

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة العربي التبسي - تبسة  
Larbi Tebessi University - Tébessa

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
Faculty of Humanities and Social Sciences



قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال تظلمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

مصادقية المعلومات الصحية عبر

مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ا mastre LMD

إشراف الأستاذ

• د/ عبد الحى عبيد اللطيف

من إعداد الطلبة

• بوخاري ربيسا

• يغوش محمد الهاني

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د/ بوزيان عبد لغني	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
د/ عبد الحى عبيد اللطيف	أستاذ مساعد - أ -	مشرقا ومقررا
د/ بلغيث محمد الطيب	أستاذ محاضر - أ -	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية 2021 / 2022

اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ

# الشكر والتقدير

نشكر الله عز وجل ونحمده حمدا كثيرا  
الذي هدانا بعونه لإتمام هذا العمل.  
ونتقدم بالشكر الكبير إلى كل من ساهم  
من أجل إنجازه وإتمامه  
ويسرنا أن نتوجه بخالص الشكر وعظيم الامتنان  
وكل التقدير والعرفان إلى أساتذتنا الكرام  
الذين أعانونا وأمدونا بالعزم والتصميم والمثابرة  
ونخص بالذكر الأستاذ المشرف " عبد الحي عبد اللطيف"  
الذي شرفنا بقبوله الإشراف على هذه المذكرة  
ودعمنا بتوجيهاته لإتمام هذا العمل المتواضع  
الذي نرجو أن يكون إسهاما جديدا  
في ميادين العلم والمعرفة.  
فجزاهم الله عنا خير الجزاء

---

---

# فهرس المحتويات

---

---

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	شكر وتقدير
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ - ب	مقدمة
23 - 04	الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي
04	أولاً: إشكالية الدراسة
04	1. تحديد المشكلة
05	2. أسباب اختيار الموضوع
06	3. أهمية الدراسة
06	4. أهداف الدراسة
06	5. تحديد مفاهيم الدراسة
09	6. الدراسات السابقة
15	ثانياً: الإطار النظري للدراسة
16	1. نظرية البنائية الوظيفية
17	2. نظرية الاستخدامات والأشباع
18	3. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
20	ثالثاً: الإطار المنهجي للدراسة
21	1. مجالات الدراسة
22	2. مجتمع البحث وعينة الدراسة

23	3. منهج الدراسة
23	4. أدوات جمع البيانات
40 - 26	الفصل الثاني: مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي
26	تمهيد
27	1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها
29	2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
30	3. وظائف مواقع التواصل الاجتماعي
31	4. أهم مواقع التواصل الاجتماعي
36	5. إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
39	6. الصعوبات والتحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي
40	خلاصة الفصل
49 - 42	الفصل الثالث: ماهية المعلومات الصحية
42	تمهيد
43	1. المعلومات الصحية
44	2. خصائص المعلومات الصحية
45	3. أهمية المعلومات الصحية
46	4. أهداف المعلومات الصحية
46	5. شروط اعتماد المعلومات الصحية
47	6. مصادر المعلومات الصحية
47	7. معوقات المعلومات الصحية
49	خلاصة الفصل

86 - 51	الفصل الرابع: تحليل البيانات الميدانية
51	تمهيد
52	1. عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية
81	2. النتائج الميدانية للدراسة
83	3. نتائج الدراسة في ظل الإجابة عن التساؤلات المطروحة
84	الاقتراحات والتوصيات
85	خلاصة الفصل
87	خاتمة
89	قائمة المصادر والمراجع
95	قائمة الملاحق
100	ملخص الدراسة

---

---

# فهرس الجداول

---

---

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	52
02	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	52
03	توزيع أفراد العينة حسب التخصص الدراسي	53
04	توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	54
05	توزيع أفراد العينة حسب الاسم الشخصي لمواقع التواصل الاجتماعي	55
06	توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	56
07	توزيع المبحوثين حسب نوع الصفحات التي يتم متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	57
08	توزيع المبحوثين حسب درجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي	58
09	توزيع المبحوثين حسب أهم المواقع المتابعة	59
10	توزيع المبحوثين حسب إمكانية التعرض للمعلومات الصحية عبر الفايسبوك	60
11	توزيع أفراد العينة حسب مميزات الفايسبوك للحصول على المعلومات	61
12	توزيع أفراد العينة حسب اللجوء إلى الفايسبوك كوسيلة حصرية للحصول على إجراءات وقائية	62
13	توزيع أفراد العينة حسب متابعة الصفحات والمجموعات المختصة بالمعلومات الصحية فقط	63
14	توزيع أفراد العينة حسب التعرض للفايسبوك باعتبار أنه من المواقع التي تقوم بنشر المعلومات الصحية	64
15	توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل متابعة الأخبار الصحية عبر الفايسبوك	65
16	توزيع أفراد العينة حسب خلفية ملائمة المعلومات الصحية المقدمة عبر الفايسبوك لاتخاذ القرارات الصحية.	66

17	توزيع أفراد العينة حسب اللجوء للفايسبوك كمصدر للمعلومات لأنه يستقي الأخبار من جهة رسمية	67
18	توزيع أفراد العينة حسب توفير الفايسبوك للمعلومات الصحية المهمة والمعتمد عليها	68
19	توزيع أفراد العينة حسب اللجوء للفايسبوك كمصدر للمعلومات كونه يعتمد على مصادر متعددة	69
20	توزيع أفراد العينة حسب متابعة المنشورات المدعمة بالإحصاء والأدلة العلمية	70

## فهرس الجداول

71	توزيع أفراد العينة حسب زيادة المنفعة والمصداقية بتكرار المنشورات الصحية	21
72	توزيع أفراد العينة حسب ارتباط كثرة مشاركة المنشورات بمقومات مصداقية هذه المواقع	22
73	توزيع أفراد العينة حسب دور مقاطع الفيديو المباشرة للأطباء والخبراء المختصين في مصداقية الأخبار عبر الفايسبوك	23
74	توزيع أفراد العينة حسب علاقة تكرار المنشورات وكثرة التعليقات والتفاعل بمصداقية المعلومات	24
75	توزيع أفراد العينة حسب سبب اللجوء التلقائي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات	25
76	توزيع أفراد العينة حسب تنوع الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإلغائها لمصداقية الوسائل التقليدية	26
77	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة سمة التفاعل والمشاركة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحديد الفروقات بين مصداقية الخبر أو تكذيبه	27
78	توزيع أفراد العينة حسب عدم خضوع المعلومات المتداولة إلى ضوابط ومعايير الجودة والمصداقية المطلوبة	28
79	توزيع أفراد العينة حسب رؤية أن المعلومات الصحية والتوصيات المقدمة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي موضوعية وعادلة وبعيدة عن التحيز	29
80	توزيع أفراد العينة حسب ارتباط ثقتهم بالمعلومات الصحية عبر الفايسبوك	30

---

---

# فهرس الأشكال

---

---

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
52	نسبة توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
53	نسبة توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
54	نسبة توزيع أفراد العينة حسب التخصص الدراسي	03
55	نسبة توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	04
55	نسبة توزيع أفراد العينة حسب الاسم الشخصي لمواقع التواصل الاجتماعي	05
56	نسبة توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	06
57	نسبة توزيع المبحوثين حسب نوع الصفحات التي يتم متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	07
58	نسبة توزيع المبحوثين حسب درجة متابعة مواقع للتواصل الاجتماعي	08
59	نسبة توزيع المبحوثين حسب أهم المواقع المتابعة	09
60	نسبة توزيع المبحوثين حسب إمكانية التعرض للمعلومات الصحية عبر الفايسبوك	10
61	نسبة توزيع أفراد العينة حسب مميزات الفايسبوك للحصول على المعلومات	11
62	نسبة توزيع أفراد العينة حسب اللجوء إلى الفايسبوك كوسيلة حصرية للحصول على إجراءات وقائية	12
63	نسبة توزيع أفراد العينة حسب متابعة الصفحات والمجموعات المختصة بالمعلومات الصحية فقط	13
64	نسبة توزيع أفراد العينة حسب التعرض للفايسبوك باعتبار أنه من المواقع التي تقوم بنشر المعلومات الصحية	14
65	نسبة توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل متابعة الأخبار الصحية عبر الفايسبوك	15
66	نسبة توزيع أفراد العينة حسب خلفية ملائمة المعلومات الصحية المقدمة عبر الفايسبوك لاتخاذ القرارات الصحية	16
67	نسبة توزيع أفراد العينة حسب اللجوء للفايسبوك كمصدر للمعلومات لأنه يستقي الأخبار من جهة رسمية	17

68	نسبة توزيع أفراد العينة حسب توفير الفايسبوك للمعلومات الصحية المهمة والمعتمد عليها	18
69	نسبة توزيع أفراد العينة حسب اللجوء للفايسبوك كمصدر للمعلومات كونه يعتمد على مصادر متعددة	19
70	نسبة توزيع أفراد العينة حسب متابعة المنشورات المدعمة بالإحصاء والأدلة العلمية	20
71	نسبة توزيع أفراد العينة حسب زيادة المنفعة والمصداقية بتكرار المنشورات الصحية	21
72	نسبة توزيع أفراد العينة حسب ارتباط كثرة مشاركة المنشورات بمقومات مصداقية هذه المواقع	22
73	نسبة توزيع أفراد العينة حسب دور مقاطع الفيديو المباشرة للأطباء والخبراء المختصين في مصداقية الأخبار عبر الفايسبوك	23
74	نسبة توزيع أفراد العينة حسب علاقة تكرار المنشورات وكثرة التعليقات والتفاعل بمصداقية المعلومات	24
75	نسبة توزيع أفراد العينة حسب سبب اللجوء التلقائي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات	25
76	نسبة توزيع أفراد العينة حسب تنوع الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإلغائها لمصداقية الوسائل التقليدية	26
77	نسبة توزيع أفراد العينة حسب مساهمة سمة التفاعل والمشاركة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحديد الفروقات بين مصداقية الخير أو تكذيبه	27
78	نسبة توزيع أفراد العينة حسب عدم خضوع المعلومات المتداولة إلى ضوابط ومعايير الجودة والمصداقية المطلوبة	28
79	نسبة توزيع أفراد العينة حسب رؤية أن المعلومات الصحية والتوصيات المقدمة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي موضوعية وعادلة وبعيدة عن التحيز	29
80	نسبة توزيع أفراد العينة حسب ارتباط ثقتهم بالمعلومات الصحية عبر الفايسبوك	30

---

---

مقدمة

---

---

على مدى عصور طويلة مضت، كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحف ومجلات وإذاعة وتلفزيون هي محور الوسائل الاتصالية والإعلامية المجتمعية، التي يتم استخدامها للوصول إلى الجماهير وإيصال الرسائل المختلفة إليهم سواء كانت تلك الرسائل تحمل طابعا سياسيا أو اجتماعيا أو تجاريا أو غير ذلك.

وبالرغم من أهمية الدور الذي كانت تقوم به تلك الوسائل، إلا أن وسائل الإعلام الجديد أعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة. فكما هو متعارف عليه أن هذه التطورات التكنولوجية الحديثة أحدثت ثورة حقيقية في عالم الاتصال والتواصل الاجتماعي، ولا سيما بعد انتشار شبكة الإنترنت التي ربطت أجزاء هذا العالم المترامية، وفسحت المجال واسعا أمام الأفراد والمجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار. وتعزز ذلك مع ظهور المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، التي أبدعت نوعا جديدا من التواصل الاجتماعي، في الشكل والمضمون بما تحمله من خصائص كعالمية الانتشار وسرعة الوصول والتفاعل وقلة التكلفة. فظهرت شبكات التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب وغيرها، والتي سهلت لنا التواصل فيما بيننا، فقربت البعيد وقصرت المسافات فأصبحت بذلك من لوازم الحياة، يتقنها الكبير والصغير، الغني والفقير حتى باتت للإنسان جليسا وأنيسا. وتوسعت خدماتها بسرعة كبيرة ومنحت متصفحها ومستخدميها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في شتى مجالات الحياة من تعليم وثقافة وصحة وتنمية وغيرها، كونها تشكل مصدرا قويا للأخبار والمعلومات، ومن ثم فقد أصبحت منافسا شرسا لمصادر الأخبار والمعلومات الرسمية التقليدية التي كان يعتمد عليها عادة لاستسقاء المعلومات والأخبار، وتجاوزت بذلك كل الحواجز الزمنية والمكانية والرقابية على المعلومات.

ومع تطور التكنولوجيا وظهور العديد من الأمراض والأوبئة تطورت أيضا حاجات الأطباء، وحاجات المرضى والمجتمع ككل للمعلومات والتوصيات والمستجدات في المجال الصحي، فلم تعد خدمات المعلومات الصحية تقتصر على الكتب والمجلات بل تطورت لتشمل الشبكة العنكبوتية وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص لانتشار استخدامها وتدفق المعلومات والأخبار والأحداث فيها بشكل تراكمي كبير وفور وقوعها في أرجاء المعمورة فقد حررت قيود المكان والزمان، وغيرت طريقة كل واحد يعتمد على المعرفة والمعلومات، وأتاحت الفرصة للجميع في نقل معارفهم وتجاربهم على اختلاف مستوياتهم لتفرض نفسها بقوة منافسا لمصادر المعلومات الصحية التقليدية.

مما سبق وانطلاقا من الأهمية التي يحظى بها الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة واستخدامه في نشر المعلومات والتوعية الصحية، بدأت تثار تساؤلات عدة حول مصداقية هذه المعلومات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي ضوء ذلك كله، وفي ظل الدور الكبير والمتنامي لمواقع التواصل الاجتماعي، وفي ظل الحاجة الماسة للخبر والمعلومة الصحية ذات المصداقية والدقة خاصة مع انتشار العديد من الأمراض والأوبئة وعلى رأسها جائحة الكوفيد-19 وجدري القردة مؤخرا، جاءت هذه الدراسة للبحث حول مصداقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر المعلومات الصحية والتي هيكلت في ثلاث جوانب نلخص محتواها فيما يلي:

**أولا: الجانب المنهجي:** الذي يتضمن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، فضلا عن التطرق إلى الدراسات السابقة، إضافة إلى مفاهيم الدراسة التي تستدعي الشرح والتوضيح، وصولا إلى مجالات الدراسة، ومن ثم قمنا بتحديد مجتمع البحث وعينته، فعرض نوع الدراسة ومنهجها وأخيرا أدوات جمع البيانات.

**ثانيا: الجانب النظري:** الذي قسمناه إلى فصلين:

الفصل الأول تمحور حول عدة نقاط تخص مواقع التواصل الاجتماعي من حيث المفهوم والنشأة والخصائص، وأيضا الأهمية والوظائف مع تحديد أهم المواقع بالإضافة إلى التطرق للآثار الإيجابية والسلبية التي تخلفها.

أما الفصل الثاني فقد جرى فيه الحديث عن ماهية المعلومات الصحية من خلال تحديد مفهومها وذكر خصائصها وأهميتها وكذا أهدافها ثم شروط الاعتماد عليها ومصادرها إلى جانب التعرض للمعوقات التي تعترضها.

**ثالثا: الجانب التطبيقي:** أو الدراسة الميدانية وفيه تطرقنا إلى عرض البيانات الأولية للدراسة وتفرغها في جداول تكرارية ثم التعليق عليها لنصل في الأخير إلى استخلاص نتائج الدراسة التي أجبنا فيها على التساؤلات التي قمنا بطرحها في الإطار المنهجي.

## الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي

### أولاً: إشكالية الدراسة

1. تحديد المشكلة
2. الأسئلة الفرعية
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. الدراسات السابقة
7. تحديد مفاهيم الدراسة

### ثانياً: الإطار النظري للدراسة

1. النظرية البنائية الوظيفية
2. نظرية الاستخدامات والاشباعات
3. نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

### ثالثاً: الإطار المنهجي للدراسة

1. مجالات الدراسة
2. مجتمع البحث وعينة الدراسة
3. منهج الدراسة
4. أدوات جمع البيانات

## أولاً: إشكالية الدراسة

### 1. تحديد المشكلة

يدخل موضوع دراستنا مصداقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ضمن عدة تخصصات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ومن بينها علوم الإعلام والاتصال، حيث أصبحت هذه الأخيرة تعنى بعدة ظواهر ووسائل اتصالية من بينها مواقع التواصل الاجتماعي فهذه المواقع التي أصبحت ظاهرة اجتماعية واتصالية، أحد أهم ملامح عصرنا الحالي والتي أفرزتها التكنولوجيا الحديثة.

لقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فكرة العالمية، وذلك من خلال تمكين الأفراد من الحصول على المعلومات والبيانات والأخبار، وألغت الحدود الجغرافية والسياسية، فتحول العالم إلى قرية صغيرة بحسب تعبير "مارشال ماكلوهان"<sup>1</sup>.

ولم تعد الوسائل التقليدية كالتلفزيون والجرائد والمجلات هي المصدر الوحيد للمعلومات، بل أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً بارزاً في عملية تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين، ولم يعد استعمال هذه المواقع مقتصرًا على الاستخدامات الفردية وإنما تجاوزت هذا المنطق الضيق فأصبحت تستخدم من طرف المؤسسات الاقتصادية والسياسية والاتصالية وحتى المؤسسات الصحية، كما أصبحت مصدراً لمعلومات مختلفة ذات أهمية وقيمة كبيرة حيث صار بالإمكان استثمار هاته المواقع باعتبارها ثروة في حد ذاتها نتيجة للقيمة الكبيرة التي أصبحت تحتلها في الحياة البشرية.

لكن كثرة المعلومات المتداولة أدى إلى طرح مشكلة المصداقية في الحصول عليها كون هذه المواقع غير خاضعة للمراقبة الإلكترونية عكس الوسائل التقليدية، وخاصة في الوقت الحالي مع ظهور وباء كورونا وتفشيه في أنحاء العالم. "وما أفة الأخبار إلا رواياتها" فجمهور وسائل التواصل الاجتماعي يتحمل جانباً كبيراً من المسؤولية فيما يجري الحديث عنه من جوانب سلبية أفرزها استخدام تلك الوسائل خلال الأزمة من نشر أخبار مفبركة ومضللة تصب في خانة الشائعات.

ومن خلال ما سبق يخطر في أذهاننا طرح للتساؤل التالي: ما مصداقية المعلومات الصحية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

تندرج تحت التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية أهمها:

- ماهي عادات وأنماط استخدام المبحوثين لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي مقومات مصداقية المعلومات الصحية؟
- ماهي مقومات مصداقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أهمية المعلومات الصحية؟

### 2. أسباب اختيار الموضوع

المعروف في الدراسات الأكاديمية أن لكل موضوع أسباب معينة تدفع الباحث لإثارة المشكلة والسعي لإيجاد حلول لها، وقد كان الدافع وراء اختيار هذه الدراسة أسباب موضوعية وأخرى ذاتية نذكرها فيما يلي:

<sup>1</sup> مارشال ماكلوهان (21 يوليو 1911 – 31 ديسمبر 1980) أستاذ وفيلسوف وكاتب كندي أحدثت نظرياته في وسائل الاتصال الجماهيري جدلاً كبيراً، فهو يرى أن أجهزة الاتصال الإلكترونية - خاصة التلفزيون - تسيطر على حياة الشعوب وتؤثر على أفكارهم ومؤسساتها.

### ✓ الأسباب الذاتية:

- بحكم التخصص الأكاديمي وباعتبار أننا جزء من المجتمع ونستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ونتلقى كل ما هو جديد من معلومات عبرها.
- ملاحظة ظاهرة الانتشار الواسع لمختلف هذه المواقع، وخاصة الفيسبوك والأنستغرام.

### ✓ الأسباب الموضوعية

- موضوع الدراسة الذي يتمثل في "مصادقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي" يدخل ضمن تخصصنا الأكاديمي.
- قابلية الموضوع للدراسة والنزول إلى الميدان بمعنى وجود عينة ومجتمع بحث ومصادر نظرية وأدبية تجعلنا نبلور فكرة أكثر حول موضوع الدراسة.
- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل وسيلة أساسية للتواصل والإخبار، فهي على غرار أنها منصة تواصل وبحث فهي أيضا منصة إعلامية، كما أصبحت في نفس الوقت أداة دعائية باعتبار أن المعلومة المتداولة عبرها تحمل الصدق والكذب.
- إن موضوع مواقع التواصل الاجتماعي أضحى ميدان ومجال اهتمام العديد من التخصصات العلمية من بينها العلوم السياسية والعلوم الاقتصادية والتجارية، وكذلك علوم الإعلام والاتصال فهو تقاطع لمجموعة من التخصصات.

### 3. أهمية الدراسة

- تنطلق أهمية دراستنا من كونها تتناول موضوعا حديثا ألا وهو مواقع التواصل الاجتماعي التي بدأت آثارها تظهر بسرعة، كما أنها أصبحت مصدرا رئيسيا لنقل ونشر المعلومات خصوصا المعلومات الصحية في ظل الجائحة التي مست أنحاء المعمورة مؤخرا.
- الكشف عن العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمع، فالمعلومات الكاذبة تمس حياة الأفراد والجماعات.
- التحول إلى عملية الحصول على المعلومات إلكترونيا أكثر من قبل وذلك بسبب انتشار الأجهزة الذكية والهواتف النقالة، وتنوع استخداماتها في كافة المجالات.

### 4. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة من خلال طرحها إلى التالي:

- التعرف على أهم المعلومات الصحية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- إبراز مقومات مصداقية المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- التأكيد على أهمية المعلومات الصحية.
- الكشف عن مقومات مصداقية المعلومات الصحية.

### 5. تحديد مفاهيم الدراسة

#### (1) مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع إلكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثات الفورية

والإلكترونية ومشاركتها مع الآخرين.<sup>1</sup>

وفي تعريف آخر هي: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع الأصدقاء.<sup>2</sup>

ومصطلح وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يتداعى كمصطلح اجتماعي لأنه أصلاً اجتماعي، وكوسائل للاتصال فذلك لأنها تنشر على الشبكة الإلكترونية، فهي ببساطة منبر للحوارات على الشبكة أكثر منها طرق تقليدية للتواصل فيما بيننا، وهكذا فهي تتيح لنا الدخول على العديد من الناس في حال وفرت لها شبكة الإنترنت مجالاً واسعاً.<sup>3</sup>

## (2) المعلومات:

هي البيانات المسجلة أو المدونة على شكل مكتوب أو شفهي أو على شكل أقراص مرنة أو على شكل إلكتروني، هذه المعلومات هي التي تمكننا من التعرف على الأحداث السياسية وتطور العلوم والتكنولوجيا، أو الاطلاع على آخر المستجدات، وكذلك النتائج المتعلقة بالأبحاث العلمية (دراسات، نظريات، قوانين..). ومتابعة تقدم المعرفة العلمية.<sup>4</sup>

هي البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو استعمال محدد لغرض اتخاذ القرارات، أي البيانات التي أصبح لها قيمة بعد تحليلها أو تفسيرها أو تجميعها في شكل ذي معنى والتي يمكن تداولها وتسجيلها ونشرها وتوزيعها في صورة رسمية أو غير رسمية، وفي أي شكل من الأشكال.<sup>5</sup>

## (3) البيانات

هي صفات وأرقام مشوشة وغير مرئية ومزدحمة بحيث لا يمكن استخراج أي حكمة أو قاعدة منها قبل أن يتم معالجتها. وهي المادة الخام التي يتم تجهيزها للحصول على معلومات أو لجمع مزيد من التفاصيل ولا تكون لها فائدة إلا في حال معالجتها وتحليلها.<sup>6</sup>

## (4) المعلومات الصحية

المعلومات الصحية هي عبارة عن حقائق وأفكار صحية تنتج عن تجميع البيانات الصحية والتي يتم جمعها واكتسابها من البحث والتعلم والاتصال والملاحظة.<sup>7</sup>

## (5) المصادقية

تعرف المصادقية بأنها المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر على أنه يعرف الجواب الصحيح كخبير والمدى الذي يتم فيه الحكم عليه بناء على أنه يتصل مع الآخرين بدون تحيز كموضع ثقة كواحدة من ثلاث

<sup>1</sup> عبد الأمير الفيصل: دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الإمارات، 2014، ص 64.

<sup>2</sup> صالح خليل الصقور: الإعلام والتشبيك الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 97.

<sup>3</sup> ليندا كولز: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، (تر: أحمد الغربي)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة – مصر، 2016، ص 13.

<sup>4</sup> أحمد محمد الشامي، سيد حسن الله: المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، دار المريخ للنشر، الرياض، 1988، ص 365.

<sup>5</sup> بزواية زهرة: مجتمع المعلومات والكفاءات الجديدة لدى أخصائي المعلومات – دراسة ميدانية، مذكرة لاستكمال شهادة الماجستير، جامعة وهران 1 – أحمد بن بلة، 2015، ص 16.

<sup>6</sup> هناء فراط، أسامة دحمون: توظيف البيانات الضخمة في الشركات التقنية وخصوصية المستخدم - دراسة تحليلية، مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 - قالمة، 2017/2016، ص 18.

<sup>7</sup> الشرجي نجيب: المعلومات الصحية والطبية في إقليم الشرق المتوسط، اللجنة الإقليمية لشرق المتوسط – منظمة الصحة العالمية المكتب الإقليمي لشرق المتوسط، الرياض، القاهرة، 2001، ص 52.

عوامل (المصدقية، الجاذبية، السلطة) تجعل المصدر/ المتصل مؤثرا في إقناع الجمهور حيث تؤدي مصداقية المصدر إلى تفاعلنا الداخلي مع الأفكار الجديدة وتؤدي جاذبية المصدر إلى التقمص وتؤدي القوة (السلطة/ النفوذ) إلى الإذعان.<sup>1</sup>

ويحدد الباحثون ميريل وبلاك وبريانت العوامل التي أدت إلى تناقص مصداقية وسائل الإعلام وهي كما يلي:

- عدم حساسية الصحفيين وغرورهم وسلوكهم السيء أحيانا.
- عدم الدقة وعدم الشمول في تغطيتهم للأحداث والممارسات المهنية السيئة.
- اعتماد الصحفيين بشكل مكثف على المصادر المجهولة، غير المحدد.
- عدم رضا الجمهور عن انتهاك وسائل الإعلام لحق المواطنين في الخصوصية.
- عدم حساسية وسائل الإعلام لآراء الجمهور وشكاواهم.
- إحساس الجمهور بأن الصحفيين أصبحوا جزءا من طبقة النخبة الليبرالية.<sup>2</sup>

## 6) الفرق بين المصدقية والموضوعية:

تشير الموضوعية إلى الالتزام بالموضوع، وتناوله بالبحث والدراسة بعيدا عن تطلعاتنا وتحيزاتنا وأرائنا المسبقة، وتعبير عن القدرة عن استبعاد المشاعر والعواطف عند تناول الوقائع وتفسيرها وعدم إصدار أحكام بشأنها.<sup>3</sup>

وتعرف على أنها "معالجة الظواهر باعتبارها أشياء لها وجود خارجي مستقل عن وجود الإنسان. والشئ الموضوعي هو ما تتساوى علاقته بمختلف الأفراد الملاحظين مهما اختلفت الزاوية التي يلاحظون منها، والباحث الذي يتحرى الموضوعية في الدراسة يتناول الظاهرة كما هي وفي صورتها الواقعية، الحياد التام وعدم التحيز".<sup>4</sup>

بينما المصدقية أوسع وأشمل فهي خاصة أن يكون الموضوع أو الشئ قابلا للتصديق وأهلا للثقة، وهي بمعنى التزام الكلمة بالصدق في التعبير عن الحقيقة، والاعتماد على مصادر موثوقة ودقيقة عند دراسة الموضوع، وتحري الدقة وتجنب الأخطاء والتوازن وعدم الانحياز والموضوعية فهي مؤشر تحدد مدى صدق المضمون من كذبه، ولضمان درجة أكبر من المصدقية فإنه يجب الاستناد إلى أسس موضوعية.

