

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة
قسم علوم الإعلام و الإتصال



مذكرة بعنوان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي في الجزائر في ظل جائحة كورونا
دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بالجزائر

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال تخصص إتصال و علاقات عامة

تحت إشراف الاستاذ:

سليم معيزة

إعداد الطلبة:

مصطفى دلال

مشراوي أمينة

لجنة المناقشة		
رئيسا	أستاذ محاضر	نوعي عبد القادر
مناقشا	أستاذ محاضر	شوشة عطاء الله
مشرفا	أستاذ محاضر	سليم معيزة

السنة الدراسية : 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر

نشكر الله عز وجل و نحمده على توفيقه لنا لإنجاز هذا العمل المتواضع

انطلاقا من قوله صلى الله عليه و سلم:

"من لا شكر الناس لا يشكره الله"

ننقدم بخالص الشكر إلى الأستاذ المشرف الدكتور سليم معيزة على إرشاداته و توجيهاته الحكيمة و الرشيدة ، و إتاحتها طيلة فترة إنجاز هذه المذكرة .

الشكر موصول أيضا إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الذين تفضلوا بقراءة هذه المذكرة .

كما لا يفوتنا أيضا أن نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على إتمام هذا العمل

إلى كل أساتذة و طلبة و عمال كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة قسم الإعلام والاتصال إلى كل من ساعدنا ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة خاصة الأستاذ حجاج مداني و أستاذ طاهر بن دهقان و الأستاذ عيسى الوناس على مجهوداتهم في نصحننا و إرشادنا

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء و المرسلين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة و أزكى التسليم

إهداء

إلى صاحب السيرة العطرة و الفكر المستتير إلى من علمني
العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، فلقد
كان له الفضل الأول من بعد الله عز وجل في بلوغي التعليم
العالي والدي الحبيب السيد عمارمصطفاوي أطال الله في

عمره

إلى من وضعتني على طريق الحياة و جعلتني ربط الجأش،
وراعتني حتى صرت كبيراً أُمي الغالية رقية حفظها الله لنا
و أطال في عمرها و جعلها تاجاً فوق رؤوسنا

إلى إخوتي ، من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات و
الصعاب "محمد ، منال، كوثر ، مسعود"

إلى عائلتي الثانية حفظهم الله لي و إلى رفيق دربي
المستقبلي

إلى صديقة طفولتي و أختي الثانية أسماء

إلى رفيقات دربي و من رافقتاني طيلة مشواري الدراسي
،أمينة ،فطيمة حفظهم الله لي

إلى أساتذتي الكرام ممن لم يتوانوا في مد العون لي خاصة
أستاذي المشرف معيزة سليم

قال صلى الله عليه وسلم " من لا يشكر الناس لا يشكره الله "
 إلى من بلغ الرسالة و أدى الأمانة إلى ذي الرحمة و النور العالمي

سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم

الحمد لله الذي أنار طريقي و كان لي خير عون إلى أعلى ما أملك في هذه الدنيا إلى
 من كان سبب في وجودي في هذه الدنيا إلى من وضعت الجنة تحت أقدامها إلى التي
 أنحني لها بكل إجلال و تقدير إلى التي أرجو قد أكون نلت رضاها أمي الغالية أسماء
 أطال الله في عمرها

إلى من أدني له بحياتي إلى من ساندني و كان شمعة تحترق لتضيء طريقي إلى من
 أكن له مشاعر التقدير و الاحترام و العرفان إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أرجو من
 الله أن يمد في عمره أبي السيد معمر

إلى القلوب البريئة و النفوس الطاهرة إلى إخوتي " أحمد ، فوزية ، نادية ، سهام ،
 ياسين ، رضوان ، سعاد ، نبيل ، زينب " إلى أولادهم و بناتهم و خاصة الكنكوتة ملك
 إلى كل الأهل و الأقارب إلى عمي و عماتي إلى أخوالي و خالائي و أولادهم خاصة
 أختي الثانية و حبيبتي حليلة

إلى من تحلو بالإخاء و تميزوا بالوفاء و العطاء إلى يبابيع الصدق الصافي أسيا ،

دلال

إلى أستاذي و مشرفي و أهل الفضل على الذي تميز بالحب و التقدير و النصيحة و
 التوجيه و الإرشاد " سليم معيزة "

إلى كل من نساهم قلبي و تذكرهم قلبي إليكم كلكم أهدي ثمرة جهدي

أمينة

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي في الجزائر في ظل جائحة كورونا ، انطلاقا من طرق و أنماط استخدام متصفح موقع الفايسبوك بالجزائر نموذجا و من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي مع تطبيق أداة الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات على عينة قصديه عبر استطلاع آراء المستخدمين للفيسبوك حيث تكونت من 115 مفردة و أسفرت هذه الدراسة على عدة نتائج أهمها :

- فترة الكورونا جعلت المتصفح يدخل في دوامة بحث و تثقيف صحي
- اعتماد مستخدمي الفايسبوك على الصفحات الخاصة بفيروس كورونا و جعلها مصدرا موثوقا للمعلومات الصحية
- تفضيل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية و جعلها مصدرا موثوقا للمعلومات على الصفحات الخاصة بالقنوات الفضائية
- مساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي بشكل كبير
- تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي الاشباعات اللازمة لمتصفحها

Research Summary

This study aimed to reveal the role that social networking sites play in spreading health awareness in Algeria in light of the Corona pandemic, based on the methods and patterns of use of Facebook surfers in Algeria as a model, and in order to answer the questions of the study, the descriptive approach was relied on with the application of the questionnaire tool Electronic as a tool for collecting data on an intentional sample through a survey of users' opinions of Facebook, which consisted of 115 individuals. This study resulted in several results, the most important of which are:

- The Corona période made the browser enter into a whirlpool of research and health education
- Facebook users' reliance on Corona virus pages and making them a reliable source of health information
- Preferring the pages of virtual social networking sites and making them a reliable source of information on the pages of satellite channels
- Social media has greatly contributed to spreading health awareness
- social networking sites achieve the necessary gratifications for their surfers

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	شكر
-	إهداء
-	ملخص الدراسة
-	فهرس المحتويات
1	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
4	إشكالية الدراسة
5	تساؤلات الدراسة
5	أسباب اختيار الموضوع
5	أهداف الدراسة
6	أهمية الدراسة
7	نوع الدراسة و منهجها
7	مجتمع و عينة البحث
7	أدوات الدراسة
8	مجالات البحث
8	مفاهيم و مصطلحات الدراسة
9	الدراسات السابقة
11	أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
11	المقاربة النظرية
الفصل الأول : مواقع التواصل الاجتماعي	
15	المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الإجتماعي
15	المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الإجتماعي
16	المطلب الثاني:نشأة مواقع التواصل الإجتماعي
17	المطلب الثالث : خصائص ووضائف مواقع التواصل الإجتماعي
20	المطلب الرابع : مزايا و عيوب مواقع التواصل الإجتماعي
22	المبحث الثاني : أهم مواقع التواصل الإجتماعي
22	المطلب الأول : الفايسبوك
24	المطلب الثاني : التويتر

26	المطلب الثالث : اليوتيوب
27	المطلب الرابع : الأنستغرام
الفصل الثاني : الوعي الصحي	
27	المبحث الأول : التثقيف الصحي
27	المطلب الأول : تعريف التثقيف الصحي
28	المطلب الثاني: أهداف التثقيف الصحي
29	المطلب الثالث: وسائل و أساليب التثقيف الصحي
30	المطلب الرابع : خصائص الرسالة التثقيفية السليمة
32	المبحث الثاني : الوعي الصحي
32	المطلب الأول : تعريف الوعي الصحي
32	المطلب الثاني : أهمية الوعي الصحي
33	المطلب الثالث : جوانب الوعي الصحي
35	المبحث الثالث : الوعي الصحي في مواقع التواصل الاجتماعي
35	المطلب الأول : التوعية الصحية و دور وسائل الإعلام في بناء الوعي الصحي
36	المطلب الثاني : محددات و مجالات الوعي الصحي في مواقع التواصل الاجتماعي
37	المطلب الثالث : التربية لتأهيل الأبناء للإستفادة من المضامين الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي
39	المطلب الرابع : أهداف نشر الوعي الصحي في صفحات الفايسبوك
الفصل الثالث : عرض و تحليل و مناقشة النتائج	
41	أولاً: عرض نتيج الدراسة
52	ثانياً : تفسير نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
53	ثالثاً : إستنتاج عام
55	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
08	جدول يمثل الأساتذة المحكمين	
41	يمثل خصائص أفراد العينة	01
42	: يمثل استخدام أنماط العينة للفيسبوك	02
42	: يمثل سنوات استخدام أفراد العينة للفيسبوك	03
43	يمثل المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة في الفيسبوك	04
43	يمثل اهتمامات أفراد العينة	05
44	يمثل اطلاع العينة على مضامين الخاصة بالتوعية الصحية	06
44	يمثل الطريقة التي شاهدت بها العينة المضامين	07
45	يمثل الموضوع الذي يتضمنه المضمون الذي شاهده أفراد العينة	08
45	يمثل صاحب المضمون	09
46	يمثل قياس مدى إعجاب أفراد العينة ب هذه المضامين	10
46	يمثل قياس مدى تفاعل أفراد العينة على المضامين التوعوية	11
47	يمثل ردود أفعال مستخدمي الفايسبوك على مضامين التوعية	12
47	يمثل مدى مساهمة الفايسبوك بنشر الوعي الصحي	13
48	يمثل الطريقة التي ساهم بها الفايسبوك بنشر الوعي الصحي	14
48	يمثل دوافع إقبال العينة على منشورات التوعية في ظل جائحة كورونا	15
49	يمثل الإشباعات المحققة من هذه المنشورات	16
49	يمثل الإشباعات التي حققتها هذه المنشورات	17
50	يمثل اقتراحات العينة لتفعيل دور الفايسبوك في نشر الوعي الصحي	18

مقدمة

مقدمة

شهدت المجتمعات المعاصرة في نهاية القرن العشرين تطورات سريعة شملت كافة جوانب الحياة خاصة في مجال الاتصال و الإعلام ، الذي يلعب دورا هام في نقل المعرفة و المعلومات و كافة مواد الاتصال بين المجتمعات بشكل مباشر إلى أن أصبح العالم قرية كونية صغيرة ، خاصة مع بروز وسائل اتصالية حديثة عالمية متميزة و ما تمتلكه هذه الآخرة من إمكانيات و قدرات و خصائص و أصبح الإنسان قادرا على التواصل مع غيره دون حواجز و أخذت شبكة الانترنت تعزز كل مرافق الحياة ، و قد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الانترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام ، تعددت صياغته و مسمياته لدى الباحثون و المختصين الإعلاميين الذين أطلقوا عليه الإعلام الجديد أو الإعلام البديل الذي يشمل مواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية و المنتديات الإلكترونية غيرها من الأشكال و الأنواع المتعدد ، و تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي جزء أساسي حياة الناس و فرضت نفسها في جميع مجالات حياتنا سواء في جانب تفريد العلاقات الاجتماعية أو تأسيس مجتمعات و مجموعات مشتركة في التوجه ، و هذا شجع مستخدمي شبكة الانترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها ، و مع التدفق الهائل في المعلومات و الأحداث المتسارعة التي يصعب التحكم فيها أخذت مواقع التواصل الاجتماعي موقعا مميزا في عالم الصحة خاصة في مجال التوعية الصحية .

وبما أن التوعية الصحية تؤدي دورا هاما في رفع مستوى الصحة العامة لدى أفراد المجتمع نظرا لأهميتها ، فقد أعتبرها العلماء و الأطباء وسيلة فعالة و رئيسية تساهم في نشر الوعي الصحي من جهة و تحسن مستوى صحة المجتمع من جهة أخرى ، و قد اعتمدت على وسائل الاتصال لنشر رسالتها الصحية بشكل مباشر لتأثير على المجتمع و تخليصه من العادات القديمة الغير سليمة لتحريرهم من الجهل و التخلف

العلمي و الاجتماعي ، و خلق أفراد ذو مستوى عالي من الوعي و المعرفة العلمية الخاصة ب الصحة من أجل تجنب المشاكل الصحية و الأمراض ، و قد شهدت طرق نشر التوعية الصحية تطورا مستمرا من حيث الوسائل و الأشكال فتغيرت بتغير وسائل الاتصال و النظم الاجتماعية ، و من بين هذه الطرق استخدام وسائل الاتصال الجماهيري مثل شبكة "الفايسبوك" و في ضوء ما سبق ذكره تعتبر شبكة "الفايسبوك" من أحدث تكنولوجيا الاتصال و أكثرها شعبية ، و رغم أن هذه الوسائل أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد ، فإن استخدامها امتد إلى تحقيق أهداف مختلفة على مستخدميها كالتعليم و الترفيه و في مختلف المجالات خاصة المجال الصحي الذي جعل هذه الشبكات تهتم به اهتماما خاصا من جانب أن الصحة تعتبر مسعى و مطلب إنساني و من جانب آخر لكثرة الفيروسات و الأمراض الجديدة و الخطيرة خاصة فيروس كورونا الذي شهده العالم و مزال يعاني منه ، مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بتكثيف المنشورات و نشاطات التوعية الصحية لاكتساب الخبرات و تنمية الوعي الصحي في جميع المجتمعات و لجميع الفئات .

لذا كان موضوع دراستنا دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي في الجزائر في ظل جائحة كورونا .

لذا قسمنا دراستنا إلى جانبين نظري و آخر تطبيقي و افتتحنا الدراسة بمقدمة لموضوعنا و فصل منهجي متضمنا كل ما يحتاجه الباحث في البحث العلمي بداية من الإشكالية وصولا إلى الدراسات السابقة و المقاربة النظرية ثم الفصل الأول خصصناه لمواقع التواصل الاجتماعي و الفصل الثاني خصص للوعي الصحي و دور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي هذا الجانب النظري ، أما التطبيقي فتضمن فصلين الإطار الميداني للدراسة و الفصل الثاني عرض و مناقشة النتائج .

الإطار المنهجي:

1. إشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. نوع الدراسة ومنهجها
7. مجتمع وعينة البحث
8. أدوات الدراسة
9. مجالات البحث
10. مفاهيم ومصطلحات الدراسة
11. الدراسات السابقة
12. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
13. المقاربة النظرية

1. إشكالية الدراسة :

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من الوسائل المهمة التي تقوم بدور مهم في تربية النشء و إكسابهم عادات و سلوكيات صحيحة ، و هي أداة مهمة عبر الإنترنت مثل "الفايسبوك" تعرف ب الإعلام الاجتماعي الجديد ، الذي يشهد حركة من التطور و الانتشار ، و قد كان في بداياته مجتمعنا افتراضيا على نطاق ضيق و محدود ، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية و بصرية تؤثر في قرارات المتأثرين و استجاباتهم و مشاعرهم و سلوكياتهم ، و كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في الاهتمامات و الأنشطة نفسها ، فإن لها أيضا دورا في التوعية الصحية .

بما أن التوعية الصحية تؤدي دورا هاما في رفع مستوى الصحة العامة لدى أفراد المجتمع نظرا لأهميته ، فقد أكد العلماء و الأطباء بأنها الطريقة الفعالة و الرئيسية التي تساهم في توعية المجتمع من جهة و تحسن مستوى صحة المجتمع من جهة أخرى و يمكن أن نلاحظ أن التوعية الصحية تعتمد على وسائل الاتصال بشكل مباشر من أجل التأثير على المجتمع و تخليص الناس من العادات السيئة أو الغير صحيحة في الجانب الصحي ، و خلق أفراد ذوي مستوى عال من الوعي و المعرفة العلمية الخاصة بالصحة من أجل التصرف الصحيح في جانب صحتهم و من جانب آخر من أجل عدم الوقوع في المشاكل و الأمراض الصحية التي تؤدي بحياتهم ، و قد شهدت التوعية الصحية تطورا مستمر مع تطور الأمراض المعدية و الغير معدية و لم يشمل فقط هذا التطور التوعية الصحية فقط بل طرق نشر الوعي الصحي أيضا تطورت من حيث الوسائل و الأشكال و النظر الاجتماعية ، فأصبحت التوعية الصحية تستخدم وسائل الاتصال الجماهيري مثل شبكة "الفايسبوك" و غيرها من مواقع التواصل .

