



جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بقسم علوم الإعلام والاتصال

بجامعة تاسوست - جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مكتوبة وإلكترونية

إشراف الأستاذ:

بوفينزة بلال

إعداد الطالبين:

• صوكو حسبية

• ببح فاطمة الزهراء

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الأستاذ (ة)
رئيسا	جامعة جيجل	-
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	- أ. بوفينزة بلال
مناقشا	جامعة جيجل	-

السنة الجامعية: 2020/2019م



جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بقسم علوم الإعلام والاتصال

بجامعة تاسوست - جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مكتوبة وإلكترونية

إشراف الأستاذ:

بوفينزة بلال

إعداد الطالبين:

• صوكو حسبية

• ببح فاطمة الزهراء

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الأستاذ (ة)
رئيسا	جامعة جيجل	-
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	- أ. بوفينزة بلال
مناقشا	جامعة جيجل	-

السنة الجامعية: 2020/2019م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الشكر والتقدير

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك... ولا يطيب النهار إلا بطاعتك....
ولن تطيب اللحظات إلا بذكرك.... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك.....
ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك.

بعد أن منّ الله سبحانه وتعالى علينا بإتمام هذه الدراسة وإخراجها إلى
الحيز الوجود، فإنها لا يسعنا إلا أن نتقدم بجزيل الشكر وعظيم
الإمتنان للأستاذ المشرف " بوفينزة بلال " الذي شرفنا بقبوله الإشراف
على هذه المذكرة ودعمنا بتوجيهاته، كما نتقد بالشكر الجزيل لرئيس
قسم علوم الإعلام والاتصال الأستاذ "بوسعدية مسعود".
وإلى الأساتذة الذين أعانونا وأمدونا بالعزم والتصميم والمثابرة لإتمام
هذا العمل المتواضع الذي نرجو أن يكون إسهما جديدا في ميادين
العلم والمعرفة.

حسية + فاطمة

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى	الرقم
	شكر وتقدير	
	إهداء	
	فهرس المحتويات	
	فهرس الجداول	
	فهرس الأشكال	
أ-ب	مقدمة	
الفصل الأول : موضوع الدراسة ومنهجها		
04	تمهيد	
05	مشكلة الدراسة	1
06	فرضيات الدراسة	2
06	أهمية الدراسة	3
06	أهداف الدراسة	4
07	أسباب إختيار موضوع الدراسة	5
07	مفاهيم الدراسة	6
10	نوع الدراسة ومنهجها	7
12	أدوات جمع البيانات	8
13	مجتمع الدراسة وعينته	9
17	حدود الدراسة	10
19	الدراسات السابقة	11
24	المقاربة النظرية	12
الفصل الثاني: مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي		
31	تمهيد	
32	نشأة شبكات التواصل الاجتماعي	01
34	أنواع الشبكات الاجتماعية	02

43	خصائص وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي	03
43	خصائص شبكات التواصل الاجتماعي	1-3
44	أهمية شبكات التواصل الاجتماعي	2-3
45	تصنيفات شبكات التواصل الاجتماعي	04
46	سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي	05
47	القضايا والتحديات التي تواجه شبكات التواصل الاجتماعي	06
49	أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري	07
51	خلاصة الفصل	
الفصل الثالث: التوعية الصحية في الجزائر		
53	تمهيد	
54	لمحة تاريخية عن الصحة والتوعية الصحية	01
55	مكونات ومصادر الوعي الصحي	02
56	قياس الوعي الصحي	03
57	مجالات الوعي الصحي	04
58	أهمية وأهداف التوعية الصحية	05
58	أهمية التوعية الصحية	1-5
59	أهداف التوعية الصحية	2-5
60	وسائل وأساليب التوعية الصحية	6
60	العوامل المساعدة على نجاح أو فشل التوعية الصحية	7
62	واقع الصحة والإعلام الصحي في الجزائر	8
64	خلاصة الفصل	
الفصل الرابع: الإجراءات التطبيقية للدراسة		
66	تمهيد	
67	عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية	1

90	النتائج الميدانية للدراسة	2
92	مناقشة النتائج الميدانية للدراسة في ضوء الفرضيات	3
92	مناقشة نتائج الدراسة في ضوء المقاربة النظرية	4
94	توصيات و المقترحات	
95	خلاصة	
97	خاتمة	
99	قائمة المراجع	
105	قائمة الملاحق	
110	ملخص	

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
14	يبيّن توزيع مجتمع الدراسة حسب المستوى الدراسي	01
17	يبيّن توزيع عينات الدراسة بحسب المستوى التعليمي	02
67	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب الجنس	03
67	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	04
68	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	05
69	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	06
70	يبيّن توزيع أفراد العينة حسي النشاط الذي يزاوله	07
70	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب طبيعة النشاط	08
72	يبيّن مدة إستخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي	09
73	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب الموقع الذي يفضلون استخدامه	10
74	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب السهولة في التعامل مع بعد المواقع	11
74	يبيّن الوسائل المستخدمة من طرف الطلبة لتصفح هذه المواقع	12
75	يبيّن الأماكن التي يفضل فيها الطلبة تصفح هذه المواقع	13
76	يبيّن المدة التي يقضيها الطلبة في تصفح هذه المواقع	14
77	يبيّن الأوقات التي يفضل فيها الطلبة تصفح المواقع	15
78	يبيّن المواضيع التي تعبر عن إهتمام الطلبة من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي	16
79	يبيّن مدى استفادة الباحثين من هذه المواقع في طريقة العلاج	17
78	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب المصادر التي يتحصلون منها على عدة العلاجات والنصائح الطبية	18
81	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب نسبة الإستفادة من هذه المواقع حول التوعية الصحية	19
82	يبيّن توزيع أفراد العينة حسب تتبع النصائح والتعليمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي	20
83	يبيّن مدى أهمية هذه المواقع في عرض المواضيع الصحية	21

84	يبين توزيع أفراد العينة حسب حجم المعلومات الصحية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	22
85	يبين توزيع أفراد العينة حسب ما تنميه مواقع التواصل الاجتماعي لثقافتهم الصحية	23
86	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية المعلومات الصحية المكتسبة	24
86	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية الإستفادة بعد إكتساب المعلومات الصحية	25
87	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية الإستفادة بعد إكتساب في حياتهم اليومية	26
88	يبين إنطباعات وإقتراحات الطلبة حول مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المواضيع الصحية	27

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
67	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	1
68	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	2
69	يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	3
69	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	04
70	يبين توزيع أفراد العينة حسي النشاط الذي يزاوله	5
71	يبين توزيع أفراد العينة حسب طبيعة النشاط	6
72	يبين مدة إستخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي	7
73	يبين توزيع أفراد العينة حسب الموقع الذي يفضلون استخدامه	8
74	يبين توزيع أفراد العينة حسب السهولة في التعامل مع بعد المواقع	9
75	يبين الوسائل المستخدمة من طرف الطلبة لتصفح هذه المواقع	10
76	يبين الأماكن التي يفضل فيها الطلبة تصفح هذه المواقع	11
76	يبين المدة التي يقضيها الطلبة في تصفح هذه المواقع	12
77	يبين الأوقات التي يفضل فيها الطلبة تصفح المواقع	13
78	يبين المواضيع التي تعبر عن إهتمام الطلبة من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي	14
79	يبين مدى استفادة الباحثين من هذه المواقع في طريقة العلاج	15
81	يبين توزيع أفراد العينة حسب المصادر التي يتحصلون منها على عدة العلاجات والنصائح الطبية	16
82	يبين توزيع أفراد العينة حسب نسبة الإستفادة من هذه المواقع حول التوعية الصحية	17
83	يبين توزيع أفراد العينة حسب تتبع النصائح والتعليمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي	18
84	يبين مدى أهمية هذه المواقع في عرض المواضيع الصحية	19
85	يبين توزيع أفراد العينة حسب حجم المعلومات الصحية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	20

85	يبين توزيع أفراد العينة حسب ما تنميه مواقع التواصل الاجتماعي لثقافتهم الصحية	21
87	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية المعلومات الصحية المكتسبة	22
88	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية الإستفادة بعد إكتساب المعلومات الصحية	23
89	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية الإستفادة بعد إكتساب في حياتهم اليومية	24
90	يبين إنطباعات وإقتراحات الطلبة حول مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المواضيع الصحية	25

مقدمة

أنعم الله علينا في العصر الحاضر بوسائل التواصل الحديثة التي سهلت لنا نقل المعلومات والتواصل فيما بيننا، فقربت البعيد وقصرت المسافات فأصبحت بذلك من لوازم الحياة، يتقنها الكبير والصغير والغني والفقير حتى باتت للإنسان جليسا وأنيسا.

وأصبحت تقوم بأدوار هامة في شتى مناحي الحياة ولا يمكن الإستغناء عنها ولا العيش بدونها وأدى هذا التطور الإلكتروني إلى ظهور شبكات التواصل الإجتماعي المختلفة، وتوسعت خدماتها بسرعة كبيرة ومنحت متصفحها ومستخدميها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجال التعليم والثقافة والصحة والتنمية وغيرها.

وبما أن التوعية الصحية تؤدي دورا هاما في رفع مستوى الصحة العامة لدى الأفراد نظرا لأهميتها، فقد اعتبرها العلماء والأطباء بأنها الوسيلة الفعالة والرئيسية التي تساعد في توعية المجتمع من جهة وتحسين مستوى صحته من جهة أخرى، ويمكن أن نلاحظ أن التوعية الصحية تعتمد على وسائل الإتصال بشكل مباشر من أجل توعية الأفراد وتخليصهم من الأفكار غير السليمة، وتحريرهم من الجهل والتخلف العلم والاجتماعي، وجعل أفراد المجتمع يتميزون بمستوى عالي من الوعي والمعرفة العلمية الخاصة بالصحة من أجل عدم الوقوع في المشاكل الصحية والأمراض.

كما تساهم في إيقاظ الهمم وبث الوعي والإرشاد الصحي بين أفراد المجتمع وذلك إنطلاقا من المبدأ القائل "الحمية رأس كل دواء".

ومنه سنعي من خلال دراستنا هذه إلى تقسيم عناصر خطتنا إلى ثلاث جوانب:

أولا: الجانب المنهجي: الذي يتضمن مشكلة الدراسة وفرضياتها، ثم أهمية الدراسة وأهدافها، إضافة إلى تحديد أسباب إختيار الموضوع ومفاهيم الدراسة وصولا إلى نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات ومجتمع الدراسة وعينته، وأخيرا حدود الدراسة، وتحديد حدود الدراسات السابقة والمقاربة النظرية وصولا إلى الجانب النظري الذي تناولنا فيه فصلين.

الفصل الأول: يتمثل في شبكات التواصل الإجتماعي من حيث النشأة والأنواع والخصائص والأهمية، مع تحديد تصنيفاتها وسلبياتها بالإضافة إلى القضايا والتحديات وأثر هذه المواقع على المجتمع الجزائري.

أما الفصل الثاني فقد تمثل في التوعية الصحية من خلال إعطاء لمحة تاريخية عنها وذكر مكوناتها ومصادرها وقياسها، ثم مجالاتها وأهميتها وأهدافها بالإضافة إلى تحديد أهم وسائل وأساليب التوعية الصحية والعوامل المساعدة على نجاحها أو فشلها مع واقعها في الجزائر.

ثالثا: الجانب التطبيقي: الذي قمنا فيه بعرض وتحليل وتفسير البيانات الدراسة الميدانية وعرض نتائجها وصولا إلى نتائج الدراسة في ضوء مناقشة الفرضيات، بالإضافة إلى مناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية للدراسة مع إعطاء بعض التوصيات والإقتراحات.

وأخيرا خاتمة وقائمة المصادر والمراجع بالإضافة إلى الملاحق والجداول والأشكال.

الفصل الأول: موضوع الدراسة ومنهجها

تمهيد

- 1- مشكلة الدراسة
- 2- فرضيات الدراسة
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- 6- مفاهيم الدراسة
- 7- نوع الدراسة ومنهجها
- 8- أدوات جمع البيانات
- 9- مجتمع الدراسة وعينته
- 10- حدود الدراسة
- 11- الدراسات السابقة
- 12- المقاربة النظرية

تمهيد:

عند تصميم أي بحث علمي لا بد من تحديد الإطار المنهجي للدراسة من قبل الباحث بشكل جيد ودقيق والذي يعد بمثابة خطة منظمة أو مجموعة من المعايير الواضحة والمعروفة لما ينبغي على الباحث القيام بها وذلك من خلال طرح التساؤلات المتعلقة بموضوع الدراسة والتعرف على أهميته مع توظيف الدراسات السابقة التي تساعد الباحث في الوصول إلى النتائج مع تحديد المفاهيم وتحديد الإجراءات المنهجية للدراسة وتحديد مجتمعها ومنهجها وأدوات جمع البيانات المعتمدة فيها ومقارنتها النظرية.

1- مشكلة الدراسة

1-1- الإشكالية:

شهد العالم في النصف الثاني من القرن العشرين ثورة تكنولوجية هائلة في مجال الاتصال تمثلت في شبكة الإنترنت والتي شكل ظهورها حدثا علميا، أثر في حياة المجتمعات العصرية بحيث قربت المسافات بين الشعوب وألغت الحدود وزاوجت بين الثقافات وفسحت المجال للأفراد بالتفاعل والتواصل وتبادل الأفكار والمعلومات من خلال تطبيقاتها ومواقعها المختلفة ولعل أهمها وأسرعها انتشارا في وقتنا الحالي شبكات التواصل الاجتماعي والتي يشترك عبرها ملايين من الناس كل حسب اهتماماته وميولاته.

وتعتبر هذه الأخيرة من بين أهم المواقع التي تضمن التواصل الدائم بين الأفراد وتساهم في ترقية الفكر الإنساني من خلال الاستخدام الأمثل لها وتمثل عاملا مهما في نشر المعلومات العامة والمتخصصة وتبادل الأفكار بين الأفراد والتأثير بلا قيود ولا رقابة، حيث أصبحت لها صدى واسع ومساحة انتشار كبيرة عبر الفضاء الإلكتروني من خلال ما ينشر عبرها من موضوعا ومقالات في مختلف المجالات السياسية، الدينية، الترفيهية الاجتماعية والصحية.

وبما أن الصحة هي أساس حياة الفرد والمجتمع فهي مطلب إنساني واجتماعي نسعى جميعا للحفاظ عليها فهي تعد من بين الأهداف الرئيسية التي تسعى المجتمعات لتحقيقها في سبيل توفير تنمية اجتماعية شاملة بشتى الطرق والوسائل الإعلامية وأهميتها البالغة في عصرنا الحالي، والتي أولت اهتماما بالغا في نشر المضامين المتعلقة بالجانب الصحي لإرشاد الأفراد وتوعيتهم وذلك انطلاقا من مبدأ الوقاية خير من العلاج.

فالوعي الصحي مهم في حياة الفرد والجماعة من خلال إلمام الناس بالمعلومات والحقائق وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، فالأفراد يهتمون بالبحث عن المعلومات الصحية عبر كافة الوسائل المتاحة من أجل إيجاد الحلول الوقائية في مختلف بلدان العالم، إذ تعتبر الجزائر من بين المجتمعات التي يسعى أفرادها إلى التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعد في تفسير الظواهر الصحية، وتجعله قادرا على البحث عن أسباب الأمراض وعملها بما يمكنه من تجنبها والوقاية منها، الأمر الذي دفعنا إلى معالجة هذا الموضوع من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي في الجزائر؟

وللإجابة على هذا التساؤل الرئيسي قمنا بطرح جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري؟
- 2- هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق التوعية الصحية بالجزائر؟
- 3- هل لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي تأثير على المجتمع الجزائري؟

2- فرضيات الدراسة:

إن أي بحث علمي يجب أن يتضمن إجابات تخمينية عن التساؤلات المطروحة وتتمثل هذه الإجابات في الفرضية التي من خلالها يتأكد الباحث من مدى صحتها في نهاية بحثه باعتبارها إجابات مؤقتة وتنحصر فيما يلي:

- 1- يستخدم الأفراد شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات صحية.
- 2- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التوعية الصحية بالجزائر.
- 3- كلما زاد إقبال الأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي كلما زاد وعيهم الصحي.

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها من البحوث التي تعنى بموضوعات العصر وزيادة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية، إذ تنبع دراسة هذا الموضوع من أهمية التوعية الصحية للأفراد واعتمادهم بشكل كبير عليها في الحصول على المعلومات والإستفادة من النتائج التي يمكن أن تكشفها الدراسة لإفادة المصادر المعنية بالتوعية الصحية في هذا المجال.

4- أهداف الدراسة:

تكمن أهداف دراستنا فيما يلي:

- محاولة التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية.
- معرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الفرد في اكتساب وزيادة وعيه الصحي.

- التعمق الأكثر في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي ومدى فائدتها للأفراد في التوعية الصحية.

5- أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لموضوع دور شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية الصحية ليس مجرد صدفة وإنما من خلال أسباب ذاتية وموضوعية نذكر منها:

أ- الأسباب الذاتية:

- رغبتنا واهتمامنا بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية الصحية.
- التعرف على مختلف الموضوعات التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي.
- معرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد في المجال الصحي.

ب- الأسباب الموضوعية:

- إنتشار شبكات التواصل الاجتماعي وكثرة استخدامها في مختلف المجالات.
- أهمية موضوع الوعي الصحي.
- محاولة معرفة مدى تجاوب الأفراد مع شبكات التواصل الاجتماعي والاستفادة منها في التوعية الصحية.

6- مفاهيم الدراسة:

كل بحث علمي يعتمد على مجموعة من المفاهيم والمصطلحات التي لا بد من تحديدها في بداية البحث حتى يزول الغموض المحيط بالمفهوم وحتى يتجنب فهم المصطلح الواحد بأكثر من مفهوم حتى تفتح معالم البحث، ومن هنا تعتمد دراستنا على مفاهيم أساسية سنحاول عرضها فيما يلي:

6-1- تعريف الدور:

- لغة: عرفه قاموس العرب على أنه: "دار الشيء يدور دورا، وأداره واستدار وأنا أدريته، وأداره غيره ودور به ودورت به وأدرت واستدرت، وداوره ومداورة دار معه".¹

1- علي بن هادية وآخرون: القاموس الجديد للطلاب، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1999، ص21.

- اصطلاحاً:

تعريف بيدل: "بمثل الدور تلك الممارسات السلوكية المميزة لواحد أو أكثر من شخص في إطار معين".¹

بتعريف آخر: "هو مجموعة من أنماط السلوك المتوقع من الشخص الذي يشغل مكانة معينة في نسق اجتماعي".²

- إجرائياً:

يقصد بالدور في هذه الدراسة مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي من أجل زيادة الوعي الصحي للأفراد واكتساب معلومات صحية سليمة.

6-2- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

يطلق مصطلح الشبكات الاجتماعية على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت.

عرّفها 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 قوائم أيضاً للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام.³

وتعرّف مجموعة ويب أو بيديا الشبكات الاجتماعية بأنها: عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية معروضة ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية.⁴

وبتعريف آخر: هي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم Myspace، Face book.⁵

1- سناء محمد الجبور: الإعلام البيئي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط3، 2013، ص15.

2- عثمان عمر بن العاص: مفاهيم أساسية في علم الاجتماع والعمل الاجتماعي، ليبيا، منشورات جامعة فاز تونس، 2002، ص235.

3- حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص82.

4- جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص128.

5- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص200.

- إجرائيا:

هي عبارة عن مواقع إلكترونية مرتبطة بشبكة الإنترنت تساهم في بناء الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي، وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم.

6-3- مفهوم الانترنت:

- لغة: مسمى الأنترنت Internet مشتقة من شبكة المعلومات الدولية التي يطلق عليها في اللغة الإنجليزية International Network كما يطلق على الإنترنت في اللغة الإنجليزية عدة مسميات منها The Net والشبكة العالمية Work Net والشبكة العنكبوتية The Web أو الطريق الإلكتروني السريع Electronic Super highway.¹

- إصطلاحا: الأنترنت شبكة اتصال جماهيرية ضخمة جدا وغير مركزية وترتبط مجموعة كبيرة من شبكات الحاسب الآلي المنتشرة في أنحاء العالم حيث تتبع كل شبكة جهة مستقلة مثل الجامعات ومراكز البحوث والشركات وتميز الشبكة بعدم وجود جهة مركزية تديرها أو تحكمها، كما تتميز بسرعتها الفائقة وإتاحتها لقدر كبير من الحرية والتفاعلية ينتقل عبرها كم من معلوماتي هائل تتداول عبر الشبكة من خلال خاصية التحميل والتنزيل المتاحة لكل أفراد المجتمع الاتصالي عبر هذه الوسيلة.²

وبتعريف آخر: الأنترنت هي شبكة حواسيب ضخمة متصلة مع بعضها البعض لتبادل المعلومات العالمية السريعة في شتى المجالات الحياتية، العلمية، الطبية، الثقافية، الاجتماعية، والإعلامية والترفيهية، وتعتبر شبكة الإنترنت أداة لربط العالم ببعضه البعض مما يجعله قرية صغيرة، نستطيع من خلالها التعرف على حضارات وعادات وعلوم العالم.³

- إجرائيا: هي عبارة عن شبكات عالمية مرتبطة بأجهزة الكمبيوتر إذ يستطيع المستخدم أن يرسل ما يشاء من معلومات ويستقبل ما يريد في شتى المجالات.

1- لمياء صابر، محمد غزالي: دراسات في الإعلام الجديد، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2016، ص32.

2- فيصل أبو عشية: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص39.

3- عبد الرزاق الدليمي: الإعلام في ظل التطورات العالمية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص46.

6-4- تعريف الوعي الصحي:

- لغة: وعي: الوعي: حفظ قلب الشيء، وعى الشيء والحديث يعيه وعيا وأوعاه، حفظه وفهمه وقبله فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم.¹

- اصطلاحاً: هو النشاط الذي يطلع به الإنسان من أجل إكساب المجتمع والأفراد فكر ووعي إزاء موضوع أو قضية معينة، وهو يهدف بالدرجة الأولى إلى التوجيه والإرشاد للتزود بالمعرفة واكتساب الخبرة.²

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

7- نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية الشائعة الاستخدام في بحوث الإعلام والاتصال، وهذا ما يستلزم منا استخدام المنهج الوصفي، وقبل التطرق إلى المنهج المستخدم يجب أولاً أن نتوجه إلى مفهوم المنهج: "هو مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف".³

ويعرف أيضاً بأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج علمية وموضوعية.⁴

ويعرّف المنهج الوصفي على أنه: وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها ويتم ذلك وفق حملة بحثية وذلك من خلال تجميع البيانات وتحليلها.⁵

1- ابن منظور: أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم إبن منظور الإفريقي المصري: لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، المجلد (8)، 15، ط1، ص200.

2- مي العبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار الفكر العربية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص124.

3- منذر ضامن: أساسيات البحث العلمي، دار الميسرة، الأردن، 2007، ص160.

4- جمال زكي: أسس البحث الاجتماعي، دار الفكر العربي، ط2، 1996، ص10.

5- دوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط14، دار الفكر العربي ناشرون وموزعون، عمان، 2011، ص139.

أو هو عبارة عن وصف دقيق ومنظم وأسلوب تحليلي للظاهرة أو المشكلة المراد بحثها من خلال منهجية علمية للحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية وحيادية بما يحقق أهداف البحث وفرضياته.¹

إن هدف المنهج الوصفي هو تنظيم المعلومات ومساعدة الباحث على الوصول إلى استنتاجات وتصميمات تساعد في تطوير الواقع الذي ندرسه، فالأسلوب الوصفي لا يهدف إلى وصف الظواهر أو وصف الواقع كما هو، بل يسعى إلى الوصول إلى استنتاجات وتصميمات تساهم في فهم الواقع وتطويره وذلك من خلال:

- ✓ جمع معلومات حقيقية ومفصلة لظاهرة موجودة فعلا في مجتمع معين.
- ✓ تحديد المشاكل الموجودة فعلا أو توضيح بعض الظواهر.
- ✓ تحديد ما يفعله الأفراد في مشكلة ما أو الاستفادة من آرائهم وخبراتهم في وضع تصورات وخطط مستقبلية واتخاذ قرارات صائبة وفي مشاكل ذات طبيعة متشابهة.
- ✓ إيجاد العلاقة بين الظواهر المختلفة.²

ويتميز البحث الوصفي بمجموعة من الخصائص نذكرها:

- أنه يقدم معلومات وحقائق عن واقع الظاهرة الحالية.
- يوضح العلاقة بين الأسباب والنتائج.
- يقدم تفسير للظواهر والعوامل التي تؤثر فيها مما يساعد على فهم الظاهرة نفسها.
- يعتبر الأسلوب الأكثر شيوعا واستخداما في العلوم الإنسانية.³

1- عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم الإعلامية والإنسانية، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، دت، ص86.

2- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2007، ص139.

3- المرجع نفسه، ص144.

8- أدوات جمع البيانات:

أ- أداة جمع البيانات:

لقد تم الاستعانة في جمع البيانات على استمارة الاستبيان والذي يعرف على أنه:

" أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، وهو مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعاته للموضوع والإجابة تكون حسب توقعات الباحث التي صاغها في استفسارات محددة".¹

ويعرف أيضا على أنه: مجموعة من الأسئلة التي تعد بقصد الوصول إلى المعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، ويعد الإستبيان من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات خاصة في العلوم الإجتماعية التي تتطلب الحصول على المعلومات أو التصورات آراء الأفراد.²

وعليه فقد إشتملت دراستنا على 25 سؤالاً موجه للمبحوثين و المبحوثات، وكانت الأسئلة متنوعة منها المفتوحة والمغلقة، وكان هذا التنوع في الأسئلة لتفادي بعض السلبيات في الإستمارة خاصة الأسئلة المفتوحة.

