

موقع صّ ع | المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

قسم: الصحافة



مذكرة بعنوان

دور وسائل التواصل الاجتماعي " انستغرام " في نشر الوعي الصحي في الجزائر لدى
الطلبة الجامعيين

دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة السنة الثالثة ماستر من المدرسة الوطنية العليا
للصحافة وعلوم الاعلام ما بين 2023_ 2024

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص صحافة علمية وبيئية

تحت اشراف الأستاذة:

د. وهيبة بلحاجي

من اعداد الطالبة:

سهام بن عبد المومن

لجنة المناقشة:

رئيس اللجنة: د. قوعيش جمال الدين

المشرفة: د. بلحاجي وهيبة

المناقشة: د. شمامي امينة

السنة الجامعية: 2024/2023



Ecole national supérieur de journalisme et des sciences de l'information

Département : journalisme

Titre de mémoire

Le rôle des réseaux sociaux d'Instagram dans la sensibilisation à la santé chez les étudiants algériens

Etude descriptive analytique chez un échantillon d'étudiants de 3ème année master de l'École nationale supérieure de journalisme et des sciences de l'information entre 2023_2024

Mémoire de Master en Science de l'information et de la Communication

Spécialité : Journalisme scientifique et environnemental

Réalisé par :

Sihem Benabdelmoumen

Sous la direction :

dr. Wahiba belhadji

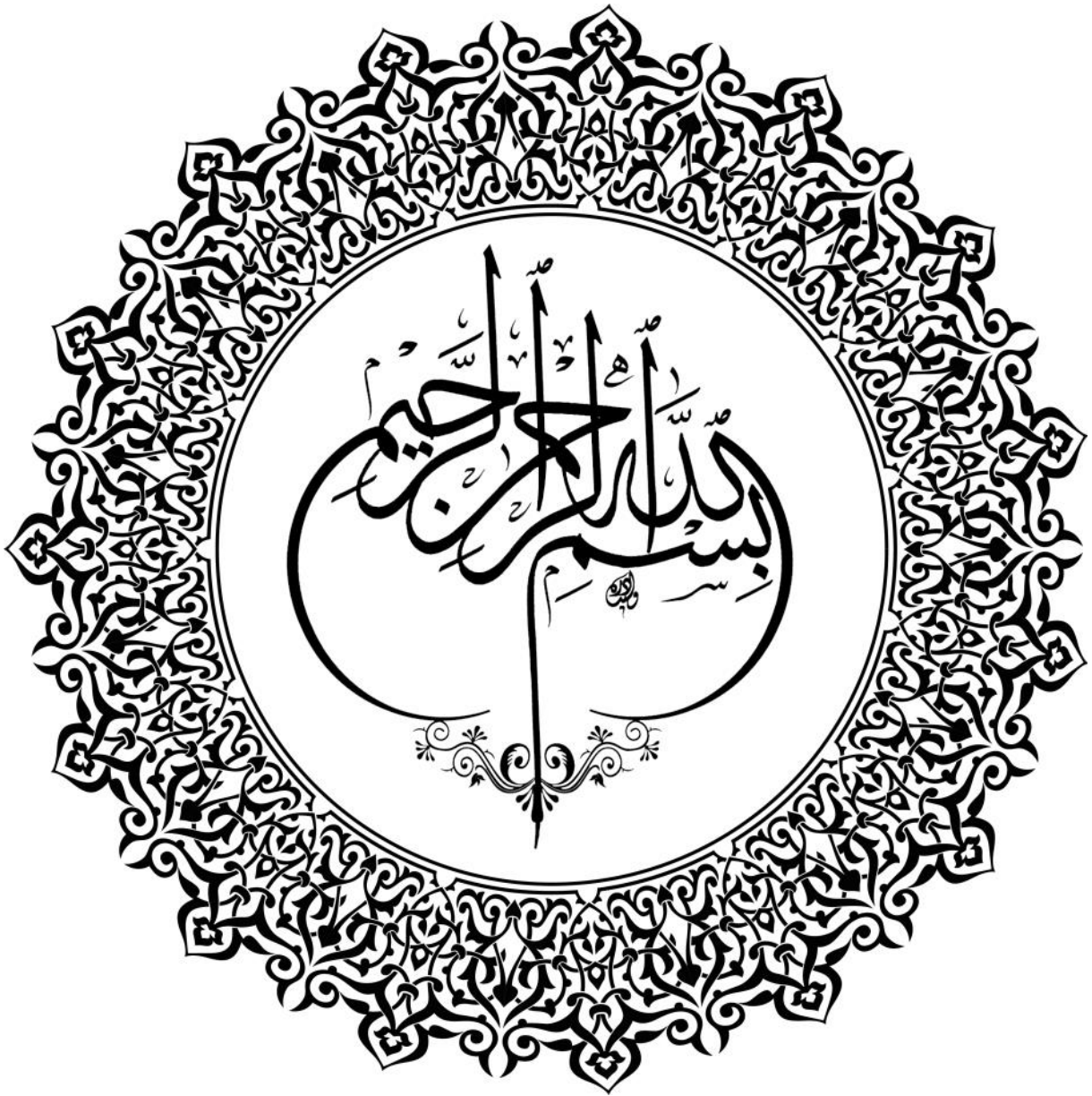
Jury:

Président: D. gouaiche djamel edine

Encadrure : D.Belhadji wahiba

Membre : D. Chemami amina

Année universitaire :2023/2024



شكر وتقدير

الحمد لله حتى يبلغ الحمد منتهاه على ما أتانا به من علم
الحمد الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، أما بعد:
يشرفني أن أتقدم بجزيل الشكر والثناء والتقدير إلى الأستاذة الفاضلة المشرفة "
د. بلحاجي وهيبة" التي ساعدتني على انجاز هذا العمل وكل المجهودات التي بذلتها من
تخصيص وقتها و توجيهاتها و مساعدتها لي.
كما لا ننسى أن نتقدم بالشكر الخاص إلى كل أساتذة المدرسة الوطنية العليا للصحافة
وعلوم الاعلام الذين رافقونا طيلة المشوار الدراسي.
وأتقدم بخالص الشكر إلى الذين قدموا يد العون لإنجاز هذا العمل من قريب أو من
بعيد.

إهداء

الحمد لله شكراً وامتناناً على البدء والختام الحمد لله رب العالمين، بعد مسيرة دراسية دامت سنوات من التعب والجهد، ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمرة نجاحي وفخري، فإن الله قد منّ عليّ بنعمه التي لا تُحصى، وأوصلني إلى هذا اليوم المشرق فله الحمد أولاً وأخيراً.

أهدي ثمرة نجاحي:

إلى سندي وقوتي، ومصدر فخري واعتزازي يا من كان حضوره في حياتي أملاً وسنداً، ودعماً دافعاً لتحدي الصعاب، فهو بفضل توجيهاتك وحكمتك أهدى هذا الإنجاز اليك "والدي العزيز" إلى منبع الحب والحنان، جعلت من تعبها جسراً لعبوري، وسهرت الليالي من أجلي علمتني أن العلم هو سلاح الحياة، وأن القوة تكمن في الصبر والإصرار أهدى هذا النجاح اليك "أمي الغالية" إلى يا من كنتم لي العون والسند في هذه الرحلة، يا من لم تبخلوا عليّ بالمساندة والدعم شكراً لكم من القلب، فهذا النجاح هو نجاحنا جميعاً وفرحتي اليوم لا تكتمل إلا بكم "إخوتي وأخواتي" إلى أختاي العزيزتين انتما النعمتان التي اعتر بهما شكرا لكما على دعمكما المستمر والتوجيه الذين لطالما كانوا الظل لهذا النجاح "فيروز، حنيفة" إلى التي لم تغادر قلوبنا وستظل ذكراك العطرة تملأ حياتنا كنت نوراً يضيء بيتنا ببسمة البريئة فقد كنت دائماً في قلبي وستبقين، "ميليسا رحمها الله" إلى أصدقائي رفقاء الدرب، وإلى كل من كان له بصمة في حياتي بكلمة طيبة، أهدىكم هذا النجاح.

سهام

ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان دور وسائل التواصل الاجتماعي "إنستغرام" في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجزائريين لسنة 2024/2023 لدى عينة من طلبة السنة الثالثة ماستر من المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام، حيث هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي خاصة إنستغرام في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، من خلال التأكيد على متابعتهم لمنشورات ومضامين التوعية الصحية، حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي بالاعتماد على أداة الاستبيان في ذلك لجمع البيانات، حيث أجريت هذه الدراسة على عينة عددها 70 مفردة من طلبة الماستر 03 من المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام.

توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أبرزها أن أغلبية مفردات عينة الدراسة يستخدمون موقع إنستغرام من أجل الوعي الصحي لديهم بغية الحصول على نصائح لزيادة الوعي بأمراض محددة أو حالات صحية وكان الأغلبية ساعدهم في العثور على طرق وحلول صحية مناسبة خلال فترة المرض كما أنهم استفادوا بشكل جيد من موقع إنستغرام حول مواضيع التوعية الصحية.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، إنستغرام، التوعية، وعي صحي.

Résumé :

Cette étude, intitulée "**Le rôle des réseaux sociaux 'Instagram dans la sensibilisation à la santé chez les étudiants algériens pour l'année académique 2024/2023 chez un échantillon d'étudiants de troisième année master de l'École nationale supérieure de journalisme et des sciences de l'information**", visait à mettre en évidence le rôle des médias sociaux, en particulier Instagram, dans la sensibilisation à la santé chez les étudiants universitaires, en mettant l'accent sur leur suivi des publications et des contenus de sensibilisation à la santé. Cette étude a utilisé une méthodologie d'enquête en utilisant un questionnaire pour collecter les données, menée sur un échantillon de 70 étudiants en troisième cycle de l'École nationale supérieure de journalisme et des sciences de l'information.

Les résultats de cette étude ont révélé que la majorité de l'échantillon utilisait Instagram pour accroître leur sensibilisation à la santé, cherchant des conseils pour accroître leur conscience de maladies spécifiques ou de conditions de santé, et que la plupart avaient trouvé des moyens et des solutions de santé appropriées pendant la maladie grâce à Instagram, en bénéficiant également des sujets de sensibilisation à la santé sur cette plateforme.

Mots-clés : Médias sociaux, Instagram, sensibilisation, conscience de la santé

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

تحديد المفاهيم

نوع الدراسة ومنهجها

أدوات الدراسة

مجتمع البحث والعينة

الدراسات السابقة

الإطار النظري

الفصل الأول: مدخل شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب 1: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 2: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 3: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 4: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 5: إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: موقع انستغرام وخصائصه

المطلب 1: نشأة منصة انستغرام

المطلب 2: تعريف موقع انستغرام

المطلب 3: مميزات وسلبيات انستغرام

المطلب 4: اثار منصة انستغرام على المجتمع

المطلب 5: احصائيات انستغرام في الجزائر

خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني: ماهية الوعي الصحي والوسائط المتعددة

تمهيد

المبحث الأول: الوعي الصحي

المطلب 1: مفهوم الوعي الصحي

المطلب 2: أهمية الوعي الصحي

المطلب 3: مجالات الوعي الصحي

المطلب 4: قياس الوعي الصحي

المطلب 5: اهداف الوعي الصحي

المبحث الثاني: الوعي الصحي وشبكات التواصل الاجتماعي

المطلب 1: اساليب التوعية الصحية

المطلب 2 التوعية الصحية والاعلام الصحي في الجزائر

المطلب 3: العوامل المساعدة على نجاح أو فشل التوعية الصحية

المطلب 4: العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الصحي

المطلب 5: دور انستغرام في التوعية الصحية

خلاصة الفصل

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث: موقف طلبة الماستر 3 حول مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي

"انستغرام" في نشر الوعي الصحي

تمهيد

عرض وتحليل بيانات الدراسة

المبحث الاول: عادات استخدام طلبة الماستر 3 لموقع انستغرام.

المبحث الثاني: أنماط التوعية الصحية من خلال المواضيع المنشورة على انستغرام وفعاليتها

المبحث الثالث: تأثير انستغرام وأهميته في نشر الوعي الصحي لدى طلبة الماستر 3

الاستنتاجات

الاستنتاجات العامة

خلاصة الفصل

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

مع تطور التكنولوجيا الحديثة والتقدم الإلكتروني، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تلعب أدوارًا حيوية في مختلف جوانب الحياة، ولا يمكن الاستغناء عنها في عصرنا الحالي. قد أدى هذا التطور إلى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي المتنوعة، التي نمت بسرعة كبيرة ومنحت مستخدميها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات متنوعة مثل التعليم، والثقافة، والصحة، والتنمية، وغيرها فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور هام في التوعية في مختلف المجالات مثل الاجتماعي، السياسي، والاقتصادي. تهدف هذه التوعية إلى توجيه الأفراد نحو السلوكيات الصحيحة والقرارات السليمة من خلال بناء وعي قويم، وتوفير النصائح والإرشادات المفيدة لتطبيقها في الواقع. هذا يعود بالفائدة على الأفراد والمجتمع، ويتم تحقيق ذلك من خلال استخدام وسائل الاتصال المتاحة سواء كانت تقليدية أو حديثة.

تعتبر التوعية الصحية جزءًا أساسيًا في رفع مستوى الصحة العامة للأفراد فالتوعية الصحية تعتمد بشكل كبير على وسائل الاتصال المباشرة لتوعية الأفراد وتحريرهم من الأفكار الخاطئة والجهل، وتعزيز فهمهم الصحيح للمواضيع الصحية. وبفضل هذه الجهود، يمكن تحقيق اندماج اجتماعي أفضل ورفع مستوى الوعي والمعرفة الصحية، مما يساعد في تجنب المشاكل الصحية والأمراض.

في عصر التواصل الاجتماعي الذي نعيش فيه اليوم، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تشكيل آراء وسلوكيات الأفراد، وهذا يشمل أيضًا المجال الصحي. واحدة من هذه الوسائل المؤثرة هي منصة إنستغرام، التي تُعتبر ليست فقط موقعًا لمشاركة الصور والفيديوهات، بل هي أيضًا منبرًا لنشر المعرفة والوعي الصحي حيث يبرز إنستغرام بشكل خاص بفضل طبيعته البصرية والتفاعلية، مما يجعله منصة مثالية للتواصل مع الجمهور الشاب، بما في ذلك طلبة الجامعات.

أساسيات الوعي الصحي في الوقت الحاضر أصبحت أكثر أهمية من أي وقت مضى، خاصة في ظل الزيادة الملحوظة في حالات الأمراض المزمنة والأمراض النفسية. يعتبر

الشباب، ومن بينهم طلبة الجامعات، فئة تستحق اهتمامًا خاصًا، حيث يمكن أن تكون التحديات النفسية والصحية تأثيرًا كبيرًا على تحصيلهم العلمي ومستقبلهم الشخصي والمهني. وبالتالي، فإن توفير مصادر الوعي والدعم الصحي يعتبر أمرًا حيويًا لتعزيز صحة وسلامة هذه الفئة لأنها توفر فرصًا هائلة لنقل المعرفة ونشر الوعي الصحي.

من خلال هذه الدراسة، نأمل أن نسلط الضوء على دور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل إنستغرام لنشر الوعي الصحي وتحسين جودة حياة طلبة الجزائريين، وبصفة خاصة طلبة ماستر من المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام وبالتالي، المساهمة في بناء مجتمع أكثر صحة وسلامة إذ قمنا بتقسيم دراستنا هذه إلى ثلاث فصول حاولنا من خلالها أن نقدم نسقا متكاملًا بحيث يخدم كل فصل الفصل الذي يليه.

الجانب المنهجي وقد ضمت الدراسة الإطار المنهجي للدراسة حيث شمل اشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأسباب اختيار الموضوع، وأهدافها وأهميتها إضافة إلى المنهج المستعمل والعينة والاداة وتحديد المفاهيم والدراسات السابقة وصولاً إلى الجانب النظري الذي تناولنا فيه فصلين. **الفصل الأول** للدراسة تحت عنوان "مدخل إلى شبكات التواصل الاجتماعي" حيث قسم الفصل إلى مبحثين تم تناول فيهما كل من مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والمبحث الثاني تم التطرق الى ماهية إنستغرام وخصائصه بصفة خاصة.

الفصل الثاني للدراسة تحت عنوان "التوعية الصحية والوسائط الجديدة" تطرقنا من خلاله الى مبحثين حيث في المبحث الأول تم التطرق الى ماهية الوعي الصحي اما المبحث الثاني تم التطرق الى شبكات التواصل الاجتماعي ونشر الوعي الصحي أي العلاقة.

الفصل الثالث وهو الإطار التطبيقي تحت عنوان "موقف طلبة الماستر 3 حول مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي "إنستغرام" في نشر الوعي الصحي" تم تقسيمه الى ثلاث مباحث ثم مناقشة نتائج الدراسة الميدانية من استنتاجات ونتائج عامة. ثم خاتمة وقائمة المصادر والمراجع والملاحق.

الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

اهداف الدراسة

أهمية الدراسة

تحديد المفاهيم

نوع الدراسة ومنهجها

أدوات الدراسة

مجتمع البحث والعينة

الدراسات السابقة

إشكالية الدراسة

تحتل وسائل الاتصال مكانا مهما في المجتمع حيث أصبح أثرها كبير على حياة الأفراد، فقد أتاحت فرصا وإمكانيات جديدة في مجال التواصل الاجتماعي، فتعددت تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمختلف أشكالها، ووسائلها، وتأثيراتها واستخداماتها. ويعتبر التطور التكنولوجي الهائل لهذه الوسائل في جميع جوانب الحياة الثقافية والاجتماعية وحتى الفكرية دليل على فتح آفاق وتطلعات مستقبلية جديدة وتوسيع آفاق التواصل مما يجعل العالم يبدو وكأنه قرية صغيرة بفضل الانترنت، حيث ساهم في التأثير على كافة أنماط الاتصال الإنساني بنقل انشغالات الأفراد وأفكار بعضهم البعض عن طريق مختلف الشبكات الاجتماعية. كفيسبوك، تويتر إنستغرام... الخ.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالشبكات الاجتماعية، نوعا جديدا من أنواع الاتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الأنترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، حيث تلعب دورا بارزا في عملية تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين، يكون فيها المتلقي الحلقة الأساسية في بنائها وصياغتها، وتبادلها على نطاق واسع.

وقد ساهمت بعض الخصائص التي توفرها هذه المواقع على نجاحها وتوسع انتشارها " كموقع الإنستغرام" حاليا الذي أصبح يقدم خدمات متنوعة وواسعة في تبادل المعلومات لمستخدميه في مختلف الميادين في مجال التعليم والثقافة والصحة خاصة بعد تفاقم الوضع الصحي والذي جعل المسألة الصحية تحتل مكانة أساسية وذلك لظهور وانتشار العديد من الأمراض والمشاكل الصحية التي من شأنها المساس بالفرد والمجتمع على حد سواء.

كما تلعب دورا كبيرا في نشر ونقل المعلومات كنشر المعلومات المتعلقة بالصحة ولهذا فقد نال المجال الصحي نصيبا ضمن هذه المواقع لتمكين الأفراد من تغيير في الرعاية الصحية وتنمية الوعي الصحي الذي يعتبر بمثابة العملية التي تؤثر وتغير في سلوكيات الأفراد في جانب الصحة واحساسهم بالمسؤولية اتجاه صحتهم حيث اعتبر الأطباء والمختصين أن مواقع

التواصل الاجتماعي باتت بيئة خصبة لتداول المعلومات الطبية ونشر التوعية الصحية في حال استثمارها بطريقة صحيحة.

وعلى هذا الأساس يعد موقع إنستغرام الذي يعتبر من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما ورواجا لدى الأفراد، مم له من خصائص وأدوار على جميع المستويات سواء الثقافية أو الاقتصادية وغيرها، حيث منح الموقع متصفحيه ومستخدميه إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات و التعبير عن الآراء واعلام الأفراد في جميع المجالات الرياضية والاقتصادية والصحية، مما أسهم في زيادة معرفة الناس للأخبار وزيادة سرعة انتشار هذه الأخبار بالصوت والصورة من توظيف الأساليب و الوسائل الإقناعية من أجل أن يقوم الأفراد بتغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم لتبني أنماط سلوكية جديدة سليمة، و هذا بحد ذاته زاد اتصال الفرد مع غيره و حل مشاكله الصحية عن طريق التوعية في جميع المجالات عامة و التوعية في مجال الصحة خاصة ورفع مستوى الوعي الصحي لتغيير المفاهيم الخاطئة و تشجيع المواقف الايجابية حول صحة الفرد و لهذا يعد إنستغرام الوسيلة المتاحة للجميع لسهولة استخدامه .

فمع تزايد الحاجة الملحة للتوعية الصحية، تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا حيويا في توفير المعلومات والتحديثات الصحية خاصة بين الطلبة الجامعيين ولهذا لها دور في توعية الناس عامة والطلبة الجامعيين خاصة من خلال نشر المواضيع المتعلقة بالصحة لأجل معرفة أسباب الأمراض والتصدي لها وكيفية الوقاية والتعامل معها بفعالية. اذ يسعى الطلبة الجامعيون إلى البحث بنظرة علمية صحيحة تساعده في تفسير الظواهر الصحية عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي " إنستغرام" الأمر الذي دفعنا إلى معالجة هذا الموضوع من خلال طرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام في نشر الوعي الصحي في الجزائر لسنة 2023 /2024 حسب طلبة السنة الثالثة ماستر للمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام؟

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

1. ماهي عادات استخدام طلبة السنة الثالثة ماستر لموقع إنستغرام؟
2. هل لموقع إنستغرام فعالية في نشر مواضيع التوعية الصحية لدى طلبة السنة الثالثة ماستر؟
3. هل لمنصة انستغرام تأثير وأهمية في نشر الوعي الصحي لدى طلبة السنة الثالثة ماستر؟

أسباب اختيار موضوع الدراسة

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

الأسباب الذاتية

- ميول وشغف شخصي بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الإنستغرام ودوره في التوعية الصحية لدى الطلبة.
- الاهتمام بمختلف المستجدات والنصائح الطبية المطروحة على منصة إنستغرام.
- الارتباط المباشر لموضوع دراستي بمجال تخصصي.

الأسباب الموضوعية

- انتشار موقع الإنستغرام في الآونة الأخيرة وكثرة استخدامه في مختلف المجالات.
- أهمية موضوع التوعية الصحية بالنسبة للفرد والمجتمع.
- الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي من نشر إرشادات ونصائح طبية وغيرها.
- الإقبال الواسع للطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة

تکمن أهمية الدراسة في الأهمية البالغة للموضوع في حد ذاته حيث وجب تعميم ثقافة الوعي الصحي بين الطلبة الجامعيين في ظل انتشار الأمراض والأوبئة الفتاكة. والتأكيد على الدور الجوهري لوسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي في الوسط الجامعي خاصة. وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات التي تؤدي دورا كبيرا في بناء الفرد وتكوينه المعرفي من خلال عملية رفع ونشر مستوى الوعي الصحي فوسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام مؤخرا أصبحت تقوم بتوفير الوسائل الصحية للوقاية من الأمراض والفيروسات وتتخذ آراء وقرارات تخص صحتهم.

حيث عرفت وسائل التواصل الاجتماعي انتشارا واستخداما واسعا بين الطلبة الجامعيين باعتبارها من موضوعات العصر.

وقد خصصت في هذه الدراسة موقع الإنستغرام وذلك لقلّة الدراسات الخاصة بهذا الموقع حيث يقدم هذا البحث إضافات علمية في هذا المجال وأن يكون مرجع لبحوث أخرى في ميدان علوم الاعلام والاتصال.