وفي ضوء ما سبق ذكره تعتبر شبكة الفاييسبوك من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات و أكثرها شعبية ، و رغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد فإن استخدامها أدى إلى تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد و المجتمع بفوائد عدة في مختلف المجالات خاصة المجال الصحي و هو ما جعل هذه المواقع تهتم به باعتبار الصحة مسعى و مطلب من قبل مستخدمي هذه المواقع خاصة في الأونة الأخيرة مع أزمة الكوفيد التي شهدها العالم مؤخرا ، حيث سارعت وسائل الإعلام بنشر كل ما هو متعلق ب هذا الفيروس و مع ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي حصلت على أهمية كبيرة من قبل الشعوب في ما يتعلق بالتوعية الصحية و طرق تجنب هذا الفيروس و كل مستجداته خاصة في ظل العزلة التي عاشها المواطنين في مختلف العالم . و في هذا الإطار نطرح الإشكالية التالية :

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي في ظل جائحة كورونا؟

2. تساؤلات الدراسة:

- ماهي دوافع إقبال مستخدمي شبكة الفايبروك على صفحات التوعية الصحية؟
- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي في ظل جائحة كورونا؟
- كيف ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي الناس في تحسين سلوكهم و تحقيق الإشباع اللازمة بما يحفظ صحتهم؟

3. أسباب اختيار الموضوع :

تعتبر عملية اختيار موضوع الدراسة هي أول خطوة يخطوها الباحث حيث يبرز الموضوع الذي أثار اهتمامه و كظاهرة تحتاج الدراسة و من السائد و المعروف بان كل موضوع يختاره الباحث أي كان نوعه فلا بد له من أسباب معينة تدفع الباحث للتوجه اليه و من بين الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع ما يلي :

أ. الأسباب الموضوعية:

- يعتبر موضوع الدراسة حيوي و جديد مع قلة الدراسات المتعلقة بالوعي الصحي في مجال الإعلام و الاتصال
- إبراز الجانب الايجابي الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي

- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لمستخدميها
- المشاركة القوية لمواقع التواصل الاجتماعي بالخصوص الفايبروك في مختلف مراحل وتطورات الصحية في الجزائر منذ ظهور فيروس كورونا

ب. الأسباب الذاتية :

- إدراكنا لأهمية التي أصبحت تمثلها مواقع التواصل الاجتماعي خاصة في هذه الفترة
- الرغبة في معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها في ظل جائحة كورونا

- الرغبة في دراسة هذا الموضوع

4. أهداف الدراسة : نسعى من هذه الدراسة الى :

- تحقيق الهدف العام المتمثل في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي في ظل جائحة كورونا من خلال موقع الفايبروك نموذجا
- التعرف على مدى إقبال مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على صفحات التي تنشر التوعية الصحية
- قياس درجة الثقة و مستوى مصداقية المعلومات الصحية التي تطرحها مواقع التواصل الاجتماعي

- تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي (فإيسبوك) و مساهمتها في تقليل من أزمة كورونا

- قياس درجة تصديق مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات الصحية المنتشرة في الصفحات

5. أهمية الدراسة : تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة من خلال :

- تسليط الضوء على الأداء الوظيفي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التوعية الصحية لمستخدميه

- تبرز أهمية التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و مدى دورها في إبلاغ الرسالة الصحية و توعية مستخدميها

- الدراسة الحالية لها أهمية كبيرة في مجال الإعلام الجديد التي تدور حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي

- معرفة الدور الإيجابي الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في ضل جائحة كورونا

- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة كدليل لتحسين المعلومات الصحية في ضل الجائحة

6. نوع الدراسة و منهجها

6-1-نوع الدراسة: تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، حيث أن البحوث الوصفية تعرف على أنها البحوث التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كفيما أو كميا وكما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل¹

6-2-منهج الدراسة : بناء على ما جاء سابقا يتضح ان دراستنا متصلة بالدراسات "المسحية"،التي أثبتت كفاءتها في دراسة مواقف الناس و اتجاهاتهم و آراءهم بشأن مختلف القضايا و الموضوعات و الظواهر التي يعيشونها في حياتهم اليومية .²

و عليه تم الاعتماد على المنهج الوصفي حيث انه يمكن من وصف الظاهرة وصفا موضوعيا كما يفيد التعرف على مختلف خصائصها و أبعادها إضافة إلى تحقيق الأهداف المرجوة من هذه الدراسة

6-3-متغيرات الدراسة

- **المتغير المستقل** وهو العامل الذي يريد الباحث قياس مدى تأثيره في الظاهرة المدروسة وعامة يعرف باسم المتغير أو العامل التجريبي ويتمثل في دراستنا بمواقع التواصل الاجتماعي

¹ زغودي منصور، مخطاري سعاد، مذكرة تخرج تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الفاييبوك على التوجهات السياسية للطلبة الاجتماعيين، ص9

²مهدي محمد جواد، محمد ابو عال مجتمع البحث و عينته كلية التربية الاساسية المرحلة 3 23/10/2018

- المتغير التابع وهذا المتغير هو نتاج العامل المستقل في الظاهرة و المتغير التابع في دراستنا هو الوعي الصحي
7. مجتمع و عينة البحث مجتمع البحث :

7-1-مجتمع الدراسة: هو جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث.وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج الدراسة1

7-2-العينة : العينة الأساسية للبحث هي العينة القصدية ، المتمثلة في مائة و خمسة عشر مفردة من مستخدمي موقع الفايسبوك بالجزائر، هذه العينة تستخدم عادة في الدراسات الاستطلاعية التي تتطلب قياس و اختبار فرضيات محددة و خاصة إذا كان مجتمع البحث غير مضبوط الأبعاد

8. أدوات الدراسة:

لجمع أكبر قدر من المعلومات المتعلقة بالدراسة باستخدام الأدوات البحثية التي تتناسب والمنهج المعتمد ،إعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الملاحظة والإستبيان
■ الملاحظة:

تعد الملاحظة من الأدوات البحثية التي يمكن استخدامها للحصول على بيانات تتعلق ببعض الحوادث والوقائع، ويفضل استخدام الملاحظة كأداة بحثية على غيرها من الأدوات وخاصة عندما تكون ممكنة حيث يتم فيها تحديد ما هو مطلوب التركيز عليه وتدوين ما يراه الباحث أو ما يسمعه بدقة تامة²،وهي كل ملاحظة منهجية تؤدي إلى الكشف عن دقتنق الظواهر المدروسة وعن العلاقات بين عناصرها وبين الظواهر الأخرى³ .
وتم إعتماها كأداة مساعدة للإستبيان

■ الإستبيان:

وهو عبارة عن مجموعة من الاسئلة المكتوبة والتي تعد بقصد الحصول على معلومات و آراء المبحوثين حول ظاهرة او موقف معين وعرف بأنه: أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث معين عن طريق إستمارة تجري تعبئة فقراتها من المستجيب⁴
وتم توزيع الاستمارة الكترونيا وقسمت كالتالي:

المحور الأول: المعلومات الشخصية

المحور الثاني: عادات و أنماط استخدام موقع الفايسبوك

2. ذوقان عبيدات وآخرون، مرجع سبق ذكره،ص50

3. رجاء وحيد دويري، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العلمية ،دار الفكر،ط1،دمشق،2000،ص317

4.محسن علي عطية، البحث العلمي في التربية(مناهجه،أدواته،وسائله الإحصائية)،ط1،دار المناهج للنشر والتوزيع،2009،الأردن،ص212

المحور الثالث: إقبال مستخدمي الفايسبوك على مضامين الوعي الصحي
المحور الرابع: مظاهر مساهمة الفايسبوك لتقليل من انتشار فيروس كورونا و نشر الوعي الصحي

وعرضت هذه الاستمارة على مجموعة من أستاذة قسم علوم الاعلام والاتصال بغرض التحكيم ، إضافة إلى توجيهات الأستاذ المشرف في صياغة بعض الأسئلة وإلغاء أخرى كونها لا تستجيب لأهداف البحث .

الدرجة العلمية	الإسم و اللقب	الأستاذ
	طاهر بن دهقان	الأستاذ
	عيسى الوناس	الأستاذ
	حجاج مداني	الأستاذ

جدول يمثل الأساتذة المحكمين

9. مجالات البحث

كل بحث ميداني له مجاله الزماني والمكاني يتم توضيحها على الشكل التالي:

8-1المجال الزماني : بعد اختيار موضوع دراستنا ، انطلقنا في الدراسة النظرية للموضوع من بداية شهر فيفري 2021 إلى غاية شهر ماي أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد دام من شهر جوان إلى غاية شهر جويلية 2021

8-2المجال المكاني قمنا بانجاز البحث الميداني على مستوى جامعة عمار ثليجي الاغواط

10. مفاهيم و مصطلحات الدراسة

9-1-دور: لغة : يعرف دور بأنه الحركة أي الفعل و العمل

اصطلاحا: لقد توصل عدد من العلماء إلى إعطاء تعاريف متباينة كل حسب تخصصه و اتجاهاته العلمية و هذا ما يشير إليه تعريف **محي الدين مختار** "يعرفه على انه الجانب الديناميكي لمركز الفرد أو وضعه أو مكانته في الجماعة " و يفهم من هذا التعريف أن الفرد يشغل عدة مراكز في جماعته حسب مكانته فيصبح للمكانة جانب ديناميكي متحرك الدور و يعرف الدور على انه وظيفة الفرد في الجماعة أو الدور الذي يلعبه الفرد في جماعته أو موقف اجتماعي و يفهم من هذا الدور هو الوظيفة التي يؤديها الفرد في موقف اجتماعي معين¹

¹محي الدين مختار ،محاضرات في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1981،ص201

التعريف الإجرائي : الدور حسب التعريفين اللغوي و الاصطلاحي هو مرتبط على القدرة على الحركة و النشاط في لغتنا و اصطلاحا هو ما نقصده في بحثنا مرتبط بالوظيفة

9-2-مواقع التواصل الاجتماعي: منظومة من الشبكات التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به و من ثم ربطه عن طريق نضام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لا يهتم الاهتمامات و الهويات نفسها¹

تعريف الإجرائي : تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها الخدمة الإلكترونية التي تقدمها شبكة الانترنت للأفراد و الجماعات حيث تتيح لهم التواصل فيما بينهم

9-3-الوعي الصحي : يشير عموما تعبير الوعي الصحي إلى قدرة الفرد نفسه و أسرته و مجتمعه المحلي على الوصول إلى المعلومات و فهمها و الاستفادة منها بطرائق تعزز التمتع بصحة جيدة و تصور

التعريف الإجرائي: هي مجموعة الأنشطة و الإجراءات التعليمية و الإعلامية التي تقدم للأفراد المعلومات السليمة لغرض حمايتهم من الأمراض و تحذيرهم من المخاطر و الفيروسات

9-4- جائحة كورونا : هو مرض تنسب به سلالة جديدة من الفيروسات التاجية CORONA و VI هما أول حرفين من كلمة virus و D هو أول حرف من كلمة DISEASE و أطلق على هذا المرض سابقا اسم novel 2019 و هو فيروس جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس الذي يتسبب بمرض المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة سارز و بعض أنواع الزكام العادي²

التعريف الإجرائي : جائحة كورونا هي عبارة عن فيروس جديد قاتل سريع الانتشار يصيب الإنسان باعتباره احد الأمراض و الفيروسات الخطيرة التي تهدد الصحة البشرية في كل العالم

11. الدراسات السابقة:

1. الدراسة الأولى:

دراسة ايمان عبيدي سنة 2015 بعنوان الإذاعة المحلية و الوعي الصحي لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة أحمد الشريف منتوري و انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي هل تساهم إذاعة قسنطينة في نشر الوعي الصحي لدى الشباب الجامعي ؟ و اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي ضمن الدراسات المسحية و قد اعتمدوا في دراستهم على الاستبيان كأداة جمع للبيانات ضمن العينة القصدية تشكلت من

¹ ازاهر راضي ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية ، العدد15، جامعة عمان الأهلية ، عمان ، 2003 ص 23
²بيندر لينا . "2020" رسائل و أنشطة رئيسية للوقاية من مرض كوفيد 19 و السيطرة عليه في المدارس، الأمانة العامة في اليونيسيف
نيويورك ص 67

100 مفردة من الشباب الجامعي الذين يستمعون لإذاعة قسنطينة الجهوية و لخصت نتائج هذه الدراسة ضمن النقاط التالية :

- تحظى إذاعة قسنطينة الجهوية إقبالا معتبرا من طرف طلبة الجامعة " جامعة قسنطينة أحمد شريف منتوري"

- للشباب الجامعي دوافع للإقبال على التوعية الصحية في إذاعة قسنطينة الجهوية من التوعية الصحية لدى الشباب الجامعي الجزائري و ذلك عن طريق تزويدهم بالمعلومات الصحية التي يحتاجونها في حياتهم اليومية

- ينعكس إقبال الشباب الجامعي الجزائري على برامج التوعية الصحية بالإيجاب على المجتمع

2. الدراسة الثانية :

دراسة محمد فاضل علي سنة 2017 و هي عبارة عن رسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام ، كلية الإعلام / جامعة الشرق الأوسط و انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي : ما هو الدور الذي تؤديه شبكة الفايسبوك "نموذجا لشبكات التواصل الاجتماعي لأغراض هذه الدراسة " في التوعية الصحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية ؟ و اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي من خلال توظيف الاستبيان أداة للدراسة و تضمن مجتمع البحث 273 مفردة من المختصين في وزارة الصحة و توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية :

- إن أكثر ما تساهم به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفايسبوك هي ميزة "التنوع" التي تصدرت النتائج

- ظهر أن مسألة تخفيف الوزن و البحث عن الرشاقة و طرق الحماية الغذائية من أكثر الموضوعات التي خرج بها الباحث

- هناك اهتمام من قبل منشورات الشبكة بموضوعات تتصل بفوائد الغذاء ، الطب التجميلي و الثقافة الصحية العامة و الاكتشافات الطبية الجديدة فضلا عن الطب العربي

3. الدراسة الثالثة :

دراسة عمر بن عيشوش و حسان بوسرسوب سنة 2020 بعنوان دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية و انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي : هل لشبكة الفايسبوك دورا في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كوفيد 19 ؟ و اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي مع تطبيق أداتي الملاحظة بالمشاركة و الاتبيان الالكتروني على عينة قصدية تكونت من 220 مفردة من مستخدمي الفايسبوك ، و أسفرت هذه الدراسة على عدة نتائج أهمها :

- تؤدي شبكة الفايسبوك دورا فعالا في تعزيز التوعية الصحية السليمة

- اهم المواضيع التي تقدمها شبكة الفيسبوك هي زيادة الوعي الصحي ، التواصل مع الجهات الطبية ، الفحص الدوري المبكر

4. الدراسة الرابعة :

دراسة مدفوني جمال الدين سنة 2020 و هي عبارة عن دراسة لدكتور في كلية الإعلام و الاتصال / جامعة الجزائر 3 بعنوان التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لاستخدامات المراهقات لموقع اليوتيوب و انعكاساته على الوعي الصحي و انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي : كيف يؤثر استخدام المراهقات لموقع اليوتيوب و انعكاساته على وعيهم الصحي ؟و اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال توظيف الاستبيان باعتباره الأداة المناسبة لمنهج الدراسة ، و تضمن مجتمع البحث على المراهقات المتمدرسات بثانوية فرحاتي حميدة بمدينة أم لبواقي تضمن 150 مفردة من العينة و لخصت إلى النتائج التالية :

- المراهقات اللاتي يجدن صعوبة في التواصل مع أفراد الأسرة هم الأكثر اعتمادا على مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع حاجاتهم للتواصل
- يساهم موقع اليوتيوب حسب عينة الدراسة في تقديم نماذج سلوكية ايجابية أكثر من السلبية ، و لا يخلو هذا الاستخدام من الآثار السلبية على صحة المراهقات
- يساهم استخدام موقع اليوتيوب حسب المبحوثات في تعزيز المعرفة العلمية بالأمراض المنتشرة و طرق الوقاية منها

12. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

- بلورة الإشكالية و خطة الدراسة
- صياغة أسئلة الاستبيان
- الاطلاع على مجموعة من عناوين الكتب والدراسات التي تخدم موضوعنا.
- الاطلاع على الجوانب المختلفة لموضوعنا حيث تناولت كل الدراسات جانب معين
- الاستشهاد بنتائج هذه الدراسات والاعتماد عليها في تدعيم نتائج دراستنا ومقارنة هذه الأخيرة بنتائج هذه الدراسات.

