



LARBI TEBESSI – TEBESSAUNIVERSITY

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

جامعة العربي التبسي -تبسة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية  
الشعبة: علوم إنسانية  
التخصص: اتصال تنظيمي

## دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية

دراسة ميدانية على عينة من متابعي صفحة مديرية الصحة

لولاية تبسة على الفيسبوك

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر (LMD)

جامعة العربي التبسي - تبسة  
Université Larbi Tebessi - Tebessa

إشراف:

إعداد الطلبة:

د. بدر الدين مسعودي

• أمال جدي

• الهام زمال

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د/ محمد مالك	أستاذ محاضر (ب)	رئيسا
د/ بدر الدين مسعودي	أستاذ محاضر (ب)	مشرفا ومقررا
أ/ أميرة نويب	أستاذ مساعد (أ)	عضوا ممتحنا

السنة 2019-2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{يُرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ

وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

## الإهداء

الحمد لله، الحمد لله، الحمد لله، الذي وفقنا وأعانا على اجتياز هذه الخطوة في طريق العلم، وسخر لنا الأسباب المساعدة على ذلك، لأجل ذلك فإننا نتقدم بهذا الإهداء ثمرة هذا الجهد إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما، اللذين ندين لهما بكل

## الشكر والامتنان.

إلى كل أفراد العائلة والأصدقاء دون استثناء.

إلى كل من ساعدنا لإتمام هذا العمل.

إلى كل من قابلناهم في مشوارنا الدراسي.

إلى كل من دونوا أسماءهم بأحرف من ذهب في ذاكرتنا.

إلى أساتذتنا الذين أشرفوا على تكويننا أثناء المشوار الدراسي كله.

إلى كل من نساه قلمنا وتذكره قلوبنا.

شكر وعرفان:

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه كما يليق بجلال وجهه وعظيم شأنه.

ومن لم يشكر الناس لم يشكر الله.

تتقدم بالشكر والعرفان إلى الدكتور المشرف وأستاذنا وقدوتنا في مسيرتنا الدراسية،

بدر الدين مسعودي الذي قدم لنا العون وتحمل عناء الإشراف والتوجيه وتمنى له التوفيق .

إلى كل من وقف إلى جانبنا وقدم لنا يد المساعدة ونرودنا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذا

البحث. كما تتقدم بالشكر والتقدير إلى الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة

وإثراء هذا العمل.

ونشكر كل أساتذة الإعلام والاتصال.

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

الصفحة

العنوان

إهداء

شكر و عرفان

فهرس المحتويات

قائمة الجداول والأشكال

مقدمة عامة

أ - ب

### الفصل الأول: إشكالية الدراسة، مداخلها النظرية ومنهجيتها

أولاً: إشكالية الدراسة

1- تحديد المشكلة

2- أسباب اختيار الموضوع

3- أهمية الدراسة

4- أهداف الدراسة

5- الدراسات السابقة

6- تحديد المفاهيم

ثانياً: المداخل النظرية للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)

1- مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

2- محددات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

3- فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

4- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

5- تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد

6- مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- مجالات الدراسة

2- عينة الدراسة

3- منهج الدراسة

4- أدوات جمع البيانات

## الفصل الثاني: التوعية الصحية ومواقع لتواصل الاجتماعي:

أولاً: التوعية الصحية.

- 1- مفهوم التوعية الصحية.
  - 2- خصائص التوعية الصحية.
  - 3- مجالات التوعية الصحية.
  - 4- أهداف التوعية الصحية وأهميتها.
  - 5- دور وسائل الإعلام.
- أ- دور الإذاعة المحلية في نشر التوعية الصحية.
- ب- دور الصحافة المكتوبة في نشر التوعية الصحية.
- ت- دور موقع الفيسبوك في نشر التوعية الصحية.
- ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي.

- 1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.
- 4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- أشكال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.
- 7- مميزات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً: الفيسبوك.

- 1- مفهوم الفيسبوك
- 2- نشأة وتطور موقع الفيسبوك.



3- خصائص موقع الفيسبوك.

4- إيجابيات موقع الفيسبوك.

5- سلبيات الفيسبوك

### الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية:

أولاً: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية.

1- البيانات الشخصية

2- البعد المعرفي.

3- البعد الذهني.

4- البعد السلوكي.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة

- خاتمة.

- قائمة المراجع.

- الملاحق.

- الملخصات:

1- الملخص باللغة العربية.

2- الملخص باللغة الفرنسية.

قائمة الجداول والأشكال:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس	50
02	يوضح أفراد العائلية حسب متغير الوضعية العائلية	51
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	52
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية	53
05	يوضح استخدام المبحوثين لموقع الفيس بوك للاطلاع على المستجدات	54
07	يوضح الهدف من متابعة مواضيع التوعية الصحية على الفيس بوك	56
08	يوضح الحصول على المعلومات عبر الفيس بوك لدى المبحوثين	57
09	يوضح طبيعة المعلومة عبر الفيس بوك	58
10	يوضح نوعية المعلومة التي يتم نشرها عبر موقع الفيس بوك حول التوعية الصحية	59
11	يوضح استخدام المعلومة عبر موقع الفيس بوك.	60
12	يوضح مصدر المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	61
13	يوضح طبيعة المعلومة في نشر التوعية الصحية	62
14	يوضح مدى نسبة تتابع مواضيع التوعية الصحية على الفيس بوك للوقاية من الأمراض	63
15	يوضح الشعور بالراحة حول المعلومات من الفيس بوك	64
16	يوضح طبيعة المعلومة المتحصل عليها وإذا هي موضع شك	65
17	يوضح طبيعة الاعتماد على وسائل أخرى	66
18	يوضح النقائص التي يتم رؤيتها في مواقع التواصل الاجتماعي	67
19	يوضح مدى تقييمك للفيس بوك حول نشر المعلومة الصحية	68
20	يوضح اختيار توقيت النشر في الفيس بوك	69
21	يوضح مدى مشاركة المنشورات الخاصة بالصحة والتوعية الصحية	70
22	يوضح كيفية نقل المعلومات والنصائح من مواقع التواصل إلى المحيطين بك	71
23	يوضح أهمية تجريب التعليمات	72
25	يوضح طبيعة إتباع النصائح والإرشادات	74
27	يوضح المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين في تصفح لموقع الفيس بوك	76
29	يوضح مدى إتباع المواضيع التوعية على الفيس بوك	78

## فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
55	يوضح أهم المواضيع التي تتابع على الفيسبوك	06
73	يوضح كيفية التفاعل مع هذه التعليمات	24
75	يوضح الاكتفاء بما هو موجود على موقع الفيس بوك	26
77	يوضح الفترة الأكثر استخداما لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لدى المبحوثين	28

# مقدمة

## مقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية المتلاحقة في العقدین الآخريین نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال فقد نقلت الانترنت التواصل البشري إلى مستويات لم يشهدها من قبل، إذ استطاعت أن تحتل دورا بارزا ومهما في حياة البشر عموما والمجتمع الجزائري خصوصا.

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته المختلفة السمة البارزة في هذا التطور، فصار اليوم استخدامها سلوكا روتينيا يلزم يوميات الأفراد، الذين يقضون ساعات طويلة في تصفحها، مما أدى إلى تشكل فضاء افتراضي يتفاعل من خلاله الأفراد والمؤسسات على حد سواء ولم يعد دور مواقع التواصل الاجتماعي مقتصرًا على ربط الصداقات والدرشة وتبادل المعلومات بل تجاوزت ذلك إلى استخدامها في التوعية الصحية وزيادة المعرفة المتعلقة بها بين الأفراد، كونها دخلت كل البيوت وأصبح استخدامها شائعا.

فالتوعية الصحية أصبحت مهمة جدا مع تطور الحياة البشرية وتشعبها وكثرة الأمراض والأوبئة الملازمة لنمط حياة البشر اليوم ولذلك حاولت المؤسسات المهمة بالشأن الصحي في الجزائر الاستثمار في هذه الميزات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خاصة باعتباره أكثرها انتشارا حسب الدراسات ومديرية الصحة في ولاية تبسة كغيرها من المؤسسات العمومية أوجدت منصة لها على الفاييسبوك للتواصل مع الساكنة، وتزويدهم بالمعلومات والنصائح المتعلقة بالوضع الصحي وتوعيتهم من الأخطار والمشاكل الصحية المرتبطة بحياتهم.

ومنه نسعى من خلال دراستنا هذه التي تتضمن دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية "دراسة ميدانية على مستخدمى صفحة مديرية الصحة على الفاييسبوك". إلى الكشف عن دور الذي تلعبه هذه الصفحة على الفاييسبوك ومن أجل ذلك قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول:

- الفصل الأول: ويتضمن إشكالية الدراسة ومداخلها النظرية والمنهجية وتضم إشكالية الدراسة، المداخل النظرية للدراسة والإجراءات المنهجية للدراسة.

## مقدمة

أما الفصل الثاني ف جاء بعنوان التوعية الصحية ومواقع التواصل الاجتماعي وضم ثلاث عناصر، الأول تناول ماهية التوعية الصحية وجاء في خمسة عناصر فرعية: مفهوم التوعية الصحية، وخصائصها ومجالاتها، وأهدافها، ودور وسائل الإعلام في التوعية الصحية، أما العنصر الثاني تناولنا فيه مواقع التواصل الاجتماعي وشمل سبعة عناصر فرعية جاءت كالآتي :

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، ونشأة مواقع تواصل اجتماعي، وخصائصه، أنواعه وأشكاله، وخدماته ومميزاته، أما العنصر الثاني تناولنا فيه الفايسبوك وضم خمسة عناصر فرعية: مفهومه، ونشأته، وخصائصه، إيجابيات، وسلبياته.

أما الفصل الثالث: يتعلق بتحليل البيانات والنتائج العامة.

# الفصل الأول

الفصل الأول: إشكالية الدراسة، مداخلها النظرية ومنهجيتها

أولاً: إشكالية الدراسة

1- تحديد المشكلة

2- أسباب إختيار الموضوع

3- أهمية الدراسة

4- أهداف الدراسة

5- الدراسات السابقة

6- تحديد المفاهيم

ثانياً: المداخل النظرية للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)

1- مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

2- محددات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

3- فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

4- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

5- تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد

6- مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- مجالات الدراسة

2- عينة الدراسة

3- منهج الدراسة

4- أدوات جمع البيانات

## الإشكالية:

أصبح الفيسبوك يمثل دورا حيويا في حياة المواطن خلال الألفية الثالثة، حيث أصبح مصدر المعلومات وتفاعل العديد من الموضوعات والقضايا بارزة في خدمات متاحة وبشكل ميسرا.

ورغم هذه الميزة التفاعلية الحيوية فإن الفيسبوك يمثل حماية من المخاطر المحدقة بالإنسان في حياته ومحيطه الذي يعيش فيه وذلك انطلاقا من مشكلة الهوية الشائعة بالمصدر ومدى رسميته خاصة إذا نظرنا إلى موضوع التوعية الصحية الذي يمس حياة الإنسان بشكل مباشر إذ نلاحظ أن الكثير من المشتركين في الموقع بشكل دوري الكثير من المنشورات ذات العلاقة بالصحة العامة للمواطن، حيث يصبح المواطن فريسة ضبابية الهوية والمصدر، لاسيما إذا كان المشترك لا يستنتج بمعرفه أساسية في هذا المجال.

علما أن التوعية الصحية يعتبر موضوع حيوي يمس المجتمع ككل وعليه يجب ان يقوم بمعالجات رسمية أو حتى خدماتية في هذا المجال، إذ يتطلب الأمر كما هائلا وكفاءة عالية للتعامل مع المواقف والحالات القارئة والروتينية التي يشرح المجتمع، بحيث يحصل هذا المشترك على حاجاته الصحية من إرشاد وتوجيه ونصائح بدون خوف على حياته، وعليه من المفروض أن يكون لمؤسسات رسمية كوزارة الصحة ومديرية الصحة عبر الوطن وكذا الأطباء مصدرا افتراضيا ييسر إتاحة المعلومات التي تشبع حاجات المواطن في الجانب الصحي وتنمي ثقافته في التفاعل مع الشأن اليومي والمواسم والحالات الطارئة بشكل جيد.

في موضوعنا هذا نريد تسليط الضوء على مدى فعالية مثل هذه العناصر في التوعية الصحية عبر مواقع الفايسبوك، وذلك من خلال وجود هذه المواقع من عدمها.



## التساؤل الرئيسي:

- ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية؟

## الأسئلة الفرعية:

- مدى استخدام هذه المواقع في التواصل مع المواطنين والرد على التساؤلات والانشغالات.

- مستوى البشرية في هذه المواقع ومدى مواكبته لما يحصل في البيئة المحيطة.

- مدى وحجم وأهمية المعلومات التي تثبت عبر المواقع وانعكاساتها على وعي المواطن التبسي في

المشاكل الصحية.

## أسباب اختيار الموضوع:

إن من أصعب مراحل البحث هي مرحلة اختيار موضوع بحث، يساهم في تطور المجال المعرفي،

وهناك عدة أسباب دفعتنا للخوض في هذا الموضوع:

### أ- أسباب ذاتية:

- محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية.
- توفر عدد من المراجع الكافية والتي تمكني وتساعدني على انجاز المذكرة.
- توافق هذا الموضوع مع تخصصي الدراسي.
- محاولة معرفة كل ما يتعلق بدور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية.

### ب- أسباب موضوعية:

- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة العلمية، حيث أنها من الممكن أن تكون نقطة انطلاق لدراسات مستقبلية وفتح الباب أمام الباحثين للتعلم أكثر في الظاهر ودراستها من زوايا مغايرة.

## الفصل الأول

• انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير لاسيما موقع الفيسبوك خاصة في مجال الصحة.

• معرفة الغاية والأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع والتي بدورها تعكس دور مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الصحة.

### **أهمية الدراسة:**

تشير أمية الدراسة موضوع دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التوعية إلى قيمتها بالنسبة للمجتمع والأسرة، والمعرفة العلمية والدوار المهنية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى ما يمكن ان تثيره هذه الدراسة من قضايا وأفكار علمية تساهم في نمو الوعي الحي في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي ومدى مساهمتها في بلورة وإبراز الأساليب التي تعتمد عليها هذه الأخيرة في التوعية بالقضايا الصحية، ومدى تأثيرها على الجمهور المتلقي.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي انتشرت انتشارا كبيرا ومن ثم يكون عدها أهمية في نشر التوعية الصحية باعتبار أغلبية الأشخاص يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة طويلة يجعل هذه الوسائل الوسيلة الأنجع لنشر التوعية الصحية، كما تلعب نظرا لاستخدامها من طرف جميع شراح المجتمع.

### **أهداف الدراسة:**

✓ مدى استخدام موقع الفيسبوك من طرف القطاع الصحي.

✓ حجم استخدام موقع الفيسبوك.

✓ أهم القضايا المشاركة عبر موقع الفيسبوك.

✓ حجم التفاعل مع عينة التوعية عبر الموقع.

✓ معرفة من هو الذي يلعب دور القائم بالاتصال عبر الموقع.

✓ كيف يتم تشكيل عينة التوعية عبر الموقع.

## الدراسات السابقة:

### الدراسة الأولى:

دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين للباحث "شعباني مالك" وهي عبارة

عن رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية للسنة الجامعية (2001-2002) جامعة منتوري قسنطينة.

تدور هذه الدراسة حول تساؤل رئيسي والذي يكمن في دور إذاعة سيرتا المحلية في نشر الوعي

الصحي لدى الطلبة الجامعيين، وقد عالج الباحث في هذا الموضوع وفق خطة عمل تضمنت مقدمة وسبعة

فصول وخاتمة وبدأها بفرضية عامة تتمثل في مساهمة الإذاعة المحلية سيرتا في نشر الوعي الصحي لدى

مستمعيها إضافة إلى فرضيات جزئية كإعطائها أهمية معتبرة للمواضيع الصحية وتقديم برامج صعبة شاملة

لمختلف الأمراض تتضمن نصائح وإرشادات وقائية وعلاجية لمستمعيها، كما تلعب دورا هاما في التأثير على

سلوك مستمعيها لتشكيل الوعي الصحي.

وانطلاقا من هذه الفرضيات يتضح لنا جليا أن هذه الدراسة هي دراسة وصفية وهذا ما صرح به

الباحث نفسه، وبما ان الباحث مرتبط بعدة اعتبارات فقد اتجهت دراسته لتبني منهج المسح بالعينة، تمثلت في

طلبة جامعة قسنطينة (96 طالبا)، وفي نطاق جمع البيانات والمعلومات استعمل الباحث المقابلة والاستمارة

وفق ما تتطلبه مراحل البحث.

وفي الأخير توجت هذه الدراسة بإثبات الفرضية العامة أي ان الإذاعة المحلية سيرتا تساهم في نشر

الوعي الصحي لدى مستمعيها، والنتيجة التي توصل إليها الباحث وهي: أن أعلى نسبة من أفراد العينة تقترح

## الفصل الأول

تحسين مستوى الحصص الإذاعية الصحية والاستعانة بالأخصائيين وذوي الخبرة والتجربة وفسح المجال الكامل لهم للحديث ودون مقاطعتهم.

### **الدراسة الثانية:**

الحملة الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر للباحثة " تباني عبير " دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة، أجريت سنة (2012،2011).

تمثلت إشكالية الدراسة في معرفة مدى فعالية الحملات الإعلامية (الفواصل الإعلانية) الخاصة بالتوعية المرورية والمقدمة من طرف إذاعة سطيف الجهوية.

اعتمدت هذه الدراسة المنهج المسحي الوصفي كما استعانت بالملاحظة والاستبيان كأداتين لجمع المعلومات والبيانات.

تمثلت العينة في مجتمع السائقين لولاية سطيف.

### **أهداف الدراسة:**

تركزت في معرفة مدى فعالية الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية المقدمة من طرف الإذاعة وذلك من خلال:

- تسليط الضوء على هذا النوع من الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية وعلى مدى تعرض جمهور السائقين لها وتذكرهم لمحتوياتها.
- معرفة آراء جمهور السائقين في محتوى هذه الحملات وفي أساليبها الإقناعية.
- محاولة معرفة دور هذه الحملات في التأثير على سلوكيات السائقين المرورية.

## نتائج الدراسة:

إن أغلبية السائقين يستمعون إلى الفواصل الإعلانية ويرجع ذلك إلى خصوصيات هذا النوع من حيث قصر مدته وتكراره واستمراريته وهذا كله تحكمه (السن، المستوى التعليمي...).

اعتبر السائقين أن الفترة الصباحية أكثر الفترات ملائمة لبث هذه الفواصل.

نسبة ضئيلة من السائقين عبرت عن عدم استماعها لهذه الفواصل لعدم إعجابهم بها وبطريقة تقديمها وعدم اهتمامهم بموضوعاتها وتشاؤمهم منها جراء اعتمادها على أسلوب التخويف والترهيب.

السائقون يفضلون بالدرجة الأولى أن تقدم هذه الفواصل بالعامية كونها أقرب لكل فئات المجتمع باختلاف مستوياتهم.

فيما يخص المواضيع المعالجة فقد أشار السائقون إلى أن أغلب المواضيع المعالجة مهمة إلا أنها تتكرر دوماً وتفتقر إلى التجديد والتنوع.