أهداف الدراسة

يهدف هذا البحث الى:

1. مدى استخدام الطلبة لصفحات التواصل الاجتماعي إنستغرام في الحصول على المعلومات الصحية.
2. معرفة اهم الموضوعات الصحية التي تثير اهتمام المبحوثين من خلال إنستغرام.
3. القاء الضوء على مدى اسهام إنستغرام في زيادة الوعي الصحي لدى الطلبة.
4. تحديد أهم الأدوار التي تقوم بها منصة الإنستغرام، من خلال التحسيس وتثقيف والتوعية للطلبة الجامعيين بالمعلومات الصحية.
5. معرفة مدى ثقة طلبة الماستر بالمدرسة بالمعلومات الصحية والوقائية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي إنستغرام.

تحديد المفاهيم

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته بهدف الاتفاق كل المحددات الخاصة لكل مفهوم، وفي دراستنا هذه سنتطرق إلى المفاهيم التالية:

الدور:

لغويًا: يمكن فهم كلمة (الدور) بدلالة الحركة في محيط أو بيئة معينة من الفعل (دار)، دوراً، ودوراناً، بمعنى طاف حول الشيء، ويقال أيضاً دار حوله، وبه، وعليه، وعاد إلى الموضع الذي أبدأ منه ¹.

اصطلاحاً: فقد عرف "أحمد زكي بدوي" الدور في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه "السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الحيوي لمركز الفرد، فبينما يشير المركز إلى مكانة الفرد في الجماعة، فإن الدور يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز، ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعاته وتوقعات الآخرين منه، وهذه التوقعات تتأثر بفهم الفرد والآخرين للحقوق والواجبات المرتبطة بمركزه الاجتماعي، وحدود الدور تتضمن تلك الأفعال التي تتقبلها الجماعة في ضوء مستويات السلوك في الثقافة السائدة." ²

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

وسائل التواصل الاجتماعي:

اصطلاحاً: تشير كلمة وسائل التواصل الاجتماعي إلى المنصات التي تتيح التفاعل بين الأشخاص حيث يشاركون أو يتبادلون المعلومات والأفكار في مجتمعات وشبكات افتراضية رقمية، ويوجد العديد من وسائل التواصل الاجتماعي حالياً والتي تضم فيسبوك (Facebook)

¹ إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، مصر، 1972، ص 302

² أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، لبنان، 1993، ص 359

وتويتر (Twitter) وإنستغرام (Instagram) وتيك توك (Tik Tok) وغيرها، وجميعها تقدم خدمات متنوعة ومميزة¹.

يعرفها سلمان بكر بن كران مواقع التواصل الاجتماعي بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تسمح التواصل لمستخدميها في أي وقت يريدون وفي أي مكان في العالم ظهرت هذه المواقع على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها توطد العلاقات بين الناس وتخطت وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية².

إجرائيا هي عبارة عن مواقع إلكترونية مرتبطة بشبكة الإنترنت تساهم في بناء الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي، وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم حيث تؤدي دور أساسي التواصل بين المشتركين وتقدم فرصة تبادل ونشر المعلومات التي تهتم بالتوعية الصحية والأنشطة التفاعلية التحسيسية و

الإنستغرام:

لغة: إنستغرام باللغة الإنجليزية (Instagram) "كلمة" Instagram هي دمج لكلمة instant وتعني فوري أو كاميرات التصوير الفوري مع كلمة "telegram" وتعني برقية، فالكلمة ككل تعني إرسال الصور الفورية³.

¹ <https://www.aljazeera.net/tech> . 2023/3/7 / وسائل التواصل الاجتماعي سلبيات و إيجابيات، نشر في

2023/3/10، على الساعة 10:47م

² سلمان بكر بن كران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الاردن،

2015، ص161

³ ايمان عبد الرزاق الخاجة، دور الاستغرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي، رسالة ماجستير، البحرين، الجامعة

الأهلية المنامة، 2015، ص 12.

إصطلاحاً: Instagram عبارة عن منصة للتواصل الاجتماعي، حيث يمكن للمستخدمين تحميل الصور ومقاطع الفيديو من أجهزتهم المحمولة ومشاركتها. حيث يمكنك الوصول إلى Instagram عن طريق تنزيل التطبيق على جهاز المحمول¹.

هو تطبيق مجاني يسمح للمستخدمين بمشاركة الصور والفيديوهات والمؤثرات الخاصة على الصور ومن تم مشاركتها مع مجموعة متنوعة من مواقع الشبكات الاجتماعية. يُعرّف الإنستغرام بأنه أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي تُعنى بتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المُستخدِم على هذه المنصة، كما يسمح الإنستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي².

إجرائياً: يعد تطبيق الإنستغرام من أشهر منصات التواصل الاجتماعي رواجاً نسبة إلى زيادة عدد مشتركيه باستمرارية ولم يقتصر على الاتصال الاجتماعي بين مستخدميه وحسب، بل تجاوز ذلك إلى تفاعلية وتشاركية مستخدميه في مختلف الميادين التعليمية، الثقافية، الصحية، حيث يحتوي على صفحات تتيح إمكانية نشر وتنمية الوعي الصحي لدى المستخدمين.

الوعي:

لغة: وعي: الوعي: حفظ قلب الشيء، وعى الشيء والحديث يعيه وعياً وأوعاه، حفظه وفهمه وقبله فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم³.

اصطلاحاً: هو النشاط الذي يطلع به الإنسان من أجل إكساب الافراد والمجتمع فكر ووعي إزاء موضوع أو قضية معينة، وهو يهدف بالدرجة الأولى إلى التوجيه والإرشاد للتزود بالمعرفة واكتساب الخبرة⁴.

¹ https://beconnected.esafety.gov.au/ 15/11/2023 10:05pm h

² https://mawdoo3.com/ 2023/11/15 ، 10:10م

³ ابن منظور أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، ابن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، المجلد 1، ط1، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 2009، ص200

⁴ مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار الفكر العربية للنشر والتوزيع، الاردن، 2014، ص 124

إجرائيا: هو إدراك مستخدمي ومتصفح موقع انستغرام لما يحيط بهم من معلومات ومواضيع صحية من نصائح وتوجيهات لاكتساب وعي صحي.

الوعي الصحي:

اصطلاحا: يقصد بها عملية تعليم الناس عادات صحية سليمة، وسلوك صحي جديد ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم وخلق وعي لدى افراد المجتمع وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة وتربيتهم على القيم الصحية والوقائية من خلال ثقافة المجتمع وعقيدته.¹

إجرائيا: هو مجموعة من التصورات والمعتقدات ومختلف الأنشطة التعليمية والإعلامية سواء كانت عبر وسائل إعلامية تقليدية او حديثة، التي تعين الإنسان في حياته وتحدد سلوكه وتثقيفه بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسه بالمسؤولية نحو صحته وصحة غيره وحمايته من المخاطر والامراض والأوبئة والفيروسات.

نوع الدراسة ومنهجها

تكتسي دراسة المنهج اهمية كبيرة، فمهما كان موضوع البحث فان قيمة النتائج تتوقف على قيمة المناهج المستخدمة تدرج دراستنا ضمن الدراسات المسحية الشائعة الاستخدام في بحوث الإعلام والاتصال، وهذا ما يستلزم منا استخدام المنهج المسحي وقبل التطرق إلى المنهج المستخدم يجب أولا أن نتوجه إلى مفهوم المنهج.

تعريف المنهج:

- لغة: بأنه الطريق او المسلك.
- اصطلاحا: فقد عرف معاني عديدة ومتنوعة منها.²

¹ مصعب عبد السلام المعاينة، دور التلفزيون الأردني في التوعية الصحية، الأردن، 2014، ص 56
² عمار بوحوش وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ط1، المركز الديمقراطي العربي لدراسات الاستراتيجية والسياسية، ألمانيا، 2019، ص 13

يعرفه محمد بدوي بانه: "مجموعة القواعد التي يستعمل الباحث لتفسير ظاهرة معينة بهدف الوصول الى حقيقة علمية، او انه الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل الى نتيجة معلومة"¹

يشير مفهوم المنهج الى الكيفية او الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة مشكلة موضوع البحث، وهو يجيب على الكلمة الاستفهامية كيف؟ فاذا تساءلنا كيف يدرس الباحث الموضوع الذي حدده فان الإجابة على ذلك تستلزم تحديد نوع المنهج².

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم بدراسة الظواهر والأحداث من حيث خصائصها وأشكالها، وعلاقتها والعوامل المؤثرة فيها، والمشكلات والعلاقات التي أدت إلى حدوث هذه الظواهر بهدف استخلاص الحلول والأفاق والنتائج، إذ يعتمد على جمع البيانات والمعلومات من المصادر المختلفة بهدف استخلاص من النتائج³.

ومن خلال هذه الدراسة نهدف إلى جمع المعلومات المطلوبة والبيانات الكافية حول دور وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام في نشر الوعي الصحي لدى طلبة السنة الثالثة ماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام مع قياس هذه العلاقة وفق مقاييس وأساليب إحصائية وكذا رصد مختلف أشكال التأثير والتفاعل في إنستغرام الخاصة بالتوعية الصحية.

وبالتالي تستند هذه الدراسة إلى المنهج المسحي

المنهج المسحي: "تستند هذه الدراسة إلى المنهج المسحي حيث يعتبر منهج المسح Survey من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، والتي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكية بصفة خاصة، ذلك أن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها

¹ مرجع نفسه، ص 14

² عبد الخالف محمد علي، خطوات نحو بحث النهج الإعلامي، دار الحجة البيضاء، لبنان، ص 47.

³ محمد زايد حمدان، البحث العلمي كنظام، سلسلة التربية الحديثة، الاردن، 1982، ص66

وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها"¹.

المنهج المسحي المنهج الأنسب لهذه الدراسة كونه يقوم على جمع المعلومات والبيانات الخاصة بمسح آراء جمهور الطلبة الجامعيين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي إنستغرام نموذجا في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين ماستر 3 لطلبة المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام في الجزائر، من خلال جمع المعلومات عن الجمهور وسلوكياتهم وكيفية تفاعلهم مع مضامين الصفحات موقع الإنستغرام وأهم الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال تقديم المعلومات الصحية.

أدوات الدراسة

إن استخدامنا للمنهج المسحي سمح لنا باستخدام أدوات مختلفة في دراستنا الحالية وتتمثل هذه الأدوات في:

الاستبيان:

هي وسيلة جمع البيانات تعتمد على عدد من الأسئلة المعدة بشكل مبسط ومتسلسل، إذ تعتبر من أكثر الأدوات استخداما في العلوم الإنسانية والاجتماعية لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية على الظاهرة موضوع الدراسة، وتستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة².

يعرف الاستبيان بأنه "عبارة عن مجموعة أسئلة تدول حول موضوع معين تقدم لعينة من الافراد للإجابة عليها، وتعد هذه الأسئلة في شكل واضح بحيث لا يحتاج الى شرح إضافي وتجمع في شكل استمارة."³

¹ محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، ط1، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1993، ص

122

² عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002، ص354

³ عامر مصباح، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والاعلام، ط 02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص

أو في تعريف آخر هو "عبارة عن وسيلة وليس غاية لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث، من خلال إعداد استمارة الاستبيان بشكل دقيق ومنظم وعلمي تحتوي على مجموعة من الأسئلة المتسلسلة يتم توزيعها من قبل الباحثين على المبحوثين وتكون عينة ممثلة لمجتمع البحث. بهدف الحصول على إجابات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو مشكلة معينة تثير الاهتمام لدى الأفراد¹ .

فالاستبيان يعتبر أداة هامة في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة كونها أداة تتضمن مجموعة أسئلة مصممة بدقة وواضحة الصياغة ومتسلسلة تتطاب الإجابة عليها من طرف المبحوث حسب أغراض البحث والطريقة التي يحددها الباحث².

وعليه لقد اشتملت دراستنا على 19 سؤالاً موجه للمبحوثين، حيث كانت الأسئلة متنوعة منها مفتوحة ومغلقة، حيث تضمنت الدراسة 3 محاور هي:

المحور الأول: عادات استخدام طلبة الماستر 3 لموقع انستغرام.

المحور الثاني: أنماط التوعية الصحية من خلال المواضيع المنشورة على انستغرام وفعاليتها.

المحور الثالث: تأثير انستغرام وأهميته في نشر الوعي الصحي لدى طلبة الماستر 3

ووزعت الاستمارة في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام على عينة عددها 130 وتم استرجاع 70 منها قابلة للدراسة.

مجتمع البحث والعينة:

مجتمع البحث: يعرف مجتمع البحث في العلوم الإنسانية بأنه مجموعة منتهية أو غير منتهية، من العناصر والمفردات المحددة مسبقاً، التي تتركز عليها الملاحظات.

¹ عامر ابراهيم قندلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط1، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2008، ص 40

² لونيس اوقاسي وايمان بوراع واخرون، منهجية البحث في العلوم الإنسانية الاجتماعية، ط 01، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2017 ص 82.

هو مجموعة من العناصر التي لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث او التقصي¹.

وعرف سوهرسيمي أريقانطا أن المجتمع هو جميع الموضوع في البحث إذا كان المجتمع ضخما كثيرة وال يمكن للباحث أن يدرسه كله فإن على الباحث أن يختار جزءا من مجتمع البحث ما يسمى بالعينة هي اختيار جزء من الكل وهذا الجزء يتكون تشكليا للكل².

وانطلاقا من موضوع الدراسة وأهدافها الذي يبحث في دور وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة في الجزائر لهذا تم تحديد مجتمع البحث في هذه الدراسة في طلبة الماستر في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام بالجزائر.

العينة

وتعرف العينة على أنها: مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة واجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي³.

كما تعرف أيضا: على هي الجزء الذي يمثل مجتمع الأصل أو النموذج الذي يجرى الباحث مجمل ومحور عمله عليه، ولا يمكن أن ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستخدم أساليب خاصة باختيار العينات، والباحث عند دراسته للأفراد والمجموعات لا يستطيع أن يأخذ كافة الأفراد بأسره لدراسته لأن هذا يتطلب جهد ووقت وتكاليف مادية كبيرة جدا لهذا يختار الباحث عينة محددة من هذا المجتمع لدراسته، فكلما زاد مجتمع الأصل كلما قلت النسبة، وكلما قلت النسبة زاد مجتمع الأصل للعينات⁴.

¹موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ترجمة: صحراوي بوزيد، ط2، دار القصبه للنشر، الجزائر، ص 298

² http://etudiantdz.com/vb/t18953_02/ تم الاطلاع عليه في 2023/12/15 على الساعة 20:05 مساء

³ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط2، دار الكتب، اليمن، 2019، ص 965.

⁴ وجيه محجوب، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط2، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 155

العينة القصدية: العينة القصدية (العمدية): يقوم هذا النوع من العينات على القصد والتعمد في اختيار وانتقاء مفردات العينة بطريقة محكمة، لا مجال فيها للصدفة بحيث يقوم الباحث بانتقاء مفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يهدف إليه في دراسته فيجب على الباحث ضبط مجتمع الدراسة بشكل دقيق وبعدها يركز الباحث فقط على المفردات التي تخدمه في دراسته دون غيرها¹

ولدراسة مجتمع بحثنا هذا تم استخدام العينة الغير احتمالية القصدية وفيها يعتمد الباحث على اختيار فئة معينة من مجتمع الدراسة ويضعهم كعينة وبما ان مجتمع الدراسة هو طلبة الماجستير في المدرسة الوطنية للصحافة وعلوم الاعلام والعينة هي طلبة السنة الثالثة ماجستير وفي دراستنا هذه نختار 70 مفردة ذكور واناث من عدد 130 طالب ماجستير 3 مسجل لسنة الجامعية 2023 / 2024.

ومن مبررات اختيار هذه العينة:

- اعتمادنا على متغيرات، السن المستوى الجامعي.
- كون أفراد هذه العينة مؤهلون بصفة كبيرة، وذو استعداد نفسي من أجل التوعية الصحية.
- قرب مكان الدراسة سمح لنا بسهولة الالتقاء بالمبحوثين على مستوى المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام.
- إن فئة الطلبة تمثل فئة هامة في المجتمع الجزائري، ومن الضروري التعرف على درجة اهتمامهم بالمواضيع التي تعني بالشؤون الصحية.
- كون معظم وحدات هذه العينة، تعد فئة ذات رصيد معرفي معتبر، ومن أكثر الفئات تصفح المواقع التواصل الاجتماعي.
- مجتمع معظم أفرادها يمتلكون هواتف ذكية ولديهم حسابات على موقع الإنستغرام.

الدراسات السابقة:

¹ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي الطبعة الأولى، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص 96

الدراسة الأولى: دراسة الباحث شعبان مالك: "الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية بجامعة منتوري قسنطينة، 2005، 2006.

تطرق الباحث شعبان مالك في دراسته على الدور الذي تقوم به كل من اذاعتي سريتا بقسنطينة والزيبان ببسكرة بالتوعية الصحية، وقد كان التساؤل الرئيسي للإشكالية كما يلي: ما هو دور إذاعة سريتا FM والزيبان المحليين في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، وأي منهما له الدور الأكبر في ذلك؟

فرضيات الدراسة: انطلق هذا الباحث على مجموعة من الفرضيات هي:

- تتمثل في مساهمة الإذاعة المحلية سريتا في نشر الوعي الصحي لدى مستمعيها.
- لها أهمية معتبرة للمواضيع الصحية وتقديم برامج صعبة شاملة لمختلف الأمراض تتضمن نصائح وارشادات وقائية وعلاجية لمستمعيها.
- تلعب دورا هاما في التأثير على سلوك مستمعيها لتشكيل الوعي الصحي.

أهداف الدراسة: سعى الباحث من خلال دراسته تحقيق الأهداف التالية:

- تقييم وتحليل دور وفعالية وسائل الإعلام لاسيما الإذاعة المحلية في إبلاغ رسالتها الصحية على الخصوص، ومدى قدرتها على تعبئة الجماهير وتوعيتهم بمخاطر الأمراض، وتغيير بعض سلوكياتهم السلبية.
- معرفة حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالقضايا الصحية، وتحديد نوع المشكلات والقضايا التي تطرحها وتتناولها بالنقاش من خلال حصصها وبرامجها الصحية المختلفة.
- لفت انتباه المسؤولين عن الاتصال بصفة عامة، والتنمية بصفة خاصة بمحاولة تخصيص موارد مالية وتقنية وبشرية هائلة للإذاعة، لما لها من أثر كبير على التنمية بمختلف مجالاتها، الصحية منها على وجه الخصوص.

استعمل الباحث مالك شعباني منهج المسح الاجتماعي والمنهج الاحصائي والمقارن وذلك لملائمته مع اهداف دراسته وتمثل مجتمع بحثه طلبة سنة رابعة بكل تخصصاتها الموجودة في قسم علم الاجتماع إناث فقط بجامعة محمد خيضر بسكرة، قدرت ب 113 طالبة وجامعة منتوري قسنطينة ب 180 طالبة أي 293 طالبة وإضافة إلى عينة عشوائية 50 طالب من جامعة منتوري قسنطينة حيث استعمل أداة الاستمارة والمقابلة في دراسته.

نتائج الدراسة: النتائج التي تحصل عنها الباحث في هذه الدراسة هي مجموعة الاستنتاجات التالية نلخصها كما يلي:

- أن نسبة الاستماع للإذاعة المحلية الزيبان بسكرة تفوق نظريتها سيرتا.
- أفضل الحصص الصحية المقدمة بإذاعة سيرتا هي المرشد النفسي بينما في الزيبان قضايا الأسرة.
- أكبر نسبة المبحوثين بالإذاعتين بروز أهمية بالصحة الغذائية، وشبه الاستفادة والاستجابة للنصائح الطبية التي تقدمها البرامج الصحية بإذاعة الزيبان أكبر منها إذاعة سيرتا.

التعقيب على الدراسة:

ان الاختلاف بين هذه الدراسة ودراستنا الحالية يختلف في المتغير الأول لعنوان الدراسة وهو ان الباحث درس دور الإذاعة المحلية في الوعي الصحي اما دراستي الحالية تناولت مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الصحي، إضافة الى اختلاف في المنهج حيث استعمل الباحث شعباني المنهج المسحي الاجتماعي والمنهج المقارن والاحصائي، اما الدراسة الحالية استعمل فيها المنهج المسحي الوصفي، ومن جهة أخرى استعمل أداة المقابلة والاستبيان معا، واختلاف في العينة أيضا.

ان التشابه بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية، هو التشارك في متغير الوعي الصحي حيث ان كلا الدراستين تتناول موضوع الوعي الصحي، والاعتماد على أداة الاستبيان في جمع البيانات، إضافة الى ان مجتمع البحث هو الطلبة.

الدراسة الثانية: دراسة الباحثة مريم نريمان نومار: "بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر". مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة بقسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة 2011، 2012"

تقوم هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الاجتماعية التي تسمح بنسج علاقات اجتماعية افتراضية، مبنية على التشارك والتقسام مجموعة من التطبيقات والفيديوهات والصور انطلقت هذه الدراسة من تساؤل رئيسي وهو ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟
أسئلة الدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" لدى الجزائريين؟
- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع "الفايسبوك"؟
- كيف يؤثر استخدام "الفايسبوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

أهداف الدراسة: كان الهدف من هذه الدراسة هو ما يلي:

- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص.
- لتعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية .
- معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية.

حيث استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي الذي يتناسب وطبيعة البحث ومتطلباته، أما عينة الدراسة فكانت قصدية تكونت من 280 مفرد على مستخدمي الفايسبوك بولاية باتنة ومستغانم، الجزائر وورقلة، اما فيما يخص أداة البحث فاستعملت الباحثة الملاحظة والاستمارة للدراسة الميدانية.

نتائج الدراسة: ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة نجد :

- أغلب المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي ازيد من 3 ساعات.
- يستخدم أغلب أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التواصل إلى جانب التثقيف.

التعقيب على الدراسة

إن هذه الدراسة تناسبنا في المتغير الأولى لدراستنا وهو مواقع التواصل الاجتماعي بحيث استفدنا من هذه الدراسة في عدة جوانب منها تكوين لمحة عن مواقع التواصل الاجتماعي وأهم استخداماتها، كما أفادتنا منهجيا في اختيار أداة الدراسة وهي الاستبيان وكما تشاركت في العينة وهي قصدية.

لقد اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في أداة الدراسة حيث استعملت الباحثة الملاحظة، والاختلاف مع مجتمع البحث إضافة الى المتغير الثاني وكان تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، اما دراستنا الحالية كانت حول نشر الوعي الصحي.

الدراسة الثالثة: من اعداد الباحث فاضل على بعنوان: " دور الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية." دراسة مكملة لنيل شهادة ماجستير كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، كانون الثاني 2017".

