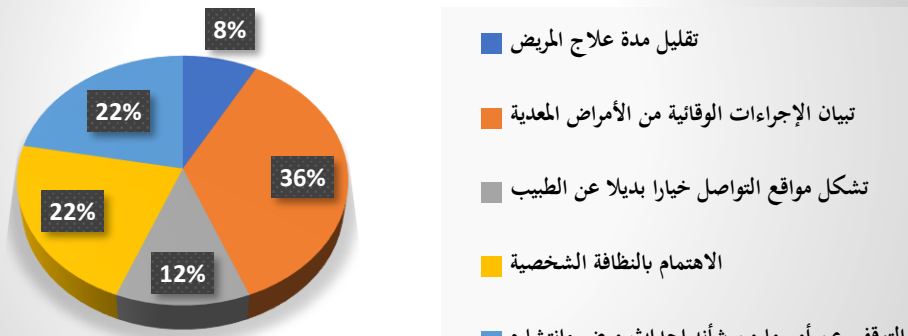
ويمكن تفسير اختيار غالبية عينة الدراسة للإجابة بـ "نعم" على أنه لمواقع التواصل الاجتماعي دور في زيادة الوعي الصحي من خلال المضامين الصحية التي تقدمها، يمكن تفسير ذلك على أنهم يعتمدون بصفة كبيرة على هذه المواقع ويتابعون تطورات أعراض الأمراض والأوبئة ومصادرها من خلالها دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كالتلفاز والصحف، من خلال الهاتف وفي أي مكان يمكنهم الاطلاع

على الأخبار وفي أي موقع يفضلونه بحيث أنهم ومن خلال متابعتهم للمنشورات التوعوية الصحية عبر هذه المواقع يمكنهم من التخلص من عادات خاطئة من شأنها المساس بصحتهم الجسدية ووعيهم الصحي وتكسبهم عادات إيجابية جديدة تعزز من ثقافتهم الصحية.

4-7- الجدول رقم (21) يوضح كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي.

المتغير	التكرار	النسبة
تقليل مدة علاج المريض	4	8%
تبيان الإجراءات الوقائية من الأمراض المعدية	18	36%
تشكل مواقع التواصل خيارا بديلا عن الطبيب	6	12%
الاهتمام بالنظافة الشخصية	11	22%
التوقف عن أمر ما من شأنه إحداث مرض وانتشاره	11	22%
المجموع	50	100%