كشفت النتائج الخاصة بمدى تأثير الحملات الإعلامية (الفواصل) الخاصة بالتوعية المرورية كمصدر للمعلومات نظراً لبساطة المعلومات وعدم جدتها.

## الدراسة الثالثة:

"الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر". مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية، من اعداد الطالبة "سيدهم ذهبية" للسنة الجامعية 2004-2005، جامعة منتوري، قسنطينة.

## الفصل الأول

تدور هذه الدراسة حول التساؤل الرئيسي والذي يكمن في: "ما هي الأساليب الإقناعية المستعملة في الصحافة المكتوبة، وقد عالجت الباحثة هذا الموضوع وفق خطة عمل تضمنت مقدمة وأربعة فصول وخاتمة وانطلقت الباحثة من عدة أهداف منها:

التحكم في الخطوات المنهجية للبحث العلمي والتعمق أكثر في تقنية تحليل المضمون.

الكشف عن الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة من خلال تحليل المضمون الصحي من خلال

جريدة "الخبر" والتي يمكن من خلالها وضع فروض تكون موضوع بحث لمواضيع قادمة في مجال الإقناع.

الكشف وبطريقة غير مباشرة ومدى دور الجريدة اليومية في التوعية والتثقيف الصحي.

### مجالات الدراسة:

المجال الزمني: من جانفي 2013 إلى ديسمبر 2013، قدر بسنة كاملة، أي ما يعادل 12 شهراً.

المجال المكاني: قسنطينة.

المجال البشري: الطبقة القصدية وفق العداد التي سيقوم بتحليلها قسدياً.

المنهج المتبع في هذه الدراسة هو منهج تحليل المحتوى ولجمع المعلومات الكافية تم الاعتماد على (المقابلة،

استمارة تحليل المحتوى)، أما فيما يخص الملاحظة ورغم أهميتها في البحوث الاجتماعية بصفة عامة إلا أن

طبيعة دراسة الباحثة لم تستدعي استخدامها كأداة مستقلة بشكل منهجي، لذلك فقد اقتصرَت الباحثة استعمالها

كمجرد عامل وسيط ومساعد لإنجاز التقنيات الأخرى.

تم تحديد العينة العمدية (القصدية) التي تتماشى مع نوعية الدراسة وأهدافها فقد تم حصر العينة في

12 عدد (عدد الأشهر) وعليه تم اختيار العينة وفقاً للطريقة الآتية مع مراعاة النقاط سابقة الذكر.

قامت الباحثة في البداية بجمع كل الأعداد التي تتناول المواضيع الصعبة في سنة 2013.

ثم كمية المواضيع الذي يحتويها كل عدد.

ثم اختارت قسديا من كل شهر العدد الذي يحتوي على أكثر عدد ممكن من المواضيع الصحية واستنتت باقي

الأعداد، أي قامت باختيار من كل شهر عدد واحد قسديا على أساس كمية المواضيع المعالجة في كل عدد.

وتوصلت هذه الدراسة للنتائج التالية:

- سيطرة الطابع السردى الإخبارى.
- أكثر المواضيع المتناولة هي المواضيع المتعلقة بالصحة العمومية.
- يقوم بتحرير المواضيع الصحية صحفيون غير مختصين.
- توجه المواد الصحية إلى فئات واسعة من الجمهور غير المتجانس من حيث (العمر، الجنس، المستوى الثقافى).

### تحديد المفاهيم:

الدور:

لغة: عرفه قاموس العرب على أنه: "دار الشيء يدور دورا ودوران ودار واستدار أدركته وأنا

أدركته وأداره غيره، ودور به ودرك به وأدركت واستدركت وداوره ومداوره ودار معه"<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> علي بن هادية وآخرون: القاموس الجديد للطالب، ط1، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1999، ص120.

**اصطلاحاً:** تعريف يدل: "يمثل الدور تلك الممارسات السلوكية المميزة لواحد أو أكثر من

الأشخاص في إطار معين"<sup>1</sup>

وعرفه بارسونز بأنه: "ما يقوم به بفعل الفاعل الاجتماعي في علاقته مع الآخرين".<sup>2</sup>

### مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت الدراسات التي طرحت مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تشابهت في بعض

الجوانب واختلفت في بعضها الآخر فهناك عدة تعريفات نذكر منها:

هي مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع

لا تعطيك معلومات فقط، بلل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك

وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> حسناء محمد الجبور: الإعلام البيئي، ط3، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص15.

<sup>2</sup> ناصر قاسيمي: دليل مصطلحات علم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص66.

<sup>3</sup> علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها على الأخلاقيات والقيمية، رسالة ماجستير (غير منشورة)،

الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، السعودية، ص2



## الفصل الأول

**التعريف الإجرائي:** هي مواقع الكترونية تسمح لأي فرد أو شركة بإنشاء حساب فيها ومن ثم ربطها من خلال نظام اجتماعي مع أعضاء آخرين مهما كانت أعمارهم وأجناسهم وجنسياتهم، وذلك بهدف مشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات وتبادل الآراء والتفاعل مع جميع القضايا المطروحة صوتاً وصورة.

### **التوعية:**

**لغة:** من الفعل وعى، يعني الفهم وسلامة الإدراك.<sup>1</sup>

**اصطلاحاً:** يقصد بالتوعية النشاط الذي يطلع به الإنسان من أجل إكساب الأفراد والمجتمع فكراً ووعياً، إزاء موضوع أو قضية معينة، ومحاولة تبصيره بالنواحي المختلفة المحيطة بهذه القضية أو الموضوع.<sup>2</sup>

### **الصحة:**

**لغة:** جاء في المعجم الوجيز "معجم اللغة العربية" حول مفهوم الصحة ما يلي: البرء من كل عيب أو ريب، فهو صحيح، أي سليم من العيوب والأمراض. والصحة في البيئة حالة طبيعية تجري أفعالها معاً على المجرى الطبيعي.

---

<sup>1</sup> إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: معجم المصطلحات، عصر العولمة، ط1، دار الثقافة للنشر، 2014، ص200.

<sup>2</sup> مي عبد الله وآخرون: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، 2014، ص124.

## الفصل الأول

**اصطلاحاً:** عرف محمد بن الجابري الصحة بانها: " السلامة والحماية البدنية والعقلية والاجتماعية الكاملة وليس مجرد الخلو من الأمراض أو العجز"، فقد اعتبر هذا التعريف بمثابة هدف أكثر من كونه تعريف ومن الواضح أن التعريف فقد أكد ارتباط الجوانب البدنية<sup>1</sup>.

**التوعية الصحية:** علم وفن يهدف للتأثير على رغبات وسلوكيات الافراد في المجتمع وأداة لكسب ثقتهم واستقطابهم نحو الأجهزة الصحية وتعاونهم مع المسؤولين في مجال التنقيف وأجهزة الإعلام في سبيل وقاية المجتمع ن مختلف العلل والأمراض ويقصد الباحث بالتوعية الصحية في هذا البحث البرامج التي تقدمها وسائل الإعلام لرفع المستوى الصحي للجمهور.<sup>2</sup>

### **الفيسبوك:**

**لغة:** الفيسبوك Facebook بالإنجليزية كعلامة تجارية تعرف على انه اسم لخدمة وموقع لشبكة تواصل اجتماعي.

**اصطلاحاً:** هو أحد المواقع المشكلة لما يطلق عليها مواقع التواصل الاجتماعي، يتيح للأفراد التواصل فيما بينهم ومشاركة وتبادل الأفكار والمعلومات فينشأ نوع من التفاعل خاصة فيما يتعلق بالمواضيع ذات الاهتمام المشترك مشكلين بذلك جماعات تحمل نفس الأفكار تكون موازية للجماعات الواقعية<sup>3</sup>.

حيث سيتم التطرق إليه بالتفصيل في الفصل اللاحق والمخصص لذلك.

---

<sup>1</sup> يوسف أميرة منصور: المدخل الاجتماعي للمجالات الطبية والنفسية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1997، ص 95.

<sup>2</sup> يوسف أميرة منصور: نفسه، ص110.

<sup>3</sup> ليلي احمد جرار: الفايسبوك والشباب العربي، ط1، دار حنين للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2012، ص 52.

## ثانياً: المداخل النظرية للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام):

### 1- مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ينطلق مفهوم هذه النظرية بين الأفراد ووسائل الإعلام من منطلق أن العلاقة التي تحكم هي علاقة الاعتماد والتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الجمهور في الوصول إلى أهدافهم على مصادر المعلومات المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها، وبالمناسبة فالمعلومة حسب تعريف كل من ديفلور وساندر بول تعني كل الرسائل الإعلامية وحتى الترفيهية.

### 2- محددات نظرية الاعتماد المتبادل:

انطلقت محددات هذه النظرية من محددتين اثنتين حتى يكتمل الاعتماد ما بين الجمهور ووسائل الإعلام.

1- تقديم خدمات مهمة للجمهور: أي تحقيق أهداف ووظائف وسائل الإعلام المناطة بها والأهم من ذلك هو إشباع حاجات الجمهور.

2- ارتفاع حدة وتيرة الصراع العسكري أو السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي.

من جهة أخرى فقد اعتبر الباحثون في النظريات الإعلامية أن نظرية الاعتماد المتبادل التي تعتبر من النظريات أن التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، أي أنها تتداخل مع نظرية الاستخدامات والاشباع في ان الجمهور يعتمد على معلومات ووسائل الإعلام للحصول على حاجاته ولتحقيق على أهداف معينة، كما أنها تتداخل مع نظرية الغرس الثقافي من منطلق أن كل منهما يسعى إلى تشكيل الآراء والاتجاهات من خلال استمرار الجمهور على متابعة وسائل الإعلام<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص ص 96-97.

ويمكن النظر إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها:

أ- نظرية ذات منشأ سوسولوجي وظيفي.

ب- نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً فهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة ببعضها ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بتلك العلاقات.

ج- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نموذج طارئ من حيث كون أي تأثير محتمل من جراء ذلك الاعتماد يعتمد بشكل ما على الظروف المصاحبة لموقف بشكل محدد.

د- النظرية جزء من نظريات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية.

### 3- فرضيات النظرية:

1- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة.

2- نظم وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.

3- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.

4- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> د، منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، ط1، 2012، دار المسيرة للنشر والتوزيع - عمان، ص ص 212-214.

#### 4- ركائز النظرية:

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين وهما:

1- **الأهداف:** لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أفراد أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

2- **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات وهي:

أ- **المصدر الأول:** هو جمع المعلومات فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي تحتاج إلى معرفتها، ويقدم كاتب السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح لنا هدف للعب أو المرح أو الاسترخاء.

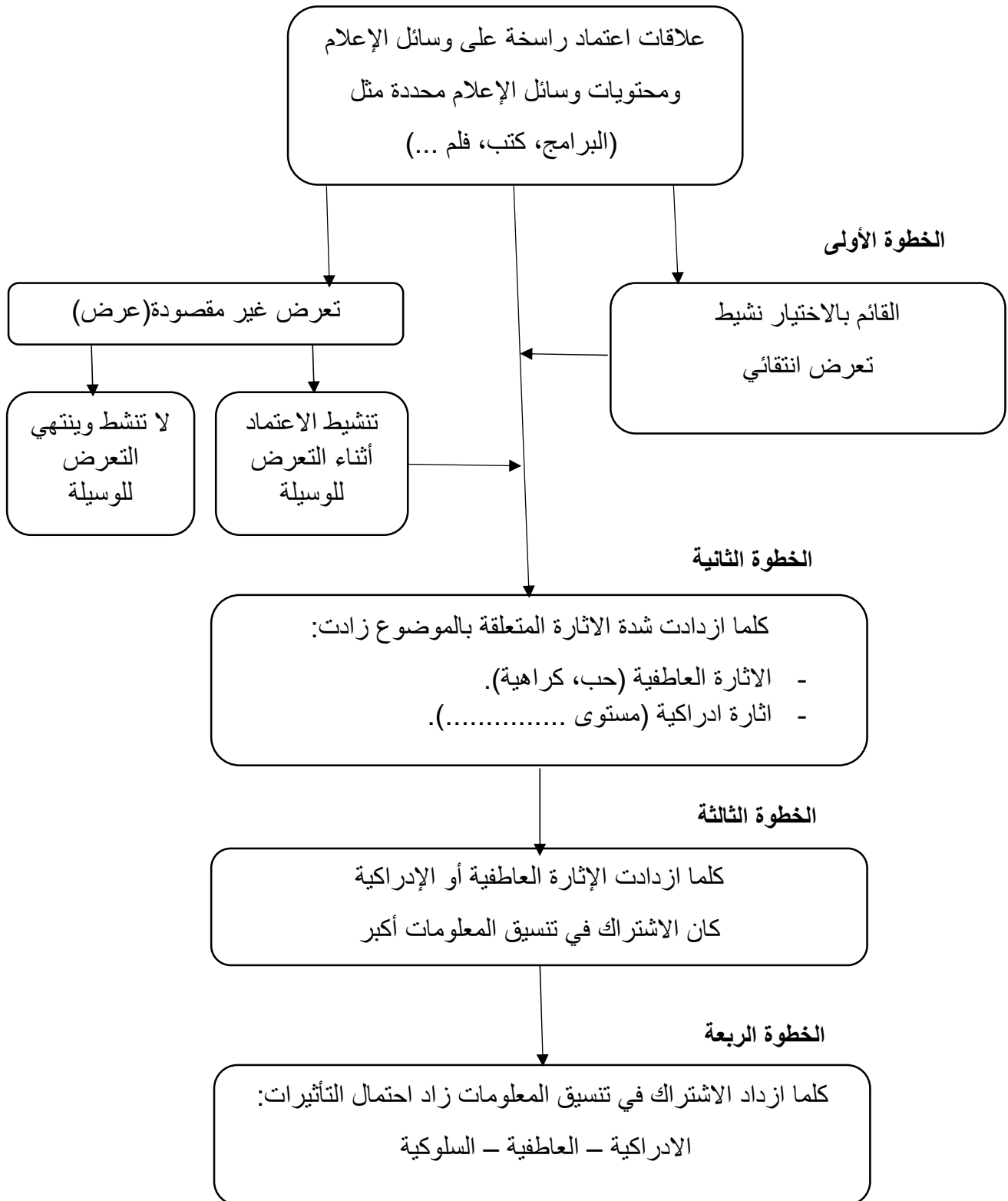
ب- **المصدر الثاني:** وهو تنسيق المعلومات ويشير إلى تنقيح المعلومات التي جمعها بالزيادة أو بالنقصان لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فلم سينمائي.

ت- **المصدر الثالث:** هو نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدود<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص ص 314-315.

5- تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد:



## الفصل الأول

بدأ النموذج السابق بفرد يتفحص وسائل الإعلام بدقة، ليقرر بفعالية ما يرغب في الاستماع إليه، أو مشاهدته أو قراءته، أو شخص يتصل بشكل عرضي بمحتويات وسلطة إعلامية وتحدث الخطوات التالية:

### **الخطوة الأولى:**

يتسم القائم بالاختبار بالنشاط وينتقي محتوى معين من وسائل الإعلام ويتوقع أن التعرض سيساعده على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم والتوجيه، والتسلية وتعتمد التوقعات على:

- 1- تجارب وخبرات سابقة.
- 2- تحدث (تخاطب) مع الزملاء أو أصدقاء العمل.
- 3- إشارات يحصل عليها من مصادر وسائل الإعلام (مثل: خريطة البرامج اليومية).

### **الخطوة الثانية:**

تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية فليس كل الأشخاص الذين يتعرضون لوسائل الإعلام سوف يفعلون ذلك بنفس القدر من الاعتماد، كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث اهتمامهم من خلال فترة تعرض عارضة، وتتوقف شدة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال فروق في:<sup>1</sup>

- 1- الأهداف الشخصية.
- 2- الوضع الشخصي والاجتماعي.
- 3- التوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتوى الوسيلة الإعلامية.
- 4- سهولة الوصول إلى المحتويات.

---

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: المرجع نفسه، ص 323.

### الخطوة الثالثة:

يعتبر الإشتراك مفهوما أساسيا فالسياسي الذي يقول: "أحبوني أو اكرهوني لكن لا تتجاهلوني" إنما يتحدث عن أهمية مشاركة الجمهور ويشير إلى ضرورة الاشتراك والمساهمة النشطة في تنسيق المعلومة، فالأشخاص أثيروا إدراكيا أو عاطفيا سوف يشتركون في نوع من التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض مثل الإقلاع عن التدخين أو بدء التدريبات الرياضية أو إجراء فحوص طبية.

### الخطوة الرابعة:

الأفراد الذين يشاركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر قابلية للتأثير بمحتوى وسائل الإعلام، وتهتم أغلب بحوث وسائل الإعلام بالآثار الإدراكية أو الآثار على الإدراك الحسي والمواقف والمعرفة والقيم، أما الآثار الوجدانية مثل مشاعر الخوف والسعادة والحب والكراهية فإنها تحظى باهتمام أقل كذلك فإن الصلة بين أبعاد التأثيرات الإدراكية والسلوكية أقل وضوحا<sup>1</sup>.

### 6- مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- 1- أعطت القوة والسيطرة لوسائل الإعلام على مصادر المعلومات، بخلاف المفهوم السائد بان وسائل الإعلام هي بحد ذاتها قوية.
- 2- تلزم الأفراد ببلوغ أهدافهم الشخصية.
- 3- تركز على العلاقات بين النظم ومكوناتها.
- 4- تنظر إلى المجتمع باعتباره مجتمعا مركبا من مجموعة من الأفراد.
- 5- قدرتها على تفسير سلوك كل جزء من تركيب هذا المجتمع على حدة لمعرفة ارتباط هذه العلاقات مع بعضها البعض.

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: المرجع نفسه، ص 323.



6- اعتبرها علماء الإعلام بأنها نظرية شاملة ومتكاملة للعلاقات بين وسائل الإعلام والرأي العام.

7- تتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام بالمجتمع.

8- تضمنها عناصر من علم الاجتماع وعلم النفس.

9- تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع مما يؤدي إلى تكامل هذه الأنظمة بعضها

مع بعض<sup>1</sup>.

### ثالثاً: الإجراءات المنهجية:

وسيتم فيها تحديد مجال الدراسة وكذا العينة كما سيتم توضيح المنهج المتبع ومختلف الأدوات.

1- مجالات الدراسة: تنصب الدراسة الميدانية على تحليل واقع الميدان الذي يجري فيه البحث، وبما

أن أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها المختلفة، من مجال مكاني وزماني، فهي في دراستنا

كالآتي:

1-1 المجال المكاني: تمت هذه الدراسة في مؤسسة مديرية الصحة ولاية تبسة والتي أنشأت بموجب

المرسوم التنفيذي رقم 261/97 المؤرخ في 14/07/1997 الذي يحدد القواعد الخاصة بتنظيم مديريات

الصحة والسكان الولائية وسيرها، وبموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 12/05/1998 الذي

يتضمن المخطط التنظيمي لمديرية الصحة والسكان في الولاية، حيث تتكون مديرية الصحة والسكان من

06 مصالح و18 مكتبا وهي موزعة كالآتي:

- مصلحة الموارد البشرية والشؤون القانونية والتي تتكون من: مكتب المستخدمين ومكتب التكوين

ومكتب الشؤون القانونية والمنازعات، ومصلحة التخطيط والوسائل والتي تتكون من مكتب الخريطة

الصحية والإحصائيات، ومكتب الاستثمارات والصفقات ومكتب الميزانية والمراقبة، ومصلحة الهياكل

<sup>1</sup> بسام عبد الرحمن المشاقبة: مرجع سابق، ص 97.