إن هذه الدراسة تبحث في طبيعة الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مختصين في وزارة الصحة، وبناءا على ذلك تم صياغة إشكالية الدراسة على النحو التالي: ما الدور الذي يؤديه موقع الفيسبوك في التوعية الصحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية؟

أسئلة الدراسة: استعان الباحث لدراسة وفهم الإشكالية الى طرح مجموعة من التساؤلات كما هي موضحة:

- ما رأي المختصين في قطاع في القطاع الصحي لدور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية؟
 - ما أكثر الموضوعات الصحية جذبا في شبكة الفيسبوك من وجهة نظر المختصين في القطاع الصحي؟
 - ما الإشباعات المحققة في شبكة الفيسبوك للتعرف على آراء المختصين في القطاع الصحي بدور الفيسبوك بالتوعية الصحية؟
- أهداف الدراسة:** وكان الهدف من هذه الدراسة هو:
- معرفة رأي المختصين في القطاع الصحي في وزارة الصحة بما ينشر من معلومات صحية في شبكة الفيسبوك.
 - التعرف إلى أكثر الموضوعات الصحية جذبا واهمية من وجهة نظر افراد العينة. بيان أهمية هذه المعلومات من وجهة نظر افراد العينة.
- اعتمد الباحث على المنهج المسحي الوصفي للتعرف على آراء المختصين في القطاع الصحي بدور الفيسبوك بالتوعية الصحية، اعتمد الباحث على أداة استمارة الاستبيان للتعرف على آراء المختصين في القطاع الصحي بدور الفيسبوك بالتوعية الصحية حيث اعتمد الباحث على العينة البسيطة العشوائية
- اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي لغرض استطلاع آراء المختصين في وزارة الصحة، بهدف قياس معرفتهم وتصورهم اجتاه دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية، استخدم الباحث الاستبيان كأداة للدراسة، صممت لتشمل محاور الاستبيان على 35 سؤال، أما عينة الدراسة بلغت 273 مفردة حيث تم اخضاعها للمعالجات الإحصائية
- نتائج الدراسة:** النتائج التي تحصل عنها الباحث في هذه الدراسة هي مجموعة الاستنتاجات التالية:

_ أكثر ما تتميز به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفيسبوك هي ميزة "التنوع" التي تصدرت النتائج.

_ هناك اهتمام من قبل منشورات الشبكة بموضوعات تتصل بفوائد الغذاء، والطب التجميلي والثقافة الصحية العامة، والاكتشافات الطبية الحديثة، فضلا عن الطب العربي.

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

_ الإشباع المحققة من شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية كانت متمثلة في زيادة الثقافة الصحية، الاهتمام بالنظافة الشخصية، الفحص الدوري المبكر، التثقيف بالجراحات التجميلية، المهارات في الإسعافات الأولية، ترسيخ العادات الغذائية المنتظمة.

التعقيب على الدراسة

تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في متغيرين هما وسائل التواصل الاجتماعي والوعي الصحي، حيث ركزت كلتا الدراستين على مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الصحي، كما اتفقت هذه الدراسة مع المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي إضافة الى أداة الاستبيان. حيث تختلف هذه الدراسة من حيث ان الدراسة السابقة اعتمدت على موقع فايسبوك اما الدراسة الحالية تناولت موقع إنستغرام، الى جانب اخلاف العينة حيث اعتمد الباحث على العينة العشوائية البسيطة اما دراستنا الحالية العينة القصدية، وأيضا الاختلاف مع مجتمع البحث.

الإطار النظري

الفصل الأول: مدخل في شبكات التواصل

الاجتماعي

المبحث الأول: مدخل إلى وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب 1: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 2: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 3: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 4: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 5: إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: موقع انستغرام وخصائصه

المطلب 1: نشأة منصة انستغرام

المطلب 2: تعريف موقع انستغرام

المطلب 3: مميزات وسلبيات موقع انستغرام

المطلب 4: اثار منصة انستغرام على المجتمع

المطلب 5: احصائيات انستغرام في الجزائر

خلاصة الفصل الاول

تمهيد

نظرا للتطور التكنولوجي الهائل في وقتنا الحالي في مجال الاتصال و المعلومات و الانترنت، عرفت مواقع التواصل الاجتماعي اهتماما و ميولا لدى الافراد و المجتمعات مما أدى الى تنوع مصادر المعرفة من خلال اعتبارها كأحد اهم وسائل التواصل التي برزت في عصرنا ،باعتبارها وسيلة تكنولوجية لا مفر ،منها حيث فتحت افقا جديدة للتواصل و التعبير و تبادل الأفكار ،حيث تعتبر هذه الوسائل مثل إنستغرام و غيرها ،أدوات حيوية للتواصل و التفاعل الاجتماعي و تبني الاتجاهات و الأفكار و المعتقدات المتعددة في مختلف مجالات الحياة ،مثل التعليم التثقيف الصحة ... الخ .

ومنه في هذا الفصل، سوف نتطرق في المبحث الأول الى تعريف مواقع التواصل اجتماعي خصائصها، أهدافها، أنواعها، اثارها وأنواعها، اما المبحث الثاني نتطرق الى نشأة منصة إنستغرام تعريفه، مميزاته، اثاره، وإحصائياته.

المبحث الأول: ماهية وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب 1: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

هي مجموعة من المواقع على الإنترنت والتي ظهرت مع الجيل الثاني من الشبكات، أو ما يسمى (Web2) ، والتي أتاحت التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعية افتراضية رقمية، حيث جمعهم في مجموعات ذات شبكة من الاهتمامات أو الاتصالات في بلد أو جامعة أو مدرسة أو بلد ما. وكل ذلك يتم من خلال خدمات الاتصال المباشر مثل إرسال الرسائل أو عرض الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم لمشاهدتها.¹

وعرفها شريف اللبان بأنها خدمات توجد على شبكة الويب تسمح للأفراد ببناء بيانات شخصية profile عامة او شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم ايضا للذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام.²

تسمى كذلك الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الافراد من اجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات والتعارف وبناء مجتمعات افتراضية ذات مختلف الاهتمامات، حيث تتيح للمستخدم ان ينشئ من خلالها صفحته الخاصة، وينشر فيها سيرته الذاتية ومعلومات شخصية، إضافة الى انه يمكن ان يكتب مقالات ونصوص وفيديوهات.³

المطلب 2: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن القول ان استخدامات شبكة التواصل الاجتماعي، والتي أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية التي تسعى نحو تحقيق والوصول الى الغايات الآتية :

¹حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص82
² درويش شريف اللبان، مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت، دار العالم العربي، مصر، 2011، ص 86
³ حمزة هواري، مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي دراسة المجتمعات الافتراضية الجزائرية على الفايبيوك وتناولها لقضية الفساد في سونطراك، مذكرة ماجيستر، في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2014/2013، ص33

- اهداف دينية أخلاقية: وتتضح هذه الغايات من خلال الدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة .
- اهداف تجارية: وتتضح هذه الغايات من خلال التسويق والإعلان والترويج مثل التجارة الالكترونية
- اهداف سياسية: وتتضح هذه الغايات من خلال الدعاية، والانتخابات وقد عاين العالم العربي لشبكات التواصل الاجتماعي، مثل: الفيسبوك، تويتر من تأثير بالغ في انتقال الثورات من بلد إلى آخر ومن مدينة إلى أخرى.
- اهداف تربوية تعليمية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات والخبرات .
- اهداف ترفيهية: وتتضح من خلال تبادل الموسيقى والصور مقاطع الفيديو والالعاب وما إلى ذلك
- اهداف أدبية: وذلك من خلال تبادل الكتابات الأدبية وتبادل الآراء... الخ
- اهداف نفسية واجتماعية: خروجاً من العزلة لأجل إلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات الافراد بوصفهم كائنات اجتماعية.¹
- واهداف أخرى متمثلة في تحقيق سرعة التّواصل بين الناس وإلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر .
- إيجاد مساحة حرّة للتعبير عن الرّأي دون تدخل السلطات أي ان يتحدّث الكل بما يريد دون رقابة أو محاسبة.
- التّواصل الفعّال بين القيادات الحاكمة والمواطنين يعزّز الوحدة الوطنية والانتماء لدى الشعوب.

¹ حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في

دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176، الجزء 2، مصر، 2017، ص 94

- الاستخدام المهني عن طريق استخدامها في البحث عن الوظائف، ممّ يسهل التّواصل في بين راغبي العمل، وأصحاب العمل وبهذا الوضع يمكن للشركات التّوصل للغالبية العظمى من الباحثين عن العمل.
- تعزيز قيم ومبادئ الشباب وتعزيز شخصياتهم وثقتهم الذاتية ورفع معنوياتهم من خلال تعميق فهمهم للحياة الواقعية مقارنة بالعوالم الافتراضية¹.

المطلب 3: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

- تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها:
- **التفاعلية والتشاركية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية بمحتوى يتعلق بشخصيته او بمجالات متنوعة كالرياضة، الموضة، السياسة الخ، ويسمح لأعضاء الشبكات الاجتماعية بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو ابداء الاعجاب بها، ويمكن للعضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين، ومدى تفاعلهم، والرد عليهم مباشرة، وقد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل، ومشاركة المحتوى مع الآخرين.
 - **التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتلقائية وعدم الرسمية المتوقعة، حيث لا يتطلب تخطيطا مسبقا أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء كما انه لا يخضع لوجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم هذا التواصل مما يجعله يسير بتلقائية بين طرفي الاتصال.²
 - **قلة التكلفة:** إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني.

¹ علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص ص 121 122.

² حسين محمود هتيمي، مرجع سبق ذكره، ص 85

- **سهولة الاستخدام:** لا يحتاج العضو الى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث معظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.¹
- **الحضور الدائم غير المادي:** إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، للعضو حيث يستطيع الاتصال بالعضو الآخر عن طريق رسالة نصية، أو صور أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون الحاجة الى الالتقاء في وقت حقيقي، كما يمكنهم الاتصال مباشرة، وهذه القدرة غير متاحة في وسائل الاتصال التقليدية التي تتطلب وجود الطرفين في نفس الوقت لإتمام عملية التواصل.
- **الانفتاح:** يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يزيد من رغبة الأعضاء في المزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقومون بعملية انتاج المحتوى مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى.
- **دعم التجمعات:** أي تتوافر في شبكات التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص بإنشاء مجموعات تشترك بالاختصاص أو الانتماء الديني أو الاجتماعي أي نفس القضايا والاهتمامات مثل الفيس بوك.²

المطلب 4: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

الفيسبوك:

هو شبكة اجتماعية تأسست عام 2004، على يد مارك زوكربيرج في جامعة هارفارد بالولايات المتحدة الأمريكية. سرعان ما تجاوزت هذه الشبكة الحدود الجامعية لتشمل مدارس

¹ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص67.

² حسين محمود هتمي، مرجع سبق ذكره، ص 86

أخرى، ولكنها كانت مقتصرة على عدد محدود من الزوار حتى عام 2007. بعد ذلك، قدم القائمون على الموقع تحسينات تقنية جعلتها أكثر جاذبية للمطورين والمستخدمين على حد سواء. منذ ذلك الحين، انتشرت شبكة الفيس بوك بسرعة وتخطت حدود الولايات المتحدة لتصبح واحدة من أكبر الشبكات الاجتماعية عالمياً. في الأول من (يوليو) 2010، تجاوز عدد مستخدمي الفيس بوك نصف مليار شخص يتبادلون فيه الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويتفاعلون مع بعضهم البعض من خلال التعليقات والمحادثات. يعتبر الفيس بوك واحد من أشهر المواقع على الإنترنت، ويحتل المرتبة الثالثة من حيث الشهرة والإقبال بعد قوقل ومايكروسوفت، وعدد مشتركها يزيد عن 800 مليون شخص¹.

كما يمكن الإشارة إلى أن موقع فيس بوك يهدف إلى تكين الافراد من المشاركة في عوالمهم بشكل أكثر انفتاحاً، ويتيح لهم التواصل فيما بينهم، حيث يصبح الناس قادرين على التواصل المستمر فيما بينهم، ويسمح لهم بمتابعة أحدث الاحداث في العالم، وتبادل مشاعرهم وهمومهم الحياتية، ولكنه في الوقت نفسه يجعل بعضهم يراقب بعضهم الآخر².

تويتر منصة X:

تويتر، إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، انتشرت في الفترة الأخيرة ولعبت دوراً واضحاً في الأحداث السياسية العالمية مؤخراً. يعود أصل اسم "تويتر" من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد"، واختارت العصفورة كرمز لها. يمكن للمستخدمين إرسال تغريدات قصيرة لا تتجاوز 140 حرفاً، ومشاركتها مع أصدقائهم. يتنافس المستخدمون على عدد المتابعين لهم، وتوفر تويتر خدمات إضافية مثل الردود عبر البريد الإلكتروني وتحديثات عبر الرسائل النصية (SMS). بدأت تويتر في أوائل عام 2006 كخدمة تدوين مصغرة من شركة Obvious، وتم

¹ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص ص 63 64

² حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2017، ص100.

إطلاقها للاستخدام العام في أكتوبر من نفس العام، وانفصلت تويتر عن الشركة الأم وأصبحت خدمة مستقلة تحمل الاسم نفسه في أبريل عام 2007¹.

اليوتيوب: موقع يوتيوب "YouTube" هو النموذج الأصلي للمنصة الإبداعية الرقمية بثلاث طرق وهي: أن يوتيوب إطار للمشاركة يوفر مكانا رقميا للأشخاص للقيام بالإنتاج، وبذلك يعتبر منصة للإبداع وانه غير مقيد بمحتوي وأيضا منتدى للأرشيف والفيديوهات².

تأسس موقع يوتيوب عام (2005م) في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق (تشاد هرلي، وستيف تشن، وجاود كريم)، الذين كانوا موظفين سابقين في شركة (PayPal). وهو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من قوقل، يسمح الموقع بالتحميل عليه أو منه لعدد كبير من مقاطع الفيديو، وبحيث ان أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من المستخدمين يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو، التي لا يمكن الحصول عليها بواسطة المراسلين التقليديين. ويتضمن الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0)، وأصبح اليوتيوب عام (2006م) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، الصعيد العالمي، التي تحتل موقعاً مهماً على شبكة الإنترنت³.

الواتس اب:

انتشر استخدام الواتساب بين الشباب نتيجة سهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول وامكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وحفظ المحادثات، أصبح واتساب الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي وله تأثير فاعل على السلوك

¹ ماهر عودة الشمالية ومحمود عزت اللحام وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014 ص ص 215_ 216

² ياسمين محمد إبراهيم السيد، التقديم الذاتي منشئ المحتوى اليوتيوبوز على موقع يوتيوب وكيفية تحقيقهم للثقافة التشاركية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الازهر، كلية الاعلام، العدد 55، اكتوبر 2020، ص ص 918_ 919

³ عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 65

الفردية والجماعية ويسهم الواتساب كذلك في تداول الاخبار، وفي التعليم والاجتماعات والتوعية والدعوة والإرشاد حيث يستخدم واتساب على نطاق واسع للتواصل الشخصي والمهني ويعتبر واحد من اهم وسائل الاتصال الحديثة في العصر الرقمي¹.

المدونات (Blogs):

هي دمج لكلمتي "سجل" و"الويب" بالإنجليزية، وهي نوع من المواقع الإلكترونية أو جزء من أحد المواقع الإلكترونية، وتكتب فيها التدوينات لنقل الأخبار أو التعبير عن الأفكار وتسجيل المذكرات، ويتولى صاحب المدونة إدارتها وإضافة النصوص والوثائق والوسائط المتعددة من صور ومقاطع صوتية ومرئية، مع إمكانية الحذف والتعديل. وتنتشر التدوينات في المدونة وفق تصنيفات يحددها صاحب المدونة مع أرشفتها آليا حسب تاريخ النشر، ويتم ترتيب المحتوى في الأغلب ترتيبا زمنيا من الأحدث إلى الأقدم، وللمدونات أنواع مختلفة منها: (مدونات الأخبار / والمدونات الشخصية / ومدونات المذكرات اليومية / ومدونات الصور / ومدونات المقاطع المرئية)².

موقع لينكدن LinkedIn :

يعتبر موقع لينكدن واحد من مواقع التواصل الاجتماعي يتميز هذا الموقع بطابع خاص، فيتم التواصل من خلاله مع الشركات ورؤساء العمل، فهو يعد موقعا للتواصل المهني ومشاركة تجارب وخبرات العمل، فهو مزيج بين موقع فيسبوك وجوجل بلس فيستخدمه الفرد كسيرة ذاتية الكترونية، بحيث يعطي فرصا للناس ومستخدميه في الحصول على وظائف³.

المطلب 5: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

1. إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

¹ المرجع السابق، ص 65_66

² المرجع نفسه، ص 66

³ محمد الجفيري، التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، دار صناعات الإبداع للإنتاج والتوزيع، قطر، 2015، ص76

تعد شبكات التواصل الاجتماعي، بمثابة نافذة للأشخاص لمراقبة العالم الخارجي، فباستخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكنهم اداء العديد من الأنشطة، مما يساعدهم على التقرب من بعضهم البعض، وتمكينهم من التواصل. ليبدوا إبداعاتهم ومشاريعهم لتحقيق أهدافهم والمساهمة في تطوير المجتمع. وهناك بعض المميزات هي:

- _ إلغاء حاجز الزمان ومن ثم سرعة التأثير.
- إلغاء حاجز المكان ومن ثم سعة الانتشار.
- القضاء على إمكانية التعقيم على الاحداث والحقائق ومن ثم تحقيق المصداقية والشفافية وتفعيل مبدأ الحق في حرية تداول المعلومات.
- إزالة إمكانية تكميم الأفواه ومن ثم تحقيق جو من الحرية (خاصة حرية التعبير) تعزيز آلية مبدأ الشورى.
- التشجيع على إبداء الرأي دون خوف عقاب أو تسلط، وهذا من أكبر المحفزات على الإبداع والاجتهاد والتجديد
- تساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين.
- توفير منصات الترفيه والتسلية.
- تساعد في الحصول على وظيفة مناسبة.¹
- تكوين المجموعات التنموية: وهي خدمة تقدمها معظم الشبكات الاجتماعية والتي تتيح للمستخدمين العديد من الطرق لتحقيق أهدافهم. فقد تمكن الشباب من تحويل الموقع الاجتماعي موقعا يأسسون فيه العديد المجموعات، الثقافية والفكرية والأدبية والرياضية وغيرها وهناك بعض المجموعات التي تحت الشباب على العمل التطوعي كالحفاظ على البيئة، والتبرع بالدم ومساعدة الأيتام والمشاركة في الاعمال الخيرية والاجتماعية الأخرى.²

¹جبريل بن حسن العريشي سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، جامعة الأميرة نورة

بنت عبد الرحمن بجامعة الملك سعود، 2015، ص 64

² المرجع نفسه، ص 65

2. سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

ومن جانب آخر يظهر الوجه الآخر لهذه الشبكات وهو أنها تعزز بعض السلوكيات السلبية على الأفراد بشكل مقلق إلى حد ما، مما دفع البعض مؤخراً للانسحاب من هذه الشبكات والعوالم الوهمية التي تصنعها من خلال نشر الإشاعات دون تثبت، والإعلان عن تفاصيل دقيقة في الحياة الأسرية، والرغبة في تحقيق الشهرة بأي ثمن. وتتخلص الآثار السلبية للشبكات الاجتماعية فيما يلي:

- إضاعة الوقت بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الوقت الذي يضيعه.¹
- الإدمان وإضعاف مهارة التواصل هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطراً مستخدمى الشبكة الاجتماعية خصوصاً على الشباب والمراهقين فإن قضاء الكثير من الوقت في تصفح المواقع يؤدي إلى انعزالهم عن واقعهم الأسري والأنشطة المجتمعية، والكثير من الشباب اليوم يجدون صعوبة في تغيير نمط حياتهم بعد ان يصبحوا مدمنين على الشبكات الاجتماعية ويجدون الصعوبة في التخلي عنها.²
- ظهور لغة جديدة بين الشباب يستخدمونها في جميع اتصالاتهم بين رسائل أو محادثات عبر الإنترنت وباستخدام التواصل عبر الشبكات الاجتماعية انتشرت هذه اللغة بشكل أكبر وهي لغة تجمع حروف لغتين بالإضافة إلى أرقام ورموز. وإن الاستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وإلى ضياعها مع مرور الأيام.
- انعدام الخصوصية على المواقع الاجتماعية يشكل الكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان الأضرار مادية. فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية والتي تستغل بسهولة من قبل أشخاص يستغلونها

¹ المرجع السابق، ص 66

² مرجع نفسه، ص 67

للإساءة والتشهير بالإضافة الى ذلك وانعدام الرقابة جعلت البعض يسيء الأدب ولا يهتم للعواقب.

- نشر الشائعات والأكاذيب والمعلومات المغلوطة أو المغرضة.¹

المبحث الثاني: موقع إنستغرام وخصائصه

المطلب 1: نشأة وتطور موقع إنستغرام

إنستغرام هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لفيسبوك، ولكن ما يميز إنستغرام عن العديد من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى هو الشعبية الكبيرة التي اكتسبها التطبيق في فترة زمنية قصيرة جداً. فقد استغرق مهندسو البرمجيات ثمانية أسابيع فقط لتطوير التطبيق قبل إطلاقه على نظام تشغيل أبل للهواتف المحمولة في أكتوبر 2010، وبعد أقل من عامين استحوذ فيسبوك على الشركة مقابل مليار دولار أمريكي نقداً.

في عام 2009، المؤسس الأول كان كيفن سيستروم البالغ من العمر 27 عاماً يعمل في شركة Nextstop الناشئة في مجال توصيات السفر. وقبل ذلك، كان كيفن سيستروم قد عمل مساعداً في تطوير الشركات في شركة (GOOG) Google وتدريب في شركة Odeo (الشركة التي تطورت فيما بعد إلى تويتر).

وكان الاسم في ذلك الوقت مزيجاً من telegram و instan. تمت إعادة تسمية التطبيق باسم "إنستجرام". كما بدأوا في التركيز على تحسين تجربة مشاركة الصور. كان هدفهم تبسيط التطبيق وجعله يتطلب أقل عدد ممكن من إجراءات المستخدم بعد ثمانية أسابيع من تعديل التطبيق، طلبوا من أصدقائهم اختبار التطبيق وتقييم أدائه. وبعد حل بعض الأخطاء في البرنامج، أطلقوا التطبيق.²

¹ جبريل بن حسن العريشي سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، المرجع السابق، ص 68

² فاطمة قدام منازل هجيره، صورة المرأة الجزائرية في صفحات الانستغرام دراسة تحليلية لصفحة سارة رجيل redjil sarah "أنموذجاً"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2021/2022، ص ص 52_53

ولقد تم دعم إنستغرام في البداية على أيفون وأيباد، وفي أبريل 2012 تم توفيره على نظام اندرويد الأساسي، حيث تم توزيعه على App Store و Google Play، وفي يونيو 2013، تم وضع تصوير الفيديو بشكل متقطع للمستخدمين، وأيضاً شهد تطبيق إنستغرام نمواً كبيراً من حيث عدد المستخدمين منذ أن بدأ التنزيل على الأجهزة الداعمة لنظام أندرويد، حيث وصل إلى 30 مليون مستخدم، وخلال عام واحد فقط وصل العدد الإجمالي إلى أكثر من 300 مليون مستخدم. وقد كانت بنية هذا الموقع مميزة منذ بدايته، إذ لا مكان فيه للمنشورات التقليدية كما هو الحال، بل فقط صوراً فوتوغرافية تحمل أبعاداً جمالية، تصور الحياة اليومية للأفراد.¹

منذ استحواذ فيسبوك على إنستغرام، استمر عدد المستخدمين في النمو، ولكن الشركة أجرت تغييرات قليلة نسبياً على التطبيق، والتزمت بتجربة بسيطة وبديهية والتركيز بشكل أساسي على ميزات مشاركة الصور والفيديو، في عام 2019، توقعت شركة أبحاث السوق eMarketer أن يصل عدد مستخدمي إنستغرام إلى 117.2 مليون مستخدم بحلول عام 2021. في عام 2018، كان إنستغرام أول تطبيق على متجر تطبيقات Apple، وكان ثاني أكثر التطبيقات المجانية تحميلاً على متجر التطبيقات، بعد تطبيق YouTube المجاني على الهاتف المحمول في عام 2019، استخدم مليار شخص إنستغرام.²

المطلب 2: مفهوم إنستغرام:

يعتبر الإنستغرام أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي الخاص بنشر الصور والفيديوهات والتي تضم قاعدة كبيرة من الجماهير المستخدمة لهذا التطبيق. كما يعرف على أنه التطبيق الذي يسمح لمستخدميه برفع الوسائط التي بالإمكان تعديلها من خلال الفلاتر وتنظيمها

¹ طه يسين طاهري وأحمد مصنوعة، استخدام موقع التواصل الاجتماعي "انستغرام" في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة الخدمية دراسة حالة وكالة أماكن السياحة بالجلفة، مجلة اقتصاديات العمال والتجارة، جامعة حسنية بن بوعلي الشلف، الجزائر، المجلد 07، العدد 01 2022، ص 339

² فاطمة قدام ومنازل هجيرة، مرجع سبق ذكره، ص 56

باستخدام الوسوم والإشارات الجغرافية، مع إمكانية مشاركة المنشورات للعامّة أو مع مستخدمين يتم قبول طلبات متابعتهم مسبقاً. المستخدمين بإمكانهم تصفح محتوى المستخدمين الآخرين من خلال الإشارات والمواقع ومشاهدة المحتوى الأكثر شيوعاً. المستخدمين بإمكانهم الإعجاب بالصور ومتابعة المستخدمين الآخرين لإضافة محتوهم في الصفحة الرئيسية لمتابعة آخر المستجدات والأخبار¹.