## 6. الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: ل. د. دينا أحمد عرابي ود. بسنت عبد المحسن العقابوي، مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب - دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 37، يناير 2012.

### إشكالية الدراسة

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى من حيث الأكثر زيارة تليها مواقع الأخبار ثم المدونات ثم بعض المواقع الأخرى وأخيرا مواقع الدردشة والتعارف. لذا تسعى الدراسة إلى قياس مدى مصداقية ما يعرض في مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار أو صور أو فيديوهات سواء من مصادر

<sup>1</sup> خليل أبو اصبح صالح: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط 5، دار المجدلوي للنشر والتوزيع عمان، 2006، ص 227.

<sup>2</sup> صالح سلمان: ثورة الاتصال وحرية الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 146.

<sup>3</sup> محمد حسن الهاللي، حسن ببي: معايير العلمية، ط 1، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء - المغرب، 2015، ص 48.

<sup>4</sup> حسني الجبالي: مناهج البحث في علم النفس: الأسس والمبادئ - المناهج والأدوات، ط 1، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة - مصر، 2011، ص 54.

إعلامية أو من مصادر فردية غير إخبارية لدى الشباب، من خلال رصد نمط المضمون الخبري الذين يتعرض له الشباب السعودي في المواقع الاجتماعية، ومدى اعتمادهم على ما يقدم فيها من أخبار في المجالات المختلفة والمقارنة بينها، كما تهتم بمعرفة مدى وعي الجمهور السعودي بمفهوم المصادقية للمضمون الخبري والعناصر المكونة له. وتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى مصادقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي؟

### تساؤلات الدراسة

- 1) ما أسباب تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري؟
- 2) ما مدى وعي الشباب بالعناصر المكونة لمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3) ما نوعية المواقع التي يفضل الشباب نشر أخبارهم بها؟
- 4) ما مدى مصادقية مواقع التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات؟
- 5) ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يتزايد الاعتماد عليها كمصدر إخباري؟
- 6) ما العوامل المؤثرة في وعي الشباب بمصادقية المضمون الخبري في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 7) ما توقعات الشباب لمستقبل المضمون الخبري على مواقع التواصل الاجتماعي؟

### الإجراءات المنهجية للدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة تعرض الجمهور السعودي للمضمون الخبري في المواقع الاجتماعية، ومدى وعي الجمهور السعودي المستخدم للمواقع الاجتماعية بمفهوم المصادقية والعناصر المكونة له، وتقييمهم لمدى مصادقية ما ينشر في هذه المواقع، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة وذلك بإجراء مسح لعينة عشوائية بلغ قوامها 200 مفردة من الشباب من الجنسين ممن تتراوح أعمارهم بين (18- 55) سنة من مدينة جدة السعودية، وكذلك استخدم المنهج المقارن وذلك من خلال إجراء مقارنات بين طبيعة ومستوى مصادقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي سواء على مستوى موقع تويتر أو اليوتيوب أو الفيسبوك أو الصحافة الإلكترونية، أو بين الرجال مقابل النساء. وقد تم استخدام أداة الاستقصاء بالمقابلة لتحقيق أهداف وتساؤلات الدراسة.

### نتائج الدراسة

- 1- يعد صدق المعلومة الخبرية أحد الأسباب الرئيسية في تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ويتضح من ذلك أن مصادقية المضامين الخبرية تحظى بأولويات الشباب كأساس لتزايد تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- لعبت سرعة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار دوراً مهماً في التأثير على أسباب تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر للأخبار.
- 3- تعد الأسباب الخاصة بالحصول على المعلومات من خلال تغطية الأحداث محلياً وعالمياً من موقعها وانفرادها أحياناً ببعض الأخبار أحد أولويات اعتماد الشباب على المواقع الاجتماعية.
- 4- جاء الدافع الخاص بتكنولوجيا الوسيلة نفسها بنسبة 20%، كأحد أسباب الاعتماد عليها.
- 5- انتشار اعتماد الشباب في الحصول على الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة بغض النظر عن النوع، بينما ارتفع عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي للشباب في المرحلة العمرية من 18 - 25 سنة عن المراحل الأخرى بين أفراد العينة.

### علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية

أوجه التشابه

- تشترك الدراسة السابقة مع الحالية في أن كلاتهما تناولتا موضوع مصداقية المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- كما خلصت الدراستان إلى نتيجة أن سرعة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار والمعلومات لعبت دورا مهما في التأثير على أسباب التعرض لهذه المواقع والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات.

#### أوجه الاختلاف

- سعت الدراسة السابقة إلى التركيز على قياس مدى مصداقية ما يعرض في مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار بينما ركزت دراستنا على مصداقية ما يعرض من معلومات صحية عبر هذه المواقع.
- اعتمدت الدراسة السابقة على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة بينما تم الاعتماد على أداة استمارة الاستبيان في هذه الدراسة.
- واختلفتا من حيث المنهج فالدراسة السابقة اعتمدت على منهج المسح بالعينة والمنهج المقارن بينما اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي.
- كما اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في كونها طبقت دراستها على فئة مختلفة من المبحوثين.

#### مجالات الاستفادة

- ساعدتنا الدراسة في تحديد مفاهيم دراستنا والوصول إلى بعض المراجع والمصادر.
- استفدنا من الدراسة في رسم مسار هذه الدراسة وذلك من خلال مساعدتنا في تحديد مشكلة البحث.
- التعزيز من بعض نتائج دراستنا.

**الدراسة الثانية:** لـ سمير كيم ووهيبة كواشي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين: دراسة تحليلية لبعض المجموعات الفيسبوكية / مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة1، المجلد 21 - العدد (02)، ديسمبر 2020. ص 719 – 736.

#### إشكالية الدراسة

مع انتشار وباء كورونا (covid 19) المستجد الذي يتطلب وعيا صحيا جماعيا من أجل الحد من انتشاره، ومع الظروف المرتبطة بالحجر الصحي الذي فرضته السلطات الجزائرية. بات من الضروري استغلال تواجد غالبية المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم معلومات صحية وتعزيز الثقافة الصحية من أجل الوقاية من وباء كورونا. وتهدف هذه الورقة البحثية إلى الكشف عن فعالية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز الوعي الصحي لدى الجزائريين، في ظل تنامي انتشار الأمراض الخطيرة، "كورونا" كنموذج وما يتطلبه من وعي صحي جماعي.

من أجل تحقيق هذا الهدف سيتم معالجة الإشكالية التالية: ما مدى فعالية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين؟

#### تساؤلات الدراسة

- (1) كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي؟
- (2) كيف تساهم المجموعات الفيسبوكية في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين؟

#### الإجراءات المنهجية للدراسة

من أجل معالجة إشكالية الدراسة ووضعها في مستوى التحليل تم الاعتماد على أداة تحليل المضمون،

عبر دراسة تحليلية لبعض المجموعات الفيسبوكية التي اهتمت بنشر معلومات صحية حول مرض كورونا المنتشر مؤخرا في الجزائر. تضمن هذا التحليل مستويين يخص فئات الشكل من حيث اللغة والهدف والطبيعة، وفئات المضمون من حيث الموضوع وأشكال التفاعل والأهداف.

### نتائج الدراسة

- 1- تساهم خاصيتي التفاعلية والمشاركة لمواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل عملية تنمية الوعي الصحي.
- 2- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي عبر تقديم المعلومة الصحية السليمة، عبر التحسيس بخطورة الأمراض والأوبئة، وعبر تقديم توجيهات تخص السلوك الصحي السليم لمستخدميها.
- 3- تنوع أساليب نشر المضامين الخاصة بالمجموعات الفيسبوكية للتوعية بمرض كورونا بين الصورة والفيديو والمنشور النصي يؤدي إلى فعاليتها في تنمية الوعي الصحي.
- 4- غياب مصادر رسمية للمعلومات المتضمنة في المجموعات الفيسبوكية المختارة للتوعية بمرض كورونا يحد من مصداقية المنشورات، وبالتالي محدودية فعالية التوعية بمرض كورونا.

### علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية

#### أوجه التشابه

- تشترك الدراسة السابقة مع الحالية في تركيزها على متغير وسائل التواصل الاجتماعي.
- كلتا الدراستين اهتمتا بالجانب الصحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- أكدت الدراسة نتيجة أن للمصادر الرسمية للمعلومات الصحية دور بارز في مصداقية المنشورات.

#### أوجه الاختلاف

- استخدمت الدراسة السابقة المعروضة أداة تحليل المضمون لبعض المجموعات الفيسبوكية التي تقدم معلومات صحية بينما هذه الدراسة ستعتمد على الاستبيان كأداة.
- كان الاختلاف في الأهداف فكل دراسة كان لها أهداف خاصة تختلف كلها عن الهدف المحدد في دراستنا المتمثل في مصداقية المعلومات الصحية مواقع التواصل الاجتماعي.

#### مجالات الاستفادة

- أظهرت الدراسة أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة لنشر المعلومات الصحية.
- ساعدتنا الدراسة في الوصول إلى بعض المراجع والمصادر.
- أفادتنا في بعض النقاط التي تتقاطع وتتشابه فيها الدراسة الحالية خصوصا في جانبها النظري.

الدراسة الثالثة: لـ علي عبدالحسين علوان العلكاوي، حدود مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي، التحديات والممكنات (الفيس بوك أنموذجا)/ مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد (51) أبريل 2020. ص 55 – 76.

### إشكالية الدراسة

فرض التطور الهائل في استخدامات تكنولوجيا المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي واقعا جديدا في عملية نقل الخبر، إذ لم تعد المعلومة حكرا على المؤسسات الإعلامية الرسمية أو الوكالات العالمية

بل أصبحت متاحة للجميع عبر ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من كم هائل من المعلومات والأخبار على صفحاتها التي يتداولها الملايين من المستخدمين في كافة بقاع الأرض وعلى مدار الساعة، وتظهر إشكالية البحث التي جسدها الباحث بالتساؤلات التالية:

- 1) ما عادات وأنماط استخدام الفيسبوك ؟
- 2) ما المعايير المهنية لحدود مصداقية مستخدمي الفيسبوك ؟
- 3) ما التحديات التي تواجه المستخدمين في تحقيق مصداقية الفيسبوك ؟
- 4) ما الممكنات التي تساعد مستخدمي الفيسبوك في تحقيق المصداقية ؟

### الإجراءات المنهجية للدراسة

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية إذ قام الباحث بوصف الحقائق باتباع المنهج العلمي وعرض الظاهرة أو الموضوع المعني بالبحث بأسلوب علمي دقيق، واعتمد على المنهج المسحي باعتباره من انساب المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية. وقد تمثل مجتمع البحث بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، واختار الباحث عينة من هذا المجتمع قوامها "82" بطريقة العينة العارضة. ولغرض الوصول إلى الحقائق التي يهدف البحث إلى معرفتها، فقد اعتمد الباحث على استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات حول موضوع البحث .

### نتائج الدراسة

- 1- بينت النتائج أن الفئة الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي هم من الذكور.
- 2- اتضح أن المرحلة الشبابية هي الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- أظهرت الدراسة اهتمام أصحاب الشهادات العليا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة ببقية الفئات الأخرى.
- 4- الصفحات الرسمية هي أكثر الصفحات التي تتمتع بالمصداقية كونها تابعة لجهات ومؤسسات حكومية وموثوق بها، فضلا عن كون هذه الصفحات لا تقوم إلا بنشر الأخبار والمعلومات الرسمية من جهات ومصادر معروفة من قبل المستخدم.
- 5- مصداقية جهة الحساب والسياسة الاتصالية للصفحة والفصل بين الخبر والرأي بحسب تسلسلها كانت أبرز العوامل المؤثرة والفعالة كي تتمتع صفحات "الفيسبوك" بالمصداقية من خلال ما يتم نشره على هذه الصفحات.
- 6- طبيعة السياسة الاتصالية هي أبرز وأكثر التحديات التي تشكل عائقا أمام تحقيق المصداقية في موقع الفيسبوك.

### علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية

#### أوجه التشابه

- اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا في تناولها لنفس المتغير والمتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي.
- اهتمت الدراستين بمصداقية المحتوى لمواقع التواصل الاجتماعي.
- الاعتماد على نفس الأداة والمتمثلة في استمارة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات.

#### أوجه الاختلاف

- هناك اختلاف في المنهج حيث أن الدراسة السابقة اعتمدت على المنهج المسحي بينما تم الاعتماد في هذه

- الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.
- أيضا اختلفنا في طريقة الحصول على العينات حيث اختار الباحث عينته بطريقة العينة العارضة بينما اخترنا العينة القصدية في دراستنا.

### مجال الاستفادة

- المساهمة في رسم مسار هذه الدراسة من خلال مساعدتنا في تحديد مشكلة البحث.
- ساعدتنا هذه الدراسة في تحديد الخلفية النظرية لدراستنا

### ثانياً: الإطار النظري للدراسة تمهيد:

تعد النظرية قالب فكري منظم يبدأ بمجموعة من التخيلات والتي تسمى بالفروض العلمية، حيث تقوم بربط مجموعة من التغيرات وتساعد الباحث على تفسير العلاقة بين هذه المتغيرات تفسيراً منهجياً، فالنظريات تكتسي أهمية كبيرة في البحث العلمي وتعد مرحلة ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها حيث تساعد الباحث على تنظيم الوقائع وبناء الفرضيات والوصول إلى النتائج.

وحتى لا تنطلق دراستنا من فراغ، نعتقد أنه من الأنسب أن نستند على نظريات محددة، باعتبار أن موضوعنا حول مصداقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فإننا رأينا أنه من الأنسب الاعتماد على نظرية البنائية الوظيفية، نظرية الاستخدامات والاشباع، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أمليين في الوصول إلى نتائج أكثر شمولاً وخدمة للموضوع.

## 1. نظرية البنائية الوظيفية

تعتبر البنائية الوظيفية من أبرز وأهم النظريات في علم الاجتماع، ويتم الاعتماد عليها بكثرة في دراسة مختلف وسائل الإعلام والآثار الناجمة عنها، سواء كانت إيجابية أم سلبية على الفرد أو المجتمع أو كليهما، إذ تشير البنائية الوظيفية إلى تحديد عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر والوظيفة تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكلي، وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي ويتحقق الثبات والاتزان من خلال توزيع الأدوار على العناصر في شكل متكامل وثابت<sup>1</sup>.

ومن أهم المبادئ التي تركز عليها البنائية الوظيفية:

- المجتمع أو الجماعة، أو المؤسسة يمكن تحليلها تحليلًا بنيويًا وظيفيًا إلى أجزاء وعناصر أولية.
- الوظائف التي تؤديها الجماعة أو المؤسسة أو يؤديها المجتمع، إنما تشبع حاجات الأفراد المنتمين أو حاجات المؤسسات الأخرى.
- وجود نظام قيمي، أو معياري تسيير البنى الهيكلية للمجتمع أو المؤسسة في مجاله، فالنظام القيمي هو الذي يقسم العمل على الأفراد، ويحدد واجبات كل فرد وحقوقه<sup>2</sup>.

ومن أهم القضايا التي اهتمت بها النظرية في الجانب الاتصالي:

- يجب دراسة وسائل الإعلام باعتبارها أنساق اجتماعية، والتي تتكون من بناءات ووظائف، وهي محددة.
- لوسائل الإعلام أهداف وظيفية محددة تقوم بها المؤسسة والتنظيمات والوسائل المختلفة.
- تحديد العلاقة المتبادلة بين وسائل ونظم الاتصال الجماهيري، وبين بقية النظم والأنساق الاجتماعية الأخرى.
- نوعية الأطر الثقافي والاجتماعي، الذي يجب أن يعكس وسائل الإعلام ونوعية المصالح ومحددات النسق الاجتماعي العام.
- استخدام الكثير من المفاهيم والمصطلحات التي تعكس الأطر السوسيولوجي العام لها مثل المتطلبات الوظيفية وتحقيق الأهداف<sup>3</sup>.

## استخدام النظرية في دراستنا:

تمثل البنائية الوظيفية إحدى المنظورات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل التغيرات الخاصة في المجتمع عامة، والمجتمع المحلي خاصة، والتي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي إحدى أهم وسائل الاتصال التي يتواصل الأفراد من خلالها، مع الآخرين على اعتبار أن وسائل التواصل نسق اجتماعي أو نظام اجتماعي ضروري في المجتمع وبهذا يمكن القول أن المنظور البنائي الوظيفي يساعدنا في دراسة الدور الذي يقوم به مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشر المعلومات الصحية.

## 2. نظرية الاستخدامات والشبكات:

أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الإعلامي على السلوك المرتبط بالوسائل إلى بداية متطورة جديدة للعلاقة بين الجماهير وهذه الوسائل فظهرت نظرية الاستخدامات والشبكات حيث يؤمن هذا المدخل أن للجماهير إرادة يستطيع من خلالها تحديد أي الوسائل يستخدم وأي محتوى يختاره، فيركز على الدوافع

<sup>1</sup> مي عبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2006، ص 175.

<sup>2</sup> أديب محمد خضور: علم الاجتماع الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 57.

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 6، الدار المصرية اللبنانية، لبنان، 2006، ص 129.

الخاصة ويفرض أنّ المحتوى الأكثر فعالية لوسائل الاتصال لا يستطيع التأثير على الشخص غير مستخدم الوسيلة، في الإطار الاجتماعي والنفسي الذي يعيش فيه، حيث يمثل قيم واتجاهات وأدوار الأفراد لهذه الوسيلة والمضمون والمقدم من خلالهما.<sup>1</sup>

### فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:

وضع كاتر وزملائه من علماء الاتصال خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والاشباعات المحققة التي يسعون إلى تحقيقها وراء هذا الاستخدام وهي:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.
- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم وإن وسائل الإعلام تنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.<sup>2</sup>

ومع ازدهار صناعة الإعلام اعتمد بعض العاملين في مجال الإعلام على هذه النظرية، لتبرير السياسة الإعلامية التي ينتهجونها، إنتاجا وممارسة، تقوم هذه النظرية على تفسير سلوك الجمهور، اتجاه وسائل الإعلام على أساس من استخدام الأفراد للوسائل، وما يحققه استخدامهم لها من إشباع نفسي وفكري.

بناء على هذه النظرية فإن اهتمامات أفراد الجمهور وعادات المشاهدة، عندهم والغرض الذي يعوضون أنفسهم لوسائل الإعلام من أجله هو الذي يحدد ما ينتج، أو يعرض في وسائل الإعلام، وأن المؤسسات الإعلامية ووسائل الإعلام لا تعتمد إنتاج وبت مواد إعلامية بعينها إنما فقط رغبة المشاهد وميوله الذي يطل على هذا النوع من البرامج ويستخدم وسائل الإعلام للحصول عليها، ليتحقق له الإشباع.<sup>3</sup>

### تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعات في الدراسة:

تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات من المداخل التي تساعدنا على معرفة أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك معرفة دوافع وإسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في نشرة الإشاعات، ولذلك تم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع لمعرفة الدوافع والمساهمات التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال معرفة إجابات المبحوثين.

### 3. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

من خلال اسم النظرية يتضح مفهومها وهو الاعتماد المتبادل لوسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر المعلومات المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها وبين "دي فلور" و"ساندرايول" أن المعلومات متاحة في كل الوسائل الإعلامية. تركز هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يأتي بمعزل عن التأثيرات التي يحدثها النظام الاجتماعي الذي نعيش فيه نحن ووسائل الاتصال والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال والطريقة التي نتفاعل بها مع تلك الوسائل فتتأثر بما نتلقاه من المجتمع، وهذا يشمل كل ما نتعلمه من وسائل الاتصال، كما تتأثر أيضا

<sup>1</sup> محمد الفاتح حمدي: استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، مذكرة ماجستير، جامعة باتنة، 2008 - 2009، ص 70.

<sup>2</sup> بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 146.

<sup>3</sup> منتصر حاتم حسين: إيديولوجيات الإعلام الإسلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 145-146.

بما يمكن أن يحدث في الوقت الذي نتعامل فيه مع تلك الوسائل<sup>1</sup>.

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام آثار قوية ومباشرة على المتلقين، وفي أحيان أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما.<sup>2</sup>

**فرضيات النظرية:** يوجد لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فرضيات عدة منها:

- يتراوح تأثير وسائل الاتصال بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة.
- يعد نظام وسائل الاتصال عاملاً مؤثراً في النسق الاجتماعي، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثير النظام الاجتماعي، الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.
- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الإعلام ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام.<sup>3</sup>

**تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في دراستنا :**

نرى أن هذه النظرية من خلال فرضيتها وتأثيراتها تتفق مع دراستنا، إذ تستطيع شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال ما تنشره من المعلومات الصحية والأخبار التأثير في اتجاهات الجمهور، وكذلك اعتماد الكثير من أفراد المجتمع على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية.

<sup>1</sup> إسماعيل محمود حسن: **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، دار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 278 .

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي ، ليلي حسن السيد: مرجع سابق، ص 313.

<sup>3</sup> كنعان علي: **نظريات الإتصال**، دار اليازوري، عمان، 2014، ص 128-129.

### ثالثاً: الإطار المنهجي للدراسة

#### تمهيد:

عند تصميم أي بحث علمي لابد من تحديد الإطار المنهجي للدراسة من قبل الباحث بشكل جيد ودقيق والذي يعد بمثابة خطة منظمة أو مجموعة من المعايير الواضحة والمعروفة لما ينبغي على الباحث القيام به وذلك من خلال تحديد مجالات الدراسة وتحديد مجتمعيها ومنهجها وأدوات جمع البيانات المعتمدة.

## 1. مجالات الدراسة 1.1. الإطار المكاني:

تم إجراء الدراسة الميدانية في ولاية تبسة، وتحديدًا بجامعة العربي التبسي على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، باعتبارها مكانًا لم يستثنى من جائحة كورونا كباقي الولايات، فأصبح المجتمع يهتم بما يتداول من معلومات صحية حول هذه الجائحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

## 1.2. الحدود الزمانية:

وتتمثل في الفترة الزمنية التي قمنا فيها بإجراء دراستنا وقد بدأت دراستنا من شهر ديسمبر 2021 إلى غاية شهر ماي 2022، وجاء تقسيم المجال الزمني وفقا لما استغرقت كل مرحلة من مراحل الدراسة كما يلي:

- **المرحلة الأولى:** تمثلت في الدراسة الاستطلاعية حيث انطلقت منذ الأيام الأولى للسنة الحالية بعد الموافقة على موضوع الدراسة من قبل اللجنة المختصة، وذلك من شهر ديسمبر 2021 واستمر البحث فيها إلى غاية أواخر شهر مارس 2022، فقد قمنا بصياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، والبحث على أهم المصادر والمراجع وكذا المقالات العلمية والأطروحات المتعلقة بموضوع بحثنا، بالإضافة إلى تحديد أسباب وأهمية الدراسة وأهدافها، وأيضا تحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة وقد استغرقتنا في إنجاز هذه العناصر حوالي الشهرين من بداية شهر جانفي 2022 إلى غاية بداية شهر مارس 2022، أما عناصر الإطار المنهجي والمتمثلة في نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع الدراسة وعينته، وأدوات جمع البيانات فقد استغرقتنا في ضبطها مدة شهر.
- **المرحلة الثانية:** وهذه المرحلة خصصت للجانب النظري الذي يتضمن فصلين الفصل الأول بعنوان مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي والفصل الثاني بعنوان ماهية المعلومات الصحية وقد استغرقتنا حوالي الشهر لإتمام هذا الجانب وهذا ابتداء من الأسبوع الأول من شهر أفريل 2022 إلى غاية الأسبوع الأخير من نفس الشهر.
- **المرحلة الثالثة:** وهذه المرحلة خاصة بالجانب الميداني، والتي قمنا فيها بالدراسة الميدانية على عينة من الطلبة من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والذي استغرقتنا في إنجازه من الفترة الممتدة من أواخر شهر أفريل حيث قمنا فيه بإعداد استمارة الاستبيان وتوزيعها على الطلبة إلى غاية الأسبوع الثاني من شهر ماي وصولا إلى تفرغ استمارة الاستبيان وعرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية وذلك كان في الأسبوع الثالث لنفس الشهر.
- **المرحلة الرابعة:** وهي المرحلة النهائية والتي استغرقت حوالي أسبوع من الأسبوع الأخير لشهر ماي، حيث خصصت للقيام بتصحيح الدراسة ومراجعتها وإتمامها في شكلها النهائي.

## 1.3. الحدود البشرية:

وهم طلبة جامعة العربي التبسي – تبسة، وتحديدًا طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية من كلا الجنسين وهم من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وعلى اطلاع بالمعلومات المتداولة عبرها.

## 2. مجتمع البحث وعينة الدراسة

يلجأ الباحث خلال إجراءه لدراسته إلى تحديد مجتمع البحث الذي يمثل الإطار الكلي للدراسة، ويعبر

مجتمع الدراسة عن مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة.<sup>1</sup>

ومجتمع البحث يعتبر مجموعة منتهية أو غير منتهية من عناصر محددة مسبقاً، لها خاصية مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي<sup>2</sup>، ومن هنا قمنا بتحديد مجتمع بحثنا بطريقة تسمح لنا بدراسة العينة المطلوبة، والمتمثل في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي التبسي – تبسة.

## 2.1. عينة الدراسة:

تعتبر العينة أسلوب لجمع البيانات عندما يكون الباحث غير قادر على إجراء دراسة على جميع مفردات مجتمع البحث، حيث يلجأ الباحث إلى اختيار عينة تجرى عليها الدراسة.

وتعرف العينة على أنها "مجموعة جزئية من المجتمع، ويلاحظ أن مصطلح عينة لا يضع أي قيود على طريقة الحصول على العينة، فالعينة ببساطة هي مجموعة جزئية من مجتمع له خصائص مشتركة"<sup>3</sup>.

وهي أيضاً جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وتعتبر جزءاً من الكل بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون مماثلة لمجتمع البحث.

ولقد حرصنا على الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية وكذلك مطابقة مع الواقع، فقد قمنا باختيار العينة القصدية المتمثلة في طلبة علوم الإعلام والاتصال، وحجم العينة يتكون من 50 طالبا هم: 20 من طلبة السنة الثالثة ليسانس تخصص اتصال و30 طالبا من طلبة السنة الأولى ماستر، والذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، ويأتي اختيار هذا النوع من العينة، نظرا لطبيعة ومتطلبات الموضوع، ولأن الطلبة هم أكثر اختصاصا بالموضوع.

وتعرف العينة القصدية بأنها ذلك الجزء الممثل للمجتمع الأصلي أو اختيار المجتمع ككل، يكون اختيار هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث، حيث يحقق هذا الاختيار صياغة المشكلة، عندها يكون اختيارنا لهما عمدياً، لأن عن طريقهما تتم الإجابة على أهداف البحث.<sup>4</sup>

## 3. منهج الدراسة

عند قيامنا ببحث علمي فإننا نختار المنهج المناسب من مجموعة المناهج المختلفة بحيث يكون مناسباً وخادماً للموضوع ويتمشى مع طبيعته، ونحن نرى أن أنسب منهج يتمشى مع موضوع دراستنا هو المنهج الوصفي لأنه الأنسب لدراسة الظواهر الإنسانية والاجتماعية.

يرى عمار بوحوش " أن المنهج الوصفي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كميّاً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى"<sup>5</sup>.

ويعرفه أيضاً أحمد بدر: " هو الذي يهدف إلى تحديد سمات وصفات وخصائص ومقومات ظاهرة معينة

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 132.

<sup>2</sup> أحمد مرسي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 182 – 183.