## الفصل الأول

والمهن الصحية والتي تتكون من مكتب تنظيم الهياكل العمومية للصحة وتقييمها ومكتب القطاع الخاص مكتب الاستعجاليات والإسعافات.

- مصلحة الوقاية والتي تتكون من مكتب البرامج الصحية، مكتب الأمراض المتنقلة وغير المتنقلة ومكتب الحماية الصحية في الأوساط الصحية، ومصلحة السكان والتي تتكون من مكتب الصحة التناسلية والتنظيم العائلي ومكتب البرامج السكانية ومكتب الإعلام والتربية والاتصال.

- مصلحة النشاط الصحي والمنتجات الصيدلانية والتي تتكون من مكتب ترقية العلاج القاعدي وطب الأمراض العقلية ومكتب تنظيم المنتجات الصيدلانية ومكتب النشاط الصحي ومتابعة اللجان الطبية، كما أنها لديها مهام تقوم بها فهي، تسهر على تطبيق التشريع والتنظيم في جميع المجالات المتصلة بأنشطة الصحة والسكان وتنشط وتنسق وتقوم بتنفيذ البرامج الوطنية والمحلية للصحة، لاسيما في مجال الوقاية العامة وحماية الأمومة والطفولة والحماية الصحية في الأوساط الخاصة وكذلك في مجال التحكم في النمو الديموغرافي والتخطيط العائلي وترقية الصحة التناسلية وتسهر على احترام السلم التسلسلي للعلاج، لاسيما بتطوير كل النشاطات التي تهدف إلى ترقية العلاج القاعدي وتطور كل عمل يهدف إلى الوقاية من إدمان المخدرات ومكافحتها وخصوصا في اتجاه الشباب وتسهر على التوزيع المتوازن للموارد البشرية والمادية والمالية دون المساس بالصلاحيات.

**2-2 المجال الزمني:** بدأ الشروع في إنجاز هذه الدراسة مع نهاية سنة 2019، وخلال فترة

الإنجاز انقسمت هذه الأخيرة إلى:

- جانب نظري: استمر البحث فيه طوال الفترة الممتدة من ديسمبر 2019 إلى نهاية مارس 2020.
- جانب ميداني: شرع فيه ابتداء من بداية مارس إلى غاية نهاية ماي 2020 بتوزيع استمارات

استبيان.

## عينة الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد عينة الدراسة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية والإنسانية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه، وكفاءة نتائجه ويتم ذلك عن طريق اختيار فئة ممثلة لهذا المجتمع، وتعرف العينة بأنها ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية حيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً .

ونظراً لطبيعة الموضوع المدروس والمتمثل في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية فإن أنسب أسلوب يمكن أن نعتمد عليه لتحديد العينة في هذا النوع من الدراسات هي العينة المتاحة والتي يقصد بها القيام باختيار وحدات العينة الأكثر إتاحة للباحث وعادة ما يلجأ الباحثون إلى هذا النوع من العينات للحصول على عينة كبيرة بسرعة وبأقل التكاليف<sup>1</sup>.

## مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في كامل الأفراد أو الأحداث التي تكون موضوع البحث أو الدراسة، وقد وقع اختيارنا على مجتمع البحث على متابعي صفحة مديرية الصحة ولاية تبسة  
قد قمت باختيار هذا النوع من العينات بالذات نظراً لأسباب الآتية:

- خصوصية بعض متابعين صفحة مديرية الصحة ولاية تبسة وتحفظهم اتجاه استمارات البحث

العلمي عموماً وعن تقديم يد المساعدة، ونظراً لضخامة جمهور مستخدمي شبكة فيسبوك من آباء وأمّهات

---

<sup>1</sup> د، منال هلال المزاهرة، المرجع السابق، ص133.

وأبناء وباعباره من أكثر وأشهر شبكات التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين ومن حيث التفضيل والانتشار.

- سرعة وسهولة الوصول إلى متابعين صفحة مديرية الصحة ولاية تبسة والمتوفرة عبر هذا الفضاء باعتبار أنني أحد المستخدمين لهذه الشبكة والمتابعين للصفحات والمشاركين في المجموعات التي تخص مؤسسة مديرية الصحة ولاية تبسة

وفيما يخص حجم العينة فقد تم إرسال 100 إستمارة إلكترونية إلى متابعي الصفحة، من تاريخ 21 ماي 2020 إلى 23 ماي 2020، وبعد الفرز والتنظيم، تم استبعاد 35 إستمارة لأسباب منهجية كالتضارب في المعلومات المصرح بها، وكذلك لعدم الإجابة على أسئلة كثيرة لتبقى 65 إستمارة وهو ما يمثل حجم عينة هذه الدراسة (36متابعا من الذكور، و29متابعا من الإناث) وهو حجم نراه مناسباً لعامل الوقت المتوفر من أجل إجراء الدراسة الميدانية<sup>1</sup>.

### منهج الدراسة:

المنهج هو مجموعة من خطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة. ويعرف محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة.

ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها، وبما أن هذه الدراسة تسعى إلى جمع معلومات حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية، فإن هذه الدراسة تصنف ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة

---

<sup>1</sup> عدنان حسين ويعقوب عبد الله أبو حلو: الأسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في علوم التربية والإنسانية، دار إثراء للنشر والتوزيع 2009، عمان، ص 101.

## الفصل الأول

عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع، والمنهج الوصفي يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته، وذلك في جانبه المتصل بطريقة الدراسات المسحية التي أثبتت نجاحها في دراسة مواقف الناس واتجاهاتهم، كما يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة الجمهور الخارجي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، وهو ما نحتاجه في هذه الدراسة: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية"، حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة والاجتماعية والنفسية وكذلك الأنماط السلوكية، وبالتالي فهو يتيح لنا معرفة درجات التأثير وكيفية التأثير وحجمه على القيم الاجتماعية.

ومن هنا قمنا في هذه الدراسة بتطبيق المنهج الوصفي وذلك بوصف كيفية استخدام موقع "الفييس

بوك" في نشر التوعية الصحية<sup>1</sup>.

### **أدوات جمع البيانات:**

**الاستمارة:** تعتبر الاستمارة من أدوات البحث شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث، وقد استخدمنا هذه الأداة كأداة رئيسية في البحث كونه، يساعد الباحث على جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار أو التشتت، بالإضافة إلى أن عدم تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء، ويوفر كثيرا من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها، مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج، كما أنها وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى

---

<sup>1</sup> الجمال راسم محمد، **مناهج البحث في الدراسات الإعلامية**، الفصل السادس، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1999، ص ص 143-144.

## الفصل الأول

الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة بالمستجيب، ويعرف كذلك على أنه مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين<sup>1</sup>، وحتى يحقق الاستبيان الهدف المرجو منه يجب أن يتضمن مجموعة من الأسئلة الواضحة والمعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، ولهذا اعتمدنا على صياغة استمارة استبيان تتكون من أربعة محاور تتضمن 29 سؤالاً موزعاً كالتالي:

✓ **المحور الأول:** ويتضمن بيانات شخصية للمبحوثين.

✓ **المحور الثاني:** يتضمن مجموعة من الأسئلة المعرفية.

✓ **المحور الثالث:** يشتمل على مجموعة من الأسئلة الذهنية.

✓ **المحور الرابع:** يتضمن مجموعة من الأسئلة السلوكية.

وبعد إنجاز وتنظيم أسئلة الاستمارة ومحاورها تم عرضها على الأستاذ المشرف لتحكيمها لنقوم بعد ذلك بتوزيعها إلكترونياً على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، والشروع بعد ذلك في تفريغ البيانات وتحليلها وفق النتائج المتحصل عليها.

---

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ط05، ص174.

# الفصل الثاني

## الفصل الثاني: التوعية الصحية ومواقع لتواصل الاجتماعي:

أولاً: التوعية الصحية.

- 6- مفهوم التوعية الصحية.
- 7- خصائص التوعية الصحية.
- 8- مجالات التوعية الصحية.
- 9- أهداف التوعية الصحية وأهميتها.
- 10- دور وسائل الإعلام.
- ث- دور الإذاعة المحلية في نشر التوعية الصحية.
- ج- دور الصحافة المكتوبة في نشر التوعية الصحية.
- ح- دور موقع الفيسبوك في نشر التوعية الصحية.

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي.

- 8- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
- 9- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
- 10- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.
- 11- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.
- 12- أشكال مواقع التواصل الاجتماعي.
- 13- خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.
- 14- مميزات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً: الفيسبوك.

- 6- مفهوم الفيسبوك
- 7- نشأة وتطور موقع الفيسبوك.
- 8- خصائص موقع الفيسبوك.
- 9- إيجابيات موقع الفيسبوك.
- 10- سلبيات الفيسبوك



## 1) مفهوم التوعية الصحية:

لقد قام العديد من المهتمين في حقل التوعية الصحية بوضع العديد من التعريفات بهدف توضيح المفهوم الذي ينطوي عليه هذا الحقل من حقول الرعاية الصحية ومن هذه التعاريف:

التوعية الصحية هي عملية تهدف لملء الفجوة بين معلومات الناس الصحية وممارستهم لها، وهو ذلك الجانب من الرعاية الصحية المعنى بالتأثير في العوامل ذات العلاقة بالسلوك، فالتوعية الصحية تدور بشكل أساسي حول تقديم النصح والتواصل الصحي مع الأفراد والجماعات، بهدف استثارة الدوافع لديهم وإمدادهم بالمعرفة والمهارة اللازمة، وتبني السلوكيات الصحية لرفع مستوى الصحة أو الوقاية من الأمراض وحتى يتسنى للمتقن الصحي القيام بهذه الأنشطة بشكل فعال لا بد له من وضع الخطط التثقيفية السليمة التي تمكنه من الوصول إلى هدفه، وعلم التوعية علم متطور وفي تجدد وتطور مستمر وتتغير وسائله وصوره بتغير وسائل الحياة والنظم الاجتماعية، وقد أدرك علماء الصحة العامة في كل مكان وشعورا بأهميته.

والفرض الأول منه تجديد المتطلبات الأساسية للمجتمع وتخصيص الحد الأدنى للأفراد ولكي تتحقق لهم العدالة الاجتماعية بينهم.<sup>1</sup>

## 2) خصائص التوعية الصحية:

للتوعية الصحية مجموعة من الخصائص تتمثل في:

توجيه جهود التوعية نحو جمهور متجانس في اهتماماته، ورغم هذا التجانس إلا أن هذا الجمهور يكون غير متجانس في بعض التغيرات الأخرى مثل: العمر، الخبرة، .... إلخ.

تتم التوعية عادة في أماكن تجمع الجمهور.

---

<sup>1</sup> عبد الرزاق الدليمي: الإعلام المتخصص، ط2، اليازوري، عمان- الأردن، 2005، ص 224-225.

الجمهور في التوعية غير ملزم أو مقيد بإتباع نظام شكلي كمواظبة الحضور .

مدة البرامج التوعوية غير محدودة فقد تقصر أو تطول حسب الغرض منها، هناك الدورية والموسمية وهناك من تستمر لسنوات كإعارة الطفل أو الأم.

-التوعية الصحية عملية مكتسبة عن طريق التعليم وهي خاضعة لتغير من شخص لآخر أو من مجتمع لآخر، ومن جيل إلى جيل آخر<sup>1</sup>.

### (3) مجالات التوعية الصحية:

لا يقتصر الجانب الصحي على جانب معين من الأمور المتصلة بالصحة ولكن التوعية الصحية تشتمل كافة العناصر الضرورية لكي يكون الإنسان متمتع بصحة جيدة ولتوسيع هذه المجالات ثم تقسيمها كالتالي:

#### (3)-1 الصحة الشخصية:

تشتمل البيئة المنزلية، الصحة، النظافة الشخصية والتغذية الصحية ويشمل هذا المجال النظافة والمشاكل الناتجة عن قلة النظافة الشخصية، قلة نظافة المنزل، نظافة الأكل والمشرب، وكذا نظافة الشارع.

#### (3)-2 التوعية الصحية العامة:

ونعني بها التثقيف الصحي الموجه للمجتمع ككل وبكافة قطاعاته، ويعد من أهم مجالات التوعية الصحية، إذ أن الرسائل المتصلة فيه من مذياع أو تلفاز وغيرها من وسائل الإعلام والاتصال تصل إلى أغلب أفراد المجتمع، كما ان المخاطبة تكون لكل أفراد المجتمع، وبالتالي تظهر أهمية التعرف على خصائص المجتمع الموجه للتثقيف والمشاكل الصحية الدائمة الأولويات منها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سمير محمود، الإعلام العلمي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 134.

<sup>2</sup> عبد المجيد الشاعر وآخرون: الصحة والسلامة العامة، ط1، دار البازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 20-25.

### 3-3 التوعية الصحية في المنزل:

يعتبر البيت مكانا مثاليا للتوعية الصحية لأن أصحابه من صغار وكبار يشعرون بالطمأنينة والأمن والراحة فيه، وتوفر التوعية الصحية في المنزل فرصة جيدة لإعطاء النصائح والتوجيهات للذين لا يحبون الذهاب للمستشفى والمراكز الصحية، كبار السن، كما توفر الظروف الواقعية للتوجيه حيث تكمن رسالة التثقيف الصحي بمستوى الاسرة الاجتماعي والاقتصادي وتعتبر البناء الأكثر نجاحا في الرجال تقديم التوعية الصحية بالمنزل.

### 3-4 التوعية الصحية في مكان العمل

لكل مهنة أخطارها وتزداد هذه الأخطار حسب نوع العمل الذي يقوم به الفرد، وتقع مسؤولية الوقاية من الأخطار التي تصيب أصحاب المهن جزئيا على عاتق العاملين في المجال الصحي خاصة اخصائي الصحة المهنية.

### 3-5 التوعية الصحية في المدرسة:

تمثل المدرسة مكان جيد للتوعية الصحية، حيث يشكل الأطفال في عمر المدرسة في أغلب البلدان حوالي ربع السكان، ويبرز الاهتمام بالمدرسة كمكان للتوعية الصحية إضافة إلى سهولة الوصول لهم بحكم وجودهم بين جدران المدارس، ولعل خير مثال على نجاح التوعية الصحية من خلال المدارس البرنامج العالمي من الطفل للطفل<sup>1</sup>. حيث يقوم البرنامج على نشاطات وقائية وعلاجية بسيطة تلائم الوضع المحلي، حيث يتم شرحها وتعليمها للأطفال من خلال معلمهم ما يقومون بنقلها إلى بيوتهم وبين عائلاتهم في القرية أو الحي.

---

<sup>1</sup> عبد المجيد الشاعر وآخرون: المرجع نفسه، ص26.27.

### 3-6 التوعية الصحية للمرضى والمراجعين::

يعتبر هذا المجال أمراً لازماً في المؤسسات الصحية من مستشفيات ومراكز صحية، فهو جزء لا يتجزأ من عمل أي مستشفى أو مركز صحي، فكما هو حق المريض في أن يقدم له العلاج فمن حقه أيضاً أن يقدم له النصح والتوعية الصحية اللازمة وأن يزود بمعلومات صحية تفيده.

### 3-7 التوعية الصحية الغذائية:

تهدف إلى الوعي الغذائي على جميع المستويات الاجتماعية والاقتصادية بما يحقق عادات صحية سليمة، ولا يشمل هذا المجال فقط في الأغذية وأنواعها، وإنما هو علم يبحث في العلاقات بين الغذاء والجسم الحي، وما ينتج عن ذلك من تحرير الطاقة وعمليات النمو والتكاثر وصيانة الأنسجة والانتاج، وكذلك التخلص من الفضلات.<sup>1</sup>

### 4) أهداف التوعية الصحية وأهميتها:

1-4 أهداف التوعية الصحية: توجد مجموعة من العناصر تبين لنا أهداف التوعية الصحية وهي:

- فهم واستيعاب أفراد المجتمع أن حل مشكلاتهم الصحية والحفاظ على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤولياتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الرسمية، عن طريق إتباعهم الإرشادات الصحية ورغبتهم بها.
- المامهم بالمعلومات المتصلة بالمستوى الصحي في مجتمعهم للمشكلات الصحية والأمراض المعدية التي تنتشر في مجتمعهم ومعدل الإصابة بها وأسبابها وطرق انتقالها وأعراضها وطرق الوقاية منها.

<sup>1</sup> عبد المجيد الشاعر وآخرون: المرجع نفسه، ص 28.

- تعرف أفراد المجتمع على الخدمات الصحية الأساسية والمساندة في مجتمعهم وكيفية الانتفاع بها<sup>1</sup>.

#### 2-4 - أهمية التوعية الصحية:

إن التوعية الصحية تمكن الأفراد من التمتع بنظرة صحية تساعد في تفسير الظواهر الصحية وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها.

كما أن التوعية الصحية بمثابة رصيد معرفي يستفيد منه أفراد المجتمع من خلال توظيفهم لها في وقت الحاجة في اتخاذ قرارات صحية صائبة لما يعترضهم من مشكلات صحية.

إضافة إلى ذلك تولد التوعية الصحية لدى أفراد المجتمع الرغبة الاستطلاع وتغرس فيهم حب اكتشاف المزيد منها كونها نشاط غير جامد يتسع بالتطور المتسارع.<sup>2</sup>

#### 5- دور وسائل الإعلام:

##### أ- دور الإذاعة المحلية في نشر التوعية الصحية:

تتمثل بعض مشكلات التنمية في هبوط مستوى التوعية الصحية وانخفاض مستوى النظافة وانتشار الأمراض وضعف الضغط الاجتماعي واضطراب أنماط الاستهلاك وغيرها من مظاهر الإهمال ومن مشكلات تحتاج في علاجها على قدر ممكن وملائم من الوعي الجماهيري، بطبيعة المشكلات وبأسلوب مواجهتها ولا بد ان تقوم الإذاعة بدورها في هذا الصدد معتمدة على برامجها بالدرجة الأولى وما تقدمه من خلالها من معلومات ونماذج تتميز به عن قدرة على مصاحبة الفرد ساعات طويلة من يومه تستطيع من خلالها أن تلج

<sup>1</sup> أحمد محمد بدر وآخرون: الثقافة الصحية، ط1، دار المسيرة، عمان، 2012، ص16.15.

<sup>2</sup> عبد الرزاق الدليمي: المرجع السابق، ص 225.

بطريقة غير مباشرة فتضيف معلومات جديدة أو تقدم الردود على الاستفسارات أو تقلب الموضوع على أوجه مختلفة.