وقد تضمنت إستمارة الدراسة على 4 محاور، احتوى على 25 سؤالاً وهذه المحاور هي:

- المحور الأول: محور البيانات الشخصية ويضم ستة أسئلة.
- المحور الثاني: محور عادات وأنماط وأنماط تصفح مواقع التواصل الإجتماعي لأغراض معلوماتية والذي يضم ستة أسئلة.
- المحور الثالث: محور مواضيع التوعية الصحية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والذي يضم سبعة أسئلة.
- المحور الرابع: محور مواقع التواصل الإجتماعي ومساهمتها في نشر الوعي الصحي لدى الأفراد والذي يضم خمس أسئلة.

وقد انطلقت دراستنا الميدانية في شهر سبتمبر مع توزيع الإستمارة على مجموعة من الطلبة وتحليلها.

1- مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان، ط1، 2000، ص55.

2- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص63.

ووزعت الإستمارة في جامعة محمد الصديق بن يحي تاسوست جيغل على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال قدرها 44 مفردة.

9- مجتمع الدراسة وعينته

أ- مجتمع البحث:

إن مجتمع البحث يشتمل على مضامين مرئية أو مسموعة أو مقروءة، وبالتالي فإن مجتمع البحث عادة يتكون من مادة الإتصال، والتي تشتمل عليها الصف أو المجالات أو الخطب أو الوثائق، أو الشخصيات كالزعماء والسياسيين، أو البرامج التلفزيونية والإذاعية فمن الضروري تحديد طبيعة المجتمع ونوعه وفقا لإطار الزمن أو المجال أو بشكل دقيق لا يقبل النقد أو التشكيك.

والمقصود به كل العناصر المراد دراستها وسحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه اسم العينة Sample والعملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها اسم المعاينة Sampling.¹

كما يعرف كذلك على أنه جمع المفردات التي تكون في إطار البحث المراد دراسته وهو جميع الأشخاص المكونين للدراسة.²

ومجتمع البحث في دراستنا المتمثلة في دور شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر هو طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست جيغل ، والذي يتميز بالخصائص التالية:

- حجم هذا المجتمع هو 882 مفردة من الطلبة.
- مجتمع غير متجانس لأنه يتكون من طلبة جامعيين من مختلف المستويات والتخصصات.
- مجتمع متكون من الجنسين الذكور والإناث.
- معظم مفردات هذا المجتمع شباب يتراوح سنهم ما بين 21 و30 سنة.
- سهولة الوصول إلى مفردات هذا المجتمع.
- كل مفردات هذا المجتمع تحقق أهداف الدراسة.

¹ - منذر ضامن : أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة، الأردن، 2007، ص160.

² - أحمد عارف العساف، محمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الإجتماعية والإدارية (مفاهيم وأدوات)، دار الصفاء، عمان، 2011، ص221.

- مجتمع يتكون من طلبة مقيمين داخل الإقامات الجامعية وطلبة خارجيون.
- مجتمع معظم أفراد يمتلكون هواتف ذكية ولديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي.
- مجتمع يمثل الطبقة المثقفة.

ويتوزع عدد أفراد مجتمع الدراسة حسب السنة الدراسية أو المستوى الدراسي على الشكل التالي:

الجدول رقم (01): توزيع مجتمع الدراسة حسب المستوى الدراسي.

المستوى الدراسي	عدد الطلبة	الذكور	الإناث
السنة الثانية إعلام وإتصال	313	54	259
السنة الثالثة إعلام	291	48	243
السنة الأولى ماستر صحافة مطبوعة وإلكترونية	68	16	52
السنة الثانية صحافة مطبوعة وإلكترونية	72	08	64
السنة الأولى ماستر سمعي بصري	69	11	58
السنة الثانية ماستر سمعي بصري	69	08	61
المجموع	882	145	737

المصدر: من إعداد الطالبتين

ب- عينة الدراسة:

يعتبر إختيار العينة لدى الباحث من الخطوات والمراحل المهمة للبحث، ولا شك أن الباحث يفكر في عينة البحث منذ أن بدأ في تحديد مشكلة البحث وأهدافه لأن طبيعة البحث وفروضه وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدواته مثل العينة والإستبيان والإختيارات اللازمة.

حيث تعرف العينة على أنها: جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها البحث بأساليب مختلفة وتضم عدد من الأفراد من المجتمع الأصلي.¹

¹ - إبراهيم عبد العزيز الدعليج : مناهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص91.

وقد إعتمدنا في دراستنا على العينة الطبقية: وهي العينة التي يتم فيها تقسيم المجتمع الأصلي إلى شرائح وطبقات، حيث أنه بدلا من تحديد حجم العينة على أساس متساوي من كل طبقة، يتم تحديد حجم الطبقات بدقة وينسب متساوية.

وتعرف الطبقية على أنها إحدى أنواع العينات الإحصائية تعتمد على تقسيم المجتمع إلى طبقات **Stratified** مختلفة فيما بينها من حيث الخاصة التي نريد أن نقسمها والغرض هو الوصول إلى مستوى تجانس الوحدات داخل الطبقة الواحدة أكثر ما يمكن، وبهذا يجعل التباين داخل كل طبقة أقل من التباينات الموجودة بين الطبقات.¹

وهذا راجع لكون المجتمع غير متجانس ومقسم إلى طبقات وهذه الطبقات تختلف مفرداتها من خلال مجموعة من الخصائص كالسن، الجنس، المستوى التعليمي...إلخ.

أما حجم العينة الخاصة بهذه الدراسة فكانت 44 مفردة وذلك لكون حجم مجتمع الدراسة يتكون من 882 مفردة، ونحن أخذنا ما نسبته 5% من حجم المجتمع الكلي وهذا راجع للظروف الصحية التي تعيشها الجامعات العالمية بصفة عامة، والجامعات الجزائرية بصفة خاصة، وهذا ما دفعنا إلى إختيار عينة قدرها 44 مفردة وقد تم توزيعها بشتى الطرق إلكترونيا وورقيا، وقد تم إختيار العينة وفق الطريقة التالية:

حجم العينة هو 44 مفردة

وقد إعتمدنا على هذه العينة للأسباب التالية:

- لأنها تخدم أهداف الدراسة.
- التركيز على المفردات التي تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي.
- التركيز على المفردات التي تهتم بالمواضيع الصحية.

¹ - محمد عبد العال النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص85.

وقد تم إستخراج مفردات العينة الخاصة بكل فئة من فئات المجتمع المراد دراسته بإتباع مجموعة من الخطوات الأساسية الآتية:

- فئة طلبة السنة الثانية إعلام وإتصال: والذي يقدر عددهم بـ 313 حيث قمنا بأخذ عدد من المفردات كما يلي:

$$\frac{44 \times 313}{882} = 16 \text{ مفردة: السنة الثانية إعلام وإتصال}$$

- فئة طلبة السنة الثالثة إعلام: الذي يقدر عددهم بـ 291 حيث قمنا بأخذ عدد من المفردات كما يلي:

$$\frac{44 \times 291}{882} = 15 \text{ مفردة: السنة الثالثة إعلام}$$

- فئة طلبة السنة الأولى ماستر صحافة مطبوعة وإلكترونية والذي يقدر عددهم بـ 68 حيث قمنا بأخذ عدد من المفردات كما يلي:

$$\frac{44 \times 68}{882} = 3 \text{ مفردة: السنة الأولى ماستر صحافة مطبوعة وإلكترونية}$$

- فئة طلبة السنة الثانية ماستر صحافة مطبوعة وإلكترونية والذي يقدر عددهم بـ 72 حيث قمنا بأخذ عدد من المفردات كما يلي:

$$\frac{44 \times 72}{882} = 4 \text{ مفردة: السنة الثانية ماستر صحافة مطبوعة وإلكترونية}$$

- فئة طلبة السنة أولى ماستر سمعي بصري والذي يقدر عددهم بـ 69 حيث قمنا بأخذ عدد من المفردات كما يلي:

$$\frac{44 \times 69}{882} = 3 \text{ مفردة: السنة الأولى ماستر سمعي بصري}$$

- فئة طلبة السنة الثانية ماستر سمعي بصري والذي يقدر عددهم بـ 69 حيث قمنا بأخذ عدد من المفردات كما يلي:

$$\frac{44 \times 69}{882} = 3 \text{ مفردة: السنة الثانية ماستر سمعي بصري}$$

وقد تمّ اختيار مفردات كل فئة بطريقة قصدية كما خلصنا إلى توزيع عينات الدراسة بحسب المستوى في الجدول التالي:

الجدول رقم 02: توزيع عينات الدراسة بحسب المستوى الدراسي

حجم العينة	النسبة	عدد الطلبة	الفئة
16	%5	313	السنة الثانية إعلام وإتصال
15	%5	291	السنة الثالثة إعلام
3	%5	68	السنة الأولى ماستر صحافة مطبوعة وإلكترونية
4	%5	72	السنة الثانية صحافة مطبوعة وإلكترونية
3	%5	69	السنة الأولى ماستر سمعي بصري
3	%5	69	السنة الثانية ماستر سمعي بصري
44	%5	882	المجموع

المصدر: إعداد الطالبين

10- حدود الدراسة

إن المجال يشير إلى المكان أو المنطقة الجغرافية والمجتمع وعلاقتهم بالبحث والزمن الذي يوجد به هؤلاء الناس المتواجدين بيئة محددة تجمعهم معاملات وعلاقات تشكل حياتهم الإجتماعية ويمكن تقسيمها إلى:

أ- المجال المكاني:

ويقصد به المكان أو الحيز الذي أجريت فيه الدراسة والمتمثل في جامعة محمد الصديق بن يحي "قطب تاسوست" الواقعة ببلدية الأمير عبد القادر على الشريط الساحلي تاسوست، يحدها من الناحية الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست، ومن الجهة الغربية ملبنة إيجيلي، ومن الناحية الشمالية الطريق الوطني رقم 43 الرابط بين ولاية جيجل وقسنطينة، ومن الجهة الجنوبية الطريق الرابط بين تاسوست ومدينة جيجل بها أربع كليات:

- كلية الأدب واللغات
- كلية الحقوق والعلوم السياسية
- كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

- كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

ب- المجال البشري:

ونقصد به في هذه الدراسة الأفراد اللذين سيتم إجراء الدراسة عليهم وهم الطلبة الجامعيين في جامعة تاسوست جيغل سواء كان ذكورا أو إناث واللذين يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي.

ج- المجال الزمني:

ويتمثل في الفترة الزمنية التي قمنا فيها بإجراء دراستنا وقد بدأت دراستنا من شهر ديسمبر 2019 إلى غاية شهر أكتوبر 2020، وجاء تقسيم المجال الزمني وفقا لما إستغرقته كل مرحلة من مراحل الدراسة إلى ما يلي:

المرحلة الأولى: وهذه المرحلة خاصة بالإطار المنهجي للدراسة، واستمر البحث فيها من الفترة الممتدة ديسمبر 2019 إلى غاية أواخر شهر فيفري 2020، فقد قمنا بصياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها والبحث على أهم المصادر والمراجع وكذا المقالات العلمية والأطروحات المتعلقة بموضوع بحثنا، واستغرقتنا في إنجاز هذه العناصر إلى غاية بداية شهر جانفي 2020، أما عناصر الإطار المنهجي المتبقية والمتمثلة في أسباب وأهمية الدراسة وأهدافها، تحديد مفاهيم الدراسة، نوع الدراسة ومنهجها، أدوات جمع البيانات، مجتمع الدراسة وعينته، فقد استغرقتنا في ضبطها مدة شهر جانفي 2020 إلى أواخر فيفري 2020 أما الدراسات السابقة والمقاربة النظرية قمنا بإتمامها في مدة أسبوعين، وبهذا تنتهي المرحلة الأولى في الأسبوع الأول من شهر مارس 2020.

كما تعذر علينا القيام بعدها بإتمام بحثنا بفعل فرض إجراءات الحجر الصحي، بسبب جائحة كورونا (كوفيد 19) وما تبعه من غلق أبواب الجامعات والمكتبات.

المرحلة الثانية: وهذه المرحلة خصصت للجانب النظري الذي يتضمن فصلين الفصل الأول بعنوان مدخل إلى شبكات التواصل الإجتماعي والفصل الثاني بعنوان التوعية الصحية في الجزائر.

وقد استغرقتنا مدة شهر لإتمام هذا الجانب وهذا إبتداء من الأسبوع الأول من شهر جويلية إلى غاية الأسبوع الأخير من شهر أوت 2020.

المرحلة الثالثة: وهذه المرحلة خاصة بالفصل الرابع الذي جاء بعنوان الإجراءات التطبيقية للدراسة، والذي قمنا فيه بالدراسة الميدانية على عينة من الطلبة من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والذي استغرقنا في إنجازه من الفترة الممتدة من شهر سبتمبر حيث قمنا فيه بتوزيع إستمارة الإستبيان على الطلبة إلى غاية الأسبوع الأخير من هذا الشهر وصولاً إلى تفرغ إستمارة الإستبيان وعرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية.

المرحلة الرابعة: وهي المرحلة النهائية والتي استغرقت أسبوعين من بداية شهر أكتوبر، حيث خصصت للقيام بتصحيح الدراسة ومراجعتها وإتمامها في شكلها النهائي.

11- الدراسات السابقة:

إن الدراسات أ البحوث العلمية كلها مبنية على دراسات سابقة أو مشاهدة فلا يمكن لأي باحث ن ينكر دور هذه الدراسات وأهميتها، وكذلك الخدمة التي تقدمها سواء كانت تحليلية أو ميدانية وقد اعتمدنا على بعض الدراسات المشاهدة نظراً لقلّة الدراسات في هذا المجال الصحي، إلا أنها تشترك في بعض العناصر كالمنهج المستخدم والأداة وقد قمنا بالاعتماد على دراسات جزائرية وأخرى عربية وهي مرتبة كالتالي:

1- الدراسات العربية:

-الدراسة الأولى: بعنوان "مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق الوعي الصحي" من إعداد الطالبة "وفاء سعود العوام"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير بجامعة الإمام بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام بالمملكة العربية السعودية، عام 2008.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق المعرفة الصحية والتعرف على الوسائل الإعلامية الوصفية، واستخدمت الباحثة أداة الاستبيان للحصول على المعلومات والبيانات وطبقت هذه الدراسة على عينة بلغت (400) طالب وطالبة، وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن أفراد العينة يتابعون وسائل الإعلام بشكل عام إلا أن التلفاز يأتي في مقدمة وسائل الإعلام الأكثر استخداماً.
- اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام في الحصول على معلومات صحية.
- الانترنت الوسيلة الأكثر استخداماً في الحصول على المعلومات الصحية.

- الدراسة الثانية: دراسة مصعب عبد السلام المعايلة بعنوان "دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي" دراسة في برنامج "صحتك بالدنيا"، وهي أطروحة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب والعلوم، تخصص الصحافة والإعلام، جامعة البتراء، 2014/2013.

تمحورت إشكالية الدراسة حول ما دور برنامج "صحتك بالدنيا" الذي يبث على التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي، ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

✓ ما مدى متابعة الجمهور الأردني لبرنامج صحتك بالدنيا لغايات التثقيف الصحي؟

✓ ما درجة الثقة ومستوى المصدقية للمعلومات الصحية التي تطرح في البرنامج حسب رأي الجمهور؟

كما تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على متابعة الجمهور لبرنامج "صحتك بالدنيا" لغايات التثقيف الصحي، وقياس درجة الثقة ومستوى المصدقية للمعلومات الصحية التي تطرح في البرنامج برأي الجمهور.

حيث قام الباحث باستخدام العينة العشوائية لاختيار أفراد العينة، فقد تم توزيع 463 استبانة على عينة الدراسة، وقد استعان الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول وصف دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي (دراسة في برنامج صحتك بالدنيا)، ويسعى من خلاله تفسير وتقييم النتائج ومن بين أهم النتائج التي توصل إليها الباحث هي:

✓ اتضح أن (46.72%) من عينة الدراسة يتابع برنامج صحتك بالدنيا لغايات التثقيف الصحي، ويرر الباحث هذه النسبة لأن الجمهور يتابعون البرنامج لغايات التثقيف الصحي، والبرنامج يناقش قضايا صحية لدى المجتمع الأردني.

✓ اتضح أن (73.38%) من عينة الدراسة يثقون مستوى مصداقية المعلومات الصحية التي تطرح في برنامج صحتك بالدنيا، وهذا يعود من وجهة نظر الباحث إلى البرنامج، يستضيفون خبراء على درجة عالية من الخبرة والكفاءة المهنية.

2- الدراسات الجزئية:

- الدراسة الأولى: دراسة شعباني مالك حول "الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي"، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة، قدمت هذه الدراسة للحصول على شهادة الدكتوراه

علوم في علم الاجتماع والتنمية والديموغرافيا بجامعة منتوري قسنطينة خلال الموسم الجامعي 2005-2006.

- تمحورت إشكالية الدراسة حول طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما دور إذاعتنا سيرتا (FM) والزيان المحليتين في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين؟ وأي منها لها الدور الأكبر في ذلك؟

اعتمدت الدراسة على الفرضيات التالية:

- ✓ تولي الإذاعة المحلية سيرتا والزيان أهمية معتبرة للمواضيع الصحية.
- ✓ تقدم الإذاعة المحلية سيرتا والزيان برامج صحية شاملة لمختلف الأمراض وتتضمن نصائح وإرشادات وقائية وعلاجية لمستمعيها.
- ✓ تساهم الإذاعة المحلية سيرتا والزيان في تكوين دور هام في التأثير على سلوك مستمعيها لتشكيل الوعي الصحي.

وقد اعتمدت الدراسة على مناهج عدة منها:

***منهج المسح الاجتماعي:** وذلك للوقوف على حيثيات الظاهرة وأيضاً بهدف تقرير واقع معين لمجتمع أو جماعة أو نظام محدد في فترة زمنية محددة بوقت إجراء الدراسة.

***المنهج الإحصائي:** الاعتماد على التكميم للبيانات بحيث يجعلها أكثر دقة ووضوحاً واقترباً من الواقع واعتمدهم أيضاً على المنهج المقارن.

أما فيما يخص الأدوات المستعملة في جمع البيانات فقد استخدمت المقابلة والاستبيان، كما اعتمد على عينة قصدية مكونة من 100 طالب.

من النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- نسبة الاستماع للإذاعة المحلية الزيان بسكرة تفوق نظيرتها سيرتا بقسنطينة.
- إن نسبة رضا الباحثين عن البرامج المقدمة في إذاعة سيرتا أكبر من نظيرتها بالزيان، بينما وقت بث البرامج الصحية على الخصوص المقدمة بالإذاعتين مناسب ويغلب عليها الطابع الوقائي لكل الحجم الساعي لهذه الحصة صغير كاف ومستوى أداء الطاقم الإذاعي متوسط.

➤ إن نسبة الاستماع للبرامج الصحية بإذاعة الزيبان أكبر منها بإذاعة سيرتا وقد أرجعوا سبب ذلك إلى اتساع مجال الاستفادة ، وكما أن اللغة المستخدمة لطرح المواضيع الصحية عامية ومفهومة.

- **الدراسة الثانية:** دراسة بشير مصطفى حول "دور الحملات الإعلانية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي ، دراسة وصفية ميدانية لعينة من الطلبة بجامعة تبسة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ل م د دفعة 2016.

تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى الدور العام الذي تلعبه الحملات الإعلانية في نشر الوعي الصحي، وقد تم الإعتماد على التساؤلات التالية:

- ما دور الحملات الإعلانية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب بجامعة تبسة؟
- ما دوافع الطالب للإقبال على الحملات الإعلانية؟
- هل تساهم الحملات الإعلانية من رفع المستوى الصحي لدى الطالب الجامعي؟

وللإجابة على هذه التساؤلات اعتمد الباحث على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، وتمثلت أداة جمع البيانات في استمارة الاستبيان من خلال العينة الحصصية المتساوية متكونة من 60 طالب، أما الأهداف لهذه الدراسة تمثلت في أهداف علمية والمتمثلة في معرفة دوافع الطالب الجامعي على الإقبال على الحملات الإعلانية.

- معرفة مدى مساهمة الحملات الإعلانية في رفع مستوى الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي.
- أما الأهداف العلمية فتمثلت في محاولة التحكم في كيفية القيام ببحوث إعلامية واجتماعية ميدانية.
- تطبيق التقنيات والأفكار المنجية التي كانت محل الدراسة وتوصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ أكثر الفئات مشاهدة للحملات الإعلانية كانت مساءً بنسبة 68.33% وهو دورة المشاهدة عند أغلب الأفراد.

✓ أكثر الأشخاص الذين تتم معهم المشاهدة هم أفراد الأسرة بنسبة 55% وأكثر الأماكن التي يتم فيها مشاهدة الحملات الإعلانية من قبل الطلبة هو المنزل بنسبة 85% وأكثر الوسائل استخداماً هو التلفاز بنسبة 78%.

✓ أكثر الحاجات التي يليها الطالب من الحملات الإعلانية هي الزيادة في الرصيد الثقافي بنسبة 66.67%.

✓ اتضح أن أغلب أفراد العينة يقبلون على الحملات الاجتماعية والثقافية بالدرجة الأولى بنسبة 41% لكل وحدة منهما في حين الحملات الصحية أقل وهي 28%.

✓ أكثر الأدوار التي تؤديها الحملات الإعلانية الصحية للطلبة هو الدور الإعلامي بنسبة 45% يليه الدور التوعوي بنسبة 36%.

✓ الحملات الإعلانية تساهم بنسبة كبيرة في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة بنسبة تقدر بـ: 96%.

✓ يرى طلبة جامعة تبسة حتمية ضرورة وجود الحملات الإعلانية الصحية في حياتهم.

- التعقيب على الدراسات:

* تشابهت هذه الدراسات مع دراستنا من حيث المنهج المستخدم فمعظم هذه الدراسات استخدمت المنهج الوصفي، كما أنها تشترك مع دراستنا في نشر الوعي الصحي، أما فيما يخص أدوات جمع البيانات فقد ساعدتنا في اختيار الأداة التي تجمع بها المعلومات حول موضوع بحثنا واختيار العينة حيث يتراوح أفراد العينة فيها ما بين (463-60 مفردة).

* حيث جاءت دراسة دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي "دراسة في برنامج صحتك بالدنيا" بأكثر عدد من أفراد العينة والذي يقدر بـ: 463 مفردة، تليها دراسة مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق الوعي الصحي والتي تكونت من 400 مفردة، ثم تلتها دراسة دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي والتي قدرت عينتها بـ: 100 مفردة، أما دراسة دور الحملات الإعلانية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي فقدرت عينتها بـ: 60 مفردة.

* أغلبية الدراسات التي تناولتها دراستنا وظفت الإستبيان في حين اختلفت بعض الدراسات في توظيف الأداة، حيث اعتمدت دراسة دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي على أداتي المقابلة والاستبيان.

* اختلفت هذه الدراسات في اختيار نوع العينة المناسبة وقد استخدمت العينة الحصصية المتساوية في دراسة دور الحملات الإعلانية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، في حين استخدمت العينة القصدية في دراسة دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي. أما

دراسة مدى اعتماد الشباب السعودي على الإعلام لتحقيق المعرفة الصحية فلم يتمكن من العثور على نوع العينة المستخدمة فيها بالإضافة إلى دراسة دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي كذلك لم نحصل على نوع العينة المستخدمة فيها.

-جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادتنا هذه الدراسات من حيث الهدف والأهمية ونوع العينة المستخدمة وفي تحديد نوع المنهج وهو منهج المسح الوصفي، حيث تشارك دراستنا في متغير التوعية الصحية ، مما تساعدنا في الجانب النظري، وهذا ما سيتم التركيز عليه في دراستنا.

كما أرشدتنا إلى اختيار الأداة المناسبة لجمع المعلومات والبيانات والمتمثلة في استمارة الاستبيان.

12- المقاربة النظرية:

حتى لا ننطلق من فراغ في دراستنا هذه نعتقد أنه من الأنسب لنا أن نستند على نظريات محددة الأمر الذي من شأنه أن يقدم نسبياً صفة العمق والشمول لدراستنا ونظراً أن موضوعنا حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية رأينا أنه من الأنسب أن نستند إلى نظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاستخدامات والإشباع من أجل الوصول إلى نتائج أكثر شمولية وخدمة.

مفهوم البنائية الوظيفية

عرفت النظرية الوظيفية تسميات عدة مثل النظريات البنائية الوظيفية ونظريات التحليل الوظيفي والنظريات المحافظة وغيرها من التسميات الأخرى وتستمد هذه النظرية أصولها الفكرية العامة من آراء مجموعة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية حيث إهتمت بدراسة كيفية حفاظ المجتمعات على الإستقرار الداخلي والبقاء على الزمن وتفسير التماسك الاجتماعي

والإستقرار وهذا ما يتمثل في أفكار ونظم رواد علم الإجتماع الغربيين أمثل "أوغست كونت" وإميل دوركايم " و"هيربرت سبينسر" وأيضا آراء العديد من علماء الإجتماع الأمريكيين الرأسماليين اللذين إمتدت آرائهم حتى نهاية السبعينات من القرن العشرين.¹

أما عن مفهوم البنائية الوظيفية فهي مركبة من جزئين :

- البناء Structure : وهو مصطلح يشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع.
- الوظيفة funation: ويشير هذا المصطلح إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على إستقرار وتوازن المجتمع.²

وبتعريف آخر تقوم نظرية البنائية الوظيفية من منطلق أنه في أي مجتمع هناك عوامل أو قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة و متميزة بخلق نظام إعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في إعادة هذا المجتمع وفي هذا الصدد يقول هيربرت أن النظم الإعلامية تقدم وظائف هي: الإعلام والتحليل والتفسير والتعليم والتنشئة الاجتماعية والسياسية والإقناع والعلاقات العامة والترويج والإعلان والترفيه والفنون وهذه الوظائف التي تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها وتأثير وسائل الإعلام تسهم بدورها في تغيير المجتمع وأي مجتمع صناعي آخر في العالم.³

مسلمات البنائية الوظيفية:

يتفق الباحثون على عدة من المسلمات الخاصة بهذه النظرية من خلال:

- النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم لنشاط هذه العناصر بشكل متكامل.
- يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن ومجموع عناصره تضمن إستمرار ذلك، بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط الإستعادة هذا التوازن.
- كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على إستقرار النظام.