<sup>3</sup> رجاء محمود أبوعلام: مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، دار النشر للجامعات، مصر، 2006، ص 156.

<sup>4</sup> عبد المجيد لطفي: منهجية علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة، 1976، ص 360.

<sup>5</sup> عمار بوحوش، محمد محمود الذبينيّات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2007، ص 138.

تحديدا كميًا ونوعيًا".<sup>1</sup>

وقد تم توظيف هذا المنهج في دراستنا من خلال اختيار جمهور طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة تيسة تحديدا للتعرف على مصداقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فالمنهج الوصفي يهدف إلى وصف الظواهر أو الوقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات الخاصة بها، بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها، ويعني ذلك تبعا لدراستنا محاولة الكشف عن مصداقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال جمع المعلومات والحقائق والملاحظات بهدف الوصول إلى الهدف المرسوم.

#### 4. أدوات جمع البيانات

تتوفر البحوث العلمية على عدد هائل من الأساليب والأدوات من أجل جمع الحقائق والمعلومات من ميدان الدراسة، وذلك باستخدام أداة أو عدة أدوات كوسيلة علمية، ومن أجل جمع البيانات اللازمة حول أفراد العينة في دراستنا فقد قمنا بالاعتماد على أداة:

**الاستبيان:** هو أحد الوسائل الشائعة للحصول على معلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات المبحوثين حول موضوع معين أو موقف معين. وتعتبر استمارة البحث من أكثر أدوات جمع البيانات استخداما وشيوعا في البحوث الاجتماعية العلمية، ويرجع ذلك إلى الميزات التي تحققها هذه الأداة سواء بالنسبة لاختصار الجهد أو التكلفة أو سهولة معالجة بياناتها إحصائيا.<sup>2</sup>

ويعرف الاستبيان في البحث العلمي " أنه أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث أو الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات."

ويعتمد الاستبيان على "استمارة الاستبيان" في جمع المعلومات، وهي عبارة عن شكل مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة الموجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة.<sup>3</sup>

كما تعرف أيضا على أنها وسيلة لجمع البيانات اللازمة للبحث، من خلال مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوثين الإجابة عنها سواء كانت الإجابة بمساعدة الباحث أو بمعرفة المبحوث وحده.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، 1973، ص 29.

<sup>2</sup> محمد عبد العزيز إبراهيم: مناهج البحث العلمي في البحوث التربوية والنفسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص 104.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 353.

<sup>4</sup> علي عبد الرزاق جليبي وآخرون: مناهج البحث الاجتماعي: الإجراءات والتطبيقات، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، دت، ص 244.

## الفصل الثاني: مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي

### تمهيد

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها
    - 1.1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
    - 1.2. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
  2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
  3. وظائف مواقع التواصل الاجتماعي
  4. أهم مواقع التواصل الاجتماعي
    - 4.1. الفيسبوك
      - 4.1.1. تعريف الفيسبوك
      - 4.1.2. نشأة الفيسبوك
    - 4.2. اليوتيوب
      - 4.2.1. تعريف اليوتيوب
      - 4.2.2. نشأة اليوتيوب
      - 4.2.3. طبيعة عمل اليوتيوب
    - 4.3. الأنستغرام
    - 4.4. لينكدن
    - 4.5. تويتر
    - 4.6. المدونات
    - 4.7. ماي سبيس
  5. إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
    - 5.1. الآثار الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
    - 5.2. الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
  6. الصعوبات والتحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي
- خلاصة الفصل

**تمهيد:**

عرفت مواقع التواصل الاجتماعي تطورا هائلا في مدة زمنية قصيرة وأصبحت فضاء واسع لتداول المعلومات، الأخبار، الأفكار والمعارف المتنوعة بين مختلف فئات المجتمع، من خلال الخدمات المتعددة التي تقدمها لأي فرد ليتمكن من التواصل مع غيره ومتابعة الأحداث الجارية أول بأول، ورغم هذه الخدمات التي توفرها للمجتمع والتي لاتزال في تطور، إلا أنها سلاح ذو حدين فتأثير هذه المواقع كبير وواسع سواء أكان تأثيرا إيجابيا أم سلبيا، وما يدل على ذلك هو أن جميع الفئات العمرية من المجتمع أصبحت تقضي معظم أوقاتها على هذه المواقع والتي ربما يصبح ضررها أكبر من نفعها إذا لم يتم استخدامها بالشكل الصحيح.

وفي هذه الدراسة سوف نتعرف على هذه المواقع وأهم خصائصها ووظائفها وأبرز المزايا والعيوب التي تتمتع بها بالإضافة إلى الصعوبات والتحديات التي تواجهها.

## 1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

### 1.1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعددت تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين ومن أبرز هذه التعاريف نذكر تعريف مهدي الحوساني في 2002: "هي مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب وسميت اجتماعية لأنها أنت من مفهوم "بناء مجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الأنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه.<sup>1</sup>

كما يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي "بأنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، تويتر....، ضمن نطاق شبكة الأنترنت العالمية web، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق ووجود إلكتروني وشخصية افتراضية profil، لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو ومن ثم الانطلاق لمرحلة التشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء؛ وتكوين المجموعات أو الانتساب إلى الشبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين، تبدأ بخلايا الأصدقاء وطلاب الجامعات أو المدارس أو أبناء الحي أو زملاء المهنة أو أفراد الأسرة والعائلة الواحدة، وتبادل التعليقات والآراء والمواد الإعلامية معهم؛ وتتم عمليات التواصل الإلكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة."<sup>2</sup>

وتعرف أيضا: "هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين، ومعظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل: المحادثة الفورية والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، الفيديو، التدوين، ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات. ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات، وتلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي."<sup>3</sup>

## 1.2. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

صاغ مصطلح الشبكات الاجتماعية في العالم 1954 من قبل (جون برنز) الذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن، وظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية من النوع البدائي، وكانت قوائم البريد الإلكتروني و (BBC) Systems Board bulltir من أوائل التقنيات التي سهلت التعاون والتفاعل الاجتماعي، وأتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثنائية وطويلة الأمد مع الآخرين، وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة.

وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين، بدأت شبكات التواصل الاجتماعي في شكلها الحديث بالظهور مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجاتهم للتواصل وأول موقع لشبكات التواصل الاجتماعي هو Classmates.com والذي انطلق في العام 1995، وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة، وعضوية هذا الموقع مجانية، بحيث يستطيع أي شخص أن ينشئ ملفه

<sup>1</sup> جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية و القيم - رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2015، ص 22.

<sup>2</sup> مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي - منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، بيروت - لبنان، 2012، ص 25.

<sup>3</sup> دهيمي زينب، مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، عدد 26، جوان 2012، ص 254.

الشخصي، ثم يبحث عن زملاء آخرين، ويستطيع من خلاله أن يتصل بأصدقاء فقد الاتصال بهم، وأن ينضم للمجتمعات المحلية والدرشة في المنتديات.

وفي أيار من العام 1997 أطلق الموقع المشهور "Six Degrees.Com" أي "ست درجات من الانفصال" والتي أخذت من تجربة العالم الصغير لعالم النفس الأمريكي في "جامعة هارفارد" لستانلي مليغرام "Stanly Milgram" وزود الموقع مستخدميه بأدوات تساعدهم في العثور على المصادر على شبكاتهم إضافة إلى وظائف ثانوية مثل إدارة الاتصال وأغلق مع نهاية العام 2000 وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي حققت نجاحا كبيرا بين الأعوام 1999 و2001.<sup>1</sup>

ويشهد العام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم عندما ظهر موقع " Friend " في كاليفورنيا من قبل Jonathan Abrams. وفي النصف الثاني من العام 2002 ظهرت في فرنسا شبكة "Skyroch" كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية في عام 2007.

وقبل ظهور "الفايسبوك" أنشئ في العام 2003 موقع « My Space » الأمريكي، ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في العام 2006 وأهم ما يقدمه " My Space " هو تفضيلات الملفات الشخصية، مما يسمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية ويتضمن عرض الشرائح، ومشغلات الصوت والصورة، إضافة إلى المدونات، ويعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين.

ونشأت في فبراير من العام 2004 شبكة "الفايسبوك" على يد "مارك زوكربيرغ" في جامعة "هارفارد" وكانت فكرته اجتماعية، بحيث يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم، ثم عممت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، لكن الدور الكبير الذي لعبته الشبكة في تعزيز المشاركة السياسية، جعلها تنمو وتتسع بسرعة لتحقيق شعبية كبيرة خصوصا بين الأجيال الشابة وطلاب الجامعات.

ولما كان من الصعب العثور على فيديوهات لأي حدث أو مشاركته على الأنترنت، جاءت فكرة "اليوتيوب"، ففي الرابع عشر من فبراير من العام 2005 تأسس موقع اليوتيوب "Youtube" وكانت ولادة الموقع في مدينة "Melano park" في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وكان الإصدار التجريبي له في أيار من العام 2005.

وفي مارس من العام 2005 ظهر موقع "تويتر" على يد "جاك درزي" و"بيزستون" و"إيفان ويليامز"، و"تويتر" خدمة أطلقتها شركة " Obvious " بسان فرانسيسكو، ثم قامت بفصل "تويتر" في شركة مستقلة تحمل شعار "تويتر" في أبريل من العام 2007.<sup>2</sup>

## 2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

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

- **سهولة الاستخدام:** حيث لا يحتاج التعامل مع موقع شبكة الأنترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكات الاجتماعية إلى خبرات وتدريبات

1 خالد سليم: ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، ط 1، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر، 2005، ص 20.  
2 عبد الله عامر: الفاييسبوك وعالم التكنولوجيا، مجلة العلوم التكنولوجية، عدد 14، جامعة التبراء، عمان، 2007، ص 08.

- علمية وعملية معقدة، وإنما إلى مجرد مقدمة ومبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط، حيث تتطلب عملية التسجيل اسم ورقم سري، بطاقة تعريف العضو، والموافقة على شروط العضوية وبنود العقد المحدد بموجبه الحقوق والواجبات الرقمية، وبمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية باسم المستخدم ورقم سري وجيز خاص به، يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة، وإذا تجاوز الشروط يمكن أن يتعرض للعقاب كحذف حسابه الإلكتروني أو تجميد عضويته.<sup>1</sup>
- **التفاعلية:** فالفرد فيها مستقبلي وقارئ، فهو مرسل ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم كالتلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة.<sup>2</sup>
- **القدرة على تخزين التسجيل:** إضافة إلى الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة ومع عدد من الأجهزة المتنوعة.
- **الاستقلالية والتنوع:** تتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا من الشخصية ما قد يزيد من احتمال انتشار الإشاعات والمعلومات الكاذبة.
- **السرعة:** سمحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ظل هذا السياق إلى الاتصال أو الترابط غير العادي، الذي يعني في فحواه عدم التأكد من المصدر ومعالجة المعلومات بطريقة غير كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة.<sup>3</sup>
- **التدفق الحر للمعلومات:** فقد وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب، بل باستخدام الوسائط المتعددة من (الصور، الفيديو، الموسيقى، والصوت) مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثة وبث الوقائع والأحداث لحظة بلحظة.<sup>4</sup>

### 3. وظائف مواقع التواصل الاجتماعي

إن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الاستخدامات حيث يتم توظيفها في مجالات كثيرة من الحياة ولعل أهمها يبرز في:

- **الاستخدامات الاتصالية الشخصية:** وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، ويمكن من خلال الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعرف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.
- **الاستخدامات التعليمية:** تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر.
- **الاستخدامات الإخبارية:** أتاحت الشبكة الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغيات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

<sup>1</sup> ترنيم زهدي يوسف خاطر: اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015، ص 77.

<sup>2</sup> نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، 2017، ص 4. مقال متاح على الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/20/5/11/3580>

<sup>3</sup> رحمة بن سليمان وآخرون: العنف والسياسة في المجتمعات العربية المعاصرة – ثنائية الثقافة والخطاب، ج 2، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت – لبنان، 2017، ص 170.

<sup>4</sup> نها السيد عبد المعطي: صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، 2015، ص 84.

- **الاستخدامات الدعوية:** أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير المسلمين، وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف.<sup>1</sup>

#### 4. أهم مواقع التواصل الاجتماعي

تتعدد أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ولكل موقع خصوصية يتميز بها على خلاف موقع آخر ولا يمكن التوقف عندها جميعا ولكن يمكن التوقف عند أهم المواقع وأشهرها والتي تتمثل فيما يلي:

### 4.1. الفيسبوك:

#### 4.1.1. تعريف الفيسبوك

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 في جامعة "هارفارد" في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى "مارك زوكربيرج" وكانت مدونة "الفيسبوك" محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحود أصدقاء "زوكربيرج"، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة والتي قال عنها مؤسسها "مارك زوكربيرج": "لقد أضحي كل منا يتكلم عن الفيسبوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك، وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد".<sup>2</sup>

ويعرف الفيسبوك على أنه موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرزوا أنفسهم وأن يعززوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.<sup>3</sup>

وفي تعريف آخر للفيسبوك "يعتبر الفيسبوك إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني تملكه شركة الفيسبوك، وتتعدد الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي وتتعدد الأغراض أيضا، فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة وللدعاية والإعلان، فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بكافة مناحي وأمور الحياة ومتطلباتها".<sup>4</sup>

### 4.1.2. نشأة الفيسبوك

بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، لتوفر هذه الشبكات مجموعة من الخدمات واستمرت موجة هذه الشبكات في الظهور على مدى السنوات

<sup>1</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 68 – 69.

<sup>2</sup> عباس مصطفى الصادق: الإعلام الجديد "المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 21.

<sup>3</sup> علي حجازي إبراهيم: التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعزز للنشر والتوزيع، د ب، 2017، ص 73.

<sup>4</sup> زغود بلقاسم، سعدي وحيدة: الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب، مجلة الأفق للعلوم، ع 8، ج 1، جامعة الجلفة جوان 2017، ص ص 350 – 354.

1999-2002 - 2005 ، تم افتتاح الموقع على يد "مارك زوكيربرغ" وهو طالب في جامعة هارفارد، وقد 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، واستخدم هذا الموقع صور بعض الطلبة واتهم بهذا كمخترق للخصوصية ولكن بعد أسبوعين فقط قام مارك بافتتاح الموقع.<sup>1</sup>

وكانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي يدج و جامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم في المدارس الثانوية، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر. ويضم الموقع حاليا أكثر من 350 مليون مستخدم على مستوى العالم.<sup>2</sup>

## 4.2. البيوتيوب

### 4.2.1. تعريف اليوتيوب

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية.<sup>3</sup>

كما يعرف على أنه عبارة عن شبكة اجتماعية متخصصة بمشاركة الفيديو تسمح للمستخدمين بمشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، ويمكن اليوتيوب المستخدمين من تحميل وتنزيل الصور ومقاطع الفيديو مجانا وبشكل عاجل.<sup>4</sup>

### 4.2.2. نشأة اليوتيوب:

تأسس "اليوتيوب" كموقع مستقل في 14 فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي "تشاد هيرلي" والتايواني "تشين" والبنغالي "جاود كريم" الذين يعملون في شركة "Pal Pay" المتخصصة في التجارة الإلكترونية، وما يبدو أن "جاود كريم" ترك رفاقه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور اليوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخر، اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي.<sup>5</sup>

وفي أكتوبر 2006 كانت أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة جوجل بالاستحواذ على موقع يوتيوب بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 65,1 مليار دولار، ويقدم الموقع خدماته حاليا كأحد الخدمات الفرعية لشركة جوجل ويقع مقر الشركة الحالي في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا، وأول فيديو تم رفعه على اليوتيوب كان من نصيب "جاود كريم" وهو في حديقة الحيوانات خلال صيف 2006 وفكرة اليوتيوب لاقت نجاحا لدى المستخدمين، فكانت بمثابة قنوات خاصة يبث فيها كل فرد ما يحلو له.<sup>6</sup>

والفكرة الأساسية له هي أنه يسمح للمستخدمين بتحميل مقاطع الفيديو إلى الموقع، وفي الوقت نفسه

1 حسنين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي - أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، مدينة السادس من أكتوبر 2014 ، ص 92.

2 فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2011 ، ص 204.

3 محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية - مصر، 2015، ص 471.

4 ياس خضير البياتي: الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 339.

5 عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010 ، ص 194.

6 ياس خضير البياتي، مرجع سبق ذكره، ص 341.

المشاهدة والتعليق على ما يرونه.<sup>1</sup>

### 4.2.3. طبيعة عمل اليوتيوب:

يعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية :

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام المستخدمون الأعضاء بتحميلها.
- العثور على جماعات فيديو والالتحاق بها. وتسهيل الاتصال مع من لديهم نفس الاهتمامات، والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة بـ "اليوتيوب" مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل (أي بي أي) وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة وخاصة.
- يستطيع المستخدمون اختيار عرض مقاطعهم أو مشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل.
- يحتوي الموقع على المقاطع والأحداث، والحاصلة على أعلى تقييم، والتي تحظى بأكثر قدر من النقاش والأكثر اتصالا بمواقع أخرى.
- تصنف مقاطع الفيديو أيضا إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.<sup>2</sup>

### 4.3. الإنستغرام

يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والإنستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية. وكانت بداية الإنستغرام عام 2000 م حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها، وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.<sup>3</sup>

### 4.4. لينكدن

تأسس في ديسمبر 2002 وبدأ التشغيل في 5 مايو 2003 ويعتبر موقعا للتواصل الاجتماعي، ولكن على مستوى احترافي ومهني يهدف إلى ربط المشاركين في الاهتمام بفئات متنوعة من الوظائف والأعمال. وهو موقع متخصص في قطاع الأعمال والشركات ويقدم هذا الموقع العديد من المزايا للشركات ورجال الأعمال، حيث يقوم بتسهيل عملية الحصول على الموظفين المرشحين للعمل، حيث يتيح موقع لينكدن للأشخاص عرض سيرهم الذاتية المفصلة، وتستطيع الشركات الباحثة عن الموظفين التأكد من صحة المعلومات عن طريق الجهات التي عمل فيها الموظف، أو من موقع لينكدن نفسه، وفي ذلك توفير لاستخدام العنصر البشري في الشركة، كما أتاح موقع لينكدن في تحديثات جديدة تمت عام 2010 للمهتمين خدمة التفاعل ومتابعة أخبار الشركات من حيث فرص العمل الجديدة ومتابعة أي تغييرات تطرأ على المستخدمين لدى الشركة، إضافة إلى تحديث بيانات الشركة، ولكن مقابل هذه الفوائد لهذا الموقع بعض السلبيات حيث أنه يعاني مما تعاني منه بعض المواقع الأخرى من إمكانية اختراق حسابات مستخدميها فعلى سبيل المثال تمكن " هاكر روسي" من اختراق موقع لينكدن وسرقة أكثر من ستة ملايين ونصف رقم سري،

<sup>1</sup> عبد الله علي محمد: شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، د ب، 2017، ص 20.

<sup>2</sup> إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر - وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث للنشر، الدوحة - قطر، 2014، ص ص 185 - 186.

<sup>3</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 66.

مما أثار تساؤلات عديدة عن مدى الأمن والحماية التي يقع بها رجال الأعمال والشركات التي تستخدم هذا الموقع.<sup>1</sup>

#### 4.5. تويتر

تويتر أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية قصيرة، وهو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (sms) أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك. وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات.<sup>2</sup>

ويعد موقع "تويتر" من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الأنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية؛ ويعد "تويتر" موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى.

ويعرّف بأنه: "إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، وأخذ اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد). ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)؛ من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني".<sup>3</sup>

#### 4.6. المدونات

تعتبر المدونات من أشهر أوجه الإعلام الجديد وهي عبارة عن مذكرات ترتب بحيث توضع التدوينات الأحدث في أعلى الصفحة الرئيسية تليها التدوينات الأقدم كما تتيح التعليق على ما يكتب فيها، ويمكن لصاحب المدونة التحكم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بمواقع الويب التقليدية.

وظهرت المدونات في عام 1997 على يد "جون بارجر" إلا أن انتشارها على نطاق واسع لم يبدأ إلا بعد عام 1999 وهو موقع شخصي على شبكة الأنترنت يدون فيه الآراء حول مسائل متنوعة وتكون هذه المدونات مؤرخة ومرتبطة زمنياً تصاعدياً، وهذه المدونات منظمة تنظيمياً ذاتياً تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة والتعلم عبر تبادل الأفكار والمعلومات فضلاً عن حل المشكلات الاجتماعية والسياسية.<sup>4</sup>

#### 4.7. ماي سبيس

ماي سبيس أحد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يقدم خدمات تفاعلية أنشئ سنة 2003 على يد توماس أندرسون بالولايات المتحدة الأمريكية، وهو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية ويتيح التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات، نشر الصور، الموسيقى وأفلام الفيديو. ويعتبر

<sup>1</sup> علي خليل شقرة: الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص 38.

<sup>2</sup> صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 123.

<sup>3</sup> عيسى الشماس، فائق عجيب: التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، مج 37، ع 2، 2015، ص ص 264 - 265.

<sup>4</sup> صالح العلي، مرجع سبق ذكره، ص 123.

ماي سبيس سادس أكبر مواقع الويب الإنجليزية شعبية في العالم والثالث في الولايات المتحدة الأمريكية. وكان موقع ماي سبيس أقوى مواقع الشبكات الاجتماعية حيث حاز على اهتمام الكثيرين عام 2006، ولكن شعبية الموقع بدأت بالتراجع بعد أن قامت شركة "نيوز - كويب" والتي يملكها إمبراطور الإعلام "روبرت مردوخ" بشرائه بمبلغ 580 مليون دولار، واستمرت شعبية الموقع بالتراجع خاصة بعد ظهور موقع الفيس بوك الذي اجتذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد اضطرت شركة "نيوز - كويب" إلى بيع موقع ماي سبيس بسعر زهيد جدا قياسا بالمبلغ الذي اشترته به حيث قامت ببيع هذا الموقع بمبلغ 35 مليون دولار.<sup>1</sup>

## 5. إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي ثورة عظيمة في عالم اليوم من خلال تأثيراتها المتعددة وانعكاساتها الإيجابية والسلبية على الأفراد والمجتمعات. ومن خلال ما يأتي سوف نتطرق لإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي.

### 5.1. الآثار الإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

يؤدي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل أفراد المجتمع إلى إحداث تأثيرات إيجابية منها:

- رفع المكانة الاجتماعية وذلك لبعض الفئات العمرية المهمشة وجعلها أكثر ثقة بالنفس من خلال الانخراط والانتماء لوسط اجتماعي وشبكة كبيرة ومتنوعة.
- إتاحة الفرصة وهذا أمام الشباب للتعبير عن ذواتهم وأنفسهم وتنمية ثقتهم بأنفسهم.
- المساعدة في البحث عن فرص العمل والوظائف، فهي تساعد على إيجاد منصة لعرض السير الذاتية والإعلان عن الهوية والكفاءة.<sup>2</sup>
- بالإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري من خلال استخدام خاصية "الصفحات" التي تتوفر في معظم الشبكات وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية.
- اكتساب المعارف الجدد والمتنوعين فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة به أو من مواقع إلكترونية مختلفة وبصفتك مرتبطا بهذا المستخدم تستطيع الاطلاع عليها.<sup>3</sup>
- نافذة مظة على العالم حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.
- أكثر انفتاحا على الآخر حيث أن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على آلاف الأميال في قارة أخرى.
- تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة، حيث بإمكان المستخدم من خلال هذه المواقع أن يبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات (كالسفر)؛ أو مشاغل الحياة، وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التبنى أو الاختطاف أو الهجرة السرية على العثر على الأبناء.
- منير للرأي والرأي الآخر فمن أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكر ومعتقدات كل شخص، والتي قد تتعارض مع الغير.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 80.

<sup>2</sup> مركز الحرب الناعمة، مرجع سبق ذكره، ص 59.

<sup>3</sup> سليمان بكر كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 163.

<sup>4</sup> عيسى الشماس، فائق عجيب، مرجع سبق ذكره، ص ص 268 - 269.

- تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بدور فاعل وهذا في جهود الإغاثة الدولية لضحايا الزلازل والكوارث الطبيعية، وذلك من خلال نشر رسائل الإغاثة الدولية للضحايا من أجل التبرع، حيث استخدم نجوم السينما والفن الذين يسجلون حضوراً في تلك الشبكات بصفحاتهم التي يتابعها الملايين كوسيلة لنشر رسائل تحث على التبرع.<sup>1</sup>

## 5.2. الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- ومن ناحية أخرى يظهر الوجه الآخر لهذه المواقع حيث أنها عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق إلى حد ما، ومنه نلخص الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:
- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات من القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، وهذا يعني إمكانية وصول بعض الأشخاص لمعلوماتك كاملة بل وسجل مراسلاتك الخاصة.
- الإدمان على هذه المواقع، حيث تخلق شبكات التعارف جواً من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها، لذلك يتوجب على المستخدم أن يكون حريصاً عند استخدام هذه الشبكات من الوقوع في شرك الإدمان.
- إمكانية الوقوع في مغبة عمليات منظمة من النصب والاحتيال حيث تنتشر في بعض هذه الشبكات مجموعات تصنع جواً من الثقة حول أحد الشخصيات الوهمية التي تطلب منك المال بناءً على هدف معين قد يكون على سبيل الاستدانة أو ربما على سبيل الاستثمار.<sup>2</sup>
- انعدام الخصوصية حيث تصبح ملفات المشتركين الشخصية عرضة للجميع، بما فيها بياناتهم وصورهم الخاصة، وهذا قد يمهد الطريق إلى التجسس والمراقبة لكل تحركات وأقوال وأفعال المستخدمين وهو ما ينعكس سلباً على حياتهم العامة.
- قتل الوقت فبعض المستخدمين يضيع الكثير من الوقت الذي هو رأس مال عمر الإنسان في الجلوس أمام هذه المواقع، مما يؤثر على علاقته مع أهله وأصدقائه داخل محيط الأسرة.<sup>3</sup>
- ضعف الثقة حيث لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها ولا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في الشبكات هشّة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي الاجتماعي.
- العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي فلهيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة لجأ العديد من أفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين ونتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي، وإذا كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تخليص البشر من عزلتهم فإن تحقيق ذلك الهدف انتهى بالبشر بعزلة جديدة عن عالمهم الحقيقي.<sup>4</sup>
- يقلل من مهارات التفاعل الشخصي، فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقلل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع؛ وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني؛ ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تغلق محادثة شخص ما فوراً وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.<sup>5</sup>
- عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء بالإضافة إلى التشهير ونشر الشائعات والمضايقات.<sup>6</sup>

## 6. الصعوبات والتحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النافس للنشر والتوزيع، بيروت، 2013، ص 69.

<sup>2</sup> سليمان بكر كران، مرجع سبق ذكره، ص 164.

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

<sup>4</sup> حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، 2015، ص 88.

<sup>5</sup> عيسى الشماس، فائق عجيب، مرجع سبق ذكره، ص 269.

<sup>6</sup> صالح العلي، مرجع سبق ذكره، ص 125.