الشكل (21): كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي

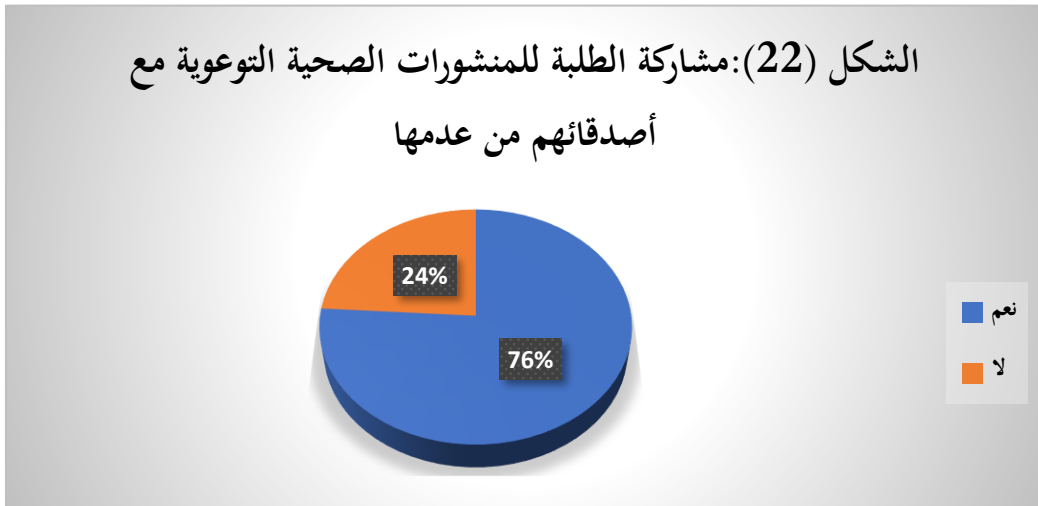


يوضح الجدول كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي، حيث أن 18 طالب أي ما نسبتهم 36% عبروا على أن مشاركة المضامين الصحية تؤدي إلى "تبيان الإجراءات الوقائية من الأمراض المعدية" وجاءت كل من "الاهتمام بالنظافة الشخصية" و "التوقف عن أمر ما من شأنه إحداث مرض أو انتشاره" في المرتبة الثانية بـ 11 مفردة لكل واحدة منهما أي 22% في كل

كفة، ثم جاء بعدها خيار أن "مواقع التواصل الاجتماعي شكل بديلا عن الطبيب" بواقع 6 مفردات أي ما نسبته 12% وفي الأخير متغير "تقليل مدة علاج المريض" بـ 4 مفردات بنسبة 8%.

4-8- جدول رقم (22) يوضح مشاركة الطلبة للمنشورات الصحية التوعوية مع أصدقائهم من عدم مشاركتها

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	38	76%
لا	12	24%
المجموع	50	100%



تبين الأرقام أن 38 مفردة بنسبة 76% قاموا بمشاركة معلومات صحية توعوية مع أصدقائهم في الواقع بينما 12 مفردة أي بنسبة 24% لم يقوموا بمشاركة أي معلومة صحية.

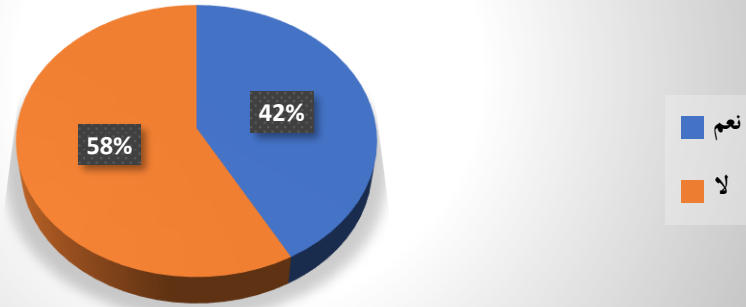
إن وجود أغلبية قامت بمشاركة معلومات صحية توعوية مع أصدقائهم في الواقع راجع إلى ارتفاع وعيهم الصحي والرغبة في نشر الثقافة الصحية وزيادة وعي أصدقائهم للحد من مخاطر الأمراض والوقاية منها.

4-9- الجدول رقم (23) يوضح مدى مشاركة الطلبة لفيدويوهات أو دراسات تعرض عن سلوك

غير صحي

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	21	42%
لا	29	58%
المجموع	50	100%

الشكل 23: مدى مشاركة الطلبة لفيدويوهات أو دراسات تعرض عن سلوك غير صحي



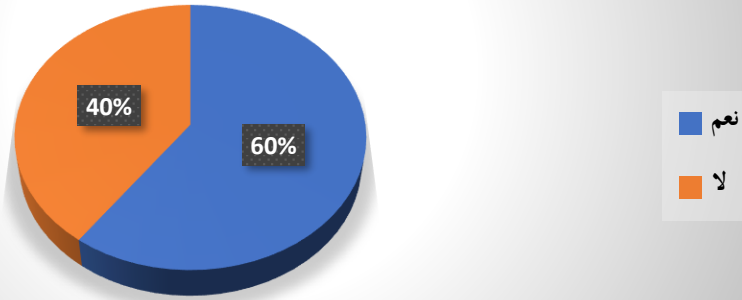
يوضح الجدول أعلاه أن أكثر من نصف عينة الدراسة لم تشارك أي فيديو أو دراسة تعرض عن سلوك غير صحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعدددهم 29 مفردة بنسبة 58%، بينما 21 مفردة فضلوا مشاركتها مع غير المستخدمين ونسبتهم 42%.