¹ - حسين عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، صص 124-125.

² محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 99.

³ مي عبد الله: نظريات الإتصال، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2006، ص ص 174-175.

- الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لإستمرار وجوده وهذا الإستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته.

وتطبيق هذه المسلمات على وسائل الإعلام يفترض أن وسائل الإعلام هي عبارة عن الأنشطة المتكررة التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع على أساس من الإعتماد المتبادل بين هذه العناصر والنظم الأخرى والأنشطة لضمان إستقرار المجتمع وتوازنه.¹

الانتقادات الموجهة لهذه النظرية

قدمت عدة إنتقادات للوظيفية المنطلقة منها ما قدمها ميرتون وحصرها في ثلاث نقاط:

- إن فرضية الوحدة الوظيفية للمجتمع لدى مالفينيسكي والقائلة بأن العناصر الثقافية والفعاليات الإجتماعية تعمل للنظام بكامله تصدق على المجتمعات البدائية الصغيرة فقط لكنها لا تصلح على المجتمعات المعقدة المتخلفة ولا يمكننا تأكيد أن كل فعالية تملي وظيفة لصالح المجتمع.
- إن فرضية الوظيفية العامة القائلة بأن كل عنصر ثقافي أو إجتماعي يعبئ وظيفة أو عدة وظائف ضرورية لكلية المجتمع ليس صحيحا.²
- الضرورة الوظيفية أي أن كل عنصر ضروري وأساسي وبالتالي يجب أن تبقى الأمور على حالها غير وارد أيضا من الإفراط وغير الحق أن يقال ذلك هناك العديد من العناصر لا وظيفة لها ولم تحصل على وظيفة مسبقا.³

إسقاط النظرية:

من خلال العرض الذي تم تقديمه حول النظرية الوظيفية بشكل عام وإنطلاقا مما سبق يمكننا إسقاط النظرية على دراستنا الحالية على إعتبار أن شبكات التواصل الإجتماعي هي جزء من النسق الإجتماعي ويفترض أن تقدم وظيفة كغيرها من المؤسسات الأخرى وبهذا تعتبر شبكات التواصل الإجتماعي كمؤسسة

¹ - مي العبد الله: نظريات الإتصال، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2006، ص ص 174-175.

² - فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي: مدخل لعلوم الإتصال والإعلام الوسائل، النماذج والنظريات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان ط1، 2017، ص243.

³ - فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي: مرجع سابق، ص244.

تدخل ضمن النسق الإجتماعي، ويفترض أن تقوم بوظائف بهدف تلبية حاجات ورغبات الجمهور حيث تسعى إلى القيم بهدف الوظائف بطريقة صحيحة تحقق لها أهدافها المنشودة وذلك بشكل منظم يخدم النسق الإجتماعي الذي تطبقه هذه النظرية.

ومن خلال هذه النظرية سنحاول إبراز الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الإجتماعي في نشر التوعية الصحية بين الأفراد والمجتمع بإعتبار أن شبكات التواصل الاجتماعي لها وظائف تساهم في تحقيق استمرار وتوازن المجتمع.

2- نظرية الإستخدامات والإشباع

لقد افترضت هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المنتج الإعلامي لإشباع رغباته وأن دور وسائل الإعلام هو تلبية هذه الحاجات.

1- مفهوم الإستخدام والإشباع:

لغة: الإستخدام في اللغة: من استخدم استخداما أي إتخذ الشخص خادما، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخادم.¹

الإشباع في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع الشين وفتح الباء والشبع بكسر الشين مثل عنب ضد.²

إصطلاحا: هي النظرية التي تهتم بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفية وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في إنتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام.³

وبتعريف آخر: تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة تعرف نظرية الاستخدامات والإشباع بشكل مختلف حيث أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل

¹ - ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، دار أسامة للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2011، ص69.

² - مرجع نفسه، ص69.

³ - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004، ص58.

الإعلامية التي يتلقاها بل إن إستخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته.¹

وبتعريف آخر: أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها بل إستخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته.²

2- فروض النظرية:

تستند هذه النظرية إلى الافتراضات التالية:

- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخداماتهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدد الفروض الفردية.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون ووسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.
- الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليست من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.³

أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشاعات

- أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم عدة تتسم بشيء من المرونة مثل الدوافع، الإشباع، ومن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.

¹ - فطوم لطرش: استخدامات الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة والإشاعات المحققة منه، شهادة الماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2013، ص75.

² - مرجع نفسه، ص75.

³ - مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الإتصال، دار الحامد للمنشر والتوزيع، 2015، ص215.

- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فيسيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر ولتحقيق تلك الحاجات نتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك فهناك أيضا استخدامات غير هادفة.¹
- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرة الاستخدامات والإشاعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسائل الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق إختلالات وظيفيا للبعض الآخر.

إسقاط النظرية:

يسعى الجمهور في نظرية الاستخدامات والإشاعات إلى تحقيق إشباعاته ورغباته عن طريق وسائل الإعلام ويختار الوسيلة المناسبة لذلك فقد قمنا في دراستنا هاته والتي تدور حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية باختيار نظرية الاستخدامات والإشاعات فالأفراد يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام لتحقيق رغبات وإشباعات معينة وهو ما ينسق مع هذه النظرية والتي تؤكد بأن أسلوب الأفراد أمام هذه المواقع قوة من المتغيرات الاجتماعية والشخصية والتي تعد نقطة تحول في مجال الاتصال نظرا لكونها نقلت مركز الاهتمام من الرسالة والقائم بالاتصال إلى الجمهور فنظرة الجمهور للوسيلة تفرض عليه نوع الدافع الذي يسعى الشخص بإشباعه فالمتلقي لرسالة الاتصالية يقوم باختيار الرسالة التي تناسبه وتخدم مصالحه من بين العديد من الرسائل الكثيرة التي يريد هو نفسه أن يتلقاها.

¹ - م مصطفى يوسف كافي : مرجع سابق، ص216.

الفصل الثاني: مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

1: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

2: أنواع الشبكات الاجتماعية

3 خصائص وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي

1.3. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

2.3. أهمية شبكات التواصل الاجتماعي

4: تصنيفات شبكات التواصل الاجتماعي

5: سليات شبكات التواصل الاجتماعي

6: القضايا والتحديات التي تواجه شبكات التواصل الاجتماعي

7: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت وهي عبارة عن تطبيقات
تكنولوجية إلكترونية على نظم الجيل الثاني للويب لتحقيق التواصل والتفاعل بين مختلف الأفراد حول العالم وهي
مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات والرسائل المقدمة والتي تجمع بين العديد من
أدوات الأنترنت المختلفة.

1- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

صاغ مصطلح الشبكات الاجتماعية في العالم عام 1954 من قبل جون برز الذي كان باحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن، وظهرت في التسعينات من القرن الماضي بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية¹.

حيث أن الشبكات الاجتماعية كانت موجودة منذ العام 1997²، في عام 1995 ظهر أول موقع لشبكات التواصل الاجتماعي هو Classantes.Com وهو موقع إجتماعي للإتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة، وعضوية هذا الموقع مجانية بحيث يستطيع أي شخص أن ينشأ ملفه الشخصي ثم يبحث عن زملاء آخرين ويستطيع من خلاله أن يتصل بأصدقائه قصد الإتصال بهم، وأن ينظم المجتمعات المحلية والدردشة في المنتديات³.

بدأت شبكات التواصل الاجتماعي Social Media منذ العام 1997، لكنها لم تلقى الإنتشار خارج الولايات المتحدة الأمريكية إلا بعد 2004⁴.

وظهرت في هذه المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطية لمجموعة من الأصدقاء، بالرغم من توفير تلك المواقع والخدمات المشابهة لها وتوجد في الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن توفر الربح لمالكيها وتم إغلاقها⁵.

وشهد عام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما عرفها اليوم حيث ظهر موقع (Friendeter) في كاليفورنيا من قبل (Abrons Jontalen)، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية، وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض من صور

1- عبد الله ممدوح مبارك العود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في علوم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط الأردن، 2012/2011، ص32.

2- سوزان غريفيلد: تغيير العقل كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، فبراير 2017، ص116.

3- إبراهيم أحمد الدوري: شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، ص4.

4- جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، شبكات التواصل الاجتماعي، مركز الحرب الناعمة للدراسات، ط1، ص23.

5- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر، الأردن، ط1، 2015، ص200.

وملفات الأصدقاء ويستخدم على نطاق واسع وهو متاح بعدة لغات الإنجليزية، الإسبانية، الكورية، وفيه روابط توفر للمستخدم إختيار اللغة¹.

وفي النصف الثاني من العام 2002، ظهرت في فرنسا شبكة Sky Rock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة إجتماعية في 2007، وقد استطاعت تحقيق إنتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الإجتماعية حسب المشتركين².

وقبل ظهور الفايسبوك أنشئ في عام 2003 موقع My Space الأمريكي، ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الإجتماعي في عام 2006، وأهم ما يقدمه هو تفصيلات الملفات الشخصية، وما سمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية تضمن عرض الشرائح ومسجلات الصوت والصورة وإضافة إلى المدونات ويعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين³.

إنطلق موقع الفايسبوك كنتاج غير متوقع من موقع "فايس ماتش" التابعة لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع Hotornot، إذ يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص، ثم إختيار أحد المواقع للشخص أكثر جاذبية⁴.

ولما كان من الصعب العثور على فيديوهات لأي حدث أو مشاركتها، جاءت فكرة اليوتيوب بواسطة ثلاثة أشخاص موظفين هم "نشادهارلي" أمريكي، "ستيغاتشين" ثابوتي، "جادو كريم" نيبالي، الذين كانوا يعملون في شركة "ply pal"، المتخصصة في التجارة الإلكترونية، وشهدت مدينة Menlopark مولد يوتيوب في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية⁵.

1- عبد الله ممدوح مبارك: مرجع سابق، ص34.

2- ليلي أحمد جرار: الفايسبوك والشباب العربي، مكتب الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص39.

3- عبد الله ممدوح مبارك: مرجع سابق، ص34.

4- فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الإجتماعي الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1، دب، 2016، ص42.

5- محمد عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2011، ص194.

وفي مارس من عام 2006 ظهر موقع تويتر على يد "جاك درزي" "Jack Dorsey" و "بيزستون" "Bizstonte" وإيفان ويليامز "Evanwiliams"، والتويتر خدمة أطلقتها شركة تحمل اسم تويتر Twiter، في أبريل عام 2007¹.

2- أنواع الشبكات الاجتماعية

تنقسم شبكات التواصل الاجتماعي:

1-1- نوع أساسي:

وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل موقع فيس بوك وماي سبيس وهاي فايف.

2-2- مرتبطة بالعمل:

وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

2-3- مميزات إضافية:

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى من التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كاي².

1- عبد الله ممدوح مبارك: مرجع سابق ص35.

2- سلمان بكر بن كران: الإتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ورسائل التواصل الاجتماعي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص162.

3- أهم مواقع التواصل الاجتماعي

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس بشبكات التواصل الاجتماعي وتعددت هذه الشبكات من خلال الدور الذي لعبته هذه الشبكات من خلال إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومن أهمها نجد:

3-1- الفيس بوك:

هو موقع للشبكات الاجتماعية على شبكة الأنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب ويمكن للمستخدمين في الموقع من الإشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية أو المجموعات الاجتماعية، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الإتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية، والموقع مجاني للمستخدمين ويجني إيرادات من الإعلانات، ويجمع بيانات عن المستخدمين ويستخدمها في إظهار إعلانات لها صلة بزوار الموقع وإهتماماتهم ونطاق أعمالهم، وتعتبر شركة مايكروسوفت هي الشريك الحصري للإعلان على موقع الفيس بوك وقد أشارت تصنيفات إيكسالثريتيب المواقع عالمياً على أنه يأتي في المركز الأول يليه جوجل ثم يوتيوب وياهو. وقد أسس الموقع مارك زوكربيرج في عام 2004م عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية وكان مشهوراً بولعه الشديد بالأنترنت، وكان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم، ويسهل عملية التواصل بينهم، دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يجذب الإعلانات وسرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد وأكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه إلى توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية¹.

1- رضا أمين: الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2015، ص 113، ص114.

واستمر موقع فيس بوك قاصراً على طلاب الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، وفي سنة 2006 قرر زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعة أمام كل من يرغب في استخدامه وكانت النتيجة طفرة كبيرة في عدد مستخدمي الموقع.

وفي أكتوبر 2007 إشترت شركة مايكروسوفت حصة في الفيس بوك نسبتها 1.6 % بقيمة 240 دولار، حيث قدرت قيمة الموقع آنذاك بنحو 15 مليون دولار.

وتبلغ القيمة السوقية للموقع الآن مائة مليار دولار أمريكي ويستخدم الفيس بوك مليار نسمة حول العالم وفقاً لما صرح به زوكربيرج في أكتوبر 2012م.

وقد أزعج الفيس بوك السياسيين في كثير من دول العالم وقامت بعض الدول بإغلاق الموقع كنتيجة للهجوم المستمر من قبل أعضاء الشبكة الإجتماعية الذين يكونون مجموعات للدفاع عن قضايا بعينها، كما يمكن توظيفه للدفاع عن القضايا الهامة¹.

أهم فوائد موقع الفيس بوك:

- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع.
- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال من خلال الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين.
- يتيح كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور.
- التواصل مع مجتمعات إفتراضية.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات.
- إمكانية تزويد أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع الفيديو².

1- رضا أمين: المرجع السابق، ص116.

2- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص66.

سلبات التعامل مع موقع الفاييسوك:

هناك سلبات ظهرت آثارها على السطح بعد إنتشار إستخدام موقع الفيس بوك يمكن إيجازها فيما يلي:

- إضعاف العلاقات والمهارات الإجتماعية.
- إنتهاك خصوصية المشتركين.
- إستغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية¹.

3-2- ماي سبيس My Space:

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الإجتماعية على الويب تقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو والمجموعات البريدية وملفات الموصفات الشخصية للأعضاء المسجلين، أنشأت سنة 2003 على يد توماس أندرسون يقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث تم فيها بعد بيع الموقع لشركة نيوز كوربوريش في مدينة نيويورك.

يعد موقع ماي سبيس هو الترتيب الـ 204 على مستوى العالم والـ 144 على مستوى و.م.أ كما أنه فقد الكثير من زواره منذ إنشائه وتطوير الموقع المنافس وصاحب الترتيب الثاني عالميا.

كان الموقع هو صاحب أعلى زيارة لمواقع التواصل الاجتماعي في الولايات م.أ في الفترة 2004-2007.

طريقة التسجيل على موقع My Space:

للبدء بعملية التسجيل إذهب لموقع My Space.

- إضغط على زر Sighup.

1- علي خليل شقرة: المرجع السابق، ص 66.

- بريدك الإلكتروني¹.
- كلمة المرور.
- إسمك الكامل.
- تاريخ ميلادك.
- إختار **جنسك**: Male ذكر، Female أنثى.
- إضغط على زر Signup Free².

3-2- تويتر Twitter:

التويتر هو واسطة إعلامية إجتماعية ومنصة للتدوين المصغر تتيح لمستخدميها إرسال وقراءة بيانات محدثة تعرف بإسم "توييس" بطول 140 حرف كحد أقصى، وقد إرتفع نجاح وشعبية هذه الأداة الشبكية الإلكترونية كالصاروخ وغدت واحدة من الشبكات الثلاث الأكثر إستخداما بعد شبكتي فيس بوك وماي سبيس.

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع لتطوير بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية، وبعد ذلك أطلقتته الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في 2006 وبعد ذلك بدأ الموقع في الإنتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة بإسم Twitter ولم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من البيانات ونشاطهم البارز على الموقع ولقيت النسخة اليابانية إستحسان المستخدمين في اليابان وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الإنجليزية لا تدعم نظام الإعلان في الموقع في يوليو 2007 قمة نجاح تويتر حيث بدأ العام بنصف مليون زائر وأنهاه بحوالي 6 ملايين زائر أما معدل الزوار الجدد في ديسمبر 2008 فكان 4 ملايين زائر³.

1- سلمان بكر بن بكران: مرجع سابق، ص187.

2- المرجع نفسه، ص188.

3- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015، ص214.

ويمكن استخدام الخدمة للتدوين المصغر والأخبار العاجلة وإستخدامات عديدة لا حصر لها.

فوائد تويتر:

يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها:

- معرفة ما يقوم به الأصدقاء دائما في أي وقت.
- أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء، وتلقي الإجابات الفورية.
- إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة والمحیطة به، كالإستعانة أو الإخبار عن حادث مهم جدا.
- متابعة الأحداث الهامة فور وقوعها.
- معرفة ما يفعله الأصدقاء ومتابعة أخبارهم وشؤونهم¹.

3-4- اليوتيوب:

هو أحد المواقع الإجتماعية الشهيرة والذي إستطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الإجتماعي وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية والتحركات والإنتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية.

نشأة موقع اليوتيوب:

تأسس موقع اليوتيوب عن طريق تشادهرلي، ستيف تشن، جاود كريم. وهم موظفون سابقون في شركة pay paL قبل ذلك درس هرلي التصميم في جامعة إنديا بولاية بنسلفينيا بينما درس تشن وكريم علوم الحاسوب في جامعة (إيلينوي)، أصبح النظام (youtube.com) نشط في 15 فبراير 2005، ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لبضع أشهر، إفتتح الموقع كتجربة في مايو 2005، وافتتح رسميا بعد ستة أشهر 94 موقع

1- ماهر عودة الشمالية وآخرون: المرجع السابق، ص215.

إلكتروني.¹ وأول فيديو وضع على اليوتيوب كان من جواد كريم يحمل عنوان " أنا في حديقة الحيوان " The Zoo MeJT " في 23 أبريل 2005، وحسب الإحصائيات يعد اليوتيوب ثالث أكثر المواقع شخصية في العالم بعد الياهو و غوغل في يوليو 2006 حيث صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يوميا في شهر يناير 2008 فقط (79) مليون مستخدم شاهد أكثر من 3 مليارات فيلم في أغسطس 2006 ذكرت (الوول ستريت جورنال) بأن الموقع يستضيف (6,1) مليون فيلم ساعة (600) تيرابايت في 2007 أستهلك الموقع قدرا من حجم تدفق البيانات مماثلا لإستهلاك العالم لجميع مواقع الأنترنت في عام 2000، حيث يشهد الموقع إقبالا كبيرا من الشباب والمراهقين خصوصا ويعتبر موقع اليوتيوب موقع غير ربحي لخلوه تقريبا من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه.²

إيجابيات وسلبيات اليوتيوب:

أ. الإيجابيات:

يتميز اليوتيوب بمقومات فريدة من نوعها تدعم مكانته كوسيلة إتصالية من بينها:

- ضخامة مساحته التخزينية.
- مجانيته³.
- سهولة ربطه بالموقع والمدونات الإلكترونية.
- إمكانية إستقباله على أجهزة إلكترونية متعددة.
- تنوع وتعدد مستخدميه.
- كثرة خياراته ومواده.

1- محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط1، 2015، ص471.

2- محي الدين إسماعيل محمد الديهي: مرجع سابق، ص472.

3- خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013، ص44.

- عدم وجود رقابة عليها إلا فيما يتعلق ببعض الجوانب الأخلاقية أحيانا.

- إمكانية استخدامه كوسيلة تسويقية وإعلانية وترويجية¹.

ب. السلبيات:

- إمكانية إختراقه: من قبل بعض الأشخاص أو الجهات وتعطيل ما يبث من أفلام ومحاضرات....، بل قد تم بث برامج تعارض وتناقض الهدف الأساسي من الموقع كأن يتم إختراق موقع إسلامي ويبث فيه أفلام ومشاهدة تتعارض مع قيم وأخلاق الإسلام وشريعته.

- قيام بعض الدول بحجب الموقع: بحيث تم منع فائده عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشرها لا ترضى عنه بعض الدول كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباط صين يضربون رهبان في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب وكذلك حدث في أرمينيا عندما أظهرت بعض الأفلام صورا لقمع المتظاهرين عام 2008 وفي إيران حيث تم حجب موقع اليوتيوب بسبب إظهاره أفلاما لقمع المتظاهرين عند إنتخابات الرئاسة عام 2009م².

3-5- جوجل Google و جوجل بليس Google plus:

محرك البحث المعرب الذي يحمل إسم جوجل أو Google هو عبارة عن شبكة ومحرك بحث آخر مهم على شبكة الأنترنت العملاقة، حيث يعتبره العديد من الكتابات والمهتمين بهذا الموضوع شبكة وموقعا منافسا لفيسبوك من حيث التوسع والخدمات وقد كان غوغل ولا يزال يقدم خدماته المختلفة والتي يصنف العديد منها على أنها خدمات لتواصل إجتماعي وإعلامي.

نشأته:

أنشأه طالبي دكتوراه في جامعة ستانفورد الأمريكية في عام 1998 وهو محرك البحث الذي يعتبره البعض الأكبر على شبكة الأنترنت الذي يستقبل على الأقل (200) مليون طلبت بحث يوميا، ويعمل الآن في شركة

1- خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص 44.

2- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الإجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2014، ص 94، ص 95.

جوجل ما يزيد عن خمسة آلاف موظف ويعمل برنامج الفهرسة في جوجل بشكل تلقائي بحيث ينتقل بين المواقع ويديرها بشكل تلقائي في قائمة الفهرسة.

• أهم الخدمات التي يقدمها جوجل:

- خدمة معايير التقييم البحث المتميز على شبكة الأنترنت:

وهي الخدمة التي يتعامل معها معظم الباحثين عن المعلومات على شبكة الأنترنت والتي تتميز بأنها خدمة بحث متميزة على الويب.

- خدمة بحث في الصور:

هذه الخدمة مفيدة جدا أو تتيح فيها جوجل العديد من الخيارات فيمكن للمستخدم أن يستخدم البحث المتقدم أو يعرض صوراً كبيرة الحجم أو المتوسطة أو الصغيرة.

- خدمة بحث ما يسمى بمجموعات النقاش:

تمكن جوجل مستخدميه هذه الخدمة من البحث عن المجموعات نقاش متعددة تتناول مواضيع مختلفة¹ وذلك من خلال كتابة كلمة البحث في مربع البحث.

- خدمة بحث في الأخبار:

تقدم جوجل من خلال هذه الخدمة عناوين الأخبار ومقتطفات سريعة عن محتواها هذه الأخبار يجمعها برنامج تابع لشركة جوجل من المواقع الإخبارية المنتشرة على الأنترنت.

- مترجم جوجل من وإلى اللغة العربية: وهي خدمة تقدمها شركة جوجل لترجمة النصوص والمواقع الإلكترونية من لغة لأخرى مثل الألمانية والفرنسية كما تتوفر الترجمة من وإلى العربية.

- خدمة المدونات والتدوين **Blogger**: يقدم خدمة كتابة مدونات مجانية هذه الخدمة تتيح للمستخدم أن ينشئ حساب لدى الموقع.

1- عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباعة، عمان، ط1، 2015، ص319.

- خدمة البحث في الكتب وفهارسها.

- خدمة جوجل الأرض.

- خدمة جوجل سطح المكتب.

خدمة جوجل بليس Google plus: لقد تم إضافة خاصية جديدة تسمى الدوائر والتي هي عبارة عن مجموعات يضاف إليها الأشخاص على حسب تصنيفهم¹.

3-6- المدونات Blogs:

وهي أحد أشكال المنظومة التفاعلية الإلكترونية الأكثر أهمية إذ هي مواقع شخصية على شبكة الأنترنت تتضمن آراء ومواقف حول مسائل متنوعة، هي تعد تطبيقا من تطبيقات الانترنت، يعمل عن طريق نظام إدارة المحتوى، وعبارة عن صفحة على الشبكة تظهر عليها تدوينات أو موضوعات مؤرخة ومرتببة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر عدد منيا يتحكم فيها مدير أو ناشر المدونة، ويتضمن النظام الآلية لأرشفة التدوينات القديمة، تمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق، عندما تعود غير متاحة على الصفحة الرئيسية للمدونة².

3- خصائص وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي:

3-1- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في إنتشارها على مستوى العالم منها:

- **التفاعلية والمشاركة:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصية (رياضية، أو أزياء، أو موسيقى، أو ما يتعلق بموطنه أحداث سياسية، خرائط أو صور لمدينة، وبعض المعالم الأثرية) التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب بها، ويكون

1- عامر إبراهيم قنديلجي، المرجع السابق، ص320.

2- كاوجة محمد الصغير: مجتمع المعلومات والمعرفة (تكنولوجيا الإعلام والاتصال)، دار المجدد للنشر والتوزيع، سطيف، الجزائر، 2019، ص32.

بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم، والرد عليهم مباشرة وقد يحدث ذلك التفاعل باستمرار بالعضو بالتواصل، ومشاركة المضامين مع الآخرين.

- **التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهم يتسم بالتلقائية بين طرفي الإتصال.

- **قلة التكلفة:** إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك مكتوب ÷ مجاني ويبقى مجاني ×.

- **سهولة الإستخدام:** لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لإستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

- **الحضور الدائم الغير المادي:** إذ لا تتطلب عملية الإتصال الحضور الدائم إذ يمكن للعضو الإتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات عن الأفلام أو موسيقى، أو غيرها من المجالات إهتمام الشخص للآخر¹.

3-2- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا مهما في الكثير من الأمور منها:

- تمنح الإنسان الفرصة للتعبير عن نفسه وإهتماماته ومشاركة أفكاره ومشاعره مع من يشاطرونه الاهتمام والأفكار نفسها حيث أن الإنسان اجتماعي بطبعه ولا يمكنه العيش بمعزل عن البشرية.

- تتيح إمكانية التواصل السريع بين الأشخاص الذين لا تسمح لهم الفرصة بالتواصل معهم على أرض الواقع سواء لأسباب إعتيادية ككثرة الانشغالات وضيق الوقت أو لأسباب طارئة كالأزمات والحروب.

- تسمح للأشخاص إمكانية مشاركة الآخرين في أي مكان حول العالم مناسباتهم الخاصة وأفراحهم وأحزانهم، الأمر الذي كان صعبا جدا في السابق لبعده المسافات.

1- صالح العلمي: مهارات التواصل الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص107.

- تتيح العديد من شبكات التواصل إمكانية البحث عن عمل لمن يرغب في البحث عن عمل ضمن مجال اهتمامه وتخصصه.
- تبحث الكثير من الشركات والمؤسسات عن موظفين مؤهلين عبر هذه الشبكات، حيث تتم هذه العملية بسرعة وبجهد قليل.
- تتيح للإنسان تطوير نفسه في مجال عمله وفي مجال تخصصه، إذ يمكن لأي شخص البحث عن المجموعات الخاصة في مجاله والتي تحوي أفرادا لديهم الكثير من الخبرة ليستفيدوا منهم.
- تشجيع الأفراد وخاصة الشباب على المشاركة في الأعمال الخيرية والحملات التطوعية.
- تنمي العديد من الأخلاق الحميدة والخصال الجيدة في نفس الفرد، حيث أنه بإفتتاحه على الآخرين يستفيد من تجاربهم، ويتعلم من أخطائهم¹.

4- تصنيفات شبكات التواصل الاجتماعي:

- تعددت وجهات النظر الخاصة بتصنيف شبكات التواصل الاجتماعي فهناك من يصنفها إلى عدة مجموعات من حيث معايير مختلفة فهناك:
- شبكات التواصل الاجتماعي مخصصة لغرض معين: مثل شبكات الأعمال التجارية، والتعاريف وشبكات الأصدقاء، والخريجون والنوادي.
 - شبكات إجتماعية غير مباشرة: مثل الرسائل الفورية، ودفاتر العناوين، ووسائل البريد الإلكتروني، وشبكة الأنشطة المشتركة على سبيل المثال مؤلفو الأوراق العلمية، منظموا الأحداث، وشبكات الإرتباط الشعبي(روابط بين الصفحات الرئيسية).

وهناك تصنيفات أخرى لشبكات التواصل الاجتماعي تبعا لهوية الأنترنت إلى:

✓ شبكات تتكون من هويات فردية.

1- أسامة بن صادق طيب: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية نحو مجتمع المعرفة، مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، 2012، ص62.

✓ شبكات من هويات جماعية.

✓ شبكات تتكون من الإثنين¹.

5- سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي:

الإيجابيات:

- إمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة مثال هذا أن يتلقى شخص يبحث عن العمل بوظيفة قلقاء مبرمج مثلاً بأحد المدراء في شركات البرمجة وربما تجد شريكاً في عملك أو أفكارك.
- إمكانية استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري².
- اكتساب المعارف فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة أو من مواقع إلكترونية مختلفة وبصفتك مرتبط بهذا المستخدم تستطيع الإطلاع عليها.
- منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وآرائهم التي عادة ما نجد الكثيرين من المعجبين بها وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه³.

السلبيات

- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، وهذا يعني إمكانية وصول بعض الأشخاص لمعلوماتك كاملة بل وسجل مراسلاتك الخاصة.
- الإدمان على هذه المواقع، حيث تخلق شبكات التعارف جواً من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها.
- إمكانية الوقوع في عمليات من النصب والاحتيال حيث تنشر في بعض هذه الشبكات مجموعات تصنع جواً من الثقة حول أحد الأشخاص أو الشخصيات الوهمية التي تطلب منك المال بناء على هدف معين قد يكون على سبيل المثال الإستدانة أو ربما على سبيل الإستثمار.

1- وفاء هاتم الصادي وآخرون: الخدمة الاجتماعية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2016، ص80، ص81.

2- سلمان بكر بن بكران: المرجع السابق، ص163.

3- سلمان بكر بن بكران: المرجع نفسه، ص163.

- فساد العلاقات الاجتماعية فقد صدرت دراسات تؤكد تسبب مواقع مثل الفايستوك والمالي سبيس بنسب 20 % حالات الطلاق¹.

6- القضايا والتحديات التي تواجه شبكات التواصل الاجتماعي:

أ- القضايا:

1- اختراق الخصوصية:

هناك فجوة ضيقة بين الحياة الخاصة والعامة في عصر الشبكات الاجتماعية بمجرد وضع البيانات الشخصية والصور أو الفيديوهات على شبكة الانترنت سوف تصبح عاجزا عن السيطرة على توزيعه ففي الغد سوف تجد معلوماتك الشخصية في يد الآباء المعلمين، وأصحاب العمل، أو شركات التسويق.

2- إدمان الأنترنت:

بعد المخدرات وإدمان الكحول، أصبح العالم يواجه نوعا جديدا من اضطراب الإدمان، هو إدمان الفيس بوك هذا النوع من إدمان الأنترنت، وموقع الإنصاف الاجتماعي تؤثر على الناس وتجعلهم يسعون بجنون وراءه، أي عبارة عن إنشغال الناس بالحياة الرقمية ونسيان العالم المادي من حولهم.

3- البلطجة والنصب والاحتيال:

البلطجة أمر شائع الحدوث نسبيا على الانترنت ويمكن أن تؤدي إلى عواقب وخيمة جسدية عن الضحايا بما في ذلك الصدمات النفسية وفي بعض الإحصائيات وصلت نسبة عدد مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية الذين تعرضوا لعملية بلطجة حوالي (39%)، وقد أبدى بعض المراهقين ضيقهم إتجاه مواقع الشبكات الاجتماعية مثل ماي سبيس حيث تعرضوا لضغوطات نفسية فوق طاقتهم.

1- سلمان بكر بن بكران: المرجع نفسه ، ص 164.

4- الاستقطاب الاجتماعي:

هناك من يرى أن المجتمع الافتراضي يمثل مجتمعا شريرا حيث كل ما فيه شرير على عكس المجتمع، لأن المجتمع الافتراضي غير شخصي، والإغراق العالم الافتراضي يفقد الشخص القدرة على التعامل مع واقع الحياة والتفاعل مع الناس من حوله¹.

ب- التحديات:

وفي تقرير صادر عن مركز دعم واتحاد القرار بمجلس الوزراء المصري عام 2010 تم تحديد أهم التحديات التي تواجه الإعلام الإلكتروني التي تعتبر شبكات الإتصال الاجتماعي جزءا منه في الآتي:

- **تحديات تكنولوجية:** تتمثل في ضعف البنية التحتية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والأنترنت لدى بعض المناطق، عدم الاستفادة بصورة مناسبة من بعض التقنيات الحديثة في مجالات الإعلام الإلكتروني مثل خاصية (RSS).

- **تحديات بشرية:** تتمثل في ارتفاع نسبة الأمية بشكل عام في مصر، ارتفاع الأمية التكنولوجية لدى قطاع عريض من المعلمين، عدم وجود كوادر بشرية مؤهلة ومدربة بالصور الكافية للعمل في مجال الإعلام الإلكتروني.

- **تحديات اقتصادية:** تتمثل في ضعف الاستثمار في مجال الإعلام الرقمي، إفتقاد الدعم المادي القائم للإعلام الإلكتروني.

- **تحديات تشريعية:** تتمثل في غياب التشريعات المنظمة للإعلام الإلكتروني.

- **تحديات تقنية ومهنية:** تتمثل في عدم تمتع العاملين بمجال الإعلام الإلكتروني بنفس الحقوق والمزايا التي يتمتع بها الصحفيون في مجال الإعلام الصحفي.

- **تحديات سياسية ومجتمعية:** تتمثل في الأنترنت والإعلام الإلكتروني أصبح ساحة لإنتشار الشائعات والحملات الموجهة نحو أغراض خاصة².

1- وفاء هاتم الصادي وآخرون: المرجع السابق، ص85.

2- مركز دعم واتحاد القرار، مجلس الوزراء المصري: الإعلام الإلكتروني في مصر، الواقع والتحديات تقارير معلوماتية شهرية تصدر عن المركز، السنة (4)، العدد (38)، فبراير 2010م.

7- أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري:

تعاني أغلب المجتمعات المعاصرة من وجود صراع بين عالمين، عالم واقعي والآخر خيالي وإفتراضي أحدهما حقيقي في بوثقة تحكمها وتحدها القوانين والأعراف أما الثاني فضاء معلوماتي يمكن التصرف فيه بكل حرية ودون خوف وبدون حواجز إذ تكمن أهداف الورقة البحثية في تسليط الضوء على أثر مواقع التواصل الاجتماعي في ثقافة المجتمع الجزائري نظرا لأن العالم الافتراضي أصبح يعرف حركة ديناميكية سريعة من التطور والإنتشار الذي أثر بدوره على المجتمع الجزائري.

الآثار الإيجابية:

- ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي أضافت بعدا ثقافيا وإجتماعيا وسياسيا للتكنولوجية الحديثة وخلق مجتمعات إفتراضية غير تلك المتعارف عليها لدى علماء الإجتماع وهي نتاج التعقيد التقني التي تشهدها المجتمعات الحالية بفعل التطور التكنولوجي السريع¹.

- الإعتماد على الأنترنت التي أصبحت موضوع دراسات وأبحاث العديد من المفكرين إذ تعد المرجع الرئيسي في إستخدامات الأفراد وقضاء حاجاتهم البحثية العلمية وحتى الإقتصادية كونها تقدم الحل السريع في الإستكشاف والبحث وسرعة التواصل دون عوائق جغرافية².

- أنها تلي الكثير من حاجات الناس في ربح الوقت والجهد والتكلفة.

- إن استخدام الانترنت كوسيلة اتصال بين الأفراد من خلال وسائط الفايبر، تويتر، الأنستغرام، الإيميل، الفايبر، والواتساب، السكايب تجاوز الغاية التي أقيمت من أجلها هذه الوسائل التي تسهل له سبل الدراسة والتعلم وتبادل المعلومات والخبرات والمعارف³.

1- هواري حمزة: " مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي"، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 20، 2012، ص225.

2- طاوس وازي، عادل يوسف: " وسائل التكنولوجيا وتأثيرها على الإتصال بين الأباء والأبناء (الانترنت والهاتف النقال نموذجا)، أعمال الملتقى الوطني الثاني حول الإتصال وجودة الحياة في الأسرة، جامعة قفصدي مرياح ورقلة، 2013، ص5.

3- طاوس وازي، عادل يوسف: مرجع سابق، ص09.

- استخدام الأنترنت على مدار الساعة والإنخراط الدائم في مواقع التواصل الإجتماعية تماشيا مع الثورة التقنية والتكنولوجية منجدين نحو الجانب الاجتماعي لمواقع التواصل، فهي تربطهم بأفراد مختلفين إجتماعيا وثقافيا وإقتصاديا وحتى سياسيا وتعليميا¹.

الآثار السلبية:

هناك في المقابل العديد من السلبيات تتجلى في الإستخدام الغير عقلاي لها من بينها:

- الإستخدام المفرط للأنترنت الذي يجعل الفرد يميل إلى العزلة والإنطواء عن الذات، حيث يعيش حياة نفسية وهمية نتيجة التأثير بالتقنيات والبرامج التي تسلب الفرد قدرته على التواصل الأسري والاجتماعي.

- ضم أكبر عدد من المجتمعات الافتراضية، إذا أن الفايسبوك أصبح كوسيلة تواصل يفتح الباب الواسع للتغيير والنقاش الحر عن طريق النشر والتواصل وهذا ما أتاح الفرصة للكثير من المستخدمين في التعبير عن آرائهم بدون أي سلطة رقابية².

- المجتمع الجزائري في بعض الأحيان يحمل بدور فئاته من الداخل لأن بعض المجتمعات التاريخية فقدت مكانتها الحضارية بسبب عجزها الفكري الاجتماعي عن قيادة المجتمع، والمجتمع الذي يفتقد لمرجعية فكرية وثقافية أصلية ينزاح نحو نوع من الوهم الكاذب في إتجاه تغييرات تفرضها الشروط التاريخية الحاضرة دون وعي ثقافي مسبق³.

1- رواجي خيرة: "ثقافة الأنترنت دراسة ميدانية لإستعمالات الشبكة بمدينة تيهرت"، (رسالة ماجستير)، علم المكتبات والعلوم الوثائقية، كلية العلوم الإنسانية والحضارية الإسلامية، قسم علم المكتبات والعلوم الوثائقية، 2009، ص2.

2- عبد الرواق أمقران: " إستراتيجية التحديد الثقافي في المجتمعات الغربية في ظل العولمة"، (أطروحة دكتوراه)، تخصص علم إجتماع التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص245.

3- لكحل فيصل: " المعوقات الوظيفية في العلوم الاجتماعية، المجتمع الجزائري أنموذجا، مجلة الخلدونية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، العدد8، ص258.

خلاصة الفصل:

وعليه نستخلص أن مواقع التواصل الاجتماعي تميزت بالشمولية والعالمية في التواصل مع الآخرين والتي تعتبر أكثر إستخداما بين أفراد المجتمع بصفة دائمة ومستمرة من خلال تطبيقاتها.

الفصل الثالث: التوعية الصحية في الجزائر

تمهيد

1: لمحة تاريخية عن الصحة والتوعية الصحية

2: مكونات ومصادر الوعي الصحي

3: قياس الوعي الصحي

4: مجالات الوعي الصحي

5: أهمية وأهداف التوعية الصحية

1-5: أهمية التوعية الصحية

2-5: أهداف التوعية الصحية.

6: وسائل وأساليب التوعية الصحية

7: العوامل المساعدة على نجاح أو فشل التوعية الصحية.

8: واقع الصحة والإعلام الصحي في الجزائر.

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعرف التوعية الصحية بأنها مجموعة الأنشطة والإجراءات التعليمية والإعلامية التي تقدم للأفراد المعلومات الصحية لغرض حمايتهم من الأمراض وتحذيرهم من المخاطر المحيطة بهم من أجل تربية الجميع على القيم الصحية والوقائية إنطلاقا من ثقافة المجتمع وعقيدته.

1- لمحة تاريخية عن الصحة والتوعية الصحية

شهد تطور الحياة بداية اهتمام الإنسان بأوضاعه البيئية والصحية لمواجهة المرض، فبدأ الإنسان يبحث عن الأساليب والطرق العلاجية الملائمة لتجنب الأمراض نظرا لانتشار العديد من الأوبئة المميتة نتيجة معاناة الإنسان من الحروب والقحط والفقر والعديد من المشاكل الأخرى فمعدل الحياة للفرد الواحد كان لا يتعدى 30 عاما.¹

والمتتبع لتطور أشكال الصحة عبر الحضارات التي عرفها الإنسان منذ بداياته الأولى يجد بأنه كل حضارة إهتمت بصحة أفرادها حسب ما تراه يحميهم من الأمراض، فالصحة عند الفرعونيون حثت على النظافة الشخصية كالإستحمام والحمية والغذائية، أما الحضارة اليونانية فقد اهتمت بالمدن ونظافتها نظرا لتأثيرها في صحة الأشخاص أما بخصوص الصحة في الحضارة العربية الإسلامية فإنها لم تكن متطورة إذ أنها اعتمدت على وسائل وأساليب بدائية في معالجة الأمراض، ما نتج عنها إزدياد وفيات الأطفال وكان هذا قبل مجيء الإسلام لكن مع مجيء الإسلام جاءت معه تعاليم تدعو إلى العلم والصحة كالإستحمام والوضوء والطهارة، وخرجت بعض الإرشادات التي شكلت بداية صحة المجتمع.²

وبدايات التوعية الصحية يمكن التعرف عليها في كتابات الأولين من الأطباء العرب والمسلمين الذين كان لهم إسهام كبير في تطوير الطب وجمعه من مختلف المصادر والإضافة عليه، وقد قيل: " كان الطب مشتتا فجمعه الرازي وناقصا فأتمه ابن سينا"، وقد حفلت كتابات الأطباء العرب والمسلمين بالكثير مما يمكن إعتباره من أساسيات التوعية والتثقيف الصحي، حيث توجد من النصائح والتوجيهات التي لم تفقد معناها حتى اليوم، بل إن كثيرا منها ثم إثبات صحته علميا بما توصل إليه العلم الحديث بالتجربة ويوجد بالقرآن الكريم والسنة النبوية أدلة قاطعة تحث على ضرورة الحفاظ على الصحة والإبتعاد عما يضرها وقد ورد ذلك في القرآن الكريم في سورة الأعراف في قوله تعالى: ﴿وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا﴾ الآية 31.

¹ - شاهين وآخرون: الإعلام والتنمية، مؤسسة طبية، القاهرة، ط1، 2010، ص203.

² - بسام عبد الرحمان المشاقبة: الإعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص ص 54-55.

أما في السنة النبوية فقد ورد رسول الله صلى الله عليه وسلم " إذا سمعتم بالطاعون بأرض فلا تدخلوها وإذا حل بأرض وأنتم فيها فلا تخرجوا منها" لذلك فالتوعية الصحية تعد من الأشياء والأمور التي ظهرت مع مجيء الإسلام وتطورت شيئاً فشيئاً إلى غاية ما أصبحت عليه اليوم.¹

2- مكونات ومصادر الوعي الصحي:

أ- مكونات الوعي الصحي:

من أهم مكونات الوعي الصحي هو مجموعة المعارف والمعتقدات التي يكونها الأفراد عن الأمور والقضايا والمشكلات الصحية والأمراض.²

وكما في المشكلات الصحية المزمنة كالتدخين والإدمان والإصابة بالأمراض الجنسية والسمنة فإن مكافحة ذلك تعتمد على تغيير أنماط الحياة وعادات الأفراد السلوكية في مجالات محددة وحجر الأساس في هذا التغيير هو المعرفة، والتي تعني المعرفة الأولية بالعوامل والمسببات التي تؤدي إلى هذه المشكلة الصحية.

والمعرفة الصحية التي تعنيها مجموعة المعلومات والخبرات والمعرفة التراكمية يحصل عليها الإنسان من المصادر الموثوقة حول الحقائق والآراء الصحية التي تشكل عاملاً مهماً في الوقاية من الأمراض ورافداً من روافد تحسين الصحة وترقيتها.³

ب- مصادر المعرفة الصحية:

- التلقي: وهو وصول المعرفة إلى الإنسان نقلاً عن مصادر أخرى الشخص نفسه منقولاً من مصادر أخرى.
- الملاحظة: وهي التي يتوصل إليها الإنسان من الواقع مباشرة بحواسه الخمس.
- 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.

¹ - أحمد ريان باريان: دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، 1424 - 1425، ص50.

² - عثمان العربي: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007م.

³ - عثمان العربي: مرجع نفسه.

وتشكل وسائل الإعلام التلفزيون، الصحف، الإذاعة، الأنترنت، بالإضافة إلى الإتصال الشخصي الأطباء الصيادلة، الأسرة، الأصدقاء، أهم المصادر للمعرفة الصحية وتلعب دورا مهما في تحقيق الوعي الصحي، حيث قام سنايدر في 2007 بالتوصل في دراسته عن الحملات الصحية المعتمدة على وسائل الإعلام أن هذه الحملات لا تقل فاعلية برامج التدخل الوقائي المعتمدة على المدرسة.¹

وأنها تكون أكثر نجاحا عندما تصل إلى أكبر شريحة من الجمهور المستهدف وعندما تسوي سلوكا جديدا أو عندما يصحبها إجراءات رادعة وعندما تنشر معلومات جديدة، كما أوضحت العديد من الدراسات في تأكيدها على أن العالم يشهد وسيشهد خلال السنوات القادمة ارتفاعا كبيرا في إحتياجات الرعاية الصحية فضلا عن الأمراض الناتجة عن رغد العيش مثل السمنة والسكري و أمراض القلب والشرايين بالإضافة إلى السرطان والأمراض الأخرى التي تظهر مع تقدم التقنية، وأخرى ليس لها علاجا، ستؤدي إلى ارتفاع الطلب بشكل كبير على خدمات الرعاية الصحية وهذا بدوره سيؤدي إلى سوق ضخم في المجال الصحي.²

3- قياس الوعي الصحي

لقياس درجة الوعي الصحي لدى الأفراد لا بد من الاعتماد على خمس مؤشرات رئيسية:

- **مؤشر الوعي الصحي الوقائي:** ويمكن قياسه من خلال السلوكيات التي يتبناها الفرد من أجل المحافظة على صحته وتجنب المرض.
- **مؤشر الوعي الصحي الشخصي:** ويمكن قياسه من خلال ممارسة الأفراد سلوكيات وعادات تعمل على المحافظة على صحة أجسامهم.
- **مؤشر الوعي الغذائي:** وهو مؤشر خاص بقياس السلوكيات التي تتعلق بالغذاء والعادات الغذائية المنتشرة.
- **مؤشر الوعي الصحي الرياضي:** يقاس بمدى إدراك المواطنين بأهمية الرياضة ومدى ممارستها.³

¹ - مصطفى يوسف كافي: قضايا إعلامية معاصرة، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، ص208.

² - مصطفى يوسف كافي: مرجع نفسه، ص209.

³ - صليحة القص: فعالية برنامج تربية صحية في تغيير سلوكيات الخطر وتنمية الوعي الصحي لدى المراهقين، رسالة دكتوراه قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، 2016/2015، ص197.

➤ مؤشر الوعي الصحي البيئي: وهو من المؤشرات الهامة بالوعي الصحي، لأنه يدل على مدى إدراك وفهم المواطنين للبيئة المحيطة وكيفية الحفاظ عليها ويقاس من خلال التعرف على سلوكيات البيئة التي يمارسها الأفراد تجاه البيئة المحيطة.¹

4- مجالات الوعي الصحي:

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

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.²

4-2- التغذية: تهدف إلى الوعي الغذائي للأفراد على جميع المستويات الاجتماعية والاقتصادية وهذا المجال لا يشمل الأغذية وأنواعها فقط بل يبحث عن العلامة بين الغذاء والجسم الحي ويشمل تناول الغذاء وهضمه وامتصاصه وتمثله في الجسم وما يتيح ذلك لتحرير الطاقة وعمليات النمو والتكاثر وصيانة الأنسجة والإنتاج والتخلص من الفضلات.

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 النزيف والحروق، اللدغات والكسور والجروح... إلخ.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.⁴

¹ - صليحة الفص: مرجع نفسه، ص198.

² - عبد الله بوجلال: مرجع سابق، ص45.

³ - عبد المجيد الشاعر، رشدي قطاس: التغذية الصحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص13.

⁴ - وفاء منذر فضة: التثقيف الصحي في مجالات التمريض، ط1، مكتبة النشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص49.

4-5- الصحة العقلية والنفسية: تهدف إلى تحقيق الكفاءة النفسية والعقلية لدى الأفراد بغية التحكم في إنفعالاتهم الداخلية والتقليل من المؤثرات الخارجية على وجدانه وحمايته من الإصابات بالأمراض النفسية والعقلية.

4-6- التبغ والكحوليات والعقاقير: ويتعلق هذا الأمر بإبراز الأضرار الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية نتيجة تعاطي التبغ والكحوليات وسوء إستخدام العقاقير، وتكمن أهمية هذا المجال في الأخطاء التي يسببها التدخين وإنتشار هذه الظاهرة على مستوى العالم الثالث كما يلاحظ أن هناك زيادة أكثر عند المراهقين والفتيان في مقتبل العمر أو دون العشرين سواء كان هؤلاء في الدول المتقدمة أو النامية.¹

4-7- الأمراض والوقاية منها: تهدف إلى الوعي بالأمراض وكيفية إنتقالها ومنع إنتشارها والتعرف على الأمراض المعدية والأمراض الغير المعدية، فقد كان العلماء يظنون أن الميكروبات وحدها المسؤولة عن حدوث المرض، وقد تعددت مسببات المرض منها: المسببات الحيوية، المسببات الغذائية، المسببات النفسية والاجتماعية، المسببات الكيميائية، المسببات الطبيعية، المسببات البيوكيميائية والوظيفية.²

4-8- صحة المستهلك: يهدف إلى المحافظة على صحة المستهلك وحمايته سواء كان عن طريق الإلتزام بالحقائق في الإعلانات عن الأطعمة أو تقييم الدعائية والتأمين الصحي وتصويب المعتقدات غير الصحية وكذلك البدع والخرافات.³

4-9- التربية الجنسية: تهدف إلى توعية الأفراد بالتكوين التشريحي والوظيفي والجهاز التناسلي في الإنسان والزواج والأمومة والأبوة ومراحل تكوين الجنسين والمشكلات الجنسية والصحية.⁴

5- أهمية وأهداف التوعية الصحية

أ- أهمية التوعية الصحية:

✓ تمكن الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعده في تفسير الظواهر الصحية وتجعله قادرا على

البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنه من تجنبها والوقاية منها.