رغم الخدمات الكبيرة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها تواجه العديد من الصعوبات والتحديات التي تنعكس سلباً على المستخدم منها:

- **ضعف الإنتاجية:** اعتاد الناس على استخدام المواقع الإلكترونية لتنظيم وتوسيع حياتهم الاجتماعية، ولكن ذلك يكون على حساب الإنتاجية والعمل فهي ليست مرغوبة عند أرباب العمل.
- **صعوبة المغادرة:** بالرغم من وجود خيارات الحذف من مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن كثيراً من المستخدمين اكتشفوا أنه من المستحيل إزالة أنفسهم بشكل كامل من هذه المواقع.
- **انعدام الخصوصية وضعف الأمان:** باستطاعة مواقع التواصل الاجتماعي أن تبيع معلومات المستخدم الشخصية لأي شخص، والملكية الفكرية مهددة فيها، فأعمال الكثير من الفنانين والكتاب لا يعرف مصيرها، وطبيعة الاستخدام البسيط لهذه الشبكات وضعف عامل الأمان على الخصوصية.
- **تزيين المحتوى:** تقييم المصداقية في مواقع التواصل الاجتماعي يكون أكثر تعقيداً من محتويات وسائل الإعلام العادية بسبب تعدد مصادر المحتويات عبر الشبكة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> حمادية خولة، قاسم مريم: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي - دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ناس الخير، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2014/2015، ص 35.

### خلاصة الفصل

إن لشبكات التواصل الاجتماعي مكانة مهمة لدى الإنسان دخلت في العديد من مجالات حياته فأصبحت تشكل جزءا كبيرا منها، مثل التعليم، السياحة، الصناعة، الصحة...، وتستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في العديد من المجالات لأهداف عدة منها توفير المعلومات لمستخدميها. وفي النهاية يمكن القول أن وسائل التواصل الاجتماعي نعمة للبشرية إذا استخدمت بالشكل المناسب، وقد تكون سلاح مدمر إذا تم تركها دون ضوابط.

## الفصل الثالث: ماهية المعلومات الصحية

### تمهيد

1. المعلومات الصحية
  - 1.1. المعلومات
  - 1.2. مفهوم المعلومات الصحية
2. خصائص المعلومات الصحية
3. أهمية المعلومات الصحية
4. أهداف المعلومات الصحية
5. شروط اعتماد المعلومات الصحية
6. مصادر المعلومات الصحية
7. معوقات المعلومات الصحية

### خلاصة الفصل

## تمهيد

الصحة تاج على رؤوس الأصحاء وهي أعلى شيء يمتلكه الإنسان فهي أمانة قد أعطاها له الله سبحانه وتعالى، لذلك يجب الحفاظ عليها وإتباع النصائح الهامة لتفادي الأمراض وتجنب الإصابة بها، فهناك الكثير من الأمراض المزمنة التي تصيب الإنسان نتيجة لبعض السلوكيات الخاطئة التي يقوم بها مثل الضغط والسكري، لذلك يجب تثقيف الناس والعمل على زيادة معلوماتهم وثقافتهم الصحية لتعليمهم كيفية التعامل مع بعض الأمراض وتفادي الإصابة ببعض الآخر، وذلك من خلال نشر السلوكيات الصحيحة وتفادي الأساليب الخاطئة التي تؤثر بشكل سلبي على الصحة بشكل عام، وقد اهتمت وسائل الإعلام المختلفة بنشر المعلومات الصحية وتوعية الناس وتثقيفهم للحفاظ على صحتهم.

وفي هذه الدراسة سوف نتعرف على المعلومات الصحية، خصائصها وأهميتها، كذلك نتعرف على أهدافها وشروط الاعتماد عليها والعراقيل التي تواجهها.

## 1. المعلومات الصحية

### 1.1.1. المعلومات:

المعلومات هي كلمة مشتقة من كلمة علم وتعرف بأنها عبارة عن بيانات تمت معالجتها بغرض تحقيق هدف معين يقود إلى اتخاذ قرارات.

فهي مجموعة من البيانات المعالجة والمؤطرة والمنظمة والمترابطة والمعدة للاستخدام واتخاذ القرارات، وهذه المعلومات هي التي تقودنا عادة إلى المعرفة. وبذلك يضع المختصون المعلومات في مرتبة وسط بين البيانات من جهة والمعرفة من جهة أخرى.<sup>1</sup>

### 1.2. مفهوم المعلومات الصحية

إن مصطلح المعلومات الصحية يشمل المعلومات التي تهم المريض وكذلك العاملين في المجال الصحي، وتشمل أيضا المعلومات الخاصة بالمحافظة على المعافاة والوقاية من الأمراض ومعالجتها واتخاذ القرارات الأخرى المتصلة بالصحة والرعاية الصحية، وهي تشمل كذلك المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات حول المنتجات الصحية والخدمات الصحية، وقد تكون في شكل نصوص مكتوبة أو مسموعة أو لقطات فيديو.<sup>2</sup>

وتعرف المعلومات الصحية بأنها أي معلومات حول صحة الشخص أو إعاقته، وأي معلومات تتعلق بالخدمة الصحية التي تلقوها أو سيتلقونها. المعلومات الصحية حساسة وشخصية، ولهذا توجد قوانين لحماية حقوق المريض في الحفاظ على خصوصية معلوماته الصحية.<sup>3</sup>

وهي أداة للاتصال بين الطبيب وأخصائي الرعاية الصحية الآخرين، وتهدف إلى المساهمة في تقديم الرعاية الصحية الأفضل للمريض، كما تشكل أساس التخطيط للرعاية الصحية الفردية، وتقييم جودة الرعاية والمساهمة في حماية المبادئ والقوانين الخاصة بالمرضى والمستشفيات والأطباء، إضافة إلى ذلك، تقدم أيضا أدلة وثائقية عن دورات علاجية للمرضى داخل المستشفيات.<sup>4</sup>

كما يمكن تعريفها: "هي تلك المعلومات التي تهتم بتوصيل الأخبار والأفكار والنصائح والإرشادات الصحية، أي هي المعلومات التي تتناول صحة الفرد العامة".<sup>5</sup>

وقد تبنت الجمعية الأمريكية للمعلومات الصحية التعريف التالي للمعلومات الصحية حيث قالت بأنها: "البيانات المتعلقة بالتاريخ الطبي للشخص بما في ذلك الأعراض والتشخيصات والإجراءات والنتائج. وتشمل هذه المعلومات سجلات المعلومات الصحية وتاريخ المريض ونتائج المختبر والأشعة السينية والمعلومات السريرية والملاحظات التي يوثقها العاملون الصحيون. التي تمكن من الاطلاع على المعلومات الصحية للمريض بشكل جزئي، لمعرفة كيف تغيرت صحة المريض، كما يمكن النظر إليها كجزء من مجموعة

<sup>1</sup> الحمزة منير: النظام الوطني للمعلومات الإلكترونية الصحية بالجزائر: الواقع والتحديات: بطاقة الشفاء الإلكترونية نموذجاً، جامعة العربي التبسي – تبسة، الجزائر، ص 298. مقال متاح على الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/16/7/1/62620>

<sup>2</sup> مصباح عبد الهادي حسن الدويك: نظم المعلومات الصحية المحوسبة وأثرها على القرارات الإدارية والطبية "دراسة تطبيقية على مستشفى غزة الأوروبي"، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية-غزة، 2010، ص ص 41 – 42.

<sup>3</sup> زينة محمد: السرية في إدارة المستشفيات، 2022/04/26، مقال متاح على الموقع: <https://e3arabi.com/?p=1264213>

<sup>4</sup> الشرجي نجيب، مرجع سبق ذكره، ص 52.

<sup>5</sup> مها مختار حسن: التماس المعلومات الصحية من الأنترنت، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 21، أبريل / يونيو 2018، ص 142.

بيانات أكبر لفهم كيفية تغير صحة السكان وكيف يمكن للتدخلات الطبية أن تغير النتائج الصحية".<sup>1</sup>

## 2. خصائص المعلومات الصحية

إن أهم الخصائص الواجب توفرها في المعلومات حتى يتم الاستفادة منها للغرض المطلوب أو لتحقيق الهدف هي:

- **الدقة:** إن قيمة أي معلومة مرتبطة بمدى دقتها وصحتها فإذا لم تكن هذه المعلومة صحيحة أو دقيقة فلا يمكن الاستفادة منها.
  - **السرعة:** إن المعلومات لها أهمية كبيرة في الوقت المناسب وإذا توفرت هذه المعلومة قبل الوقت أو بعده فلا قيمة لها.
  - **الشمولية:** توفر المعلومات بصورة شاملة ومتكاملة لكافة الجوانب أمر ضروري. فالمعلومات لا يمكن أن تؤدي الغرض إلا إذا كانت كاملة واتخاذ أي قرار في ظل نقص المعلومات لا شك بأنه سوف يجابه نسبة عالية من المخاطرة.
  - **الإيجاز:** التركيز على المعلومات الشاملة الموجزة فأحياناً تفقد بعض التقارير الهامة قيمتها نتيجة لاحتوائها على كم هائل من المعلومات غير الضرورية مما يستدعي بذل جهود كبيرة لاستخراج المعلومات الضرورية فعلاً. وكلما كانت المعلومات المقدمة موجزة وشاملة كلما كانت الاستفادة منها كبيرة.
  - **وثيقة الصلة بالموضوع:** يجب أن تكون المعلومات المقدمة، الرموز والإشارات والاختصارات المستخدمة مناسبة وضرورية للموضوع. إضافة إلى تقديمها للشخص المناسب الذي يستطيع فهم الرموز والإشارات والاختصارات المستخدمة في المعلومات فإذا كانت هذه المعلومات مفهومة وهامة لشخص فإنها لا تعتبر كذلك لشخص آخر لعدم معرفته بالاختصارات والرموز المستخدمة إضافة إلى أن طريقة وأسلوب عرض الموضوع يلعب دوراً كبيراً في فهم المعلومات المراد إيصالها.<sup>2</sup>
- ## 3. أهمية المعلومات الصحية

تهدف المعلومات الصحية إلى تحسين أداء خدمات الرعاية الصحية وتحسين توجيهها وإدارتها وتقديم الدعم لها، فتوفير الرعاية الصحية للسكان هدف معقد يعتمد اعتماداً كبيراً على المعلومات الصادقة والدقيقة. وتسعى المستشفيات إلى الحصول على المعلومات المتعلقة بمعرفة الرعاية، والمتعلقة بكل مريض وبالرعاية المقدمة والنتائج المترتبة على هذه الرعاية، وأدائها في مجال تقديم الخدمات وتنسيقها وتحقيق التكامل بينها والمعلومات.<sup>3</sup>

والحقيقة أن لدقة المعلومات الصحية وتناسقها أهمية كبيرة في تنمية الوعي الصحي لأن التباين في المعلومات يقلل من مصداقيتها وصحتها بين أفراد المجتمع. وعلى سبيل المثال لا الحصر لقد لمسنا في الأشهر الأخيرة تشتت المعلومات فيما يتعلق بفيروس كورونا المستجد والذي لا يزال مستمراً في انتشاره حول العالم، حيث تفاوتت المعلومات بخصوص منشئه وأسباب ظهوره والوقاية منه وكيفية انتقال العدوى بين البشر. حيث صرح المسؤولون والمختصون في الأمراض الوبائية بمعلومات متناقضة حول الكثير بشأن هذا الفيروس ما ساهم في المزيد من الغموض لدى أفراد مختلف المجتمعات حول العالم، وبالتالي زادت سرعة الإصابة به في مدة زمنية وجيزة. ومن الأهمية بمكان أن تكون المعلومات دقيقة وصحيحة وعلى

<sup>1</sup> د. وبيليسيا وبغز هاريس: الجمعية الأمريكية لإدارة المعلومات الصحية: تمكين الناس من أجل التأثير على الصحة - قيادة العالم في الطريق نحو الابتكار والتقدم، المجلة الأردنية للمكتبات والمعلومات، مج 54، ع 4، كانون الأول 2019، ص 12.

<sup>2</sup> يوسف قزاقزة: إدارة الخدمات الصحية والتمريضية، دار الجازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2020، ص ص 36 - 37.

<sup>3</sup> الشرجي نجيب، مرجع سبق ذكره، ص 69.

مستوى عال من المصادقية لزيادة الوعي بين الناس في نواحي العدوى والوقاية والعلاج.<sup>1</sup>

كما تقدم المعلومات الصحية طرق العلاج الحديثة (العلاج بالأعشاب والطب البديل)، والاكتشافات الطبية الحديثة ويكون تقديم هذه المعلومات بهدف زيادة الوعي الصحي للأفراد والتنقيف الصحي وإقناع الجمهور بتبني عادات صحية سليمة ونبذ السيء منها من أجل رفع المستوى الصحي للمجتمع، والحد من انتشار الأمراض وتحقيق أعلى درجات السعادة للفرد والرضا عن حياته.<sup>2</sup>

بالإضافة إلى أنها رصيد معرفي يستفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة في اتخاذ قرارات صحية صائبة إزاء ما يعترضه ويواجهه من مشكلات صحية. وتخلق روح الاعتزاز والتقدير والثقة بالعلم كوسيلة من وسائل الأخبار وبالعلماء المتخصصين في الصحة، كذلك تولد لدى الفرد الرغبة في الاستطلاع وتغرس فيه حب اكتشاف المزيد منها كونها نشاط غير جامد يتسم بالتطور المتسارع.<sup>3</sup>

#### 4. أهداف المعلومات الصحية

- خدمة المرضى وفق أحدث آخر ما توصل إليه علم الطب.
- التزود بالمعلومات الحديثة في الطب، والتعليم الطبي المستمر، والحصول بشكل عام على المعارف العامة والأساسية في مجال الطب.
- تمكين الكوادر الطبية من الوصول إلى المعلومات والمواضيع الحديثة وإشباع رغباتهم البحثية.
- المساعدة في تدريس طلاب الجامعات وإعداد برامج التدريب المحلية في المستشفيات.
- توفير تكنولوجيا المعلومات التي تتيح القدرة على البحث في قواعد وبنوك بيانات متعددة وخدمات توصيل الوثائق الإلكترونية.. الخ.
- نشر الوعي الصحي والذي يهدف إلى إكساب الأفراد معلومات تقضي على الجهل والمفاهيم الخاطئة عن الصحة والمرض، وتكون الصحة هدفا لكل منهم، وحثهم على تحسين صحة الفرد والأسرة والمجتمع بشكل عام.<sup>4</sup>

#### 5. شروط اعتماد المعلومات الصحية

إن المعلومة الصحية يجب ألا تفهم بصورة ضيقة تتعلق بوجود المرض أو غيابه بل يجب أن تكون أوسع من هذا المفهوم الضيق باعتبارها تتعلق بحياة الإنسان اليومية وتدرس كنمط من أنماطها ويتضمن هذا الأمر العناصر التالية:

- عند طرح أية معلومة على الناس يجب أن تكون المعلومة معتمدة على حقائق لا يمكن أن تتأثر بمفاهيم خاطئة.
- عند تحديد المعلومة المقصود طرحها على الناس يجب أن يكون ذلك في خطاب واضح لا يؤدي إلى التسكين وعدم القدرة على فهم الخطاب، فمحتوى الخطاب يجب أن يكون محددًا والهدف من الخطاب معلوماً والنتائج المتوقعة مرسومة.
- بعد الانتهاء من اختيار المعلومة وتحديد الخطاب المناسب، يجب التعرف على الفئة المقصودة، وتكييف المعلومة والخطاب بما يتفق مع مفاهيم الفئة المقصودة. إذ أن هذه الفئات تختلف بمفاهيمها العلمية

<sup>1</sup> عبدالوهاب القحطاني: أهمية المعلومات في التوعية الصحية، مقال منشور في النسخة الرقمية لجريدة اليوم، ركن كلمة ومقال، 2020/04/20. مقال متاح على الموقع: <https://www.alyaum.com/articles/6252420>

<sup>2</sup> مها مختار حسن، مرجع سبق ذكره، ص 142.

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

<sup>4</sup> صالح محمود القاسم: خدمات المعلومات الصحية: الواقع - التحديات - الطموح، المجلة الأردنية للمكتبات والمعلومات، مج 54، ع 4، كانون الأول 2019، ص 95.

والثقافية والاجتماعية والدينية حتى اللغوية والناحية العمرية، فلكل فئة وسيلة خاصة للنقاش ومحتوى مختلف عن الفئة الأخرى.<sup>1</sup>

وهناك أمور يجب التركيز عليها وعملها حتى يتسنى جمع معلومات صحية صحيحة ودقيقة وضرورية تتمثل في:

- ينبغي إنشاء لجنة تقنية عليا تضم مجموعة من ذوي الاختصاص تكون مهمتها توحيد نظم المعلومات الصحية الوطنية على جميع المستويات ووضع المعايير والأسس وضمان مرونة المعلومات وتدقيقها مع التشديد على التغذية الراجعة بشكل خاص.
- تقديم الدعم والحوافز الممكنة للعاملين في الميدان من أجل تزويد المعلومات للمركز بصورة سريعة ودقيقة وشاملة، بالإضافة إلى اشتراك وسائل الإعلام المختلفة من أجل بيان أهمية المعلومات الصحية في كافة المجالات وعلى كافة المستويات.
- مشاركة المجتمع المحلي في جمع المعلومات الصحية الأمر الذي يتطلب حث هذا المجتمع على تزويد رؤساء المراكز الصحية في مناطقهم بالمعلومات بثتى أشكالها وعلى كافة المستويات حيث أن المجتمع الذي لديه مشكلة أو يرغب في تحقيق هدف صحي معين يعتبر الأقدر على نقل وتوضيح وشرح المعلومات بصورة دقيقة وشاملة.<sup>2</sup>

#### 6. مصادر المعلومات الصحية

- التلقي: وهو وصول المعلومات والمعرفة إلى الإنسان نقلا عن مصادر أخرى.
- الملاحظة: وهي التي يتوصل إليها الإنسان من الواقع مباشرة بحواسه الخمس.
- التجربة: وهي التي تأت من خلال التجارب المرضية التي يمر بها الإنسان أو غيره وتصب في مخزونه المعرفي فيوظفها للتعرف على الأمراض المستقبلية من خلال الأعراض المرضية السابقة.

وتشكل وسائل الإعلام التلفزيون، الصحف، الإذاعة، الأنترنت، بالإضافة إلى الاتصال الشخصي بالأطباء الصيادلة، الأسرة، الأصدقاء؛ أهم المصادر للمعلومات الصحية وتلعب دورا مهما في تحقيق الوعي الصحي.<sup>3</sup>

#### 7. معوقات المعلومات الصحية

نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- عملية إثبات صحة المعلومات الصحية أمر في غاية الصعوبة بالإضافة إلى التكلفة الباهظة وهذا يفسر سبب وجود بعض الأخطاء في المعلومات الصحية.
- وجود فترة زمنية طويلة تفصل بين الوقائع أو مصادر المعلومات السريرية وبين إتمام تحليلها بصورة مفيدة من الناحيتين الوبائية أو الإحصائية.
- إن الذين يملكون سلطة تمويل الخدمات الصحية وتحديد معالمها يحتلون مراكز النفوذ في الحكومة المركزية أو المؤسسات الإدارية أو المجالات الأكاديمية أو المهنية، وهؤلاء يفسرون الحاجة إلى المعلومات الصحية على أساس مصالحهم الخاصة فقط، إضافة إلا أنهم أحيانا يعتبرون جمع المعلومات شكل من أشكال التجسس على أنشطتهم وأدائهم.

<sup>1</sup> جهاد كاظم العكيلي: الوعي الصحي عبر وسائل الاتصال : دراسة لقياس الوعي الصحي لدى طلبة جامعة بغداد بشأن مرض الإيدز، مجلة الباحث الإعلامي، ع 27، جامعة بغداد، 2015، ص 124.

<sup>2</sup> يوسف قزاقرة، مرجع سبق ذكره، ص 42.

<sup>3</sup> مصطفى يوسف كافي: قضايا إعلامية معاصرة، ط 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ص 208.

- شعور مقدمي الرعاية والمنفذين للخدمات الصحية في الميدان بعدم المبالاة وعدم الاهتمام بجمع المعلومات الصحية وهذا بالطبع يؤدي إلى جمع معلومات غير دقيقة.
- يجب استخدام المعلومات الصحية المتوفرة لخدمة الجمهور والعمل على رفاهيته صحيا واقتصاديا وسياسيا واجتماعيا لا أن تستخدم هذه المعلومات في تعزيز بقاء السلطة البيروقراطية أو لتحقيق الأرباح المادية الخاصة.
- اتباع أساليب ونظم معينة لجمع المعلومات الصحية غير ملائمة مع المجتمع الحالي حيث يتم فرض هذه النظم والأساليب من قبل المنظمات الدولية والدول المقدمة للدعم المادي بهذا المجتمع.
- التداخل في مهام جمع المعلومات بين أكثر من مؤسسة وإدارة مع عدم وجود تنسيق بين هذه الدوائر إضافة إلى الكم الكثير من السجلات والاستمارات المستخدمة في هذا المجال الأمر الذي يعيق إيجاد معلومات صحية ودقيقة وموحدة.
- اتخاذ القرارات أحيانا بعيدا عن استخدام المعلومات وهذا ناتج عن عدم الثقة بالمعلومات المقدمة أو بجهل متخذ القرار في كيفية استخدام المعلومات المتوفرة في اتخاذ القرار أو النقص في الخبرة.
- عدم وجود الكوادر البشرية المؤهلة والمدربة على أساليب وطرق جمع المعلومات الصحية وعدم فعالية وسائل الاتصال المستخدمة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> يوسف قزاقرة، مرجع سبق ذكره، ص ص 43 - 45.

### خلاصة الفصل

من خلال ما تطرقنا إليه يمكن القول أن للمعلومات الصحية أهمية كبيرة في تنمية الوعي الصحي، فهي وسيلة فعالة وأداة رئيسية في تحسين مستوى صحة الجميع لأنها محور الصحة العامة وأحد فروعها الرئيسية، تهدف إلى تغيير العادات والمفاهيم والاتجاهات والممارسات الصحية، لذا يجب تحري الدقة والموضوعية والمصداقية قبل نشرها بين الأفراد لترسيخ العادات الصحية السليمة وتعويدهم على السلوك الصحي ولأنها تلعب دورا فعالا في بث الوعي الصحي وغرسه.

## الفصل الرابع: تحليل البيانات الميدانية

### تمهيد

1. عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية
    - 1.1. البيانات الشخصية
    - 1.2. المحور الأول: عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي
    - 1.3. المحور الثاني: أهمية المعلومات الصحية عبر الفيسبوك
    - 1.4. المحور الثالث: مصداقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
  2. النتائج الميدانية للدراسة
  3. نتائج الدراسة في ظل الإجابة عن التساؤلات المطروحة
- الاقتراحات والتوصيات  
خلاصة الفصل

**تمهيد**

يعد الجانب التطبيقي مرحلة مهمة من مراحل البحث العلمي فمن خلاله يتمكن الباحث من جمع المعلومات حول موضوع بحثه، من خلال الإجراءات الميدانية التي يقوم بها، إذ سنتطرق من خلاله إلى تحليل بيانات الدراسة بالاستناد إلى استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة قوامها 50 مفردة، حيث تم تجميع المادة الخام في جداول تكرارية لنتمكن من قراءتها بموضوعية، وبما يخدم أهداف الدراسة ويجب على التساؤلات الفرعية التي انطلقنا منها، ولذلك يأتي هذا الفصل لتقديم رؤية واقعية حول التساؤلات المطروحة بطريقة علمية وممنهجة.

1. عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

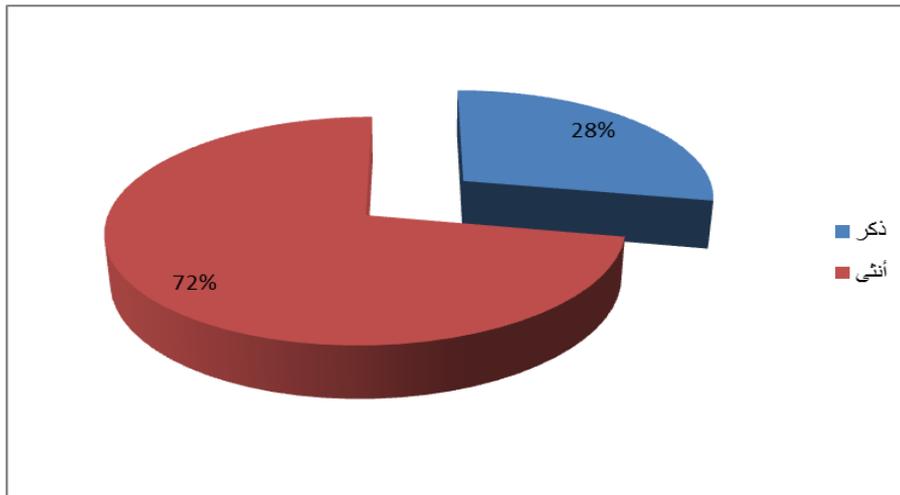
1.1. البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

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

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن أعلى نسبة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هم من الإناث وذلك بنسبة 72 %، وجاءت نسبة الذكور المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي متدنية بنسبة 28 %، وهذا راجع لغالبية نسبة الإناث على الذكور بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وذلك لأن معظم الذكور يتجهون إلى الحياة العملية بدلا من مواصلة الدراسة.

الشكل رقم 01: نسبة توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

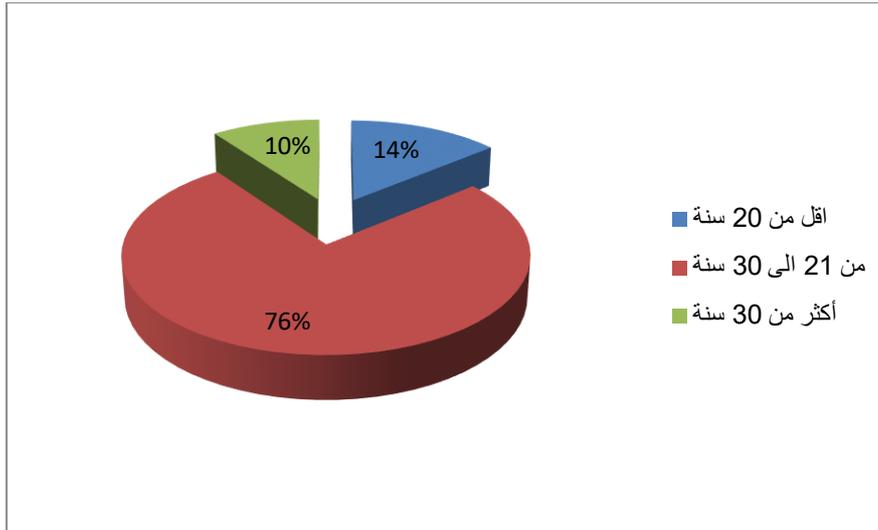


الجدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن
14 %	7	أقل من 20 سنة
76 %	38	من 21 إلى 30 سنة
10 %	5	أكثر من 30 سنة
100 %	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن الأغلبية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تتراوح أعمارهم من 21 إلى 30 سنة بنسبة 76 %، وهذا يبين لنا أن الباحثين المنتمين إلى هذه الفئة العمرية هم الفئة الغالبة التي تزاوَل دراستها بجامعة العربي التبسي، بينما جاءت الفئة التي تتراوح أعمارهم أقل من 20 سنة في المرتبة التي تليها بنسبة 14 %، أما الفئة المتبقية وهي الفئة الأكبر من 30 سنة قدرت نسبتها بـ 10 %.