وبما أن الراديو يصل إلى الجمهور بشكل واضح حيث انه يسمح للمستمع بالمشاركة في الأحداث الفعلية وله قدرة عالية في الإقناع والتأثير نجده سهل النقل ليصل إلى الجميع، ويمكن تكرار رسالته دون تكلفة كبيرة فغنه يستعمل الأهداف التوعوية الصحية.<sup>1</sup>

### ب- دور الصحافة المكتوبة في نشر التوعية الصحية:

تستعمل الصحافة المكتوبة كوسيلة مفيدة في التوعية الصحية ولما لها من الخصائص ما يؤهلها لزيادة هذا المجال خاصة ان المواضيع العلمية المتخصصة والتي تحتاج في أغلب الأحيان إلى بذل الجهد والوقت لفهمها وبما أن الصحافة المكتوبة تسمح للقارئ بالتحكم في ظروف التعرض لها فهي تعطيه فرص كثيرة لإعادة القراءة والتلقي، وبذلك الفهم وبهذه الوسائل كان لها دور في التعبئة ومساعدة صانعي القرار، فمن الجرائد الوطنية والجهوية وغيرها من المجالات تمكنت بعض الدول من دعم برامجها الوطنية للرعاية الصحية وتميبتها فقد لعبت دورا كبيرا ذلك بنشرها للأخبار ولدعم الحملات الوطنية للتلقيح كما أنها تقوم بإعادة نشر الخطب الصحية وتمكن الجمهور بأن يتصفح بعض التحقيقات أو المقالات التي تم تحريرها من طرف بعض الأطباء والأخصائيين حول مرض معين وكيفية الوقاية منه، ويمكن للجرائد أن تلعب دورا كبيرا في اعلام الناس وتزويدهم بالأخبار والاكتشافات الطبية الجديدة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> شعباني مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة ويسكرة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية، قسم الديموغرافية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة، جامعة منتوري، 2006.

<sup>2</sup> نبيلة بوخبزة: الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر، أطروحة ماجستير (دراسة نظرية ميدانية)، جامعة الجزائر، 1995، ص 160.

### ج- دور موقع الفيسبوك في نشر التوعية الصحية:

إن التوعية الصحية تلعب دورا هاما في رفع مستوى الصحة لدى أفراد المجتمع نظرا لأهميته، فقد اعتبره العلماء والأطباء بأنه الوسيلة الفعالة الرئيسية التي تساهم في توعية المجتمع من جهة وتحسين مستوى المجتمع من جهة أخرى، ويمكن أن نلاحظ ان التوعية الصحية تعتمد على وسائل الاتصال بشكل مباشر من اجل التأثير على المجتمع وتخليص الناس من العادات والتقاليد القديمة غير السلبية وتحريرهم من الجهل والتخلف العلمي والاجتماعي، وخلق الأفراد ذوي المستوى العالي والوعي والمعرفة بالحقائق الخاصة بالصحة من اجل عدم الوقوع في المشاكل الصحية للأمراض.

وقد شهدت التوعية الصحية تطورا مستمرا من حيث الوسائل والاشكال فبتغيير وسائل الاتصال والنظم الاجتماعية فأصبحت التوعية الصحية تستخدم وسائل الإعلام الإلكتروني والتي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي بالأخص موقع الفيسبوك، ويقدم الفيسبوك خدمات عديدة لمتصفحيه، فهو يتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة معهم اهتماماتهم وبظهوره توسعت الخدمات المرجوة من هذا الموقع ومنحتهم إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم، الثقافة، الصحة، الرياضة وغيرها.<sup>1</sup>

والفيسبوك عبارة عن موقع الكتروني اجتماعي انتشر في السنوات الأخيرة بشكل كبير ولايزال مستمرا في الانتشار المتسارع وهو الأكثر استخداما في المجال الصحي.

فالتوعية الصحية هي الهدف الأساسي لمتصفح الفيسبوك الذي يعتبر محوره الانسان الذي يستطيع عن طريق احساسه بالمسؤولية الوصول إلى اعلى مستوى من التوعية الصحية ومن مقومات نجاح التوعية الصحية استخدام موقع فيسبوك وذلك من خلال ربط المعلومات بمصالح حاجات الفرد وان يكون تطبيق هذه

---

<sup>1</sup> أمال عميرات: الاتصال الاجتماعي، ط1، دار أسامة، عمان، 2014، ص 93.92.

المعلومات سهلا وبالتالي فموقع الفيسبوك هو المفتاح الأول لنجاح التوعية الصحية من خلال المنشورات المقدمة والمعلومات الصحية.

## ثانيا: مواقع التواصل الاجتماعي:

### 1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي عبارة عن صفحات الويب التي يمكن ان تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها ان تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه الميزات (المراسلة الفورية، الدردشة، تبادل المعلومات والملفات، البريد الإلكتروني...) <sup>1</sup>.

واقع التواصل الاجتماعي Social Networking عادة ما يطلق عليها بوسائل الإعلام الاجتماعي Social Media والتي تمثل نمطا جديدا ومؤثرا من وسائل الإعلام والاتصال، ويشار إليها عادة من منطلق علوم الإدارة بأنها وسائل الإعلام المنتجة أو المولدة من قبل المستهلك G.B.M أو U.G.M ( User Generated Médie) وإن وسائل الإعلام الاجتماعي هذه هي وسائل للتفاعل الاجتماعي وهي تمثل تطورا عن تطبيقات واستخدامات وسيلة الانترنت في الاتصال اليومي في المجتمع..

والجدير بالملاحظة إلى ان مواقع التواصل الاجتماعي هي النمط الأكثر شيوعا في السنوات الأخيرة للانترنت وأن نسبة كبيرة من مستخدمي الانترنت يستخدمون هذه الوسيلة لدخول أو تصفح المواقع الاجتماعية وبالطبع هناك أنواع متخلفة من هذه المواقع بحسب الغرض الذي أنشئت لأجله مثل EBay للتجارة الإلكترونية

---

<sup>1</sup> مريم مراكشي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير، جامعة بسكرة، 2013، ص40.



و YouTube للأفلام ومقاطع الفيديو كليب، Flickr لتبادل الصور وتويتر لتبادل الرسائل السريعة والفورية instant messaging...الخ.<sup>1</sup>

## 2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي تظهر بالشكل الحديث مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجاتهم الاتصالية في منتصف التسعينات من القرن العشرين، في سنة 1995 ظهر أول مواقع التواصل الاجتماعي العضوية والمتمثلة في موقع classmates.com وهو عبارة عن موقع اجتماعي للاتصال والتواصل من الأصدقاء والمعارف من السنة التحضيرية حتى الجامعة، حيث يمكن لأي شخص ان ينشأ ملفه الشخصي ليجت من زملاء للاتصال بهم كما يمكنه الانضمام إلى المنتديات والدرشة مع الأصدقاء.

في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي كما نعرفها اليوم كانت سنة 2002 مع بداية العام ظهرت Friendstar التي حققت نجاحا مع Google إلى محاولة شرائها سنة 2003، لكن لم يتم الاتفاق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا موقع sky Noke كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى موقع تواصل الاجتماعي سنة 2007، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي حسب عدد المشتركين.<sup>2</sup>

ومع بداية عام 2009 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من Google ويعتبر من أوائل وأكبر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، ومعه منافسه الشهير Facebook باتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة عدد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير على يد مارك زوكربيرغ

<sup>1</sup> عبد الكريم فهد الساري: التسويق السياسي والانتخابي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، عمان، 2013، ص 130.

<sup>2</sup> عبد الغفار أمين سعيد: وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، اترك للنشر والتوزيع، ط 2، مصر، ص 34.

لغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية وم ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا ليتطور الموقع من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع كتخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك والتي أصبحت تقدر بالمليارات نتيجة الاشتراك المقدر بـ 21 مليون وفي هذا الموقع في هذا الموقع ذلك ليتعدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على الصعيد العالمي<sup>1</sup>.

### 3- خدمات مواقع التواصل الاجتماعي:

تقدم مواقع التواصل الاجتماعي أو صفحات الويب خدمات عديدة لمتصفحها، فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم، وبظهور هذه المواقع مثل الفيسبوك وغيره توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات ومنحت متصفحها إمكانات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها.

وهذه الشبكات هي عبارة عن مواقع الكترونية اجتماعية وهي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم المواقع في فضاء الويب ولا زالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع فهي مواقع تقدم خدمة تواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحات صديقه كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات صور ومقاطع فيديو، أما أشهر تلك المواقع منها فهي " فيسبوك وتويتر "

ومن الخدمات التي تقدمها هذه المواقع هي إتاحة المجال للأفراد للدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة وتنقسم المواقع الاجتماعية إلى قسمين رئيسيين وهما، القسم الأول مواقع تضم أفراد أو جماع من الناس تربطهم إشارات مهنية

<sup>1</sup> عبد الكريم فهد الساري: المرجع السابق، ص132.

## الفصل الثاني

أو اجتماعية محددة، وتعتبر هذه المواقع مغلقة ولا يسمح بالدخول إليها من عامة الناس عدا من هم أعضاء في هذه المواقع التي تتحكم فيها شركات أو مؤسسات معينة، والقسم الثاني هي مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة للجميع وبحق لمن لديه اتصال بالإنترنت الانضمام إليها واختيار أصدقائه والتشبيك معهم وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها<sup>1</sup>

### 4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

1-4 **فيسبوك Facebook**: موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيسبوك، المستخدمين فيه يمكنهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها الجهة التي تشترك فيها مثل جهة العمل، الدراسة الجامعية، المدرسة، الجمعية، الأصدقاء، وذلك من أجل التواصل معهم والاتصال بهم والتفاعل وتحديث ملفاتهم وتعريف أصدقائهم بهم، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد التعرف عليه ويتواصل معه ولذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية وتمنع الأسماء المستعارة أو الألقاب.<sup>2</sup>

2-4 **يوتيوب YouTube**: تأسس الموقع بمشاركة مجموعة من الموظفين في شركة بايبال بالتباحث مع جامعة الينوي في أمريكا، وأصبح الموقع جاهزاً للعمل عام 2005 ثم توسع الموقع وزاد عدد زواره ومستخدميه حتى وصل إلى أكثر من 100 مليون زائر يومياً، أما الآن فقد وصل عدد زوار موقع يوتيوب إلى أكثر من 2 مليار مشاهد يومياً مما رفع قيمة الموقع بصورة فاقت التوقعات بحيث ان شركة قوقل اعلن في 2006 انها توصلت إلى اتفاقية لشراء موقع يوتيوب مقابل 165 مليار دولار امريكي.

<sup>1</sup> عمر عبد الله: موقع ثمرة الويب، أنماط المواقع الإلكترونية، نشر بتاريخ: 2012/01/21، الساعة: 12h18

<sup>2</sup> جميل خليل محمد، عيسى موسى أبو شيخة: الإعلام الدولي، ط1، دار المعتر، عمان، 2014، ص275.

## الفصل الثاني

ويعد موقع اليوتيوب من أفضل المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل الفيديو وعرضه ونشره دون قيود رقابية ونلاحظ أن موقع يوتيوب يتحول تدريجيا إلى وسيلة تشبه إلى حد كبير التلفزيون الذي يبث برامجه على شبكة الانترنت ونود الإشارة هنا إلى ان هذه القنوات ليس بينها أي قناة عربية.

3-4 تويتر **Twitter**: انطلق الموقع في مار 2006 بشكل رسمي، ويقع المبنى الرئيسي له في سان فرانسيسكو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، ويحتل الموقع حاليا المركز التاسع عالميا من حيث قوته الاقتصادية، إذ تبلغ أرباح الشركة التي تملك الموقع أكثر من 8 ملايين دولار، أما عدد الأعضاء المسجلين في تويتر فقد تجاوز 300 مليون عضو، وعدد الأعضاء الفاعلين منهم 100 مليون عضو، كما يبلغ عدد الزوار شهريا أكثر من 400 مليون زائر، وأكثر من 200 مليون تغريدة تكتب يوميا وهي اللفظة التي تطلق على النص القصير الذي يكتبه المشارك لمعارفه من أعضاء المجموعة على الموقع، ويعد موقع تويتر من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الانترنت من مصادر رسمية، ويعتبر موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الاحداث الكبرى مثل حراق كاليفورنيا 2008.<sup>1</sup>

### 5- أشكال مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن حصر الأشكال الأساسية لهذه المواقع فيما يلي:

▪ **شبكات اجتماعية كبيرة:** هذه الشبكات من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الانترنت انتشارا واستمرارا وتطورا لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد وتسمح للأشخاص ببناء صفحة انترنت خاصة بهم ومشاركتهم المحتويات وتبادل الآراء والمعلومات والصور مثل Facebook .

<sup>1</sup> د. حارث عبود، د. لزه العاني: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان 1436هـ، 2015، ص ص 146.148.

- **المنتديات:** موقع يجمع الأشخاص من ذوي الاهتمامات المشتركة ليتبادلوا الأفكار والنقاش، انتشرت بشكل كبير وذلك لبساطتها وسهولتها ولما تقدمه من مواضيع ترفيهية وغيرها للمشاركين.
- **الموسوعات:** مواقع تحتوي على معلومات عامة حول موضوعات مختلفة ويغلب على معلوماتها الاختصار، وهي مواقع تسمح للأشخاص بإضافة محتوى أو تحرير معلومة.
- **المدونات:** تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، تكتب فيها التدوينات لنقل الأخبار أو التعبير عن الأفكار وهي عبارة عن مجلات عبر الانترنت ومدخلات مؤرخة ومرتبطة ترتيبيا زمانيا<sup>1</sup>.

## 6- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن تلخيص أبرز خصائص مواقع التواصل الاجتماعي في:

**6-1 الترابط:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر وصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا.

**6-2 التفاعلية والتشاركية:** تتميز مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بخاصية التفاعلية القائمة على تبادل الآراء والأفكار والمعلومات، وضمن هذه الميزة يمكن للفرد أن يتبادل مع الآخرين المعلومات الشخصية كرغباته وهواياته (الرياضة، الموسيقى...)، أو ما يتعلق بموطنه (أحداث سياسية، خرائط، معالم أثرية...) <sup>2</sup>.

**6-3 قلة التكلفة:** إن التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي مجاني وهذا مكتوب ومصرح به في الصفحة الرئيسية للفيسبوك (مجانى وسيقى مجانى).

<sup>1</sup> عبد الله مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق، 2011، ص38.

<sup>2</sup> خالد غسان يوسف مقداد: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013، ص 27.

4-6 سهولة الاستخدام: لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية للمجتمع.

5-6 نقل البيانات: تسمح بنقل البيانات من الصور والنصوص والفيديو مما يساهم في تعزيز التبادل الثقافي بين المستخدمين وكذلك تعزيز العلاقات الاجتماعية بينهم.<sup>1</sup>

6-6 التوفير والاقتصادية: حيث تتميز بمجانية الاشتراك والتسجيل شكل بسيط وغير معقد ما يجعلها اقتصادية في الجهد والوقت والمال، كما ان امتلاك حيز على موقع التواصل الاجتماعي ليس حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى بل يحق لكل فرد امتلاك حيز على هذه المواقع مجانا.<sup>2</sup>

#### 7- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

##### 1-7 إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

• حرية النشر والتعبير: ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان، وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها.

• التقارب الثقافي والاجتماعي: تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التقارب الثقافي والاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمعات مما يتيح للأفراد التعرف على عادات وتقاليد الدول المختلفة.

• ظهور المواطنة الافتراضية: فتحت مواقع التواصل الاجتماعي المجال امام ممارسة قضايا المواطنة عبر الانترنت، ويصبح المجتمع الافتراضي مجال ممارسة لحقوق المواطنة والمطالبة بالحقوق السياسية.

<sup>1</sup> بلعسل محمد: تأثير الإعلام الجديد على الأمن الفكري في الجزائر، مجلة الرائد العلمية، جوان 2013، العدد1، ص46.

<sup>2</sup> أيمن بن أحمد بن ناصر الحمد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم المنظومة التعليمية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة ام القرى، المملكة العربية السعودية، 2014، ص13.

- **تفعيل دور المجتمع المدني:** تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني، حيث أن هناك العديد من المنظمات للمجتمع المدني قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي.<sup>1</sup>

## 7-2 سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرضت مواقع التواصل الاجتماعية لانتقادات كثيرة من بينها:

- **فقدان الأمان والخصوصية:** تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين الفرصة لمعرفة خصوصيات الآخرين والاطلاع على أسرارهم وتحركاتهم وما يفعلونه وهو ما يسهم في سهولة اختراق حياة المستخدمين والتدخل في شؤونهم.
- **انتحال صفة الغير:** سهل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في انتحال صفة الغير من خلال الدخول إلى الشبكات بأسماء مستعارة وهمية لتحقيق مكاسب مادية أو اجتماعية.
- **التشهير والمضايقة:** توجد على الشبكة العنكبوتية بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، سهولة التدوين والتخفي على الشبكة والابتزاز الذي قد يكون بالصور أو مقاطع الفيديو.
- **إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية:** بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيسبوك والتواصل غير مجتمع أو مجتمعات افتراضية.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> تركي بن عبد العزيز السديري: **توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات**، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية، السعودية، 2014، ص 23.22.

<sup>2</sup> محمد المنصور: **تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين**، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص 91.

## 1- مفهوم الفيسبوك:

هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً تديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، ويشير اسم الموقع Facebook إلى اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم حتى لا يشعر المستجدون بالاعتراب، بإمكانهم من خلال خدمات الفيسبوك الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها هذه الشركة وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين من إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم فضلاً عن تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

كما يعرف كذلك على أنه وسيلة اجتماعية تساعد الناس كي يشاركوا المعلومات والأخبار مع غيرهم في دوائرهم الاجتماعية والعالم بسرعة وفعالية، أي أنه يسهل على الأفراد الراغبين في التعرف على زملائهم عن قرب على الاتصال بهم أو بالمستخدمين من نفس نطاق بريدهم الإلكتروني، كما يرجع القرار للمستخدم في حرية نشر ما يرغب من أخباره الخاصة وكذا معلومات تتعلق بمعارفه وخطط الاجازة والصور الشخصية للمستخدم في الفيسبوك وذلك في الشق المتعلق منها بالحالة الشخصية أو الاجتماعية أو النفسي، أو حتى عرض آراءه ومعتقداته أو حتى أفكاره الخاصة وحرية مشاركتها مع العامة أو الأصدقاء أو العائلة أو حتى فئة مخصصة من الأصدقاء.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> سامية أبو النصر: الصحافة الإلكترونية وثورة الفيسبوك، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2014، ص67.



## 2- نشأة موقع الفيسبوك:

جاءت الفكرة الأصلية لمصطلح فيسبوك من المدرسة الثانوية التي درس فيها مارك زوكيربيرغ ( Mark Zuckerberg) خلال العام الدراسي 2000، 2002 حيث استوحاه الطالب من الكتاب السنوي الي يسمى Wxe Ter Face book ولم يكن تفكير زوكيربيرغ تقليديا إذ انه لم يسع لإنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو إلى نشر اخبار الجامعة، ولكن ببساطة فكر في تسهيل عملية التواصل بين طلبة جامعة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم حتى بعد التخرج على أساس ان هذا التواصل إذا تم بنجاح سيكون له شعبية كبيرة فكان ذلك فعلا في الرابع من شهر فبراير 2004 تحت اسم فيسبوك<sup>1</sup>. The Facebook

وها ما حصل حيث اقتصر الفيسبوك في البداية على جامعة هارفارد، ثم انتشر استخدامه في بقية الكليات والجامعات والمدارس ثم المؤسسات والشركات، وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث ألغى ما كان يشترط سابقا للمشارك بأن يمتلك بريد الكتروني صادر عن جامعة أو كلية أو مدرسة مؤسسة...، فأصبح بإمكان كل شخص تجاوز سن الثالثة عشر 13 ويمتلك بريدا ان يصبح عضوا في موقع الفيسبوك.<sup>2</sup>

## 3- خصائص الفيسبوك:

من بين الخصائص التي يتميز بها الفيسبوك الموسوم كشبكة تواصل اجتماعي ما يلي:

<sup>1</sup> عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر، عمان، 2011، ص 184.