13. المقاربة النظرية :

1-12 نظرية الإستخدامات و الإشباعات:

2-12 تعريف نظرية الإستخدامات و الإشباعات:

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة .فخلال الأربعينيات من القرن 25 م، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، إذ صار الاهتمام منصبا على "رضا المستخدمين" وذلك بطرح تساؤل جديد هو :**ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟**¹

من خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات و الإشباعات على أنقاض السؤال القديم الذي كان سائدا قبل ذلك وهو(ماذا تفعل وسائل الإعلام بجمهورها؟)،

¹صالح خليل أبو أصعب :الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط2 ، دار الأرام، الأردن، 2003 م، ص520

يمكننا أن ندرك بأن محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة¹

و يلخص كاترز و زملائه افتراضات هذه النظريات في نقاط التالية :

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنه تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية، أو غيرها.
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته
- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، ألن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

و تحقق نظرية الاستخدامات و الإشباعات ثلاث أهداف رئيسية و هي :

- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته
- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة من هذا التعرض
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

3-12 فروض نظرية الإستخدامات و الإشباعات :

1. **إفتراض الجمهور النشط:** ويرى بالمغرين " palmagreen " أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية وهي:
 - **الانتقاء:** حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما ينفق واحتياجاته واهتماماته.
 - **الاستغراق:** ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

¹حسن عماد مكايي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة-مصر، 3002 م ص 153

- **الإيجابية** : بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال¹.
- 2. الأصول النفسية و الاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام :**
لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع، والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي².
- 3. دوافع إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام :** وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في :حاجات معرفية؛ أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام حاجات عاطفية؛ كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر
أما عن الدوافع فيقسمها روبن إلى :
 - **الدوافع الوظيفية(النفعية):** تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة
 - **الدوافع الطقوسية:** وتستهدف تمضية الوقت، والتنفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات³
- 4. توقعات الجمهور لوسائل الإعلام :**
يرى(كاتز) أن التوقعات هي " الإشباعات التي يبحث عنها وبذلك فالتوقعات تساهم في عملية اختيار الوسائل والمضامين .ويرى" شرام "في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب فعلى سبيل المثال الشخص الميال للعنف والمغامرات يستخدم التلفزيون لإشباع هذا الميل من خلال مشاهدة أفلام العنف والمطاردات .والمرأة التي لديها نزعة تحرر وتمرد على القيم تجد راحتها النفسية في ذلك النوع من البرامج التي تتبنى مثل هذا التوجه، وهكذا.
- 5. إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام:**
يشير(ستيفن ونزال) إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم ، نوع المحتوى، العالقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أوليا أو ثانويا

²عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال(نحو فكر إعلامي متميز)، ط5 ، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 3002 م،ص 551
³وليام ريفرز وآخرون: الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 3001. ص3

6. إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام :

ويفرق (لورانس وينر) بين نوعين من الإشباعات:

- أ. **إشباعات المحتوى:** وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وهي نوعين :
إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على معلومات، وإشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة عاقلاته الاجتماعية
- ب. **إشباعات العملية:** وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين:
إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة. وإشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة¹

¹فضيل دليو: الاتصال: مفاهيمه-نظرياته-وسائله، ط5، دار الفجر، القاهرة - مصر، 3002 م، ص2

الفصل الأول:

المبحث الأول ماهية مواقع التواصل الإجتماعي

المطلب الأول : تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع : مزايا و عيوب مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني : أهم مواقع تواصل الاجتماعي

لمطلب الاول : الفايسبوك

المطلب الثاني :التويتر

المطلب الثالث : اليوتيوب

المطلب الرابع :الانستغرام

المبحث الأول ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

تعددت تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين و من أبرز هذه التعاريف نذكر :يعرفها مهدي الحوساني في 2002" :هي مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب(ويب 0.2) و سميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الانترنت و التعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه و أخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه¹

كما يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي، "بأنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على احد مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، تويتر...، ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية web، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق و وجود إلكتروني و شخصية افتراضية، لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور و أفلام الفيديو و من ثم الانطلاق لمرحلة profile التشبيك و التشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء، و تكوين المجموعات أو الانتساب إلى الشبكات السابقة من المشتركين و المستخدمين، تبدأ بخلايا الأصدقاء و طلاب الجامعات أو المدارس أو أبناء الحي أو زملاء المهنة أو أفراد الأسرة والعائلة الواحدة، وتبادل التعليقات والآراء و المواد الإعلامية معهم، و تتم عمليات التواصل الإلكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة، و ساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة.²

و يظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط "هي عملية التواصل مع عدد من الناس(أقارب، زملاء، أصدقاء...الخ) عن طريق مواقع و خدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن و تتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن من في نطاق شبكتك و بذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق الانترنت

المطلب الثاني : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل(كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس (دجريس)عام 1997 حيث

1- جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية و القيم رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، 1436 هـ، 2015 م
2مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي - منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، بيروت-لبنان، 2012 ص 25

ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها (الدرجات الست للانفصال) و ظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل لايف جورنال و موقع كايوورد الذي أنشئ في كوريا سنة 1999 ، و كان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء " و في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 ومع بداية هذا العام(2002) انطلق موقع التواصل الاجتماعي (com.friendste) الذي حقق نجاحا دفع (googl) إلى محاولة شرائها سنة 2002 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ و قد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف و الصداقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي،

و قد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (Skyrock.om) كمنصة للتدوين¹

ثم تحول إلى موقع تواصل، و حتى هذه المرحلة لم تكن هذه المواقع معروفة في المجتمعات العربية إلا بشكل محدود جدا، خصوصا أن خدمات الإنترنت لم تكن على مستوى كبير من الانتشار و الترحيب²

و قد ساعد تطور الانترنت و انتشارها في ظهور جيل جديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي امتازت بسهولة استخدامها، و بالتطبيقات الكثيرة التي تناسب مختلف الشرائح الاجتماعية، بما فيها اللغة، فكان أن ظهر موقع Myspace سنة 2003 الذي بدأ يحقق نجاحا كبيرا و انتشارا واسعا وصل إلى المجتمعات العربية. و في العام (2004) انطلق موقع الفاييسبوك com.Faebook في الولايات المتحدة و عرف أو لا في ما بين طلبة جامعة هارفارد، ثم بدأ ينتشر إلى الجامعات والمدارس الأخرى، و في العام 2006، بدأ بالانتشار على الساحة المحلية والدولية، بعدها انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر Twitter حيث ظهر سنة 2006 و أطلق رسميا للمستخدمين سنة 2007

1 أماني جمال مجاهد، "الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة"، دراسة المعلومات، جامعة المنوفية، العدد الثامن، مايو -56. ص 8، 2010

2 مطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، جامعة الشرق الأوسط، مذكرة ماجستير في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، 2018، ص 19

المطلب 03: خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي موجودة في كل مكان و لم يعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية مجرد تسلية أو الترفيه عن النفس بل أصبحت أسلوب حياة و ذلك لما تحمله من مميزات وخصائص عديدة ومنه نلخص أهم خصائصها فيما يلي :

سهولة الاستخدام : حيث لا يحتاج التعامل مع موقع شبكة الانترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكات الاجتماعية إلى خبرات و تدريبات علمية وعملية معقدة، و إنما إلى مجرد مقدمة و مبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط حيث تتطلب عملية التسجيل اسم و رقم سري بطاقة تعريف العضو، والموافقة على شروط العضوية و بنود العقد المحدد بموجبه الحقوق والواجبات الرقمية، و بمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية باسم المستخدم ورقم سري وجيز خاص به، يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة و إذا تجاوز الشروط يمكن أن يتعرض للعقاب كحذف حسابه الإلكتروني أو تجميد عضويته¹

- **التفاعلية:** فالفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم كالتلفاز والصحف الورقية و تعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدة و القارئ²
- **القدرة على تخزين التسجيل:** إضافة إلى الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة و مع عدد من الأجهزة المتنوعة
- **الاستقلالية و التنوع :** تتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا من الشخصية ما قد يزيد من احتمال انتشار الإشاعات و المعلومات الكاذبة
- **السرعة: (Speed)** سمحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ظل هذا السياق إلى الاتصال أو الترابط غير العادي **connected-Ovev** الذي يعني في فحواه عدم التأكد من المصدر و معالجة المعلومات بطريقة غير كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة³
- **القدرة على تخزين التسجيل:** إضافة إلى الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة و مع عدد من الأجهزة المتنوعة
- **الاستقلالية و التنوع :** تتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا من الشخصية ما قد يزيد من احتمال انتشار الإشاعات و المعلومات الكاذبة السرعة " Speed " سمحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ظل

¹ ترنيم زهدي يوسف خاطر اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام

2014م، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 1432هـ-2015م، ص 7

² نادية بن ورقة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، 2017، ص4

³رحمة بن سليمان وآخرون، **العنف و السياسة في المجتمعات العربية المعاصرة -ثنائية الثقافية و الخطاب**، ج 2، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت - لبنان، 2017، ص 170

هذا السياق إلى الاتصال أو الترابط غير العادي "connected Over" الذي يعني في فحواه عدم التأكد من المصدر و معالجة المعلومات بطريقة غير كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة

- **التدفق الحر للمعلومات:** فقد وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص و حسب باستخدام الوسائط المتعددة من(الصور، الفيديو، الموسيقى، الصوت) مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثه وبث الوقائع و الأحداث لحظة بلحظة¹
- **وظائف مواقع التواصل الاجتماعي:** إن للمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الاستخدامات حيث يتم توظيفها في مجالات كثيرة من الحياة و لعل أهمها يبرز في²
- **الاستخدامات الاتصالية الشخصية:** وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، و لعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين و هذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، و على مستوى التقنيات و البرمجيات، ويمكن من خلال الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة ، و خلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار و الرغبات غالبا، وان اختلفت أعمارهم و أماكنهم و مستوياتهم العلمية.
- **الاستخدامات التعليمية:** تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، و المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور و الطلاب و عدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر.
- **الاستخدامات الإخبارية:** أتاحت الشبكة الالكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية و بصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتسهيل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.
- **الاستخدامات الدعوية:** أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل و الدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير المسلمين، و أنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، و هو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام و التواصل، والتوفير في الجهد و التكاليف
- **المطلب الرابع : مزايا و عيوب مواقع التواصل الاجتماعي**
أضفت تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية و اقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها ومن أهم مزاياها نذكر منها¹

1 - نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية 84، ص، 2015

2 - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1436هـ، 2015، ص، 69. 68

- وسيلة عامة للنشر أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير و التواصل أكثر من أي وقت مضى.
- وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات و الحملات المختلفة
- وسيلة بسيطة و مجانية فيها الكثير من الإبداع والتميز و التفرد.
- وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التوقع والرقابة في نشر المعلومة، و بالتالي فهناك نوع من ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي.
- كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من المزايا الأخرى و منها نذكر²:
- **أكثر انفتاحا على الآخر:** إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين و العقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فانك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك و قد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على آلاف الأميال في قارة أخرى .
- **فرصة لتعزيز الذات:** فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر عن ذاته، فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل و على الصعيد العالمي.
- **منبر للرأي و الرأي الآخر:** إن أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها و كذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير.
- عيوب مواقع التواصل الاجتماعي:**
- و من ناحية أخرى يظهر الوجه الآخر لهذه المواقع حيث أنها عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق إلى حد ما، و منه نلخص الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي³:
- **انعدام الخصوصية:** حيث تصبح ملفات المشتركين الشخصية عرضة للجميع، بما فيها من بياناتهم وصورهم الخاصة، وهذا قد يمهد الطريق إلى التجسس و المراقبة لكل تحركات وأقوال و أفعال المستخدمين وهو مل ينعكس سلبا على حياته العامة.
- **قتل الوقت:** يضيع بعض المستخدمين الكثير من الوقت الذي هو رأس مال عمر الإنسان في الجلوس أمام هذه المواقع، مما يؤثر على علاقته مع أهله و أصدقائه داخل محيط الأسرة
- **ضعف الثقة:** لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها لا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في شبكات

¹ از غنود بلقاسم، سعدي وحيدة، "الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب"، مجلة الأفق للعلوم، العدد الثامن، ج 1، جامعة الجلفة جوان 2017، ص353

² عيسى الشماس، فانتن عجيب، "التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي و علاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد 37، العدد2، 2015، ص ص 1-268

³ بشير نور علي، **مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع**، مؤسسة الصومال الجديد للإعلام والبحوث والتنمية، التقرير الأسبوعي، رقم 10، ص. 2017 ديسمبر 25، 13

- العزلة الاجتماعية على العالم الواقعي: لهيمنة القيم المادية و انشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة لجأ العديد من الأفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي هشة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي الاجتماعي لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين و نتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي وإذا كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تخليص البشر من عزلتهم، فإن تحقق ذلك الهدف انتهى بالبشر بعزلة جديدة عن عالمهم الحق¹

1 حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر، التوزيع، الأردن-عمان، 2015، ص ص 89، 88.

المبحث الثاني : أهم مواقع تواصل الاجتماعي

المطلب الاول : الفايسبوك

تعريف الفايسبوك: الفايسبوك هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين و الاعتباريين(كالشركات) أن يبرز نفسه و أن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر مواقع تواصل أخرى، و إنشاء روابط تواصل مع الآخرين ".و يعتبر الفيسبوك"أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداما و تأثيرا على مستوى العالم¹

وفي تعريف آخر للفيسبوك "يعتبر الفايسبوك إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم و أماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني تملكه شركة الفايسبوك المساهمة العامة، و تتعدد الجهات التي تستخدم الفايسبوك في الوقت الحالي و تتعدد الأغراض أيضا، فقد يستخدم الفايسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة و الدعاية و الإعلان فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في كافة مناحي و أمور الحياة و متطلباته²

و يعمل Facebook باستمرار على جلب أصدقاء جدد محتملين لمستخدميه. وبالتالي تعتمد الشبكة الاجتماعية على قدرتها على زيادة التفاعلات بين مستخدميها³

نشأة الفايسبوك

"بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة لتوفر هذه الشبكات مجموعة من الخدمات و استمرت موجة هذه الشبكات في الظهور على مدى السنوات 2002-2005-1999 في هذا العام و هو طالب في جامعة هارفارد حيث تم افتتاح الموقع و على يد Zuckerber Mark مارك زوكير " و قد كان هدفه إقامة شبكة تضم طلبة الجامعة في موقع واحد نفذ الفكرة مع مجموعة من زملائه في قسم علوم الحاسوب من فكرة موقع فيس ماش التابع لجامعة هارفارد سنة 2003 و استخدام

¹محمود عبد السلام علي، الحملات الإعلامية، دار المعنز للنشر والتوزيع، دون بلد نشر، دس، ص 1

²زغودو بلقاسم، سعدي وحيدة، "الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب"، مجلة الأفاق للعلوم، العدد الثامن، ج 1، جامعة الجلفة جوان 2017، صص 35-350

³ Marianne « Facebook redouble de nouveautés pour vous espionner... et ça fait peur », 21 janvier 2018 , consulté le 23 janvier 2018).