الشكل رقم 02: نسبة توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

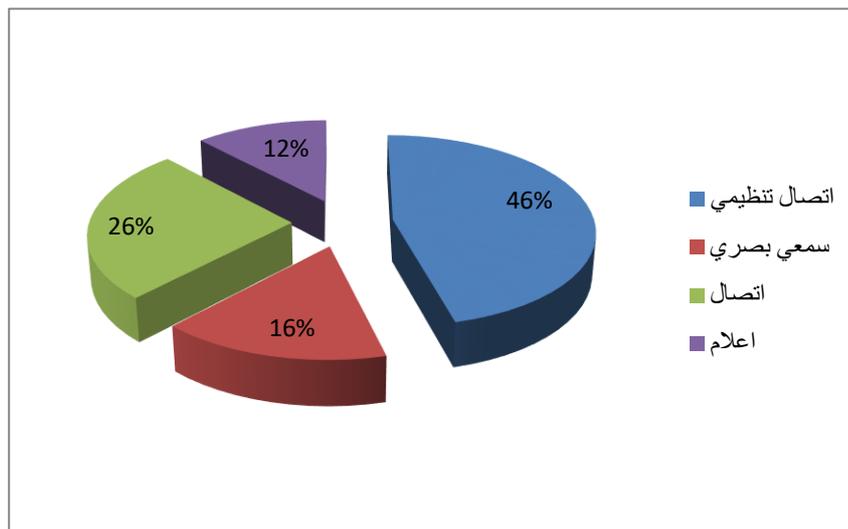


الجدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب التخصص الدراسي

التخصص	التكرار	النسبة
اتصال تنظيمي	23	46%
سمعي بصري	8	16%
اتصال	13	26%
إعلام	6	12%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص الدراسي ويتضح من خلاله أن أعلى نسبة كانت لطلبة الماستر تخصص اتصال تنظيمي والتي قدرت بـ 46%، ويليهما تخصص ليسانس اتصال بنسبة قدرت بـ 26%، أما نسبة تخصص ماستر سمعي بصري وليسانس إعلام كانتا متقاربتان بنسبة 16% و12% على التوالي.

الشكل رقم 03: نسبة توزيع أفراد العينة حسب التخصص



## 1.2. المحور الأول: عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات عبر مواقع التواصل

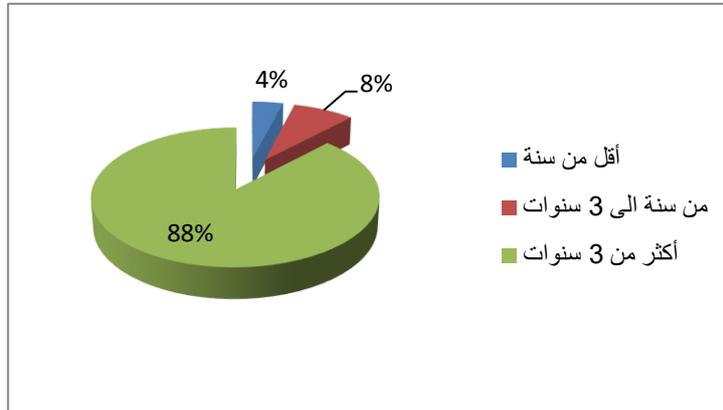
الاجتماعي

الجدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
4 %	2	أقل من سنة
8 %	4	من سنة إلى 3 سنوات
88 %	44	أكثر من 3 سنوات
100 %	50	المجموع

من خلال الجدول 04 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبين لنا أن معظم الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات بنسبة 88 %، في حين بلغت نسبة الأفراد الذين يستخدمون هذه المواقع من سنة إلى 3 سنوات 8 %، أما الأفراد المستخدمين لأقل من سنة فقد قدرت نسبة استخدامهم بـ 2 %، وهذا راجع إلى عصر العولمة والتكنولوجيا وما نتج عنهم من تطورات ملحوظة في حياتنا اليومية وإلى الانتشار الواسع والكبير لمواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم 04: نسبة توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



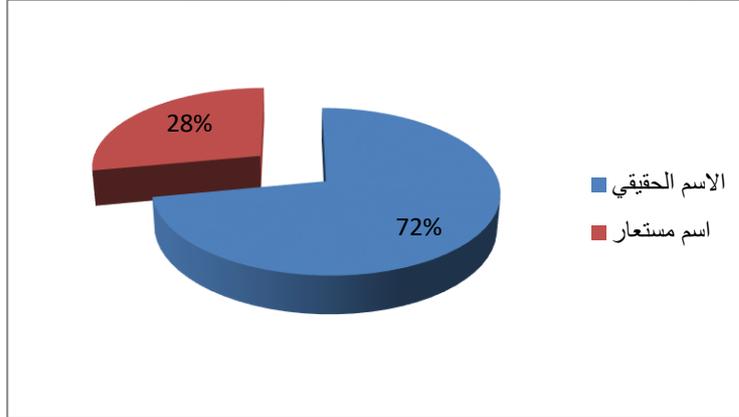
الجدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب الاسم الشخصي لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
72 %	36	الاسم الحقيقي
28 %	14	اسم مستعار
00 %	00	اسم أحد الأقارب أو الأصدقاء
100 %	50	المجموع

تشير النتائج في الجدول رقم 05 إلى أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون حساباتهم الشخصية بأسمائهم الحقيقية بنسبة 72 %، ويلجأ الاستخدام باسم مستعار بنسبة 14 %، أما فيما يخص اسم أحد الأقارب أو الأصدقاء فلم نسجل أي مفردة. ومن هنا يتبين أن أغلبية المبحوثين يستخدمون أسمائهم الحقيقية بهدف

التصرف بحرية في التواصل مع الأصدقاء لمعرفة هويتهم الحقيقية، في حين أن لأفراد الذين يستخدمون اسم مستعار كان عددهم متدني وهذا راجع لتخوفهم على معلوماتهم الشخصية والتطفل على حياتهم الخاصة وهذا ما دفعهم لتقمص شخصية غير شخصيتهم.

الشكل رقم 05: نسبة توزيع أفراد العينة حسب الاسم الشخصي لمواقع التواصل الاجتماعي

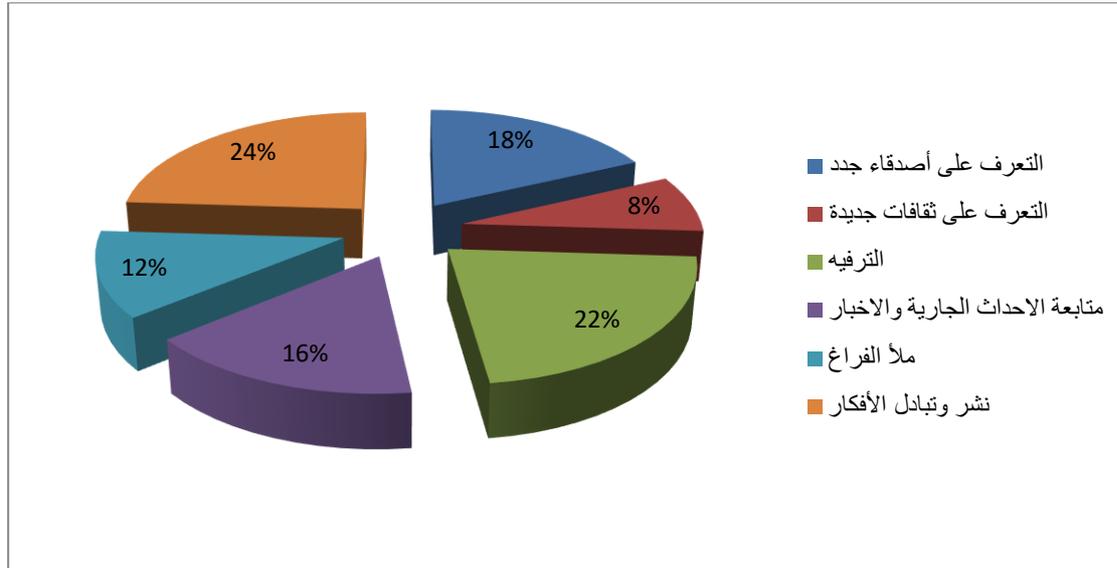


الجدول رقم 06: توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
18 %	9	التعرف على أصدقاء جدد
8 %	4	التعرف على ثقافات جديدة
22 %	11	الترفيه
16 %	8	متابعة الأحداث الجارية والأخبار
12 %	6	ملا الفراغ
24 %	12	نشر وتبادل الأفكار
100 %	50	المجموع

يمثل الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتوضح النتائج أن أغلبية الباحثين يقومون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغرض نشر وتبادل الأفكار وكذا الترفيه بنسب متقاربة بلغت 24 % و 22 %، والبعض منهم يستخدمونها بغرض التعرف على أصدقاء جدد ومتابعة الأحداث الجارية بنسب متقاربة أيضا متمثلة بـ 18 % و 16 %، في حين أن البعض الآخر من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لملا الفراغ بنسبة قدرت بـ 12 %، أما أدنى نسبة فقد كانت 8 % ممثلة للطلبة الذين يستخدمون هذه المواقع بنية التعرف على ثقافات جديدة. ونظرا لأهمية الأنترنت بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص لدى الطالب كوسيلة اتصال حديثة في حياته فقد تعددت دوافع استخدامها لديه.

الشكل رقم 06: نسبة توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

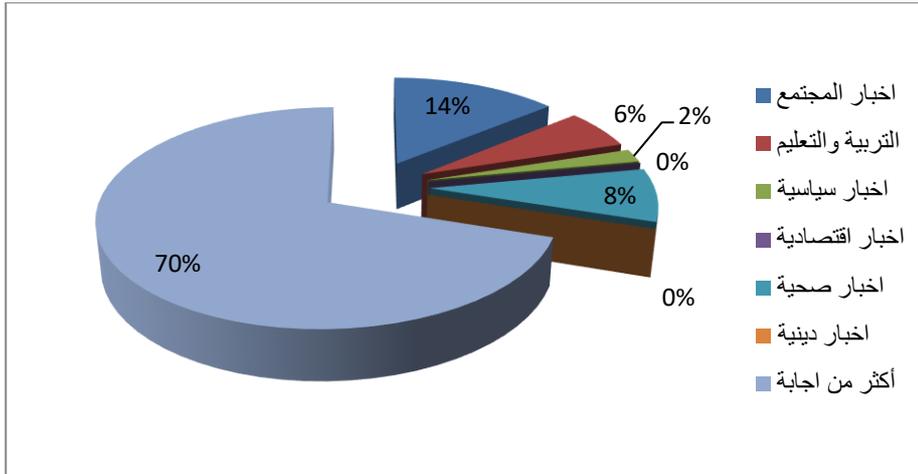


الجدول رقم 07: توزيع المبحوثين حسب نوع الصفحات التي يتم متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	نسبة
أخبار المجتمع	07	14 %
التربية والتعليم	03	06 %
أخبار سياسية	01	02 %
أخبار اقتصادية	00	00 %
أخبار صحية	04	08 %
أخبار دينية	00	00 %
أكثر من إجابة	35	70 %
المجموع	50	100 %

يوضح الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع الصفحات التي يتم متابعتها أن أغلبية أفراد العينة يتابعون الصفحات ذات الطابع المتعدد بنسبة الاختيارات التي تحتوي على أكثر من إجابة والتي قدرت بـ 70 % وهذا يدل على أن أغلبية المبحوثين لا يميلون إلى طابع واحد وإنما يتابعون جميع الصفحات حسب أهمية الموضوع والصفحة لدى المستخدم ومتابعتها بمحض الصدفة أحيانا، في حين أن نسبة 14 % يتابعون أخبار المجتمع كونها تثير موضوعا للنقاش، أما بالنسبة لباقي الصفحات كانت بنسب متدنية تتراوح ما بين 8 % و 6 % وهذا راجع إلى الاختيار الشخصي، ولم نسجل أي مفردة فيما يخص متابعة الصفحات الدينية والاقتصادية.

الشكل رقم 07: نسبة توزيع المبحوثين حسب نوع الصفحات التي يتم متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

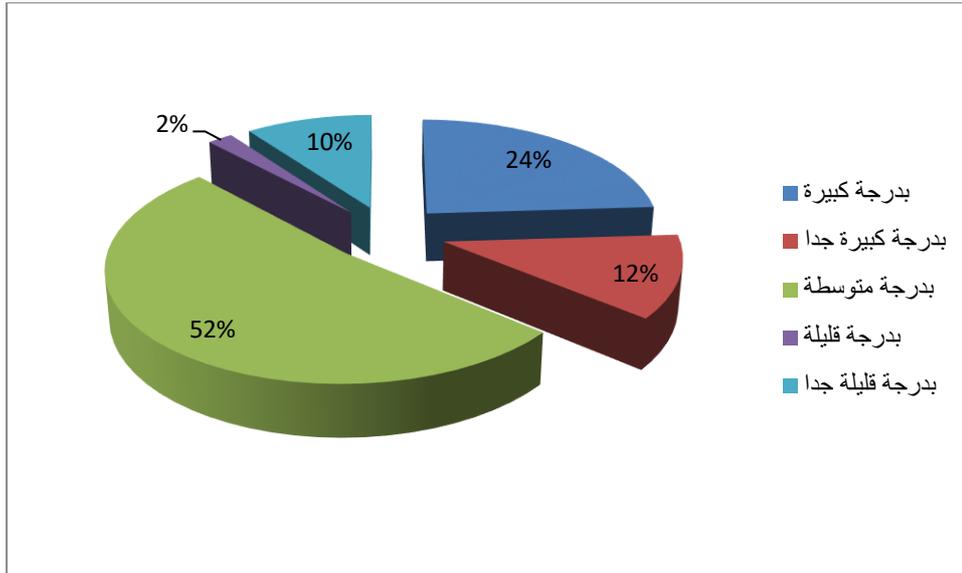


الجدول رقم 08: توزيع أفراد العينة حسب درجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
24 %	12	بدرجة كبيرة
12 %	06	بدرجة كبيرة جدا
52 %	26	بدرجة متوسطة
02 %	01	بدرجة قليلة
10 %	05	بدرجة قليلة جدا
100 %	50	المجموع

يمثل الجدول رقم 08 توزيع أفراد العينة حسب درجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي حيث تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة لدرجة المتابعة بدرجة متوسطة بلغت 52 %، وبلغت أقل نسبة لمعدل المتابعة 2 % وهي نسبة الأشخاص الذين يتابعون بدرجة قليلة، كما بلغت نسبة الأفراد الذين يتابعون بدرجة كبيرة 24 %، في حين أن المبحوثين الذين يتابعون هذه المواقع بدرجة قليلة جدا وبدرجة كبيرة جدا كانت نسب متابعتهم في تقارب حيث بلغت نسبتي 10 % و 12 %، وهذا راجع إلى أن الطلبة لديهم التزامات أخرى كانشغالهم بالدراسة ومراجعة دروسهم والتحضير لها وبذلك تكون درجة متابعتهم متوسطة. كما أن الإدمان يجعل البعض الآخر ينفقون وقتا أكبر في التصفح.

الشكل رقم 08: توزيع أفراد العينة حسب درجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

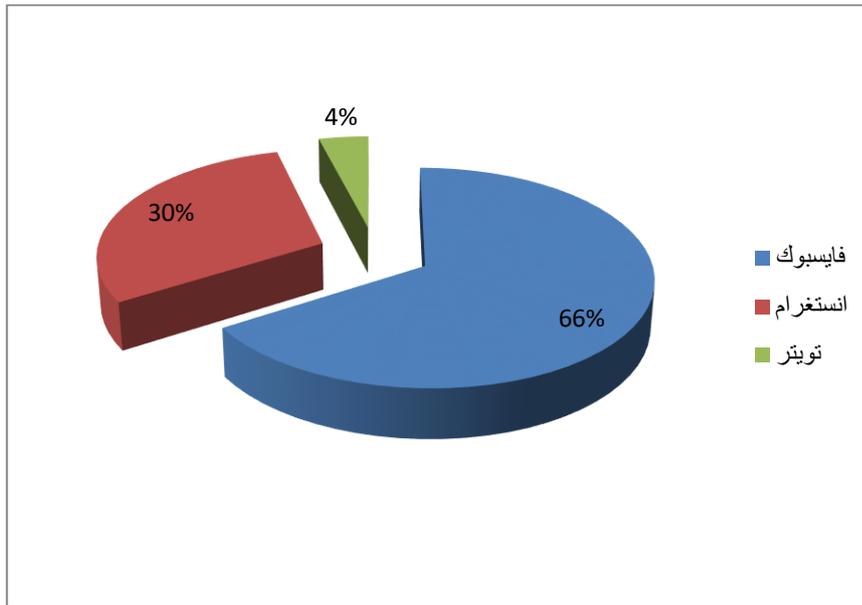


الجدول رقم 09: توزيع المبحوثين حسب أهم المواقع المتابعة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
فيسبوك	33	66 %
إنستغرام	15	30 %
تويتر	02	04 %
المجموع	50	100 %

تشير نتائج الجدول رقم 09 إلى أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك بنسبة 66 % وهذا راجع إلى قوة وسرعة وشمولية موقع الفيسبوك باعتباره من أكثر المواقع استخداما وتفضيلا نظرا لانتشاره الواسع والمتطور في السنوات الأخيرة عبر العالم أجمع وخاصة في الفترة الأخيرة من انتشار وباء كورونا والذي جعل منه مصدرا للحصول على المعلومات الصحية والتواصل مع الأهل والأصدقاء، ويعد الإنستغرام في المرتبة الثانية من ناحية الاستخدام لدى المبحوثين بنسبة 30 % حيث يعرف هذا التطبيق أيضا انتشارا ملحوظا، أما موقع تويتر فقد بلغت نسبة استخدامه الـ 4 % باعتبار أنه لا يزال في بداية انتشاره مقارنة بالفيسبوك والإنستغرام.

الشكل رقم 09: نسبة توزيع المبحوثين حسب أهم المواقع المتابعة



### 1.3. المحور الثاني: أهمية المعلومات الصحية عبر الفيسبوك

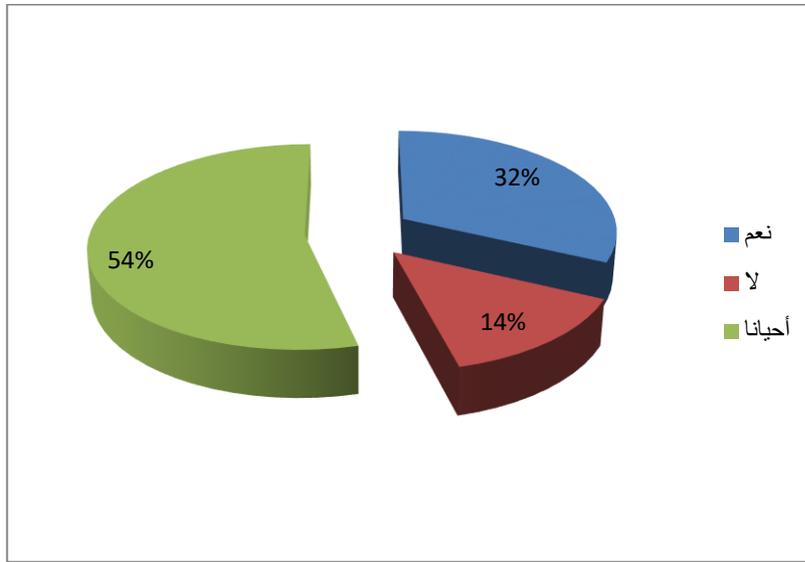
الجدول رقم 10: توزيع المبحوثين حسب إمكانية التعرض للمعلومات الصحية عبر الفيسبوك

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	16	32 %
لا	7	14 %

أحيانا	27	54 %
المجموع	50	100 %

من خلال هذا الجدول الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب إمكانية التعرض للمعلومات الصحية عبر الفايسبوك نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 50 مفردة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين كانت إجاباتهم بـ أحيانا بنسبة 54%، أما المجموعة الثانية فتمثلت في الأفراد الذين كانت إجاباتهم بـ نعم بنسبة 32 %، أما المجموعة الأخيرة كانت إجاباتهم بـ لا وهي أدنى نسبة قدرت بـ 14 %، ومن خلال النتائج المبينة في الجدول نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يتعرضون للمعلومات الصحية عبر الفايسبوك أحيانا وليس بصفة دائمة وهذا راجع إلى كثرة المعلومات المتداولة وكذلك اللجوء في بعض الأحيان إلى الوسائل التقليدية كالتلفزيون والإذاعة والجرائد وغيرها.

الشكل رقم 10: نسبة توزيع المبحوثين حسب إمكانية التعرض للمعلومات الصحية عبر الفايسبوك



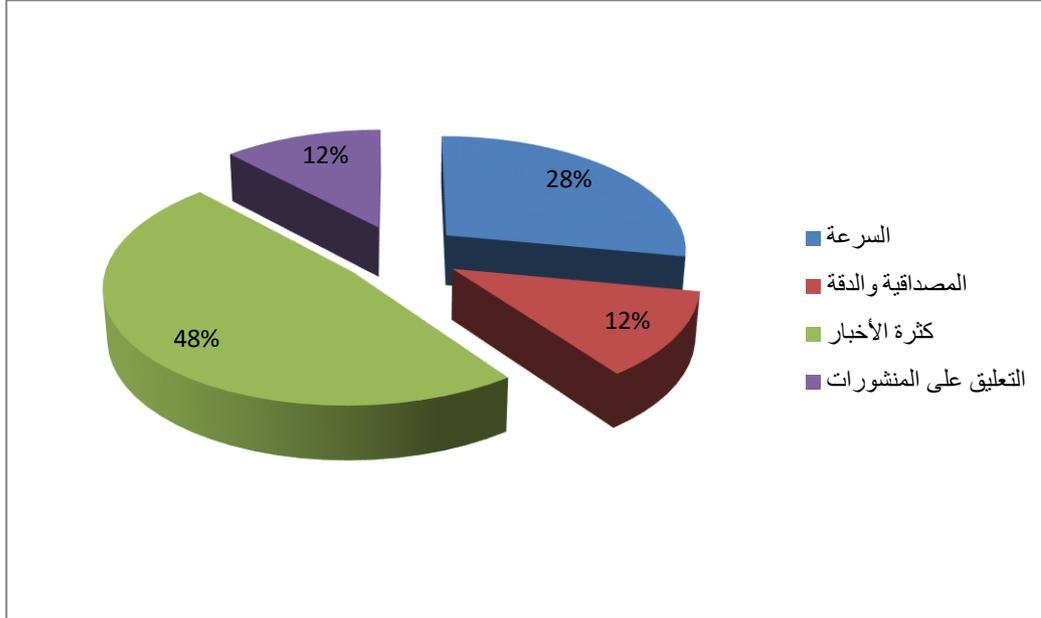
الجدول رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب مميزات الفايسبوك للحصول على المعلومات

النسبة	التكرار	الاحتمالات
28 %	14	السرعة
12 %	6	المصداقية والدقة
48 %	24	كثرة الأخبار
12 %	6	التعليق على المنشورات
100 %	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة الذين يلجؤون للفايسبوك للحصول على المعلومات لأنه يتميز بكثرة الأخبار قدرت بنسبة 48%، وهذا راجع لتعدد الصفحات والمجموعات المتخصصة بالمعلومات والأخبار فقط، كما أن قراءة الأخبار على الإنترنت عملية مرهقة بالدخول والخروج من كل موقع إخباري بشكل متكرر، ولكن مع شبكة الفيسبوك أصبحت قراءة الأخبار والتفاعل معها من أسهل ما يكون، في حين أن هناك فئة أخرى من الأفراد يستخدمون هذا الموقع لأنه يتميز بالسرعة بلغت نسبتهم 28

% باعتبار الفايسبوك يتميز بالخدمات السريعة والتطورات الملحوظة، وتليها مجموعة الأفراد الذين كانت إجاباتهم لتمييزه بالمصداقية والدقة بنسبة 12% وهي نفس نسبة الأفراد الذين يلجؤون إليه للحصول على المعلومات بسبب خاصية التعليق على المنشورات.

الشكل رقم 11: نسبة توزيع أفراد العينة حسب مميزات الفايسبوك للحصول على المعلومات

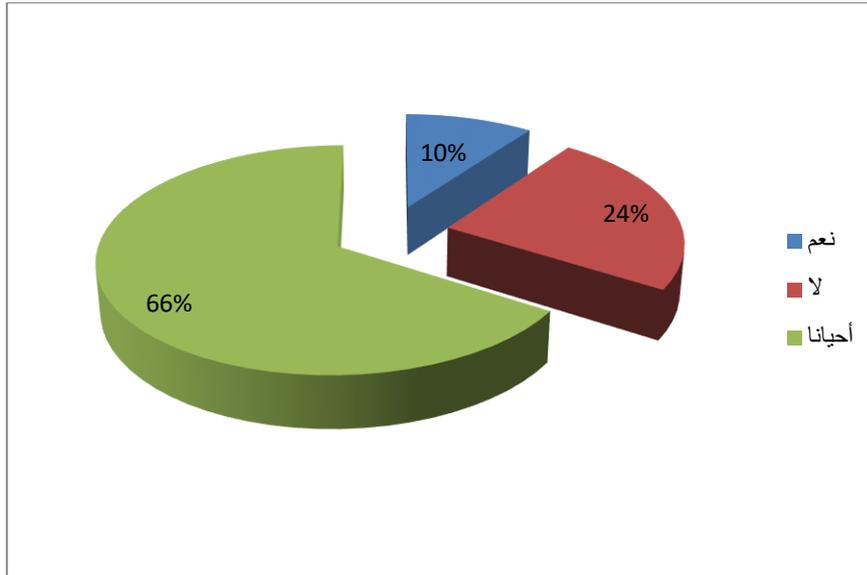


الجدول رقم 12: توزيع أفراد العينة حسب اللجوء إلى الفايسبوك كوسيلة حصرية للحصول على إجراءات وقائية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
10 %	5	نعم
24 %	12	لا
66 %	33	أحيانا
100 %	50	المجموع

يمثل الجدول رقم 12 توزيع أفراد العينة حسب اللجوء إلى الفايسبوك كوسيلة حصرية للحصول على إجراءات وقائية، نلاحظ من خلاله أن أعلى نسبة سجلت كانت للمبحوثين الذين يلجؤون "أحيانا" لهذا الموقع كوسيلة حصرية للحصول على إجراءات الوقاية حيث بلغت 66%، وهذا راجع لوجود صفحات ومجموعات خاصة بالتوصيات الطبية لأطباء مختصين يقومون بمشاركة منشورات وفيديوهات وقائية للتخفيف من حدة الإصابات المتكررة بالأمراض والابتعاد عن الأخطاء المتداولة، في حين أن أقل نسبة قدرت بـ 10% وتخص مجموعة الأفراد الذين كانت إجاباتهم بـ "نعم" لرؤيتهم أن هذا الموقع يتيح لهم الحصول على الإجراءات التي تفيدهم. كما بلغت نسبة الإجابة بـ "لا" 24% وهذا يدل على أن هناك من لا يلجأ إلى موقع الفايسبوك للحصول على الإجراءات الوقائية وهذا راجع للكلم الهائل من المعلومات والنصائح المتباينة.