<sup>2</sup> علي خليل شقرة: الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014، ص65.

### 1-3 العالمية:

استطاع الفيسبوك بفضل حركيته إلغاء العديد من الحواجز التي قد تواجه المجتمعات الواقعية من حواجز جغرافية مكانية وحتى زمنية، حيث انه مكن افراد من الشرق ن التواصل مع أفراد ومجتمعات غريبة في بساطة وسهولة وخاصة مع تطور التطبيقات الخاصة بالفيسبوك من تحديثات مكنت الافراد من التواصل فيما بينهم.

### 2-3 التفاعلية:

فالفرد فيها بالإضافة إلى كونه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية الـ ..... في الإعلام القديم كالتلفاز ولصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ، فالفرد من خلال الفيسبوك يرسل ويكتب ويتحدث ويستقبل سواء عن طريق الرسالة النصية أو المسموعة أو المصورة فيتفاعل مع غيره ومع مجرى الاحداث والتعليقات ضمن سيرورة أخ ورد، لهذا يعتبر فيسبوك من التقنيات التي سمحت بتغيير مجرى الاتصالات كغيره من شبكات التواصل الاجتماعي.

### 3-3 التوفير والاقتصادية:

اقتصادية في الجهد والوقت والمال، فمجانية الاشتراك والتسجيل اتاحت للفرد البسيط إمكانية امتلاك فضاء أو حيز افتراضي على الفيسبوك كما ساهمت الاعلانات والتطبيقات المدفوعة من زيادة أرباح الشركة باعتبارها شركة استثمارية تمتد أرباحها من تداول الافراد لأنشطتهم وصورهم وتفاعلاتهم اليومية، فالحرص على بقاء الفيسبوك كما هو مجاني هو في الأساس حرص على زيادة مؤشرات الأرباح.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> بدر الدين بن بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، الفيسبوك وطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نموذجاً، مذكرة ماجستير (غير منشورة) في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع التربية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014، ص48.

#### 4- إيجابيات موقع الفيسبوك:

- ساعد المستخدم على إزالة الضغوطات النفسية والشعور بالوحدة والفراغ، حيث يشعر المستخدم انه تواصل مع الآخرين وانه معهم في كل مناسباتهم في أي مكان من العالم.
- يساعد على الشعور بقرب المسافة وتقليل حدة الاشتياق للأهل أو الاقتراب أو بعض الأصدقاء أو أشخاص مهمين.
- أصبح هذا الموقع يستخدم للمواد الترويجية والدعاية الإعلان.
- أصبح موقعا لتسويق السلع والبضائع والاعلانات.
- ساعد على انفتاح أفراد المجتمع من خلال اطلاع على الأحداث والأخبار وما يكتب من فنون الأدب والشعر والحكم والمقولات وغير ذلك.
- جعل المستخدم أكثر جرأة وأكثر ثقة في نفسه من خلال مشاركته إما بإبداء اعجابه أو بكتابة تعليق ما للأصدقاء.
- أصبحت المرأة تعرض ما يحلو لها من طهي ومكياج إلى غير ذلك
- أصبح الصحفي يكتب ما لا يسمح له بكتابته عبر الصحف الورقية، كما أصبح الإعلامي يقوم بعرض برامجه بالصورة والصوت سواء أكانت برامج إذاعية أو ترفيهية<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> عبير شفيق الرحباني: الاستعمار الإلكتروني والإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 165.

## 5- سلبيات موقع فيسبوك:

على الرغم ان هذا الكوكب الالكتروني يحمل سمات إيجابية إلا أنه لا يخلو من السلبيات وهي عديدة على النحو التالي:

- عدم استيعابنا للتكنولوجيا الذي جعلنا في خطر من عدم استيعاب الفيسبوك.
- انتهاك خصوصية المشتركين.
- إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية.
- إشاعة الفتن بهدف تفكيك الوحدة الوطنية سواء الداخلية أو العربية وإما بهدف الدفاع عن جماعات ينتمون إليها بغض النظر عن خلفيات هذه الجماعات.
- نشر أسرار البيوت والخصوصيات التي ينبغي الاحتفاظ بها.
- ضياع الساعات وهدر الأوقات وفوات الكثير من الأعمال.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> عبير شفيق الرحباني: المرجع نفسه، ص 168.

# الفصل الثالث

أولاً: تفرغ وتحليل البيانات الميدانية.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة.

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجدول 1: يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس:

النسبة	التكرار	الجنس
55.4%	36	ذكور
44.6%	29	إناث
100%	65	المجموع

نلاحظ من خلال تحليلنا للجدول أعلاه والذي يمثل توزع المبحوثين حسب الجنس أن أعلى نسبة حازت عليها فئة الذكور والتي قدرت ب 55.4% ، أي ما يعادل 36 ذكر ،بينما حازت فئة الإناث على نسبة 44.6% أي ما يعادل 29 أنثى وهذا إن دل على شيء فهو يدل على أن اهتمام الرجال بالفيسبوك يفوق اهتمام النساء بنشر التوعية الصحية عبر هذا الموقع من جهة وعلى عدم تركيز النساء على هذا الموقع لوحده من جهة أخرى ، إضافة إلى الحالة الاجتماعية للمجتمع الجزائري عامة ومجتمع تبسة بصفة خاصة ،الذي طبيعته تفرض عليه رفض استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي .

**الجدول 02: يوضح أفراد العينة حسب متغير الوضعية العائلية:**

الوضعية العائلية	التكرار	النسبة
عازب	56	% 86.02
متزوج	9	% 13.8
المجموع	65	% 100

يتضح من خلال النتائج السابقة التي تمثل متغير الحالة العائلية أن نسبة المهتمين بالفيسبوك في نشر التوعية حازت عليها فئة العازبين بنسبة قدرت 86.2% في حين قدرت نسبة المتزوجين بـ 13.8% وسبب تفوق الفئة الأولى على الثانية تحكمت الوضعية العائلية للمتزوجين وانشغالاتهم بواجباتهم اليومية والاهتمام بأسرهم وهذا أدى بدوره إلى العزوف نوعاً ما عن الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك والتفاعل مع منشورات المهتمين بنشر التوعية الصحية خاصة في ظل هذا الوباء ، بالإضافة إلى الوضعية الاقتصادية التي تؤثر في إمكانية الحصول على الوسيلة كالهاتف النقال مثلا والكمبيوتر واستخدامهم، هذا من جهة ومن جهة أخرى نرى أن غير المتزوجين يكونون أكثر أريحية في استعمال الوسيلة واستخدام الفيس بوك والتفاعل مع منشوراته.

الجدول 03: يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
% 0	0	دون مستوى
% 0	0	ابتدائي
% 1.5	1	متوسط
% 6.2	4	ثانوي
% 92.3	60	تعليم عالي
% 100	65	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 3 والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي أن النسبة الأكثر تمثيلاً هي نسبة التعليم العالي 92.3% والتي تعادل 60 من الأفراد، تليها نسبة التعليم الثانوي 6.2% والتي تعادل قيمة 4 أفراد، وسبب تحصل ذوي المستوى التعليمي العالي على أعلى نسبة راجع إلى أن ذوي المستوى التعليمي العالي يستطيعون التحكم في الوسيلة، وبإمكانهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك والتفاعل مع منشوراته سواء بالتعليق أو الإعجاب أو المشاركة أكثر من غيرهم، ولما نتابع صفحة مديرية الصحة لولاية تبسة على الفيسبوك، نجد أن نسبة كبيرة من الأعضاء المتفاعلين مع المنشورات بما فيهم أصحاب المستوى التعليمي العالي، لأنهم يستطيعون قراءتها والتفاعل معها أكثر من غيرهم، كما نجد أيضاً أن الوضعية الاقتصادية التي تسمح باكتساب الوسيلة والحساب على مواقع التواصل الاجتماعي تكون مريحة في كثير من الأحيان عكس فئة ذوو المستوى التعليمي المتدني التي جاءت ضئيلة جداً، وهو ما يعكس أن هذه الفئة لا تستطيع التعامل مع هذه المواقع، وفهم منشوراتها والتفاعل معها.



الجدول 04: يوضح توزيع العينة حسب الوضعية المهنية:

النسبة	التكرار	الوضعية المهنية
49.3 %	32	بطل
50.7 %	33	موظف
100 %	65	المجموع

من خلال القراءة الإحصائية للجدول الذي يمثل متغير الوضعية المهنية أن النسب جاءت متقاربة جدا بين الموظفين وغير الموظفين بفارق حاد 1%، وهذا راجع ربما إلى سهولة تصفح موقع الفيسبوك وانتشاره بين مختلف شرائح المجتمع، حيث نرى أن نسبة الغير موظفين قاربت 50% وذلك راجع إلى تمتع هذه الفئة بوقت فراغ كبير ما يجعلها تتابع بكثرة صفحة مديرية الصحة لولاية تبسة والاطلاع على منشوراتها والتفاعل معها، في حين نجد أن نسبة الموظفين تفوقت تفوق طفيف على سابقتها وهذا راجع إلى أن هذه الفئة يتمتع كثير منها بمستوى علمي وثقافي يؤهلها إلى تتبع صفحة مديرية الصحة لولاية تبسة على الفيسبوك والتفاعل مع منشوراتها خاصة التوعوية منها، وذلك لكسب ثقافة صحية وقائية تحميها من مخاطر الأمراض .

## المحور الثاني: البُعد المعرفي:

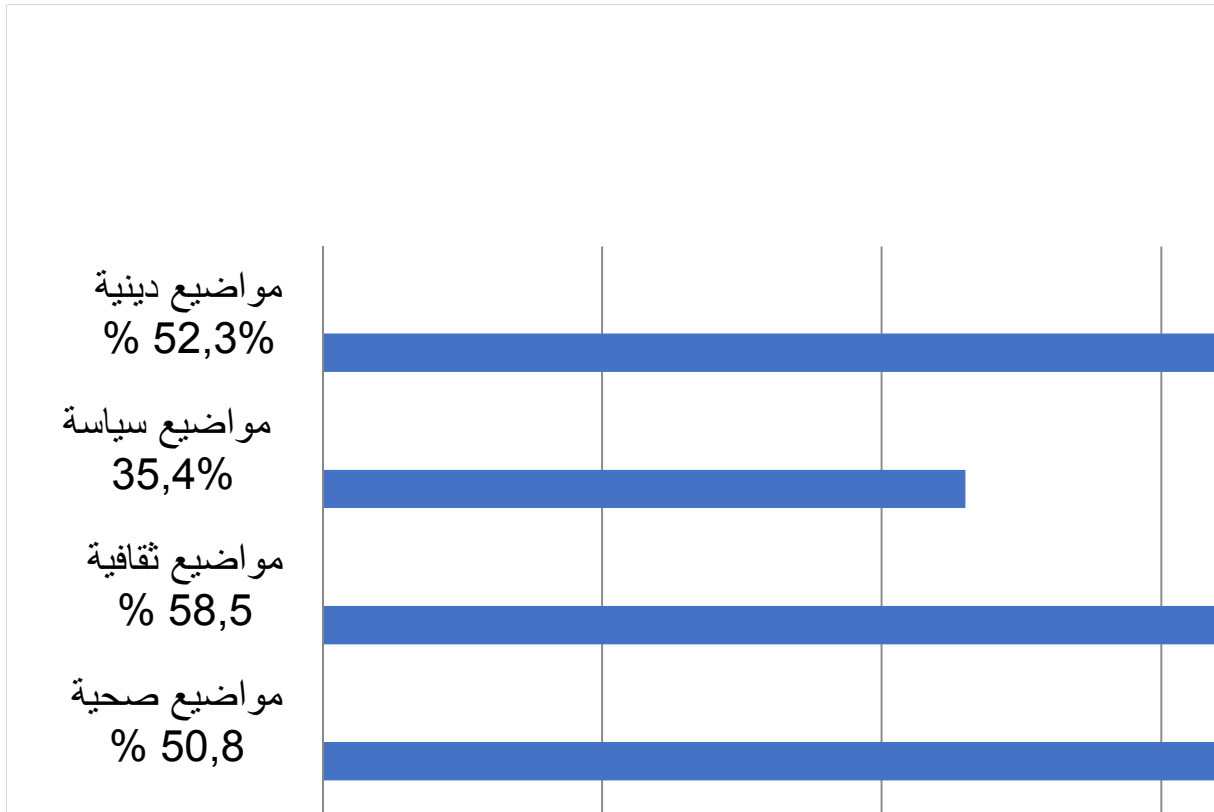
جدول 05: يوضح استخدام الفيسبوك للإطلاع على المستجدات:

الاستخدام	تكرار	نسبة
دائما	29	44.6 %
أحيانا	33	50.8 %
نادرا	3	4.6 %
المجموع	65	100 %

من خلال الجدول نلاحظ أن 33 من أفراد العينة والتي قدرت بنسبة 50.8 % يستخدمون الفيسبوك للإطلاع على المستجدات الصحية أحيانا، ينما يستخدمونه دائما بنسبة 44.6 % بقدر 29 تكرار ويستخدمونه نادرا بنسبة 4.6 % بتكرار 3 من أفراد العينة، كما أن نسبتي الاقتراحين دائما وأحيانا يمثلان أكبر النسب من عينة الدراسة بما يقارب 45% بالنسبة لدايما وهو ما يقارب 51% لمقترح أحيانا وذلك راجع إلى أن نسبة المبحوثين الذي يستخدمون الفيسبوك للإطلاع على المستجدات الطبية متفوقون بنسبة قليلة على غيرهم وذلك راجع ربما إلى اهتمام هؤلاء بمواضيع تشغلهم في مجالات أخرى غير الصحية أو ممكن أن تؤثر فيهم عوامل أخرى تحيلهم دون الإطلاع على المستجدات الطبية كالمشاغل اليومية للكثير منهم، أو عزوفهم عن متابعة الفيسبوك بصفة عامة والصفحات التي تتابع المواضيع الصحية بصفة خاصة، كما نجد أن المبحوثين الذين يتابعون المواضيع الصحية عبر الفيسبوك لا تقل عن سابقهم، و ذلك ربما راجع إلى عدة عوامل نذكر منها على سبيل المثال الوضع الصحي المخيف في الآونة الأخيرة وما سببته جائحة كورونا من دعر وهلع جعل عدد من الأفراد يتابعون المستجدات الصحية المتعلقة بهذه الجائحة وطرق الوقاية والتخلص منها، في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين لا يتابعون المستجدات الصحية إلا نادرا ضئيلة جدا، وذلك راجع إلى وجود قلة قليلة من لا يملكون حسابات في الفيسبوك ومتابعة ما ينشر فيها من مواضيع عامة ومواضيع صحية بصفة خاصة

ومن هنا نستنتج أن سبب تفوق فئة المستخدمين لموقع الفيسبوك لأغراض صحية أحيانا على بقية الفئات تحكمت فيه الأوضاع الراهنة للبلاد، وبالتالي فمعظم العينة المحصل عليها تطالع المعطيات الطبية الصحية من خلال استخدام الفيسبوك.

الشكل 06: أعمدة بيانية توضح أهم المواضيع التي تتابع على الفيسبوك:



**ملاحظة:** المبحوثون أشاروا إلى أكثر من إجابة.

**التحليل:** من خلال الشكل رقم 27 الذي يوضح أهم المواضيع التي تتابع على الفيسبوك نجد نسبة 67.7% من المبحوثين يهتمون بالمواضيع الثقافية، أما 52.3% % غرضهم المواضيع الدينية والاستفادة منها، و 50.8% يسعون إلى الاستفادة من المواضيع الصحية، و 41.1% يهتمون بالاهتمام بالمواضيع ترفيهية فنية، 35.4% اهتمامهم يكون حول المواضيع السياسية.

يتبين لنا من خلال النتائج أن المواضيع الأكثر متابعة على فيسبوك مواضيع ذات طابع اجتماعي وهذا راجع للمشاكل الاجتماعية التي يتخبط فيها هذا المجتمع ثم يليه المواضيع الثقافية وهذا راجع دائما إلى طبيعة المجتمع المتفتح على ثقافته والتقاليد الأخرى ويليه المواضيع الدينية باعتبارنا مجتمع مسلم والإسلام أهمية كبيرة في حياتنا

جدول 07: يوضح الهدف من متابعة مواضيع التوعية الصحية على الفيسبوك:

النسبة	التكرار	الإجابة
70.8 %	46	نعم
29.2 %	19	لا
100 %	65	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل متابعة المواضيع الصحية بهدف التوعية أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بنعم قد بلغ 46 بنسبة 70.8 %، في حين الباحثين الذين أجابوا ب لا قد بلغ 19 بنسبة 29.2 وهذا راجع إلى عدة عوامل منها الوضع الراهن الذي يعيشه العالم بشكل عام والجزائر بشكل خاص فتواجد العينة في قلب الحدث يجعل الاهتمام بالمواضيع الصحية والتوعية في حد ذاته هدف إضافة إلى أن المواضيع الصحية على الفيسبوك في الفترة الأخيرة توعية أكثر وتحت على الوقاية والالتزام بتدابيرها، ونذكر عوامل أخرى منها أن منشورات الصفحات التي تهتم بالمواضيع الصحية دائما ما تكون فيها معلومات تخص المبحوثين وتهتم خاصة وأن كثير منهم غير متخصصين في هذا المجال، ودائما ما يرون في توجيهات وإرشادات هذه المواضيع ما يلبي رغباتهم وطموحاتهم حولها، في حين نجد أن نسبة الذين أجابوا بلا أقل من الأولى وهذا راجع ربما لعدم اقتناع هؤلاء بالمنشورات ومحتواها وربما يرونها غير مقنعة، ومنه نستنتج أن من بين العوامل التي جعلت الأفراد يهتمون بالمواضيع الصحية والتوعية عبر صفحات الفيسبوك هو الوضع الراهن وسرعة انتشار فيروس كورونا.

جدول 08: يوضح الحصول على المعلومات من خلال الفايسبوك لدى المبحوثين:

الإجابة	تكرار	نسبة
متاح	53	81.5 %
غير متاح	12	18.5 %
المجموع	65	100 %

من خلال تحليلنا للجدول أعلاه نلاحظ أن 81.5 % من الباحثين يرون أن الفايسبوك مصدر للمعلومات وأن المعلومات متاحة عبره وهي نسبة عالية مقارنة بنسبة الباحثين الذين يرون أن الفايسبوك لا يعتبر مصدر رئيسي للمعلومات وأن المعلومات غير متاحة عبره حيث قدرت نسبتهم بـ 18.5% وسبب تركيز الفئة الأولى على الفايسبوك قد يعود إلى نقص في الخبرة وجهل باستخدام بقية المواقع وقد يعود أيضا إلى التجربة الشخصية أو إلى بساطة ووضوح المعلومة.

وعليه نستنتج أن بساطة المعلومة والتجربة الشخصية والجهل باستخدام بقية المواقع تعتبر من أبرز عوامل تركيز فئة دون غيرها على الفايسبوك.