هذا الموقع صور بعض الطلبة واتهم بهذا كمخترق للخصوصية و لكن بعد أسبوعين فقط قام مارك بافتتاح الموقع¹

وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، و لكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة أيفي يدج و جامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم في المدارس الثانوية، و أخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر. و يضم الموقع حاليا أكثر من 350 مليون مستخدم على مستوى العالم².

خصائص الفاييبوك

- خصائص الفيسبوك: يتضمن "الفيسبوك" كشبكة اجتماعية بعدد من السمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضه البعض وأهمها³
- خاصية "wall" أو لوحة الحائط: و هي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم
- خاصية "Pokes" أو نكرة "غمزة": تتيح إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- خاصية "Photos" أو الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور إلى الموقع
- خاصية "Status" أو الحالة: تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- خاصية "Notes" أو التعليقات: و هي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات و الصور التي يمكن تضمينها، و قد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات، و بالإضافة إلى ذلك خدمات الرسائل و الدردشة
- "خاصية الهدايا": Gifts تتيح للمستخدمين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية⁴
- خاصية الأحداث الهامة: Events و تتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن أحداث هامة و كذا عن حدث ما جاري حدوثه و إخبار الأصدقاء والأعضاء به و يتم من خلاله سؤالهم عن رغبتهم بالحضور أو الرفض⁵

¹حسين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي- أدوات و مصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر و فن للنشر والتوزيع، مدينة السادس من أكتوبر 92ص، 2014

²فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2011، ص2

³حسين شفيق المرجع السابق ص 96- 95

⁴ أمال عسائي، أنثوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري، نقلا عن أنكلوير و لاري ماجد، دليل أولياء الأمور ، تم الاطلاع عليها بتاريخ: 2018-11-22 ، على الموقع : connectsafely.org ص 20-23 ، 2012

⁵ مرجع نفسه ص 5

المطلب الثاني : التويتر

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة و لعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وأخذ "تويتر" اسمه من مصطلح "تويتر" الذي يعني "التغريد"، وأخذ من العصفورة رمزا له، و هو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة، و يجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة¹.

و هي شبكة اجتماعية تدوين مصغر تديرها شركة Twitter Inc. وهي تتيح للمستخدم إرسال رسائل نصية مجانية ، تسمى التغريدات أو التغريدات 6 ، عبر الإنترنت ، عن طريق الرسائل الفورية أو الرسائل القصيرة. هذه الرسائل محددة بـ 280 حرفاً².

نشأة: لقد كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة " تويتر " أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، و من ثم أخذ هذا الموقع الانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوين المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، و استحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه "تويتر" و ذلك في أبريل عام³ (2007).

خصائص التويتر للتدوين عبر موقع التويتر مميزات مفيدة و عديدة أهمها

- سهل و سريع : فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركا من الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين و إرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة.
- محمول و متحرك: فموقع تويتر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين، وإرسال الرسائل و الصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة و من أي مكان في العالم.

المطلب الثالث : اليوتيوب

تعريف اليوتيوب: "هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، و الذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، و خصوصا في

¹ - اسلام محمد توفيق، التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د ب، 2015 ص

² Haewoon Kwak, Changhyun Lee What is Twitter, a Social Network or a News Media, Hosung Park, and Sue Moon Department of Computer Science, KAIST 335 Gwahangno, Yuseong-gu, Daejeon, Korea.

³ محمد بن عبد الله القمزي، تقنيات التعليم و مهارات الاتصال، ط2، دار روابط والشقري للنشر، د ب، 2012، ص 376.

دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت و وقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية و التحركات والانتفاضات الجماهيرية و الثورات الشعبية¹.

نشأة اليوتيوب :

تأسس "اليوتيوب" كموقع مستقل في 14 فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي "تشادهيرلي" و"التيواني" "تشين" و"البرتغالي" "جاود كريم" الذين يعملون في شركة "pal Pay" المتخصصة التجارة الإلكترونية، و ما يبدو أن "جاود كريم" ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية "ستانفور د" ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور "اليوتيوب" الذي نراه اليوم للثنائي الآخر، اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي² "و الفكرة الأساسية له هي انه يسمح للمستخدمين بتحميل مقاطع الفيديو إلى الموقع، وفي الوقت نفسه المشاهدة و التعليق على ما يرون³

طبيعة عمل اليوتيوب

يعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية⁴

يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو و تسميتها في جميع أنحاء العالم، و تصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام المستخدمون الأعضاء بتحميلها .

العثور على جماعات فيديو والاتحاق بها، و تسهيل الاتصال مع من لديهم نفس الاهتمامات، و الاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء و حفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.

- دمج مقاطع الفيديو الخاصة ب" اليوتيوب" مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل(أي بي أي) وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة و خاصة
- يستطيع المستخدمون اختيار عرض مقاطعهم أو مشاركة أصدقائهم و عائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل
- يحتوي الموقع على المقاطع والأحداث، و الحاصلة عليا على تقييم، و التي تحظى بأكبر قدر من النقاش و الأكثر اتصالا بمواقع أخرى
- تصنف مقاطع الفيديو أيضا إلى أبواب مختلفة من الكوميديا و الفن و الرسوم المتحركة إلى العلوم و التكنولوجيا
- **خصائص اليوتيوب :**

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

² عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية ، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2010، ص194.

³ عبد الله ، علي محمد، شباب الفيس بوك و العالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، د ب، 2012، ص20.

⁴ إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر - وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة و الفنون و التراث للنشر، الدوحة (قطر)، 1435هـ - 2014م، ص ص185-18.

- يوتيوب بريميوم (YouTube Premium) : وهو خدمة يتم الحصول عليها مقابل اشتراك مادي، حيث يتمكن المُستخدم من خلالها مشاهدة الفيديوهات دون ظهور أيّة إعلانات.
- أفلام وعروض يوتيوب (YouTube Movies & Shows) : يتمكن المُستخدم من خلال الاشتراك بهذه الخدمة مشاهدة العروض والأفلام المختلفة.
- موسيقى يوتيوب بريميوم (YouTube Music Premium) : يُمكن الاشتراك في هذه الخدمة لسماع الأغاني والموسيقى دون فواصل إعلانية، كما يتسنى للمُستخدم من خلال اشتراكه بهذه الخدمة الاستماع للأغاني دون الاتصال بالإنترنت، أو حتى عندما تكون شاشة الحاسوب مطفئة.
- ألعاب يوتيوب (YouTube Gaming) : يُمكن من خلال هذه الخدمة الحصول على محتوى الألعاب عبر يوتيوب¹.

المطلب الرابع : الانستغرام

يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور و التعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، و الانستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية.

و كانت بداية الانستغرام عام 2000 م حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور و إضافة فلتر رقمي إليها و إرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية²

- **خصائص الأنستغرام :** و صف الأنستغرام العديد من الخصائص التي تمكن مستخدميه من استعمالها كباقي التطبيقات و هذه الخصائص تمثلت في :
 - المنشور الكلاسيكي
 - المنشور المدعوم "أي ما يعادل الإعلانات"
 - فيديو مباشر (Instagram Live)
 - قصص سريعة الزوال أو دائمة "تعاقب محتوى الصور أو مقاطع الفيديو"
 - مراسلة للتبادلات الخاصة
 - مقاطع فيديو IGTV : لمشاركة مقاطع الفيديو بتنسيق طويل (10 دقائق إذا قمت بالتنزيل من هاتف محمول ، و 60 دقيقة من جهاز كمبيوتر)
 - الحقيقة: لمشاركة مقاطع فيديو قصيرة مدتها 15 ثانية كحد أقصى ، على خلفية موسيقى من اختيار

¹ Margaret Rouse, "YouTube", searchcio.techtarget.com, Retrieved 19-7-2020. Edited.

² عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 66

الفصل الثاني:التثقيف الصحي

المبحث الاول : التثقيف الصحي

المطلب الاول : تعريف التثقيف الصحي

المطلب الثاني : أهداف التثقيف الصحي

المطلب الثالث : وسائل و أساليب التثقيف الصحي

المطلب الرابع :خصائص الرسالة التثقيفية السليمة

المبحث الثاني : الوعي الصحي

المطلب الأول: تعريف الوعي الصحي

المطلب الثاني : أهمية الوعي الصحي

المطلب الثالث : جوانب الوعي الصحي

المبحث الثالث : الوعي الصحي في مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : التوعية الصحية و دور وسائل الإعلام في بناء الوعي الصحي

المطلب الثاني : محددات و مجالات الوعي الصحي في مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث : التربية لتأهيل الأبناء للاستفادة من المضامين الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع : أهداف نشر الوعي الصحي في صفحات الفايسبوك

المبحث الاول : التثقيف الصحي

المطلب الاول : تعريف التثقيف الصحي

يعتبر التثقيف الصحي الوسيلة الفعالة و الأداة الرئيسية في تحسين مستوى صحة المجتمع و تعتمد عملية التثقيف الصحي على أسس علمية لما لها من دور في رفع مستوى الصحة العامة لدى المجتمع لذلك لقيت هذه العملية اهتمامات متزايدة من الأطباء و العلماء المحدثين¹

و التثقيف الصحي هو أحد الفروع الرئيسية و مجال هام من مجالات الصحة العامة و هو لا يعني مجرد انتشار المعلومات الصحية المتضمنة في ندوة صحية أو فيلم سينمائي و إنما هدف التثقيف الصحي هو تغيير العادات و الاتجاهات و المفاهيم و الممارسات الصحية²

و قد تطور مفهوم التثقيف الصحي عبر المراحل التاريخية المختلفة حسب آراء الناس و مفاهيم عن الصحة و المرض ابتداء من الوقت الذي كانت فيه معالجة الأمور الصحية عن طريق الكوادر الصحية المختصة في العيادات و المستشفيات و مروراً ب التطور في جميع مجالات الحياة من اكتشافات و اختراعات طبية المتطلبات فأصبح أكثر شمولاً و انتهاء لتساعد المتطلبات الاجتماعية و قيام العلاقات البناءة بين أفراد المجتمع و بين القائمين على توفير الرعاية الصحية لذلك ظهرت للتثقيف الصحي تعاريف متعددة تشترك جميعها في أن التثقيف الصحي ينصب أساساً على سلوكيات الأفراد و الجماعات . و سوف نعرض بعض هذه التعريفات في الآتي :

1. التثقيف الصحي هو ترجمة لما هو معروف و مألوف عن الصحة فيما يتعلق ب الصحة التامة للفرد أو بسلوك الجماعة عن طريق العملة التنفيذية أو التعليمية و استناداً الى هذا التعريف فإن التثقيف الصحي يتضمن³:

• الحقائق الصحية الأساسية

• الأهداف الصحية للسلوك الصحي

• العملية التعليمية لتحقيق هذه الأهداف

2. التثقيف الصحي هو هذا الجانب من الصحة العامة الذي يتعامل مع المشاركة المنتظمة و الفعالة للأفراد في حل مشكلاتهم الصحية

المطلب الثاني : أهداف التثقيف الصحي

¹مصطفى القمش و اخرون مبادئ الصحة العامة دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع عمان، 2000، ص 181
²إقبال إبراهيم مخلوف : العمل الاجتماعي في مجال الرعاية الطبية اتجاهات نظرية دار المعرفة الجامعية اسكندرية. 1991.ص191
³ إقبال إبراهيم مخلوف : مرجع سبق ذكره ،ص191-192

إن الهدف العام و الأعلى لعملية التثقيف الصحي ، هو تحقق السعادة للمجتمع عن طريق تحريك الناس للعمل على تحسين أحوالهم من جميع النواحي ، و تحقيق السلامة و الكفاية البدنية و العقلية و الاجتماعية ، و ب التالي الصحة النفسية و التوافق مع المجتمع.⁴ و تتمثل أهداف التثقيف الصحي فما يلي :

1. تحسين صحة الأفراد و الأسر و الجماعات جسديا و عقليا و نفسيا و اجتماعيا وذلك ب الاهتمام ب الغذاء و المسكن و الرياضة و الترفيه البريء و العلاقات الإنسانية و تنظيم الأسرة
2. الأخذ بأسباب الوقاية من الأمراض و من الحوادث ، و ذلك بمساعدة الأفراد على فهم الممارسات و العادات اللازمة للمحافظة على صحة و تحسينها ، كما يجب أن يعرف الأفراد ماهي الممارسات المطلوبة؟ و لماذا تمارس ؟ و كيف يمكن ان تؤدي؟
3. المبادرة إلى العلاج السليم فور حدوث المرض أو وقوع الإصابة ، و الاستمرار في العلاج حتى الشفاء ، و ذلك عن طريق الاستفادة من الخدمات الصحية المقدمة إلى أقصى حد ممكن ، و توفر الدولة العديد من الخدمات الصحية ، و هنا يجب أن يعرف الأفراد بوجودها و أنشطتها المختلفة ، و مواعيد العمل بها ، و سوف يثمر هذا في تدعيم الأنشطة و تجنب الخسائر الاقتصادية الناجمة من الاستخدام السيئ أو غير المناسب حيث يرتبط التثقيف الصحي و الخدمات الصحية كل منها ب الأخرى تماما ، و قد أمكن الدولة أن تواجه مسؤوليتها نحو الرعاية الصحية و الوقائية من الأمراض من خلال ما يلي :

- الخدمات الصحية التي تتضمن كل من الرعاية الصحية الطبية
- التثقيف الصح

4. ترشيد الانتفاع ب الخدمات الصحية و الطبية و الدوائية و الغذائية و الاجتماعية التي تقدمها الدولة، و لبلوغ هذه الأهداف الأربعة و الهدف العام لعملية التثقيف الصحي لابد من تحقيق الأهداف الأولية التالية :

- تغيير مفاهيم أهالي فيما يتعلق بصحتهم و مرضهم ، و جعل الصحة العامة هدفا عندهم
- الاشتراك و المساهمة بالفعاليات الصحية بأنفسهم و دون دافع خارجي
- توضيح أهمية جهود القائمين على الرعاية الصحية و مؤسساتها رفع المستوى الصحي و الاجتماعي للمواطنين
- تعريف المواطنين ب الدور الرئيسي ، و الأعمال التي تقوم بها المؤسسات الصحية مثل مراكز رعاية الأمومة و الطفولة⁵

⁴ نبيلة بو خبزة : مرجع سبق ذكره ،ص14

⁵ أحمد أبو مسرة، لإعلام الطبي والصحي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان ، 2007 ،ص32-33،

• **المطلب الثالث : وسائل وأساليب التثقيف الصحي**

إن بلوغ الصحة العامة نفسيا و جسميا مع النفس و المجتمع تطلب تعاون الجميع مع القائمين بتوفير الرعاية الصحية، حيث أن وسائل الإعلام و التكنولوجيا تعتبر وحدها غير كافية لبلوغ أهداف التوعية و التثقيف الصحي ، و يمكن للمثقف الصحي الاتصال بالأهالي عن طريق مباشر أو غير مباشر⁶

فطرق التثقيف الصحي قد تكون مباشرة أو وجها لوجه حينما يكون المرسل و المستقبلون في مكان واحد ، و غير مباشر حينما توجد قناة اتصال ، أو مجال يوصل بين المرسل و المستقبل

1. الاتصال المباشر :

و الطرق المباشرة للتثقيف الصحي تتمثل فيما يلي 7:

أ. وجود المرسل و المستقبل في مكان واحد بحيث يستطيع كل منهم أن يتبادل الأفكار و يحقق مزيدا من التوافق ،لذلك تكون هذه الطريقة غالبا أكثر فعالية ، كما أن المحتويات التعليمية أيضا يمكن أن تتقبل تبعا لاهتمامات المستقبلية، كما يحسها المثقف نفسه

ب. تكون الاستجابة أكبر، و الاهتمام أكثر و كذلك الأمر بالنسبة لعمليات الجذب التي تعتبر هامة جدا في مجال التثقيف الصحي: و لكنها عمليات تتطلب مشاركة أكثر فاعلية من جانب الجمهور

• **الطريقة الفردية :**

و التثقيف قد يوجه إلى فرد أو جماعة ، مفيدة جدا في التثقيف الصحي و لكنها تحتاج الى عدد كبير من المثقفين ، و لا يمكننا الوصول إلى فرد و تعليمه

• **الطريقة الجماعية :** و تتناول الجانبين التاليين:

أ. المحادثات و الحاضرات حيث يتكلم شخص و ينصت الآخرون

ب. المناقشة الجماعية حيث يناقش الأفراد مع مثقفهم الصحي و مشكلاتهم الصحية

و لكن الاتصال المباشر بنوعه الفردي و الجماعي ذو تأثير قوي اذا نظم ب الشكل الصحيح، و تم إعداد المناسب له من حيث المكان و الوقت و الأشخاص المستفيدين ،و يعتمد على شخصيته من يقدم المعلومات و أسلوبه و مهاراته و مستوى تدريبيه⁸

2. الاتصال غير المباشر:

⁶مصطفى القمش و آخرون : مرجع سبق ذكره ، ص 183

⁷سلامة هياء الدين، **الصحة والتربية الصحية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001، ص 02

⁸مصطفى القمش و آخرون : مرجع سبق ذكره ، ص 183

يتم هذا الأسلوب باستخدام وسائل تواصل أراء المثقف الصحي الى الناس مثل : (الصحف ، الملصقات، الأفلام السينمائية الثابتة و المتحركة ، و المعارض⁹)

المطلب الرابع : خصائص الرسالة التثقيفية السليمة

الرسالة الصحية سواء كانت عبر المثقف الصحي ، أو وسائل الإعلام المختلفة يجب أن تتصف بما يلي

أولاً: فيما يتعلق ب المثقف الصحي :

1. يتطلب التثقيف الصحي أشخاصا أكفاء ذوي مهارة بأسس التثقيف الصحي، و لديهم القدرة على التعبير و الإيضاح ، ووضع الحلول المناسبة للمشاكل المطروحة.
 2. أن يحدد المثقف أهداف التثقيف الصحي
 3. أن يحدد المثقف أساليب التثقيف الصحي اللازمة¹⁰
 4. أن يشترك المجتمع معه في عملية تخطيط و تنفيذ و مراقبة و مراجعة أنشطة التثقيف الصحي
- أعمال التثقيف الصحي :

يعتبر المثقف الصحي حلقة وصل بين وحدات الصحية ، و الوحدات التثقيفية الأخرى من مدارس و هيئات و مؤسسات و من أعماله:

- المشاركة في تحديد و قياس الحاجات الصحية للمجتمع
- تقوية و تنسيق النشاط التثقيفي للوحدات الصحية، ووضع خطة متكاملة له، تساير أهداف البرنامج الصحي
- العمل كمستشار فني لباقي أعضاء الفريق الصحي
- استخدام وسائل الإعلام و استغلالها
- الإعداد للندوات و المؤتمرات و الحلقات و المعارض
- التعاون مع الهيئات الحكومية و الخاصة

ثانياً: فيما يتعلق بوسائل الإعلام

- أن تصل إلى جميع الناس
- التركيز على الأمراض المنتشرة
- أن تكون سهلة يستوعبها كل الناس
- أن تكون مستمرة

ثالثاً: فيما يتعلق ببرامج التدريب:

⁹مصطفى القمش و اخرون : مرجع سبق ذكره ص 184
¹⁰المرجع السابق ص 185

- أن تكون واقعية و مجربة
- أن تستخدم أساليب للتدريب تدعو المشاركة
- أن توفر الفرص للمتدربين مع العاملين في المهن الأخرى¹¹

¹¹ المرجع السابق، ص 187-188

المبحث الثاني : الوعي الصحي

المطلب الأول: تعريف الوعي الصحي

بما أن الوعي لغة يعني الحفظ و التعلم ، فوعي الحديث يعنيه وعيا، أي يحفظه، و أذن واعية أي مدركة و صاغية .

و من ثم فإن الوعي الصحي يعني حفظ و ادراك المعارف الصحية¹²

كما يقصد به: " عملية ادراك الفرد لذاته،و إدراك الظروف الصحية المحيطة و تكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع"¹³

كما أنه يعني "جانب الصحة العامة الذي يتعامل مع المشاركة ،المنتضمنة، و الفعالة للأفراد في حل مشكلاتهم الصحية"

المطلب الثاني : أهمية الوعي الصحي

للعوعي الصحي أهمية كبيرة في حياة الفرد و الجماعة على حد سواء، و ذلك لأن المجتمع القوي الصحيح يتكون من أفراد أقوياء و أصحاء، و تزداد أهمية الوعي الصحي في هذا العصر ب الذات بحكم ازدياد الكثافة السكانية في معظم المجتمعات ، و انتشار التلوث البيئي من جراء انتشار المصانع و البواخر و زيادة عدد السيارات و ما إليها من آليات التي تلوث البيئة بما تخرجه من معادن و من المواد و المخلفات السامة و هناك نوع جديد من التلوث الناتج عن الضوضاء ، لذلك يتعين أن يلعب الوعي الصحي دور كبير في الوقاية من الإصابة ب المرض ، و لا سيما الخطير منها ك السرطان مثلا.¹⁴

و يتطلب التقدم الهائل الذي يحدث في مجال العلوم الطبية و أساليب الوقاية و العلاج أن يزداد وعي الناس الصحي و إلمامهم ب الإمكانيات و الخدمات التي توفرها الدولة مشكورة لهم في المجالات الطبية ، ف الوعي الصحي يؤدي إلى حماية الناس من الإصابة ب الأمراض المختلفة ، بل يؤدي إلى تمتعهم بالصحة الجيدة عقليا و جسما ،ولا يخفي لهذا من أثر طيب في توفير ما قد ينفق من المال العام على علاج الأمراض و مكافحة الأوبئة.¹⁵

وهو ما يسمى -بالتكلفة- و هي الجانب الاقتصادي الأول ، و التكلفة تتمثل في تكاليف نظم الوقاية و الدواء و العلاج و ارتباط ذلك ب النمط التنظيمي الذي تقدم من خلاله سبل

¹² عبد الرحمان العيسوي : الغسلامي و العلاج النفسي ، دار الفكر العربي، إسكندرية، "د،ت" ، ص 132

¹³ محمد الجوهري و آخرون : علم الاجتماع و دراسة الإعلام و الاتصال ، دار المعرفة ، الجامعية ، الإسكندرية ، 1992 ص 290

¹⁴ أقبال إبراهيم مخلوف : مرجع سبق ذكره ، ص 192

¹⁵ عبد الرحمان العيسوي : المرجع السابق، ص 131

الوقاية و الرعاية و العلاج ، و النظر الى الانفاق على الرعاية الصحية باعتبارها نوعا من الاستهلاك المطلوب ، لم يعد صحيحا ، لأن تكلفة الرعاية الصحية اذا قورنت ب الخسائر الاقتصادية الناجمة عن حدوث المرض ، ما يترتب عليه من عجز أو وفاة.

و ب التالي تفقد قوى منتجة في المجتمع... توضح حقيقة أن صحة، استثمار للإنتاج، و أن الخدمات الصحية ذات عائد اقتصادي يدعم التنمية و يحقق أهدافها ، و هو ما يمثل الجانب الاقتصادي الثاني أي العائد و هو ما تحققه الرعاية الصحية من رفع مستوى الصحة للفرد و المجتمع ، و بالتالي يقلل الخسائر الناجمة عن العجز ، و الوفاة بسبب المرض.¹⁶

و بناء على ما سبق ذكره فإن تمتع الفرد ب الصحة الجيدة يجعله أقدر على الإنتاج ، و تؤدي وفرة الإنتاج إلى الرخاء الاقتصادي و الرفاهية الاجتماعية، و من هذا المنطلق فإن ما يتفق على برامج التوعية الصحية يعتبر من قبيل الاستثمار الاقتصادي الجيد ، ذلك لأنه على قدر ما ينفع المجتمع من المال العام على برامج التوعية ووسائل نشر الوعي الصحي على قدر ما يرتد ذلك عليه على شكل ثروة بشرية ثمينة غالية نشاطها أعباء الإنتاج و مسؤولية الخدمات في المجتمع .

المطلب الثالث : جوانب الوعي الصحي:

ينبغي أن تشمل عملية التوعية الصحية جميع مجالات الحياة ، فلا تقتصر على جانب واحد دون غيره، فيتعين أن يوفرها المنزل، و هنا تقع على الأم ب الذات مسؤولية كبرى في غرس القيم و الآداب الصحية في أبناءها ، و تعويدهم على السلوك الصحي و على الالتزام ب النظافة الشخصية و العامة ، و يتعين أن تحرص المدرسة على أداء رسالتها في نشر الوعي الصحي بين طلابها بحيث يشبون على العادات الصحية الجيدة .

و ب المثل فإن لكل من الجامعة و المؤسسات الإعلامية و مؤسسات العمل ، و النتاج دورا رئيسيا في بث الوعي الصحي و غرس و ترسيخه و تأصيله في نفوس أبناء المجتمع، بل أن المجتمع برمته مطالب بأن يسهم في نشر الوعي الصحي ، و تدريب الناس على الالتزام ب القواعد الصحية السليمة ، و من هنا فإن رسالة الوعي الصحي لا يمكن إلقاء مسؤوليتها كلية على المؤسسات الطبية في المجتمع وحدها ، إذا لا بد من تضافر جميع القوى و تعاونها في هذه المهمة الخطيرة .

¹⁶ أميرة منصور يوسف : المدخل الإجتماعي للمجالات الصحية الطبية و النفسية ، دار المعرفة الجامعية الأزاريطة ، اسكندرية ، "دط"، 1997، ص 20-21

نشر الوعي الصحي و تأصيله لا يمكن أن يقتصر على مجرد وسيلة بعنها كإصدار نشرة طبية أو وضع ملصقة، أو إذاعة برنامج ، و إنما لابد و أن تشمل كذلك الى جانب القدوة الحسنة ، و المثال الطيب الذي يقتدي به ¹⁷

و الحقيقة أننا أبناء حضارة هي بحق أرقى الحضارات التي عرفتها الإنسانية قاطبة، فليس غريبا علينا ، و نحن أبناء أمة الإسلام ، أن نلتزم ب القواعد الصحيحة ، و قد دعانا إسلامنا الحنيف لكل ما يحفظ على الإنسان صحته ، و يجعله قويا نضيفاً طاهراً عفيفاً

و من هنا فإن للوعي الصحي أصوله العميقة التي تتبع من تراثنا الإسلامي، ذلك التراث الخالد الذي ينبغي علينا أن نعود إليه قولاً و فعلاً فتهتدي بهديه و نسير على نهجه ، فلقد سبق الإسلام جميع المدارس الغربية سواء في الطب أو في الوعي الصحي .

¹⁷ المشابقة عبد الرحمن بسام ،،الإعلام الصحي،ط1 ، عمان:دارأسامة للنشر و التوزيع 2002

المبحث الثالث : الوعي الصحي في مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : التوعية الصحية و دور وسائل الإعلام في بناء الوعي الصحي

يتفق الباحثون على أن التوعية الصحية هي عملية تزويد الأفراد أو المجتمع ب الخيرات اللازمة بهدف التأثير في معلوماتهم ، اتجاهاتهم و سلوكياتهم الصحية نحو الأفضل ، من خلال الندوات ، اللقاءات ، المؤتمرات و بتوظيف مختلف الوسائل الإعلامية و الوسائط التكنولوجية، و يشار إلى التوعية الصحية على أنها أيضا آلية من آليات الحفاظ على الصحة العامة ، التي تقدم لها منظمة الصحة العالمية تعريفا على أنها علم و فن منع المرض و إطالة العمر و النهوض ب الصحة و ترقيتها ، من خلال مجهود جماعي منظم و ذلك عن طريق المحافظة على صحة البيئة ، و مكافحة الأمراض و نشر الوعي و الثقافة الصحية.

و في المقابل يؤكد علماء الاجتماع و النفس بأن الإعلام بوسائطه المتعددة ، يعتبر من أكثر وسائل التأثير على عقول و أفكار الناس ، تشكيل اتجاهاتهم نحو المواضيع و المواقف الحياتية اليومية ، التي يعيشونها ، و هذا لا يعتبر شيء غريبا إذا سلمنا بأن الإعلام و منذ القديم يوظف في التنظيم و البناء الاجتماعي المتكامل ، و جزء لا يتجزأ من الخطط التنموية ، الهادفة لتحقيق مصلحة الفرد و المجتمع في شتى مجالات الحياة المعاصرة سواء من الجوانب الاجتماعية ، الاقتصادية ، السياسية ، الأمنية و الصحية ، كلما تطور المجتمع ازدادت احتياجاته لمصادر المعلومات من وسائل الإعلام المختلفة .¹⁸

و يشير في هذا الصدد ملفين ديلفر إلى أن الإعلام يمارس دورا هاما في المجتمع ، و يزيد هذا الدور كلما زاد تقدم المجتمع و تطوره ، فتكنولوجيات الإعلام و الاتصال ، نمت و بشكل متسارع منذ ثمانينيات القرن الماضي ، و أدت أدوارا عديدة ، خاصة في المجتمعات الانتقالية . و أبانت عن قدرتها على التأثير في الحياة الاجتماعية ، كما يشير في هذه النقطة أبرز المفكرين و الاجتماعيين المعاصرين أنتوني جيندز أن لوسائل الإعلام أهمية تعادل ما للمدارس و الجامعات في إقامة مجتمع المعرفة ، و فرض منافسة قوية على أدوار كل من الأسرة و المدرسة ، و المؤسسات الاجتماعية الثقافية التربوية الأخرى .¹⁹

و ينظر إلى وسائل الإعلام بمختلف أشكالها ووسائطها الناقلة للمعلومة و المعرفة ، كواحدة من أبرز الوسائل المستخدمة من قبل مختلف فئات المجتمع للاطلاع على آخر المستجدات الطبية و قضايا الصحة محليا و عالميا ، و تعمل على تعزيز الوعي ب البحث أسباب انتشار الأمراض و التعرف على مواطنها ، و تقديم شروح حول الطرق الوقائية و

¹⁸ عبد الرزاق الدليمي: قضايا إعلامية معاصرة ، دط، دار الميسرة للطباعة و النشر و التوزيع ، عمان ،الأردن، 2012،ص46

¹⁹مدفوني جمال الدين ، عيان سيف الدين : أثر وسائل الإعلام على دور التربوي للأسر الجزائرية في ظل التغيير الاجتماعي ، مجلة الرسالة للدراسات و الحوث الإنسانية ، العدد 09، جامعة تيبسة ، الجزائر 2018 ، ص 58

العلاجية ، من خلال تزويدهم ب المعلومات الصحيحة و الحقائق الثابتة ، بغية إرشادهم و تثقيفهم لتغيير عاداتهم الصحية الخاطئة أو تبني سلوكيات صحية .²⁰

و تجدر لإشارة أيضا إلى أن سلوك الصحي هو نتاج لمجموعة من العوامل المتداخلة / المتفاعلة ، يمثل فيها الوعي الخطوة الأولى للتأثير تعزيزا ، تعديلا أو تغييرا أو تغييرا في السلوك الصحي ، تتفاعل هذا الخطوة مع خطوات أخرى ، كالاهتمام الذي يتجلى في يتخلى في سعي الفرد للإلمام بالقضية و جمع المعلومات اللازمة حولها ، و عادة ما تمثل وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة أحد المصادر الأساسية ، التي يقوم الفرد بعملية التقييم لما تم التوصل إليه من خلال عقد مقارنات بين النافع و الضار لهذا السلوك ، و هذا النشاط الذهني ينتج عنه اتخاذ القرار ؛ ب الفعل أو الترك أو التعديل في السلوك²¹