الشكل رقم 12: نسبة توزيع أفراد العينة حسب اللجوء إلى الفايسبوك كوسيلة حصرية للحصول على إجراءات وقائية

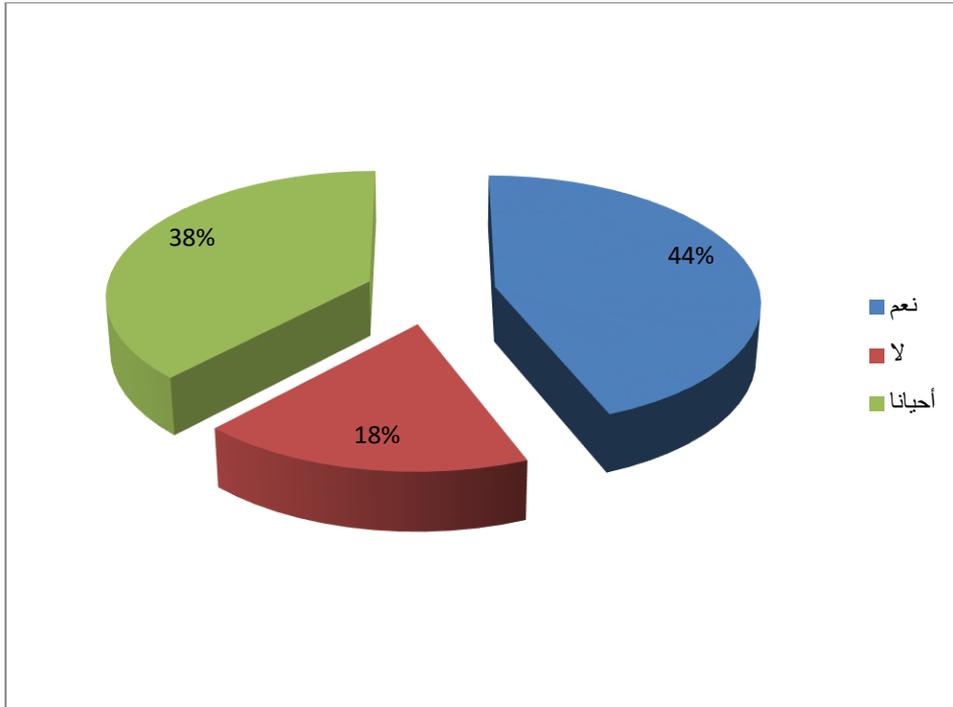


الجدول رقم 13: توزيع أفراد العينة حسب متابعة الصفحات والمجموعات المختصة بالمعلومات الصحية فقط

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	22	44 %
لا	9	18 %
أحيانا	19	38 %
المجموع	50	100 %

الجدول رقم 13 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متابعة الصفحات والمجموعات المختصة بالمعلومات الصحية فقط، ومن خلاله نلاحظ أن نسبة 44 % من أفراد العينة كانت إجاباتهم بـ "نعم" لوجود صفحات ومجموعات يتابعونها مختصة بتداول المعلومات الصحية فقط وبطريقة منتظمة ومفيدة تدار من قبل أطباء وأخصائيين، وتليها نسبة 38 % من الأفراد الذين كانت إجاباتهم بـ "أحيانا"، أما بقية أفراد العينة فقدرت نسبة 18 % لإجاباتهم بـ "لا" وهذا راجع لعدم متابعة موقع الفايسبوك نهائيا أو إلى عدم تصفح هذه المعلومات المتوفرة وهذا راجع إلى اختيارات شخصية.

الشكل رقم 13: نسبة توزيع أفراد العينة حسب متابعة الصفحات والمجموعات المختصة بالمعلومات الصحية فقط

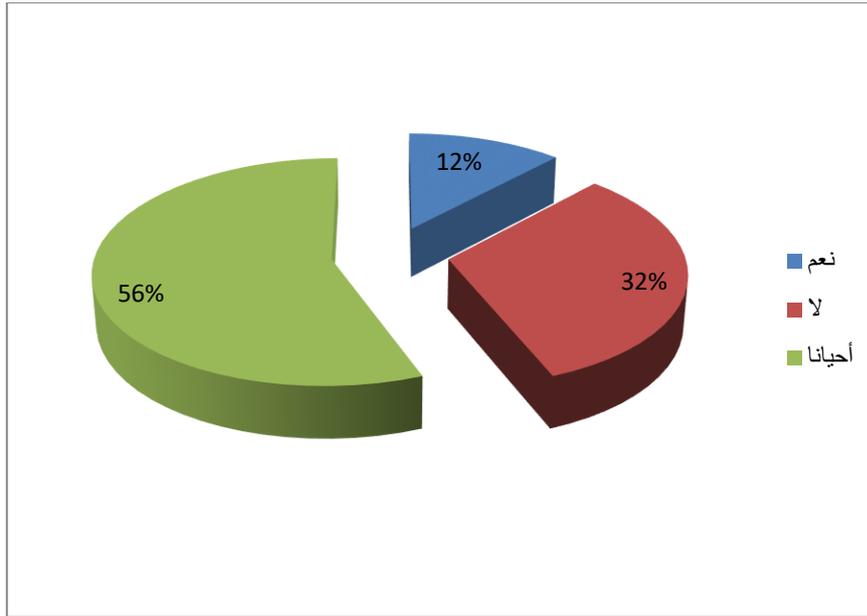


الجدول رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب التعرض للفايسبوك باعتبار انه من المواقع التي تقوم بنشر المعلومات الصحية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	6	12 %
لا	16	32 %
أحياناً	28	56 %
المجموع	50	100 %

يمثل الجدول رقم 14 توزيع أفراد العينة حسب التعرض للفايسبوك باعتبار أنه من المواقع التي تقوم بنشر المعلومات الصحية، من خلال النسب المقدمة في الجدول أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة بلغت 56 % للذين يتصفحون الفاييسبوك "أحياناً" كونه موقع يقوم بنشر المعلومات الصحية، وأدنى نسبة بلغت نسبة 12% للذين كانت إجاباتهم "نعم"، ومن خلال هذا يتضح أن معظم أفراد العينة يتابعون موقع الفاييسبوك للحصول على المعلومات الصحية ويعتبرونه من أهم المواقع المتاحة التي توفر المعلومات الصحية وهذا على اعتبار أن الفاييسبوك وسيلة إعلامية من بين وسائل الإعلام الجديد التي تقوم ببث جميع المفاهيم والمواضيع.

الشكل رقم 14: نسبة توزيع أفراد العينة حسب التعرض للفايسبوك باعتبار انه من المواقع التي تقوم بنشر المعلومات الصحية

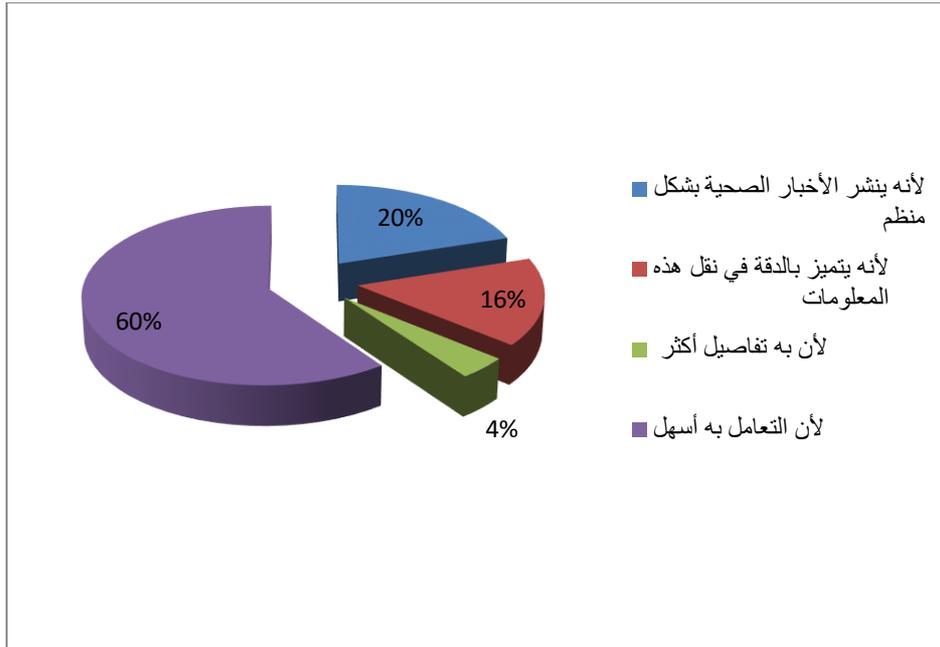


الجدول رقم 15: توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل متابعة الأخبار الصحية عبر الفايسبوك

النسبة	التكرار	الاحتمالات
20%	10	لأنه ينشر الأخبار الصحية بشكل منظم
16%	8	لأنه يتميز بالدقة في نقل هذه المعلومات
4%	2	لأن به تفاصيل أكثر
60%	30	لأن التعامل به أسهل
100%	50	المجموع

يمثل الجدول رقم 15 توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل متابعة الأخبار الصحية عبر الفايسبوك، من خلال ما هو مقدم في هذا الجدول نلاحظ أن أكثر من نصف العينة يفضلون متابعة الأخبار الصحية عبر الفايسبوك بسبب "التعامل السهل به" بنسبة بلغت 60% وهذا راجع إلى المضامين والمنشورات المتداولة وكيفية الحصول عليها ورؤيتها بطريقة سلسة وسريعة وفي أي وقت، كذلك لوجود خاصية التعليق على المنشورات والأخبار ومشاركتها بسهولة، وتليها فئة الأفراد الذين كانت إجابة اختيارهم "لأنه ينشر الأخبار الصحية بشكل منظم" بنسبة 20%، أما أدنى فئة فكان اختيارهم لعرضه "تفاصيل أكثر" لانهم يرون أن موقع الفايسبوك يتميز بإعطاء تفاصيل أكثر عكس الوسائل التقليدية.

الشكل رقم 15: نسبة توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل متابعة الأخبار الصحية عبر الفايسبوك

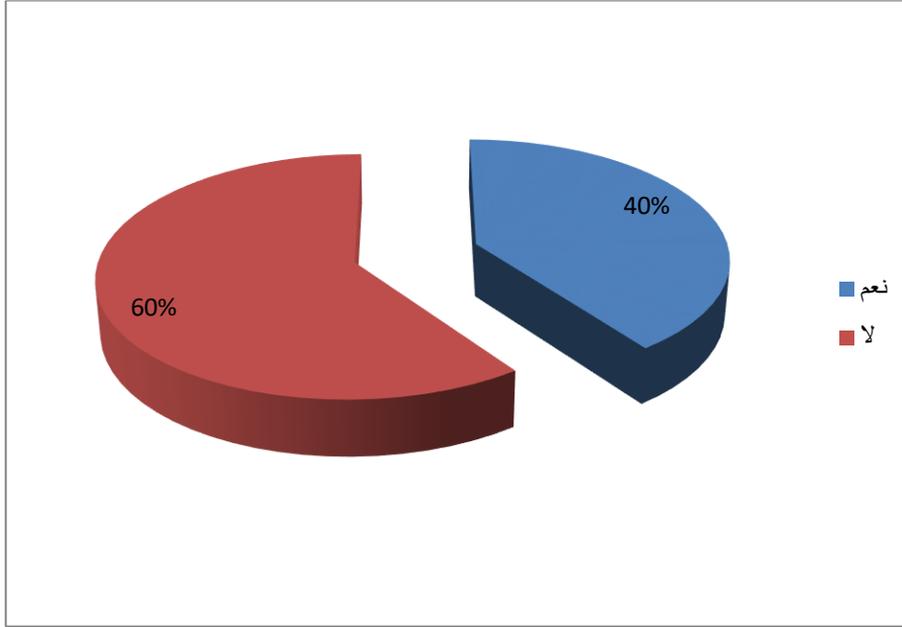


الجدول رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب خلفية ملائمة المعلومات الصحية المقدمة عبر الفيسبوك لاتخاذ القرارات الصحية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	20	40 %
لا	30	60 %
مجموع	50	100 %

يمثل الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب خلفية ملائمة المعلومات الصحية المقدمة عبر الفيسبوك لاتخاذ القرارات الصحية حيث نلاحظ أن أغلبية الباحثين لا يعتبرون أن المعلومات الصحية المقدمة عبر الفيسبوك تشكل خلفية ملائمة لاتخاذ القرارات الصحية بنسبة قدرت بـ 60 %، وهذا راجع لكثرة هذه المعلومات المتداولة بشكل كبير جدا مما يؤدي إلى غياب الدقة والموضوعية. أما البقية فقد كانت إجاباتهم "نعم" أي أنهم يعتبرون التوصيات والمعلومات المقدمة خلفية ملائمة لاتخاذ القرارات الصحية وذلك بنسبة بلغت 40 %.

الشكل رقم 16: نسبة توزيع أفراد العينة حسب خلفية ملائمة المعلومات الصحية المقدمة عبر الفيسبوك لاتخاذ القرارات الصحية



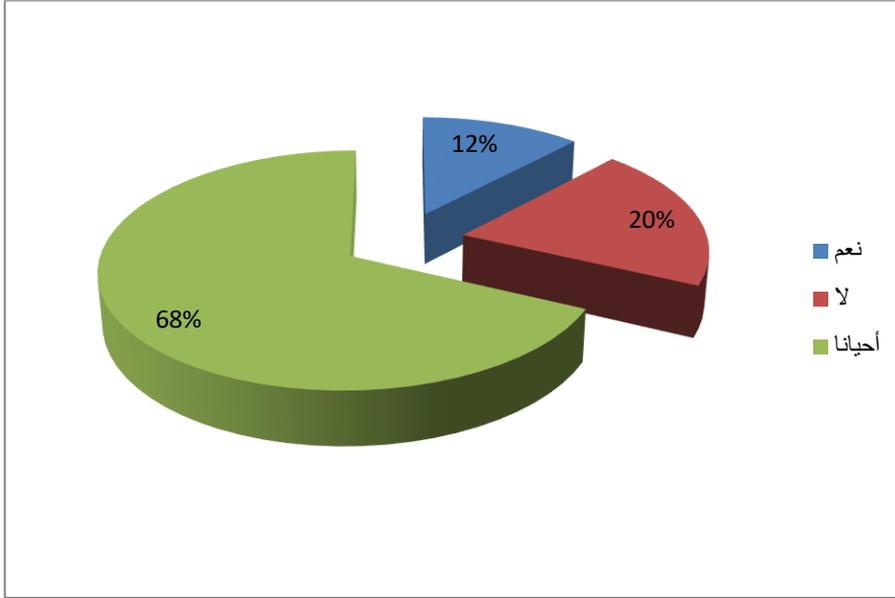
#### 1.4. المحور الثالث: مصداقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 17: توزيع أفراد العينة حسب اللجوء للفايسبوك كمصدر للمعلومات لأنه يستقي الأخبار من جهة رسمية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	6	12 %
لا	10	20 %
أحيانا	34	68 %
المجموع	50	100 %

يمثل الجدول رقم 17 توزيع أفراد العينة حسب اللجوء للفايسبوك كمصدر للمعلومات لأنه يستقي الأخبار من جهة رسمية، ويوضح أن نسبة 68 % من المبحوثين كانت إجابتهم "أحيانا" يلجؤون للفايسبوك كمصدر للمعلومات كونه يستقي الأخبار من جهة رسمية، لتليها نسبة 20 % من الذين كانت إجابتهم "لا"، وأدنى نسبة كانت 12 % للذين كانت إجابتهم "نعم"، ومن خلال هذا يتضح أن أغلبية أفراد العينة يلجؤون أحيانا إلى موقع الفاييسبوك للحصول على المعلومات كمصدر موثوق وفي المقابل يرى البعض أن الفاييسبوك مجرد موقع افتراضي ومعلوماته غير قابلة للتصديق ومن الممكن أن تكون هذه المعلومات مجرد إشاعات وليست من جهات رسمية.

الشكل رقم 17: نسبة توزيع أفراد العينة حسب اللجوء للفايسبوك كمصدر للمعلومات لأنه يستقي الأخبار من جهة رسمية

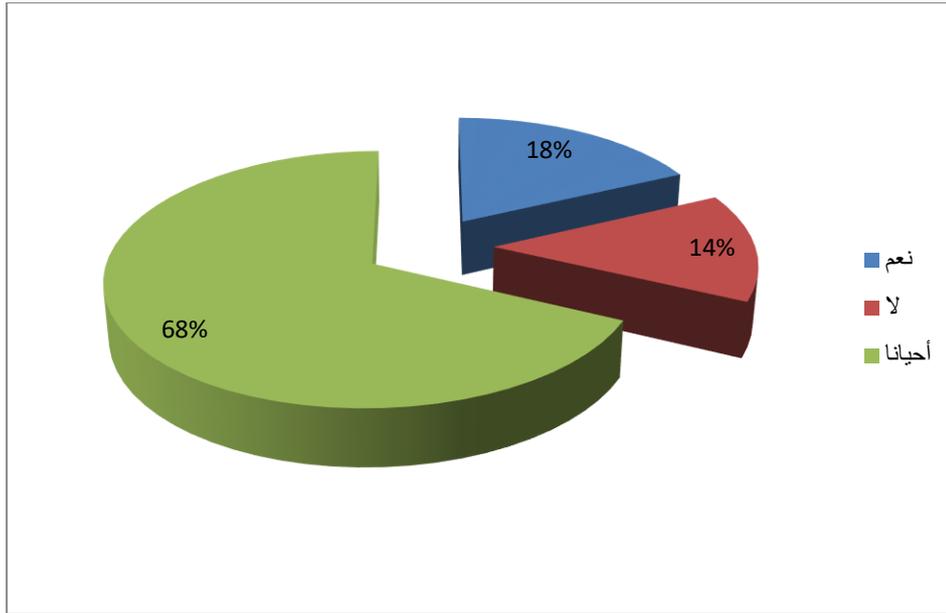


الجدول رقم 18: توزيع أفراد العينة حسب توفير الفايسبوك للمعلومات الصحية المهمة والمعتمد عليها

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	9	18 %
لا	7	14 %
أحيانا	34	68 %
المجموع	50	100 %

يمثل الجدول رقم 18 توزيع أفراد العينة حسب توفير الفايسبوك للمعلومات الصحية المهمة والمعتمد عليها، من خلال الجدول المقدم أعلاه نلاحظ أن النسبة الأعلى للذين كانت إجابتهم أن موقع الفايسبوك "أحيانا" يوفر معلومات صحية مهمة ويمكن الاعتماد عليها حيث بلغت 68%، وتذبذبت الإجابات بين "نعم" و "لا" حيث بلغت نسب متقاربة قدرت بـ 18% و 16%، من خلال هذا نرى أن معظم أفراد العينة يعتمدون أحيانا على المعلومة الصحية المعروضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها ذات طابع مهم يمكننا الاعتماد عليه والأخذ به في بعض الحالات المرضية أو الوقائية.

الشكل رقم 18: نسبة توزيع أفراد العينة حسب توفير الفايسبوك للمعلومات الصحية المهمة والمعتمد عليها

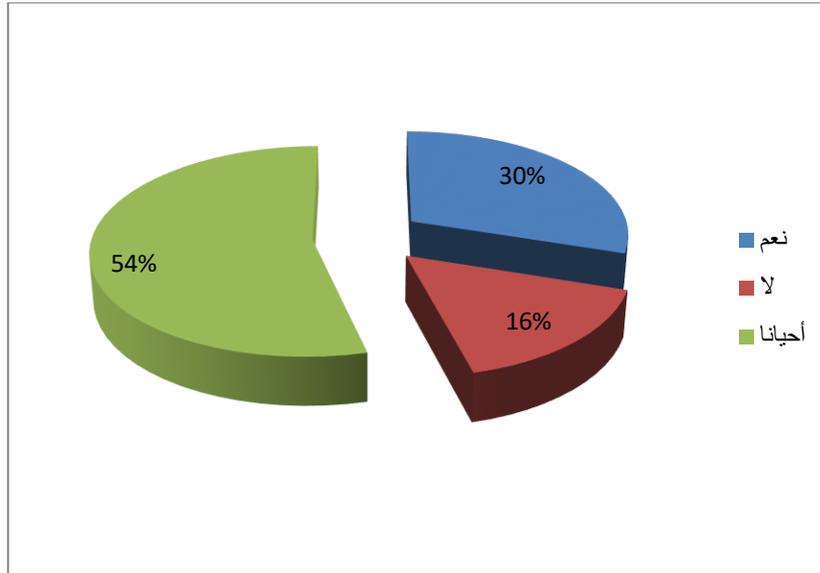


الجدول رقم 19: توزيع أفراد العينة حسب اللجوء للفايسبوك كمصدر للمعلومات كونه يعتمد على مصادر متعددة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
30 %	15	نعم
16 %	8	لا
54 %	27	أحيانا
100 %	50	المجموع

يمثل الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب اللجوء للفايسبوك كمصدر للمعلومات كونه يعتمد على مصادر متعددة، حيث يوضح أن نسبة 54% من المبحوثين كانت إجابتهم بـ "أحيانا" لرؤيتهم أن موقع الفاييسبوك يستقي معلوماته من مصادر متعددة في بعض الأحيان وليس من مصدر واحد، وتليها الإجابة بـ "نعم" بنسبة 30% من أفراد العينة وهذا راجع إلى تعدد المصادر وتنوعها، وأدنى نسبة كانت فئة الأفراد الذين كانت إجابتهم بـ "لا" بنسبة 16% لاعتقادهم أن المعلومات الصحية المتداولة بموقع الفاييسبوك من مصدر واحد وتم مشاركتها فقط على نطاق واسع.

الشكل رقم 19: نسبة توزيع أفراد العينة حسب اللجوء للفايسبوك كمصدر للمعلومات كونه يعتمد على مصادر متعددة

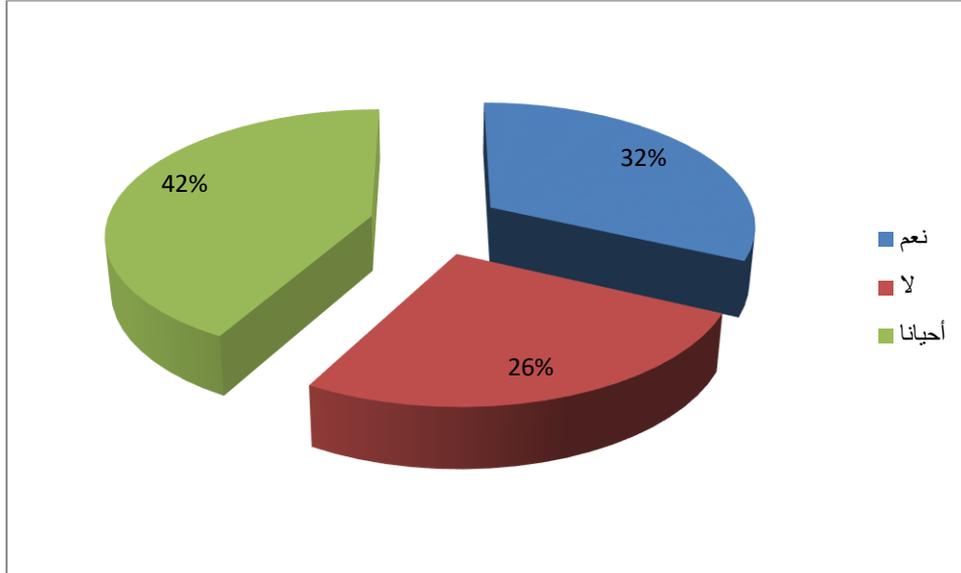


الجدول رقم 20: توزيع أفراد العينة حسب متابعة المنشورات المدعمة بالإحصاء والأدلة العلمية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	16	32 %
لا	13	26 %
أحيانا	21	42 %
المجموع	50	100 %

يمثل الجدول رقم 20 توزيع أفراد العينة حسب متابعة المنشورات المدعمة بالإحصاء والأدلة العلمية ويوضح أن أعلى نسبة من أفراد العينة يتابعون المنشورات المدعمة بالإحصاء والأدلة العلمية بنسبة 42 % من الإجابات بـ "أحيانا" وتليه إجابة "نعم" بنسبة بلغت 32 % وهذا يدل على أن كل المعلومات التي تكون مدعمة بشواهد تكون ذات مصداقية وموضوعية أكثر عكس ما ينشر من أخبار ومواضيع مجهولة تكون غير صادقة ومظلمة، وأدنى نسبة قدرت بـ 26 % من المبحوثين الذين كانت إجابتهم بـ "لا" باعتبارهم يتابعون أي منشور مقدم ولا يهتمون إلى المصدر والإحصاء الصحيح.

الشكل رقم 20: نسبة توزيع أفراد العينة حسب متابعة المنشورات المدعمة بالإحصاء والأدلة العلمية

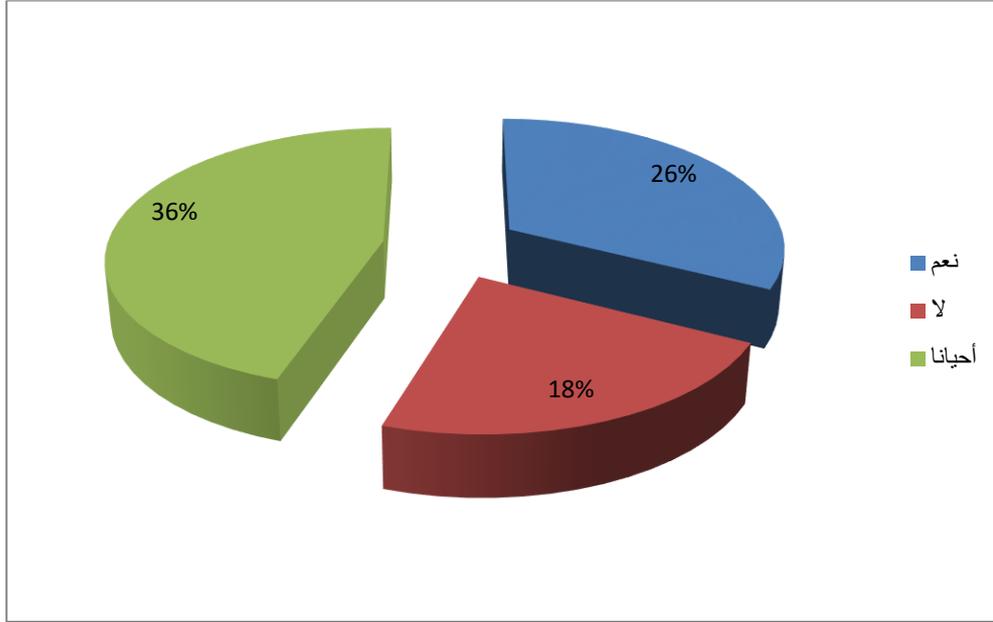


الجدول رقم 21: توزيع أفراد العينة حسب زيادة المنفعة والمصداقية بتكرار المنشورات الصحية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	23	46 %
لا	9	18 %
أحيانا	18	36 %
المجموع	50	100 %

يمثل الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب زيادة المنفعة والمصداقية بتكرار المنشورات الصحية حيث نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة كانت إجابتهم بـ "نعم" بنسبة 46 % فهم يرون أن تكرار المنشورات الصحية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يجعلها ذات مصداقية ومنفعة أكثر على عكس المنشورات التي لم يتم تداولها أو التفاعل معها بشكل كبير مما يؤدي إلى إلغاء مصداقيتها وتكذيبها، في حين بلغت مجموعة الإجابة بـ "أحيانا" نسبة 36 % وكانت قريبة لإجابات "نعم" أما أقل فئة فسجلت نسبة 18 % وهي لأفراد العينة التي كانت إجابتهم بـ "لا" فتكرار المنشورات لديهم لا يعطيها الدعم الذي يجعلها تتسم بالمصداقية والمنفعة الكبيرة.