### جدول 09 يوضح طبيعة المعلومة عبر الفيسبوك:

نوع المعلومة	تكرار	نسبة
معلومة عامة	53	81.5 %
معلومة خاصة	12	18.5 %
المجموع	65	100 %

من خلال تحليلنا للجدول رقم 9 الذي يوضح طبيعة المعلومة عبر الفيسبوك، من حيث عامة وخاصة نجد أن 81.5% من الباحثين قالوا أن المعلومة عبر الفيسبوك عامة في حين أن نسبة ضئيلة قدرت بـ 18.5% قالوا أن المعلومات خاصة وسبب فوز هذه الفئة بأعلى نسبة تحكمت فيه عدة عوامل منها الرقابة الإلكترونية التي تمنع نشر معلومات خاصة وخصوصية كل فرد وميول الباحثين في الحصول على المعلومة العامة التي يحتاجها بسرعة إضافة إلى رغبة عدد كبير من الباحثين في الاطلاع على المعلومات في شتى المجالات وذلك لإثراء معارفهم والتزود بالمعلومات المتنوعة، ومعرفة ما يجري في جميع المجالات، خاصة أن نسبة كبيرة من الباحثين ذوو مستوى تعليمي عال وهذا ما لاحظناه في جدول المتغير الخاص بالمستوى التعليمي الذي كانت نسبة المستوى التعليمي العالي مرتفعة، هذا ما يجعل عدد كبير من عينة الدراسة يرون أن المعلومات العامة والمتنوعة تلبي رغباتهم وحاجاتهم للحصول على معلومات متنوعة ومفيدة لهم في شتى المجالات، في حين نرى أن الذين يرون الخصوصية في المعلومة تلبي رغباتهم المحددة في موضوعات دون غيرها.

ومنه نستنتج أن المعلومات التي تنشر عبر الفيسبوك هي معلومات عامة وهذا بسبب الرقابة الإلكترونية .

الجدول 10: يوضح نوعية المعلومة التي يتم نشرها عبر موقع الفيسبوك حول التوعية الصحية:

نوعية المعلومات	تكرار	نسبة
واضح	43	66.2%
غير واضح	22	33.8%
المجموع	65	100%

من خلال نتائج الجدول 10 نلاحظ بعد واضح للمتابعين وأرائهم حول نوعية المعلومة التي يتم نشرها عبر موقع الفيس بوك حول التوعية الصحية حيث كانت نسبة الحصول على المعلومة واضحة قدرت ب 66.2% بقدر تكرار 43 متابع أما نسبة المعلومة الغير واضحة قدرت ب 33.8% بقدر تكرار 22 متابع وسبب تفوق الفئة الأولى على الثانية تعود إلى سهولة استخدام هذا الموقع وإلى كون هذا الموقع متاح لدى الجميع ذوي المستوى التعليمي المرتفع والمنخفض على حد سواء دون التفرقة بين المثقف والجاهل وهذا ما يجعل المعلومة واضحة وبسيطة إضافة إلى سرعة انتشار هذا الوباء وخطورته التي تفرض تبسيط التدابير الوقائية والسيطرة على الوضع الراهن للبلاد

ومن هنا نستنتج أن المعلومة التي يتم نشرها عبر موقع الفيس بوك حول التوعية الصحية تكون واضحة بنسبة كبيرة للمتابعين والباحثين، وهذا راجع ربما إلى المستوى التعليمي العالي لنسبة كبيرة من عينة الدراسة كما هو مبين في الجدول الخاص بمتغير المستوى التعليمي، فلغة المنشورات ومستواها مفهوم للكثير منهم، فحين نجد أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بعدم وضوح المعلومات المقدمة على الفيس بوك قليلة نوعاً ما، هذا راجع ربما إلى المستوى التعليمي المحدود لهؤلاء أو عدم فهمهم للمنشورات المقدمة عكس الفئة الأولى.

**الجدول 11 يوضح كفاية المعلومات الصحية المحصل عليها من خلال الفايسبوك:**

الاستخدام	تكرار	نسبة
كافية	17	26.2%
غير كافية	48	73.8%
المجموع	65	100%

من خلال الجدول أعلاه المتمثل في استخدام المعلومة عبر موقع فيسبوك نجد أن 48 من المتابعين والذي قدر بنسبة 73.8% يرون أن استخدام لهذه المعلومة على كفاية عبر موقع الفيسبوك، تليه 17 من المتابعين الذي قدر بنسبة 26.2% يعتبرون أن المعلومة كافية .

ويمكن أن نفسر هذه النتائج أن اغلب المتابعين أقرت بأن المعلومة عبر موقع الفيسبوك غير كافية وهذا يعود لأسباب الفيسبوك في عرض المعلومة من طرف الفرد، وذلك راجع حسبهم ربما إلى قلة المصادر للحصول على معلومات ونشرها، كما يرون هؤلاء أن المعلومات المقدمة عبر الفيسبوك لا تلبي رغباتهم وحاجياتهم للمواضيع التي يريدون معرفتها، وربما هناك سبب آخر وهو قلة رسمية المعلومات في الفيسبوك عكس الوسائل الإعلامية الأخرى، بالإضافة إلى قلة الإمكانيات والمجهودات في الحصول على المعلومة التي تكون في كثير من الأحيان مستهلكة ومتداولة، بينما ترى نسبة المبحوثين الذين يرون عكس ذلك والتي هي نسبة قليلة أن المعلومات المقدمة عبر الفيسبوك كافية، ربما في نظر هؤلاء أن المعلومات تلبي ما يحتاجونه أو ربما لكثرة تصفحهم للفيسبوك

ومنه نستنتج أن الفايسبوك ليس مصدر كافي للمعلومات فقد يكون مصدر للتأكد أو لتبسيط المعلومة ولكن لا يعتبر مصدر لها.



الجدول 12: يوضح مصدر المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

المصدر	تكرار	نسبة
من مصدر موثوق	34	52.3%
من مصدر غير موثوق	31	47.7%
المجموع	65	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 أن أكبر نسبة قدرت ب 52.3% بتكرار 34 من المتابعين يرون أن المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من مصدر موثوق، أما بنسبة 47.7% بتكرار 31 متابع لا تبالي ويرون أن المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من مصدر غير موثوق. سبب فوز الفئة الأولى والتي ترى بأن المعلومات موثوقة بالمرتبة الأولى يدل على أن مستواهم التعليمي منخفض وأنهم من عامة الناس فكما زاد المستوى التعليمي كلما بحث الفرد على مصادر موثوقة والعكس صحيح وقد يدل أيضا على نقص مصادر معلومات الفئة الأولى وتعددتها بالنسبة للفئة الثانية

ومنه نستنتج أن تعدد المصادر ومستوى التعليمي للباحثين هو المتحكم في وجهة نظر الأفراد من حيث موثوقة أو غير موثوقة ..

### الجدول 13 يوضح طبيعة المعلومة في نشر التوعية الصحية:

نسبة	تكرار	طبيعة المعلومة
89.2%	58	إرشادية
10.8%	7	غير إرشادية
100%	65	المجموع

من خلال الجدول رقم 13 الذي يوضح مدى طبيعة المعلومة في نشر التوعية الصحية نجد أن 58 من المبحوثين الذي قدر بنسبة 89.2% يؤكدون أن المعلومة إرشادية في نشر التوعية الصحية بينما 7 من المبحوثين المتابعين الذي قدر ب نسبة 10.8% يرون أن المعلومة غير إرشادية في نشر التوعية الصحية.

يمكن تفسير هذه النتائج أن معظم المتابعين عبر موقع الفيسبوك يرون أن المعلومة إرشادية في نشر التوعية الصحية ويتم الاستفادة منها كثيرا في حياتنا، ويمكن أن تكون المعلومات المقدمة وخاصة في مجال الصحة، أنها دائما تكون فيها نصائح للوقاية من الأمراض ومثال ذلك كما ذكرنا في تحليلنا لجداول سابقة جائحة كورونا التي نرى أن كثير من المنشورات المقدمة حولها تكون إرشادية وتوعوية للحد من انتشار الفيروس.

ومنه نستنتج أن أغلب المعلومات المنشورة عبر الفاييسبوك حول التوعية الصحية إرشادية وهذا إن دل على شيء فهو يدل على وعي المواطنين ودرجة ثقافتهم.

الجدول 14: يوضح نسبة تتابع مواضيع التوعية الصحية على الفيسبوك، للوقاية من الأمراض:

نسبة	تكرار	الإجابة
89.2 %	58	نعم
10.8 %	7	لا
100 %	65	المجموع

من خلال الجدول رقم 10 نجد أن 58 من المبحوثين والذي قدر بنسبة 89.2% يتابعون مواضيع التوعية الصحية على الفيسبوك للوقاية من الأمراض، و7 من المبحوثين والذي قدر بنسبة 10.8 % لا يتابعون مواضيع التوعية الصحية. ونفسر ذلك بأن تأثير موقع الفيسبوك على المبحوثين جعلهم يقبلون عليه ويتابعون كل المواضيع التي يقدمها وخاصة مواضيع التوعية الصحية التي لاقت إقبال كبير، في حين ان نسبة المبحوثين الذين أجابوا بنعم كانت كبيرة حيث كانت حوالي 89.2%، وذلك راجع إلى أن المواضيع الصحية المقدمة في الفيس بوك خاصة من المؤسسات الرسمية كمديرية الصحة تقدم من طرف مختصين ولهم دراية كبيرة بكل ما يتعلق بالصحة وكل ما يتعلق بالوقاية من الأمراض، وخير مثال على ذلك سعي مديريات الصحة في الأزمة الصحية الأخيرة إلى نشر التوجيهات والحملات التوعوية عبر الفيس بوك وهذا ما جعل نسبة كبيرة من عينة الدراسة يتبعون تدابير الوقاية للتخلص من الجائحة، في حين نجد أن نسبة المبحوثين الذين يرون غير ذلك جاءت قليلة جدا، ربما أن هؤلاء لا يتقنون في الفيس بوك وما يقدم فيه عموما أو لا يتقنون في المعلومات الصحية المقدمة فيه بشكل خاص.

ومنه نستنتج أن تفشي فيروس كورونا وسرعة انتشاره جعلت الشعب الجزائري يعتمد بشكر رئيسي على الفيسبوك للاستفادة من تجارب الأفراد مع هذا المرض والتعرف على أنجع الأساليب الوقائية .

### المحور الثالث: البعد الذهني:

#### الجدول 15: يوضح الشعور بالراحة حول المعلومات من الفيسبوك

نسبة	تكرار	مدى الشعور بالراحة
23.1 %	15	جيد
52.3 %	34	متوسط
24.6 %	16	عادي
100 %	65	المجموع

من خلال الجدول رقم 15 نجد أن 34 من المبحوثين والذي قدر بنسبة 52.3 % كان شعورهم بالراحة حول المعلومات من موقع الفيسبوك متوسط، ثم تليه 16 من المبحوثين والذي قدر بنسبة 24.6 % كان شعورهم بالراحة عادي من خلال معلومات موقع الفيسبوك، و 15 من المبحوثين والذي قدر بنسبة 23.1 % كان شعورهم جيد حول معلومات موقع الفيسبوك.

يمكن تحليل وتفسير هذه النتائج بأن المبحوثين شعورهم حول معلومات مواقع التواصل الاجتماعي يكون متوسط وهذا يرجع لنوع المعلومة التي تكون عبر موقع الفيسبوك، حيث يرون هؤلاء أن المعلومات المقدمة لا تريحهم كثيرا ولا تقلقهم ايضا وراجع ذلك ربما إلى أن كثرة المعلومات المقدمة في الفيس بوك وتنوع مصادرها، جعلهم يثقون فيها احيانا ولا يثقون أحيانا أخرى، وذلك بسبب مصدر المعلومة في حد ذاتها فيرون هؤلاء المبحوثين أنه يجب تحري مصدر المعلومة قبل الوثوق بها ولا يجب تصديق كل المعلومات المقدمة في الفيس بوك، فيما جاءت نسبة الذين يرونه جيد وعادي متقاربة وبنسب قليلة وذلك راجع إلى عدم تصديق فئة من المبحوثين للمعلومات المقدمة كلية وتصديق فئة أخرى تقريبا بنفس النسبة ذلكوهذا ما تتحكم فيه التجربة الشخصية مع المعلومة في حد ذاتها.

ومنه نستنتج أن الشعور بالراحة من المعلومة من عدمه يعود إلى عوامل ذاتية وتجارب شخصية.

الجدول 16: يوضح طبيعة المعلومة المتحصل عليها، إذا ما كانت موضع شك:

النسبة	التكرار	الإجابة
90.8 %	59	نعم
9.2 %	6	لا
100 %	65	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 أن أعلى نسبة كانت موضع شك بخصوص المعلومة المتحصل عليها حيث قدرت ب 90.8 % بتكرار 59 من المبحوثين وتبين لنا هذه النسبة المعتبرة أن المبحوثين والمتابعين لا يهتمون بالمعلومة التي كانت عبر موقع الفيس بوك، خاصة مع انتشار الشائعات في الفترة الأخيرة فرغم تغطية الفايسبوك للحراك الشعبي في ظل تعميم القنوات التلفزيونية الا أن الفايسبوك لا يزال مصدر شك بالنسبة للشعب الجزائري وبينما نسبة كبيرة ترى في الفايسبوك مصدر للشائعات نجد فئة قليلة تقدر بـ 9.2 % بتكرار 6 من المبحوثين ترى بأن الفايسبوك مصدر موثوق للمعلومات

ومنه نستنتج أن المعلومة المتحصل عليها عبر الفيس بوك قد تكون موضع شك بالنسبة للمتابعين.

الجدول 17: يوضح المعلومة المحصلة من صفحات الفايبيوك:

النسبة	تكرار	الوسائل المعتمدة
16.9%	11	موثوقة في المعلومة
32.3%	21	تعزيرها
50.8%	33	توضيحها
100%	65	المجموع

من خلال الجدول رقم 17 نجد أن 33 يعتمدون على وسائل توضيحية قدرت نسبة 50.8 %، و 21 من المبحوثين والمتابعين يعتمدون وسائل تعزيرية قدرت بنسبة 32.3% و 11 من المتابعين يعتمدون على وسائل موثوقة في المعلومة بنسبة 16.9 %، ونفسر هذه النتائج بعدم توفير وسيلة واحدة للحصول على المعلومة بين المتابعين بل هناك عدة وسائل مختلفة من اجل الحصول على المعلومة، نرى أن حوالي نصف عينة الدراسة أجابوا بأن استعمال وسائل أخرى للحصول على المعلومات يكون بهدف توضيح المعلومات وهذا راجع ربما إلى قلة وضوح المعلومات المقدمة على الفيس بوك وصعوبة فهمها في بعض الأحيان، وهذا ما يجعل عدد من المبحوثين لا يفهمون المنشورات كثيرا ما يجعلهم يستعينون ببعض الوسائل الأخرى لتوضيح وفهم بعض الأحداث وهنا يلعب ربما المستوى التعليمي دور مهم في عملية الفهم فهناك من لا يستطيع فهم كل المنشورات ولغاتها ولهذا يلجأ إلى وسائل إعلامية أخرى كالتلفزيون والإذاعة لأنها وسائل تمثل فئات كبيرة من الجمهور خاصة ذوي المستوى التعليمي المحدود

ومنه نستنتج أن من أبرز العوامل التي تؤدي بالباحثين لاستخدام وسائل توضيحية يتحكم فيه بالدرجة الأولى المستوى التعليمي والخبرة .

الجدول 18: يوضح النقائص التي يتم رؤيتها في مواقع التواصل الاجتماعي:

نسبة	تكرار	النقائص التي يتم رؤيتها
49.2 %	32	- معالجة الموضوع سطحياً
6.2 %	4	- عدم الاهتمام بمثل هذه المواضيع
35.4 %	23	- لا تعرض بشكل منظم
1.5 %	1	- المصدر الصحيح للمعلومات
1.5 %	1	- معرض للتزييف
1.5 %	1	- في عالم الإنترنت تبقى دائماً المعلومة غير صحيحة إلى حين إثباتها
1.5 %	1	- أحياناً لا توجد مصادر للتأكد من صحة المعلومة
1.5 %	1	- عدم التأكد من صحة المعلومة قبل نشرها
1.5 %	1	- التضخيم والتهويل
100 %	65	المجموع

من خلال قرأتنا للجدول رقم 18: الذي يوضح النقائص التي يتم رؤيتها في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين نجد أن نسبة 49.2 % يرونا أن معالجة الموضوع تكون سطحياً، و35.4 % يرونها أنها لا تعرض بشكل منظم، ثم تليها نسبة 6.2 % عدم الاهتمام بمثل هذه المواضيع، في حين نجد نسبة 1.5 % يرون أن النقائص هذه تكون في المصادر الصحيحة للمعلومات ومعرض للتزييف وعالم الافتراضات تبقى دائماً المعلومة غير صحيحة إلى حين إثباتها وأحياناً لا توجد مصادر للتأكد من صحة المعلومة وعدم التأكد منها قبل نشرها والتضخيم والتهاون.

ونفسر هذه النتائج بأن الكثير من المبحوثين يرون أن كل ما يتم رؤيته عبر موقع الفيسبوك ونشره إلى أنه يبقى محل شك وناقص بنسب لهم ويرونها من عدة جوانب لتأكد منها، وهذه النتائج تبين لنا النقائص التي يتم رؤيتها في مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المتابعين حيث أن أغلب متابعين مواقع التواصل أن معالجة المواضيع من خلالها تكون سطحية وتفتقر لعمق التحليل والاستنتاج وهذا يرجع لكونها منصات عامة وليست نخوية تضم جميع الفئات المجتمعية والتي أغلبها تهتم بالسطحيات، ولذلك احتلت هذه الموضوعات النسبة الأعلى في النقائص عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالنقائص الأخرى التي يتم رؤيتها. كما أن المتابعين يرون في المرتبة الثانية أن المواضيع لا تعرض بشكل منظم، كون أن هذه المواضيع مهمة للمتابعين ويجب النظر في النقائص التي تحتويها، في حين يرون عدم الاهتمام بمثل المواضيع بدرجة قليلة جداً بنسبة 6.2 %، كما أن بعض المتابعين اهتموا ببعض النقائص التي تم ذكرها سبقاً بنسبة تكاد تكون متقدمة وهي نسبة ضعيفة جداً بنسبة 1.5 %.

جدول 19: يوضح مدى تقييم الباحثين للفيسبوك حول نشر المعلومة الصحية:

التقييم	تكرار	نسبة
جيد	17	26.2 %
متوسط	41	63.1 %
ضعيف	7	10.8 %
المجموع	65	100 %

من خلال قراءتنا للجدول رقم 19 نجد أن 63.1 % تقييمهم متوسط للفيسبوك حول نشر المعلومات الصحية، ونسبة 26.2 % من الباحثين يرون أنه جيدا، و 10.8 % يرون أنه تقييم ضعيف وسبب تفوق الفئة الأولى على بقية الفئات يدل على الخبرة الشخصية للاعتماد على المعلومات التوعوية الصحية من الفايسبوك كما يعود أيضا إلى الأزمة التي مر بها الشعب الجزائري وحراكه وانعدام المعلومات في القنوات الرسمية .

وعليه نستنتج أن الكثير من الباحثين يرون أن الفيس بوك رغم المعلومات التي ينشرها بخصوص الصحة إلى أنه يبقى بنسبة لهم متوسط من حيث نشر، المعلومات المتعلقة بالتوعية الصحية ولعل ذلك راجع لعدد المصادر والكم الكبير من المعلومات، ويرى غالبية الباحثين أن المعلومات المنتشرة في الفيسبوك والمتعلقة بالتوعية الصحية تكون نافعة وجيدة تارة وتكون غير جيدة تارة أخرى.