كانت أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة لم يقوموا بمشاركة فيديو أو دراسة تعرض عن سلوك غير صحي وذلك بسبب نقص ثقة في مصادر هذه الفيدويوهات أو الأخبار الصحية، وأيضاً اهتمامهم بجوانب أخرى حيث يتم مشاركة فيديوهات كوميدية أو رياضية بكثرة في مواقع التواصل الاجتماعي، وربما يرجع ذلك إلى رغبتهم في عدم الدخول في نقاشات مع غيرهم والاحتفاظ بالمعلومات لأنفسهم.

10-4- الجدول رقم (24) يوضح مساهمة المشاركة للمضامين الصحية مع غير المستخدمين في زيادة إدراكهم لخطورة الأمراض والأوبئة

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	30	60%
لا	20	40%
المجموع	50	100%

الشكل 24: يوضح مساهمة المشاركة للمضامين الصحية مع غير المستخدمين في زيادة إدراكهم لخطورة الأمراض والأوبئة



يوضح الجدول أعلاه أن 30 مفردة من أصل 50 كانت إجاباتهم بـ "نعم" أي ما نسبتهم 60% بينما 20 مفردة من أصل 50 أجابوا بـ "لا" وبنسبة 40%، حيث أن الجائحة الأخيرة كوفيد 19 قسمت أواسط المجتمع إلى مصدق ومكذب ومشكك لوجود هذا الفيروس ودرجة خطورته ومنه نستنتج أن زيادة إدراك الأشخاص الغير مستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي لخطورة الأمراض والأوبئة تكون دائما مختلفة النتيجة فمنهم المصدق ومنهم من يكذب الأخبار ولا يثق في مصادرها.

نتائج الدراسة

بينت الدراسة أن معظم مفردات عينة الدراسة من فئة الاناث وأغلب أعمارهم تتراوح ما بين 20 و 25 سنة، والمستوى الجامعي الأكثر كان ليسانس أما نوع الإقامة فأكثر من نصف أفراد العينة غير مقيمين، يرجع تفوق عدد الاناث على الذكور لوجود اهتمام أكبر من الاناث لدراسة تخصص الإعلام والاتصال، حيث تقدر نسبتهم في هذا القسم بأكثر من 80% من إجمالي الطلبة المقدر عددهم بـ 986 طالب.

وضحت الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تزيد عن 4 سنوات، كما أن الغالبية يفضلون استخدام موقع الفيسبوك عن غيره وفي فترات غير محددة، ويصل حجمها الساعي من ساعة إلى 3 ساعات أو أكثر، ويرجع استخدام الفيسبوك لمجانيته وسهولة الاستخدام وما يميزه عن المواقع الأخرى خاصة ميزة التفاعلية من خلال التعليق والمشاركة.

كشفت الدراسة أن معظم أفراد عينة الدراسة تثير اهتماماتهم المنشورات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما أنهم يتابعون المنشورات الصحية التوعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة متوسطة، كما أنهم يثقون بهذه المنشورات بدرجة متوسطة، كما عبروا عن إلمامهم بالقضايا الصحية بدرجة متوسطة أيضاً، وأوضحت لنا هذه الدراسة أن الطلبة يقومون بالتفاعل مع هذه المنشورات من خلال التعليق بدرجة كبيرة وكذلك الإعجاب والمشاركة.