بالإضافة الى ذلك يمكن للمستخدمين انشاء قصص مؤقتة والتواصل مع المجتمعات المحتملة من خلال الهاشتاغات.

المطلب 3: إيجابيات وسلبيات موقع إنستغرام

تحمل شبكة إنستغرام جملة من الميزات التي تزيد من شعبيتها ويمكننا عرض أهمها:

استخدام أنظمة تصوير قديمة جديدة:

يعتبر بعض المختصين أن إنستغرام "مرحلة محورية مهمة في تطور التصوير الرقمي والتصوير بشكل عام"، وهنا نشير إلى أن هذه الشبكة قد استرجعت بعض أنظمة التصوير القديمة والتي حظيت بشعبية كبيرة في عالم التصوير خلال السنوات الماضية.

إتاحة فلترة الصور وإضافة نصوص أو أشكال عليها:

زادت هذه الميزة من إقبال المستخدمين على الموقع حيث نجد عشرات "الفلترات" المتوفرة، حيث يتاح للمستخدم إضافة الفلتر المناسب لصورته وفق الألوان والظلال والإضاءة بما يعكس ذوقه الشخصي ويلفت انتباه متابعيه. في الماضي كانت مسألة تعديل الصور مقتصرة على المحترفين فحسب وباستخدام برمجيات معقدة للكثير من الناس، لكن اليوم فالأمر متاح للجميع وتخلق للمستخدمين شعوراً بالإنارة والسعادة.

السرعة والمرونة:

¹ اسيا عجال، الأساليب الإقناعية في الخطاب الأشهاري للمؤثرين الاجتماعيين الجزائريين، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة جيلالي بونعامة خميس مليانة، المجلد 11، العدد، 01 ماي 2023، ص 517

على الرغم من أنها تميز كافة شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن شبكة إنستغرام عززت هاتين الخاصيتين من خلال تقليص مدة تحميل الصور وإضافة تعديلات عليها ونشرها فقد يستغرق الأمر أقل من دقيقة، فضلا عن المرونة في التنقل بين خدمات الشبكة.

فرصة للهواة:

بالفعل نلاحظ خلال السنوات الأخيرة بروز شريحة جديدة من المشاهير تحت مسمى المؤثرين وهي شريحة من الأشخاص ذوي اهتمامات أو هوايات معينة يملكون حسابات عبر إنستغرام تسجل آلاف وحتى ملايين المتابعين والمعجبين بما يقدمونه. يساهمون في بعض الحملات الإعلامية ويبدون آرائهم حول قضايا مختلفة وهي فرصة لم تكن لتتحقق لولا بروز الفضاءات الرقمية وإنستغرام على وجه الخصوص¹.

تسيير السمعة الرقمية:

وذلك بتمكين المؤسسات والأشخاص من إدارة صورتهم الرقمية والعمل على تحسينها بتوظيف كل ما توفره شبكة إنستغرام من خدمات ترويجية وتسويقية مبتكرة كاستهداف الجمهور المناسب واستخدام تقنيات التسويق الفيروسي الذي يعتمد حاليا وبشكل أساسي على شبكات التواصل الاجتماعي. تعمل هذه الشبكات كحلقة وصل بين العملاء والمؤسسات سواء لمعرفة المستجدات أو للتحقق من مدى فاعلية منتوجاتها أو خدماتها من خلال الاطلاع على تعليقات باقي المستخدمين أو التواصل المباشر مع المؤسسة.

منصة لإطلاق الحملات الإعلامية

اشتهرت منصة إنستغرام باحتضانها لعدد ضخم من الحملات الإعلامية على مر السنين كالحملات الانتخابية أو حملات المقاطعة لمنتوج أو علامة تجارية ما، أو حملات التأييد والحشد الجماهيري كتلك المتعلقة بالقضايا الإنسانية أو ضحايا الكوارث الطبيعية والحروب.

الجمع بين الاهتمامات المشتركة

¹ وداد سميثي، صورة الذات عبر شبكة إنستغرام منظور تحليلي، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، جامعة قسنطينة،

تسهل شبكة إنستغرام الربط بين ذوي مراكز الاهتمام المشتركة فخوارزميات هذه الشبكة تقترح محتويات الصفحات على المستخدمين وفق اهتماماتهم وكلمات البحث المفتاحية الخاصة بهم، وبالتالي تسهل عليهم إيجاد كل من يشاركونهم نفس التوجه، الاهتمام أو الطموح مما يزيد من معدل بقائهم عبر الشبكة وإقبالهم عليها¹.

سلبيات موقع إنستغرام

- استخدام خدمة إنستغرام يقوم المستخدمين بمنح إنستغرام الحق بتبادل المحتوى الخاص بهم مع المعلنين لغرض الترويج لعلامات تجارية محددة في الصفحات الخاصة بالمستخدمين.
- تقوم خدمة إنستغرام بمشاركة المعلومات الشخصية الخاصة بالمستخدمين المسجلين مع مزودي الخدمات الآخرين لغرض توفير خدمة إنستغرام، والتي تشمل عنوان البريد الإلكتروني ومعلومات الملف الشخصي والمحتوى الخاص بالمستخدم.
- معرفة الجهاز أي ملفات البيانات التي تحدد جهازك المحمول².

المطلب 4: تأثير إنستغرام على المجتمع

يعتبر الإنستغرام وسيلة من مواقع التواصل الاجتماعي وهو من احد هذه المواقع التي زاد استخدامه بشكل كبير لدى مستخدمي الانترنت، حيث ظهر تأثير استخدامه واضحاً بشكل كبير، يعتبر الإنستغرام من اكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها مستخدمي الانترنت، نظراً لكونه يعتمد على عرض الصور وتعديلها بشكل أساسي، الأمر الذي زاد من استخدامه نظراً لاهتمامه بالصور اكثر من أي شيء آخر، ما جعل الكثير من المستخدمين يستخدمونه، خاصة الشباب والمراهقين، وهذا يدل على التأثير الواضح له على المجتمع عموماً³. مما يسهل التواصل والتفاعل مع الأصدقاء والعائلة والمجتمع إضافة الى توفير مصادر للترفيه والتسلية كما انه يساعد على تعزيز الوعي الاجتماعي والسياسي والثقافي وهذا

¹وداد سميثي، المرجع سابق، ص 105

² <https://ab7as.net/> نشر في 17 يوليو 2023 تم الاطلاع عليه في 15 افريل 2024 على الساعة 13-20 مساء

³ <https://cyberone.com> احمد بطو مباني 2023 الساعة 00:20 مساء تم الاطلاع عليه في 15 افريل على الساعة 02-21 مساء

عن طريق توفير مصادر للتعلم والتعليم والبحث من اجل تعزيز التعاون بين مختلف المجتمعات والحضارات المختلفة. يوفر إنستغرام فرص للتسويق والترويج للمنتجات والخدمات الى جانب نشر وتعزيز الوعي الصحي ونشر المعلومات الطبية والصحية وتعزيز الأنشطة الاجتماعية والثقافية والترفيهية.¹

ومن جهة أخرى يؤثر إنستغرام على المجتمع بطريقة أخرى لها اثار تسبب تأثيرا سلبيا على المجتمع والفرد منها حيث يمكن أن يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى الشعور بالانعزال، حيث يقضي الافراد وقتا طويلا في التفاعل عبر الإنترنت بدلاً من التواصل الحقيقي والمباشر مع الاخرين.

الاستعمال المفرط للأنترنت الذي يجعل الفرد يميل إلى العزلة والانطواء عن الذات، حيث يعيش حياة نفسية وهمية نتيجة التأثير بالتقنيات والبرامج التي تسلب الفرد قدرته على التواصل الاجتماعي.

إذا أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت كوسيلة تواصل تفتح الباب الواسع للتغيير والنقاش الحر عن طريق النشر والتواصل وهذا ما أتاح الفرصة للكثير من المستخدمين في التعبير عن آرائهم بدون أي سلطة رقابية².

يحرص معظم المستخدمين لتطبيق "إنستغرام"، على إظهار الجانب السعيد فقط من حياتهم ويتجنبون مشاركة المشاكل والمتاعب، وهكذا، فإن صور الشواطئ والمطاعم الراقية والفرح والرفاهية والأجسام المثالية تشكل نقص عند من يقارن نفسه وحياته بهم.³

المطلب 5: احصائيات إنستغرام في الجزائر

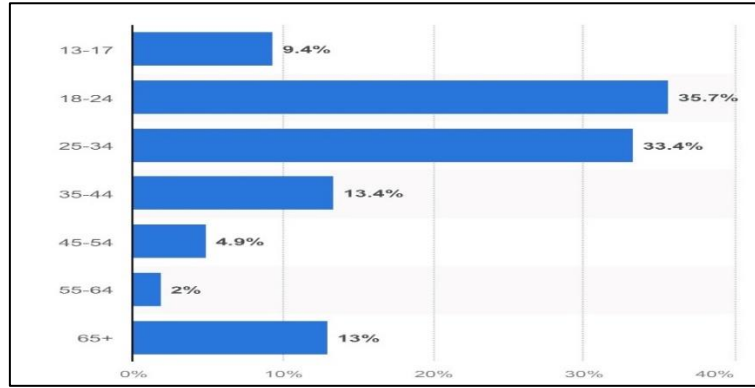
¹ <https://technologianews.com> . تم الاطلاع عليه في 17 افريل 2024 على الساعة 22-26 مساء

² عبد الرواق أمقران، " إستراتيجية التجديد الثقافي في المجتمعات الغربية في ظل العولمة "، أطروحة دكتوراه، تخصص علم إجتماع التنمية، جامعة مناورا قسنطينة، 2010، ص 245

³ وفاء عماري ، سكاى نيوز عربية 16 أكتوبر 2023 - 09:20 تم الاطلاع عليه في 17 افريل 2024 على الساعة 15-16 مساء

يسجل موقع إنستغرام المرتبة العاشرة من حيث الزوار على الرغم من حداثة مقارنة بموقع فيسبوك بمعدل حوالي 60 مليون زائر فردي يوميا، و220 مليون زيارة ذلك حسب الموقع الشهير للإحصاء hypestat تبلغ قيمة التطبيق \$679.033.761 يستحوذ على ما يعادل 4.262% من متصفح الانترنت العالمي.¹

اما في الجزائر اعتبارًا من يناير 2023، كان هناك 8.69 مليون مستخدم لـ Instagram في الجزائر، وهو ما يمثل ما يزيد عن 19.1 بالمائة من السكان. ويشكل المستخدمون الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عامًا الحصة الأكبر من جمهور Instagram في البلاد، حيث يشكلون 35.7 بالمائة من المستخدمين. وبشكل عام، تراوحت أعمار 33.4% من المستخدمين بين 25 و35 عامًا. بالإضافة إلى ذلك، كان 56.2% من المستخدمين من الرجال.²



شكل رقم (01): منحنى بياني يمثل احصائيات استخدام انستغرام في الجزائر لسنة 2023 حسب موقع statista

¹ طه يسين طاهر وأحمد مصنوعة، مرجع سبق ذكره، ص 340

² سيف الدين <https://www.statista.com/statistics/1029191/algeria-instagram-user-age-distribution/>

خلال الساعة 00:54 اليوم 16 03 2024 نشر في Feb 13, 2024

خلاصة الفصل

وفي نهاية الفصل نلخص ما تطرقنا اليه من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها أبرزها إنستغرام حيث أصبحت لا غنى عنها في العالم وحيث تنتوع استعمالاتها في مختلف الميادين باختلاف اهتمامات الأشخاص من درشة تواصل تبادل الخبرات والثقافات والأفكار الى جانب دورها في نقل المعلومات وزيادة الوعي الصحي والمعرفة لدى الافراد حيث تعتبر تلك الشبكات بمثابة عنصر ومصدر في توفير ونشر المعلومات الصحية من مختلف الجوانب التي يستفيد منها الأشخاص.

الفصل الثاني

ماهية الوعي الصحي والوسائط المتعددة

تمهيد

المبحث الأول: الوعي الصحي

المطلب 1: مفهوم الوعي الصحي

المطلب 2: أهمية الوعي الصحي

المطلب 3: مجالات الوعي الصحي

المطلب 4: قياس الوعي الصحي

المطلب 5: اهداف الوعي الصحي

المبحث الثاني: الوعي الصحي وشبكات التواصل الاجتماعي

المطلب 1: اساليب التوعية الصحية

المطلب 2 التوعية الصحية والاعلام الصحي في الجزائر

المطلب 3: العوامل المساعدة على نجاح أو فشل التوعية الصحية

المطلب 4: العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الصحي

المطلب 5: دور انستغرام في التوعية الصحية

خلاصة الفصل

تمهيد

تختلف الأمراض المنتشرة بين الناس بين الأمراض البسيطة والأمراض المزمنة، ويتعلق بعضها بسلوكيات الإنسان الخاطئة في حياته لذلك ظهرت أهمية الوعي الصحي للناس حول كيفية الوقاية من الأمراض والمحافظة على الصحة؛ فالصحة هي عبارة عن تحقيق التكامل البدني، والنفسي، والعقلي، والاجتماعي، والروحي، وبالتالي يحتاج الإنسان إلى التوعية حول كيفية تحقيق هذا التكامل والعيش بسعادة، لذلك تم اللجوء إلى التوعية الصحية. تطوّر مفهوم التوعية الصحية خلال السنوات الأخيرة نظراً لأهميته ممالقى اهتمام كبير، والوعي الصحي هو عبارة عن عملية ومجموعة من الأنشطة والإجراءات التعليمية والإعلامية هدفها حثّ الناس على تبني نمط حياة وممارسات صحية سليمة، من أجل رفع المستوى الصحي للمجتمع، والحدّ من انتشار الأمراض، والوعي الصحي يحقق هذا الهدف بنشر المفاهيم الصحية السليمة في المجتمع، وتعريف الناس بأخطار الأمراض، وإرشادهم إلى وسائل الوقاية.

وفي هذا الفصل سوف نتطرق الى مبحثين المبحث الأول فيه مفهوم الوعي الصحي الأهمية مجالاته قياسه أهدافه اما المبحث الثاني نتطرق الى أساليب التوعية الصحية واقع الوعي في الجزائر والوعي الصحي شبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: الوعي الصحي

المطلب 1: مفهوم الوعي الصحي.

إن الوعي الصحي مفهوم يقصد به إمام المواطنين بالمعلومات والحقائق الصحية، وأيضاً إحساسهم بالمسئولية نحو صحتهم وصحة غيرهم وفي هذا الإطار يعبر الوعي الصحي عن الممارسة الصحية عن قصد نتيجة الفهم والاختناح أن تتحول الممارسات الى عادات تلقائياً¹. الوعي الصحي هو إعلام وحث الأفراد على القيام بسلوك سليم يحسن مستواهم، ويتحدد باكتسابهم المعلومات الصحية وتغيير مفاهيمهم الصحية الخاطئة واكتسابهم السلوك السليم والاتجاهات الصحية الإيجابية².

أما فاهد محمد عبد الفتاح فقد عرف الوعي الصحي على انه قدرة الفرد على ترجمة المعلومات الصحية الى سلوكيات صحية سليمة في المواقف الحياتية التي يتعرض لها، والتي من خلالها يستطيع المحافظة على صحته في حدود الإمكانيات المتاحة³. هو إدراك والمام أفراد المجتمع بالمعلومات والحقائق، وتبني نمط حياة وممارسات صحية سليمة من أجل رفع المستوى الصحي للمجتمع، والحد من انتشار الأمراض، وتنمية إحساسهم بالمسئولية الاجتماعية تجاه صحتهم وصحة الآخرين⁴.

تعرف منظمة الصحة العالمية الوعي الصحي بأنه: تطبيق الخبرات التعليمية بغية تسهيل تكييف نمط الحياة المتعلم مع الممارسات الصحية الجيدة تكييفاً طوعياً من خلال خبرات المتعلم

¹ شهرزاد نوارا، كلثوم قير، الثقافة الصحية والوعي الصحي قراءة في المفهوم والدلالة، مجلة التمكين الاجتماعي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 2، العدد 2، جوان 2020، ص 352

² مرجع نفسه، ص 351

³ هامل عبد النور، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي لدى الشباب، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، العدد 12، 2018، ص 72

⁴ إيمان سالم بارعيده، مستوى الوعي الصحي لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة جدة، مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة، المجلد 1، العدد 04، 2020، ص 679

المتصفة بالمشاركة الإيجابية من أجل التوصل إلى تقبل الشخص لمهارات الصحة الجيدة وممارستها¹.

الوعي الصحي يمثل مدى معرفة الافراد بمختلف فئاته بأهمية تجنب الاخطار والوسائل التي تهدد الافراد في صحتهم وتقييمهم من كافة الامراض التي قد تصيب الانسان ان الوعي الصحي يعطي الفرد الحقائق الصحية التي تؤثر من خلال ممارسة هذه الحقائق على عاداته ويكون لديه معرفة حقيقة الأشياء التي قد تضر على صحته².

المطلب 2: أهمية الوعي الصحي

ان لأهمية الوعي الصحي مكانة كبيرة في حياة الأشخاص والمجتمعات، وتكون هذه المجتمعات قوية وصحيحة إذا كان أفرادها يتمتعون بالقوة والصحة، ويزداد الإهتمام بالوعي الصحي في هذا العصر لأن العالم اليوم يمتاز بكثافة سكانية وتلوث بيئي ينتج عن كل ما يلوث البيئة من و المحيط ، فأصبح الإهتمام بتطور الوعي الصحي الذي يقي من الإصابة من الأمراض وخاصة الخطيرة منها كمرض كورونا، السيدا... الخ من اهتمامات وانشغالات المجتمع والدولة، حيث أن التقدم الهائل الذي يحدث في مجال العلوم الطبية وأساليب الوقاية والعلاج يزداد وعي الناس الصحي وإمامهم بالإمكانيات والخدمات التي توفرها الدولة، فالوعي الصحي يؤدي إلى حماية الناس من الإصابة بالأمراض المختلفة، بل يؤدي إلى تمتعهم بالصحة الجيدة عقليا وجسميا، وعلاج الأمراض ومكافحة الأوبئة³.

¹ عيادي نادية، مستوى الوعي الصحي لدى طلبة الجامعة دراسة ميدانية بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف، مجلة الروائز، المجلد 7، العدد 1، السنة 2023، ص 162

² عمران عبد القادر ملحم، مستوى الوعي الصحي لدى طلبة جامعة مؤتة، مجلة دراسات العلوم التربوية، المجلد 46، العدد 01، ملحق 3، سنة 2019، ص 605

³ شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي لدى الطالب الجامعي، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005-2006، ص 222

يمكن الافراد والأشخاص التمتع بالرؤية العلمية الصحيحة يساعد على تفسير الظواهر الصحية ويمكن الناس من استكشاف أسباب المرض ومسبباته، وهذا بدوره يمكنهم من تجنب المرض أو الوقاية منه.

ويدعم هذا الأمر روح الاعتزاز والتقدير والثقة في العلم كوسيلة للخير وفي العلماء المتخصصين في مجال الصحة.

فالعلم، كونه نشاطاً غير ثابت يتسم بالتطور السريع، يخلق لدى الأفراد الرغبة في الاستطلاع ويغرس فيهم حب اكتشاف المزيد، كما أنه يوفر مخزوناً من المعرفة التي يمكن أن تكون مفيدة في أوقات الحاجة لمساعدة الناس على اتخاذ القرارات الصحيحة بشأن المشاكل التي يواجهونها.¹

المطلب 3: مجالات الوعي الصحي.

ان مجالات الوعي الصحي متعددة ومختلفة ومنه نذكر مختلف ميادين الوعي الصحي وهي كالآتي:

مجال الصحة الشخصية: تعتمد الصحة الشخصية على حماية الصحة والحفاظ عليها عن طريق تحسين اللياقة البدنية من خلال الإجراءات الوقائية مثل التغذية الصحية والنظافة، بالإضافة إلى المشاركة في أنشطة اللياقة البدنية. وإجراءات التحليل الطبي، مثل الاستفادة من الخدمات الطبية التي يقدمها المجتمع والابتعاد عن المخاطر والسلوكيات غير الصحية مثل التدخين وتعاطي المخدرات، وتشمل أيضاً البيئة المنزلية الصحية، والتغذية الصحية. ويشمل هذا المجال النظافة والمشاكل الناتجة عن قلة النظافة الشخصية².

مجال الصحة النفسية: يُعرف بأنه القدرة على تحقيق الكفاءة العقلية والنفسية اي التوازن

¹ رضوان جحيض ابتمام مروشي، حملات الاتصال العمومي ودورها في نشر كل من الوعي الصحي والثقافة الصحية في المجتمع أثناء جائحة كورونا، مديرية الصحة لولاية سطيف انموذجا، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم،

المجلد 09، العدد 02، 2022، ص ص 202_203

² صليحة القص، فعالية برنامج تربية صحية في تغيير سلوكيات الخطر وتنمية الوعي الصحي لدى المراهقين، رسالة دكتوراه، قسم

العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 198

والاستقرار الداخلي والمصالحة بين إشباع الرغبات الشخصية وتحقيق الأهداف المعتمدة على القوة البدنية والطاقة المادية وتشمل المواقف الاجتماعية الشعور بالراحة والتحكم في الانفعالات والتخلص من التوتر والقلق من خلال التعامل مع الآخرين وإطلاق الطاقة من خلال النشاط البدني. ولذلك فإن الوعي في مجال الصحة النفسية مهم جداً للأفراد للتكيف مع الصحة النفسية الاجتماعية والقدرة على التعامل مع المشاكل والأشخاص الآخرين .

الصحة البيئية: تتضمن غرس المفاهيم البيئية المتعلقة بالمحافظة على صحة البيئة التي يعيش فيها الأفراد والكائنات الحية الأخرى. الصحة البيئية هي العلم الذي يدرس البيئة وصحتها لمعيشة الأفراد والكائنات الحية من منظور صحي.¹

صحة المستهلك: تسعى إلى الحفاظ على صحة المستهلكين وحمايتهم، سواء من خلال الالتزام بالحقائق، من خلال تقييم الحملات الإعلانية والتأمين الصحي وتصحيح المعتقدات غير الصحية والبدع والخرافات.²

مجال التغذية: يقصد بالوعي الغذائي تنمية وعي أفراد المجتمع بأهمية التغذية الصحيحة حيث إن للغذاء أهمية كبيرة في حياة الإنسان فهو المادة الأساسية في تزويده بالطاقة الضرورية في عملية النمو وعملية الاحتراق وترميم الخلايا التالفة وإعادة بنائها وعليه تعتمد حركة الإنسان وفعاليتته المختلفة، فهو تلك العادات السلوكيات المرتبطة بالغذاء، والتي من شأنها أن تحسن صحة الفرد والمجتمع وتصونه من الأمراض.³

الأمان والإسعافات الأولية: تشمل توخي وتجنب المخاطر والحوادث الفجائية، واتخاذ التدابير والإجراءات الوقائية التي تقلل نسبة الإصابات في حال وقوع الحوادث سواء في المنزل، أو

¹ ليلي شيباي، أهمية الوعي الصحي وممارسة النشاط الرياضي لدى الراشد المصاب بالسمنة، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية،

المجلد 18، العدد 01، 2021، ص 117

² مرجع نفسه، ص 117

³ صليحة القص، مرجع سبق ذكره، ص ص 200_202

المدرسة أو الشارع، إسعافات (النزف الحروق، التسمم، اللدغات العضات، الحرائق، الكسور والجروح... الخ).¹

الصحة الوقائية: يشير إلى القدرة على اكتشاف العلامات الدقيقة والمبكرة التي تشير إلى وجود خطر محتمل يتعلق بالبيئة المحيطة أو بالصحة الشخصية، يعتمد الوعي الوقائي على قدرة الفرد على تحديد هذه العلامات والتعامل معها قبل وقوع المشكلة بطريقة فعالة.