## المحور الرابع: البعد السلوكي:

الجدول 20: يوضح اختيار توقيت النشر في الفيسبوك

نسبة	تكرار	توقيت نشر
33.8 %	22	دائما
36.9 %	24	متقطع
29.2 %	19	مناسباتي
100 %	65	المجموع

من خلال الجدول رقم 20 نجد أن نسبة 36.9 % متقطع حول طبيعة نشاط المعرفي عبر موقع الفيس بوك، ونسبة 33.8 % دائم النشاط المعرفي، ونسبة 29.2 % مناسباتي النشاط عبر الموقع. وهذه النسب جاءت متقاربة بتفوق طفيف لنسبة المبحوثين الذين أجابوا ب متقطع وراجع. ذلك حسب هذه الفئة إلى أن النشر في الفيس بوك لا يكون بصفة مستمرة وربما يرجع إلى أن النشر في الفيس بوك ليس مرتبط بوقت محدد أو تحكمه قواعد وقوانين تضبط المواعيد كالنشر في المجلات والجرائد مثلا، في حين جاءت نسبة المبحوثين التي تليها بنسبة تقاربها قدرت بحوالي 34%، والذين أجابوا بأن النشر في الفيس بوك يكون متقطع حيث يرون هؤلاء أن النشر لا يكون بصفة مستمرة سواء يومية أو أسبوعية أو شهرية ...، اي أن النشر لا يكون بصفة مستمرة وراجع ذلك ربما إلى ارتباط الأفراد بأشياء أخرى تلهيهم عن النشر ويرون أن الفيس بوك ليس فيه وقت محدد للنشر.

ومنه نستنتج أن مارشال ماكلوهان لم يكسر الحواجز الزمانية فقط للتواصل بل كسر حتى أوقات النشر وأصبح الفرد ينشر في كل وقت يريد.

## الجدول 21: يوضح مدى مشاركة المنشورات الخاصة بالصحة والتوعية الصحية:

نسبة	تكرار	الإجابة
49.2 %	32	لا
50.8 %	33	نعم
100 %	65	المجموع

من خلال تحليلنا للجدول رقم 21 نجد أن نسبة 50.8 % كانت إجاباتهم نعم حول مشاركة منشورات خاصة بالصحة والتوعية الصحية، ونسبة 49.2 % لا يقومون بمشاركة هذي المنشورات الصحية عبر الفيس بوك.

ونفسر ذلك بأنه لا يوجد فرق كبير بين المبحوثين من خلال مشاركتهم أو عدم مشاركتهم للمنشورات عبر الفيس بوك، لذا يفسر هذا بعد الاعتماد كثيرا على المنشورات الصحية من طرف المبحوثين، وراجع ذلك ربما إلى المنشورات الصحية الهادفة والتي عادة ما تحمل حملات توعوية من مخاطر الامراض، حيث يرون هؤلاء أن المنشورات وخاصة التي تنشرها المؤسسات الرسمية كمديريات الصحة تكون ذات منفعة عامة لأنها تنشر من اشخاص ذوو اختصاص ولديهم معرفة كبيرة نوعا ما بالمجال الصحي لذلك يكون مشاركة هذه المنشورات بهدف التعميم ووصولها إلى أكبر عدد من الجمهور، اما نسبة الذين أجابوا بلا فهي قليلة نوعا ما حيث يرون هؤلاء أن هذه المنشورات لا تكون لها فائدة ربما لاقتناعهم بأن عددا كبيرا من الجمهور لا يقتنعون بها ولا يأخذونها بمحمل الجد، أو ربما أنها منشورات لا ترقى أن تكون مفيدة وذات منفعة عامة.

ومنه نستنتج أن هدف المتبعين لهذه المواقع في ظل هذه الجائحة يشتركون في نقطة واحدة وهي الرغبة في نشر الوعي .

الجدول رقم 22: يوضح كيفية نقل المعلومات والنصائح من مواقع التواصل إلى المحيطين بك

نسبة	تكرار	نقل المعلومات
20 %	13	دائما
67.7 %	44	أحيانا
12.3 %	8	نادرا
100 %	65	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نجد أن نسبة 67.7 % أحيانا ما يقولون المعلومات والنصائح من مواقع التواصل إلى المحيطين بهم وهؤلاء يعتبرون معلومات الفايسبوك موثوق بها نوعا ما ويجب نقلها لاستفادة الجميع منها خاصة في ظل الوباء و20% دائما ما ينقلون المعلومات والنصائح من مواقع التواصل إلى المحيطين بهم وهؤلاء لديهم شك في صحة معلومات وأخيرا 12.3 % نادرا ما ينقلون المعلومات وهؤلاء لديهم القدرة على غرلة معلومات الفيسبوك والقدرة على التمييز بين ما هو صحيح وما هو خاطئ

ومنه نستنتج أن سبب تحصل أولئك الذين ينقلون معلومات ونصائح مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا على المرتبة الأولى يعود إلى ثقتهم ودرجة تصديقهم لمعلومات الفايسبوك.

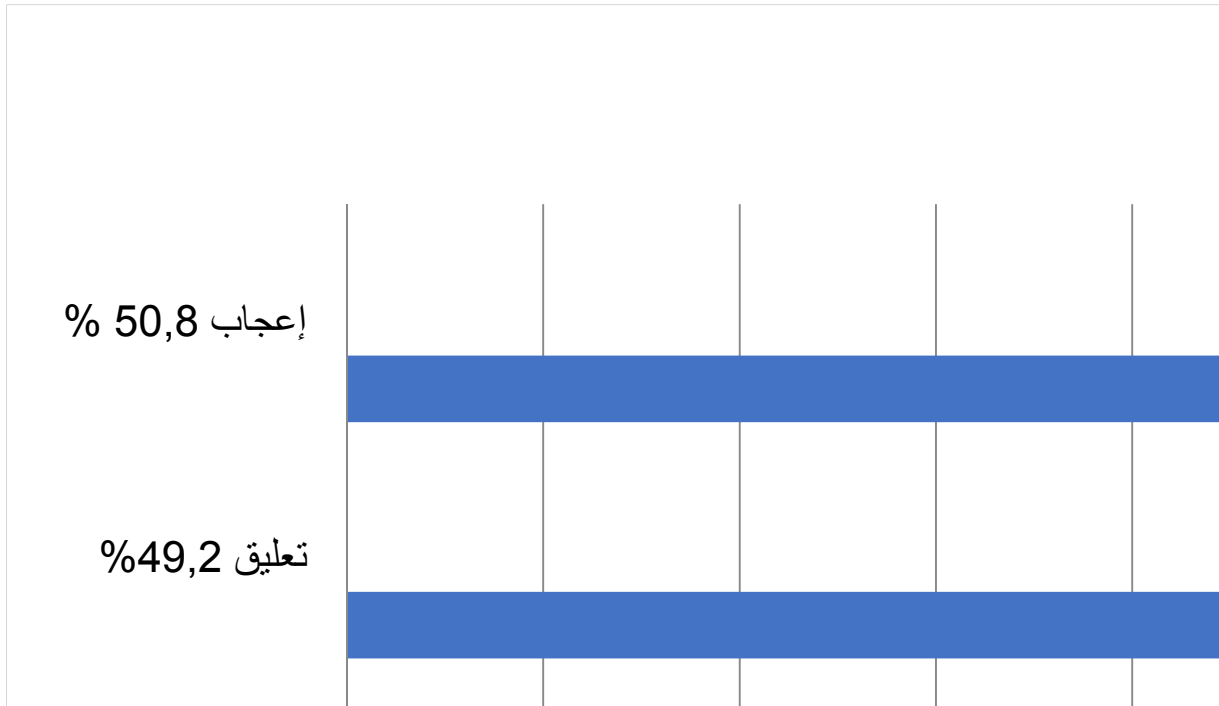
الجدول 23: يوضح أهمية تجريب التعليمات:

الإجابة	تكرار	نسبة
نعم	43	66.2%
لا	22	33.8%
المجموع	65	100%

من خلال الجدول رقم 23 الذي يوضح أهمية تجريب التعليمات، إذ نجد أن نسبة 66.2% الذي قدر بـ 43 من المبحوثين يساهمون في تجريب التعليمات من خلال إجاباتهم بنعم لأن هذه التعليمات وخاصة الصحية منها هي تهتم بنشر التوعية الصحية بالدرجة الأولى عبر موقع فيس بوك من أجل اخذ الحيطة والحذر والتعامل الجيد إزاء أي مشكل يواجه الفرد، في حين تم الإجابة ب: لا بنسبة 33.8% الذي قدر بـ 22 من المبحوثين وهي نسبة متوسطة ممن يرون أن تجريب التعليمات ليس مهم لأنها لا تساهم في نشر التوعية الصحية بشكل جيد عبر موقع فيس بوك.

ومن هنا نستنتج أن سبب تحصل فئة تجريب المعلومات التوعوية على المرحلة الأولى تحكم فيه الوضع الراهن ودرجة خطورة هذا الوباء ووعي المواطنين بضرورة الوقاية وأن الوقاية هير من العلاج خاصة في ظل عدم توفر علاج للوباء.

الشكل 24: توضح كيفية التفاعل مع هذه التعليمات



ملاحظة:المبحوثين أشاروا إلى أكثر من عينة.

**التحليل:** من خلال الأعمدة البيانية التي توضح كيفية التفاعل مع هذه التعليمات، نلاحظ أن أعلى نسبة كانت تتفاعل بإعجاب بنسبة قدرت ب 50.8 % تليها 49.2 % من المعلقين، تم تأتي المشاركة من طرف المبحوثين و قدرت ب 32.3 % . ومنه نستنتج أن أغلبية المبحوثين يكتفون بوضع اعجاب والمرور دون تعمق في هذا التفاعل وهذا راجع إلى عدم أهمية الموضوع بدرجة كبيرة بالنسبة للمبحوثين والذي لا يتوافق مع مشاكلهم الخاصة وقد يكون راجع إلى خصوصية الانضمام إلى بعض المجموعات على فايسبوك حتى تتمكن من التعليق والتفاعل أكثر .

الجدول 25: يوضح طبيعة إتباع النصائح والإرشادات:

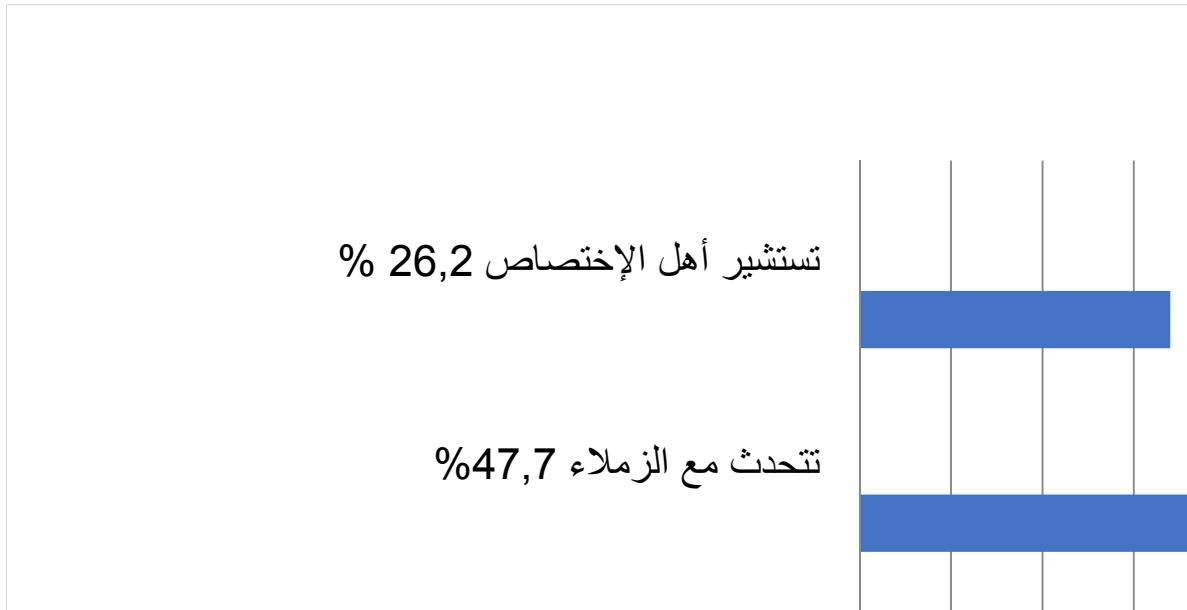
نسبة	تكرار	إتباع النصائح
38.5 %	25	دائما
61.5 %	40	أحيانا
100 %	65	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 25 الذي يمثل كيفية إتباع النصائح والإرشادات، أن أعلى نسبة كانت للمبحوثين الذين يتبعونها أحيانا وقدرت ب 61.5 % تليها دائما ب 38.5%.

ويمكن تفسير ذلك من خلال النسب الموضحة في الجدول أعلاه وسبب تفوق الفئة الأولى على الثانية، يدل على أن الكثير من مستخدمي موقع الفيسبوك يهتمون لما ينشر من نصائح وإرشادات في مختلف المنشورات حول المواضيع المتعلقة بالصحة، أي أن هناك وعي واهتمام بهذا المجال الذي يعد حيويًا في المجتمع ويجذب المستخدمين لجل مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة رواد الفيسبوك كونه المنصة الأكثر انتشارًا من بين مختلف المواقع وكذلك مواضيع الصحة تمس الأفراد والعائلات مباشرة، كما أن الاهتمام به يعطي دفعة نوعية فيما يتعلق بالجانب التوعوي والتثقيفي للمستخدمين

ومنه نستنتج أنه سبب تفوق فئة المهتمين بالإرشادات والتعليمات عبر الفيسبوك على الفئة الأخرى دلالة على الوعي والاهتمام.

الشكل 26: توضح الاكتفاء بما هو موجود على موقع الفيسبوك:



ملاحظة المبحوثين أشاروا إلى أكثر من عينة.

التحليل: من خلال الشكل رقم 26 الذي يوضح الاكتفاء بما هو موجود على موقع الفيس بوك نجد أن نسبة 60%. والذي قدر تكرار ب 39 يحاولون الحصول على المعلومة من جهة أخرى، حيث 47.7%. بتكرار قدر ب 31 يعتمدون على تحدث مع زملاء، ونسبة 26.2%. بتكرار 17 اعتمدوا على استشارة أهل الاختصاص.

نلاحظ من خلال الأعمدة البيانية التي تمثل متغير الاكتفاء بما هو موجود، أن نسبة المبحوثين الذين يحاولون الحصول على معلومات من جهات أخرى كانت الأكثر بنسبة قدرت بحوالي 60% وذلك راجع حسبهم ربما إلى أن المعلومات المقدمة عبر الفيسبوك لا تلبي رغباتهم وليست كافية، ويرجع ذلك إلى أن المنشورات تكون في غالب الأحيان عامة وغير مفصلة وتكون مصادرها غير موثوقة أو ليست دقيقة وهذا ما يجعل عدد كبير من الجمهور يلجأون إلى بدائل أخرى للحصول على المعلومات كوسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة وغيرها لأنها عادة ما تكون الأحداث والأخبار فيها من مصادر موثوقة ومفصلة بشكل يجعل الجمهور يقتنع بها.

جدول 27: يوضح المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين يوميا في تصفح الفيسبوك:

نسبة	تكرار	المدة الزمنية
15.4%	10	ساعة
15.4%	10	ساعتين
69.2%	45	أكثر
100%	65	المجموع

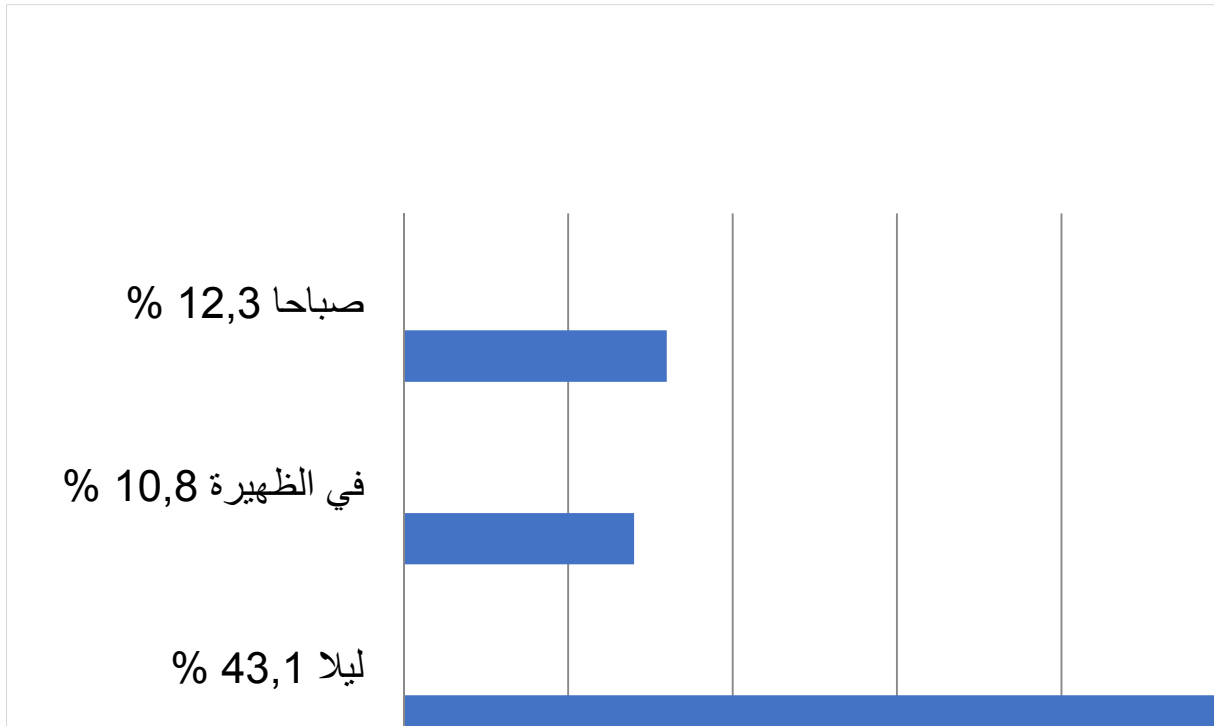
من خلال تحليلنا للجدول رقم 27 والذي يمثل الوقت الذي يقضيه المبحوثين في تصفح موقع الفيس بوك، أن نسبة 69.2% يقضون أكثر من ساعتين في استخدام موقع الفيسبوك، وأن نسبة 15.4% تحصلنا عليها في المدة الزمنية ساعة وساعتين التي يقضونها المبحوثين في تصفحهم على ذات الموقع وسبب تحصل الفئة المستخدمة لهذا الأخير أكثر من ساعتين تحكمت فيه العديد من العوامل منها عامل البحث عن التسلية وتتبع الأحداث اليومية والسؤال عن الآخرين والتواصل معهم وتتبع أحوالهم لحظة بلحظة عكس المكالمات الهاتفية إضافة إلى نمط حياة المبحوثين والتي يتخللها أوقات فراغ خلال اليوم .

كما يمكن أن نرجع ذلك أيضا إلى الأهمية الموجودة في هذا الموقع، وما يتيح من استخدام لمدة طويلة وميزة اللامانية واللاتزامنية التي تحدث عنها مارشال ماكلوهان

ومنه نستنتج أنه كلما توفر الوقت للمستخدم كلما زاد وقت الاستخدام والعكس صحيح.