وضحت الدراسة أن معظم مفردات عينة الدراسة أثرت نوعاً ما فيهم منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلى وعيهم الصحي، حيث كانت درجة تأثير هذه المنشورات على ثقافتهم الصحية بصفة متوسطة، كما أنهم يتابعون منشوراتهم الصحية عبر مواقع وصفحات وزارة الصحة بكثرة تليها مجموعات وصفحات عامة ثم صفحات الأطباء والمختصين، كما أن أغلبهم يثقون بمصادر هذه المواقع والصفحات لتقديم المعلومات الصحية، كما أكد معظمهم أن الجوانب الإيجابية التي لاحظوها على منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي مواكبتها للوضعيات الوبائية ومختلف الأمراض وأيضاً الحرص على تقديم المعلومة الصحية بدقة وموضوعية واعتمادها على أدوات جذب وإقناع متنوعة (صور، فيديو)، كما يرون أن لهذه المواقع دور في تعزيز الوعي الصحي من خلال المضامين الصحية التي تقدمها، حيث تساهم في تعزيز هذا الوعي من خلال تبيان الإجراءات الوقائية من الأمراض المعدية، الاهتمام بالنظافة الشخصية، التوقف عن أمر ما من شأنه إحداث مرض أو انتشاره.

كشفت الدراسة أن أغلب عينة الدراسة يشاركون المعلومات الصحية التوعوية مع أصدقائهم في الواقع بغض النظر عن شكل المشاركة أو الوسيلة، أما بالنسبة للذين يشاركون فيديو أو دردشة ذات مضمون توعوي تعرض عن سلوك غير صحي فقد كانوا تقريبا النصف من عينة الدراسة، كما أنهم يرون أن مشاركتهم للمضامين الصحية مع المستخدمين لمواقع التواصل يزيد من إدراكهم لخطورة الأمراض والأوبئة.

مناقشة نتائج الدراسة

أ- في ضوء الدراسات السابقة

- النتائج التي توصل إليها الباحثان تتشابه في مجملها مع بعض الدراسات السابقة، ويمكن إدراج هذا التشابه في النتائج حيث توصلت نتائج دراسة الأستاذ "سمير كريم" إلى أن عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي حيث تساهم التفاعلية والمشاركة في تسهيل عملية تنمية الوعي الصحي، كما تساهم مواقع التواصل الاجتماعي عبر تقديم المعلومة الصحية السليمة للمستخدمين في تنمية الوعي الصحي وأيضا تنوع أساليب نشر المضامين الخاصة بالمجموعات الفيسبوكية للتوعية بمرض كورونا عن طريق الصورة والفيديو والمنشور النصي حيث تؤدي إلى تنمية الوعي الصحي بمرض كورونا وهذا يتوافق مع نتائج دراستهما حيث توصلا إلى أن أغلبية عينة الدراسة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي وينشطون في المجموعات والصفحات الفيسبوكية، كما لهذه المواقع دور في تعزيز وعيهم الصحي من خلال المضامين الصحية التي تقدمها.
- توصلت أيضا نتائج الباحثان (عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوب) إلى أن الإشباع والاستخدامات التي تقدمها شبكة الفيسبوك من خلال أن المبحوثين هي في سبيل تعزيز التوعية الصحية وزيادة الوعي الصحي والتواصل مع الجهات الطبية، كما أن أغلب عينة البحث ينشطون بدرجة عالية عبر موقع الفيسبوك وصفحاته ومجموعاته، وهذا يتوافق مع نتائج دراستهما حيث أغلبية إجابات عينة البحث أكدت أنهم يستخدمون مواقع الفيسبوك بكثرة وفي أوقات غير محدودة لعدة ساعات يوميا، حيث تثيرهم المنشورات الصحية المنشورة عبر هذا الموقع إلى متابعتها ومتابعة الجهات الطبية المختلفة من صفحات الأطباء، ومنه تزيد درجة وعيهم وفهمهم للمنشورات الصحية والوقاية من الأمراض المختلفة خاصة جائحة كورونا الحالية.
- توصلت دراسة (محمد فاضل علي) إلى أن أكثر ما تتسم به موضوعات الإعلام الصحي على شبكة الفيسبوك هي ميزة التنوع وأهم المواضيع التي تقدمها هذه الشبكة هي في سبيل تعزيز التوعية والوعي

الصحي، كما أنها تساهم في زيادة الثقافة الصحية والاهتمام بالنظافة الشخصية، التوقف عن ممارسة العادات الصحية السيئة.

توافقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة الباحثان حيث أن أغلب مفردات عينة البحث أكدوا متابعتهم للمنشورات الصحية بنسبة أعلى على مواقع التواصل الاجتماعي والفيديو خاصة، كما أنهم أكدوا أن ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي حالياً تساهم في زيادة وعيهم الصحي عبر عدة طرق نذكر منها الاهتمام بالنظافة الشخصية أكثر، التوقف عن أمر من شأنه إحداث مرض أو انتشاره، تبيان الإجراءات الوقائية من الأمراض المعدية.

ب- في ضوء أهداف الدراسة

بناء على النتائج المتوصل إليها من البحث الميداني في ضوء الأهداف يمكن القول أن الدراسة حققت هدفها في معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي على الطلبة، وهذا من خلال دراسة دور هذه المواقع، وتوصل الباحثان إلى معرفة أثرها على زيادة الوعي الصحي.

الهدف الأول: معرفة مدى استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال التعرض لها والاقبال عليها، فمن خلال نتائج الدراسة تبين أن أغلبية عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في كل الأوقات خاصة موقع الفيديو وأن الحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة في التصفح يوميا هو ساعة إلى 3 ساعات وأكثر ومنه تبين أن هدف الدراسة الأول تحقق.

الهدف الثاني: معرفة مدى تلقي وإقبال الطلبة الجامعيين للمعلومات الصحية التوعوية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فمن خلال نتائج الدراسة تبين أن أغلبية عينة الدراسة يتلقون منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتابعون هذه المضامين الصحية من حين لآخر يتفاعلون معها ومن خلال النتائج المستخلصة تبينت صحة الهدف الثاني للدراسة.

الهدف الثالث: الكشف عن مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى درجة الوعي الصحي لدى الطلبة من خلال نتائج الدراسة تبين أن أغلبية عينة الدراسة أثرت فيهم منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة والبعض أثرت عليهم بشكل كبير، ومنه تحقق الهدف الثالث للدراسة.

الهدف الرابع: الوقوف على الدور الفعال الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة أغراض الإرشادات الصحية، والتثقيف الصحي، من خلال نتائج الدراسة تبين أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور فعال في الإرشاد والتثقيف الصحي من خلال مختلف المصادر المتعلقة بالصحة كموقع وصفحات وزارة الصحة وصفحات الأطباء والمختصين، ومنه تم الاستنتاج أن هدف الدراسة الرابع قد تحقق.

خلاصة الفصل التطبيقي

قام الباحثان في هذا الفصل بتناول الإطار الميداني للدراسة حيث تطرقا إلى عرض نتائج الاستمارات التي وزعاها في جداول إحصائية ودوائر نسبية، وقاما بتحليلها وتفسيرها ومناقشتها في ضوء الدراسات السابقة وأهداف الدراسة.

الخاتمة

الخاتمة

جاءت هذه الدراسة كمحاولة لمعرفة إحدى أدوار مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في زيادة الوعي الصحي للطلبة عن طريق المنشورات الصحية التي تقدمها، حيث أصبحت هذه المواقع والمنصات فضاء لتداول ونشر العديد من القضايا المختلفة وأيضاً الدور الكبير الذي تلعبه في مختلف مجالات الحياة التي أهلها لتكون مصدر أخبار للكثير من الناس.

إن الهدف الأساسي من خلال دراستنا "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي للطلبة الجامعيين" هو البحث عن حل للإشكالية الرئيسية التي تتمحور حول الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي للطلبة الجامعيين ، فمع ازدياد الحاجة الماسة نحو التوعية الصحية والرغبة الملحة في إيجاد سبل علاج الأمراض المزمنة التي أصبحت الشغل الشاغل للعام والخاص وطرق الوقاية منها فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي هدف كافة أفراد المجتمع في الآونة الأخيرة وخاصة الشباب والطلبة وذلك من أجل الاطلاع على آخر المستجدات عالمياً ومحلياً وما يحدث من حالات مرضية وقضايا صحية من شأنها أن تعمل على تعزيز الوعي الصحي خاصة في الآونة الأخيرة أين انتشر فيروس كوفيد 19.