المطلب الثاني : محددات و مجالات الوعي الصحي في مواقع التواصل الاجتماعي

و تبرز محددات الوعي الصحي في النقاط التالية :

- فهم و استيعاب أفراد المجتمع أن حل مشكلاتهم الصحية و الحفاظ على صحتهم ، هي مسؤولية الجهات الرسمية ، من خلال إتباعهم الإرشادات و العادات الصحية السليمة
- الإلمام بالمعلومات الصحية المتعلقة بالمستوى الصحي للبلاد ، و العلم بالمشكلات الصحية في المجتمع
- تعرف أفراد المجتمع على الخدمات الصحية الأساسية ، و المساندة في مجتمعهم و كيفية الانتفاع بها²²

أما عن مجالات الوعي الصحي التي ساهمة مواقع التواصل الاجتماعي بنشرها كالتالي:

- **الوعي الصحي الشخصي :** و يتعلق بتوعية الفرد بأهمية الصحة ، النظافة ، التغذية ، النوم ، الراحة ، ممارسة الأنشطة الرياضية و الترويجية في أوقات الفراغ ، و أن عملية التوعية و الإرشادات للمحافظة على الصحة و يجب كل إنسان قادر على ذلك في المجتمع
- **الوعي الصحي الغذائي :** إن التغذية السليمة جزء أساسي من نمط الحياة الصحي ، و هي بمجموع المعلومات التي يحصل الكائن الحي عن طريقها على المواد الغذائية اللازمة لحفظ حياته ، و إنتاج الطاقة اللازمة لعملياته الحيوية ، و أوجه نشاطاته

²⁰ بهاء الدين سلامة : الصحة و التربية الصحية ، دط، دار الفكر العربي ، القاهرة ، مصر ، 2001، ص 138
²¹ حسين عبد الأمير، ضيدان خديجة: دور القنوات الإذاعة و التلفزيونية في نشر الوعي الصحي ، مجلة المستنصرية للدراسات العربية و الدولية ، العدد 40، بغداد ، العراق ، دت، ص 168-169
²² علي بن حسن الأحمدى : مستوى الوعي الصحي لدى التلاميذ و علاقته باتجاهاتهم الصحية ، رسالة ماجستير ، قسم المناهج و طرق التدريس ، جامعة ام القرى ، الرياض ن المملكة العربية السعودية، 2003، ص 36

المختلفة لمساعدته على النمو السليم ، و لا شك في أن إهمال الفرد و عدم وعيه الكافي بأسس التغذية السليمة ، يؤدي به لا محالة إلى الإصابة بأمراض عديدة ، كأمراض القلب ، تصلب الشرايين ، السكري ، السمنة المفرطة و السرطان و غيرها من الأمراض .

- **الوعي الصحي الرياضي :** ترتبط الصحة ارتباطا وثيقا ب النشاط البدني فالدراسات العلمية الحديثة تؤكد على أن الصحة بمفهومها الشامل ، العقلي ، النفسي و الفيزيولوجي هي أهم نتائج وفوائد الممارسة المنتظمة و المقننة للنشاط البدني -
- **الوعي الصحي البيئي :** و يرتبط بدرجة الإدراك ، على المستويين الفردي و المجتمعي ، لأهمية المحافظة على البيئة و حمايتها ، و التعامل معها دون الجور عليها لتطويعها من أجل تحقيق غايات الفرد في الحاضر و المستقبل²³ -

و لأن التكنولوجيا الحديثة و الأجهزة الذكية أصبحت متاحة لدى قطاعات اجتماعية واسعة ، ساهم هذا الانتشار في إعطاء زخم كبير لمواقع التواصل الاجتماعي ، فهي اليوم توظف بشكل فردي و جماعي للتوعية الصحية ، بما يصب في مصلحة المجتمع ورفاه أفراده ، فعلماء الاجتماع و النفس يؤكدون على أن الإعلام بوسائله المتعددة يؤثر في تشكل اتجاهات الناس نحو المواضيع و المواقف الحياتية اليومية التي تعيشها و تواجهه المجتمعات ، و أصبح الإعلام يستخدم في التنظيم و البناء الاجتماعي المتكامل من أجل مصلحة الفرد و المجتمع ، و في شتى مجالات الحياة المعاصرة ، و أضحت شبكة الانترنت بمختلف خدماتها و مواقعها تشكل أحد أبرز مصادر التثقيف الصحي ، و تقدم المعلومات حول قضايا الصحة الفردية و الجماعية ، و اتخذ منها عديد الأطباء و مراكز البحث أدوات و منصات لتقديم الاستشارات الطبية و تقديم الاقتراحات الضرورية و الإجابات العلمية لمن يريدونها و يتعذر عليه الوصول إليها في العالم الحقيقي ، و أضحي استخدام الإعلام الجديد في تعزيز الصحة من الأمور الجذابة ، و يتزايد استخدامها في مجال التوعية الصحية بصفة كبيرة

المطلب الثالث : التربية لتأهيل الأبناء للاستفادة من المضامين الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي

تعد التربية من ابرز قضايا المجتمع حضورا و خطورة ، لأنها تهتم بتكوين الإنسان و بناء المجتمع ، و الشرط الضروري لكل تقدم أو تحضر ، و لا يمكن إختزال الهدف من التربية في تعليم الناس قول أو كتابة أشياء جميلة ، لكن الهدف منها تعليم الفرد فن الحياة و تمكينه من أدواتها و مستحدثاتها ، ف التربية إذا لم تأخذ على عاتقها فكرة التغيير الاجتماعي هي

²³ عبد العزيز : مقدمة في علم نفس الصحة ، ط1، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن ، 2010، ص 51

تربية مينة - فالتطور المذهل ؛ كمادة / كاستخدام ، في وسائل الإعلام و تكنولوجيايات الاتصال يجسد بجلاء إدراك الدول الأهمية المتزايدة للإعلام في حياة الفرد و الجماعات ، خاصة الدول المتقدمة منها، أين توازي أهمية المؤسسات الإعلامية و الوسائل الاتصالية أهمية التعليم ، التربية و التخطيط²⁴

و تماثل التربية الصحية أو التنقيف الصحي عملية تعليمية ، تهدف إلى تقدم المعلومات و خلق الاتجاهات أو تعزيزها و التأثير في السلوكيات الفردية و الجماعية ، بغية تحسين الأوضاع و تكوين الاستعدادات الضرورية لإدراك أهمية الصحة و قضاياها ، و التربية الصحية بمفهومها الحديث هي عملية تربوية يتحقق من خلالها رفع الوعي الصحي للفرد عن طريق تزويده ب المعلومات و الخيرات بقصد التأثير في الاتجاهات ،الميولات ، و السلوكيات ، لخلق أفراد يتميزون بمستوى عال من الوعي و المعرفة ب الحقائق العلمية ، لتحقيق رفاهة و حماية محيطه الاجتماعي و بيئته ، و تشمل التربية الصحية على مجموعة من النشاطات التربوية ؛ نشاطات اتصال و إعلام الناس ، توفير أدوات بيداغوجية و إعلامية للعاملين في المجال ، بهدف تقوية مهارات الأفراد و اكتساب القدرة على الاختيارات الملائمة للصحة ، فانتشار الأمراض لا يكون سببه ب الضرورة تدني مستوى الخدمات الصحية_ الوقائية منها و العلاجية _بل قد يسببه جهل الأفراد بخطر سلوكياتهم و عاداتهم الصحية -

و تعتبر وسائل الإعلام من أهم الوسائط المعتمد عليها لتحسين و تدعيم العملية التنقيفية التربوية ، و تساهم في تمكين مستخدمها من استكشاف اهتماماتهم ، ميولاتهم هواياتهم ، بالإضافة إلى توظيفها في مواجهة مشكلاتهم بطرائق و أساليب عملية ، لكن رغم ايجابياتها في توصيل المعلومات بسرعة و يسر ، إلا أنها يشوبها بعض العيوب حيث أنها في غالبها عملية تسير في اتجاه واحد ؛ أي أن الرسالة تصل من المرسل إلى المستقل فلا يمن الوقوف على مدى ردة الفعل عند المتلقي بصورة دقيقة وواضحة ؛ هذا بالنسبة للإعلام التقليدي ، ضف إليها أن مواقع و صفحات و شبكات الاجتماعية غير مضبوطة قانونيا أو أخلاقيا ، ما يجعل فعالية الوسائل في العملية التوعوية ، التربوية أو التنقيفية مرتبط بجملة من الشروط المتعلقة بكل من المرسل ، الرسالة و الملقين بطبيعة الحال ، فالمرهق يستند إلى مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام عموما ، باعتبارها جماعة مرجعية ، و لينة أساسية في عملية التنشئة الاجتماعية ، يستقي منها قيمة و مبادئ التي تحدد انتماءه و إيديولوجيته ، فالمرهق في هذه المرحلة يتجه نحو بناء ذاتهم و هواياته التي تميزهم و تعطي معنى لوجودهم ضمن نسق الجماعة²⁵

²⁴ مالك بن نبي : **الفكرة افرو أسبوية** ، عبد الصبور شهين ،دط، دار الفكر ، دمشق ، سوريا ، 1981، ص 135

²⁵ أحمد زكي بدوي: **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية**، ط2، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، 1993، ص206

المطلب الرابع : أهداف نشر الوعي الصحي في صفحات الفايسبوك :

إن الهدف من الوعي في أي مجتمع من المجتمعات يتضح من خلال أفراده هل يسلكون سلوكا صحيا أم لا ؟ و الهدف من نشر الوعي الصحي في الفايسبوك يتضح من خلال النقاط التالية :

1. أن يكون أفراد هذا المجتمع قد ألموا بالمعلومات المتصلة ب المستوى الصحي في مجتمعهم و ألموا بالمشكلات الصحية ، الأمراض المعدية المنتشرة في مجتمعهم ، معدل الإصابة بها ، أسبابها ، طرق انتقالها ، أعراضها ، طرق الوقاية منها و مكافحتها -
2. أن يكون أفراد هذا المجتمع قد فهموا و أيقنوا أن حل مشكلاتهم الصحية ، المحافظة على صحتهم ، و صحة مجتمعهم ، هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الحكومية ، و المجتمع الذي نريد الوصول إليه بنشر الوعي الصحي عبر الفايسبوك بين مواطنيه هو مجتمع يتبع أفراده الإرشادات ، و العادات الصحية السليمة في كل تصرفاتهم ، بدافع شعورهم و رغبتهم ، يشتركون في حل مشكلاتهم الصحي -
3. أن يكون أفراد هذا المجتمع قد تعرفوا على الخدمات ، و المنشآت الصحية في مجتمعهم ، هذا ما يلعبه الفايسبوك في تقريب المسافات عن طريق الإعلانات و هو ما يؤدي إلى الانتفاع بها بطريقة منتظمة و مجددة ²⁶

²⁶ هامل عبد النور دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب ، ط/د، مجلة العلوم القانونية و الإجتماعية جامعة زيان عشر، الجلفة العدد الثاني عشر 2018، ص 74

الفصل الثالث:

عرض و تحليل و مناقشة النتائج

أولاً: عرض نتائج الدراسة

ثانياً: تفسير نتائج الدراسة على ضوء التساؤلات

ثالثاً: إستنتاج عام

- الأدوات الإحصائية

بعد مرحلة التطبيق تم تفريغ البيانات في الحساب يدويا بغرض تحليلها و معالجتها تم الاعتماد على النسب المئوية كون الاستبيان المقدم عبارة عن استبيان الكتروني

أولاً: عرض نتائج الدراسة

المحور الأول : البيانات الشخصية لأفراد العينة

جدول رقم (1): يمثل خصائص أفراد العينة :

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	33	28.7%
	أنثى	82	71.3%
السن	أقل من 25 سنة	52	45.2%
	من 25 سنة إلى 40 سنة	59	51.3%
	أكثر من 40 سنة	4	3.5%
المستوى الدراسي	ابتدائي	2	1.7%
	متوسط	5	4.3%
	ثانوي	15	13%
	جامعي	93	80.9%
مكان الإقامة	شرق الجزائر	1	0.9%
	غرب الجزائر	6	5.2%
	وسط الجزائر	31	72%
	جنوب الجزائر	77	67%
الحالة الاجتماعية	اعزب (ة)	89	77.4%
	متزوج (ة)	77	22.6%
	مطلق (ة)	0	0%
	ارمل (ة)	0	0%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أكبر نسبة هي 71.3% من فئة الإناث بينما الذكور 28.7% أما فيما يخص المستوى الدراسي فكانت النسبة الأكبر هي للمستوى الجامعي بنسبة 80.9% و فيما يخص الفئات العمرية فكانت أكبر نسبة من 25 إلى 40 سنة من الفئات العمرية بنسبة 51.3% تطرقنا إلى معرفة أماكن إقامة المستخدمين فكانت النسبة الأكبر هي لسكان الجنوب الجزائري بنسبة 67% طبعاً هذا لأن أكبر مساحة في الجزائر هي مساحة الجنوب التي تكون فيها الكثافة السكانية طبعاً أما بالنسبة إلى الحالة

الاجتماعية فقد تحصلنا على إجابتين فقط أكبر نسبة من الإجابات كانت لصالح الأعزب بنسبة 77.4% أما النسبة الثانية فكانت لمتزوج بنسبة 22.6% و لم نتحصل على إجابتين أخريتين التان تمثلان فئات الأراامل و المطلقين

المحور الثاني : عادات و أنماط إستخدام موقع الفايسبوك

الجدول رقم 02 : يمثل استخدام أنماط العينة للفيسبوك

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
هل تستخدم موقع الفايسبوك ؟	نعم	101	87.6%
	أحيانا	110	9.7%
	نادرا	3	2.7%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق فإن الإجابة التي أخذت النصيب الأكبر فكانت نعم تستخدم موقع الفايسبوك بنسبة 87.6% و نادرا بنسبة 2.7% و منه فإستخدام موقع الفايسبوك حسب الجدول السابق له عدة مستخدمين و ذلك دليل على أن الفايسبوك أصبح من المنصات المهمة التي تجذب الناس بمحتوياتها خاصة و أنه في الوقت الحالي تتوفر الوسيلة التي تفتح بها الشبكة عند معظم متصفحها

الجدول رقم 03 : يمثل سنوات استخدام أفراد العينة للفيسبوك

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
منذ متى و أنت تتصفح موقع الفايسبوك؟	سنة	7	6.1%
	سنتين	4	3.5%
	ثلاث سنوات	9	7.5%
	أكثر من ثلاث سنوات	95	82.6%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق نجد أن أكبر نسبة هي تصفح موقع الفايسبوك لأكثر من 3سنوات بنسبة 82.6% و أقل نسبة ب6.1% للذين مدة تصفحهم لسنة واحدة يمكن تفسير تصفح أفراد العينة لموقع الفايسبوك لأكثر من ثلاث سنوات بتوفر الوسيلة و الوقت للمستخدم

الجدول رقم 04: يمثل المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة في الفيسبوك

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
كم ساعة في اليوم تتصفح موقع الفيسبوك؟	ساعة	12	10%
	ساعتين	25	22%
	ثلاث ساعات	26	23%
	أكثر من ثلاث ساعات	52	45%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق نجد أن أكبر نسبة هي استخدام الفيسبوك أكثر من ثلاث ساعات أكبر نتيجة حصلنا عليها بنسبة 45% و أقل نسبة هي 10% الذين يقضون ساعة واحدة و من الممكن تفسير ذلك على أن التطورات التكنولوجية أصبحت تسهل الحياة للفرد و توفر الوقت للناس مما قد يجعلهم يتصفحون موقع الفيسبوك لأكثر من ثلاث ساعات