المجتمعات الذكية هي التي تخلق بيئة تشجع على الوقاية من الأمراض، بدلاً من مجرد علاجها من خلال دعم النمو الصحيح للأفراد والمجتمعات، يشمل هذا النهج أيضاً الاهتمام بالجوانب النفسية والتثقيفية في وسائل الإعلام والاتصال، مؤسسات العمل، والمدارس أي بمعنى اتخاذ الإجراءات الوقائية واللازمة للوقاية من الأمراض المعدية والغير معدية بطرق مختلفة ومبتكرة.²

التدخين والكحوليات والعقاقير: ويرتبط هذا بإظهار الأضرار الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية نتيجة تعاطي التبغ والكحول وسوء استخدام العقاقير. وتكمن أهمية هذا المجال من الوعي إلى التنبيه والتحذير من الأخطار التي يسببها التدخين وادمان الكحول والمخدرات وغيرها من العقاقير.³

التربية الجنسية: والتي تسعى وتهدف إلى توعية الأفراد والأشخاص بالتكوين التشريحي والوظيفي للجهاز التناسلي في الإنسان، والأمومة، والأبوة، ومراحل تكوين الجنين، والمشكلات الصحية.⁴

¹ سمية بن مبارك وإيمان مسعودي، الوعي الصحي لدى المراهقين مقارنة بين المدخنين وغير مدخنين، مجلة دراسات في سيكولوجية الانحراف، جامعة باتنة، المجلد 06، العدد 01، 2021، ص 262

² صليحة القص، مرجع سبق ذكره، ص ص 211_ 215

³ يوسف حدة وسعاد بن عبيد، مشكلات عدم الوعي الصحي لدى التلاميذ ودور الإعلام المدرسي كبديل تربوي لمواجهتها، مجلة الروائر، جامعة باتنة 1، مجلد 02، العدد 01، 2018، ص 181

⁴ سمية بن مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 263

المطلب 4: قياس الوعي الصحي.

لقياس درجة الوعي الصحي لدى الأفراد لابد من الاعتماد على خمس مؤشرات رئيسية :
مؤشر الوعي الصحي الوقائي: ويمكن قياسه من خلال السلوكيات التي يتبناها الفرد من أجل المحافظة على صحته وتجنب المرض .

مؤشر الوعي الصحي الشخصي: ويمكن قياسه من خلال ممارسة الأفراد سلوكيات وعادات تعمل على المحافظة على صحة أجسامهم.

مؤشر الوعي الغذائي: وهو مؤشر خاص بقياس السلوكيات التي تتعلق بالغذاء والعادات الغذائية المنتشرة

مؤشر الوعي الصحي الرياضي: يقاس بمدى إدراك المواطنين بأهمية الرياضة ومدى ممارستها .

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

المطلب 5: أهداف الوعي الصحي.

تبين الهدف من نشر الوعي الصحي في أي مجتمع من المجتمعات من خلال النقاط التالية:
 - أن يكون أفراد المجتمع على علم ودراية بالمعلومات المتعلقة بالمستوى الصحي في مجتمعهم.

- أن يكون الأفراد قد ألموا بالمشكلات الصحية والأمراض المعدية التي تنتشر في مجتمعهم ومعدل الإصابة بها وأسباب وطرق انتقالها وأعراضها وطرق الوقاية منها ووسائل مكافحتها

¹ عبد التواب جابر واحمد محمد مكي، المحددات الاجتماعية للوعي الصحي في الريف المصري دراسة ميدانية بإحدى قرى أسيوط،

- أن يفهم أفراد المجتمع أن حل مشاكلهم الصحية والمحافظة على صحتهم وصحة الأشخاص المحيطين بهم هي مسئوليتهم قبل أن تكون مسئولية الهيئات الحكومية، فالفرد نفسه يعتبر موطننا للمرض او لغيره، وإصابة فرد واحد بمرض معين أو انتشار أي مرض في المجتمع أساسه أصلا التصرف غير السوي والصحي للفرد.
- أن يتعرف أطراف المجتمع على الخدمات والمنشآت الصحية وذلك من خلال فهم الهدف من إنشائها وكيفية الانتفاع بها بأسلوب صحيح ونافع كما يشتركون في تقويمها ويتخذون الطرق والوسائل التي تضاعف وتزيد من فائدتها وكفاءتها ويبدلون كل الجهد في سبيل إنشاء مشاريع صحية جديدة¹.
- المام المجتمعات بمعلومات عامة عن الصحة من حيث الأهمية، والعناية بها، بحيث تتحول المعلومات التي زودوا بها إلى ممارسات يومية .
- توجيه الأفراد نحو أساليب مختلفة للاهتمام بالصحة وحسب المرحلة العمرية .
- تزويد الأشخاص بمعلومات وحقائق عن الأمراض المعدية وكيفية الوقاية منها، والأمراض المزمنة أيضاً.
- معرفة بعض السلوكيات المتبعة في علاج الأمراض خصوصا السلوكيات الشعبية، ومحاولة تدعيم الصحيح منها، وتغيير بعض المفاهيم الخاطئة وتصويبها.²
- إن الهدف من الوعي الصحي هو رفع المستوى الصحي للأفراد عامة مما يؤدي إلى زيادة الإنتاج والوفرة في إنفاق العلاج، حيث تظهر علاقة وثيقة بين تناول الغذاء الجيد والنشاط

¹ شهرزاد كوار وقير، مرجع سبق ذكره، ص ص 352_ 351

² رحيم يوسف السامري، درجة الوعي الصحي لدى معلمي العلوم في مدارس محافظة صالح الدين في العراق، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت العراق، 2018/2019، ص 19

الرياضي للتمتع بالصحة. وإرشاد الأفراد إلى الطرق التي يستطيعون بواسطتها تقييم حالتهم الصحية¹.

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي ونشر الوعي الصحي.

المطلب 1: أساليب التوعية الصحية.

إحدى أهم العوامل التي تضمن نجاح برامج التوعية الصحية هي استخدام أساليب ووسائل فعالة تُقرب الموضوعات الصحية من أذهان الناس وتُحفّزهم على تبني سلوكيات صحية سليمة. وتتنوع أساليب ووسائل التوعية الصحية بشكل أساسي إلى نوعين رئيسيين:

1. الاتصال المباشر (المواجهي):

اللقاء الفردي: يلتقي فيه المتكف الصحي بالفرد المستهدف بشكل مباشر، ويقدم له المعلومات والتعليمات الصحية بطريقة الحوار والمناقشة، مما يسمح بطرح الأسئلة وتلقي الإجابات بشكل مباشر.

اللقاء الجماعي: يتم فيه توعية مجموعة من الأشخاص في نفس الوقت، من خلال محاضرات أو ندوات أو ورش عمل تفاعلية. مثل المسجد الذي يسعى إلى توجيه الوعي الصحي حيث أنه يعتبر وسيلة هامة يتم من خلال الخطب والمواعظ والدروس التي تقام في المساجد التي لها أثر فعال في تعريف الناس بالعادات والممارسات الصحية كالاكتفاء بالنظافة الشخصية والمنزل وآداب الأكل والشراب ونشر الكتب والمقالات التي تتناول وجهات نظر الإسلام في بعض القضايا والمشكلات الصحية مثل التدخين والمخدرات يلاحظ بأن المساجد ودور العبادة من المؤسسات الدينية لها دور هام في نشر الوعي الصحي بين الافراد وهذا ما يجعلها مصدرا إضافيا للمعلومات الصحية².

¹ العربي محمد وحريتي حكيم، الوعي الصحي وعلاقته باللياقة البدنية المرتبطة بالصحة دراسة أجريت على طلبة قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالبيضا، مجلة علوم وممارسات الأنشطة البدنية الرياضية والفنية، الجزائر، المجلد 04، العدد 02،

أكتوبر 2018، ص 3

² uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/12/ 12_2020_06 حيث تم الاطلاع عليه في 2024/03/15

على الساعة 12:20م

2. الاتصال غير المباشر:

وسائل الإعلام من خلال توفير الكثير من برامج نشر الوعي من خلال وسائل الإعلام المختلفة سواء عن طريق الإذاعة والتلفزيون وغيرها مثل تقديم معلومات صحية متخصصة تقدم ضمن البرامج الصحية للتوعية التي تقصد تزويد الأفراد بالمعلومات والتجارب المساهمة في حل المشكلات الصحية ومن أمثلة هذا النوع البرامج أو الصفحات المتخصصة مثل برنامج الطب والحياة وسلامتك وغيرها من البرامج الصحية.

المواد المطبوعة: تشمل الكتب والمجلات والنشرات والملصقات واللافتات التي تُوزع على الجمهور المستهدف.

البرامج التلفزيونية والأفلام: تُنتج برامج وأفلام تهدف إلى التوعية الصحية بأسلوب مُشوّق وجذاب¹.

وسائل التواصل الاجتماعي: تُستخدم منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام لنشر التوعية الصحية والتفاعل مع الجمهور.

المطلب 2: التوعية الصحية والإعلام الصحي في الجزائر

من أجل النهوض بالقطاع الصحي في الجزائر وتحسينه لا بد من تكاتف الجهود في كل القطاعات الأخرى منها قطاع الإعلام الذي يعد من القطاعات الضرورية والمساعدة على تطوير الصحة من خلال ما يسمى بالإعلام الصحي سواء من خلال تطوير البرامج الصحية في الإذاعة والتلفزيون.

والتركيز على المواضيع الصحية العامة والابتعاد عن المواضيع التي تضم فئة واحدة من المجتمع بالإضافة إلى استخدام لغة إعلامية بسيطة في القنوات والبرامج الصحية المذاعة، كما تعتبر القنوات الخاصة بالصحة فقط مصدرا هاما لفتح أبواب لتبادل الآراء والخبرات حول

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، الإعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2018، ص 66

المسائل الطبية المثارة، كما يجب على القائمين بالإعلام الصحي ضرورة الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والتطوير في البرامج الصحية التي تهدف للتخلص من الأسلوب الكلاسيكي في الحوار وتقديم المعلومة الطبية والصحية بأبسط الطرق وأسهلها.¹

حيث ان الإعلام الصحي في الجزائر عرف تقدما ملحوظا منذ الاستقلال إلى يومنا هذا كما أن الدولة أعطته اهتماما، حيث ساعد الإعلام على تثقيف وتوعية المواطنين وتبئهم، ولكن هناك تساؤل صغير يطرح عن مدى نجاعة الإعلام الصحي في الجزائر إذ يكشف لنا العديد من النقائص وينبها إلى الكثير من القضايا نغفل عنها ومن بينها ما يعاب عن العملية الإعلامية الخاصة بالصحة في الجزائر هو غياب مرسل أو معد للبرامج بصورة دائمة أو أخصائيين في مجال الإعلام الصحي بالإضافة إلى أن جل الرسائل المستعملة في الحملات الإعلامية الصحية في الجزائر تتميز بأنها رسائل ذات بعد واحد وهذا يعني بأنها تمس كل شرائح المجتمع دون مراعاة خصائص كل طبقة اجتماعية، وعليه فإن أساس العملية الإعلامية الصحية هو البناء العلمي للرسالة الصحية المقدمة لأن الهدف الأول من هذه العملية هو إقناع الجمهور بتغيير سلوكه.²

المطلب 3: العوامل المساعدة على فشل او نجاح التوعية الصحية

تعتمد نجاح برامج التوعية العامة بشكل كبير على قدرتها على تعديل عادات وقيم الأفراد فيما يتعلق بالصحة والمرض. مثل أي تغيير اجتماعي، تواجه هذه البرامج تحديات تعيق التقدم وتحديات أخرى تساعد على تحقيق الأهداف تتمثل فيما يلي:

عوائق برامج الصحة العامة:

مجموعة من العوامل التي تساعد على الحفاظ على كل ما كان قائما عليه ويمكن تسميتها عوامل التغيير او القوى المضادة لبرامج الصحة العامة وتقسم هذه العوائق الى:

¹ المرجع السابق، ص 243

² ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخير، رسالة ماجستير،

جامعة منتوري، قسنطينة 2005 / 2004، ص ص 79_80

1- عوائق ثقافية

العادات والتقاليد: تمثل القيم المتوارثة التي تسهم في الحفاظ على التقاليد والاعتقادات التي اعتاد عليها الأجداد. تعتبر هذه العادات والتقاليد قوى تعيق التغيير والابتكار، حيث تقف عائقاً أمام اعتماد الأساليب والمفاهيم الجديدة. على سبيل المثال، يمكن أن تشمل هذه المعتقدات والطرق غير العلمية في علاج المشكلات الصحية، حيث يعتمد بعض الأفراد على مفاهيم خاطئة وغير علمية في معالجة الأمراض والصحة.

القدرية والمعتقدات: تشير إلى الاعتقاد المفرط في القضاء والقدر، مما يجعل البعض يعتمد على التوكل دون اتخاذ إجراءات وقائية أو علاجية فعّالة ضد الأمراض.¹

التمركز الذاتي للثقافة: فهو عندما يعتقد سكان مجتمع معين أن طريقة حياتهم الثقافية هي الأفضل، مما يجعل من الصعب عليهم قبول وتطبيق أساليب جديدة مستمدة من ثقافات أخرى. **القيم النسبية:** تشير إلى التفاوت في تقدير وتقسيم الأمور بين الأفراد أو الجماعات. على سبيل المثال، يمكن للطبيب أن يروج للامتناع عن التدخين نظراً لأضراره الصحية، بينما يمكن لبعض الشباب رؤية التدخين على أنه مظهر من مظاهر الرجولة أو النضوج.

2- عوائق اجتماعية

قوى تماسك الجماعة: وهي تعكس شعور الأفراد بالالتزام والتفاعل المتبادل بين أفراد الجماعة، عندما يكون هناك تماسك وروح جماعية قوية بين أفراد المجتمع، فإنه يمكن أن يسهم ذلك في تحقيق أهداف مشتركة بشكل أكثر فعالية.

التحزب: وهو انقسام المجتمع إلى فصائل أو أحزاب متعارضة. على سبيل المثال، إذا ارتكب العاملون في وحدة صحية خطأً وتفاضلوا في التعامل مع الأسر المختلفة دون تواصل مع جميع الفئات المعنية، فإن ذلك قد يؤدي إلى تقليل فعالية الخدمة أو حتى فشلها.

¹ حليلة حجوب، دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية الصحية دراسة ميدانية لعينة من سكان ام البواقي، رسالة ماجستير

3- عوائق نفسية

فهم المشكلة: يواجه الناس تحدياً في فهم حقيقة المشكلة. فالطبيب يعلم أن الذباب يمكن أن يكون مرتبطاً بانتقال الأمراض، بينما يمكن للأفراد العاديين رؤية الذباب ككائن حي لا يستحق القلق. هذا يمكن أن يمنعهم من اتخاذ إجراءات للحماية.

الفجوة اللغوية: يستخدم الأطباء وموظفو الصحة العامة مصطلحات فنية ولغة معقدة قد لا يفهمها العامة، مما يجعل الاتصال بينهم أكثر صعوبة¹.

4. عوائق اقتصادية: تؤثر بشكل كبير على الصحة العامة والمرض في مجتمع معين. تحدد الظروف الاقتصادية مستوى التغذية وجودة المعيشة، بالإضافة إلى جودة البيئة ونظافتها كما تحدد القدرة على توفير الخدمات الصحية الأساسية في جميع المناطق².

المطلب 4: العلاقة الارتباطية بين وسائل التواصل الاجتماعي والوعي الصحي

ان التوعية الصحية تلعب دورا بارزا في رفع مستوى الصحة للأفراد والمجتمعات وهذا راجع لأهميته بحيث اعتبره العلماء والأطباء بانه الوسيلة التي تساهم في توعية المجتمع وتحسين مستوى المجتمع من جهة أخرى حيث ان التوعية الصحية تعتمد على وسائل الاتصال بشكل مباشر بهدف التأثير على الأشخاص وترك الناس من العادات والتقاليد القديمة وتخليصهم من التخلف العلمي والجهل الاجتماعي وتكوين افراد بمستوى جيد من الوعي والمعرفة الخاصة بالصحة³.

تظهر العديد من الدراسات الحديثة بأن عددا متزايدا من المؤسسات تؤكد على أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة لنشر المعلومات بين المرضى والأطباء، إضافة إلى ذلك ان استخدام هذه المنصات كإنستغرام فيسبوك كأدوات تكميلية لتقديم المحتوى التعليمي، يمكن أن يكون طريقة فعالة لإشراك المتدربين في المجال الطبي.

¹ المرجع السابق، ص 106² المرجع نفسه، ص 107³ امال عميرات، الاتصال الاجتماعي، ط 1، دار أسامة، الأردن، 2014، ص 92

كما أن نشر الوعي الصحي في الصفحات عبرها يهدف إلى التأكد من أن أفراد المجتمع يسلكون سلوكا صحيحا، إذ يمكن للأشخاص الذين يتفاعلون مع الشبكات الاجتماعية الرقمية الاستفادة أو التكيف معها بطرق مختلفة، وهنا يتم التركيز على الشبكات الاجتماعية ذات العلاقة بالصحة، والتي يتم إطلاقها والتحكم فيها من قبل أشخاص ليسوا جزءا من أنظمة الرعاية الصحية الرسمية، ولكنهم يهتمون بصحتهم الخاصة أو العامة لبقية أفراد المجتمع، ويتجسد نشاط شبكة إنستغرام وفيسبوك مثلا من خلال تبادل المعلومات حول المستجدات الصحية، توفير الرعاية، تقديم معلومات حول التعامل مع مشكلة صحية معينة.

حيث استخدم الباحثين التحليل السلوكي والمكاني لفحص كيف يتم نقل معلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول الأمراض المعدية عبر تنبيه مستخدميها، وكذا تتبع الأنماط السلوكية لهم وتتبعها وتصورها، على سبيل المثال استكشاف الشائعات المتعلقة بالصحة العامة أثناء تفشي المرض والتنبؤ به.

يتضح مما تقدم أن الخصائص المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي بما فيها خاصيتي التنوع والتفاعل تساهم في تقديم معلومات وتوجيهات عديدة لمستخدميها، كما تساهم في تكوين اتجاهات سلوكية صحية سليمة.¹

المطلب 5: دور إنستغرام في التوعية الصحية.

يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي أهم ما أنتجته تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، والتي اكتسحت العالم بأسره، بفضل احتوائها على عديد الميزات التي من شأنها جذب المستخدمين على غرار التفاعلية التي تتيحها للمستخدم واعتماد انشاء محتواها بشكل تام على المستخدم في حد ذاته، وتعزيزها للقواسم المشتركة بين المستخدمين من خلال خلقها لمجموعات افتراضية تجمع عناصرها نفس الأهداف، هذا إضافة لاستغلالها في عمليات التعلم الإلكتروني

¹ سمير كيم ووهيبة كواشي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين: دراسة تحليلية لبعض المجموعات الفيسبوكية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 21، العدد 2، ديسمبر، 2020، ص ص 725 _ 726

وكذا الترويج للسلع والخدمات وفي منصة الإنستغرام، والتي تحولت من مجرد منصة لتبادل الصور والفيديوهات.

والجزائر كغيرها من دول العالم تشهد تزايدا في عدد المستخدمين يوما بعد آخر لكل شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها الإنستغرام وتختلف انتماءات مستخدمي الإنستغرام واهتماماتهم بتنوع الحسابات فنجد بعض هذه الحسابات تهتم بالموضة والجمال وأخرى بالرياضة والفن، في حين نجد بعضها الآخر يهتم بالصحة ومختلف المواضيع المتعلقة بها أين يكون أصحابها متخصصين في المجال كمرضى أو أطباء أو اختصاصيين في التغذية ومدربي رياضة إضافة للصيادلة، حيث يكون محتوى هذه الحسابات يتمحور حول تقديم النصائح والإرشادات الصحية وتقديم تعليمات للوقاية من مختلف الأمراض والعلل.

ومن بين هذه الحسابات نجد حساب Doctor Amina لصاحبه الصيدلانية أمينة قبيوع التي أنشأته في البداية حسابا شخصيا لها لتنتقل بعدها لإثراء محتواه بتقديم عديد النصائح حول كيفية الوقاية من الأمراض وكذا تقديم تعليمات بخصوص أدوية ومنتجات صيدلانية متنوعة بالإضافة لتوجيهات لطلبة الصيدلة ومحاولة تحفيزهم لتحقيق النجاح.¹

إضافة الى صفحة الدكتور سمير، و هو دكتور جزائري في الصيدلة لديه صفحة في الإنستغرام يتابعها 200 ألف شخص، اسم الصفحة هو "pharmacie m3ak f der" شعار هذه الصفحة اعرف دواك و كونك واعى تقوم هذه الصفحة بتقديم نصائح حول الصحة العامة من إرشادات و توجيهات موجهة لمختلف شرائح و فئات المجتمع و المواطنين، فهذه الصفحة تهدف الى طرح المواضيع الصحية بطريقة مبسطة و بلغة يفهمها كل الناس و المتابعين عن طريق فيديوهات قصيرة، حيث كل مرة يتناول موضوعا مختلفا لعدة قضايا صحية توعوية تسعى لعرض مشاكل وحلول التي تشغل المتابعين، ومن اهم المنشورات التي يقدمها مثلا، إرشادات التعامل مع درجات الحرارة المرتفعة للأطفال وكبار السن، فوائد واضرار الأعشاب

¹ اسماء بزغي وليبدة ضيف المواضيع الصحية عبر منصة انستغرام في الجزائر دراسة تحليلية وصفية في مضمون حساب docteur aminq مجلة طلنة للدراسات العلمية الاكاديمية جامعة ام البواقي الجزائر المجلد 05 العدد 02 السنة 2022 ص ص 1045_ 1046

الطبيعية، إضافة الى شروط اللازمة لكيفية اجراء التحاليل الطبية، كما يطرح مواضيع الاستعمال العشوائي للأدوية دون مراجعة الطبيب وخطورها، منشورات حول الامراض الشائعة وطرح بعض الحلول للتقليل من اعراضها مثل فقر الدم الانفلونزا الغدة الدرقية، جرعات تناول بعض الادوية.(مصدر خاص حسب المعلومات الموجودة على الصفحات الرئيسية على إنستغرام)

خلال شهر رمضان أطلق عبر صفحته سلسلة صحية تحت عنوان رمضان صحي وجميل، يتناول من خلالها نصائح حول التغذية الصحية والعادات اليومية، مثلا النظام الغذائي لأصحاب السكري وضغط الدم امراض المعدة والقولون، التدخين، الادوية المفطرة وغيرها. أيضا صفحة healthy dz وهي صفحة جزائرية تختص بالتوعية الصحية للمتابعين ليديها قرابة 500الف متابع فتقوم بنشر النصائح والارشادات التوعوية والتثقيفية عن طريق صور انفوغرافية لتسهيل وصول المعلومة بطريقة بسيطة وواضحة مستعملة لغة يفهمها عامة المواطنين لبلوغ المعلومة لقدر أكثر من المتابعين وجميع شرائح المجتمع، إضافة الى طريقة التحديات challenges مثلا كل مرة تقوم بنشر تحدي صحي حول موضوع في التغذية والصحة البدنية كتقليل السكر والملح في الوجبات، الاعتماد على رجين مخصص... الخ. يمكن القول، أن الإعلام الصحي عبر منصة الإنستغرام بإمكانه استقطاب عدد كبير من الجماهير انطلاقا من خصوصية هذه المنصة التي تتماشى ميزاتنا مع العصر الحديث والمتسارع الذي تعرفه البشرية حاليا، خاصة في حال القيام بفتح حساب متخصص في مجال الصحة من طرف شخص ينتمي للأسرة الطبية والصيدلانية أين تكون الرسالة الإعلامية في هذه الحالة أكثر إقناعا ووصولاً للجمهور¹.