لا يمكننا إدراج حكم مطلق على نوع ومدى الوظيفة والتأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع دون أن نأخذ بالمتغيرات الوسيطة التي تلعب الدور الأساسي في تحديد الوظائف التي تقوم بها مواقع التواصل في زيادة المعرفة الصحية والوعي الصحي.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة كدراسة مكتملة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي للطلبة الجامعيين، فهي حلقة وصل في مجال البحث العلمي وخلفية ينطلق منها الباحثون لإجراء دراسات من هذا النوع أو المشابهة لها.

قائمة المراجع

أولاً: القواميس والمعاجم

- 1- ابن منظور، لسان العرب، دار صادر للطباعة النشر، بيروت، 2007.
- 2- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1993.
- 3- المنجد الأبجدي، ط5، دار المشرق، بيروت، 1987.

ثانياً: الكتب

- 1- أحمد بدر، الميديا الجماهيرية والانترنت بين السياسة والتكنولوجيا، الدار المصرية السعودية، القاهرة، 2010.
- 2- أمين رضا، الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015.
- 3- بسام عبد الرحمان مشاقبة، البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للتوزيع والنشر، عمان، 2010.
- 4- بهاء الدين سلامة، الجوانب الصحية في التربية الرياضية، ط1، المكتبة الفيصلية، مكة المكرمة، 1991.
- 5- بهاء الدين سلامة، عرض تجربة المملكة لبرنامج التثقيف الصحي لأطفال المعاقين، الرياض، 2001.
- 6- حامد عبد الماجد، مقدمة في منهجية دراسة وطرق بحث الظواهر السياسية، دار الجامعة للطباعة والنشر، 2009.
- 7- حسان شمس باشا، د. ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار القلم، دمشق، 2020.
- 8- حسن عماد مكاوي، ليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 9- حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 10- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس، الأردن، 2013.
- 11- زاهر راضي، استخدام موقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
- 12- سلمان بكر بن كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان 2015.
- 13- سليمان بكر كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، ط1، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 14- شريف اللبان درويش، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت، دار العلم العربي، القاهرة، 2011.
- 15- شفيق حسنين، الإعلام الإلكتروني، رحمة برس للطباعة والنشر، 2006.
- 16- عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، اليازوري، الأردن، 2005.
- 17- عبد الرزاق الدليمي، صناعة الإعلام المعاصر، دار اليازوري العلمية، عمان، 2015.
- 18- عبد الله محمد عبد الرحمان، محمد بدوي، منتهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002.
- 19- عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، 2012.
- 20- علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015.
- 21- علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 22- عماد حسن مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط7، الدار المصرية اللبنانية، 2008.
- 23- فيصل عبد الأمير، دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2014.
- 24- ليلى أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح، عمان، 2012.
- 25- ماتيو جيدير، منهجية البحث.
- 26- ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، عمان، 2015.
- 27- محمد بن سعود البشير، نظريات التأثير الإعلامي، دار العبيكان للنشر، الرياض، 2014.

- 28- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 29- مصطفى صادق عباس ، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان، 2008.
- 30- ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد.
- 31- ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد، دار البداية، 2014.
- 32- ياسين فضيل، الإعلام الرياضي، ط1، دار أسامة، الأردن، 2011.

ثالثا: الرسائل الجامعية

- 1- رباب حلاب، مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2018.
- 2- السعيد بومعيزة ، أثر وسائل الإعلام على سلوكيات والقيم لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، رسالة دكتوراه، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005.
- 3- سعيدة خيرة بن عمار، تمثلات واستخدامات الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة مستغانم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016/2015.
- 4- عبد الفتاح فاهد محمد ، فاعلية استخدام قراءة السلوك في تنمية الثقافة الصحية لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة حلوان، 2000.
- 5- محمد فاضل علي، دور الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2017.