¹ - محمود عبد المنعم شحاتة: التدخين بوابة للمخدرات، مكتبة الزهراء لدار النشر، القاهرة، 1991، ص20.

² - إحسان علي المحاسنة: التربية وأثرها في رفع المستوى الصحي، الكويت، دار الفرج، 1991، ص20.

³ - إحسان علي المحاسنة: مرجع نفسه، ص21.

⁴ - أسعد يوسف ميخائيل: أسس التربية الجنسية: دار النهضة للطبع والنشر، القاهرة، 1995، ص05.

- ✓ أنها رصيد معرفي يستفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة في اتخاذ قرارات صحية صائبة إزاء ما يعترضونه ويواجهه من مشكلات صحية.
- ✓ خلق روح الاعتزاز والتقدير والثقة بالعلم كوسيلة من وسائل الأخبار وبالعلماء المتخصصين في الصحة.
- ✓ أنها تولد لدى الفرد الرغبة في الاستطلاع وتغرس فيه حب اكتشاف المزيد منها كونها نشاط غير جامد يتسم بالتطور المتسارع.¹

ب- أهداف التوعية الصحية:

هناك مجموعة من العناصر تبين لنا أهداف التوعية الصحية وهي كالآتي:

- ✓ فهم واستيعاب أفراد المجتمع أن حل مشكلاتهم الصحية والحفاظ على صحتهم وصحة مجتمعهم في مسؤولياتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الرسمية عن طريق إتباعهم الإرشادات الصحية ورغباتهم بها.
 - ✓ إلمامهم بالمعلومات المتصلة بالمستوى الصحي في مجتمعهم للمشكلات الصحية والأمراض المعدية التي تنتشر في مجتمعهم بها وأسبابها وطرق انتقالها وأعراضها وطرق الوقاية منها.
 - ✓ تعرف أفراد المجتمع على الخدمات الصحية الأساسية والمساندة في مجتمعهم وكيفية الانتفاع بها.²
- وهناك عدد من الأهداف يراد تحقيقها والوصول إليها من خلال نشر الوعي الصحي بين أفراد مجتمع من المجتمعات وهي كالآتي:

- ✓ إيجاد مجتمع يكونوا أفرادهم قد ألموا بالمعلومات الصحية عن مجتمعهم ومعدل الإصابة بها وأسبابها وطرق انتقالها وأعراضها وطرق الوقاية منها ووسائل مكافحتها.
- ✓ إيجاد مجتمع يكونوا أفرادهم قد تعرفوا على الخدمات والمنشآت الصحية في مجتمعهم، وفهم الغرض من إنشائها وكيفية الانتفاع بها بطريقة منظمة ومجدية.³

¹ - عبد المالك بن عبد العزيز الشلهوب: دور الإعلام في تحقيق الوعي الصحي، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص ص 3-4.

² - أحمد محمد بدح وآخرون: الثقافة الصحية، ط4، دار المسيرة، عمان، 2012، ص ص 15-16.

³ - علي بن حسين الأحمدي: مستوى الوعي الصحي لدى التلاميذ وعلاقاته باتجاهاتهم الصحية، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس العلوم الرياض، قسم المناهج وطرق التدريس، جامعة أم القرى، 2002/2003، ص36.

6- وسائل وأساليب التوعية الصحية

تعتمد الإدارات الصحية وخاصة في دول العالم الثالث على برامج التثقيف الصحي ويكون دور الإعلام شكليا بل وسطحيا ومع ذلك فإن برامج التثقيف الصحي هي بالأصل برامج تتطلب كفاءات ودراسات علمية وعملية بكل قواعد عملية التثقيف الصحي وإن تكون قادرة على التعبير والإيضاح ووضع الحلول المناسبة للمشاكل التي تطرح عليهم وهذا يتطلب توفير وسائل وأساليب يستعملها المثقف الصحي لتقريب الموضوع المراد الحديث عنه إلى أذهان الناس ومن هنا فإن وسائل وأساليب التوعية الصحية والتثقيف الصحي تتم من خلال:

6-1- الاتصال المباشر أو المواجهي: وهو الاتصال الذي يلتقي فيه المثقف الصحي بالشخص المستهدف من عملية التوعية والتثقيف سواء كان ذلك بطريقة المصادفة أو المخطط لها مع المستهدف مثل لقاء المثقف أو الطبيب مع المريض وأسرته مباشرة والاتصال المباشر هو ذو تأثير هام وقوي إذا أحسن المثقف الصحي أسلوبه ومهارته وتدريبه ويكون عادة بشكل مواجهة أو مقابلة بين المثقف الصحي وبين من يقدم لهم التوعية الصحية سواء أكانت مواجهة فردية أو جماعية فالمواجهة الفردية هي أن يتلقى المثقف الصحي وأي شخص آخر ويقدم له المعلومات والأسس الصحية وطرق الوقاية من مرض بأسلوب المحادثة الشفهية المواجهة وعادة ما يكون فيهما حوار ونقاش وطرح الأسئلة والإجابة عليها.

6-2- الاتصال الغير المباشر: وهو اتصال يقوم به المثقف الصحي أو القائم بالإعلام الصحي مع الناس من غير مقابلة شخصية وإنما يكون من خلال استعمال أساليب ووسائل أخرى توصل المعلومات والحقائق إلى الرأي العام من خلال استخدام وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية كالراديو والتلفزيون والصحف والملصقات والصور والأفلام السينمائية الثابتة والمتحركة وغيرها من الوسائل الإعلامية.¹

7- العوامل المساعدة على نجاح أو فشل التوعية الصحية:

تهدف برامج التوعية الصحية الحديثة إلى تغيير عادات الناس وقيمهم فيما يتعلق بالصحة والمرض وكأي تغير إجتماعي تواجه برامج الصحة العامة عوائق تعيق التغيير وعوامل أخرى تساعد التغيير وتتمثل في:

7-1- عوائق ثقافية: تتعلق بالثقافة العامة والصحة والتقدم الحضاري ومن أمثلتها ما يلي:

¹ - بسام عبد الرحمان المشابقة: الإعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص66.

- العادات والتقاليد: وهي القيم المتوارثة التي تعمل على الحفاظ على القيم والتمسك بها كان يعتقد فيه الآباء والأجداد وهي قوى تعيق كل ما هو جديد وتقف في سبيله ومن أمثلة تلك المعتقدات إتباع الطرق غير العلمية لعلاج مشاكل الصحة واعتمادها على معتقدات الغير المتوازنة والخطئة.
- التمرکز الذاتي للثقافة: نجد في هذه الحالة أن سكان أي مجتمع يعتقدون أن طريقتهم في الحياة هي أفضل من أي مجتمع آخر مما يجعل من الصعب تغيير طريقتهم بطريقة أخرى مكتسبة من غيرهم.
- القيم النسبية: ويقصد بها التفاوت في تقدير وتقسيم العمل الواحد فمثلا قد ينادي الطبيب بالإقلاع عن التدخين، بينما يرى الشباب في التدخين أنه مظهر من مظاهر الرجولة.¹
- 7-2- عوائق اجتماعية:** وهي عوائق تتمثل في عوائق التركيب الاجتماعي ومنها:
 - قوى تماسك الجماعة: وهو شعور الأهالي بالالتزام المتبادل بين أفراد الجماعة الواحدة.
 - التحزب: ويقصد به إنقسام المجتمع إلى حزبين متعادلين أو أكثر إذا أخطأ العاملون في الوحدة الصحية وقاموا بالاتصال بأسرة ولم يتصلوا بالأسر الأخرى التي تنافسها، فإن الأسرة تتحول إلى إعداد الوحدة الصحية والعاملين عليها مما يقل نجاحها أو يؤدي إلى فشلها.
- 7-3- عوائق نفسية:** ومن أهم هذه العوائق
 - إدراك المشكلة: فالطبيب مثلا لا يدرك أن الذبابة ناقلة للكثير من الأمراض المعدية، بينما الإنسان العادي يدركها على أنها كائن حي خليقة الله، لهذا لا يتوقع منه أن يكافح الذباب.
 - إدراك الحكومة: نظر لما مر به في الماضي من ظلم على الناس فإن إدراكه للبرامج الحكومية يتسم دائما بالشك في أنها تعمل لمصلحته ولهذا يتردد بعض الناس في قبول البرامج الصحية.
 - التفاوت في اللغة: وهذا باستعمال الطبيب أو العاملين في الصحة العامة ألفاظ وعبارات لا يفهمها الإنسان البسيط.

¹ - عبد المجيد الشاعر، رشدي قطاس، مرجع سابق، ص13.

7-4- عواقب اقتصادية: إن المستوى الاقتصادي لمجتمع ما يلعب دورا مهما في تحديد درجة الصحة والمرض فهو يحدد المستوى الغذائي وطبيعة المسكن والازدحام ومستوى الصحة البيئية بالإضافة إلى أن المستوى الاقتصادي يحدد قدرة المجتمع على تقديم الخدمات الصحية لأبنائه في مختلف المناطق.¹

8: واقع الصحة والإعلام الصحي في الجزائر

الحديث عن الصحة في الجزائر هو بالضرورة حديث عن القطاع الأكثر حساسية في البلاد لأن أغلبية الشعب الجزائري يعاني من هذا الجانب وبسط سوء التسيير فرغم مجانية الصحة التي يكلفها الدستور إلا أننا نلاحظ تدني الخدمات الصحية فعادة ما أصبحت الجزائر تنذيل قوائم المنظمات العالمية بما فيها الصحة رغم كل الإمكانيات والموارد البشرية المتاحة.²

وعلى الرغم من ارتفاع معدل الأمل في الحياة لدى الجزائريين إلى ما بين 75 و 77 سنة إلا أنه يبقى بعيدا عن المستويات المحققة من طرف العديد من الدول ورغم ما شهدته الجزائر من تغير واضح في الهيكلة المرضية بفعل الارتفاع في الأمراض المتنقلة والأمراض المزمنة، فمن خلال إحصائيات وزارة الصحة والسكان نجد ظهور العديد من الأمراض المزمنة كداء السكري الأمراض القلبية السرطان والأمراض العقلية، كما لا ننسى أن هناك إرتفاع في الأمراض المتنقلة عبر المياه كالبحمرون وغيره الناتجة أساسا عن أزمة السكن وارتفاع مستويات الفقر وضعف المؤسسات الاجتماعية والصحية للقيام بدورها، كما أن مرض السرطان أصبح يمثل أحد الأسباب الرئيسية للوفاة في الجزائر فكل سنة يتم إحصاء 30000 حالة جديدة بإرتفاع يقدر بـ 50% مقارنة بال عشرية الماضية وهذا ما يدل على ضعف النظام الصحي الذي ما زال يبحث عن سياسة عامة لرفع المستوى الصحي للجزائريين.³

ومن أجل النهوض بالقطاع الصحي في الجزائر وتطويره لا بد من تظافر كافة الجهود في كل القطاعات الأخرى منها قطاع الإعلام والذي يعد من القطاعات المهمة والمساعدة في تطوير الصحة من خلال ما يسمى بالإعلام الصحي سواء من خلال تطوير البرامج الصحية في الإذاعة والتلفزيون.⁴

¹ - يوسف ميخائيل أسعد: مرجع سابق، ص 55.

² - فيصل شيباني: الصحة في الجزائر ناقوس الخطر يدق، صحيفة الرائد، الجزائر: العدد 6697، تاريخ الصدور: 2013/04/07، د ص.

³ - محمد علي محمد: دراسات في علم الاجتماع الطبي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1985، ص 222.

⁴ - بسام عبد الرحمان المشاقبة: الإعلام الصحي، مرجع سابق، ص 242، 243.

والتركيز على المواضيع الصحية العامة والإبتعاد عن المواضيع التي تمه فئة واحدة من المجتمع بالإضافة إلى استخدام لغة إعلامية بسيطة في القنوات والبرامج الصحية المذاعة، كما تعتبر القنوات الخاصة بالصحة فقط مصدرا هاما لفتح أبواب النقاش وتبادل الآراء والخبرات حول المسائل الطبية المثارة، كما يجب على القائمين بالإعلام الصحي ضرورة الإستفادة من تكنولوجيا المعلومات والتطوير البرامج الصحية خاصة في الإذاعة والتلفزيون بهدف التخلص من الأسلوب الكلاسيكي في الحوار وتقديم المعلومة الطبية والصحية بأبسط الطرق وأسهلها.¹

وما يمكن قوله عن الإعلام الصحي في الجزائر أنه شهد تقدما ملحوظا منذ الإستقلال إلى يومنا هذا كما أن الدولة أعطته إهتماما بالغا لأنه يقدم برامجها الوطنية، حيث ساعد الإعلام على تثقيف وتوعية المواطنين وتنبيههم تارة وحثهم تارة أخرى، ولكن هناك تساؤل صغير يطرح عن مدى نجاعة الإعلام الصحي في الجزائر إذ يكشف لنا العديد من النقائص وينبهنا إلى الكثير من القضايا نغفل عنها ومن بينها ما يعاب عن العملية الإعلامية الخاصة بالصحة في الجزائر هو غياب مرسل أو معد للبرامج بصورة دائمة أو أخصائيين في مجال الإعلام الصحي بالإضافة إلى أن جل الرسائل المستعملة في الحملات الإعلامية الصحية في الجزائر تتميز بأنها رسائل ذات بعد واحد وهذا يعني بأنها تمس كل شرائح المجتمع دون مراعاة خصائص كل طبقة اجتماعية، أما فيما يخص السياسة الحكومية في الميدان الصحي فنجد أن هناك غياب واضح للجدية في هذا الميدان، وعليه فإن أهم مشكلة تواجه الإعلام الصحي في الجزائر هي عدم مبالاة الفرد الجزائري بنوعية المنتج الذي يقوم باستهلاكه كما أن هذا الميدان غير مستثمر في بلادنا فرغم الجهود والإمكانات المبذولة إلا أن نتائجها غير مضمونة، وعليه فإن أساس العملية الإعلامية الصحية هو البناء العلمي للرسالة الصحية المقدمة لأن الهدف الأول من هذه العملية هو إقناع الجمهور بتغيير سلوكه.²

¹ - بسام عبد الرحمان المشابقة: الإعلام الصحي، مرجع نفسه، ص 243.

² - ذهبية سيدهم: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004/2005، ص ص 79-80.

خلاصة الفصل:

وعليه نستخلص أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت لها أهمية بالغة في المجال الصحي، حيث أصبحت تقدم معلومات توعوية وصحية بالنسبة للمجتمع.

الفصل الرابع: الإجراءات التطبيقية للدراسة

تمهيد:

1: عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

2: النتائج الميدانية للدراسة

3: مناقشة النتائج الميدانية للدراسة في ضوء الفرضيات

4: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء المقاربة النظرية

تمهيد:

يعد الجانب التطبيقي مرحلة مهمة من مراحل البحث العلمي فمن خلاله يتمكن الباحث من جمع المعلومات حول موضوع بحثه، من خلال الإجراءات الميدانية التي يقوم بها، إذ سنتطرق من خلاله إلى تحليل بيانات الدراسة بالاستناد إلى استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة قوامها 44 مفردة، حيث تم تجميع المادة الخام في جداول تكرارية لنتمكن من قراءتها بموضوعية، وبما يخدم أهداف الدراسة ويجيب على التساؤلات الفرعية التي إنطلقنا منها، ولذلك يأتي هذا الفصل لتقديم رؤية واقعية حول التساؤلات المطروحة بطريقة علمية ومنهجية.

1- عرض الجداول وتحليلها

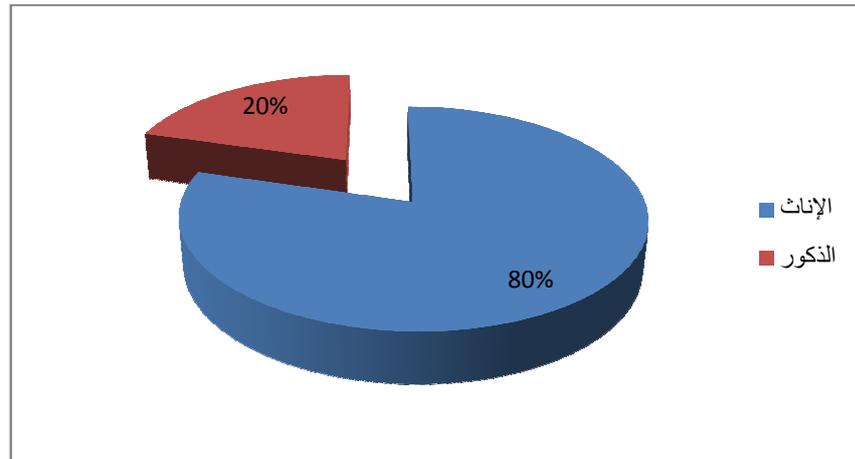
المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
الإناث	35	%90.54
الذكور	9	%20.45
المجموع	44	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن توزيع العينة حسب النوع يتكون من 90.54% إناث و20.45% ذكور، حيث تبين لنا أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور وهذا راجع لغالبية نسبة الإناث على الذكور بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وذلك لأن معظم الذكور يتجهون إلى الحياة العملية بدلا من مواصلة الدراسة.

الشكل رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

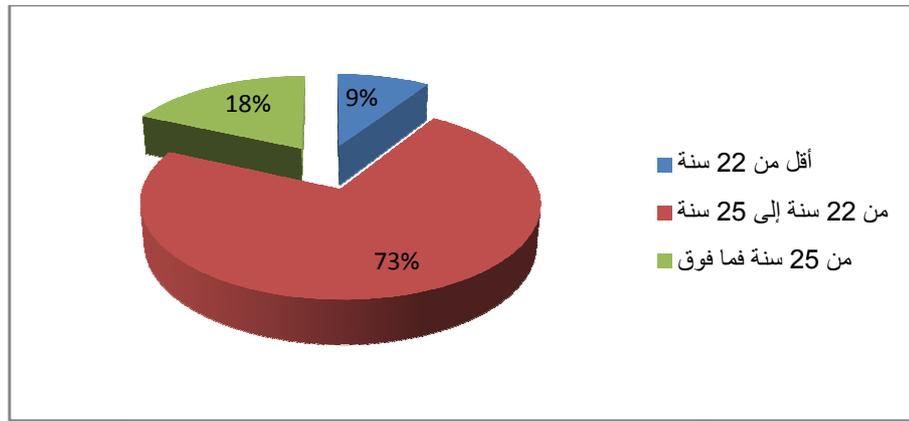


الجدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة	التكرار	الإحتمالات
%9	4	أقل من 22 سنة
%73	32	من 22 سنة إلى 25 سنة
%18	8	من 25 سنة فما فوق
%100	44	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الباحثين الذين يتراوح سنهم بين 22 و 25 سنة قدرت بـ 73% وهذا ما يبين لنا أن أغلب الطلبة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي يتراوح سنهم بين 22 إلى 25 سنة، أما نسبة الباحثين الذين يفوق سنهم 25 سنة فما فوق قدرت بـ 18% أما الفئة المتبقية وهي الفئة الأقل من 22 سنة قدرت نسبتها بـ 9% وعليه نستنتج أن أغلب الطلبة بقسم علوم الإعلام والاتصال بكلية لعلوم الإنسانية والاجتماعية يتراوح سنهم بين 22 إلى 25 سنة.

الشكل رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن

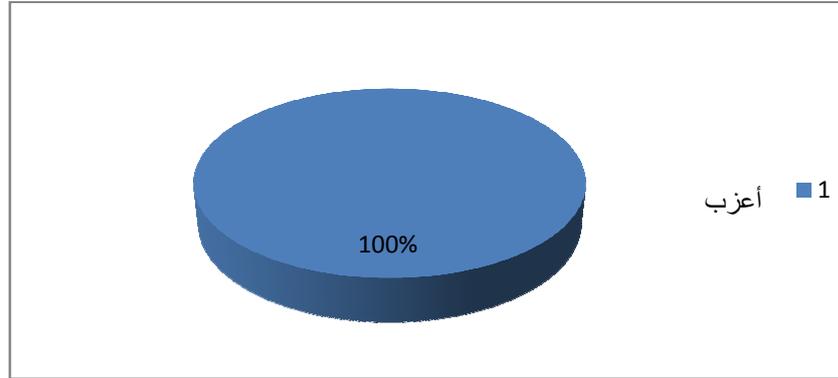


الجدول رقم 05: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	44	أعزب
/	/	متزوج
/	/	أرمل
100%	44	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه تبين لنا أن أعلى نسبة الطلبة الباحثين هم الطلبة العازبين حيث بلغ عددهم 44 مفردة أي ما يمثل نسبة 100% أما الفئتين المتبقيتين فإننا لن نسجل فيهما أي استجابة وذلك لأن أغلب الطلبة لديهم إنشغالات بالدراسة والبحث عن العمل وهذا ما دفعهم لتأجيل الزواج لوقت لاحق.

الشكل رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية

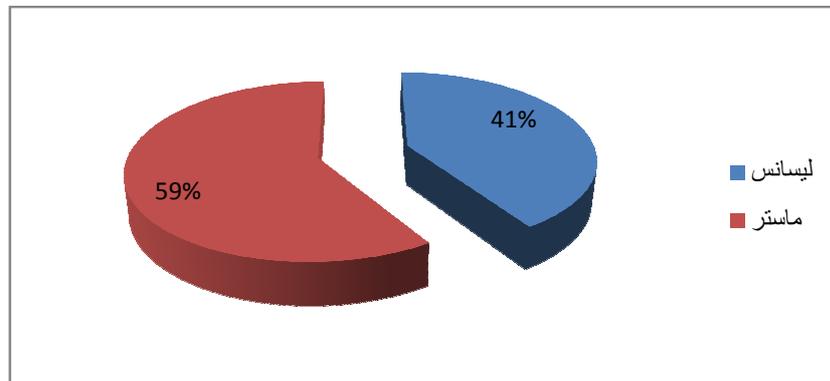


الجدول رقم 06: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
41%	18	ليسانس
59%	26	ماستر
/	/	دكتوراه
100%	44	المجموع

تشير لنا البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن نسبة طلبة الماستر تحتوي على أكبر نسبة والتي تقدر بـ 59%، تليها نسبة طلبة ليسانس بـ 41% أما فيما يخص طلبة الدكتوراه فلن نسجل فيها أي مفردة وعليه نستنتج أن أغلب الطلبة الذين يزاولون دراستهم بقسم علوم الإعلام والاتصال هم طلبة الليسانس والماستر وهذا راجع لقلّة الفرص في منح المشاركة في مسابقة الدكتوراه لجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل.