وهذا ما لاحظناه في حساب Doctor Aminaa، والدكتور سمير و healthy dz، والذي يتفاعلون بقوة من خلال التعليق على المواضيع الصحية التي تبث عبر منشورات الحسابين، والتي كانت في مجملها عبارة عن فيديوهات قصيرة تهدف لتحقيق التوعية والتثقيف الصحي

¹ أسماء زغبى وليبندة ضيف، مرجع سابق، ص 1062

لدى المستخدمين، فيديوهات تحوي مضامين صحية مصدرها من أهل الاختصاص من صيادلة وأطباء بالإضافة إلى منظمة الصحة العالمية.

خلاصة الفصل

وفي الأخير نستطيع القول أن الوعي الصحي لقد أصبح ضروري لعصرنا هذا، ففي ظل التغيرات والمشكلات الصحية المختلفة فمن الضروري العمل على نشر ثقافة الوعي الصحي عبر مختلف مؤسسات المجتمع بدءاً من الأسرة فالمدرسة والى وسائل الاعلام وصولاً الى وسائل التواصل الاجتماعي الرقمية مثل إنستغرام، الذي يعد ايوم من اكثر المواقع رواجاً بين مختلف فئات المجتمع، حيث ينشر في صفحاته من خلال مختلف المجالات أهمها المواضيع الصحية و هذا لأجل خلق أفراد واعيين صحياً قادرين على اتخاذ القرارات الصحية بشأن المخاطر الصحة وكذا التغيرات التي يمكن أن تواجههم في حياتهم اليومية، فجعل الوعي ونشره هدفاً لهم من أجل تكوين و نشأة فرد يتمتع بصحة ووعي صحي سليم .

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث: موقف طلبة الماستر 3 حول مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي "إنستغرام" في نشر الوعي الصحي

تمهيد

عرض وتحليل بيانات الدراسة

المبحث الأول: عادات استخدام طلبة الماستر 3 لموقع إنستغرام.

المبحث الثاني: أنماط التوعية الصحية من خلال المواضيع المنشورة على

إنستغرام وفعاليتها.

المبحث الثالث: تأثير إنستغرام وأهميته في نشر الوعي الصحي لدى طلبة

الماستر 3.

الاستنتاجات

الاستنتاجات العامة

خلاصة الفصل

تمهيد

يعتبر الإطار التطبيقي مرحلة مهمة من مراحل البحث العلمي فمن خلاله يستطيع الباحث جمع المعلومات حول موضوع بحثه، من خلال الإجراءات الميدانية التي يقوم بها، لهذا سوف نقوم من خلاله إلى تحليل بيانات الدراسة بالاستناد إلى استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة 70 مفردة، حيث تم تجميع المادة في جداول تكرارية لنتمكن من قراءتها بموضوعية، وبما يخدم أهداف الدراسة ويجب على التساؤلات الفرعية التي انطلقنا منها. ولذلك يأتي هذا الفصل لتقديم رؤية واقعية حول التساؤلات المطروحة بطريقة علمية وممنهجة.

يعتبر التحليل في العلوم الإنسانية عملية بحثية علمية متخصصة تخضع لها البيانات المجمعة بواسطة البحوث الميدانية، حيث يقوم الباحث فيها بوصف هذه البيانات والتعليق عليها كفيها بهدف إعطاء القارئ صورة واضحة عن الظاهرة المدروسة وعليه كانت دراستنا وتفرغ جداولها وتحليلها كآلاتي:

عرض وتحليل بيانات الدراسة:

تحليل البيانات الشخصية.

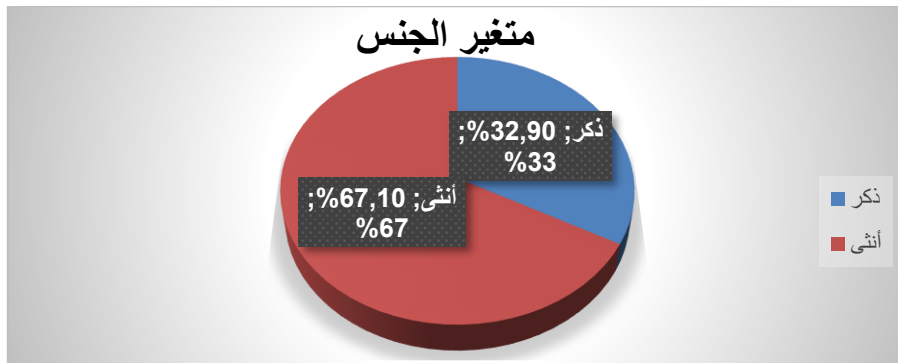
جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| ذكر | 23 | 32.9 |
| أنثى | 47 | 67.1 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (01) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس نجد نسبة الإناث بلغت 67,1% أما نسبة الذكور قدرت ب 32,9%، وهذا يدل على أن معظم أفراد مجتمع البحث إناث. حيث ان تفسير نسبة الاناث أكثر من نسبة الذكور راجع الى ان طلبة الماجستير 3 عدد الاناث.

المتدرسين في هذه السنة الجامعية أكثر من الذكور.

شكل رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



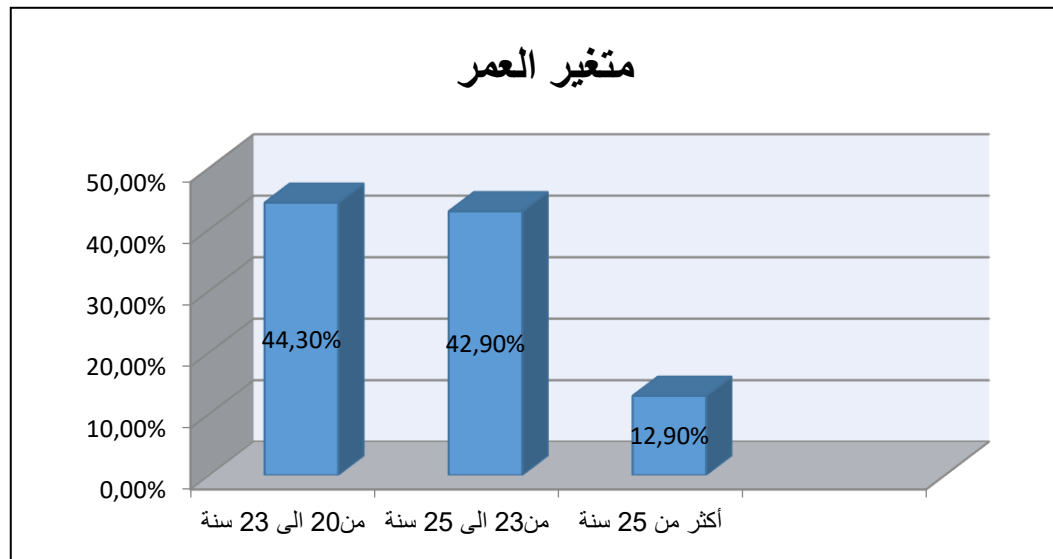
الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|------------------|---------|----------|
| من 20 إلى 23 سنة | 31 | 44.3 |
| من 23 إلى 25 سنة | 30 | 42.9 |
| أكثر من 25 سنة | 9 | 12.9 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (02) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر نجد في المرتبة الأولى الفئة العمرية (من 20 إلى 23 سنة) بنسبة 44,3%، تلتها في المرتبة الثانية الفئة العمرية (من 23 إلى 25 سنة) بنسبة 42,9%، بينما في المرتبة الثالثة نجد الفئة العمرية (أكثر من 25 سنة) بنسبة 12,9% كأقل نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة يتراوح سنهم من 20 إلى 23 سنة.

يرجع السبب وراء تغلب فئة من 20 إلى 23 إلى السنوات التي يزاول فيها الطلبة الجامعيين دراستهم وهي الثالثة ماستر، هي الفترة التي يتعمقون فيها البحث على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك لكون المبحوثين لا زالوا طلبة في مرحلة الشباب لذلك نجدهم يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة نظرا لفضولهم وحب الاطلاع على كل ما هو تكنولوجي حديث.

شكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

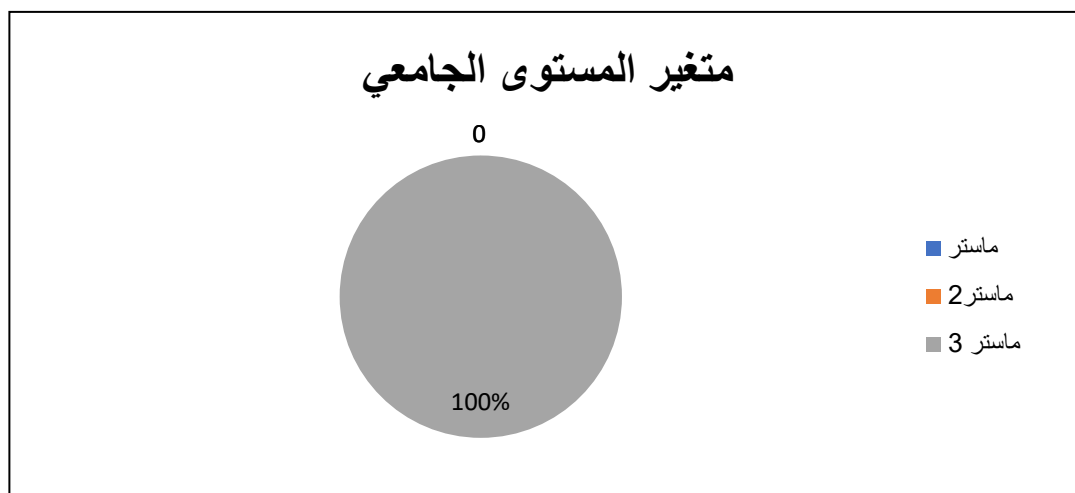


الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| ماستر | // | // |
| ماستر 2 | // | // |
| ماستر 3 | 70 | 100.0 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (03) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي نجد في المرتبة الأولى مستوى (ماستر 3) بنسبة 100%، في حين سجلت في المرتبة الثانية كل من مستوى (ماستر) ومستوى (ماستر 2) بنسبة معدومة، مما سبق نستنتج أن كل أفراد العينة يملكون مستوى ماستر 3. وهذا راجع الى ان عينة البحث كانت طلبة الماستر 3 فقط من طلبة الماستر من المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام.

شكل رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

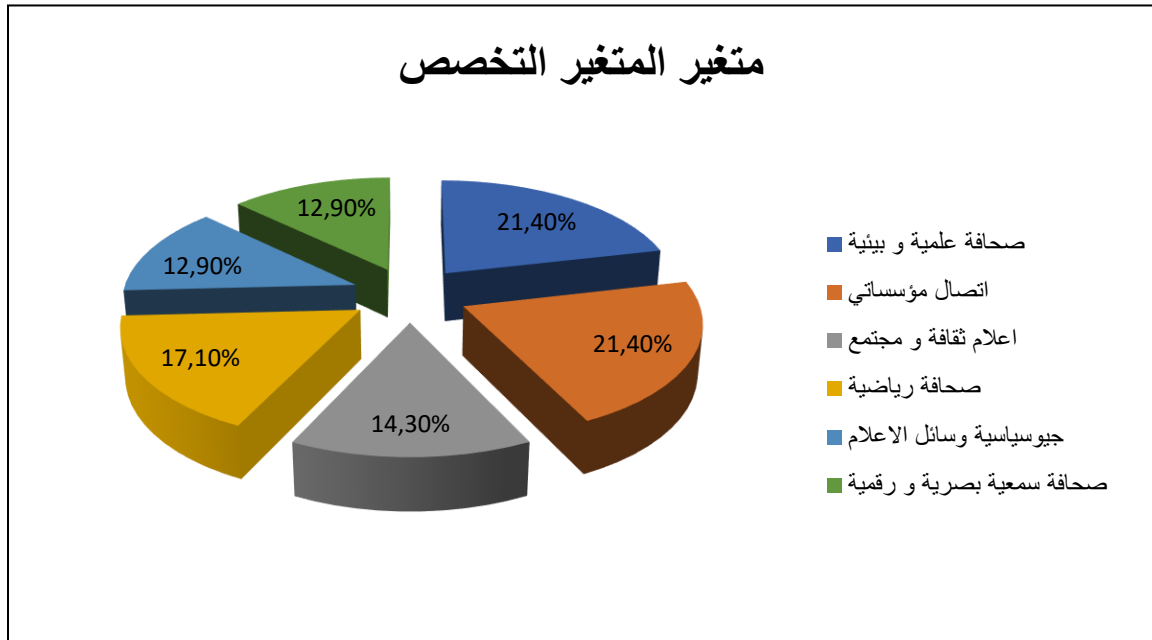


الجدول رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المتخصص

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|----------------------------|---------|----------|
| صحافة علمية وبيئية | 15 | 21.4 |
| اتصال مؤسساتي | 15 | 21.4 |
| اعلام ثقافة ومجتمع | 10 | 14.3 |
| صحافة رياضية | 12 | 17.1 |
| جيوستراتيجية وسائل الاعلام | 9 | 12.9 |
| صحافة سمعية بصرية ورقمية | 9 | 12.9 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (04) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المتغير التخصص نجد في المرتبة الأولى كل من (صحافة علمية وبيئية) و(اتصال مؤسساتي) بنسبة متساوية بلغت 21,4% لكل منهما، تلتها في المرتبة الثانية (صحافة رياضية) بنسبة 17,1%، وتلتها في المرتبة الثالثة (إعلام ثقافة ومجتمع) بنسبة 14,3%، في حين سجلت في المرتبة الرابعة كل من (جيوسياسية وسائل الإعلام) و(صحافة سمعية بصرية ورقمية) بنسبة متساوية قدرت ب 21,4% لكل منهما كأصغر نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة متخصصون في صحافة علمية وبيئية وفي اتصال مؤسساتي بشكل متساوي.

شكل رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب متغير المتغير التخصص



المبحث الأول: عادات استخدام طلبة ال ماستر 3 لموقع إنستغرام

الجدول رقم (05): يبين منذ متى والمبحوثين يستخدمون موقع إنستغرام

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|--------------------|---------|----------|
| أقل من سنة | // | // |
| من سنة الى 4 سنوات | 12 | 17.1 |
| أكثر من 4 سنوات | 58 | 82.9 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (05) الذي يبين منذ متى والمبجوثين يستخدمون موقع إنستغرام نجد في المرتبة الأولى (أكثر من 4 سنوات) بنسبة 82,9%، تلتها في المرتبة الثانية (من سنة إلى 4 سنوات) بنسبة 17,1%، بينما في المرتبة الثالثة نجد (أقل من سنة) بنسبة معدومة، مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع إنستغرام منذ أكثر من 4 سنوات.

الجدول رقم (06): يبين المدة الزمنية التي يقضيها المبجوثين يوميا في تصفح موقع إنستغرام

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------------------|---------|----------|
| أقل من ساعة | 6 | 8.6 |
| من ساعة الى 3 ساعات | 31 | 44.3 |
| أزيد من 3 ساعات | 33 | 47.1 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (06) الذي يبين المدة الزمنية التي يقضيها المبجوثين يوميا في تصفح موقع إنستغرام نجد في المرتبة الأولى (أزيد من 3 ساعات) بنسبة 47,1%، تلتها في المرتبة الثانية (من ساعة إلى 3 ساعات) بنسبة 44,3%، بينما في المرتبة الثالثة نجد (أقل من سنة) بنسبة 8,6% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن المدة التي تقضيها النسبة الأعلى من أفراد العينة يوميا في تصفح موقع إنستغرام تزيد عن 3 ساعات.

يعود استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل متكرر لأزيد من 3 ساعات في اليوم هذا راجع الى توافر مجموعة واسعة من الخدمات والميزات التي يقدمها موقع إنستغرام من خلال المعلومات والمنشورات التي تجذبهم من خلال مشاركة المحتوى والتفاعل ومتابعة الاخبار... الخ. اضافة الى انه قد يكون الإدمان عاملا اخر يدفع الطلبة لقضاء الكثير من الوقت في التصفح مما يؤثر على وقت فراغهم.

الجدول رقم (07): يبين الفترة التي يستخدم فيها المبجوثين إنستغرام

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|------------|---------|----------|
| صباحا | 1 | 1.4 |
| مساء | 12 | 17.1 |
| ليلا | 15 | 21.4 |
| حسب الحاجة | 42 | 60.0 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (07) الذي يبين الفترة التي يستخدم فيها المبحوثين إنستغرام نجد نسبة 60% منهم أجابوا ب (حسب الحاجة) وهي أعلى نسبة ، تلتها نسبة 21,4% منهم أجابوا ب (ليلا)، ثم نسبة 17,1% منهم أجابوا ب (مساء)، بينما نسبة 1,4% منهم أجابوا ب (صباحا) وهي نسبة ضعيفة نسبة صغيرة جدًا من المبحوثين يستخدمون إنستغرام في الصباح بنسبة 1.4%، مما يشير إلى أن الصباح ليس الوقت الأكثر شيوعًا لاستخدام هذه المنصة بالنسبة لهم، وربما يكونون مشغولين بأنشطة أخرى أو يستخدمون منصات أخرى في تلك الفترة من اليوم. مما سبق نستنتج أن معظم أفراد العينة يستخدمون إنستغرام حسب الحاجة أي ليس في فترة معينة.

حيث يبدو أن نسبة عالية من المبحوثين، تصل إلى 60%، يستخدمون إنستغرام "حسب الحاجة"، مما يعني أنهم يدخلون المنصة عندما يحتاجون إليها دون أن يكون لديهم فترة زمنية محددة مسبقًا. يمكن تفسير ذلك بأن إنستغرام أصبح جزءًا من حياتهم اليومية ويستخدمونه بشكل عفوي لتصفح المحتوى أو التفاعل مع الأصدقاء والعائلة.

الجدول رقم (08): يبين الوسيلة التي يستعملها المبحوثين لتصفح موقع إنستغرام

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|----------------|---------|----------|
| الهاتف | 66 | 94.3 |
| لوحة الكترونية | 3 | 4.3 |
| الحاسوب | 1 | 1.4 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (08) الذي يبين الوسيلة التي يستعملها المبحوثين لتصفح موقع إنستغرام نجد في المرتبة الأولى (الهاتف) بنسبة 94,3%، تلتها في المرتبة الثانية (لوحة الكترونية) بنسبة 4,3%، بينما في المرتبة الثالثة نجد (الحاسوب) بنسبة 1,4% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد العينة يستعملون الهاتف لتصفح موقع إنستغرام و راجع الى سهولة استعمال الهاتف لتوفره من خصائص مثل سهولة حمله و حجمه الصغير مما يسمح للمبحوثين استعماله في أي وقت و مكان عكس الحاسوب الشخصي و اللوحة الالكترونية لصعوبة حملهم و ثقلهم.

الجدول رقم (09): يبين المكان الذي يتصفح فيه المبحوثين موقع إنستغرام

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| المنزل | 35 | 50.0 |
| الجامعة | 3 | 4.3 |
| الشارع | 10 | 14.3 |
| كل مكان | 22 | 31.4 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (09) الذي يبين المكان الذي يتصفح فيه المبحوثين موقع إنستغرام نجد في المرتبة الأولى (المنزل) بنسبة 50%، تلتها في المرتبة الثانية (كل مكان) بنسبة 31,4%، وتلتها في المرتبة الثالثة (الشارع) بنسبة 14,3%، في حين سجلت في المرتبة الرابعة (الجامعة) بنسبة 4,3 % كأصغر نسبة، مما سبق نستنتج أن معظم أفراد العينة يتصفحون موقع إنستغرام بالمنزل.

يرجع تفسير تصفح المبحوثين موقع إنستغرام في المنزل يمكن ان يعود الى ان المنزل هو البيئة الأكثر راحة وخصوصية للتصفح والاطلاع على المنشورات وغيرها حيث يمكن للطلبة الاستمتاع بوقتهم على الانترنت دون تشتت بينما تأتي الأماكن الأخرى كالشارع والجامعة بنسبة اقل مما يشير الى ان الطلبة يفضلون البقاء في بيئة مألوفة ومريحة اثناء تصفحهم موقع إنستغرام.

المبحث الثاني: أنماط التوعية الصحية من خلال المواضيع المنشورة على انستغرام وفعاليتها.

الجدول رقم (10): يبين ما إن كان يستخدم المبحوثين إنستغرام من اجل الوعي الصحي

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| نعم | 64 | 91.4 |
| لا | 6 | 8.6 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال جدول (10) الذي يبين ما إن كان يستخدم المبحوثين إنستغرام من اجل الوعي الصحي نلاحظ أن أعلى نسبة منهم أجابوا ب نعم حيث بلغت 91,4% وهي نسبة مرتفعة،

في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب لا 8,6%، ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يستخدمون إنستغرام من اجل الوعي الصحي.

تبين من الجدول أعلاه ان نسبة كبيرة من المبحوثين بلغت 91,4 بالمئة يستخدمون إنستغرام من اجل كسب التوعية الصحية، وهذا راجع الى ان إنستغرام له دور هام في نشر الوعي بالصحة والعافية بين الافراد وذلك من خلال مشاركة المعلومات الصحية والنصائح وهو مؤشر جيد على استخدام إنستغرام في تحسين نمط الحياة والصحة اما الباقية بنسبة 8,6 فيمكن ان يرجع الى انه لا يستعملون موقع إنستغرام كثيرا او عدم متابعة المضامين والمحتويات الصحية والتوعوية في الشأن الصحي.

الجدول رقم (11): يبين لماذا يستخدم المبحوثين إنستغرام فيما يتعلق بالوعي الصحي

| النسبة % | التكرار | المتغير |
|----------|---------|---|
| 34.3 | 24 | نصائح حول التغذية واللياقة البدنية |
| 35.7 | 25 | لزيادة الوعي بأمراض محددة او حالات صحية |
| 2.9 | 2 | لفاعليات صحية وورش عمل |
| 25.7 | 18 | للتواصل مع مختصين في مجال الصحة |
| 1.4 | 1 | للفحوصات الوقائية والرعاية الذاتية |
| 100.0 | 70 | المجموع |

من خلال الجدول (11) الذي يبين لماذا يستخدم المبحوثين إنستغرام فيما يتعلق بالوعي الصحي نجد في المرتبة الأولى (لزيادة الوعي بأمراض محددة أو حالات صحية) بنسبة 35,7%، تلتها في المرتبة الثانية (نصائح حول التغذية واللياقة البدنية) بنسبة 34,3%، وتلتها في المرتبة الثالثة (للتواصل مع مختصين في مجال الصحة) بنسبة 25,7%، بينما نجد في المرتبة الرابعة (لفاعليات صحية وورش عمل) بنسبة 2,9%، في حين سجلت في المرتبة الخامسة (للفحوصات الوقائية والرعاية الذاتية) بنسبة 1,4% كأصغر نسبة، مما سبق نستنتج النسبة الأعلى من أفراد العينة يستخدمون إنستغرام فيما يتعلق بالوعي الصحي للحصول على نصائح حول التغذية واللياقة البدنية.