رابعا: المجلات العلمية

- 1- سمير كيم، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 21، العدد2، ديسمبر 2020.
- 2- عبد المالك بن عبد العزيز الشلهوب، دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين حول مرض السكري، المجلة العربية للإعلام والاتصال.
- 3- عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوي، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد2، العدد 2، جوان 2020، ص288 – 309.
- 4- فضيل دليو وآخرون، الحاجة إلى التطوير المهني لأعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات العربية، مجلة التربية الجديدة، العدد 51، 1990.
- 5- نوار شهرزاد، كلثوم فير، الثقافة الصحية والوعي الصحي: قراءة في المفهوم والدلالة، مجلة التمكين الاجتماعي، مجلد2، العدد2، جوان 2020.

خامسا: المواقع الالكترونية

- 1- موقع الموضوع، تعريف التوعية الصحية، 11:46 يوم 06-04-2021.
- 2- Computer Hope (16-05-2020),” Instagram”, www.computerhope.com, retrieved 16-10-2020 Edited.
- 3- DAN BLYSTONE (6-6-2020), The Story of Instagram”, www.investopedia.com, retrieved 16-10-2020, Edited.

- 4- Elise Moreau (2-9-2020), "What is Instagram and Why Should You be using is?", www.lifewire.com, Retrieved 16-10-2020 Edited.
- 5- http://constantine3.blogspot.com/2013/12/cultivation-theory_10.html.
- 6- Margaret Rouse, « Instagram », searchio.techtarget.com, retrieved 16-10-2020 Edited.
- 7- snobmonkey.com/the-advantages-and-disadvantages-of-youtube.
- 8- What is instagram?, edu.gcfglobal.org, Retrieved 16-10-2020. Edited.
- 9- What is Instagram? help. Instagram.com, Retrieved 16-10-2020. Edited.
- 10- Vangie Beal, "Instagram" www.webopedia.com, Retrieved 16-10-2020, Edited.
- 11- Daham boys, understanding socio-Technical phenomena in web2.0
http://www.damah.org/papers/talks/msr_ne_2008.html

الملاحق

الملحق رقم 01: استمارة الاستبيان
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص: صحافة مطبوعة والكترونية

استمارة بحث بعنوان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين دراسة ميدانية بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة جيجل

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر علوم الإعلام والاتصال
تخصص صحافة مطبوعة والكترونية

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة البحثية التي تدخل في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال حول موضوع "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين".
الرجاء وضع علامة (X) في خانة الإجابة المختارة، كما نحيطكم علما أن جميع المعلومات التي ستدلون بها في هذه الاستمارة ستبقى سرية ولن تستخدم إلا لأغراض علمية وشكرا لحسن تعاونكم

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبين:

- ناجي بولمهار

- إبراهيم درغوم

- عبد القادر بوضياف

السنة الجامعية 2020-2021

المحول الأول: البيانات الشخصية

- 1-الجنس: ذكر أنثى
- 2-السن: أقل من 20 سنة من 20 إلى 25 سنة أزيد من 25 سنة
- 3-المستوى الجامعي: ليسانس ماستر دكتوراة
- 4-نوع الإقامة: مقيم غير مقيم

المحول الثاني: استخدامات الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

- 5-منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
أقل من سنة من سنة إلى 4 سنوات أزيد من 4 سنوات
- 6-ما هي أهم المواقع التي تمتلك فيها حسابات شخصية؟
فيسبوك إنستغرام تويتر يوتيوب
- أخرى أذكرها
- 7- كم هي المدة الزمنية التي تقضيها يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات أزيد من 3 ساعات
- 8- ما هي الفترة المفضلة لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
صباحا مساء ليلا غير محددة
- 9- في أي مكان تفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
المنزل الجامعة مقهى انترنت
- المحول الثالث: تفاعل الطلبة مع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- 10- ما هي المنشورات التي تثير اهتمامك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
صحية سياسية ترفيهية ثقافية
- أخرى تذكر
- 11- أنت تتابع منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
باستمرار أحيانا نادرا