الجدول رقم 05: يمثل اهتمامات أفراد العينة

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
ماهي أكثر المضامين التي تهتم بها في موقع الفيسبوك؟	ثقافية	28	24.8%
	اجتماعية	54	46%
	صحية	5	4.4%
	سياسية	2	1.8%
	مضامين أخرى	26	23%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق الذي يوضح المضامين التي يقبل عليها مستخدمي الفيسبوك و أكثرها تصفحاً هي الاجتماعية على نسبة أكبر 46% ثم تليها المضامين الثقافية بنسبة 24.8% و أقل نسبة كانت من نصيب المضامين السياسية بنسبة 1.8% يمكن تفسير نتائج السابقة أن أفراد العينة يميلون إلى المضامين الاجتماعية على عكس المضامين السياسية

المحور الثالث :إقبال مستخدمي الفايسبوك على مضامين الوعي الصحي ؟

الجدول رقم 06: يمثل اطلاع العينة على مضامين الخاصة بالتوعية الصحية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
هل سبق و إن اطلعت على مضمون خاص بالتوعية من فيروس كورونا على الفايسبوك؟	نعم	85	73.9%
	لا	16	14%
	ربما	14	12.1%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق الذي يوضح إطلاع مستخدمي الفايسبوك على المضمون الخاص ب التوعية من فيروس كورونا فكانت الإجابة ب نعم هي الأكثر نسبة 73.9% و لا 14% و منه نفسر أن أفراد العينة في الواقع تطلع و تتفاعل على المضامين الخاصة ب التوعية الصحية

الجدول رقم 07: يمثل الطريقة التي شاهدت بها العينة المضامين

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
هذه المضامين كانت عبارة عن :	فيديوهات	60	53%
	صور	15	13%
	منشور مكتوب	40	34%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق الذي يوضح المضامين التي تعرض لها المتصفح كانت أكثر نسبة هي 53% للفيديوهات و أقل نسبة ب 13% و هي للصور ، بذلك يمكننا أن نقول أن متصفح الفايسبوك يشاهدون الفيديوهات لسهولة اعتبارها أكثر طريقة سهلة ليفهمها مستقبل الرسالة على عكس الصور و المنشورات المكتوبة

الجدول رقم 08: يمثل الموضوع الذي يتضمنه المضمون الذي شاهده أفراد العينة

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
كان يتضمن :	إرشادات للوقاية من الفيروس	60	50%
	توعية صحية عن مخاطر الفيروس	20	18%
	عدد الإصابات و الوفيات الناتجة عن فيروس كورونا	25	23%
	معانات المصابين لهذا الفيروس	10	9%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق الذي يوضح مضمون المضامين التي تعرض لها المتصفح كانت النسبة الأكبر % 50 لإرشادات للوقاية من الفيروس تليها % 23 لعدد الإصابات و الوفيات الناتجة عن فيروس كورونا و أقل نسبة % 9 لمعانات المصابين لهذا الفيروس و من هنا يمكننا أن نقول أن المتصفح يسعى لإكتساب الوعي الصحي خاصة في ظل الجائحة

الجدول رقم 09: يمثل صاحب المضمون

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
من كان صاحب المنشور ؟	مواطن عادي	20	18%
	صفحة خاصة بفيروس كورونا و التوعية الصحية	40	34%
	صفحة خاصة بقناة فضائية	7	6%
	صفحة خاصة بولايتي	27	23%
	صفحة طبيب	21	19%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق الذي يوضح صاحب المضامين و المنشورات الخاصة ب التوعية تظهر أكبر نسبة ب % 34 لصفحة خاصة بفيروس كورونا و التوعية الصحية و أقل نسبة ب % 6 لصفحة خاصة بقناة فضائية و من هنا من الممكن أن نقول أن متصفح الفيسبوك اعتبر صفحة خاصة بالفيروس و التوعية مصدرا للأخبار و فضلها على صفحة القناة الفضائية مع أنها صفحة إعلامية و هذا يعتبر من البراهين أن مواقع التواصل

الفصل الثالث: عرض وتحليل ومناقشة النتائج

الاجتماعي تعتبر الإعلام الجديد التي قد تقلل من مصداقية الإعلام القديم و تجعلنا نستغني عن الإعلام القديم كمصدر

الجدول رقم 10: يمثل قياس مدى إعجاب أفراد العينة ب هذه المضامين

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
هل أعجبتك طريقة نشر لمضامين التوعية الصحية في ضل الجائحة ؟	نعم	60	52.1%
	لا	15	13%
	نوعا ما	40	34.9%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق تظهر لنا نسبة الإعجاب لطريقة النشر للمضامين التوعية الصحية في ضل الجائحة ب % 52.1 لنعم و تليها نوعا ما بنسبة % 34.9 و أقلهم نسبة 13% إذن من هنا نرى أن الفايسبوك أوصل مضامين التوعية للمستخدمين بطريقة إحترافية

الجدول رقم 11: يمثل قياس مدى تفاعل أفراد العينة على المضامين التوعية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
كيف تتعامل مع هذه المنشورات؟	تكتفي ب المشاهدة	62	53.5%
	تتفاعل معها	30	26%
	تقوم بإعادة نشرها	23	20.5%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق نرى أن المتصفح يكتفي ب المشاهدة بنسبة 53.5 مع منشورات التوعية لكن من جانب آخر نرى نسبة متقاربة تقوم ب تفاعل معها بنسبة 26 و أقل نسبة كنت ل القيام بإعادة نشرها و من هنا يمكننا أن نقول أن المتصفح لهم جانبين من يتفاعل و من يكتفي ب المعلومة لنفسه

الجدول رقم 12: يمثل ردود أفعال مستخدمي الفايسبوك على مضامين التوعية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
كيف كانت ردود أفعال مستخدمي الفايسبوك لهذه المضامين؟	إستحسان و تشجيع لهذا النوع من المنشورات	72	62%
	عدم المبالاة بها	20	17%
	عدم تصديق هذه المنشورات	10	8%
	غير ذلك	6	6%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق نرى أن ردود أفعال مستخدمي الفايسبوك لهذه المضامين كانت بنسبة %62 كأكثر نسبة لاستحسان و تشجيع لهذا النوع من المنشورات و أقل نسبة ل غير ذلك بنسبة %6 و من خلال الأجوبة السابقة يظهر لنا أن مستخدمي الفايسبوك يشجعون على المضامين الصحية

المحور الرابع : مظاهر مساهمة الفايسبوك لتقليل من انتشار فيروس كورونا و نشر الوعي الصحي

الجدول رقم 13: يمثل مدى مساهمة الفايسبوك بنشر الوعي الصحي

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
هل ترى أن الفايسبوك ساهم في نشر الوعي الصحي؟	نعم	76	66%
	لا	5	4%
	نوعا ما	34	30%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق نرى أكبر نسبة %66 كانت أجوبتها بنعم أن الفايسبوك ساهم في نشر الوعي الصحي و أقل نسبة ب لا %4

الجدول رقم 14: يمثل الطريقة التي ساهم بها الفيسبوك بنشر الوعي الصحي

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
إذا كانت إجابتك ب نعم كيف ذلك ؟	بنشر فيديوهات للأثار المترتبة عن فيروس كورونا	30	29%
	نشر منشورات عبر صفحات خاصة للتوعية الصحية	25	23%
	نشر حملات تحسيسية للوقاية من فيروس كورونا	40	35%
	نشر عدد الإصابات و الوفيات المترتبة عن فيروس كورونا	15	13%

قراءة و تحليل الجدول

من خلال الجدول السابق يظهر لنا أن معظم الإجابات بنعم و كانت من نصيب الجواب أن الفيسبوك ساهم في نشر الوعي الصحي ب نشر الحملات التحسيسية للوقاية من فيروس كورونا بنسبة %35 تليها نسبة %29 لنشر الأثار المترتبة عن فيروس كورونا و أقل نسبة ب %13 لنشر عدد الإصابات و الوفيات المترتبة عن فيروس كورونا

الجدول رقم 15: يمثل دوافع إقبال العينة على منشورات التوعية في ضل جائحو كورونا

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
ماهو الدافع الذي جعلك تتصفح منشورات التوعية الصحية في ظل جائحة كورونا؟	خطورة الفيروس و إنتشاره	60	52%
	بحث عن معلومات حول الوقاية من الفيروس	25	22%
	من باب الفضول	25	22%
	دافع آخر	5	4%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق الذي يوضح الدافع الذي جعل المستخدم يتصفح منشورات التوعية الصحية في ظل جائحة كورونا كانت أكبر نسبة ب %52 لخطورة الفيروس و انتشاره تليها نتيجتين متعادلتين للبحث عن معلومات حول الوقاية من الفيروس و أخرى من باب الفضول بنسبة %22 و أقل نسبة كانت لدافع آخر بنسبة 4

الجدول رقم 16: يمثل الإشباعات المحققة من هذه المنشورات

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
هل حققت لك هذه المنشورات الإشباعات اللازمة في مجال الوعي الصحي؟	نعم	49	42%
	لا	16	15%
	نوعا ما	50	43%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق نرى أن أكثر نسبة تحقيق الإشباعات اللازمة في مجال الوعي الصحي عن طريق المنشورات كانت بـ 43% لنوعا ما تليها بنسبة 42% لنعم و أقلها بنسبة 15% ل لا لذا نقول أن الفايسبوك من الممكن أن يحقق الإشباعات التي يحتاجها المتعرض للوسيلة أو للموقع بنسبة كبيرة

الجدول رقم 17: يمثل الإشباعات التي حققتها هذه المنشورات

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
ان كانت الإجابة بنعم كيف ذلك؟	تزودني بالثقافة و التوعية الصحية حول الفيروس	57	57%
	تكسبني التربية و السلوك الصحيين	16	16%
	إشباع الفضول و الحصول على المعلومات	18	18%
	تعزز قدراتي على النقاش مع الآخرين حول مواضيع التوعية في ظل الجائحة	5	5%
	تكوين علاقات مع من لهم نفس الاهتمام	3	3%

قراءة و تحليل الجدول :

من خلال الجدول السابق و بناء على الأجوبة نرى أن من الإشباعات المحققة التزود بالثقافة و التوعية الصحية حول الفيروس بنسبة 57% و إشباع الفضول و الحصول على المعلومات بنسبة 18% و أقل نسبة بـ 3% لتكوين علاقات مع من لهم نفس الاهتمام أي

أن المتصفح يسعى لمنشورات التوعية بصدد الثقافة الصحية التي تعتبر في الوقت الحالي أهم ما يجب أن يكتسبه المواطن

الجدول رقم 18: يمثل اقتراحات العينة لتفعيل دور الفايسبوك في نشر الوعي الصحي

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
هل توجد اقتراحات لتفعيل دور موقع الفايسوك في نشر الوعي الصحي؟	نعم	70	60%
	لا	45	40%

قراءة و تحليل الجدول

من خلال الجدول السابق نرى أنه هناك اقتراحات لتفعيل دور موقع الفايسبوك في نشر الوعي الصحي بنسبة 60 كأثر نسبة أجابت بنعم و أقلها ب 40 كأقل نسبة أجابت ب لا

و من أهم الاقتراحات لتفعيل دور الفايسبوك في نشر الوعي الصحي :

- جعل قسم خاص بالصحة أي جائحة تنشر في ذلك الجزء و تكون مصدر بمعلومات صحيحة و مدققة
- نشر التوعية
- إرشاد كبار السن خاصة الأميين
- تزويد الناس بالمعلومات
- يجب القيام بنشاطات توعية لجميع أطراف المجتمع هكذا للحد من كثرة الإصابات و أن تكون أكثر مصداقية
- وضع برنامج خاص بالمجال الصحي
- يجب القيام بنشاطات توعية للجميع الأطراف من المجتمع هكذا للحد من كثرة الإصابات
- أن يكون أكثر مصداقية
- وضع برنامج خاص بالمجال الصحي
- ثقافة التوعية الصحية حول الفيروس
- يجب أن يكون دور الفايسبوك في صراحة و يقين لنشر الحقيقة عن هذا الفيروس الفتاك
- تفعيل يكون عن طريق فيديوهات و مقالات توعية ليكون الإنسان مدرك لمدى و ضرورة الوعي الصحي وخاصة بعد فيروس كورونا الذي أربع العالم وأصبح الكل مسئول بنشر الوعي والتزام بالوقاية لحماية نفسه وعائلته

- مواقع خاصة و ذات مصداقية و صادق في نشرها
- عبر كل وسائل الإعلامية السمعية والبصرية
- نشر المعلومات الضرورية واللازمة لتعزيز الوعي الصحي
- تقديم نصائح من طرف أطباء وخبراء متخصصين في هذا الميدان
- بتخصيص أهل الاختصاص في كيفية إقناع توعي المواطن لكي يتصدى مخاطر التي تظهر في وقتنا الحالي
- تكثيف الضغط الإعلاني والاستعانة بما يسمى مؤثري مواقع التواصل إضافة إلى مشاركة كل فرد بما يستطيع و إزالة أي محتوى يثير البلبلة او يعكر الصفو العام
- نشر المزيد من التوعيات وبمصداقية دون التلاعب بمحتوى الخبر
- مساندة مثل هذا النوع من التحسيسات لتجنب الخطر

ثانيا : تفسير الدراسة على ضوء التساؤلات

التساؤل الأول : ماهي دوافع إقبال مستخدمي الفايسبوك على صفحات التوعية الصحية؟

امتلاك أفراد العينة لحسابات الفايسبوك نظرا لتوفر الوسيلة التي يفتح بها و قد ساهم في زيادة عدد الساعات التي يقضيها المستخدمين لأكثر من ثلاث ساعات في ليوم ،إن معظم أفراد العينة يستخدمون موقع الفايسبوك لأكثر من ثلاث سنوات ، حيث أن معظم متصفحى موقع الفايسبوك يفضلون المضامين الاجتماعية و الثقافية على عكس المضامين الصحية ، أما مع فترة الكورونا سمحت للمتصفح أن يدخل عالم الصحة من أبوابه الواسعة و التعرف بما ينفع صحته و جعلته يسعى للتوعية الصحية .

التساؤل الثاني : هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي في ظل جائحة كورونا ؟

سمحت مواقع التواصل الاجتماعي بتوفير كل ما يحتاجه المتصفح خاصة في فترة أزمة الكورونا و الحجر الصحي ، و جعله يكتسب المعلومات في شتى المجالات ، لكن ما قد اخذ اهتمامه أكثر هي المضامين الإرشادية للوقاية من فيروس كورونا فقد سعى المتصفح إلى اكتساب الوعي الصحي عندما أحس بخطورة الوضع في العالم ، و قد ساهم الفايسبوك بشكل كبير في نشر هذا الوعي مما أدى إلى اعتماد المتصفح عليه أكثر من وسائل الإعلام التي نعرفها

التساؤل الثالث : كيف ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي الناس في تحسين سلوكهم و تحقيق الإشباعات اللازمة بما يحفظ صحتهم ؟

ساهم الفايسبوك بإعطاء المتصفح المعلومات الكاملة في شتى المجالات ، و حاول أن يشمل كل الجوانب لتحقيق متطلبات مستخدميه ، بتوفير المواضيع التي تهمة و إضافة بعض المميزات كإبداء الرأي حول كل ما ينشر و المشاركة فيه ، و مع كل تطور في العالم زادت حاجات المستخدم كالوضع الراهن أخذت المواضيع الصحية حجم أكبر في الفايسبوك على غرار المواضيع الأخرى ، فجائحة الكورونا صارت حديث الساعة و جعلت المتصفح يسعى دائما لإكساب الوعي الصحي في ضل هذه الجائحة و تحقيق الإشباعات اللازمة له ، و محاولة اكتسابه للسلوك الصحي

الاستنتاج العام :

كل ما توفرت الموضوعات الهامة زادت ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات ، لا يمكن تحديد الفترة الزمنية بتدقيق لمدى استخدام هذه المواقع خاصة مع الحجر الصحي الذي ساهم في ذلك، حيث أن أفراد العينة من مستخدميها يفضلون المواضيع الاجتماعية على الصحية ، أما فترة الكورونا جعلت المتصفح يدخل في دوامة بحث و تثقيف صحي ، و قد اعتمد على الصفحات الخاصة بفيروس كورونا و جعلها مصدرا موثوقا للمعلومات الصحية و الأخبار اليومية في ما يخص كل ما هو جديد في ضل الجائحة و فضلها على الصفحات الخاصة بالقنوات الفضائية التي تعتبر من الإعلام القديم مما قد نسمي هذه الظاهرة ب الإعلام البديل أو الجديد الذي يمكننا أن نعتبره مكمل للإعلام القديم ، و قد ساهم المستخدم بشكل كبير في إنجاح نشر الوعي الصحي عبر صفحات الفايسبوك حيث كان يقوم بكل الدعائم لإيصال المعلومات الصحية لكل متصفح و قد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي بشكل كبير لمستخدميها مما قد أدى لزيادة قوتها و جعلها مصدرا هاما لنشر كل ما هو جديد.