الشكل رقم 21: نسبة توزيع أفراد العينة حسب زيادة المنفعة والمصداقية بتكرار المنشورات الصحية

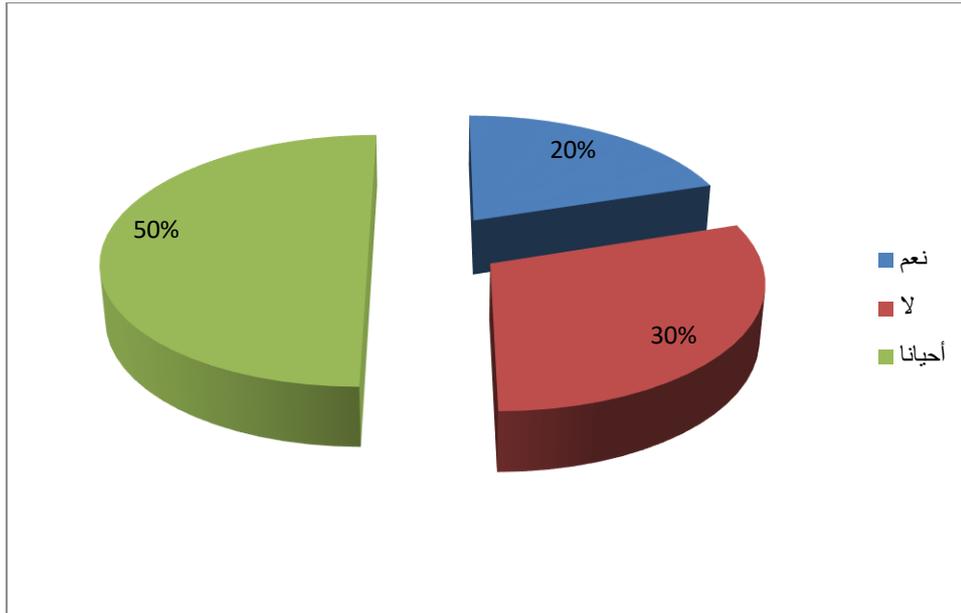


الجدول رقم 22: توزيع أفراد العينة حسب ارتباط كثرة مشاركة المنشورات بمقومات مصداقية هذه المواقع

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	10	20 %
لا	15	30 %
أحيانا	25	50 %
المجموع	50	100 %

يمثل الجدول رقم 22 توزيع أفراد العينة حسب ارتباط كثرة مشاركة المنشورات بمقومات مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي ويتضح من خلاله أن نصف أفراد العينة كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" لتأتي نسبة إجاباتهم في المرتبة الأولى حيث بلغت 50 %، وتليها الإجابة بـ "لا" بنسبة 30 % في المرتبة الثانية، في حين احتلت الإجابة بـ "نعم" 20 % المرتبة الأخيرة، وهذا راجع إلى الاعتقاد السائد لدى الأفراد بأن مشاركة المنشورات بكثرة وتبادلها بين الصفحات والمجموعات وكذلك الأفراد فيما بينهم يعطي لهذه المنشورات نوعاً من المصداقية والموضوعية لدى المتابعين مما يجعلهم يصدقونها.

الشكل رقم 22: نسبة توزيع أفراد العينة حسب ارتباط كثرة مشاركة المنشورات بمقومات مصداقية هذه المواقع

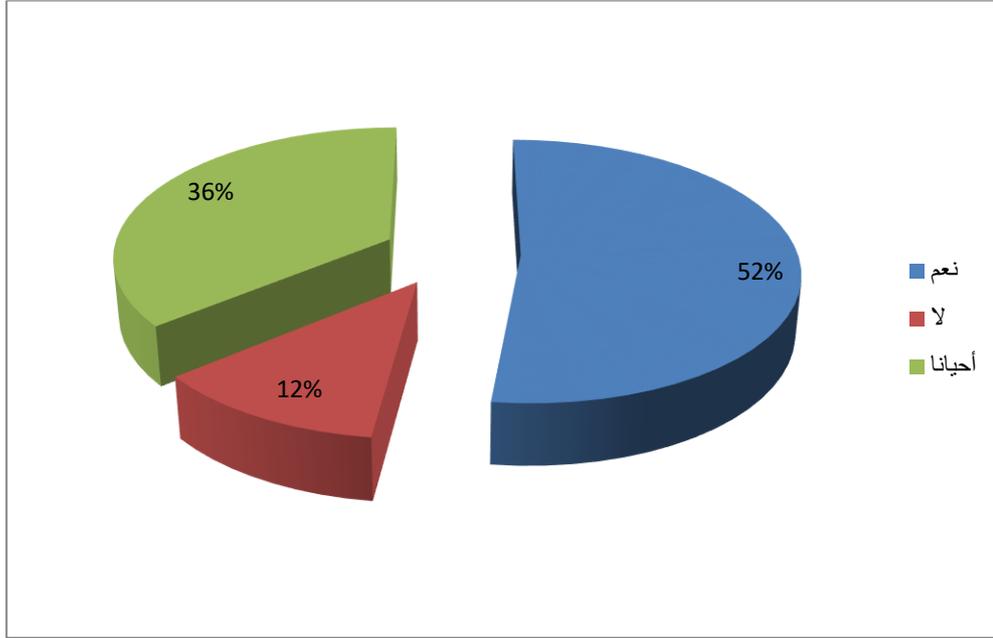


الجدول رقم 23: توزيع أفراد العينة حسب دور مقاطع الفيديو المباشرة للأطباء والخبراء المختصين في مصداقية الأخبار عبر الفيسبوك

النسبة	التكرار	الاحتمالات
52 %	26	نعم
12 %	6	لا
36 %	18	أحيانا
100 %	50	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 23 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب دور مقاطع الفيديو المباشرة للأطباء والخبراء المختصين في مصداقية الأخبار عبر الفيسبوك إلى أن أعلى نسبة للإجابة "نعم" أي الأفراد الذين يعتبرون أن مصداقية الأخبار عبر الفيسبوك ترتبط ببث مقاطع الفيديو المباشرة للأطباء والخبراء المختصين حيث بلغت 52%، وبلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون "أحيانا" الأخبار الصحية التي تتميز ببث مقاطع الفيديو المباشرة للأطباء والخبراء مختصين كونها تتحلى بالمصداقية 36%، وأدنى نسبة سجلت هي 12 % للإجابة "لا"، وهذا راجع إلى أن الفيديوهات المباشرة للأطباء وذوي التخصص تشكل دعماً للنقطة وتعتبر دليلاً على مصداقية الخبر أو المعلومة المقدمة عبرها وخاصة إذا كانت من قبل أطباء معروفين.

الشكل رقم 23: نسبة توزيع أفراد العينة حسب دور مقاطع الفيديو المباشرة للأطباء والخبراء المختصين في مصداقية الأخبار عبر الفيسبوك

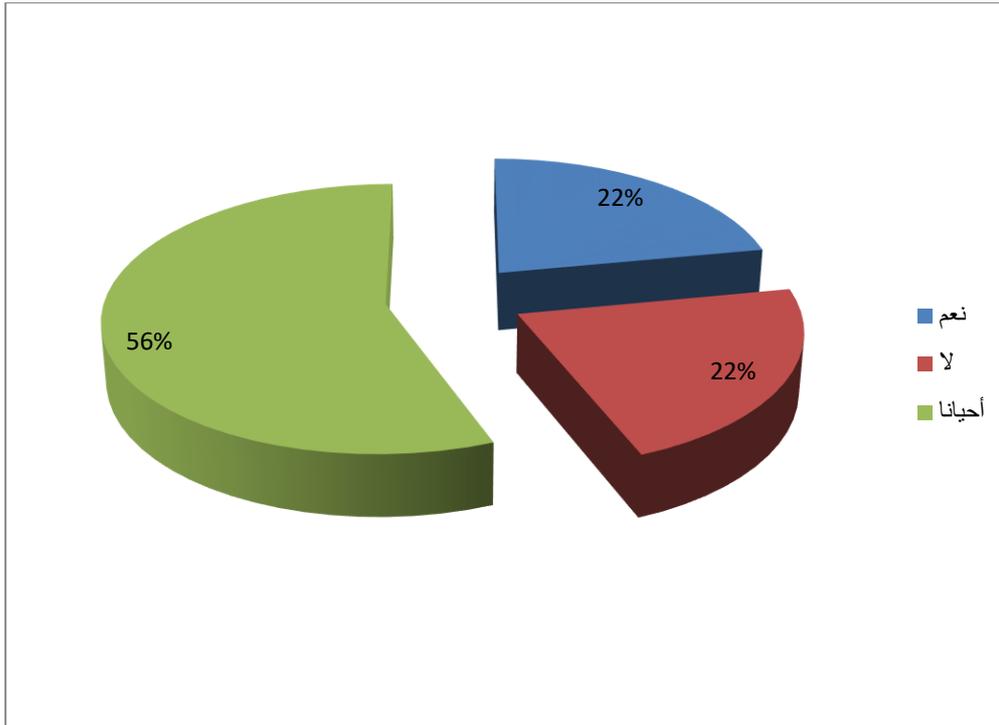


الجدول رقم 24: توزيع أفراد العينة حسب علاقة تكرار المنشورات وكثرة التعليقات والتفاعل بمصادقية المعلومات

النسبة	التكرار	الاحتمالات
22 %	11	نعم
22 %	11	لا
56 %	28	أحيانا
100 %	50	المجموع

يمثل الجدول رقم 24 توزيع أفراد العينة حسب علاقة تكرار المنشورات وكثرة التعليقات والتفاعل بمصادقية المعلومات، وتشير نتائج هذا الجدول إلى أن نسبة الأفراد الذين كانت إجاباتهم بـ "أحيانا" قدرت بـ 56 % وهم أكثر الذين يعتبرون أن تكرار المنشورات الصحية وكثرة التعليقات والتفاعل عليها يجعلهم يصدقون المعلومات تلقائياً دون تكذيبها وعدم البحث عن مصادر أخرى أو التأكد منها، في حين أن نسبة أفراد العينة الذين كانت إجاباتهم بـ "نعم" و "لا" متساوية حيث بلغت 22 % وهذا راجع إلى ميولاتهم الشخصية.

الشكل رقم 24: نسبة توزيع أفراد العينة حسب علاقة تكرار المنشورات وكثرة التعليقات والتفاعل بمصادقية المعلومات

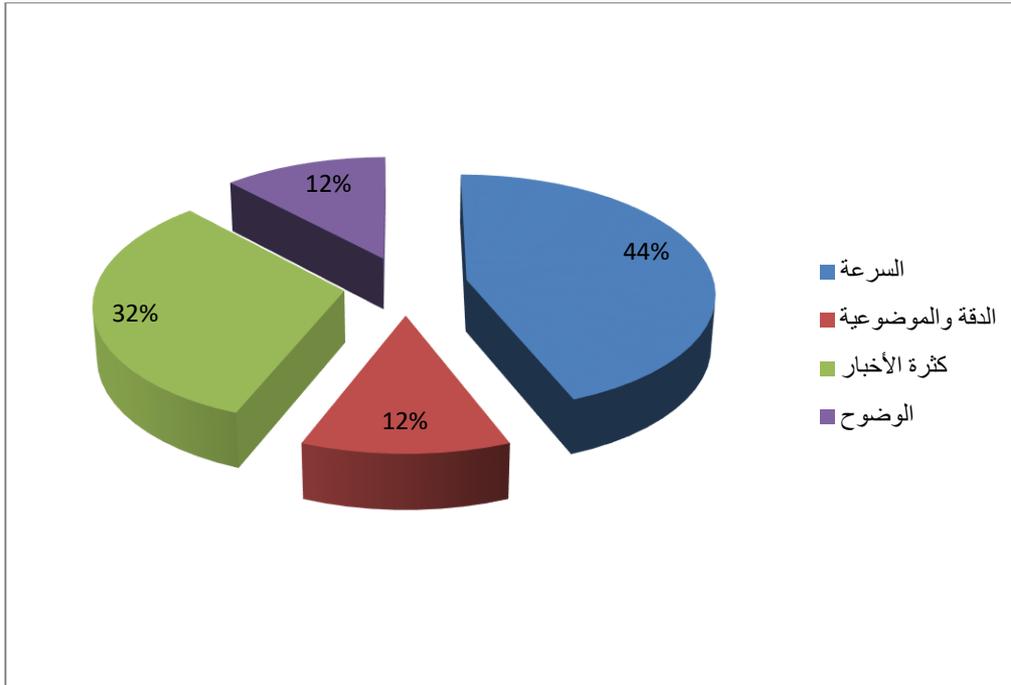


الجدول رقم 25: توزيع أفراد العينة حسب سبب اللجوء التلقائي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

النسبة	التكرار	الاحتمالات
44 %	22	السرعة
12 %	06	الدقة والموضوعية
32 %	16	كثرة الأخبار
12 %	6	الوضوح
100 %	50	المجموع

يمثل الجدول الموضح أعلاه سبب لجوء أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات تلقائياً وكانت النسبة متوسطة بين اختياري "السرعة" و"كثرة الأخبار" بنسبة 44 % للسبب الأول ونسبة 32 % للثاني، أما بسبب "الدقة والموضوعية" فقد بلغت 12 % ونفس النسبة سجلت بسبب "الوضوح" 12 % . ومن هنا يتبين أن أغلبية أفراد العينة يلجؤون للفيسبوك بسبب السرعة وكثرة الأخبار المقدمة والمتداولة على عكس الوسائل التقليدية التي تكون بها المعلومات تقدم بشكل بطيء وموجز وبصفة قليلة من حين إلى آخر.

الشكل رقم 25: نسبة توزيع أفراد العينة حسب سبب اللجوء التلقائي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

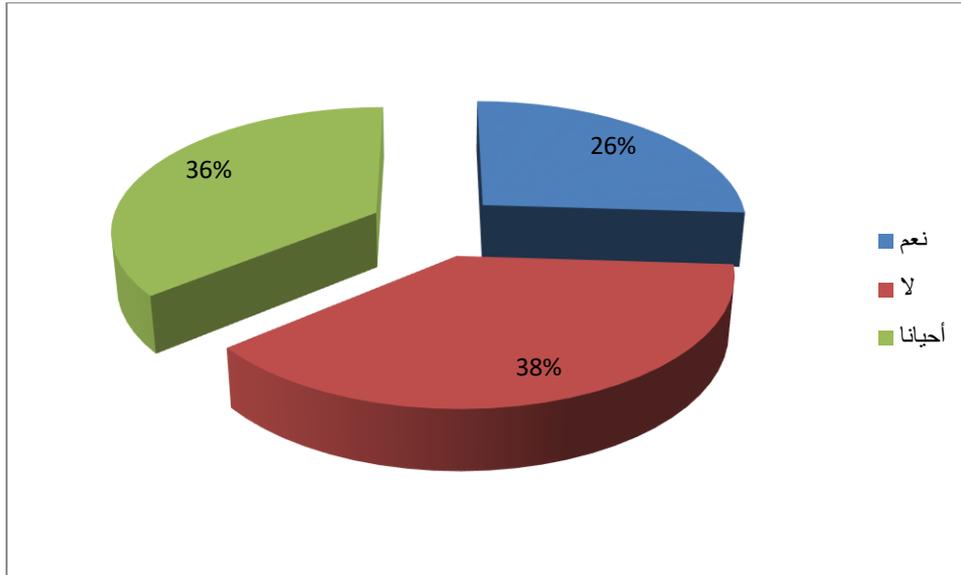


الجدول رقم 26: توزيع أفراد العينة حسب تنوع الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإلغائها لمصادقية الوسائل التقليدية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	13	26 %
لا	19	38 %
أحيانا	18	36 %
المجموع	50	100 %

يمثل الجدول رقم 26 توزيع أفراد العينة حسب تنوع الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإلغائها لمصادقية الوسائل التقليدية، يتضح من خلال الجدول أن النسب المئوية للإجابات كانت متقاربة نوعا ما، حيث أن أعلى نسبة بلغت 38 % من مجموع المبحوثين الذين لا يعتقدون أن تنوع الأخبار المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد تلغي مصداقية الوسائل التقليدية المتعارف عليها عبر الزمن فمهما بلغت التطورات التكنولوجية والعولمة إلا أن الوسائل التقليدية كالتلفاز والراديو والصحف تعتبر ذات مصادر موثوقة وغير قابلة للتكذيب، وتليها إجابة الأفراد بـ "أحيانا" بنسبة 36 % وهذا راجع إلى تصفح الأخبار من المواقع فقط وإلغاء متابعة الوسائل التقليدية، أما أدنى نسبة كانت 26 % وإجابتها كانت "نعم"، لرؤيتهم أن تنوع الأخبار وكثرتها يلغي الوسائل التقليدية تماما.

الشكل رقم 26: نسبة توزيع أفراد العينة حسب تنوع الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي يلغي مصداقية الوسائل التقليدية

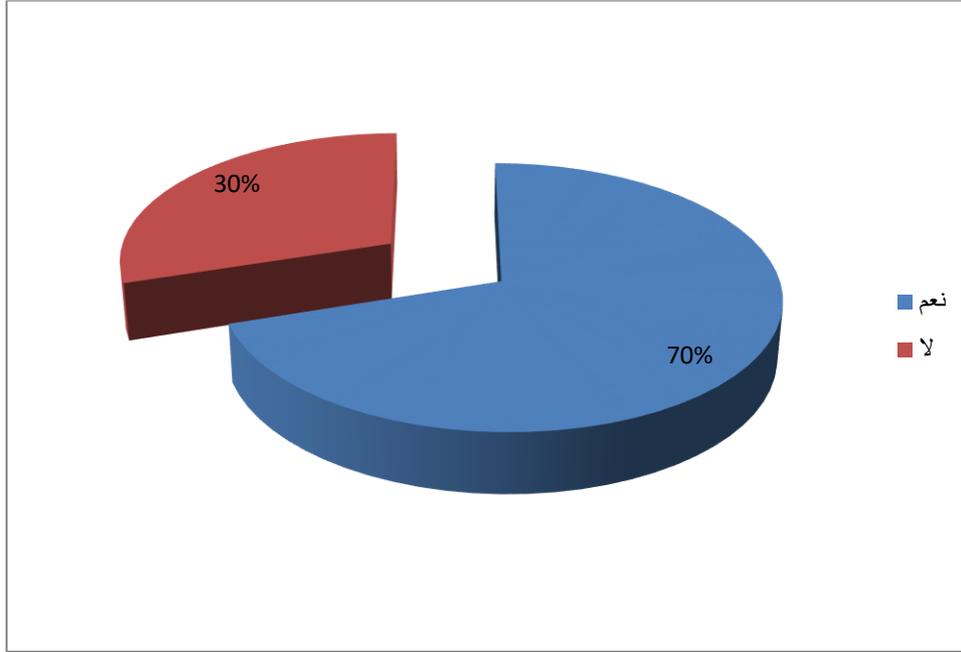


الجدول رقم 27: توزيع أفراد العينة حسب مساهمة سمة التفاعل والمشاركة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحديد الفروقات بين مصداقية الخبر أو تكذيبه

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	35	70 %
لا	15	30 %
المجموع	50	100 %

يمثل الجدول المبين أعلاه توزيع أفراد العينة حسب مساهمة سمة التفاعل والمشاركة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحديد الفروقات بين مصداقية الخبر أو تكذيبه، ومن خلال الجدول نلاحظ أن نسبة أفراد العينة الذين كانت إجاباتهم "نعم" عالية نوعا ما بنسبة 70 % في حين أن بقية المبحوثين خالفوهم الرأي فكانت إجاباتهم "لا" بنسبة بلغت 30 %، ومن هنا يتبين أن خاصيتي التفاعل ومشاركة المنشورات عبر الصفحات والمجموعات والتعليق عليها سواء بالإيجاب أو السلب يدفعنا تلقائيا إلى تحديد الفرق بين مصداقية الخبر أو تكذيبه بكل سهولة وأريحية، فكلما حصد الخبر أو المعلومة تفاعلات وتعليقات أكثر كلما زادت نسبة تصديقه من طرف المتصفح.

الشكل رقم 27: نسبة توزيع أفراد العينة حسب مساهمة سمة التفاعل والمشاركة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحديد الفروقات بين مصداقية الخبر أو تكذيبه

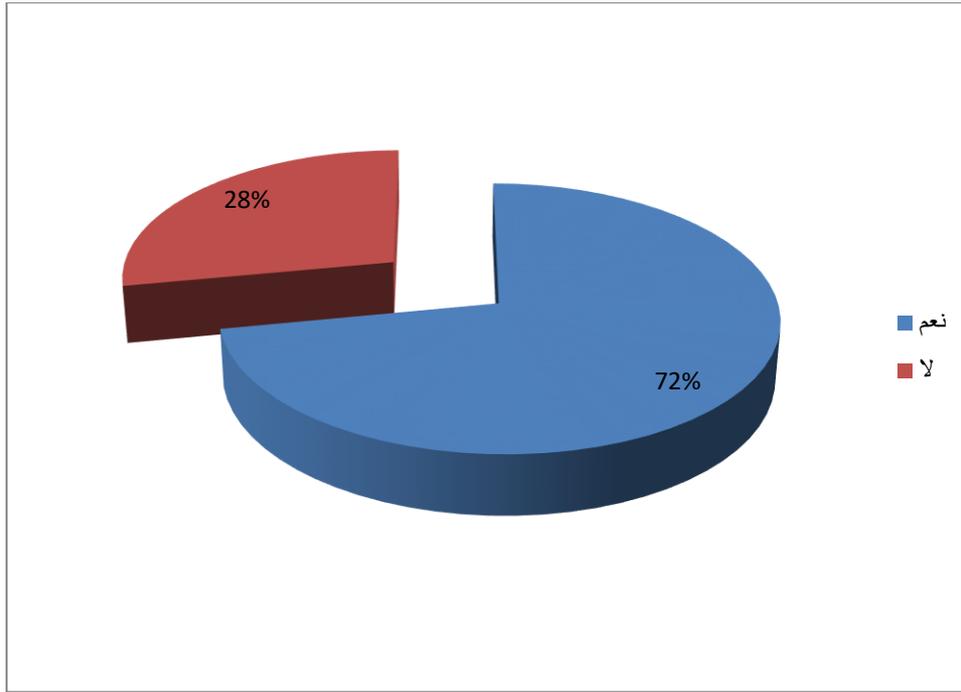


الجدول رقم 28: توزيع أفراد العينة حسب عدم خضوع المعلومات المتداولة إلى ضوابط ومعايير الجودة والمصداقية المطلوبة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
72 %	36	نعم
28 %	14	لا
100 %	50	المجموع

يمثل الجدول رقم 28 توزيع أفراد العينة حسب عدم خضوع المعلومات المتداولة إلى ضوابط ومعايير الجودة والمصداقية المطلوبة حيث يبين لنا الجدول النسب المتحصل عليها من خلال إجابات الطلبة المبحوثين والبالغ عددهم 50 مفردة، وكانت اغلب الإجابات بـ "نعم" بنسبة 72 % من الأفراد المؤيدين لفكرة أن المعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي لا تخضع إلى أي ضوابط ومعايير للجودة والمصداقية المطلوبة وهذا ما يؤدي إلى كثرة الإشاعات والأخبار الزائفة، وبلغت نسبة الإجابات بـ "لا" 28 % حيث لا يعتبرون أن ضبط المعلومات قد يؤدي إلى تأثير في الجودة والمصداقية المطلوبة.

الشكل رقم 28: نسبة توزيع أفراد العينة حسب عدم خضوع المعلومات المتداولة إلى ضوابط ومعايير الجودة والمصداقية المطلوبة

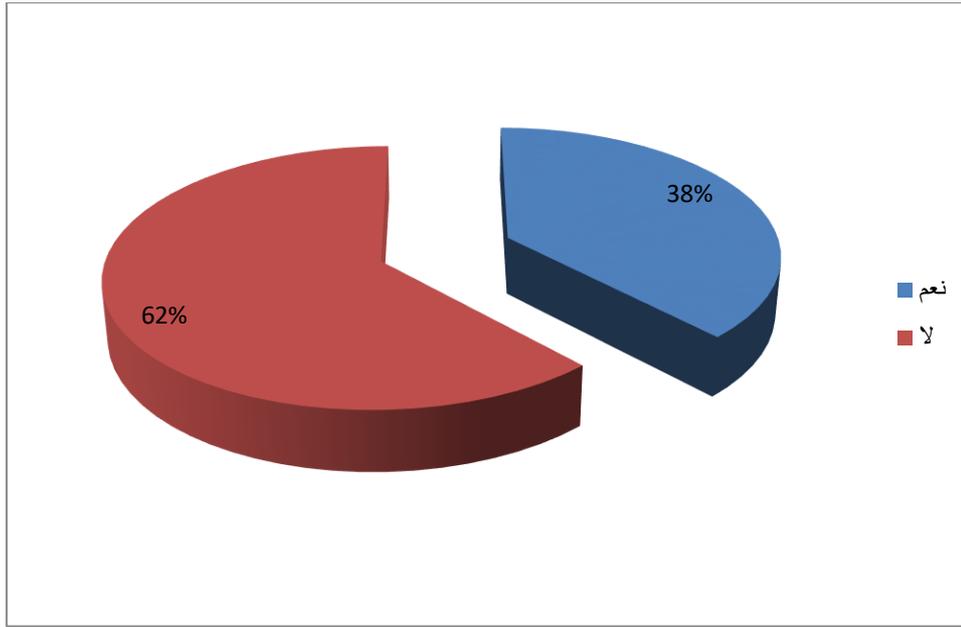


الجدول رقم 29: توزيع أفراد العينة حسب رؤية أن المعلومات الصحية والتوصيات المقدمة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي موضوعية وعادلة وبعيدة عن التحيز

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	19	38 %
لا	31	62 %
المجموع	50	100 %

يمثل الجدول المبين أعلاه توزيع أفراد العينة حسب رؤية أن المعلومات الصحية والتوصيات المقدمة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي موضوعية وعادلة وبعيدة عن التحيز، نلاحظ من خلال إجابات الطلبة المبحوثين أن نسبة 62 % منهم كانت إجاباتهم بـ "لا" وهذا دليل على أن المعلومات الصحية والتوصيات المقدمة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي غير موضوعية بل هي ذاتية وغير عادلة فكل شخص يقدم توصيات صحية من وجهة نظره شخصيا ولا يعمم جميع الأشخاص، وكذلك التحيز أحيانا إلى معلومة أو فكرة بعينها، كما بلغت نسبة الإجابة بـ "نعم" 38 % من أفراد العينة الذين يرون أن المعلومات والتوصيات عادلة وموضوعية وبعيدة عن التحيز.

الشكل رقم 29: نسبة توزيع أفراد العينة حسب رؤية أن المعلومات الصحية والتوصيات المقدمة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي موضوعية وعادلة وبعيدة عن التحيز

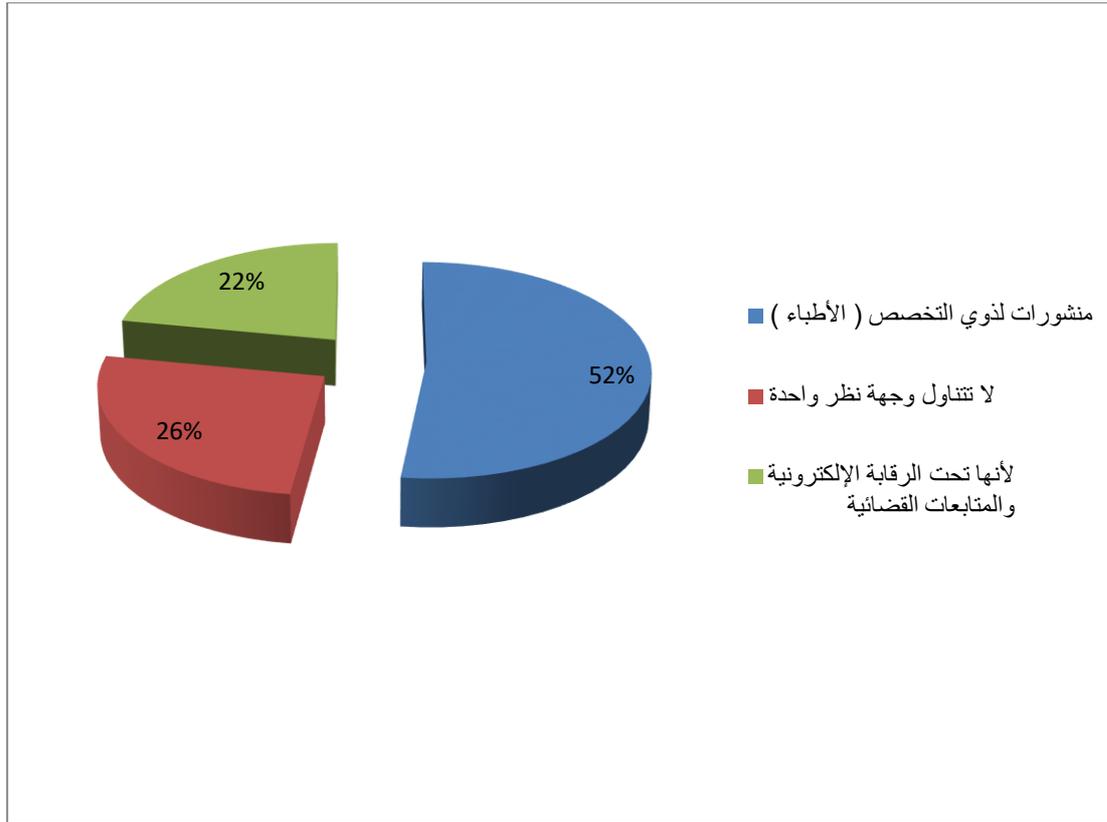


الجدول رقم 30: توزيع أفراد العينة حسب ارتباط ثقتهم بالمعلومات الصحية عبر الفيسبوك

النسبة	التكرار	الاحتمالات
52 %	26	منشورات لذوي التخصص ( الأطباء )
26 %	13	لا تتناول وجهة نظر واحدة
22 %	11	لأنها تحت الرقابة الإلكترونية والمتابعات القضائية
100 %	50	المجموع

يمثل الجدول رقم 30 توزيع أفراد العينة حسب ارتباط ثقتهم بالمعلومات الصحية عبر الفيسبوك، نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نصف أفراد العينة يتقون بالمعلومات الصحية عبر الفيسبوك لأنها منشورات مدعومة من ذوي التخصص كالأطباء والمختصين الصحيين بنسبة قدرت بـ 52 % وهذا راجع إلى اعتبارها من جهة رسمية وذات مصداقية لذا فهي محل ثقة، وتليها في المرتبة التالية نسبة الأشخاص الذين يتقون بالمعلومات الصحية كونها لا تتناول وجهة نظر واحدة والتي بلغت 26 % من الأشخاص، وأدنى مرتبة كانت فئة الأفراد الذين يتقون بها لانهم يرونها تحت رقابة إلكترونية ومتابعة قضائية بنسبة 22 %.