الشكل رقم 04: يمثل النسبة وعدد العينة حسب المستوى التعليمي

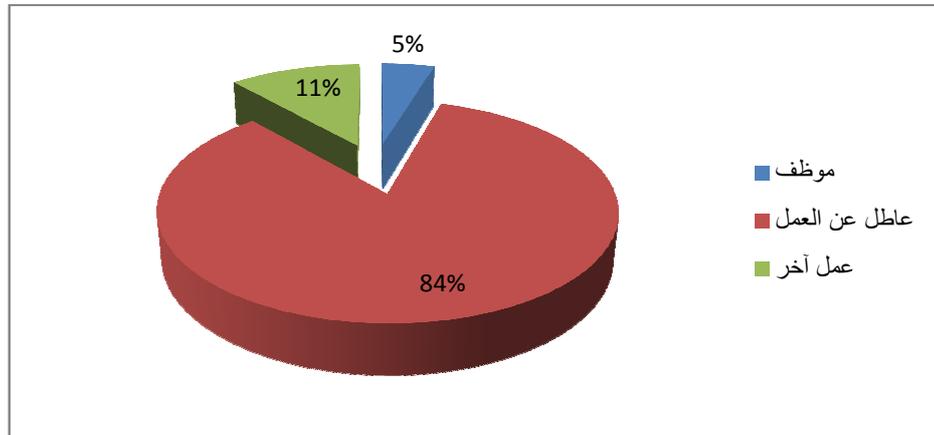


الجدول رقم 07: يمثل توزيع أفراد العينة حسب النشاط الذي يزاوله

الاحتمالات	التكرار	النسبة
موظف	2	5%
عاطل عن العمل	37	84%
عمل آخر	5	11%
المجموع	44	100%

من خلال الجدول أعلاه المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب النشاط الذي يزاولون تبين لنا أن معظم الطلبة عاطلين عن العمل حيث قدرت نسبتهم بـ 84% وهذا راجع لانشغالهم وإهتمامهم بالدراسة وقلة مناصب الشغل كما قدرت نسبة الطلبة الموظفين بـ 5% في حين قدرت الطلبة المزاولة لعمل آخر بـ 11% وهذا راجع لعدم توفيقهم بين الدراسة والعمل

الشكل رقم 05: يمثل النسبة وعدد العينة حسب النشاط الذي يزاوله

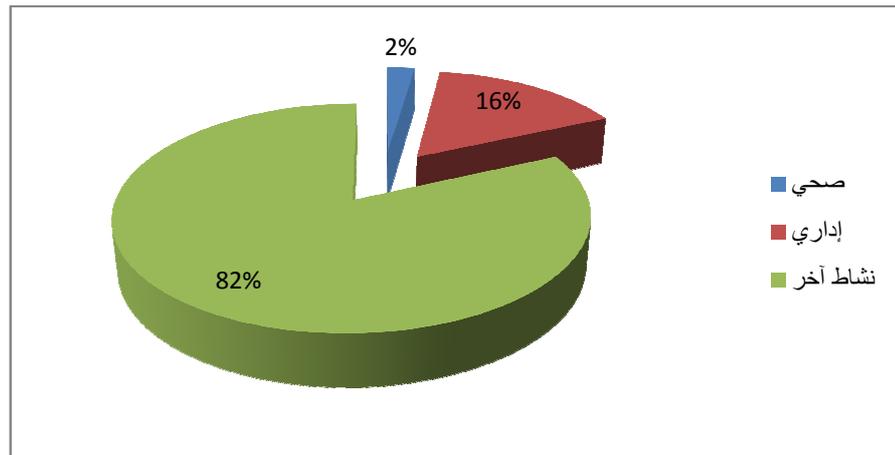


الجدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة النشاط

الاحتمالات	التكرار	النسبة
صحي	1	2.27%
إداري	7	15.92%
نشاط آخر	36	81.81%
المجموع	44	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة الفئة نشاط آخر استحوذت على أكبر نسبة قدرت بـ 81.81% ثم تليها فئة النشاط الإداري والتي قدرت نسبتها بـ 15.92% في حين قدرت نسبة النشاط الصحي بـ 2.27% وهذا راجع إلى طبيعة الدراسة الميدانية والتي قمنا بإجرائها بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل

الشكل رقم 06: يمثل النسبة وعدد العينة حسب طبيعة النشاط



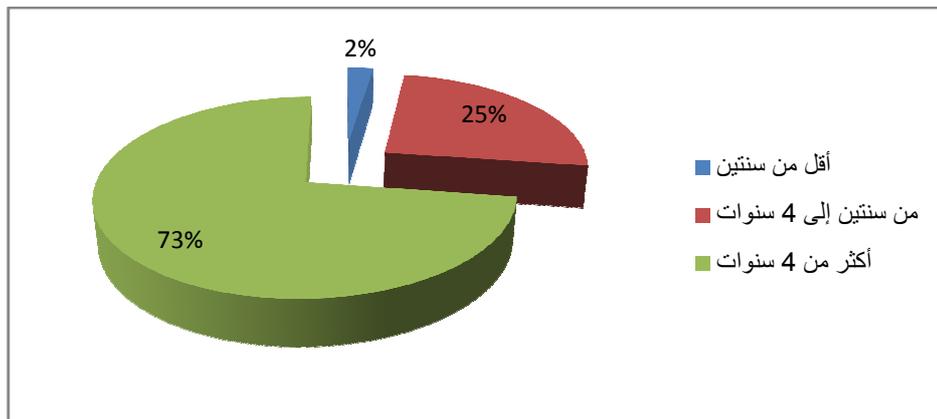
المحور الثاني: عادات وأنماط تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض معلوماتية

الجدول رقم 09: منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أقل من سنتين	1	2.27%
من سنتين إلى 4 سنوات	11	25%
أكثر من 4 سنوات	32	72.73%
المجموع	44	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر من 4 سنوات إستحوذت على أكبر نسبة بـ 72.73% ثم تليها من سنتين إلى 4 سنوات بنسبة 25% وأخيرا قدرت نسبة أقل من سنتين بحوالي 2.27% ونفس النسبة الكبيرة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من 4 سنوات من خلال إعتمادهم على هذه المواقع بكثرة في حياتهم بالإضافة إلى إنشغالهم الكثيرة ما يجعلهم يتصفحون للإطلاع على آخر المستجدات.

الشكل رقم 07: يبين النسبة وعدد العينة بحسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

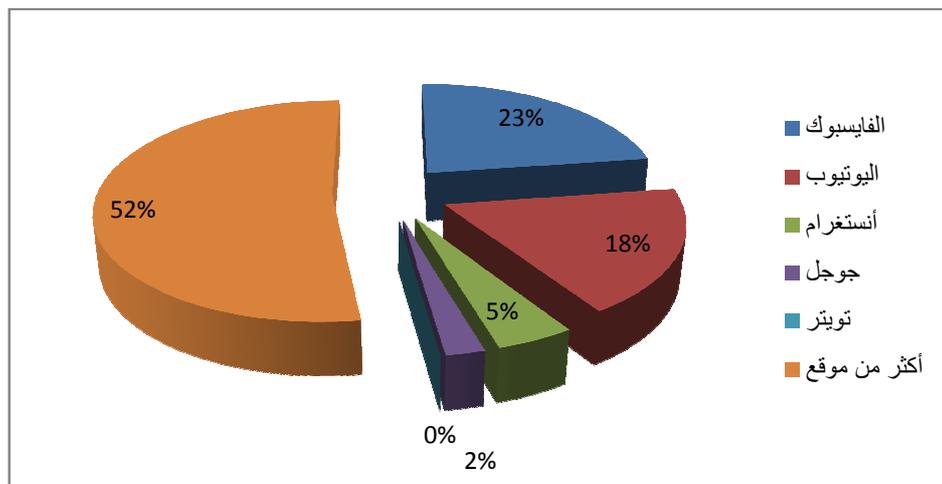


الجدول رقم 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الموقع الذي يفضلون استخدامه

النسبة	التكرارات	المواقع
22.73%	10	الفايسبوك
18.18%	8	اليوتيوب
4.54%	2	أنستغرام
2.27%	1	جوجل
0%	0	تويتر
52.28%	23	أكثر من موقع
100%	44	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه ان نسبة 52.28% من المبحوثين يفضلون استخدام أكثر من موقع وهذا راجع لتنوع وتعدد المواقع مما يجعلها تحتل الصدارة من قبل المستخدمين تليها نسبة 22.73% لمستخدمي موقع الفاييسبوك، في حين تليها نسبة مستخدمي موقع انستغرام وجوجل فقد سجلنا فيهما أضعف نسبة قدرت بحوالي 4.54% و 2.27% أما عن نسبة المبحوثين اللذين يستخدمون موقع تويتر فكانت منعدمة أي بنسبة 0%.

الشكل رقم 08: يبين النسبة وعدد العينة بحسب لموقع الذي يفضلون استخدامه

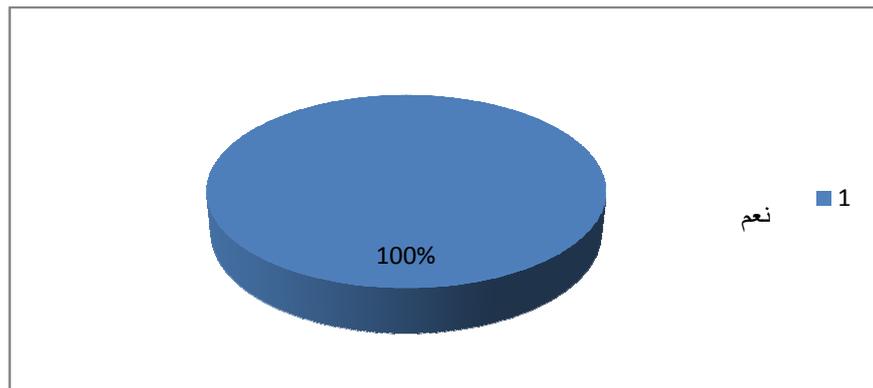


الجدول رقم 11: يمثل توزيع أفراد العينة حسب سهولة التعامل مع هذه المواقع

النسبة	التكرارات	الإحتمالات
100%	44	نعم
0%	0	لا
100%	44	المجموع

يوضح الجدول أعلاه والمتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب سهولة التعامل مع هذه المواقع أن جميع الباحثين وجدوا سهولة في تصفحهم لهذه المواقع حيث بلغت نسبة الذين أجابوا بنعم بنسبة 100% وهذا راجع لسهولة استخدامها وانتشارها الواسع.

الشكل رقم 09: يبين النسبة وعدد العينة بحسب سهولة التعامل مع المواقع



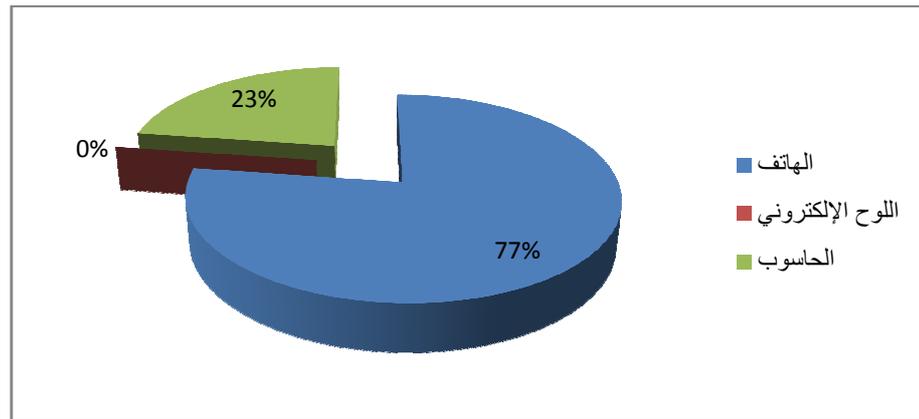
الجدول رقم 12: يمثل الوسيلة التي يستعملها الباحثين لمشاهدة هذه المواقع

النسبة	التكرار	الاحتمالات
77.28%	34	الهاتف
0%	0	اللوحة الإلكترونية
22.73%	10	الحاسوب
100%	44	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 77.28% من الباحثين يستخدمون الهاتف وذلك من خلال الانتشار الواسع للجهاز وتوفره على خصائص وميزات جعلته يحتل الصدارة في الاستخدام من طرف الباحثين أما عن نسبة مستخدمي الحاسوب فقد قدرت بـ 22.73% راجع لصعوبة حمله على عكس الهاتف التي يتميز

بخاصية صغر الحجم، أما بالنسبة للإستخدام اللوح الإلكتروني لم يسجل أي نسبة من طرف المبحوثين والتي قدرت ب0% وقد يكون سبب ذلك راجع إلى تشابه خصائص الهاتف مع اللوح الإلكتروني من حيث الخدمات والوظائف المتاحة أو التطبيقات المستخدمة في التصفح، لكن تفرد الهاتف بصغر الحجم وخفة الوزن ما جعل منه الجهاز الأكثر استخداما.

الشكل رقم 10: يبين النسبة وعدد العينة بحسب الوسيلة التي يستعملونها لمشاهدة المواقع

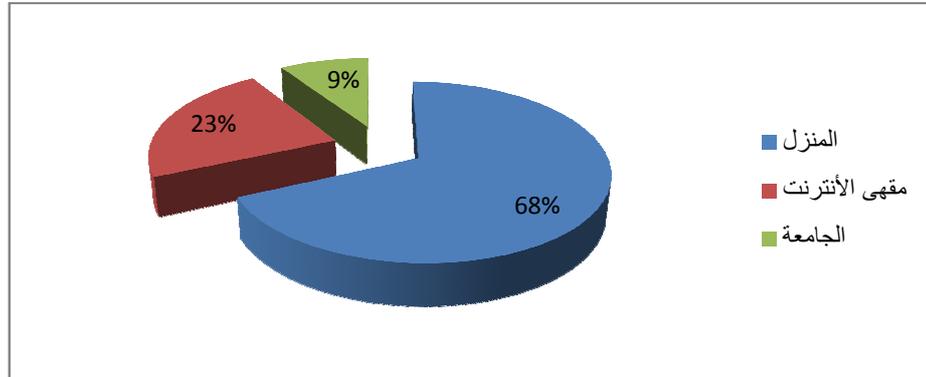


الجدول رقم 13: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المكان الذي يتصفحون فيه هذه المواقع

النسبة	التكرار	الاحتمالات
68.18%	30	المنزل
22.72%	10	مقهى الأنترنت
9.10%	4	الجامعة
100%	44	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه والذي يمثل الأماكن المفضلة لدى المبحوثين في التصفح لهذه المواقع تبين لنا أن أغلب المبحوثين يستخدمون هذه المواقع في المنزل بنسبة 68.18% ويمكن تفسير ذلك باعتبار المنزل هو المكان المناسب الذي يجد فيه الطالب راحته وحرية أي تكون بعيدة عن ضغوطات الدراسة في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين يفضلون تصفح المواقع في مقهى الأنترنت بنسبة 22.72% ويمكن تفسير ذلك بتوفر معظم البيوت على شبكة الأنترنت أما عن نسبة الطلبة الذين يتصفحون المواقع في الجامعة فقد قدرت نسبتهم بحوالي 9.10% ويعود ذلك لانشغالهم بالدراسة وعدم توفر أوقات الفراغ بشكل كبير.

الشكل رقم 11: يبين النسبة وعدد العينة حسب المكان الذي يتصفحون فيه المواقع

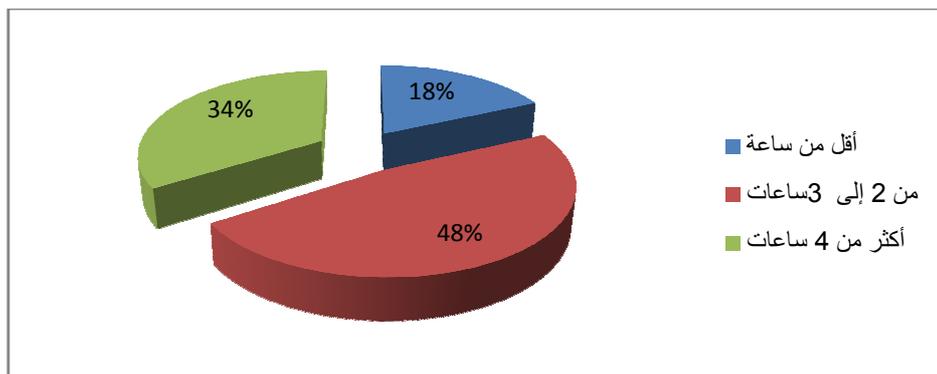


الجدول رقم 14: يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضونها في تصفح هذه المواقع.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
18.18%	8	أقل من ساعة
47.73%	21	من 2 إلى 3 ساعات
34.09%	15	أكثر من 4 ساعات
100%	44	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المبين اعلاه والمتعلق بمدة تصفح الباحثين لهذه المواقع، إذ يتضح لنا أن الذين يتصفحون من 2 إلى 3 ساعات قدرت بـ 47.73% والتي استحوذت على أكبر نسبة تليها مدة أكثر من 4 ساعات حيث قدرت بـ 34.09% ويعود تفسير ذلك إلى طبيعة أوقات الدراسة بالإضافة إلى الاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وأخيرا قدرت نسبة الباحثين الذين يتصفحون هذه المواقع أقل من ساعة بحوالي 18.18% وهذا راجع إلى انشغالهم الكبير بالدراسة ما يجعلهم يتصفحون للإطلاع على آخر الأخبار فقط وليس لشيء آخر.

الشكل رقم 12: يبين النسبة وعدد العينة بحسب الساعات في تصفح المواقع

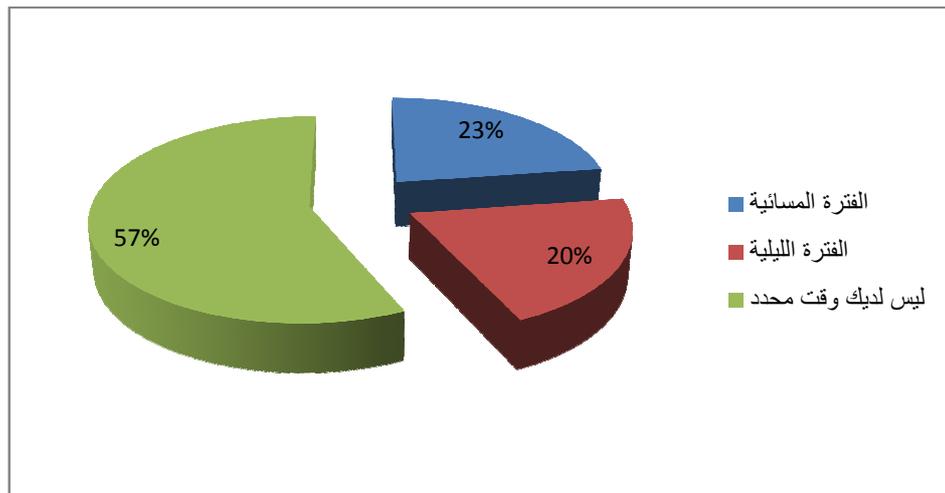


الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة للتصفح

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الفترة الصباحية	0	%0
الفترة المسائية	10	%22.72
الفترة الليلية	9	%20.45
ليس لديك وقت محدد	25	%56.83
المجموع	44	%100

من خلال الجدول المبين أعلاه المتعلق بالأوقات المفضلة لدى المبحوثين في تصفحهم للمواقع يتبين لنا أن معظم الطلبة ليس لديهم وقت محدد وبلغت نسبتهم %56.83 ونفس ذلك من خلال إنشغال الطالب بوقت الدراسة على شكل فترات وهذا ما يمنعه من تصفح المواقع في الأوقات المفضلة في حين تليها الفترات المسائية والليلية بنسب متفاوتة ما بين %22.72 و%20.45 ويعود ذلك لتفرغهم من الدراسة أما بالنسبة للفترة الصباحية فقد قدرت ب%0 وهذا راجع لانشغال الطلبة بمهامهم العلمية في هذه الفترة وعد تفرغهم لتصفح في هذا الوقت الغير مفضل بالنسبة لهم.

الشكل رقم 13: يبين توزيع أفراد العينة بحسب الفترات المفضلة للتصفح



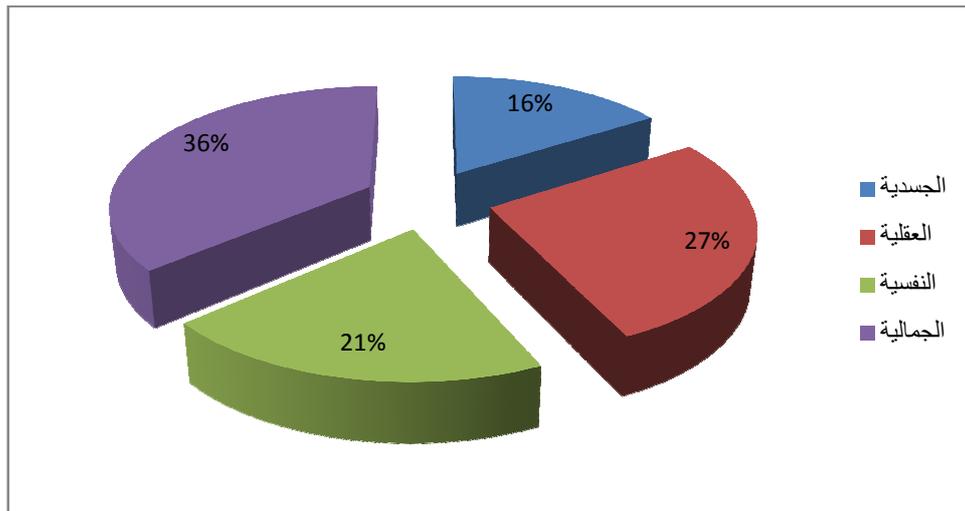
المحور الثالث: مواضيع التوعية الصحية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 16: يمثل المواضيع التي تعبر عن إهتمام الطلبة من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعية.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
15.90%	7	الجسدية
27.27%	12	العقلية
20.45%	09	النفسية
36.38%	16	الجمالية
100%	44	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح لنا اغلب المبحوثين المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي يتلقون المواضيع الجمالية بنسبة أكبر حيث قدرت ب 36.38% وهذا راجع لغالبية الإناث على الذكور وميولهم للمواضيع الجمالية أكثر، ثم تليها المواضيع العقلية بنسبة 27.27% أما المواضيع النفسية فقدرت نسبتها ب 20.45% والنسبة الأخيرة كانت لمواضيع الجسدية حيث قدرت بحوالي 15.90%.

الشكل رقم 14: يبين توزيع العينة بحسب إهتمام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

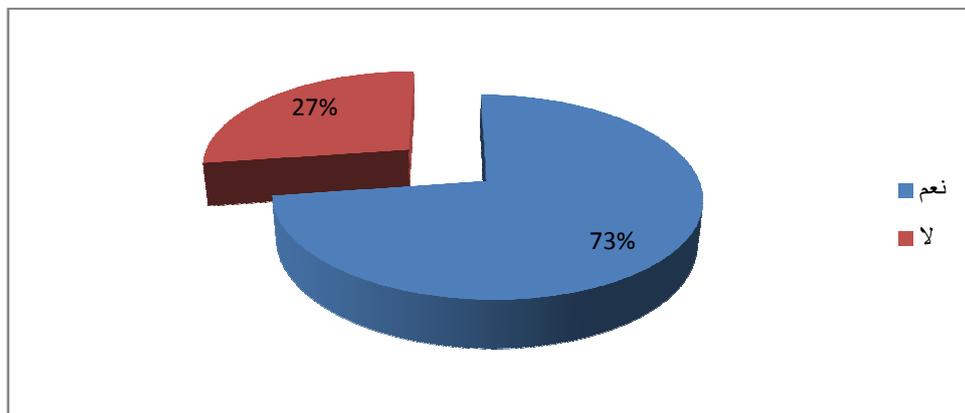


الجدول رقم 17: يبين مدى استفادات الباحثين من هذه المواقع في طريقة العلاج

النسبة		التكرار	الإحتمالات
%72.72		32	نعم
النسبة	التكرار	- علاج بعض المشاكل النفسية - اكتساب بعض النصائح - الحصول على المعلومات الطبية - وصفات جمالية للعناية بالبشرة - وصفات الأعشاب لمعالجة الأمراض	كيف ذلك
%15.62	17		
%3.12	1		
%31.25	10		
%43.75	14		
%6.26	2		
%27.27		12	لا
%100		44	المجموع

من خلال الجدول الموضح أعلاه يتضح لنا أن نسبة الباحثين المستفيدين من هذه المواقع في طريقة العلاج قدرت ب %72.72 وهذا من خلال تعرضهم للمرض والاستفادة من هذه المواقع حسب ما صرح به الباحثين وهذا من خلال تصفحهم لمواقع تطرح مواضيع جمالية للعناية بالبشرة والجسم والوجه والحصول على المعلومات الطبية والوقائية ووصفات الأعشاب بالمعالجة الامراض، أما فيما يخص نسبة الباحثين اللذين لا يستفيدون من هذه المواقع فقد قدرت ب %27.27 وهذا راجع إلى زيارتهم للطبيب عند المرض أو عدم إيجاد وصفة تناسب حالتهم المرضية من هذه المواقع بحسب تصريحات الباحثين.

الشكل رقم 15: يبين مدى استفادة الباحثين من هذه المواقع في طريقة العلاج

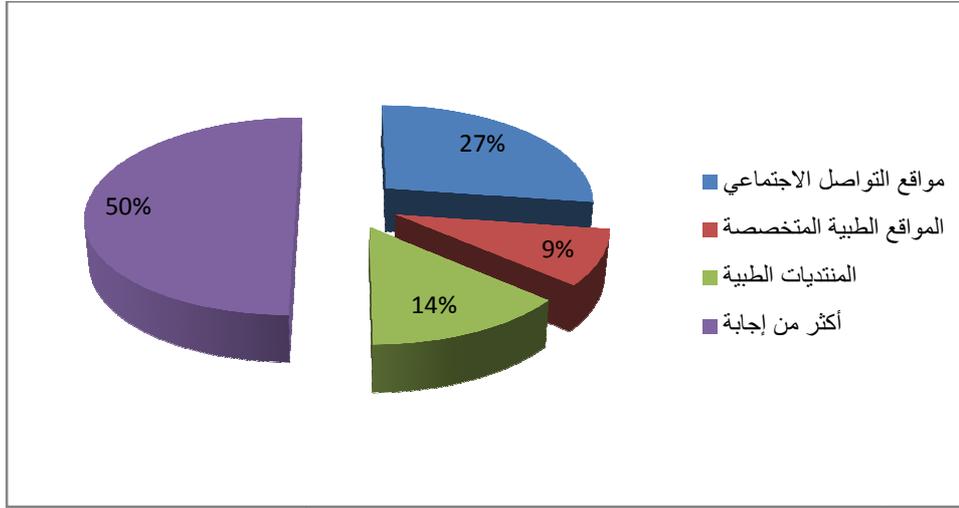


الجدول رقم 18: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المصادر التي يتحصلون منها على هذه العلاجات والنصائح الطبية

النسب	التكرار	المصادر
27.27%	12	مواقع التواصل الاجتماعي
9.09%	4	المواقع الطبية المتخصصة
0%	0	مدونات الأطباء المتخصصين
0%	0	المجلات الطبية المتخصصة
0%	0	موسوعة ويكيبيديا
13.63%	6	المنتديات الطبية
50.01%	22	أكثر من إجابة
0%	0	أخرى تذكر
100%	44	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل المصادر التي يحصل منها الباحثون على العلاجات الطبية والنصائح تبين لنا أن نسبة 50.01% من الباحثين يتحصلون على المعلومات الطبية بأكثر من مصدر، كما يفضل حوالي 27.27% من الباحثين الحصول على المعلومات الطبية من مواقع التواصل الاجتماعي وقد يكون سبب ذلك راجع الانتشار الكبير لهذه المواقع وإمتلاكها من طرف العديد من الباحثين ما يجعلهم يلجئون إلى المعلومات الطبية والنصائح أو من ذوي التجربة، في حين قدرت نسبة المنتديات الطبية والمواقع الطبية المتخصصة بنسب متفاوتة ب 13.63% و 9.09% ويمكن تفسيرها من خلال مصداقية المعلومات والنصائح الطبية التي يحصل عليها الباحث من هذا المصدر، أما بالنسبة لمصادر المنبثقة فقد كانت نسبتها منعدمة وهذا راجع لعدم إهتمام الطلبة بهذه المصادر لكونها تمود لذوي الاختصاص كما أن الباحث غير متخصص في هذا المجال.