الشكل رقم 28: يوضح الفترة الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك:



**التحليل:** من خلال قراءتنا الشكل أعلاه والذي يمثل الفترة التي يستخدم فيها الطلبة مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن نسبة 58.6% من المبحوثين يستخدمونها في كل وقت، ونسبة 43.1% يستخدمونها ليلا، في حين نجد نسبة 12.3% يستخدمونها صباحا ونسبة 10.8% يستخدمونها في الظهيرة. تبين لنا من خلال الشكل أن أفراد العينة لا يميلون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فترة ظهيرة، كونها توافق أوقات العمل، كما أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعد من الوسائل الترفيهية وهذا ما يتوافق مع استخدامها في كل وقت من طرف المبحوثين.

## الجدول 29 يوضح مدى إتباع المواضيع التوعوية على الفايسبوك

نسبة	تكرار	إتباع المواضيع
%46.2	30	باستمرار
%10.8	7	نادرا
%43.1	28	أحيانا
% 100	65	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مدى إتباع المواضيع التوعوية على الفيس بوك نجد نسبة 46.2 % من المبحوثين يتابعون مواضيع التوعية على الفيس بوك باستمرار بينما نسبة 43.1 % أحيانا مايتابعون هذه المواضيع و 10.8 % نادرا ما يتابعونه فسبب متابعة الفئة الأولى للمواضيع التوعوية باستمرار تحكمت فيه جائحة كورونا من جهة والرغبة في التعرف على أحدث الأساليب الوقائية في الحياة اليومية من جهة أخرى .

كما نلاحظ أيضا ان هناك توازن بين من يقصدون مواقع التواصل لغرض التوعية وبين من يقصدونها لأغراض أخرى لكن في المدة الأخيرة لاحظنا أن غالبية المستخدمين على مواقع التواصل يلجؤون إليها لإسقاء المعلومات لغرض التوعية من وباء كورونا المستجد

ومنه نستنتج أن إتباع المواضيع التوعوية يكون مناسباتي أكثر منه عادي.

## النتائج العامة:

- 1\_ اهتمام الذكور بمواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير وهو ما توضحه نسبة اهتمامهم التي قدرت ب 55,4% ، وبالنسبة للإناث فإن أقل من نصفهم حيث قدر اهتمامهم بنسبة 54,6% وهذا راجع أن كليهما يستخدم مواقع التواصل اجتماعي حسب احتياجاتهم.
- 2\_ أغلب المبحوثين من العزاب يميلون لاستخدام الفيسبوك بنسبة كبيرة وهي 86,2% مقارنة بالمتزوجين.
- 3\_ معظم أفراد العينة كانوا يتعاملون مع موقع الفيسبوك وخاصة فئة التعليم العالي بشكل ممتاز.
- 4\_ أغلبية المبحوثين يتصفحون موقع الفيسبوك رغم اختلاف الوضعية المهنية بينهم ولا يوجد فارق بينهم.
- 5\_ استخدام المبحوثين الفيسبوك لمعرفة المستجدات الصحية دائما وأحيانا بصفة متقاربة وذلك إلى انشغالات اليومية للبعض منهم .
- 6\_ لجوء أفراد العينة إلى تتبع برامج ومواضيع الاجتماعية وما تحمله من أخبار تخص المجتمع من أجل التطلع على ما يحدث في المجتمع.
- 7\_ كما أن الغالبية من أفراد العينة لديهم هدف من متابعة المواضيع الصحية على الفيسبوك وبالأخص خلال المواقف الصعبة.
- 8\_ أغلبية المبحوثين يرون أن الحصول على المعلومة يكون متاح، وأن القليل يرون عكس ذلك.
- 9\_ لاحظنا أن معظم متابعي الصفحة الرسمية كان لديهم ثقة في المعلومات المقدمة وهذا راجع إلى صحة المعلومة الإرشادية.
- 10\_ اتضح من خلال آراء المتابعين أن نوعية المعلومة التي تنشر تكون واضحة ، فكلما زاد الوعي الصحي ساهم بشكل جيد في اتضاح المعلومة الصحية.
- 11\_ يرى المبحوثون عدة نقائص في استخدام المعلومة في الفيسبوك ومنها المعلومة غير كافية وكان تقييمهم بنسبة 73,8%.
- 12\_ يعتبر مصدر المعلومة الموثوق هو المصدر الأكثر تداولاً على منصات التواصل الاجتماعي بفارق صغير عن المصدر الغير موثوق منه والتأكد الجيد من المعلومة وعدم اتخاذ وسائل التواصل كمصدر أساسي لها.

- 13\_ تعتبر المعلومة التوعوية الصحية الإرشادية عامل مهم لمتصفح وسائل التواصل الاجتماعية، إذا فهي تلعب دور أساسي في العملية التحسيسية الصحية.
- 14\_ كان إطلاع المبحوثين على الفيسبوك لتتبع مواضيع التوعية الصحية بنسبة كبيرة.
- 15\_ أن كثرة المعلومات المتداولة في الفيسبوك بالأخص من بين مواقع التواصل الاجتماعي وتنوع مصادرها وذلك أدت إلى أن الشعور بالراحة حول هذه المعلومات وتصديقها يكون متوسط من طرف غالبية أفراد العينة خلال متابعتهم.
- 16\_ وجود صعوبة في تصديق المعلومات المتداولة في الفيسبوك مما أثر على مصداقية وطبيعة المعلومات المتحصل عليها وهذا ما جعل منها موضع شك.
- 17\_ إن اختلاف الوسائل وتنوعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومة ما وعدم وضوحها أدى إلى اللجوء إلى وسائل توضيحية من أجل الفهم الجيد للمعلومة.
- فهناك عاملين أساسيين لاستخدام وسائل توضيحية هما المستوى تعليمي والخبرة.
- 18\_ أن مواقع التواصل الاجتماعي بكل أنواعها لا تخلوا من النقائص في الواقع لأن هناك مواضيع تعالج سطحيا فقط وحسب أفراد العينة فمثل هذه المواضيع نحتاج إلى الدقة والعمق في التحليل والاستنتاج.
- 19\_ إن نشر المعلومة الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي متنوع وله مصادر كثيرة بحيث يمكن أن تكون صادقة أو كاذبة حسب المصدر والمبحوثين حسب وجهة نظرهم يعتبرون أن هناك وسائل أخرى في نشر المعلومة الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 20\_ توقيت النشر عبر الفيسبوك منقطع إلى دائم نسبيا وهذا راجع إلى الانشغالات اليومية إلا أن الفرد ينشر كل ما يريده في أي وقت وذلك كسر حاجز الزمن.
- 21\_ إن هدف زيادة الوعي لدى جميع مهمة وهذا دافع إلى مشاركة المنشورات الخاصة بالصحة والتوعية عبر صفحات متنوعة بصفة جيدة.
- 22\_ إن الثقة العمياء مصداقية المعلومات لدى أغلبية أفراد العينة جعلهم أحيانا يتداولون هذه المعلومات مع المحيطين بهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 23\_ إن الوضع الراهن وما يحمله من أمراض خطيرة جعل الوقاية والعلاج من خلال تتبع تعليمات خاصة بحملات توعية الصحية والإقبال الكبير على تطبيق هذه التعليمات.

24\_ إن التفاعل أمر ضروري وبالأخص حين الإطلاع على التعليمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي فحسب رأي أفراد العينة فيكتفون بتفاعلهم بالإعجاب أكثر دون التعمق في التعليمات وفهمها وهذا يدل على اللامبالاة.

25\_ القيام بتنفيذ النصائح والإرشادات بشكل متردد وأحيانا يدل على قلة الوعي والاهتمام والمستوى التعليمي والخبرة.

26\_ عدم الاكتفاء ومتابعة المعلومات عبر الفيسبوك فهناك أفراد العينة يلجؤون إلى مصادر أخرى للتأكد من صحة المعلومة ومصادقيتها.

27\_ إن مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص الفيسبوك كثير الاستخدام بصفة دائمة من طرف المبحوثين وأن الوقت المخصص الذي يقضيه المتصفح الفيسبوك كاف وذلك يوفر الوقت المستخدم يزيد من التصفح.

28\_ أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك في كافة الأوقات وخاصة الليل فهو يعد وسيلة لملا الفراغ لذا فاستخدامه يعد بشكل كبير.

29\_ معظم المواضيع التوعوية على الفيسبوك مهمة جدا فنسبة تتبعها مرتفعة سواء باستمرار أو أحيانا لذا وجب التأكد من توجيهها المتلقين لأنه أصبح مصدر لها.

## الخاتمة:

في دراستنا هذه وصلنا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في إحداث التفاعلية الصحية لمستخدميها.

وهذا ما يبرر حقيقة أن ثورة الاتصال وخاصة منذ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي.

والإطار النظري لهذه الدراسة يبرز ارتباط المفاهيم التي تتناولها الدراسة ومدى علاقتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها التوعوي عبر التفاعل مع مواضع التوعية الصحية.

استغلال مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها في نشر التوعية الصحية بالنظر لما يميزها من خصائص تسع بالاستفادة وزيادة الوعي الصحي بواسطة الحملات الصحية التوعية أو المناشير باختلاف مواضعها.

## قائمة المراجع:

## أ- المعاجم والموسوعات:

- 01 إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: معجم المصطلحات، عصر العولمة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر، 2004.
- 02 علي بن هادية وآخرون: القاموس الجديد للطالب، الطبعة الأولى، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1999.
- 03 مي عبد الله وآخرون: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، 2014.
- 04 ناصر قاسمي: دليل مصطلحات علم اجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011 .

## ب \_ الكتب:

- 01 جمال راسم محمد: مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، الفصل السادس، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1999.
- 02 أحمد محمد بدح وآخرون: الثقافة الصحية، الطبعة الرابعة، دار المسيرة، عمان، 2012.
- 03 أمال عميرات: الاتصال الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان، 2014.
- 04 بسام عبد الرحمن المشاقية: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
- 05 بلعسل محمد: تأثير الإعلام الجديد على أمن الفكري في الجزائر، مجلة الرائد، العاصمة، 2013، العدد 1.
- 06 جميل خليل محمد، عيسى موسى أبو شيخة: الإعلام الدولي، الطبعة الأولى، دار المعتز، عمان، 2014.
- 7 حارث عبود، د مزر العاني: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، الطبعة الأولى، دار ومكنة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 1436هـ 2015 م.
- 08 حسناء محمد الجبور: الإعلام البيئي، الطبعة الثالثة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 09 حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، 1998 م.
- 10 خالد غسان يوسف مقداد: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى،

- الأردن، 2013.
- 11 رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، الطبعة الخامسة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 12 سامية أبو النصر: الصحافة الإلكترونية وثورة الفيس بوك، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2014.
- 13 سمير محمود، الإعلام العلمي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2008.
- 14 عبير شفيق الرحباني: الإستعمار الإلكتروني والإعلام، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 15 علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الإجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن \_ عمان، الطبعة الأولى، 2014.
- 16 عبد الرزاق الدليمي: الإعلام المتخصص، الطبعة ع، اليازوري، عمان \_ الأردن، 2005.
- 17 عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، عمان، 2011.
- 18 عبد الغفار أمين سعيد: وسائل الإعلام الجديد والموجة الرقمية الثانية، إترك للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، مصر.
- 19 عبد الكريم فهد الساري: التسويق السياسي والانتخابي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن \_ عمان، 2013.
- 20 عبد المجيد الشاعر وآخرون: الصحة والسلامة العامة، الطبعة الأولى، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
- 21 عبد المجيد الشاعر، رشدي قطاش: التغذية الصحية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
- 22 ليلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي دار حنين للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2012، الطبعة الأولى.
- 23 منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع \_ عمان، 2012.
- 24 يوسف أميرة منصور: المدخل الاجتماعي للمجالات الطبية والنفسية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1997.



## ج \_ المذكرات الجامعية:

- 01 أيمن بن أحمد بن ناصر الحمد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم المنظومة التعليمية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2014.
- 02 بدر الدين بن بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، الفيس بوك وطلبة جامعة محمد خضير بسكرة نموذجا، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع التربية جامعة محمد خضير بسكرة، 2014.
- 03 تركي بن عبد العزيز السديري: توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية، السعودية، 2014.
- 04 شعباني مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في علم إجتماع التنمية، قسم الديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة، جامعة المنتوري، 2006.
- 05 عبد الله مبارك الرعود: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق، 2011.
- 06 علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها على الأخلاقيات والقيمية، رسالة ماجستير (غير منشورة) الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، السعودية.
- 07 مريم مراكشي: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير، جامعة بسكرة، 2013.
- 08 محمد المنصور: تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.
- 09 نبيلة بوخبزة: الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر أطروحة ماجستير (دراسة نظرية ميدانية)، جامعة الجزائر، 1995.

## د \_ مواقع الأنترنت:

- 01 عمر عبد الله: موقع ثورة الويب، أنماك المواقع الإلكترونية، نشر بتاريخ 12\03\2015،  
http://Thawratalweb , com \Web 18:22 ,2011\01\21 .

الملاحق

## بيانات شخصية

الجنس:  ذكر  أنثى

الوضعية العائلية:  عازب(ة)  متزوج(ة)

المستوى التعليمي:  دون مستوى  ابتدائي  متوسط  ثانوي  تعليم عالي

الوضعية المهنية:  بطل  موظف  تدرس

## المحور الأول: البعد المعرفي الصحي

هل تستخدم الفيسبوك للاطلاع على المستجدات الصحية

نادرا

أحيانا

دائما

أكثر المواضيع التي تتابعها على فيسبوك

مواضيع ثقافية

مواضيع سياسية

مواضيع دينية

مواضيع ترفيهية فنية

مواضيع اجتماعية

مواضيع صحية

هل تتابع مواضيع التوعية الصحية على فيسبوك بهدف التفاعل مع المواضيع الصحية؟

لا

نعم

هل الحصول على المعلومات عبر موقع الفيسبوك يكون

غير متاح

متاح

هل تخصص المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكون

معلومة خاصة

معلومة عامة

هل المعلومات التي يتم نشرها عبر موقع الفيسبوك حول التوعية الصحية يكون:

غير واضحة

واضحة

هل المعلومة عبر موقع فيسبوك تكون:

كافية  غير كافية

هل مصدر المعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكون:

من مصدر موثوق  من مصدر غير موثوق

هل وظيفة المعلومة في نشر التوعية الصحية يكون:

ارشادية  غير ارشادية

هل تتابع مواضيع التوعية الصحية على فيسبوك للوقاية من الامراض وزيادة الثقافة الصحية؟

نعم  لا

المحور الثاني: البعد الذهني

هل الشعور بالراحة حول المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي يكون

جيد  متوسط  عادي

هل المعلومة المتحصل عليها تبقى موضع شك؟

نعم  لا

تهدف المعلومة المحصلة من صفحات الفايسبوك إلى:

موثوقية في المعلومة  تعزيزها  توضيحها

هل تكتفي بالمتابعة والاطلاع على موقع الفيسبوك أم أنك

تتفاعل  تسأل  تصحح  تعلق

ما هي النقائص التي تراها في مواقع التواصل الاجتماعي

معالجة الموضوع سطحيا  عدم الاهتمام بمثل هذه المواضيع

لا تعرض بشكل منظم

شيء آخر: .....

ما هو تقييمك لموقع الفيسبوك حول نشر المعلومة الصحية؟

جيدة  متوسطة  ضعيفة

هل ترى ان ما هو على موقع فيسبوك؟

مصدر موثوق  مصدر غير موثوق

### المحور الثالث: البعد السلوكي

هل ترى ان النشاط المعرفي يكون

دائما  متقطع  مناسباتي

هل تقوم بمشاركة المنشورات الخاصة بالصحة والتوعية الصحية على صفحات أخرى؟

نعم  لا

هل تنقل المعلومات والنصائح من مواقع التواصل إلى المحيطين بك؟

دائما  أحيانا  نادرا

هل جربت هذه

التعليمات؟

نعم  لا

ما كان تفاعلك من هذه التعليمات

مشاركة  تعليق  اعجاب

هل تقوم على تنفيذ النصائح والارشادات بشكل

بشكل حرفي  بشكل متردد

هل تكتفي بما هو موجود على موقع الفيسبوك أم؟

- تستشير اهل الاختصاص

- تتحدث مع زملاء

- تحاول الحصول على المعلومة من جهات أخرى

كم من الوقت تقضيه يوميا في تصفح فيسبوك

ساعة  ساعتين  أكثر من ساعتين

في أي فترة من اليوم تستخدم موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك

صباحا  في الظهيرة  ليلا  في كل وقت

هل تتابع المواضيع التوعوية على فيسبوك؟

باستمرار  نادرا  أحيانا

## تلخيص باللغة العربية :

جاءت هذه الدراسة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية وهي تهدف إلى معرفة حجم تفاعل العينة مع التوعية عبر موقع الفيسبوك وكيف يتم تشكيلها من خلال محاولة الإجابة على التساؤل الأتي ماهو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية؟ .

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي من خلال استمارة استبيان وزعت على عينة تقدر ب65 مستخدم من مجموع مستخدمي صفحة التواصل الاجتماعي مديرية الصحة لولاية تبسة .

وقد توصلنا الى النتائج التالية:

- استخدام المبحوثين الفيسبوك لمعرفة المستجدات الصحية دائما وأحيانا بصفة متقاربة وذلك إلى انشغالات اليومية للبعض منهم

- لجوء أفراد العينة إلى تتبع برامج ومواضيع الاجتماعية وما تحمله من أخبار تخص المجتمع من أجل التطلع على ما يحدث في المجتمع .

\_ أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك في كافة الأوقات وخاصة الليل فهو يعد وسيلة لملأ الفراغ لذا فاستخدامه يعد بشكل كبير .

\_ معظم المواضيع التوعوية على الفيسبوك مهمة جدا فنسبة تتبعها مرتفعة سواء باستمرار أو أحيانا لذا وجب التأكد من توجيهها المتلقين لأنه أصبح مصدر لها .

L'intitulé de cette étude est le rôle des médias sociaux dans la diffusion de l'éducation sanitaire, qui vise à connaître le volume de réaction de l'échantillon avec la sensibilisation via Facebook et comment elle se forme en essayant de répondre à la question suivante. Quel est le rôle des médias sociaux dans la diffusion de la sensibilisation sanitaire? .

Dans cette étude, nous nous sommes appuyés sur l'approche descriptive à travers un formulaire de questionnaire distribué à un échantillon de 65 utilisateurs du nombre total d'utilisateurs de la page des médias sociaux de la direction de la santé de la willaya de Tebessa.

Nous avons atteint les résultats suivants:

–Les utilisateurs de la page des médias sociaux utilisent Facebook pour connaître toujours et parfois l'évolution de la santé, en raison des préoccupations quotidiennes de certains d'entre eux.

– Les membres de l'échantillon ont eu recours au suivi des programmes et des sujets sociaux et à ce qu'ils portent sur les actualités liées à la communauté afin d'en savoir plus sur ce qui se passe dans la communauté.

\_ La majorité des membres de l'échantillon utilise Facebook à tout moment, en particulier la nuit, car c'est un moyen de remplir le vide, donc son utilisation est considérée comme importante.

\_ La plupart des sujets éducatifs sur Facebook sont très importants, car le pourcentage d'abonnés est toujours élevé , il faut donc être sûr de diriger ces utilisateurs car le Facebook est devenu une source pour eux.