الخاتمة

الخاتمة

في ختام موضوعنا عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي في ظل جائحة كورونا نستطيع أن نقول ، أنه مع ازدياد الحاجة الماسة في العصر الحديث للتوعية الصحية ، و الرغبة الملحة في إيجاد سبل لعلاج الأمراض المزمنة المتفاقمة ، و التي أصبحت الشغل الشاغل للعام و الخاص ، و طرق الوقاية منها ، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي هدف كافة أفراد المجتمع و خاصة منهم أصحاب الدراسات العليا في الآونة الأخيرة ، للإطلاع على آخر المستجدات عالميا و محليا و ما يحدث من حالات مرضية و قضايا صحية ، من شأنها أن تعمل على تعزيز التوعية الصحية ب البحث عن الطرق الوقائية للوقوف أمام تيار الفيروسات الجديدة و الخطيرة و التعرف على مواطن انتشارها و أسباب ظهورها و كيفية التعامل معها

و هذا يعني البحث عن الدور الذي لعبته مواقع التواصل في نشر كلما يتعلق ب المفاهيم الصحية السلمية في المجتمع الافتراضي ،تبين أنها سلاح يعتمد عليه في توعية المجتمع ب شتى الطرق التي تلبي حاجياته والتي تعرف الناس عامة بأخطار الأمراض ، لا سيما فيروس كورونا كوفيد 19 الذي أصبح يهدد الصحة البشرية و منه إرشادهم إلى وسائل الوقاية منه و هذا ما انفرد به موقع الفايسبوك في صفحاته الخاصة بأخبار الفيروس و إرشادات الوقاية منه التي لاقت إقبالا كبيرا عبر المجتمع الافتراضي

وجبت هذه الخلاصة العودة إلى بعض الأفكار التي طفت على السطح مع انطلاق موجة الكورونا منها

لاعتقاد أن الفيروس أتى نتيجة تناول الخفاش بينما الدراسات أثبتت عكس ذلك ،أما الثانية ظاهرة تساقط الناس و الموت فور سقوطهم هذه الظاهرة أثارت رعب متصفحي مواقع التواصل مما أدت إلى إشعال الرغبة في معرفة أكثر عن هذا الفيروس و التطرق إلى الجوانب الصحية أكثر فأكثر

ليكون لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مخزون من المعلومات الصحية و اكتسابهم لعادات جديدة و صحية و إتباع السلوك السليم مع الكثير من القضايا الصحية التي كانت بعيدة كل البعد في السنوات القريبة على الشباب و من لا يعانون من الأمراض حيث كان الوعي الصحي مكتسبه من كان يعاني من الأمراض المزمنة أو من له اختصاص طبي خاصة في المجتمعات العربية .

قائمة

المصادر والمراجع

✓ الكتب :

1. إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر - وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث للنشر، الدوحة (قطر)، 1435هـ/2014 -
2. رجاء وحيد دويري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، دار الفكر، ط1، دمشق، 2000
3. د. محسن علي عطية، البحث العلمي في التربية (مناهجه، أدواته، وسائله الإحصائية)، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2009، الأردن،
4. إبراهيم مخلوف : العمل الاجتماعي في مجال الرعاية الطبية اتجاهات نظرية، دار المعرفة الجامعية اسكندرية . 1991.
5. أحمد أبو مسرة، لإعلام الطبي والصحي، دار الراجية للنشر والتوزيع، عمان، 32-2007، 33
6. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، ط2، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، 1993
7. أميرة منصور يوسف : المدخل الاجتماعي للمجالات الصحية الطبية و النفسية ، دار المعرفة الجامعية الأزاريطة ، اسكندرية ، "دط"، 1997
8. بهاء الدين سلامة : الصحة و التربية الصحية ، د.ط، دار الفكر العربي ، القاهرة ، مصر ، 2001
9. توفيق، التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د ب، 2015
10. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية و القيم - رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، 1436 هـ،
11. حسنين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي - أدوات و مصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر و فن للنشر والتوزيع، مدينة السادس من أكتوبر 92.ص، 2014
12. حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2011
13. حسين عبد الأمير، ضيدان خديجة: دور القنوات الإذاعة و التلفزيونية في نشر الوعي الصحي ، مجلة المستنصرية للدراسات العربية و الدولية ، العدد 40، بغداد ، العراق ،
14. حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر، التوزيع، الأردن-عمان، 2015
15. حمد بن عبد الله القميري، تقنيات التعليم و مهارات الاتصال، ط2 ، دار روابط والشقري للنشر، د ب، 2012

16. د. محمد سرحان، مناهج البحث العلمي، الطبعة الثالثة 2019 الجمهورية اليمنية دار الصنعاء دار الكتب
17. ديفلير ملفين، روكيتش ساندر، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993
18. الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1436هـ، 2015
19. رحمة بن سليمان وآخرون، العنف و السياسة في المجتمعات العربية المعاصرة - ثنائية الثقافية و الخطاب، ج 2، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت - لبنان، 2017
20. زاهر راضي ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003
21. سعود البشر، محمود (1997) مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض: مكتبة العبيكان للنشر
22. سلام محمد توفيق، التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د ب، 2015 ص 20
23. سلامة بهاء الدين، الصحة والتربية الصحية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001، 02
24. عبد الرحمان العيسوي : الغسلا مي و العلاج النفسي ، دار الفكر العربي، اسكندرية، "د،ت"
25. عبد الرزاق الدليمي: قضايا إعلامية معاصرة ، دط، دار الميسرة للطباعة و النشر و التوزيع ، عمان، الأردن، 2012
26. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010
27. عبد العزيز : مقدمة في علم نفس الصحة ، ط1، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن ، 2010،
28. عبد الله ، علي محمد، شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، د ب، 2012
29. علي بن حسن الأحمدى : مستوى الوعي الصحي لدى التلاميذ و علاقته باتجاهاتهم الصحية ، رسالة ماجستير ، قسم المناهج و طرق التدريس ، جامعة ام القرى ، الرياض ن المملكة العربية السعودية، 2003
30. فضيل دليو : الاتصال : مفاهيمه-نظرياته-وسائله، ط5 ، دار الفجر، القاهرة - مصر، 3002 م، ص2

31. مالك بن نبي : الفكرة افرو أسبوية ، عبد الصبور شهين ، دط، دار الفكر ، دمشق ، سوريا ، 1981
32. محمد الجوهري و آخرون : علم الاجتماع و دراسة الإعلام و الاتصال ، دار المعرفة ، الجامعية ، الإسكندرية ، 1992
33. محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية- مصر ، 2015
34. محي الدين مختار ، محاضرات في علم النفس الاجتماعي ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1981،
35. مدفوني جمال الدين ، عبان سيف الدين : أثر وسائل الإعلام على دور التربوي للأسر الجزائرية في ظل التغيير الاجتماعي ، مجلة الرسالة للدراسات و الحوث الإنسانية ، العدد 09، جامعة تبسة ، الجزائر 2018
36. المشابقة عبد الرحمان بسام ، 2012، الإعلام الصحي، ط1 ، عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع
37. مصطفى القمش و اخرون مبادئ الصحة العامة دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع عمان دت، 2000
38. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان، 2012
39. نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية ، 2015
- ✓ الرسائل و المجلات:
40. ترنيم زهدي يوسف خاطر، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 1432هـ-2015م
41. زغود بلقاسم، سعدي وحيدة، "الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب"، مجلة الأفق للعلوم، العدد الثامن، ج 1، جامعة الجلفة جوان 2017.
42. زغودي منصور، مخطاري سعاد، مذكرة تخرج تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على التوجهات السياسية للطلبة الاجتماعيين
43. عيسى الشماس، فاتن عجيب، "التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي و علاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد 37 ، العدد 2، 2015
44. ماطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات ، جامعة الشرق الأوسط، مذكرة ماجستير في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، 2018

45. ماني جمال مجاهد، "الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبة متطورة" ، دراسة المعلومات ، جامعة المنوفية، العدد الثامن، مايو
46. مجتمع البحث و عينته كلية التربية الاساسية ،لقسم قسم العلوم، المرحلة 3 أستاذالمادة مهدي محمد جواد محمد ابو عال 23/10/2018
47. مدفوني جمال الدين ، عبان سيف الدين : أثر وسائل الإعلام على دور التربوي للأسر الجزائرية في ظل التغيير الاجتماعي ، مجلة الرسالة للدراسات و الحوث الإنسانية ، العدد 09، جامعة تبسة ، الجزائر 2018
48. هامل عبد النور، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب ،ط/د، ر :مجلة العلوم القانونية والاجتماعية جامعة زيان عشور، الجلفةالعدد الثاني عشر 2018،
✓الدوريات:
49. عمر بن عيشوش ، حسان بوسرسوب دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19 دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجاً ،) ،
50. مدفوني جمال الدين ،التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لاستخدامات المراهقات لموقع يوتيوب وانعكاساته على الوعي الصحي 1طالب دكتوراه كلية علوم الاعلام والاتصال/جامعة الجزائر3
djimyhome@hotmail.com ، مجلد:42 عدد: 15 السنة: 42
51. هامل عبد النور دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب ط/در جامعة أحمد بن بلة 1 – وهران
✓ المصادر الأجنبية :
52. « Facebook redouble de nouveautés pour vous espionner... et ça fait peur » , Marianne, 21 janvier 2018 , consulté le23 janvier 2018).
53. Margaret Rouse, "YouTube" ،searchcio.techtarget.com, Retrieved 19-7-2020. Edited.
54. What is Twitter, a Social Network or a News Media?
Haewoon Kwak, Changhyun Lee, Hosung Park, and Sue Moon
Department of Computer Science, KAIST 335
Gwahangno, Yuseong-gu, Daejeon, Korea
55. Les avantages et inconvénients d'Instagram 26 octobre 2020

✓ المواقع الإلكترونية:

56. آمال عساسي، أثنوغرافيا مستخدمى الفيس بوك فى المجتمع الجزائري،
نقلا عن أنكولير و لاري ماجد، دليل أولياء الأمور لاستخدام 19:20 .،-2018
11-22 بتاريخ عليها الاطلاع تم : Connectsafely.org الموقع على ،
2012

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي - الأغواط
كلية العلوم الإنسانية و الإسلامية و الحضارة
قسم علوم الإعلام و الاتصال

استمارة استبيان بعنوان :

نور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي في

في إطار القيام بدراسة علمية لنيل شهادة الماستر في الإعلام و لاتصال نرجو منكم مساعدتنا في إتمام هذا العمل العلمي عن طريق الإجابة الواضحة و الصادقة عن الاستبيان كما نحيطكم علما بان هذه المعلومات تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. ملاحظة هامة : نرجو منكم الإجابة بوضع علامة X أمام الإجابة المناسبة شاكرين لكم حسن تعاونكم و تفضلوا بقبول فائق الاحترام و التقدير

تحت إشراف الأستاذ:

معيزة سليم

من إعداد الطلبة:

مصطفى دلال

مشرابي أمينة

السنة الجامعية 2020-2021

المحور الأول : المعلومات الشخصية :

السن : أقل من 25 سنة ، من 25 إلى 40 سن أكثر من 40 سنة ،

الجنس : ذكر ، أنثى

المستوى الدراسي : ابتدائي ، متوسط ، انوي، جامعي

مكان الإقامة : شرق الجزائر ب الجزائر وسط الجزائر غرب الجزائر

لحالة الإجتماعية : أعزب متزوج مطلق أرمل

المحور الثاني : عادات و أنماط استخدام موقع الفايسبوك

هل تستخدم موقع الفايسبوك : نعم أحيانا نادرا

منذ متى و أنت تتصفح موقع الفايسبوك ؟: سنة سنتين
ثلاث سنوات أكثر من ثلاث سنوات

كم ساعة في اليوم تتصفح موقع الفايسبوك؟ : ساعة ساعتين

ثلاث ساعات أكثر من ثلاث ساعات

ماهي أكثر المضامين التي تهتم بها في موقع الفايسبوك؟ : الثقافية ،
الإجتماعية الصحية السياسية أخرى

المحور الثالث : إقبال مستخدمي الفايسبوك على مضامين الوعي الصحي

هل سبق و إن اطلعت على مضمون خاص بالتوعية من فيروس كورونا على الفايسبوك؟
نعم ، لا ، ربما ،

هذه المضامين انت عبارة عن :

فيديوهات صور منشور مكتوب

كان يتضمن :

إرشادات للوقاية من الفيروس
توعية صحية عن مخاطر الفيروس
عدد الإصابات و الوفيات الناتجة عن فيروس كورونا
معانات المصابين لهذا الفيروس

من كان صاحب المنشور ؟

- مواطن عادي
 صفحة خاصة بفيروس كورونا و التوعية الصحية
 صفحة خاصة بقناة فضائية
 صفحة خاصة بولايتي
 صفحة طبيب

هل أعجبتك طريقة نشر لمضامين التوعية الصحية في ظل الجائحة ؟ :

- نعم ، لا ، نوعا ما

كيف تتعامل مع هذه المنشورات ؟ :

- تكتفي ب المشاهدة
 تتفاعل معها
 تقوم بإعادة نشرها

كيف كانت ردود أفعال مستخدمي الفايسبوك لهذه المضامين ؟ :

- استحسان و تشجيع لهذا النوع من المنشورات
 عدم المبالاة بها
 عدم تصديق هذه المنشورات
 غير ذلك

المحور الرابع : مظاهر مساهمة الفايسبوك لتقليل من انتشار فيروس كورونا و نشر الوعي الصحي

هل ترى أن الفايسبوك ساهم في نشر الوعي الصحي ؟ :

- نعم ، لا ، نوعا ما

إذا كانت إجابتك بنعم كيف ذلك؟ :

- بنشر فيديوهات للآثار المترتبة عن فيروس كورونا ،
 نشر منشورات عبر صفحات خاصة للتوعية الصحة
،نشر حملات تحسيسية للوقاية من فيروس كورونا
،نشر عدد الإصابات و الوفيات المترتبة عن فيروس كورونا

ما هو الدافع الذي جعلك تتصفح منشورات التوعية الصحية في ظل جائحة كورونا؟ :

خطورة الفيروس و انتشاره

بحث عن معلومات حول الوقاية من الفيروس

من باب الفضول

دافع آخر

هل حققت لك هذه المنشورات الإشباعات اللازمة في مجال الوعي الصحي ؟ : نعم

لا نوعا ما

ان كانت الإجابة بنعم كيف ذلك؟ :

تزودني بالثقافة و التوعية الصحية حول الفيروس

تكسبني التربية و السلوك الصحيين

إشباع الفضول و الحصول على المعلومات

تعزز قدراتي على النقاش مع الآخرين حول مواضيع التوعية في ظل الجائحة

تكوين علاقات مع من لهم نفس الاهتمام

هل توجد اقتراحات لتفعيل دور موقع الفايسوك في نشر الوعي الصحي؟ :

نعم ، لا

ان كان الجواب بنعم كيف ذلك؟

.....