الشكل رقم 16: يبين توزيع أفراد العينة حسب المصادر التي يتحصلون منها على هذه العلاجات والنصائح الطبية

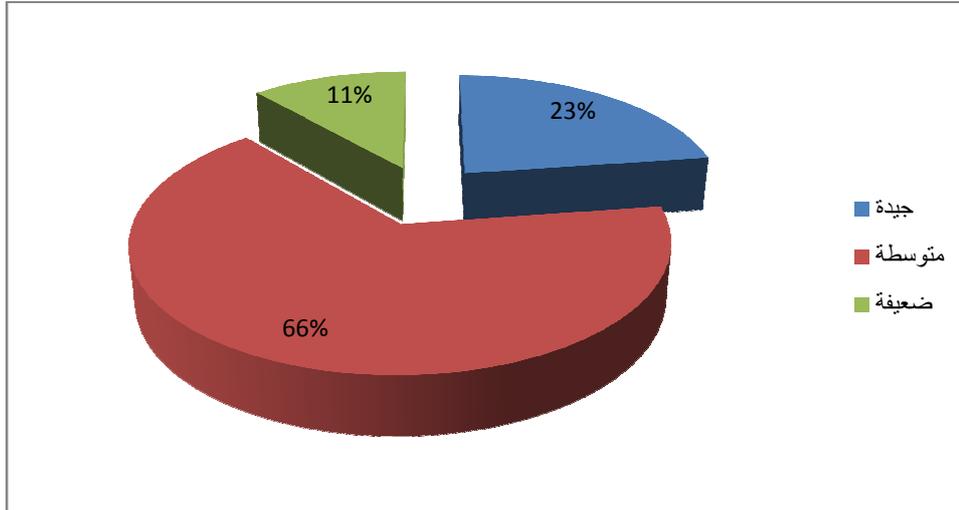


الجدول رقم 19: يمثل توزيع أفراد العينة حسب نسبة الإستفادة من هذه المواقع حول التوعية الصحية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
22.72%	10	جيدة
65.90%	29	متوسطة
11.38%	5	ضعيفة
100%	44	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الإستفادة من هذه المواقع ول التوعية الصحية كانت متوسطة حيث قدرت ب 65.90% وهذا بحسب تقديرنا راجع إلى التطور في الاستفاداة الجيدة والتي قدرت ب22.72%، هذه المواقع حول التوعية الصحية، أما فيما يخص الاستفاداة الضعيفة والتي قدرت نسبتها 11.38% وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة مع النسب الأخرى.

الشكل رقم 17: يبين توزيع أفراد العينة حسب نسبة الاستفادة من هذه المواقع حول التوعية الصحية

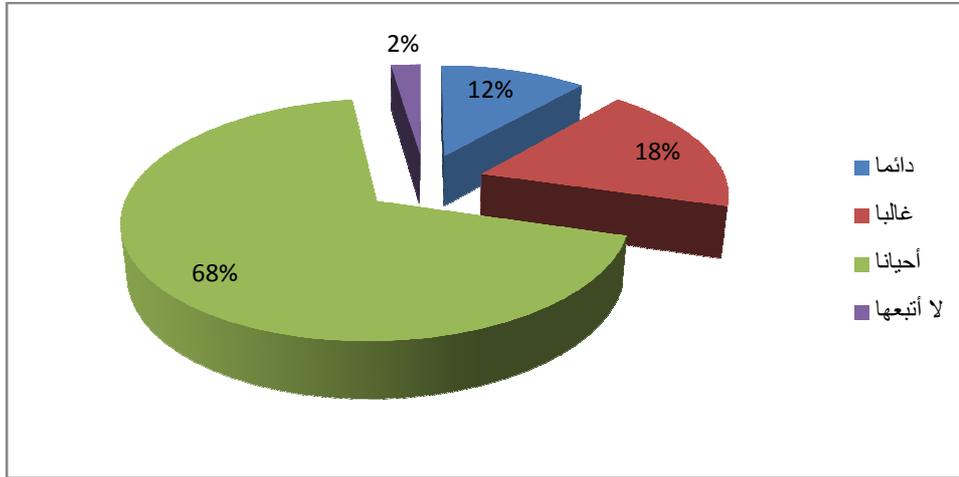


الجدول رقم 20: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تتبع النصائح والتعليمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
11.37%	5	دائما
18.18%	8	غالبا
68.18%	30	أحيانا
2.27%	1	لا أتبعها
100%	44	المجموع

من خلال الأرقام الموجودة في الجدول أعلاه يتضح أن نسبة المبحوثين المحييين بأحيانا قدرت بأكبر نسبة بـ 68.18% تليها في المرتبة الثانية الطلبة المحييين بغالبا بنسبة 18.18% أما نسبة الطلبة المحييين بدائما فقد قدرت بـ 11.37% وأخيرا جاءت نسبة المبحوثين المحييين ب لا أتبعها بـ 2.27% وهذا راجع لعدم إهتمام طلبة قسم الإعلام والاتصال بالمواضيع الصحية بشكل كبير.

الشكل رقم 18: يبين توزيع أفراد العينة حسب تتبع النصائح والتعليمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

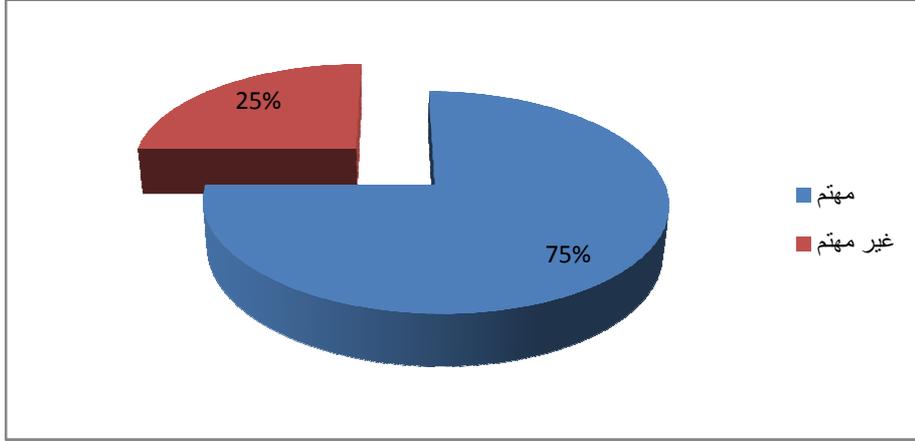


الجدول رقم 21: يمثل مدى أهمية هذه المواقع في عرض المواضيع الصحية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
75%	33	مهتم
25%	11	غير مهتم
100%	44	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن مدى أهمية هذه المواقع في عرض المواضيع الصحية حسب إجابة الباحثين كانت بمهتم حيث قدرت ب75% في حين قدرت إجابة الباحثين بغير مهتم ب25% وهذا راجع حسب إجابات الباحثين.

الشكل رقم 19: يبين أهمية هذه المواقع في عرض المواضيع الصحية



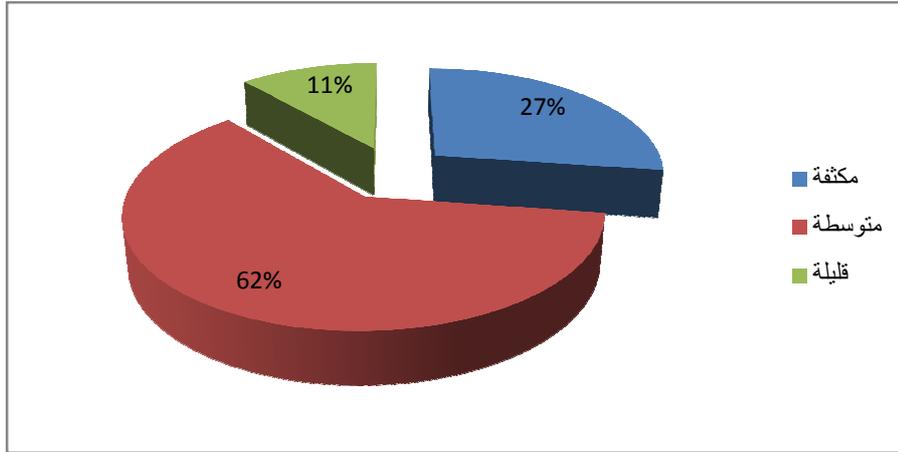
الجدول رقم 22: يبين توزيع أفراد العينة حسب حجم المعلومات الصحية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول أ- يمثل حجم المعلومات الصحية المنشورة عبر واقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
27.27%	12	مكثفة
61.36%	27	متوسطة
11.37%	5	قليلة
100%	44	المجموع

يبين لنا الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب حجم المعلومات الصحية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت أعلى نسبة بالنسبة للفئة المحيية بمتوسطة حيث قدرت نسبتها ب 61.56% فيما تعود المرتبة الثانية لفئة الطلبة المحييين بمكثفة بنسبة 27.27% وتليها في المرتبة الأخيرة المحيية بقليلة بنسبة 11.37% وهذا راجع لعدم مصداقية هذه المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم 20: يبين توزيع حسب حجم المعلومات الصحية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

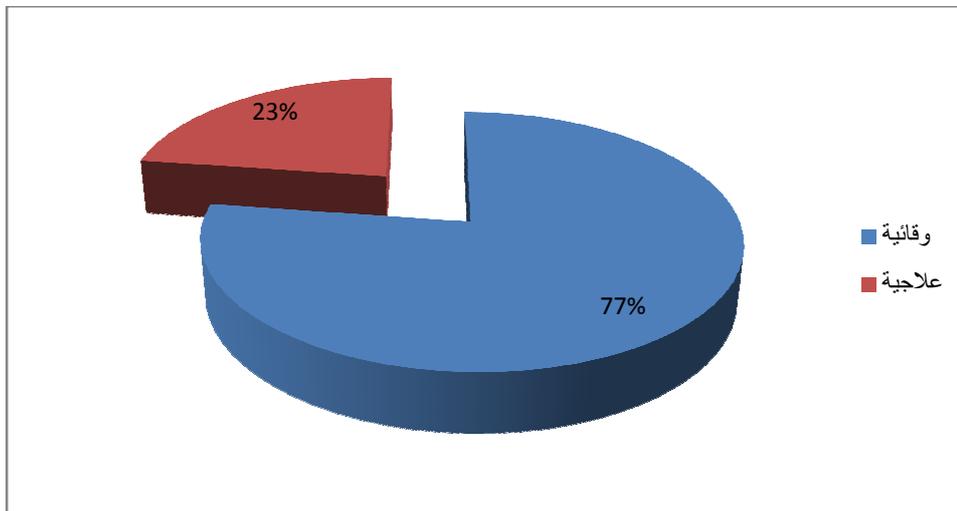


الجدول ب- يمثل توزيع أفراد العينة حسب المعلومات الوقائية والعلاجية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
77.27%	34	وقائية
22.73%	10	علاجية
100%	44	المجموع

من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه يتضح لنا أن غالبية المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت وقائية حيث قدرت بـ 77.27%، أما نسبة المعلومات العلاجية فقد قدرت بـ 22.73% وهذا راجع لكون أغلبية الباحثين يتخذون التدابير الوقائية أكثر من العلاجية لكون الوقاية خير من العلاج.

الشكل رقم 21: يبين توزيع أفراد العينة حسب المعلومات الوقائية والعلاجية



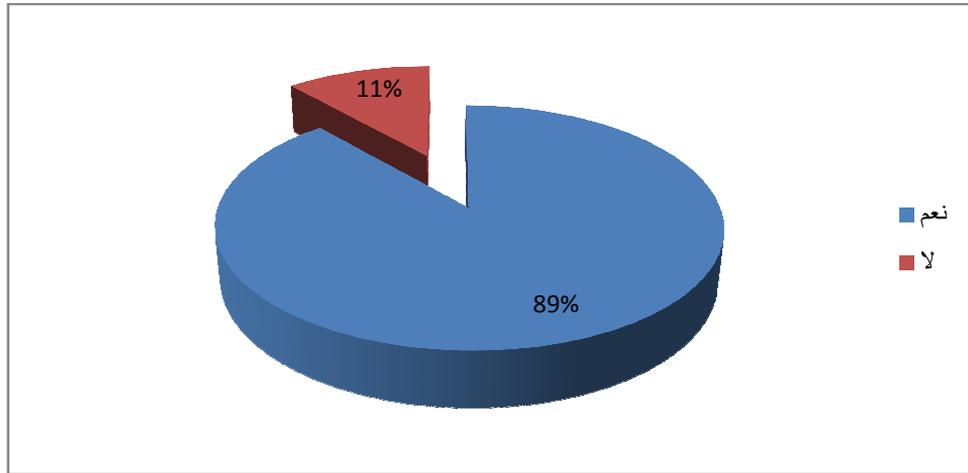
المحور الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في نشر الوعي الصحي لدى الأفراد

الجدول رقم 23: يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما تنميه مواقع التواصل الاجتماعي لثقافتهم الصحية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	39	88.63%
لا	5	11.37%
المجموع	44	100%

من خلال الجدول المبين أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما تنميه مواقع التواصل الاجتماعي من ثقافة لدى المبحوثين حيث كانت غالبية إجاباتهم بنعم وقدرت جدا نسبتها بـ 88.63% في حين كانت نسبة المبحوثين المحييين ضئيلة جدا وقدرت بـ 11.37% وهذا بفعل المعلومات التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي من النماذج وإرشادات وسهولة تعامل الطلبة مع المعلومات المنشورة عبرها.

الشكل رقم 22: يبين توزيع أفراد العينة حسب ما تنميه مواقع التواصل الاجتماعي لثقافتهم الصحية

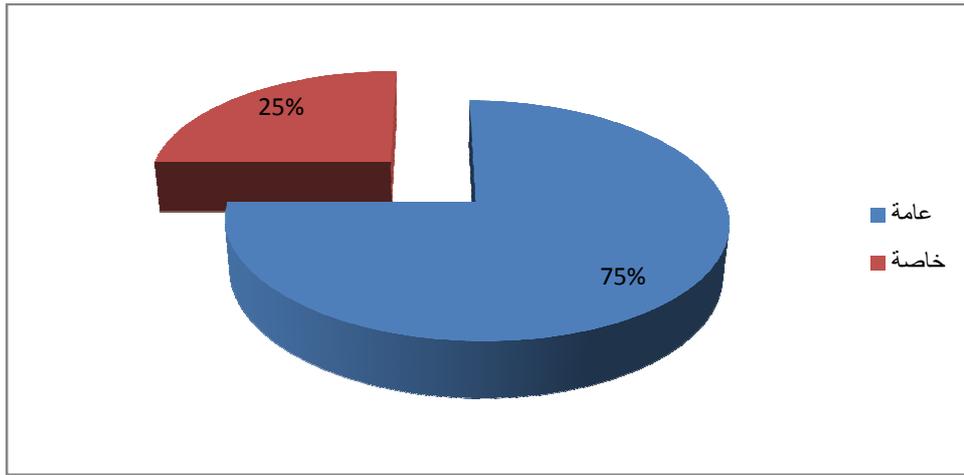


الجدول رقم 24: يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوعية المعلومات الصحية المكتسبة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
عامة	33	75%
خاصة	11	25%
المجموع	44	100%

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح لنا أن نسبة المبحوثين اللذين يكتسبون معلومات عامة قدرت نسبتهم بـ 75% حسب ما أدين به من قبل المبحوثين، أما اللذين يكتسبون المعلومات الخاصة فقد قدرت نسبتهم بـ 25%، وحسب تقديرنا هذا راجع إلى إهتماماتهم وميولاتهم لمختلف المواضيع الصحية وما يشبع حاجاتهم في مجال الصحة.

الشكل رقم 23: يبين توزيع أفراد العينة حسب توعية المعلومات الصحية المكتسبة

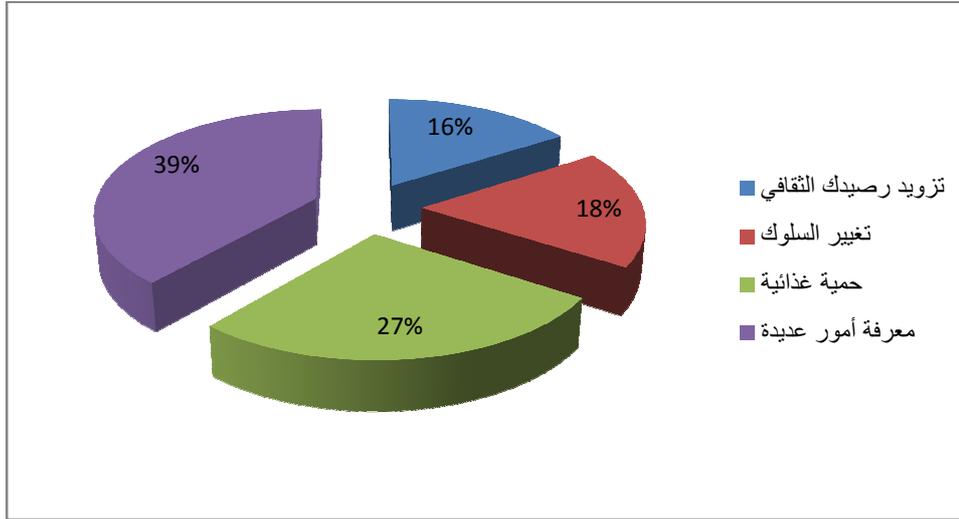


الجدول رقم 25: يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوعية الاستفادة بعد إكتساب المعلومات الصحية.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
15.90%	7	تزويد رصيدك الثقافي
18.18%	8	تغيير السلوك
27.27%	12	حمية غذائية
38.65%	17	معرفة أمور عديدة
100%	44	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح لنا أن الأمور التي يليها المبحوثين بعد اكتسابهم للمعلومات الصحية هي معرفة أمور جديدة، حيث قدرت نسبتها بـ 38.65% تلتها حمية غذائية بنسبة 27.27% أما تغيير سلوك فكانت بنسبة تقدر 18.18% وأخيراً كانت نسبة تزويد رصيدك الثقافي بـ 15.90% إذ كانت أغلب المبحوثين يحبون الإطلاع على معرفة أمور جديدة وهذا بحسب تنوع المصادر والمعلومات الطبية المنشودة عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

الشكل رقم 24: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية الإستفادة بعد إكتساب المعلومات الصحية.

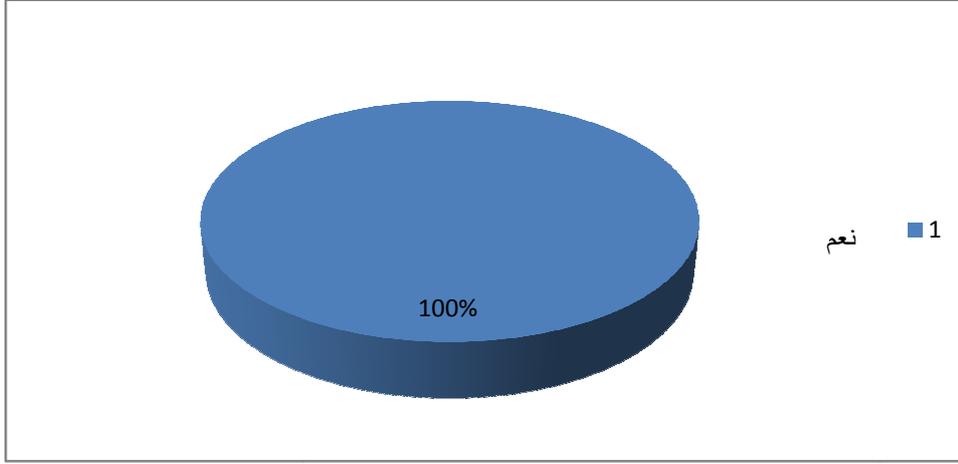


الجدول 26: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تطبيق المعلومات المكتسبة في حياتهم اليومية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	44	%100
لا	0	%0
المجموع	44	%100

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن أفراد العينة بحسب تطبيقهم للمعلومات الصحية للمكتسبة في حياتهم اليومية استحوذت على أكبر نسبة والتي قدرت بـ %100 وهذا راجع إلى أن اغلب الطلبة كونهم يكتسبون معلومات صحية لمعرفة أمور جديدة لتنمية ووعيهم الفكري من خلال تطلعاتهم لمواقع التواصل الاجتماعي مثل اليوتيوب والفيسبوك من خلال مشاهداتهم وتطلعاتهم لقنوات اليوتيوب والمنشورات الصحية المعروضة.

الشكل رقم 25: يبين توزيع أفراد العينة حسب تطبيق المعلومات المكتبة في حياتهم اليومية

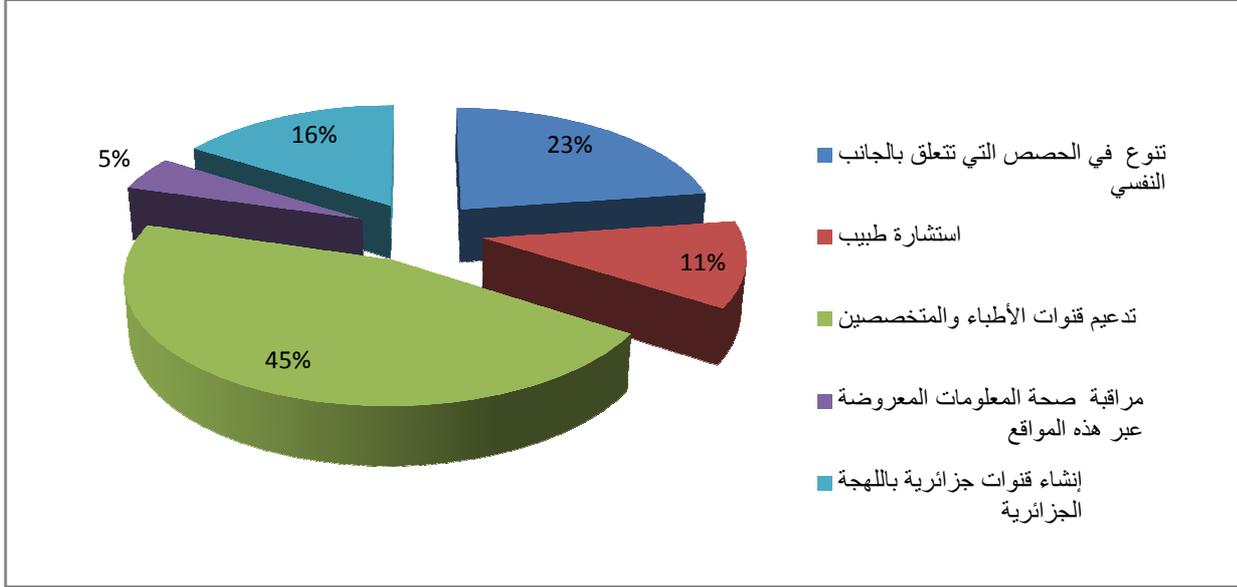


الجدول رقم 27: يبين انطباعاتك واقتراحاتك حول مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المواضيع الصحية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
22.75%	10	تنوع في الحصص التي تتعلق بالجانب النفسي
11.36%	5	استشارة طبيب
45.45%	20	تدعيم قنوات الأطباء والمتخصصين
4.54%	2	مراقبة صحة المعلومات المعروضة عبر هذه المواقع
15.90%	7	إنشاء قنوات جزائرية باللهجة الجزائرية
100%	44	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه يتبين لنا أن نسبة انطباعات واقتراحات حول مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة قد تبينت في أكبر نسبة لتدعيم قنوات الأطباء المتخصصين في مجال الصحة حيث قدرت نسبتها بـ 45.45%، في حين كانت نسبة 10% لتنوع في الحصص التي تتعلق بالجانب النفسي أما اللذين قاموا بإختيار إنشاء قنوات جزائرية باللهجة الجزائرية فقد قدرت نسبتهم بـ 7%، أما اللذين يريدون إختيار استشارة طبيب عند المرض فقد قدرت نسبتهم بـ 5% وآخر نسبة كانت لإقتراح مراقبة صحة المعلومات المعروضة عبر هذه المواقع حيث قدرت بـ 2% وكل هذا يتضح من خلال أن أغلب الطلبة يلجؤون على تدعيم قنوات بالأطباء المتخصصين للحصول على معلومات صحيحة في مجال الصحة وإتباع نصائح طبية متخصصة والتي تساهم في تنمية وعيهم الصحي.

الشكل رقم 26: يبين إنطباعاتك وإقتراحاتك حول مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المواضيع الصحية



ثانيا: النتائج الميدانية للدراسة

من خلال تحليل وتفسير المعطيات الواردة في استمارة الاستبيان الموزعة على مجموعة من الطلبة والخاصة بهذه الدراسة يمكننا أن نستخلص النتائج التالية:

نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية

- ✓ بينت الدراسة أن (80%) من المبحوثين أغلبهم إناث
- ✓ كشفت الدراسة أن (73%) من المبحوثين يتراوح سنهم بين 22 و 25 سنة
- ✓ أظهرت الدراسة أن (59%) من المبحوثين أغلبهم من طلبة الماستر
- ✓ خلصت الدراسة أن (100%) من المبحوثين عازبين
- ✓ بينت الدراسة أن (84%) من المبحوثين أغلبهم عاطلين عن العمل
- ✓ أنهت الدراسة أن (81.81%) من المبحوثين يزاولون نشاط آخر.