12- انت تثق بالمعلومات الصحية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

بدرجة كبيرة بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا تثق فيها

13- هل أصبحت أكثر إماما بالقضايا الصحية من خلال متابعتك للمضامين التوعوية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي؟

بشكل كبير نوعا ما قليلا

14- ما طبيعة تفاعلك مع منشورات التوعية الصحية التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

إعجاب تعليق مشاركة تحميل

لأخرى تذكر

المحور الرابع: التعلم والتثقيف الصحي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

15- كيف أثرت منشورات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على وعيك الصحي؟

بشكل كبير نوعا ما قليلا

16- ما هي درجة تأثير التوعية الصحية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي على ثقافتك الصحية؟

ضعيفة متوسطة عالية

17- ما هو مصدر منشورات التوعية الصحية التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

مجموعات وصفحات عامة صفحات الأطباء المختصين
صفحات المؤسسات الإعلامية موقع وصفحات وزارة الصحة

أخرى تذكر

18- كيف تقيّم المصادر التي تعتمد عليها هذه المواقع لتقديم المعلومات؟

موثوقة غير موثوقة

19- ما هي الجوانب الإيجابية التي لاحظتها على منشورات التوعية الصحية على مواقع التواصل

الاجتماعي؟

- الحرص على تقديم المعلومة الصحية بدقة وموضوعية
- اعتمادها على أدوات جذب وإقناع متنوعة (صور، فيديو، ...)
- مواكبتها للوضعيات الوبائية ومختلف الأمراض

20- هل ترى بأن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تعزيز الوعي الصحي من خلال المضامين الصحية التي تقدمها؟

نعم لا

21- إذا كانت إجابتك بنعم بأي شكل تشاركها؟

- تقليل مدة علاج المريض
- تبيان الإجراءات الوقائية من الأمراض المعدية
- تشكّل موقع التواصل خيار بديلاً عن الطبيب
- الاهتمام بالنظافة الشخصية
- التوقف عن أمر من شأنه إحداث مرض أو انتشاره

- أخرى تذكر

22- هل تشارك المعلومات الصحية التوعوية مع أصدقائك في الواقع؟

نعم لا

23- هل سبق لك وأن شاركت فيديو أو دردشة جعلتك تعرض عن سلوك غير صحي؟

نعم لا

24- هل ساهمت مشاركتك للمضامين الصحية مع غير المستخدمين في زيادة إدراكهم لخطورة الأمراض والأوبئة؟



نعم لا

الملحق رقم (2): تحكيم الاستبيان

الإمضاء	جامعة الانتساب	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
	جامعة بجبل	أستاذ مساعد 1 -	د. حورية بولعود
	جامعة بجبل	أستاذ محاضر ب	د. قرينة سامية
	جامعة بجبل	أستاذ زمر	أ. بحره عماد

الملحق رقم (3): مثال عن منشور توعوي عبر منصة الفيسبوك




1001 | Santé  

#الموت_النفسي

او كما نسميه بمتلازمة الإنزلاق...ظاهرة جديدة..حالة نفسية مرضية
_فيما نشرته مجلة الفرضيات الطبية medical hypothèses : الموت النفسي
حقيقة واقعية..إنه ليس إنتحارا..كما انه ليس إكتئابا..وإنما هو فعل التخلي عن
الحياة واختيار الموت بعد أيام عدة من الوضع الصادم..وهي حالة حقيقة
وترتبط غالبا بصدمة نفسية قاسية
#يتبع (التعريف..المراحل..العلاج)
#الاخصائية kawther_Bounif

   234

35 commentaires

 J'aime

 Commenter

Afficher 16 autres commentaires

Tous les commentaires ▼



Oumeima Mehalaine

تمثلني و بشدة ، التخلي عن الحياة

J'aime · Répondre · 53 min



Váid Bgd

Vaní Llã

J'aime · Répondre · 49 min