الجدول رقم (12): يبين في حالة المرض ما إن كان ساعد موقع إنستغرام المبحوثين في إيجاد طرق وحلول الصحية المناسبة

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| نعم | 34 | 48.6 |
| لا | 7 | 10.0 |
| أحيانا | 29 | 41.4 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (12) الذي يبين في حالة المرض ما إن كان ساعد موقع إنستغرام المبحوثين في إيجاد طرق وحلول الصحية المناسبة نجد نسبة 48,6% منهم أجابوا ب (نعم) وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 41,4% منهم أجابوا ب (أحيانا)، ثم نسبة 10% منهم أجابوا ب(لا) وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة ساعدهم موقع إنستغرام المبحوثين في إيجاد طرق وحلول الصحية المناسبة في حالة المرض.

يبدو أن موقع إنستغرام قد ساعد العديد من المبحوثين في إيجاد طرق وحلول صحية مناسبة في حالة المرض، حيث أجاب 48.6% منهم ب "نعم"، و 41.4% أجابوا ب "أحيانا"، مما يشير إلى أن موقع إنستغرام كان له تأثير إيجابي على الحصول على معلومات صحية وحلول مناسبة للمرض وهذا يمكن أن يكون ناتجاً عن فهمهم الجيد للمعلومات وقدرتهم على تحديد الإجراءات الصحيحة وتطبيقها في حياتهم اليومية. تطبيق المعلومات الصحية يمكن أن يسهم في تحسين صحتهم والوقاية من الأمراض وتعزيز جودة حياتهم بشكل عام.

الجدول رقم (13): يبين أنواع المصادر التي يحصل منها المبحوثين على معلومات التوعية الصحية

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|-------------------------------|---------|----------|
| اطباء ومختصين | 34 | 48.6 |
| صفحات مؤسسات صحية رسمية | 10 | 14.3 |
| صفحات مخصصة لقضايا صحية معينة | 13 | 18.6 |
| صفحات مؤسسات إعلامية | 13 | 18.6 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (13) الذي يبين أنواع المصادر التي يحصل منها المبحوثين على معلومات التوعية الصحية نجد في المرتبة الأولى (أطباء ومختصين) بنسبة 48,6%، تلتها في المرتبة الثانية كل من (صفحات مخصصة لقضايا صحية معينة) و(صفحات مؤسسات

إعلامية) بنسبة متساوية قدرت ب 18,6%، بينما في المرتبة الثالثة نجد (صفحات مؤسسات صحية رسمية) بنسبة 14,3% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة يحصلون على مصادر معلومات التوعية الصحية من أطباء ومختصين.

بشكل عام، يتضح من الجدول أن الأفراد يعتمدون بشكل كبير على الخبراء الطبيين لأن أفراد العينة يتقنون في مصادر الخبرة المهنية للحصول على معلومات توعية صحية، مما يبرز أهمية توفير مصادر موثوقة ودقيقة للمعلومات الصحية

الجدول رقم (14): يبين للوقاية من الأمراض ما إن كان يتبع المبحوثين النصائح والتعليمات الصحية التوعوية التي تنشر في موقع إنستغرام

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| دائماً | 7 | 10.0 |
| غالباً | 31 | 44.3 |
| أحياناً | 23 | 32.9 |
| نادراً | 9 | 12.9 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (14) الذي يبين للوقاية من الأمراض ما إن كان يتبع المبحوثين النصائح والتعليمات الصحية التوعوية التي تنشر في موقع إنستغرام نجد نسبة 44,3% منهم أجابوا ب (غالباً) كأعلى نسبة، تلتها نسبة 32,9% منهم أجابوا ب (أحياناً)، ثم نسبة 12,9% منهم أجابوا ب (نادراً)، بينما نسبة 10% منهم أجابوا ب (دائماً) كأدنى نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة غالباً يتبعون النصائح والتعليمات الصحية التوعوية التي تنشر في موقع إنستغرام للوقاية من الأمراض.

يتضح من الجدول أن الأغلبية الكبيرة من المبحوثين، بنسبة 44.3%، يتبعون غالباً النصائح والتعليمات الصحية التوعوية التي تنشر في موقع إنستغرام للوقاية من الأمراض. يمكن تفسير هذا بأن المعلومات التوعوية المنشورة على إنستغرام تلقى تفاعلاً إيجابياً من قبل المستخدمين، ويتبعونها بانتظام لتحسين صحتهم والوقاية من الأمراض و اتخاذ و اكتساب سلوك صحي سوي إلى أن هناك جزءاً من المستخدمين يلتزمون بالتعليمات بشكل منتظم، لكن

قد يكون هناك بعض الاستثناءات من المبحوثين يتبعون النصائح والتعليمات نادرًا، وهذا يشير إلى أن هناك جزءًا صغيرًا من المستخدمين قد لا يلتزمون بالتعليمات بشكل دائم، ربما بسبب عوامل مختلفة مثل قلة الوقت أو عدم الاستفادة الكافية من المعلومات أو عدم الاهتمام بالمواضيع الصحية على إنستغرام.

المبحث الثالث: تأثير إنستغرام وأهميته في نشر الوعي الصحي لدى طلبة الماستر 3

الجدول رقم (15): يبين كيف أثرت منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام على الوعي الصحي للمبحوثين

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|-----------|---------|----------|
| بشكل كبير | 22 | 31.4 |
| نوعا ما | 38 | 54.3 |
| قليلا | 10 | 14.3 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (15) الذي يبين كيف أثرت منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام على وعي الصحي للمبحوثين نجد نسبة 54,3% منهم أجابوا ب (نوعا ما) وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 31,4% منهم أجابوا ب (بشكل كبير)، ثم نسبة 14,3% منهم أجابوا ب(قليلا) وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن معظم أفراد العينة أثرت منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام نوعا ما على وعيهم الصحي.

يتضح أن الأغلبية الكبيرة من المبحوثين، بنسبة 54.3%، شعروا أن منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام أثرت على وعيهم الصحي "نوعًا ما". هذا يعني أن المعلومات والنصائح التي تم نشرها على المنصة ساهمت إلى حد ما في زيادة الوعي الصحي لديهم. مما يشير إلى أن المعلومات التي تم تقديمها على إنستغرام كان لها تأثير إيجابي ملحوظ على فهمهم للمواضيع الصحية.

الجدول رقم (16): يبين مدى استفادة المبحوثين من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| جيدة | 32 | 45.7 |
| متوسطة | 31 | 44.3 |
| ضعيفة | 7 | 10.0 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (16) الذي يبين مدى استفادة المبحوثين من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية نجد نسبة 45,7% منهم أجابوا ب (جيدة) وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 44,3% منهم أجابوا ب (متوسطة)، ثم نسبة 10% منهم أجابوا ب (ضعيفة) وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة مدى استفادتهم من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية جيدة.

يبدو أن معظم المبحوثين استفادوا بشكل جيد من موقع إنستغرام في التوعية الصحية، مما يشير إلى أن المنصة تلعب دورًا مهمًا في توفير المعلومات الصحية وزيادة الوعي الصحي لأفراد العينة هذا يعني أنهم وجدوا المعلومات والنصائح المنشورة على المنصة مفيدة وملموسة، وأن الإنستغرام قد ساهم في زيادة معرفتهم الصحية وتحفيزهم على اتخاذ إجراءات صحية.

الجدول رقم (17): يبين مدى ثقة المبحوثين بالمعلومات الصحية التي يحصلون عليها من إنستغرام

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|------------------|---------|----------|
| موثوقة للغاية | 6 | 8.6 |
| موثوقة إلى حد ما | 58 | 82.9 |
| غير موثوقة | 6 | 8.6 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (17) الذي يبين مدى ثقة المبحوثين بالمعلومات الصحية التي يحصلون عليها من إنستغرام نجد نسبة 82,9% منهم أجابوا ب (موثوقة إلى حد ما) وهي أعلى نسبة، بينما سجلت نسبة 8,6% كنسبة متساوية بين الذين أجابوا ب(موثوقة للغاية) وبين الذين أجابوا ب(غير موثوقة) وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد العينة يثقون إلى حد ما بالمعلومات الصحية التي يحصلون عليها من إنستغرام.

بشكل عام، يبدو أن الثقة في المعلومات الصحية المقدمة على إنستغرام تتنوع بين الباحثين، ولكن الأغلبية لديها مستوى معقول من الثقة في هذه المعلومات ظهر أن إنستغرام يُعتبر مصدرًا موثوقًا إلى حد ما للمعلومات الصحية بالنسبة لغالبية أفراد العينة. يُمكن تفسير ذلك بوجود العديد من الحسابات المهنية على إنستغرام التي تقدم معلومات صحية موثوقة من قبل أطباء ومؤسسات طبية معتمدة ومع ذلك، من المهم ملاحظة أن هناك بعض المعلومات الصحية غير الدقيقة أو المضللة التي قد يتم نشرها على إنستغرام، لذلك يجب على المستخدمين توخي الحذر عند تقييم المعلومات الصحية التي يجدونها على هذه المنصة

الجدول رقم (18): يبين الأمور التي يلببها الباحثين بعد اكتسابهم للمعلومات التوعوية الصحية

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---|---------|----------|
| تزويد رصيدك الثقافي والمعرفي | 28 | 40.0 |
| حمية غذائية | 9 | 12.9 |
| تغيير السلوك | 20 | 28.6 |
| الاطلاع على بعض الامراض النادرة والعلاجات | 13 | 18.6 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (18) الذي يبين الأمور التي يلببها الباحثين بعد اكتسابهم للمعلومات التوعوية الصحية نجد في المرتبة الأولى (تزويد رصيدك الثقافي والمعرفي) بنسبة 40%، تلتها في المرتبة الثانية (تغيير السلوك) بنسبة 28,6%، وتلتها في المرتبة الثالثة (الاطلاع على بعض الأمراض النادرة والعلاجات) بنسبة 18,6%، في حين سجلت في المرتبة الرابعة (حمية غذائية) بنسبة 12,9 % كأصغر نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة يلبون بعد اكتسابهم للمعلومات التوعوية الصحية بزيادة رصيدهم الثقافي والمعرفي.

الجدول رقم (19): يبين الجوانب التي لاحظها الباحثين على منشورات التوعية الصحية على موقع إنستغرام

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|--|---------|----------|
| الحرص على تقديم المعلومة الصحية بدقة وموضوعية | 7 | 10.0 |
| اعتمادها على ادوات جذب واقناع متنوعة صور فيديو | 30 | 42.9 |
| مواكبتها للوضعيات الوبائية ومختلف الامراض | 32 | 45.7 |
| أخرى (طريقة طرحها للمواضيع) | 1 | 1.4 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال الجدول (19) الذي يبين الجوانب التي لاحظها المبحوثين على منشورات التوعية الصحية على موقع إنستغرام نجد في المرتبة الأولى (مواكبتها للوضعيات الوبائية ومختلف الأمراض) بنسبة 45,7%، تلتها في المرتبة الثانية (اعتمادها على أدوات جذب وإقناع متنوعة صور فيديو) بنسبة 42,9%، وتلتها في المرتبة الثالثة (الحرص على تقديم المعلومة الصحية بدقة وموضوعية) بنسبة 10%، في حين سجلت في المرتبة الرابعة (أخرى "طريقة طرحها للمواضيع") بنسبة 1,4% كأصغر نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة لاحظوا على منشورات التوعية الصحية على موقع إنستغرام جانب مواكبتها للوضعيات الوبائية ومختلف الأمراض.

الجدول رقم (20): يبين ما إن كان يطبق المبحوثين المعلومات المكتسبة في حياتهم اليومية

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| نعم | 56 | 80.0 |
| لا | 14 | 20.0 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال جدول (20) الذي يبين ما إن كان يطبق المبحوثين المعلومات المكتسبة في حياتهم اليومية نلاحظ أن أعلى نسبة منهم أجابوا ب نعم حيث بلغت 80% وهي نسبة مرتفعة، في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب لا 20%، ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يطبقون المعلومات المكتسبة في حياتهم اليومية. النتائج التي توضح أن 80% من المبحوثين يقولون بأنهم يطبقون المعلومات التوعوية التي اكتسبوها في حياتهم اليومية تعكس مدى فعالية تلك المعلومات وقدرتها على التأثير في سلوكياتهم اليومية. وبالتالي، يبدو أن جهود التوعية الصحية تصل إلى الجمهور بشكل فعال وتؤثر إيجابياً على سلوكهم الصحي. عليه نستنتج أن أغلب المبحوثين يطبقون المعلومات المكتسبة والتي يتلقونها على الإنستغرام وذلك لأن موقع الإنستغرام يشبع حاجاتهم ورغبتهم ويزودهم بمختلف المعلومات المدعمة بمقاطع الفيديو التي تشعرهم بالراحة أثناء استخدامه. وعلى الرغم من أن هناك 20% يقولون بأنهم لا يطبقون

تلك المعلومات، إلا أن النسبة العالية للذين يطبقونها تشير إلى نجاح الجهود التوعوية في تحفيز التغيير الإيجابي في سلوكيات الفرد.

الجدول رقم (21): يبين ما إن كان يشارك المبحوثين المعلومات الصحية التوعوية مع أصدقائهم على إنستغرام

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| نعم | 45 | 64.3 |
| لا | 25 | 35.7 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال جدول (21) الذي يبين ما إن كان يشارك المبحوثين المعلومات الصحية التوعوية مع أصدقائهم على إنستغرام نلاحظ أن أعلى نسبة منهم أجابوا ب نعم حيث بلغت 64,3%، في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب لا 35,7%، ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يشاركون المعلومات الصحية التوعوية مع أصدقائهم على إنستغرام. إن وجود أغلبية المبحوثين قامت مشاركة معلومات صحية توعوية مع أصدقائهم في الواقع راجع إلى ارتفاع وعيهم الصحي والرغبة في نشر الثقافة الصحية وزيادة وعي أصدقائهم للحد من مخاطر الأمراض والوقاية منها. هذا يظهر استعدادهم لنقل الفوائد الصحية لمن هم حولهم، ما يمكن أن يسهم في بناء مجتمع صحي ومستدير قد يكون الأشخاص يشعرون بالمسؤولية تجاه أصدقائهم ويرغبون في مساعدتهم في تحقيق الوعي الصحي واتخاذ قرارات صحية مدروسة.

الجدول رقم (22): يبين ما إن كان يرى المبحوثين بان موقع إنستغرام له دور وأهمية في نشر وتعزيز الوعي الصحي لديهم من خلال المضامين الصحية التي يقدمها

| المتغير | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| نعم | 63 | 90.0 |
| لا | 7 | 10.0 |
| المجموع | 70 | 100.0 |

من خلال جدول (22) الذي يبين ما إن كان يرى المبحوثين بان موقع إنستغرام له دور وأهمية في نشر وتعزيز الوعي الصحي لديهم من خلال المضامين الصحية التي يقدمها نلاحظ

أن أعلى نسبة منهم أجابوا ب نعم حيث بلغت 90%، في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب لا 10%، ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يرون بان موقع إنستغرام له دور وأهمية في نشر وتعزيز الوعي الصحي لديهم من خلال المضامين الصحية التي يقدمها.

ويمكن تفسير اختيار غالبية عينة الدراسة للإجابة ب "نعم " على أنه لمواقع التواصل الاجتماعي إنستغرام دور في زيادة الوعي الصحي من خلال المضامين الصحية التي تقدمها، يمكن تفسير ذلك على أنهم يعتمدون بصفة كبيرة على الموقع ويتابعون تطورات أعراض الأمراض والأوبئة ومصادرها من خلالها دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كالتلفاز والصحف، من خلال الهاتف وفي أي مكان يمكنهم الاطلاع على الأخبار في أي موقع يفضلونه بحيث أنهم ومن خلال متابعتهم للمنشورات التوعوية الصحية على هذه المواقع يمكنهم من التخلص من عادات خاطئة من شأنها المساس بصحتهم الجسدية ووعيهم الصحي وتكسبهم عادات إيجابية جديدة تعزز من ثقافتهم الصحية وقناعتهم بقوة هذه المنصة كوسيلة فعالة لنشر المعرفة وتوجيه سلوكيات صحية.

رقم (23): يبين انطباعات المبحوثين واقتراحاتهم حول موقع إنستغرام وأهميته في نشر الوعي الصحي

| النسبة % | التكرار | المتغير |
|----------|---------|--|
| 45.7 | 32 | أجد ذلك شيء جيد ومفيد ومعلومات ذو قيمة ويساهم في تغيير السلوك الصحي من سلبي الى إيجابي من خلال قدرته على الوصول الى الجمهور بشكل سريع وسهل |
| 40.0 | 28 | يجب ان تكون الصفحات والمنشورات التي نتابع ان تكون لمختصين لتحقيق نوعية صحية. |
| 5.7 | 4 | التأكد من مصادر المعلومة لأنه يمكن ان تكون غير موثوقة لتجنب المعلومات المغلوطة |
| 4.3 | 3 | له دور في تعريف الناس بأخطار الامراض وارشادهم الى وسائل الوقاية من خلال استعمال لغة بسيطة ومفهومة من خلال ما يعرف بالتبسيط العلمي |
| 1.4 | 1 | ليس له اهمية كبيرة في نشر الوعي الصحي |
| 2.9 | 2 | تطبيق يساهم في نشر التوعية لدى الشباب أكثر من وسائل الإعلام |
| 100.0 | 70 | المجموع |

من خلال الجدول (23) الذي يبين انطباعات المبحوثين واقتراحاتهم حول موقع إنستغرام وأهميته في نشر الوعي الصحي نجد في المرتبة الأولى (أجد ذلك شيء جيد ومفيد و معلومات ذو قيمة ويساهم في تغيير السلوك الصحي من سلبي الى إيجابي من خلال قدرته على

الوصول الى الجمهور بشكل سريع وسهل) بنسبة 45,7%، تلتها في المرتبة الثانية (يجب أن تكون الصفحات و المنشورات التي تتابع أن تكون لمختصين لتحقيق توعية صحية) بنسبة 40%، وتلتها في المرتبة الثالثة (التأكد من مصادر المعلومة لأنه يمكن أن تكون غير موثوقة لتجنب المعلومات المغلوطة) بنسبة 5,7%، ثم نجد في المرتبة الرابعة (له دور في تعريف الناس بأخطار الأمراض و إرشادهم إلى وسائل الوقاية من خلال استعمال لغة بسيطة ومفهومة من خلال ما يعرف بالتبسيط العلمي) بنسبة 4,3%، بينما نجد في المرتبة الخامسة (تطبيق يساهم في نشر التوعية لدى الشباب أكثر من وسائل الإعلام) بنسبة 2,9%، في حين نجد في المرتبة السادسة (ليس له أهمية كبيرة في نشر الوعي الصحي) بنسبة 1,4% كأصغر نسبة. مثل ضرورة توجيه الجمهور إلى صفحات ومنشورات يديرها أشخاص مختصون لضمان جودة المحتوى ودقته، بالإضافة إلى التأكد من مصادر المعلومات لتجنب المعلومات المغلوطة. حيث ان المبحوثين يرون أهمية كبيرة لإنستغرام في نشر الوعي الصحي، ويقدرين دوره في تحفيز التغييرات الإيجابية في السلوك الصحي بحيث انه يساعد الأشخاص الغير المتعلمين تغيير سلوكهم باستعمال لغة يفهمونها كالصور والايحاءات وفيديوهات عن المرض كالحمد من كورونا كانت الصور معبرة عما يحدث كغسل الايدي و التعليمات الأخرى كما نجد فيديوهات عن اللياقة البدنية لأصحاب التخصص، وفي الوقت نفسه، يعتبرون أن هناك بعض النواحي التي يجب تحسينها لضمان جودة وموثوقية المحتوى الصحي على المنصة إضافة الى ان إنستغرام يقدم محتوى مرئي و جذاب بحيث يتفاعل المتابعين من خلال الحملات و المبادرات الصحية كحملات حول التبوع بالدم ،حملات حول سرطان الثدي ، التدخين و غيرها بما يخدم صحة الفرد مما لها تأثير في حياتهم مما ساهم في التقليل من الازمات والاطار والامراض المعدية حيث نستج من هذا، ان إنستغرام له دور فعال في نشر الوعي الصحي لدى طلبة الماستر.

الجدول رقم (24): يبين هل يستخدم المبحوثين إنستغرام من أجل الوعي الصحي حسب متغير الجنس

| المجموع | الجنس | | التكرار | نعم | هل تستخدم إنستغرام من أجل الوعي الصحي؟ |
|---------|--------|--------|---------|-----|--|
| | أنثى | ذكر | | | |
| 64 | 41 | 23 | | | |
| 91.4% | 87.2% | 100.0% | | | |
| 6 | 6 | 0 | | | |
| 8.6% | 12.8% | 0.0% | | | |
| 70 | 47 | 23 | | | |
| 100.0% | 100.0% | 100.0% | | | |

من خلال الجدول (24) الذي يبين هل يستخدم المبحوثين إنستغرام من أجل الوعي الصحي حسب متغير الجنس نلاحظ أن الإجابة نعم تصدرتها نسبة 100% لصالح الذكور تلتها نسبة 87,2% لصالح الإناث، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 12,8% لصالح الإناث فيما انعدمت النسبة لدى الذكور، ومنه نستنتج أن أغلبية المبحوثين أكدوا بالإيجاب على أنهم يستخدمون إنستغرام من أجل الوعي الصحي وقد مثل الذكور النسبة الأعلى على الإناث.

الجدول رقم (25): يبين في حالة المرض هل ساعد موقع إنستغرام المبحوثين في إيجاد طرق الحلول الصحية المناسبة حسب متغير الجنس

| المجموع | الجنس | | التكرار | نعم | في حالة المرض هل ساعدك موقع إنستغرام في إيجاد طرق الحلول الصحية المناسبة؟ |
|---------|--------|--------|---------|-----|---|
| | أنثى | ذكر | | | |
| 34 | 22 | 12 | | | |
| 48.6% | 46.8% | 52.2% | | | |
| 7 | 6 | 1 | | | |
| 10.0% | 12.8% | 4.3% | | | |
| 29 | 19 | 10 | | | |
| 41.4% | 40.4% | 43.5% | | | |
| 70 | 47 | 23 | | | |
| 100.0% | 100.0% | 100.0% | | | |

من خلال الجدول (25) الذي يبين في حالة المرض هل ساعد موقع إنستغرام المبحوثين في إيجاد طرق الحلول الصحية المناسبة حسب متغير الجنس نلاحظ أن الإجابة نعم تصدرتها نسبة 52,2% لصالح الذكور تلتها نسبة 46,8% لصالح الإناث، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 12,8% لصالح الإناث بعدها نسبة 4,3% لصالح الذكور، في حين أن الإجابة أحيانا

جاءت بنسبة 43,5% لصالح الذكور ونسبة 40,4% لصالح الإناث، و منه نستنتج أن أغلبية المبحوثين أكدوا بالإيجاب على أن موقع إنستغرام في حالة المرض قد ساعدهم في إيجاد طرق الحلول الصحية المناسبة و قد مثل الذكور النسبة الأعلى على الإناث.