الشكل رقم 30: نسبة توزيع أفراد العينة حسب ارتباط ثقتهم بالمعلومات الصحية عبر الفيسبوك



## 2. النتائج الميدانية للدراسة

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

### نتائج البيانات الشخصية

- ✓ بينت الدراسة أن (72%) من المبحوثين أغلبهم إناث.
- ✓ كشفت الدراسة أن (76%) من المبحوثين يتراوح سنهم بين 21 و 30 سنة.
- ✓ أظهرت الدراسة أن (46%) من المبحوثين أغلبهم من طلبة الماستر تخصص اتصال تنظيمي.

### نتائج المحور الأول

- ✓ بينت الدراسة أن (88%) من المبحوثين كانت مدة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لأزيد من 3 سنوات.
- ✓ كشفت الدراسة أن (72%) من المبحوثين يستخدمون اسمهم الحقيقي في مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ أظهرت الدراسة أن (24%) من المبحوثين يقومون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف نشر وتبادل الأفكار.
- ✓ أكدت الدراسة أن (70%) من المبحوثين يتابعون الصفحات المتنوعة الأخبار في مجالات متعددة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ خلصت الدراسة أن (66%) من المبحوثين يتابعون موقع الفيسبوك.

### نتائج المحور الثاني

- ✓ بينت الدراسة أن (54%) من المبحوثين يتعرضون أحيانا للمعلومات الصحية عبر الفيسبوك.
- ✓ توصلت الدراسة أن (48%) من المبحوثين يلجؤون للفيسبوك للحصول على المعلومات لأنه يتميز بكثرة الأخبار.
- ✓ أكدت الدراسة أن (66%) من المبحوثين يلجؤون إلى الفيسبوك أحيانا كوسيلة حصرية للحصول على إجراءات وقائية.
- ✓ كشفت الدراسة أن (44%) من المبحوثين يتابعون الصفحات والمجموعات المختصة بالمعلومات الصحية فقط.
- ✓ بينت الدراسة أن (52%) من المبحوثين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة.
- ✓ خلصت الدراسة أن (56%) من المبحوثين يعتبرون الفيسبوك أحيانا من أهم المواقع التي تقوم بنشر المعلومات الصحية.
- ✓ أثبتت الدراسة أن (60%) من المبحوثين يفضلون متابعة الأخبار الصحية عبر الفيسبوك لأن التعامل به أسهل.
- ✓ بينت الدراسة أن (60%) من المبحوثين لا يعتبرون أن المعلومات الصحية المقدمة عبر الفيسبوك تشكل خلفية ملائمة لاتخاذ القرارات الصحية.

### نتائج المحور الثالث

- ✓ توصلت الدراسة أن (68%) من المبحوثين يلجؤون أحيانا للفيسبوك كمصدر للمعلومات لأنه يستقي الأخبار من جهة رسمية.
- ✓ بينت الدراسة أن (68%) من المبحوثين يعتبرون أن موقع الفيسبوك يوفر أحيانا معلومات صحية مهمة ويمكن الاعتماد عليها.
- ✓ كشفت الدراسة أن (54%) من المبحوثين يلجؤون للفيسبوك كمصدر للمعلومات كونه يستقي معلوماته من مصادر متعددة.
- ✓ أثبتت الدراسة أن (42%) من المبحوثين يتابعون المنشورات المدعمة بالإحصاء والأدلة العلمية أحيانا.
- ✓ توصلت الدراسة أن (46%) من المبحوثين يرون أن تكرار المنشورات الصحية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تكون ذات مصداقية ومنفعة أكثر.
- ✓ أظهرت الدراسة أن (50%) من المبحوثين يعتبرون أن ارتباط كثرة مشاركة المنشورات أحيانا دليل على مصداقية هذه المواقع.
- ✓ أكدت الدراسة أن (52%) من المبحوثين يرون أن مصداقية الأخبار عبر الفيسبوك بسبب بث مقاطع الفيديو المباشرة للأطباء والخبراء المختصين.
- ✓ توصلت الدراسة أن (56%) من المبحوثين يعتبرون أن مصداقية المعلومات أحيانا تكون بتكرار المنشورات وكثرة التعليقات عليها والتفاعل معها.
- ✓ أثبتت الدراسة أن (44%) من المبحوثين يلجؤون تلقائيا لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات بسبب السرعة التي تتميزها في نقل هاته المعلومات.
- ✓ كشفت الدراسة أن (38%) من المبحوثين لا يعتقدون أن تنوع الأخبار المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد تلغي مصداقية الوسائل التقليدية.
- ✓ توصلت الدراسة أن (70%) من المبحوثين يعتقدون أن سمة التفاعل والمشاركة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تحديد الفروقات بين مصداقية الخبر أو تكذيبه.
- ✓ بينت الدراسة أن (72%) من المبحوثين يؤيدون فكرة عدم خضوع المعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي إلى أي ضوابط ومعايير للجودة والمصداقية المطلوبة.
- ✓ كشفت الدراسة أن (62%) من المبحوثين يرون أن المعلومات الصحية والتوصيات المقدمة عبر

صفحات مواقع التواصل الاجتماعي غير موضوعية وغير عادلة وليست ببعيدة عن التحيز. ✓ أظهرت الدراسة أن (52%) من الباحثين يثقون بالمعلومات الصحية عبر الفيسبوك عندما تكون منشورات لذوي التخصص (الأطباء).

### 3. نتائج الدراسة في ظل الإجابة عن التساؤلات المطروحة

- ❖ كشفت نتائج الدراسة أن معظم الطلبة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة للحصول على المعلومات الصحية وذلك بسبب السرعة التي تتميزها في نقل المعلومات وكونها تستقي الأخبار من جهات رسمية لذوي التخصص ويعتبر موقع الفيسبوك الأكثر استخداماً لسهولة التعامل به.
- ❖ أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة يتابعون المنشورات المدعمة بالإحصاء والأدلة العلمية ويعتبرونها وسمة التفاعل والمشاركة الإلكترونية تساهم في تحديد الفروقات بين مصداقية الخبر أو تكذيبه.
- ❖ بينت الدراسة أن كثرة مشاركة المنشورات الصحية وتكرارها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكثرة التعليقات عليها والتفاعل معها بالإضافة إلى مقاطع الفيديو المباشرة للأطباء والخبراء المختصين دليل على مصداقية المعلومات عبر هذه المواقع.
- ❖ توصلت الدراسة إلى أن الكثير من الطلبة يتوجهون إلى الاطلاع على المعلومات الصحية بغية الحصول على إجراءات وقائية للحد من انتشار الأمراض وزيادة الوعي الصحي بتبني عادات صحية سليمة ونبذ السيء منها، إلا أن هؤلاء الطلبة رغم ذلك لا يعتبرون أن المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تشكل خلفية ملائمة لاتخاذ القرارات الصحية كونها لا تخضع إلى أي ضوابط ومعايير للجودة والمصداقية المطلوبة كما أنها غير موضوعية وفيها بعض من التحيز.

### الاقتراحات والتوصيات

استناداً إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة ارتأينا أن نقدم بعض الاقتراحات والتوصيات والتي تتمنى أن تجد صداها، وذلك للنهوض بالقطاع الصحي وتحقيق الوعي الصحي من خلاله، وهذا لا يكون إلا من خلال الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي نظراً لانتشارها الواسع وفعاليتها في نشر المعلومات الصحية وخدمة القطاع الصحي وتتمثل هذه التوصيات والاقتراحات فيما يلي:

- استغلال شبكة التواصل الاجتماعي في مجال الصحة خاصة الفيسبوك لأنه الموقع الاجتماعي الأكثر انتشاراً وفعالية لنشر المعلومات الصحية.
- ضرورة الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي بالنظر للتنوع والتفاعلية، واستثمارها لنشر المعلومات الصحية ذات المصداقية والموضوعية.
- تدعيم المعلومات والمعطيات الصحية بأراء المختصين والخبراء في مجال الصحة لإضفاء مزيد من المصداقية لدى المهتمين بالمجال الصحي.
- ضرورة العمل على تجاوز تحدي المصداقية في المعلومات الصحية المتضمنة في مواقع التواصل الاجتماعي للمساهمة بفعالية في التوعية الصحية.
- ضرورة إنشاء مجموعات فيسبوكية يديرها أطباء ومختصين من أجل نشر معلومات ذات مصداقية ودقة.
- ضرورة إنشاء صفحات تخص مختلف الهيئات الصحية لتقديم توجيهات وإرشادات تخص الصحة

العامة.  
- ضرورة كتابة الاستشهادات المرجعية للمعلومات الصحية المنشورة.

**خلاصة الفصل**

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل وبعد عرض وتحليل النتائج وتفسيرها اتضح لنا الاستخدام المتنوع والكبير لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين للاطلاع على المضامين الصحية والثقافية والاجتماعية المتنوعة والمتعددة عبر هذه المواقع باعتبارها تساهم في تعزيز رصيدهم الثقافي والمعرفي والتي يسعى المتصفح من خلالها إلى إثراء رصيده العلمي وذلك من خلال المواضيع التي تعالجها في المجال الاجتماعي بما فيها الصحة وتساعده في تكوين رأي خاص به.

---

---

خاتمة

---

---

وفي ختام دراستنا هذه توصلنا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر مصدرا مهما في نشر المعلومات الصحية ذات المصداقية لدى طلبة الإعلام والاتصال بجامعة تبسة، ومن بين هذه المواقع موقع الفايسبوك الذي يعد من بين أكثر المواقع زيارة على مدار الساعة في عالم الأنترنت، وهذا ناتج عن المزايا الكبيرة التي يتمتع بها في تنمية المعارف من ناحية الاهتمام بالصحة، وذلك من خلال تقديم النصائح والإرشادات وميزة التفاعل وتبادل المعلومات ونشر فيديوهات لأخصائيين وأطباء بغية زيادة الوعي بين الناس في نواحي العدوى والوقاية والعلاج ولإضفاء نوع من الثقة والمصداقية لهذه المعلومات الصحية، فمن الأهمية بمكان أن تكون المعلومات دقيقة وصحيحة وعلى مستوى عال من المصداقية، وكما رأينا فقد أثبت هذا الموقع على أنه أهم موقع مقارنة بالبقية.

وعليه نقول أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الصحية أصبح لها تأثيرا مهما على الفرد والمجتمع من خلال الصفحات والمنشورات التي تنشر عبرها، إذ أصبحت لها ضرورة مهمة من أجل تقديم النصائح والتحذير من أي خطر- بما تنشره من معلومات وتدابير علاجية ووقائية قيمة فيما يخص الصحة. وإقبال الطلبة عليها بشكل كبير جعلها تحقق التفاعلية في المواضيع الصحية المنشورة عبرها، وهو ما يعكس مدى سرعة انتشارها دون أن ننسى خاصية الأنوية التي تتميز بها.

---

---

# قائمة المراجع

---

---

## أولاً: المصادر

- أحمد محمد الشامي، سيد حسن الله: المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، ط1، دار المريخ للنشر، الرياض، 1988.

## ثانياً: الكتب

- إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر – وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث للنشر، الدوحة - قطر، 2014.
- أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، الكويت، 1973.
- أحمد مرسي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- أديب محمد خضور: علم الاجتماع الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- إسماعيل محمود حسن: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع،

- القاهرة، 2003 .
- بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
  - جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم- رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2015.
  - حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 6، الدار المصرية اللبنانية، لبنان، 2006.
  - حسني الجبالي: مناهج البحث في علم النفس: الأسس والمبادئ - المناهج والأدوات، ط1، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة - مصر، 2011.
  - حسنين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي- أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، 2014.
  - حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، 2015.
  - خالد سليم: ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، ط 1، دار المتنبي للنشر والتوزيع، قطر، 2005.
  - خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، بيروت، 2013.
  - خليل أبو اصبع صالح: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط 5، دار المجدلوي للنشر والتوزيع - عمان ، 2006.
  - رجاء محمود أبوعلام: مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، دار النشر للجامعات، مصر، 2006.
  - رحمة بن سليمان وآخرون: العنف والسياسة في المجتمعات العربية المعاصرة - ثنائية الثقافة والخطاب، ج 2، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت - لبنان، 2017.
  - سليمان بكر کران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.
  - الشرجي نجيب: المعلومات الصحية والطبية في إقليم الشرق المتوسط، اللجنة الإقليمية لشرق المتوسط - منظمة الصحة العالمية المكتب الإقليمي لشرق المتوسط، الرياض، القاهرة، 2001.
  - صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.
  - صالح خليل الصقور: الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
  - صالح سلمان: ثورة الاتصال وحرية الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
  - عباس مصطفى الصادق: الإعلام الجديد "المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
  - عبد الأمير الفيصل: دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الإمارات، 2014.
  - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
  - عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
  - عبد الله علي محمد: شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، د ب، 2017.
  - عبد المالك بن عبد العزيز الشلهوب: دور الإعلام في تحقيق الوعي الصحي، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998.

- عبد المجيد لطفي: منهجية علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة، 1976.
- علي حجازي إبراهيم: التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعترف للنشر والتوزيع، د ب، 2017.
- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
- علي عبد الرزاق جليبي وآخرون: مناهج البحث الاجتماعي: الإجراءات والتطبيقات، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، دت.
- عمار بوحوش، محمد محمود الذبيبات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2007.
- فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2011.
- كنعان علي: نظريات الإتصال، دار اليازوري، عمان، 2014.
- ليندا كولز: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، (تر: أحمد الغربي)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2016.
- محمد حسن الهلالي، حسن بريقي: معايير العلمية، ط1، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء - المغرب، 2015.
- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- محمد عبد العزيز إبراهيم: مناهج البحث العلمي في البحوث التربوية والنفسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
- محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الإعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية - مصر، 2015.
- مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي - منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مكتبة مؤمن قريش، بيروت - لبنان، 2012.
- مصطفى يوسف كافي: قضايا إعلامية معاصرة، ط1، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، عمان.
- منتصر حاتم حسين: ايدولوجيات الإعلام الإسلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- مي عبد الله: نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2006.
- نها السيد عبد المعطي: صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، 2015.
- ياسر خضير البياتي: الإعلام الجديد : الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2014.
- يوسف قراقزة: إدارة الخدمات الصحية والتمريضية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2020.

### ثالثاً: المذكرات والأطروحات

- بزواوية زهرة: مجتمع المعلومات والكفاءات الجديدة لدى أخصائي المعلومات - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، جامعة وهران 1 - أحمد بن بلة، 2015/2014.
- ترنيم زهدي يوسف خاطر: اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015.
- حمايدية خولة، قاسم مريم: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي - دراسة

- وصفية تحليلية لصفحة الفايسبوك لجمعية ناس الخير، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2015/2014.
- محمد الفاتح حمدي: استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي، مذكرة ماجستير، جامعة باتنة، 2008 - 2009 .
- مصباح عبد الهادي حسن الدويك: نظم المعلومات الصحية المحوسبة وأثرها على القرارات الإدارية والطبية "دراسة تطبيقية على مستشفى غزة الأوروبي"، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية-غزة، 2010.
- هناء قيراطي، أسامة دحمون: توظيف البيانات الضخمة في الشركات التقنية وخصوصية المستخدم - دراسة تحليلية، مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 - قالم، 2017/2016.

### رابعاً: المجلات

- بشير نور علي: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، مؤسسة الصومال الجديد للإعلام والبحوث والتنمية، التقرير الأسبوعي، رقم 13، 25 ديسمبر 2017.
- جهاد كاظم العكيلي: الوعي الصحي عبر وسائل الاتصال : دراسة لقياس الوعي الصحي لدى طلبة جامعة بغداد بشأن مرض الإيدز، مجلة الباحث الإعلامي، ع 27، جامعة بغداد، 2015.
- دهيمي زينب، مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، عدد 26، جوان 2012.
- زغدود بلقاسم، سعدي وحيدة: الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب، مجلة الأفق للعلوم، العدد الثامن، ج 1، جامعة الجلفة جوان 2017.
- صالح محمود القاسم: خدمات المعلومات الصحية: الواقع - التحديات - الطموح، المجلة الأردنية للمكتبات والمعلومات، مج 54، ع 4، كانون الأول 2019.
- عبد الله عامر: الفايسبوك وعالم التكنولوجيا، مجلة العلوم التكنولوجية، ع 14، جامعة التبراء، عمان، 2007.
- عيسى الشماس، فاتن عجيب: التأثيرات التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي وعلاقته ببعض المتغيرات الديمغرافية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، مج 37، ع 2، 2015.
- مها مختار حسن: التماس المعلومات الصحية من الأنترنت، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 21، أبريل / يونيو 2018.
- وييليسيا ويغز هاريس: الجمعية الأمريكية لإدارة المعلومات الصحية: تمكين الناس من أجل التأثير على الصحة - قيادة العالم في الطريق نحو الابتكار والتقدم، المجلة الأردنية للمكتبات والمعلومات، مج 54، ع 4، كانون الأول 2019، ص 12.

### خامساً: المواقع والمقالات الإلكترونية

- الحمزة منير: النظام الوطني للمعلومات الإلكترونية الصحية بالجزائر: الواقع والتحديات: بطاقة الشفاء الإلكترونية أنموذجاً، جامعة العربي التبسي - تبسة، الجزائر. مقال متاح على الموقع: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/16/7/1/62620>
- زينة محمد: السرية في إدارة المستشفيات، 2022/04/26، مقال متاح على الموقع: <https://e3arabi.com/?p=1264213>
- عبد الوهاب القحطاني: أهمية المعلومات في التوعية الصحية، مقال منشور في النسخة الرقمية لجريدة اليوم، ركن كلمة ومقال، 2020/04/20. مقال متاح على الموقع:

<https://www.alyaum.com/articles/6252420>

- نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، 2017. مقال متاح على الموقع:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/20/5/11/3580>

---

---

الملاحق

---

---

## الملحق 1: استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

السنة: الثانية ماستر

التخصص: اتصال تنظيمي

استمارة استبيان بعنوان:

### مصادقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

تحت إشراف:

من إنجاز الطالبين:

د. عبد الحي عبد اللطيف

❖ بوخاري رميساء

❖ بخوش محمد الهادي

أخي الطالب / أختي الطالبة

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر يرجى منك قراءة الاستبيان والإجابة على الأسئلة بوضع إشارة ( ) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم، علما أن جميع المعلومات التي تدلون بها مخصصة لغرض البحث العلمي فقط.

لكم منا فائق الشكر والتقدير على حسن تعاونكم معنا .

السنة الجامعية 2021 / 2022

## لبيانات الشخصية

- 1- الجنس : ذكر  أنثى
- 2- العمر : أقل من 20 سنة  من 21 إلى 30  أم  30
- 3- التخصص : اتصال تنظيمي  عي بصري  بال  إعلام

## المحور الأول: عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- 1- منذ متى تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟  
أقل من سنة  من سنة إلى ثلاث سنوات  أكثر  ثلاث سنوات
- 2- هل تستخدم حسابك الشخصي من خلال :  
اسمك الحقيقي  اسم مستعار  اسم الأصدقاء أو الأقارب
- 3- ما هو سبب استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟  
التعرف على أصدقاء جدد  التعرف على ثقافات جديدة  الترفيه  فيه

- متابعة الأحداث الجارية والأخبار  ملأ الفراغ  نشر وتبادل الأفكار
- 4- ما نوع الصفحات التي تتابعها على مواقع التواصل الاجتماعي ؟ \* يمكن اختيار أكثر من إجابة\*  
أخبار المجتمع  التربية والتعليم  أخبار سياسية

- أخبار اقتصادية  أخبار صحية  أخبار دينية
- 5- ما هو معدل متابعتك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟  
بدرجة كبيرة  بدرجة كبيرة جدا  بدرجة متوسطة

- بدرجة قليلة  بدرجة قليلة جدا
- 6 ما هي أهم المواقع التي تتابعها ؟  
فيسبوك  إنستغرام  تويتر

## المحور الثاني : أهمية المعلومات الصحية عبر الفيسبوك

- 1- هل تتعرض للمعلومات الصحية عبر الفيسبوك ؟

نعم  أحيانا  أبدا

2- هل تلجأ للفايسبوك للحصول على المعلومات الصحية ؟ لأنه يتميز ب :

السرعة  المصداقية والدقة  كثرة الأخبار  التنبؤ  على المنشورات

3- هل تلجأ للفايسبوك كوسيلة حصرية للحصول على إجراءات وقائية ؟

نعم  لا  بيان  أبداً

4- هل هناك صفحات ومجموعات تتابعها متخصصة بالمعلومات الصحية فقط ؟

نعم  لا  أحيانا  أبداً

5- هل الفاييسبوك يعتبر من أهم المواقع التي تقوم بنشر المعلومات الصحية ؟

نعم  لا  أحيانا  أبداً

6- ماهي أسباب تفضيلك لمتابعة الأخبار الصحية عبر الفاييسبوك ؟

لأنه ينشر الأخبار الصحية بشكل منظم  لأن به تفاصيل أكثر

لأنه يمتاز بالدقة في نقل هذه المعلومات  لأن التعامل به أسهل

7- هل المعلومات الصحية المقدمة عبر موقع الفاييسبوك تشكل خلفية ملائمة لاتخاذ القرارات الصحيحة؟

نعم  لا

**المحور الثالث: مصداقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟**

1- هل تلجأ للفايسبوك كمصدر للمعلومات لأنه يستقي الأخبار من جهة رسمية؟

نعم  لا  أحيانا

2- هل يوفر موقع الفاييسبوك معلومات صحية ذات طابع مهم يمكننا الاعتماد عليها؟

نعم  لا  أحيانا

3- هل تلجأ للفايسبوك كمصدر للمعلومات الصحية لأنه يعتمد على مصادر متعددة؟

نعم  لا  أحيانا

4- هل تتابع المنشورات المدعمة بالإحصاء والأدلة العلمية؟

نعم  لا  أحيانا

5- هل تكرر المنشورات الصحية يزيد من المنفعة والمصداقية لديك؟

نعم  لا  أحيانا  أبداً

6- هل مشاركة المنشورات بكثرة يعد من مقومات مصداقية هذه المواقع؟

نعم  لا  أحيانا

7- هل اعتماد الفايسبوك على بث مقاطع الفيديو المباشرة للأطباء و الخبراء المختصين يجعل أخباره ذات مصداقية؟

نعم  لا  أحيانا  أبداً

8- هل تكرار المنشورات الصحية وكثرة التعليقات والتفاعل عليها تجعلك تقوم بتصديق المعلومات تلقائياً؟

نعم  لا  أحيانا  أبداً

9- هل تلجأ لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لأنها تتسم بـ؟

السرعة  الدقة والموضوعية  كثرة الأخبار  ووح

10- هل تنوع الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي يلغي مصداقية الوسائل التقليدية؟

نعم  لا  أحيانا  أبداً

11- هل التفاعل والمشاركة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تحديد الفروقات بين مصداقية الخبر أو تكذيبه؟

نعم  لا

12- هل تخضع المعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي إلى غياب ضوابط ومعايير الجودة والمصداقية المطلوبة؟

نعم  لا

13- هل ترى أن المعلومات الصحية والتوصيات المقدمة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي موضوعية وعادلة وبعيدة عن التحيز؟

نعم  لا

14- هل درجة ثقتك بالمعلومات الصحية عبر الفايسبوك مرتبطة بـ :

منشورات لذوي التخصص ( الأطباء )

لا تتناول وجهة نظر واحدة

لأنه تحت الرقابة الإلكترونية والمتابعات القضائية



## ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة موضوع مصداقية المعلومات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إذ تهدف هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي باعتبار هذه المواقع تحمل كما هائلا من المعلومات والأخبار وكذلك الفيديوهات المرئية المنشورة حول الصحة عبر الفايسبوك، كما أبرزت أهمية مصداقية هذه المعلومات المتداولة عبر هذه المواقع الاتصالية. وتم تحديد عينة الدراسة من طلبة قسم علوم والإعلام والاتصال بجامعة العربي التبسي ولاية تبسة باعتبارهم يحملون مواصفات تتطابق مع مجتمع الدراسة، وتدرج الدراسة التي بين أيدينا تحت الدراسة الوصفية التحليلية اعتمادا على عينة قصدية قوامها 50 مفردة، واعتمادا على أداة استمارة الاستبيان كأداة مضبوطة ومناسبة، وقد احتوت هذه الاستمارة على ثلاثة محاور أساسية فبعد التعرف على البيانات الشخصية. خصص المحور الأول للتعرف على عادات وأنماط تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وكان المحور الثاني بعنوان أهمية المعلومات الصحية عبر موقع الفايسبوك، أما المحور الثالث فكان حول مصداقية المعلومات الصحية عبر هذه المواقع الاتصالية. أما فيما يخص الجانب النظري فكان فيه فصلين: الفصل الأول كان بعنوان مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي أما الفصل الثاني فكان بعنوان ماهية المعلومات الصحية.

**الكلمات المفتاحية :** مواقع التواصل الاجتماعي، المصداقية، المعلومات، المعلومات الصحية.

## **Study summary**

The study dealt with the issue of the credibility of health information through social networking sites. This study aims to know the habits and patterns of respondents' use of pages on social networking sites, as these sites carry a huge amount of information and news, as well as video videos published about health on Facebook, It also highlighted the importance of the credibility of this information circulated through these communication sites.

The study sample was identified from the students of the Department of Science, Media and Communication at the University of Larbi Tebessi, Tebessa, as having specifications that match the study community. The study that we have before us falls under the descriptive and analytical study, based on an intentional sample of 50 individuals. Depending on the questionnaire tool as a controlled and appropriate tool, This form contained three main axes. After identifying personal data, the first axis was devoted to identifying the habits and patterns of browsing social networking sites, The second axis was entitled the importance of health information via Facebook, and the third axis was about the credibility of health information through these communication sites. As for the theoretical side, it contained two chapters: the first chapter was entitled Introduction to Social Networks, and the second chapter was entitled What is health information.

**Keywords:** social networking sites, credibility, information, health information.