نتائج المحور الثاني: عادات وأنماط تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض معلوماتية

- ✓ كشفت الدراسة أن (72.73%) من المبحوثين يستخدمون المواقع أكثر من 4 سنوات
- ✓ أكدت الدراسة أن (52.28%) من المبحوثين يفضلون إستخدام أكثر من موقع

- ✓ أظهرت الدراسة أن (100%) من المبحوثين وجدوا سهولة في التعامل مع هذه المواقع.
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن (77.28%) من المبحوثين يفضلون استخدام الهاتف.
- ✓ بينت الدراسة أن (47.73%) من الطلبة يقضون من 2 إلى 3 ساعات في التصفح لهذه المواقع.
- ✓ بينت الدراسة أن (68.18%) من الطلبة يفضلون تصفح هذه المواقع في المنزل.
- ✓ أظهرت الدراسة أن (56.83%) من الطلبة ليس لديهم وقت محدد في التصفح للمواقع.

نتائج المحور الثالث: مواضيع التوعية الصحية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

- ✓ بينت الدراسة أن (36.38%) من المبحوثين يفضلون المواضيع الجمالية .
- ✓ كشفت الدراسة أن (72.72%) من المبحوثين يستفيدون من هذه المواقع في طريقة العلاج.
- ✓ أظهرت الدراسة أن (50.01%) من المبحوثين كانت إجاباتهم بأكثر من إجابة حول المصادر التي يحصلون منها على العلاجات.
- ✓ توصلت نتائج الدراسة إلى أن (65.90%) كانت نسبة إستفادتهم متوسطة حول التوعية الصحية.
- ✓ أظهرت الدراسة أن (68.18%) من المبحوثين كانت إجاباتهم بأحيانا في تتبع النصائح والتعليمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن (75%) من المبحوثين كانت المواضيع الصحية مهمة لهم.
- ✓ بينت نتائج الدراسة أن (61.36%) من المبحوثين كانت إجاباتهم بمتوسطة في حجم المعلومات الصحية المنشورة
- ✓ بينت الدراسة أن (77.27%) من المعلومات لدى المبحوثين كانت وقائية.

نتائج المحور الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في نشر الوعي الصحي لدى الأفراد.

- ✓ بينت الدراسة أن (88.63%) من المبحوثين قد ساهمت المواقع في تنمية ثقافتهم الصحية
- ✓ أنهت الدراسة أن (75%) من المبحوثين يكتسبون معلومات عامة بحسب المعلومات المكتسبة.
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن (38.65%) من المبحوثين يطلعون لمعرفة أمور جديدة
- ✓ كشفت الدراسة إلى أن (100%) من المبحوثين يطبقون المعلومات المكتسبة في حياتهم اليومية.
- ✓ أظهرت الدراسة أن (20%) من المبحوثين يفضلون تدعيم قنوات بالأطباء المتخصصين.

3- نتائج الدراسة في ظل الفرضيات

- توصلت نتائج الدراسة أن معظم الطلبة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية وذلك لحاجاتهم للتوعية الصحية وعليه تحققت الفرضية الأولى في أن الطلبة يقبلون على المواضيع الصحية.

- أظهرت نتائج الدراسة إلى أن أغلب الطلبة يهتمون بالوسائل الإعلامية بدافع الفضول واكتساب معلومات جديدة في حياتهم وعليه لم تتحقق الفرضية الجزئية الثانية القائلة : تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التوعية الصحية إذ أنه يوجد اختلاف كبير بين الطلبة في عاداتهم وأنماطهم في تصفح هذه المواقع.

- بينت الدراسة أنه كلما زاد إقبال الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي كلما زاد وعيهم الصحي مما يحقق لهم إشباعاتهم ورغباتهم بما في ذلك التحصيل المعرفي بإعتبارهم باحثين يحتاجون إلى مصادر موثوقة لتعزيز رصيدهم العلمي وعليه تحققت الفرضية الأخيرة المتمثلة في زيادة إقبال الطلبة على هذه المواقع قصد زيادة وعيهم الصحي.

ثالثاً: تفسير نتائج الدراسة في ضوء النظريات

التحليل في ضوء النظرية البنائية الوظيفية:

يعتبر المنظور البنائي الوظيفي من أهم المنظورات وأكثرها واقعية بإعتبارها تنظر إلى وسائل الإعلام على أنها نظام إجتماعي، يعمل ضمن نظام اجتماعي خارجي، بإعتبار أن هذه الوسائل هي عبارة عن نسق إجتماعي أو نظام اجتماعي ضروري في المجتمع، حيث تفرض البنائية الوظيفية أن هذه الوسائل لها أهداف وظيفية محددة من قبل مستخدميها، وكذا تحديد العلاقة المتبادلة بين هذه الوسائل وبقية نظم الأنساق الأخرى.

وانطلاقاً من نظرية البنائية الوظيفية أن الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي هو نشر الوعي الصحي والذي يعتبر مهم وكبير وذلك من خلال:

- ✓ أن شبكات التواصل الاجتماعي لها وظيفة توعوية في المجتمع.
- ✓ أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بنشر المعلومات الصحية من خلال البرامج المتخصصة للصحة والمعلومات الصحية المنشورة عبرها التي تم كافة شرائح المجتمع، وكذا نشر الاتجاهات الصحيحة للفرد مما

يساهم في تغيير سلوكياتهم السلبية في مجال الصحة وبالتالي حسب هذه النظرية في شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بدور إيجابي في نشر الوعي الصحي.

التحليل في ضوء نظرية الاستخدامات والإشاعات

إعتمدت الدراسة الحالية على مقارنة الاستخدامات والإشاعات وجاءت هذه المقارنة جراء دراسات وبحوث مرتبطة بين وسائل الإعلام والجمهور، وترتكز نظرية الاستخدامات والإشاعات على عدة مسلمات بناها الباحثون وتعني هذه النظرية بأن أفراد الجمهور يستخدمون المواد الإعلامية من أجل إشباع رغباتهم وحاجاتهم الكامنة هذا وقد ظهرت نتائج الدراسة أن:

- المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التواصل مع الآخرين ولمواكبة الأحداث الجارية وكذلك زيادة وعيهم الفكري والصحي .
- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي حاجاتهم وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا الحالية التي بينت لنا أن طلبة علوم الإعلام والاتصال هو جمهور نشط وفعال وانتقائي فهو يتحكم في ظروف التلقي من حيث وقت التعرض وكذلك الزمن والذي أظهرت النتائج أن معظم عينة الدراسة تستخدم أو تصفح المواقع مثل الفاييسبوك في الفترة الليلية أكثر وهذا ما يتناسب مع عدد الساعات التي يقضيها المبحوث في مزاوله دراسته في الفترة الصباحية مما يفضل استخدام المواقع في الفترات الليلية فهو يستخدم هذه المواقع لتحقيق أهداف خاصة يرى أنها تحقق له أهدافه.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون ووسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد، وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا حيث توصلنا إلى أن طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل يستخدمون هذه المواقع في تحديد حاجاتهم ودوافع تعرضهم لها، فهو يختار المضامين التي تشبع حاجاته ورغباته وميولاته، فمعظم الطلبة يميلون إلى استخدام أكثر من موقع في متابعة القضايا ذات الطابع الصحي، كما أنهم يقومون بالانضمام إلى مجموعات وصفحات صحية تعود عليهم كدافع في تنمية وزيادة وعيهم الصحي، وتلبية حاجاتهم من خلال المضامين التي تلبي حاجاتهم الصحية من متابعة الأخبار والقضايا الصحية عبرها.

التوصيات والاقتراحات:

- استنادا إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة ارتأينا أن نقدم بعض الاقتراحات والتوصيات والتي تتمنى أن تجد صداها، وذلك للنهوض بالقطاع الصحي وتحقيق الوعي الصحي من خلاله، وهذا لا يكون إلا من خلال الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي نظرا لفعاليتها في نشر الوعي الصحي وخدمة القطع الصحي وتمثل هذه التوصيات والاقتراحات فيما يلي:
- استغلال شبكة التواصل الاجتماعي في مجال الصحة خاصة الفايسبوك لأنه الموقع الاجتماعي الأكثر انتشارا وفعالية لنشر الوعي الصحي وتنشيط الحركة الصحية.
- التعمق أكثر في مناقشة وطرح القضايا الصحية من طرف مختلف الجمعيات والمؤسسات الصحية وغيرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.
- تدعيم المعلومات والمعطيات الصحية بآراء المختصين والخبراء في مجال الصحة لإضفاء مزيد من المصداقية لدى المهتمين بالمجال الصحي.
- محاولة الاستفادة من الطلبة الجامعيين باعتبارهم مستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم وعيا نظرا لمستواهم العلمي والإعتماد عليها كعنصر فعال لنشر الوعي الصحي.
- وضع آليات تتضمن التوجه إلى التعليم الصحي بشكل يضمن للطالب فرصة للتدريب وزرع الرغبة لديه للعمل في المؤسسات الصحية في المستقبل بمغريات مادية ومعنوية إذا أردنا الإرتقاء بالقطاع الصحي.
- تشجيع البحث العلمي في مجال الصحة من طرف الجامعات وذلك من خلال الانفتاح على مختلف البحوث العلمية في مختلف التخصصات وإنشاء مراكز علمية متخصصة في مجال الصحة.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل وبعد عرض وتحليل النتائج وتفسيرها اتضح لنا الاستخدام المتنوع والكبير لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين معتمدين في ذلك على شتى الدعائم التكنولوجية وبالخصوص الهواتف التي أسهمت بشكل كبير في جعل الطلبة يساهمون في بناء المضامين الصحية والثقافية والاجتماعية عبر هذه المواقع باعتبارها تساهم في تعزيز رصيدهم الثقافي والمعرفي والتي يسعى من خلالها إلى إثراء رصيده العلمي وذلك من خلال المواضيع التي تعالجها في المجال الاجتماعي بما فيها الصحة وتساعد في خلق رأي خاص به.

خاتمة

في ختام دراستنا هذه توصلنا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي قد ساهمت بشكل كبير في خلق الوعي الصحي والتقليل من مخاطر الأوبئة والأمراض وتحسيس أغلب الطلبة بالوقاية والإطلاع على أهم النصائح من أجل تفاديها، وبهذا وجدنا أن أغلب المواقع لها ميزة جيدة في مفهوم الصحة وإدخال ثقافة جديدة على الطلبة، وتنمية معارفهم من ناحية الاهتمام بصحتهم، كمار رأينا أن استخدام المواقع في التوعية الصحية أصبح لها تأثيرا مهما على الفرد والمجتمع من خلال الصفحات والمنشورات التي تنشر عبرها، إذ أصبحت لها ضرورة مهمة من أجل إضفاء النصائح والتحذير من أي خطر لما تنشره من معلومات وتدابير وقائية قيمة فيما يخص بالوعي الصحي وإقبال الطلبة عليها بشكل كبير ، مما حققت التفاعلية في المواضيع الصحية المنشورة عبرها، كما أتاحت الفرصة للمستخدمين من خلال التجاوب بشكل إيجابي مع المواضيع الصحية بشكل عام بما يعكس مدى سرعة إنتشارها خاصة في المجتمع الجزائري دون أن ننسى خاصية الأنية التي تتميز بها.

قائمة المراجع

1- الكتب

- إبراهيم عبد العزيز الدعليج : مناهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
- إحسان علي المحاسنة: التربية وأثرها في رفع المستوى الصحي، الكويت، دار الفرخ، 1991.
- أحمد عارف العساف، محمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الإجتماعية والإدارية (مفاهيم وأدوات)، دار الصفاء، عمان، 2011.
- أحمد محمد بدح وآخرون: الثقافة الصحية، ط4، دار المسيرة، عمان، 2012.
- أسامة بن صادق طيب: المعرفة وشبكات التواصل الإجتماعي الإلكترونية نحو مجتمع المعرفة، مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، 2012.
- أسعد يوسف ميخائيل: أسس التربية الجنسية: دار النهضة للطبع والنشر، القاهرة، 1995.
- بسام عبد الرحمان المشاقبة: الإعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.
- بسام عبد الرحمان المشاقبة: الإعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- جمال زكي: أسس البحث الاجتماعي، دار الفكر العربي، ط2، 1996.
- جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، شبكات التواصل الاجتماعي، مركز الحرب الناعمة للدراسات، ط1.
- جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016.
- حسين عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.
- حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
- خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013.

قائمة المراجع

- دوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط14، دار الفكر العربي ناشرون وموزعون، عمان، 2011.
- سلمان بكر بن كران: الإتصال الجماهيري والخدمة الإجتماعية ورسائل التواصل الإجتماعي، دار الياض للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
- سناء محمد الجبور: الإعلام البيئي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط3، 2013.
- سوزان غريفيلد: تغيير العقل كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، فبراير 2017.
- شاهين وآخرون: الإعلام والتنمية، مؤسسة طيبة، القاهرة، ط1، 2010.
- صالح العلمي: مهارات التواصل الإجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباعة، عمان، ط1، 2015.
- عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم الإعلامية والإنسانية، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، دت.
- عبد الرزاق الدليمي: الإعلام في ظل التطورات العالمية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- عبد المالك بن عبد العزيز الشلهوب: دور الإعلام في تحقيق الوعي الصحي، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998.
- عبد المجيد الشاعر، رشدي قطاس: التغذية الصحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- عثمان عمر بن العاص: مفاهيم أساسية في علم الاجتماع والعمل الاجتماعي، ليبيا، منشورات جامعة فاز تونس، 2002.
- علي بن هادية وآخرون: القاموس الجديد للطلاب، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1999.
- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.

قائمة المراجع

- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الإجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2014.
- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2007.
- فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي: مدخل لعلوم الإتصال والإعلام الوسائل، النماذج والنظريات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان ط1، 2017.
- فيصل أبو عشية: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- فيصل شيباني: الصحة في الجزائر ناقوس الخطر يدق، صحيفة الرائد، الجزائر: العدد 6697، تاريخ الصدور: 2013/04/07، د ص.
- فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الإجتماعي الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1، دب، 2016.
- كاوجة محمد الصغير: مجتمع المعلومات والمعرفة (تكنولوجيا الإعلام والإتصال)، دار المجدد للنشر والتوزيع، سطيف، الجزائر، 2019.
- لمياء صابر، محمد غزالي: دراسات في الإعلام الجديد، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2016.
- ليلى أحمد جرار: الفايسبوك والشباب العربي، مكتب الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.
- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر، الأردن، ط1، 2015.
- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- محمد عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2011.

- محمد عبد العال النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
- محمد علي محمد: دراسات في علم الاجتماع الطبي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1985.
- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004.
- محمود عبد المنعم شحاتة: التدخين بوابة للمخدرات، مكتبة الزهراء لدار النشر، القاهرة، 1991.
- محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط1، 2015.
- مروان عبد الحميد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان، ط1، 2000.
- مصطفى يوسف كافي: الراي العام ونظريات الإتصال، دار الحامد للمنشر والتوزيع، 2015.
- مصطفى يوسف كافي: قضايا إعلامية معاصرة، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1.
- منذر ضامن: أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة، الأردن، 2007.
- منذر ضامن: أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة، الأردن، 2007.
- مي عبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار الفكر العربية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- مي عبد الله: نظريات الإتصال، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2006.
- وفاء منذر فضة: التثقيف الصحي في مجالات التمريض، ط1، مكتبة النشر والتوزيع، الأردن، 2004.
- وفاء هاتم الصادي وآخرون: الخدمة الاجتماعية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2016، ص80.

- ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، دار أسامة للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2011،
- رضا أمين: الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2015.
- 2- الرسائل والأطروحات الجامعية**
- أحمد ريان باريان: دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، 1424 - 1425.
- ذهبية سيدهم: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004 / 2005.
- رواجي خيرة: "ثقافة الانترنت دراسة ميدانية لإستعمالات الشبكة بمدينة تيهرت"، (رسالة ماجستير)، علم المكتبات والعلوم والوثائقية، كلية العلوم الإنسانية والحضارية الإسلامية، قسم علم المكتبات والعلوم الوثائقية، 2009.
- صليحة القص: فعالية برنامج تربية صحية في تغيير سلوكيات الخطر وتنمية الوعي الصحي لدى المراهقين، رسالة دكتوراه قسم العلوم الإجتماعية، جامعة محمد خيضر، 2015/2016.
- طاموس وازي، عادل يوسف: " وسائل التكنولوجيا وتأثيرها على الإتصال بين الأباء والأبناء (الانترنت والهاتف النقال نموذجاً)، أعمال الملتقى الوطني الثاني حول الإتصال وجودة الحياة في الأسرة، جامعة قلصدي مرياح ورقلة، 2013.
- عبد الرواق أمقران: " إستراتيجية التجديد الثقافي في المجتمعات الغربية في ظل العولمة "، (أطروحة دكتوراه)، تخصص علم إجتماع التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.
- عبد الله ممدوح مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في علوم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط الأردن، 2011/2012.
- عثمان العربي: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007م.
- علي بن حسين الأحمدي: مستوى الوعي الصحي لدى التلاميذ وعلاقاته باتجاهاتهم الصحية، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس العلوم الرياض، قسم المناهج وطرق التدريس، جامعة أم القرى، 2002/2003،

قائمة المراجع

- فطوم لطرش: استخدامات الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة والإشباع المحققة منه، شهادة الماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2014.
- لكحل فيصل: " المعوقات الوظيفية في العلوم الإجتماعية، المجتمع الجزائري أنموذجا، مجلة الخلدونية للعلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، العدد 8.
- هواري حمزة: " مواقع التواصل الإجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي"، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 20، 2012.
- مركز دعم واتحاد القرار، مجلس الوزراء المصري: الإعلام الإلكتروني في مصر، الواقع والتحديات تقارير معلوماتية شهرية تصدر عن المركز، السنة (4) ، العدد (38)، فبراير 2010م.

3- القواميس

- ابن منظور: أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري: لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، المجلد (8، 15)، ط 1

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال
استمارة حول:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر
دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بقسم علوم الإعلام والاتصال
بجامعة تاسوست جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مكتوبة وإلكترونية

إشراف الأستاذ:

بوفنينة بلال

إعداد الطالبتين:

- صوكو حسبية
- بحبح فاطمة الزهراء

ملاحظة:

- معلومات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي
- ضع علامة (في المكان المناسب)

السنة الجامعية: 2020/2019

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: أقل من 22 سنة من 22 سنة إلى 25 سنة من 25 سنة فما فوق
- 3- الحالة العائلية: أعزب متزوج أرمل
- 4- المستوى التعليمي: ليسانس ماستر دكتوراه
- 5- النشاط الذي تزاوله: موظف عاطل عن العمل عمل آخر
- 6- طبيعة النشاط: صحي إداري نشاط آخر

المحور الثاني: عادات وأنماط تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض معلوماتية:

7- منذ متى وانت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

- أقل من سنتين من سنتين إلى 4 سنوات
- أكثر من 4 سنوات

8- ما هو الموقع الذي تفضله؟

- الفايسبوك اليوتوب انستغرام جوجل تويتر

9- هل وجدت سهولة في التعامل مع هذه المواقع؟

- نعم لا

10- ما هي الوسيلة التي تستعملها لمشاهدة هذه المواقع؟

- الهاتف اللوح الإلكتروني الحاسوب

11- ما هو المكان الذي تتصفح فيه هذه المواقع؟

المنزل مقهى الانترنت الجامعة

12- ما هو عدد الساعات التي تقضيها في تصفح هذه المواقع؟

أقل من ساعة من 2 إلى 3 ساعات أكثر من 4 ساعات

13- ما هي الفترة المفضلة لديك للتصفح؟

الفترة الصباحية الفترة المسائية

الفترة الليلية ليس لديك وقت محدد

المحور الثالث: مواضيع التوعية الصحية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

14- ما هي المواضيع التي تعبر عن اهتمامك من خلال تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

الجسدية العقلية النفسية الجمالية

15- في حالة المرض هل أفادتك هذه المواقع في طريقة العلاج؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم فكيف ذلك؟.....

16- حدد المصادر التي تحصل منها على هذه العلاجات أو النصائح الطبية؟

(يمكنك إختيار أكثر من إجابة)

- مواقع التواصل الاجتماعي -المواقع الطبية المتخصصة
- مدونات الأطباء المتخصصين - المجالات الطبية المتخصصة
- موسوعة ويكيبيديا
- أخرى تذكر.....

17- ما مدى استفادتك من هذه المواقع حول التوعية الصحية؟

جيدة متوسطة ضعيفة

18- للوقاية من الأمراض هل تتبع النصائح والتعليمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي؟

دائماً غالباً أحياناً لا أتبعها

19- ما هي أهمية المواقع في عرض المواضيع الصحية؟

مهمة غير مهمة

20- أ- ما رأيك في حجم المعلومات الصحية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

مكثفة متوسطة قليلة

20-ب- ماذا يغلب عليها؟

المعلومات الوقائية المعلومات العلاجية

المحور الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في نشر الوعي الصحي لدى الأفراد

21- هل تنمي مواقع التواصل الاجتماعي ثقافتك الصحية؟

نعم لا

22- ماهي المعلومات الصحية المكتسبة؟

عامة خاصة

23- ما هي الأمور التي تلبّيها بعد اكتسابك للمعلومات الصحية؟

- تزويد رصيدك الثقافي -تغيير سلوك

- حماية غذائية -معرفة أمور جيدة

24- هل تطبق المعلومات المكتسبة في حياتك اليومية؟

نعم لا

25- ما هي انطباعاتك واقتراحاتك حول مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المواضيع الصحية؟

اشرح أكثر:

.....

عدد الطلبة بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - السنة الجامعية 2020/2019

تعداد الطلبة	الجنس		التخصص	القسم
	إناث	ذكور		
652	568	84	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية
244	215	29	الثانية	الليسانس
294	243	51	الثالثة	
61	43	18	الأولى	علم الاجتماع
42	34	08	الثانية	
62	59	03	الأولى	علم اجتماع الاتصال
40	37	03	الثانية	
87	73	14	الأولى	علم اجتماع التربية
59	49	10	الثانية	
01	00	01	الثانية	علم اجتماع التنظيم والعمل
160	157	03	الثانية	علوم التربية
220	214	06	الثالثة	علم النفس التربوي
46	44	02	الأولى	علم النفس التربوي
36	35	01	الثانية	
43	42	01	الأولى	إرشاد وتوجيه
36	35	01	الثانية	
442	346	96	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية
313	259	54	الثانية	الليسانس
291	243	48	الثالثة	
68	52	16	الأولى	قسم الإعلام والاتصال
72	64	08	الثانية	
69	58	11	الأولى	الماستر
69	61	08	الثانية	
41	04	37	الأولى	الليسانس
38	01	37	الثانية	
67	04	63	الثالثة	قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
52	05	47	الأولى	
59	08	51	الثانية	الماستر
3664	2953	711	المجموع	

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة موضوع دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر، إذ تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة مضامين مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الطلبة، باعتبار أن الموقع يحمل كما هائلا من الفيديوهات والمعلومات المنشورة حول الصحة، كما أبرزت أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة أو فضاء اتصالي لمستخدميها، سواء كانوا أشخاص أو مؤسسات ساهموا في نشر المضامين الصحية التوعوية، وتغطي هذه المواضيع باهتمام بالغ من طرف المستخدمين بالنظر لما لها من خصوصية في حياة الافراد كونها مرتبطة بالجانب الصحي للإنسان حيث تتصدر المواضيع الصحية الوقائية اهتمام مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي سواء في الحالات العادية أو غير العادية بما يعكس مدى الوعي الصحي لدى مستخدميها إذ تتيح هذه الأخيرة شكلا جديدا من أشكال التوعية الصحية بعروض مختلفة وبشكل آني في جعل أغلب المبحوثين يتفاعلون معها بشكل إيجابي بغض النظر عن الظروف المحيطة بها.

وقد تم تحديد عينة الدراسة وهم طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست جيغل باعتبارهم يحملون مواصفات تتطابق مع مجتمع الدراسة، وتدرج الدراسة التي بين أيدينا تحت الدراسة الوصفية، واعتمدنا على أداة استمارة الاستبيان كأداة مضبوطة ومناسبة وقد احتوت هذه الاستمارة على أربعة محاور أساسية حيث خصص المحور الأول للبيانات الشخصية، أما المحور الثاني كتن بعنوان عادات وأنماط تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض معلوماتية، أما المحور الثالث فكان حول مواضيع التوعية الصحية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أما بالنسبة للمحور الرابع والأخير فكان لمواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في نشر الوعي الصحي لدى الأفراد.

أما فيما يخص الجانب النظري فكان فيه فصلين: الفصل الأول كان بعنوان مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي أما فيما يخص الفصل الثاني فكان بعنوان التوعية الصحية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي الطلبة، التوعية الصحية.

Study summary:

The study dealt with the issue of the role of social media networks in health awareness in jar, as this study aims to know the extent to which the contents of social networking sites contribute to the development of health awareness among students, given that the site carries a huge amount of videos and information published about health, as well as the importance of social networking sites As a means or communication space for its users, whether they are persons or institutions who have contributed to spreading health awareness contents, These topics are of great interest to users, given their privacy in the lives of individuals, as they are related to the health aspect of the human being, where preventive health issues are at the forefront of the users of social media sites, whether in normal or extraordinary cases, which reflects the extent of health awareness among its users, as the latter provides a form. A new form of health awareness with different offers simultaneously in making most of the respondents positively interact with it regardless of the surrounding circumstances.

The study sample was identified, namely students of the Department of Media and Communication at the University of Tassosost Jijel, as they have specifications that correspond to the population of the study, and the study that we have in our hands falls under the descriptive study, and we relied on the questionnaire form tool as a controlled and appropriate tool. For personal data, the second axis was entitled habits and patterns of browsing social media for informational purposes, while the third axis was about health awareness issues through social networks. As for the fourth and last axis, it was for social media and its contribution to spreading health awareness among individuals.

As for the theoretical side, there were two chapters: The first chapter was entitled Introduction to social networks, and as for the second chapter, it was entitled Health Awareness in Algeria.

Key words: students' social networking sites, health awareness.