الجدول رقم (26): يبين ما مدى استفادة المبحوثين من موقع إنستغرام حول النوعية الصحية حسب متغير الجنس

| المجموع | الجنس | | التكرار | النسبة % | ما مدى استفادتك من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية؟ |
|---------|--------|--------|----------|----------|--|
| | أنثى | ذكر | | | |
| 32 | 16 | 16 | التكرار | النسبة % | ما مدى استفادتك من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية؟ |
| 45.7% | 34.0% | 69.6% | النسبة % | النسبة % | |
| 31 | 25 | 6 | التكرار | النسبة % | |
| 44.3% | 53.2% | 26.1% | النسبة % | النسبة % | |
| 7 | 6 | 1 | التكرار | النسبة % | |
| 10.0% | 12.8% | 4.3% | النسبة % | النسبة % | |
| 70 | 47 | 23 | التكرار | النسبة % | المجموع |
| 100.0% | 100.0% | 100.0% | النسبة % | النسبة % | |

من خلال الجدول (26) الذي يبين ما مدى استفادة المبحوثين من موقع إنستغرام حول النوعية الصحية حسب متغير الجنس نجد الإجابة جيدة تصدرتها نسبة 69,6% لصالح الذكور تلتها نسبة 34% لصالح الإناث، بينما الإجابة متوسطة سجلت نسبة 53,2% لصالح الإناث بعدها نسبة 26,1% لصالح الذكور، في حين أن الإجابة ضعيفة جاءت بنسبة 12,8% لصالح الإناث ونسبة 4,3% لصالح الذكور، ومنه نستنتج أن العدد الأكبر من المبحوثين استفادوا من موقع إنستغرام جديا حول النوعية الصحية وقد مثل الذكور النسبة الأعلى على الإناث.

الجدول رقم (27): يبين للوقاية من الأمراض هل تتبع النصائح والتعليمات الصحية التوعوية التي تنشر في موقع إنستغرام حسب متغير العمر

| المجموع | العمر | | | التكرار | |
|---------|----------------|------------------|------------------|----------|---------|
| | أكثر من 25 سنة | من 23 إلى 25 سنة | من 20 إلى 23 سنة | | |
| 7 | 2 | 3 | 2 | النسبة % | دائما |
| 10.0% | 22.2% | 10.0% | 6.5% | | |
| 31 | 4 | 17 | 10 | التكرار | غالبا |
| 44.3% | 44.4% | 56.7% | 32.3% | النسبة % | |
| 23 | 3 | 6 | 14 | التكرار | أحيانا |
| 32.9% | 33.3% | 20.0% | 45.2% | النسبة % | |
| 9 | 0 | 4 | 5 | التكرار | نادرا |
| 12.9% | 0.0% | 13.3% | 16.1% | النسبة % | |
| 70 | 9 | 30 | 31 | التكرار | المجموع |
| 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | النسبة % | |

من خلال الجدول (27) الذي يبين للوقاية من الأمراض هل تتبع النصائح و التعليمات الصحية التوعوية التي تنشر في موقع إنستغرام حسب متغير العمر نجد الإجابة دائما سجلت نسبة 22,2% للفئة العمرية أكثر من 25 سنة بعدها نسبة 10% للفئة العمرية من 23 إلى 25 سنة ثم نسبة 6,5% للفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة، أما الإجابة غالبا تصدرتها نسبة 56,7% للفئة العمرية من 23 إلى 25 سنة تلتها نسبة 44,4% للفئة العمرية أكثر من 25 سنة ثم نسبة 32,3% للفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة، بينما الإجابة أحيانا جاءت بنسبة 45,2% للفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة ثم نسبة 33,3% للفئة العمرية أكثر من 25 سنة و نسبة 20% للفئة العمرية من 23 إلى 25 سنة، في حين أن الإجابة نادرا سجلت نسبة 16,1% للفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة ثم نسبة 13,3% للفئة العمرية من 23 إلى 25 سنة فيما انعدمت النسبة لدى الفئة العمرية أكثر من 25 سنة، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من المبحوثين غالبا ما يتبعون النصائح و التعليمات الصحية التوعوية التي تنشر في موقع إنستغرام من أجل الوقاية من الأمراض و قد مثل الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 23 و 25 سنة النسبة الأعلى.

الجدول رقم (28): يبين كيف أثرت منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام على وعي المبحوثين الصحي حسب متغير العمر

| المجموع | العمر | | | التكرار | النسبة % |
|---------|----------------|------------------|------------------|----------|-----------|
| | أكثر من 25 سنة | من 23 إلى 25 سنة | من 20 إلى 23 سنة | | |
| 22 | 3 | 13 | 6 | التكرار | بشكل كبير |
| 31.4% | 33.3% | 43.3% | 19.4% | النسبة % | |
| 38 | 6 | 14 | 18 | التكرار | نوعا ما |
| 54.3% | 66.7% | 46.7% | 58.1% | النسبة % | |
| 10 | 0 | 3 | 7 | التكرار | قليلا |
| 14.3% | 0.0% | 10.0% | 22.6% | النسبة % | |
| 70 | 9 | 30 | 31 | التكرار | المجموع |
| 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | النسبة % | |

من خلال الجدول (28) الذي يبين كيف أثرت منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام على وعي المبحوثين الصحي حسب متغير العمر نجد الإجابة بشكل كبير سجلت نسبة 43,3% للفئة العمرية من 23 إلى 25 سنة بعدها نسبة 33,3% للفئة العمرية أكثر من 25 سنة ثم نسبة 19,4% للفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة، بينما الإجابة نوعا ما تصدرتها نسبة 66,7% للفئة العمرية أكثر من 25 سنة تلتها نسبة 58,1% للفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة ثم نسبة 46,7% للفئة العمرية من 23 إلى 25 سنة، في حين أن الإجابة قليلا جاءت بنسبة 22,6% للفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة ثم نسبة 10% للفئة العمرية من 23 إلى 25 سنة ونسبة معدومة للفئة العمرية أكثر من 25 سنة، و منه نستنتج أن أغلبية المبحوثين قد أثرت فيهم نوعا ما منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام على وعيهم الصحي و قد مثل الأفراد الذين أعمارهم أكثر من 25 سنة النسبة الأعلى.

الجدول رقم (29): يبين كيف أثرت منشورات التوعية الصحية عبر إنستغرام على وعي المبحوثين الصحي حسب متغير كم هي المدة الزمنية التي يقضونها يوميا في تصفح موقع إنستغرام

| المجموع | كم هي المدة الزمنية التي تقضيها يوميا في تصفح موقع إنستغرام؟ | | | التكرار | النسبة % |
|---------|--|---------------------|-------------|----------|-----------|
| | أزيد من 3 ساعات | من ساعة إلى 3 ساعات | أقل من ساعة | | |
| 22 | 12 | 10 | 0 | التكرار | بشكل كبير |
| 31.4% | 36.4% | 32.3% | 0.0% | النسبة % | |
| 38 | 20 | 14 | 4 | التكرار | نوعا ما |
| 54.3% | 60.6% | 45.2% | 66.7% | النسبة % | |
| 10 | 1 | 7 | 2 | التكرار | قليلا |
| 14.3% | 3.0% | 22.6% | 33.3% | النسبة % | |
| 70 | 33 | 31 | 6 | التكرار | المجموع |
| 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | النسبة % | |

من خلال الجدول (29) الذي يبين كيف أثرت منشورات التوعية الصحية عبر إنستغرام على وعي المبحوثين الصحي حسب متغير كم هي المدة الزمنية التي يقضونها يوميا في تصفح موقع إنستغرام نجد الإجابة بشكل كبير سجلت نسبة 36,4% لأزيد من 3 ساعات بعدها نسبة 32,3% لمن ساعة إلى 3 ساعات و نسبة معدومة لأقل من ساعة، بينما الإجابة نوعا ما تصدرتها نسبة 66,7% لأقل من ساعة تلتها نسبة 60,6% لأزيد من 3 ساعات ثم نسبة 45,2% لمن ساعة إلى 3 ساعات، في حين أن الإجابة قليلا جاءت بنسبة 33,3% لأقل من ساعة ثم نسبة 22,6% لمن ساعة إلى 3 ساعات و نسبة 3% لأزيد من 3 ساعات، و منه نستنتج أن أغلبية المبحوثين نوعا ما تأثر على وعيهم الصحي منشورات التوعية الصحية عبر إنستغرام و قد مثل الأفراد الذين يقضون أقل من ساعة يوميا في تصفح موقع إنستغرام النسبة الأعلى.

لجدول رقم (30): يبين ما مدى استفادة المبحوثين من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية حسب متغير كم هي المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين يوميا في تصفح موقع إنستغرام

| المجموع | كم هي المدة الزمنية التي تقضيها يوميا في تصفح موقع إنستغرام؟ | | | التكرار | النسبة % |
|---------|--|---------------------|-----------------|----------|----------|
| | أقل من ساعة | من ساعة إلى 3 ساعات | أزيد من 3 ساعات | | |
| 32 | 17 | 15 | 0 | التكرار | جيدة |
| 45.7% | 51.5% | 48.4% | 0.0% | النسبة % | |
| 31 | 15 | 12 | 4 | التكرار | متوسطة |
| 44.3% | 45.5% | 38.7% | 66.7% | النسبة % | |
| 7 | 1 | 4 | 2 | التكرار | ضعيفة |
| 10.0% | 3.0% | 12.9% | 33.3% | النسبة % | |
| 70 | 33 | 31 | 6 | التكرار | المجموع |
| 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | النسبة % | |

من خلال الجدول (30) الذي يبين ما مدى استفادة المبحوثين من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية حسب متغير كم هي المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين يوميا في تصفح موقع إنستغرام نجد الإجابة جيدة سجلت نسبة 51,5% لأزيد من 3 ساعات بعدها نسبة 48,4% لمن ساعة إلى 3 ساعات ونسبة معدومة لأقل من ساعة، بينما الإجابة متوسطة تصدرتها نسبة 66,7% لأقل من ساعة تلتها نسبة 45,5% لأزيد من 3 ساعات ثم نسبة 38,7% لمن ساعة إلى 3 ساعات، في حين أن الإجابة ضعيفة جاءت بنسبة 33,3% لأقل من ساعة ثم نسبة 12,9% لمن ساعة إلى 3 ساعات و نسبة 3% لأزيد من 3 ساعات، و منه نستنتج أن العدد الأكبر من المبحوثين كانت مدى استفادتهم من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية جيدة و قد مثل الأفراد الذين يقضون أزيد من 3 ساعات في تصفح موقع إنستغرام يوميا.

الاستنتاجات

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

- بينت الدراسة ان نسبة الإناث أعلى بشكل ملحوظ بنسبة 67.1% من الذكور في هذه العينة، وهذا يشير إلى وجود تفوق للإناث في مجتمع البحث الذي تم دراسته.
- كشفت الدراسة أن النسبة الأعلى من أفراد العينة تتراوح في الفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة بنسبة 44.3%.
- أظهرت الدراسة تشير إلى أن جميع أفراد العينة يمتلكون مستوى ماستر (3)، وهذا يرجع إلى أن عينة البحث كانت مكونة من طلاب الماستر (3) فقط من المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام.
- توصلت الدراسة إلى أن النسبة الأعلى من أفراد العينة هم في تخصص صحافة علمية وبيئية وفي اتصال مؤسساتي بنسبة متساوية تبلغ 21.4% لكل منهم.
- بينت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع إنستغرام منذ أكثر من 4 سنوات، بنسبة تصل إلى 82.9%.
- كشفت الدراسة أن المدة التي يقضيها النسبة الأعلى من أفراد العينة يومياً في تصفح موقع إنستغرام تزيد عن 3 ساعات، بنسبة 47.1%. يُعزى هذا الاستخدام المكثف للموقع إلى توافر مجموعة واسعة من الخدمات والميزات التي يقدمها الموقع.
- أظهرت الدراسة أن معظم أفراد العينة يستخدمون موقع إنستغرام حسب الحاجة بنسبة 60.0%، دون أن يكون لديهم فترة زمنية محددة مسبقاً.
- بينت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الهاتف لتصفح موقع إنستغرام، بنسبة تصل إلى 94.3%. يعود هذا الاستخدام المنتشر للهاتف وسهولة استعماله حيث يتيح للمستخدمين الوصول إلى المنصة في أي وقت ومن أي مكان.
- أوصلت الدراسة أن معظم أفراد العينة يتصفحون موقع إنستغرام في المنزل، بنسبة 50%. يعود هذا الاختيار إلى أن المنزل يوفر بيئة مريحة وخصوصية للتصفح والاطلاع على المنشورات بدون تشتت، بينما تأتي الأماكن الأخرى كالشارع والجامعة بنسبة أقل.

- بينت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون إنستغرام من أجل الوعي الصحي، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا بنعم 91.4%. يعكس هذا الاستخدام الواسع لإنستغرام ودوره الهام في نشر الوعي بالصحة.
- خلصت دراستنا الى ان أغلبية أفراد العينة يستخدمون إنستغرام للوعي الصحي لأجل الحصول على نصائح لزيادة الوعي بأمراض محددة او حالات صحية بنسبة 35.7% ونصائح حول التغذية واللياقة البدنية 34.3 بنسب متقاربة.
- توضح الإجابات لدى المبحوثين أن موقع إنستغرام ساعد العديد من المبحوثين في العثور على طرق وحلول صحية مناسبة خلال فترة المرض. حيث أجاب 48.6% منهم بـ "نعم".
- توصلت الدراسة بان الأطباء والمختصين هم المصدر الرئيسي للمعلومات التوعوية الصحية للمبحوثين بنسبة 48.6 باعتبار ان الأطباء هم المصدر الأساسي للمعلومات الصحية وأصحاب المهنة وذو مصداقية في المعلومات او المضامين التي ينشرونها عبر موقع إنستغرام.
- يتضح من خلال ما توصلنا اليه من نسب ان النسبة الأكبر من المبحوثين يتبعون النصائح والتعليمات الصحية التوعوية المنشورة على إنستغرام غالبا بنسبة 44,3%.
- يتبين من خلال الدراسة ان نسبة كبيرة من المبحوثين، تقدر بحوالي 54.3%، ادلوا أن منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام أثرت على وعيهم الصحي نوعًا ما، مما يشير إلى أن المعلومات والنصائح التي تم نشرها على المنصة ساهمت إلى حد ما في زيادة الوعي الصحي لديهم.
- أظهرت الدراسة ان اغلبية المبحوثين أشاروا إلى أنهم استفادوا بشكل جيد من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية وهذا بنسبة 45.7%.
- توصلت الدراسة الى ان 82.9% من المبحوثين من خلال اجاباتهم ان المعلومات الصحية التي يحصلون عليها من إنستغرام موثوقة إلى حد ما. هذا يعكس ثقتهم النسبية في هذه المصادر، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى انتشار واسع للمعلومات الصحية عبر هذه المنصة.

- أوضحت الدراسة أن 40% من المبحوثين يلبون تحديث رصيدهم الثقافي والمعرفي بعد اكتسابهم للمعلومات التوعوية الصحية. هذا يدل على أن الطلبة يرغبون في تطوير معرفتهم وفهمهم في المواضيع الصحية.
- بينت الدراسة أن 45.7% من المبحوثين قالوا إن منشورات التوعية الصحية على إنستغرام تواكب الوضعيات الوبائية ومختلف الأمراض. يعكس هذا تفاعل الأشخاص مع المعلومات الصحية التي تكون محدثة ومتوافقة مع الأحداث الصحية الراهنة.
- كشفت نتائج الدراسة أن 80% من المبحوثين يطبقون المعلومات التوعوية الصحية التي يحصلون عليها في حياتهم اليومية. هذا يعكس قدرتهم على استيعاب وتحويل المعلومات إلى تطبيق فعلي في سلوكياتهم اليومية.
- توضح دراستنا أن 64.3% من المبحوثين من خلال ردودهم انهم أجابوا بنعم بحيث انهم يشاركون المعلومات الصحية مع اصدقائهم عبر إنستغرام.
- توصلت الدراسة بان اغلبية المبحوثين بنسبة 90% يرون أن موقع إنستغرام له دور وأهمية في نشر وتعزيز الوعي الصحي لديهم من خلال المضامين الصحية التي يقدمها وهذا يعكس الاعتقاد القوي للأشخاص بأن منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن تلعب دوراً فعالاً في توفير المعلومات الصحية ونشر الوعي الصحي.
- كشفت الدراسة أن انطباعات المبحوثين واقتراحاتهم حول موقع إنستغرام وأهميته في نشر الوعي الصحي بنسبة 45.7% من المبحوثين يرون أن موقع إنستغرام يعتبر شيئاً جيداً ومفيداً ويحمل معلومات ذات قيمة ويساهم في نشر الوعي الصحي من خلال الأجوبة التي قدموها، إضافة الى انه يساهم في تغيير السلوك الصحي من سلبي إلى إيجابي بفضل قدرته على الوصول إلى الجمهور بسرعة وسهولة حيث تعكس الاقتراحات الأخرى أيضاً بعض التفاصيل المهمة حول أفكار المبحوثين حول كيفية تحسين دور إنستغرام في نشر الوعي الصحي.

- نستنتج أن العدد الأكبر من المبحوثين كانت مدى استفادتهم من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية جيدة وقد مثل الأفراد الذين يقضون أزيد من 3 ساعات في تصفح موقع إنستغرام يوميا.

الاستنتاجات العامة

1. ماهي عادات وأنماط استخدام طلبة الماستر 3 لموقع إنستغرام؟

من خلال الدراسة يتبين ان اغلبية طلبة الماستر 3 من المدرسة الوطنية العليا للصحافة و علوم الاعلام يستخدمون موقع إنستغرام منذ اكثر من 4 سنوات بمدة تتجاوز 3 ساعات يوميا بسبب الإقبال على موقع إنستغرام أو الفضاء الافتراضي مما شكل تزايد كبير يكاد أن يشكل إدمانا من قبل المتصفحين في عصرنا الحالي تستعمل في التواصل ، حيث أصبح المحرك الأساسي لكل ما يقوم به الأفراد حول العالم مع الآخرين والتعرف على أخبار العالم، كما يساعد على فك العزلة وعدم الشعور بالوحدة، وحرية التعبير عن الرأي وسرعة التعليم الذاتي و التثقيف في مختلف المجالات اهمها الصحية، وهذا راجع الى ان الموقع سهل الاستخدام و مجاني و يعتمد على مختلف التقنيات كالصور والفيديوهات مما يسهل التفاعل والتواصل وهذا ما يجعل الأفراد يتصفحون ويستخدمون إنستغرام ،إضافة الى ان اغلبية المبحوثين يستعملون إنستغرام في المنزل حسب حاجتهم له سواء مساء او ليلا أي انه يمكن في أي وقت انه يقوموا بتصفحه.

2. هل لموقع إنستغرام فعالية في نشر مواضيع التوعية الصحية لدى طلبة الماستر 3؟

من خلال أجوبة المبحوثين توصلنا في هذه الدراسة الى ان معظم من طلبة الماستر 3 يستخدمون إنستغرام من اجل الوعي الصحي بنسبة 91,4 بالمئة لأجل الحصول على نصائح لزيادة الوعي بأمراض محددة او حالات صحية من خلال مساعدته في الحصول على الحلول الصحية في الحالات المرضية او المساعدة في الرغبة على الحصول على نصائح وتوجيهات طبية تخص حياتهم او حياة غيرهم مما تبين ان منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام

أثرت على وعيهم الصحي نوعًا ما لدى اغلب المبحوثين مما يؤكد على أهمية إنستغرام في نشر التوعية و الثقافة الصحية لدى الطلبة باعتبار ان المعلومات التي تنشر عبره تكون موثوقة عندما تكون المعلومة او الموضوع يشاركه مختصين او صفحات رسمية مثل وزارة الصحة،اطباء، صيادلة... الخ. الى جانب ان اغلبية افراد العينة يطبقون ما اكتسبوه من خلال موقع إنستغرام في حياتهم اليومية مما يؤكد على دوره ومساهمته في تغيير السلوكيات الخاطئة واكتساب توعية صحية وهذا يؤكد ان إنستغرام له فعالية في نشر المواضيع الصحية.

3. هل لمنصة انستغرام تأثير وأهمية في نشر الوعي الصحي لدى طلبة الماستر3؟

من خلال هذه الدراسة كشفت ان موقع عينة الدراسة استفادوا بشكل جيد من موقع إنستغرام حول مواضيع التوعية الصحية من خلال تزويد رصيدهم المعرفي والثقافي مما يدل على تأثيره على وعيهم الصحي فان منصة إنستغرام توفر بيئة ملائمة في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والمختصين والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي من خلال إنشاء المحتوى ونشر التوعية والتثقيف الصحي وتغيير السلوكيات و تبني نظام صحي سوي من خلال اهذه الصفحات و المواضيع الصحية ، وهذا يتطلب الاعتراف بقوة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الكبير في برامج التوعية الصحية. باعتبار ان وسائل التواصل الاجتماعي اليوم تعد اعلاما بديلا لأنها تشبع حاجاتهن ورغباتهن وتزودهن بمختلف المعلومات الصحية التوعوية، ومنه نستنتج ان لموقع إنستغرام له تأثير وأهمية في نشر الوعي الصحي لدى طلبة الماستر 3.

خلاصة الفصل

في نهاية الفصل للدراسة الميدانية لقد قمنا بتحليل نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها في إطار النتائج التي تحصلنا عليها لقد توصلنا الى ان موقع إنستغرام يساهم في نشر الوعي الصحي لدى افراد المبحوثين وهذا اعتبارا من نتائج المتحصل عليها في الدراسة.

خاتمة

في ختام دراستنا هذه توصلنا الى ان موقع إنستغرام يلعب دورا مهما في نشر الوعي الصحي مما ساهم بشكل كبير في خلق و نشر الوعي الصحي لدى طلبة الماستر 3 وتحسسهم من أجل الوقاية والاطلاع على أهم الإرشادات والنصائح وتحسيس أغلب الطلبة بالوقاية والاطلاع على أهم النصائح من أجل تقادي الامراض و الأوبئة و المخاطر، ونستنتج بأن موقع الإنستغرام يعمل بإضافة جديدة في المجال الصحي من خلال صفحات الأطباء و المختصين وتزويد و تبني الطلبة بثقافة جديدة وتغيير سلوكيات حول الصحة وتزويدهم بالمعارف من أجل الاهتمام بصحتهم، كما رأينا أن موقع الإنستغرام أصبح له تأثير مهم في وقتنا الحالي على المجتمع عامة والطلبة خاصة من خلال الصفحات والمنشورات التي تنشر على منصة إنستغرام ، إذ أصبحت له ضرورة مهمة في إضافة النصائح والإرشادات والتحذيرات من خطورة أي مرض او وباء مثل ما حدث مع فيروس كورونا المستجد، ولما ما ينشره من معلومات وتدابير و توجيهات احترازية وقائية قيمة ومفيدة فيما يخص الوعي الصحي واقبال الشباب والطلبة عليه بشكل كبير مما حقق للمستخدمين له بالتفاعل بشكل إيجابي مع المواضيع الصحية المنشورة عبره بشكل عام مما يعكس مدى سرعة انتشاره في مجتمعنا دون أن ننسى خاصية الأنية التي تتميز بها .

وفي الأخير تبين أن لموقع الإنستغرام يساهم في نشر الوعي لدى الطلبة الجزائريين "ماستر3" حسب طلبة المدرسة العليا للصحافة وعلوم الاعلام.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

القواميس والمعاجم:

- إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر مصر، 1972.
- بدوي أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، لبنان، 1993.
- ابن منظور وأبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، المجلد 1، ط1، دار صادر للطباعة والنشر، 2009.

الكتب:

- ابن إبراهيم الشاعر عبد الرحمن، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع الأردن، 2015.
- ابن کران سلمان بكر، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، دار الراجعية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- اوقاسي لونيس وبوراع ايمان وآخرون، منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط01، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- بوحوش عمار وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ط1، المركز الديمقراطي العربي لدراسات الاستراتيجية والسياسية، المانيا، 2019.
- جبريل بن حسن العريشي سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بجامعة الملك سعود، 2015، ص 64
- حمدان محمد زايد، البحث العلمي كنظام، سلسلة التربية الحديثة، الأردن، 1982
- درويش شريف اللبان، مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت، دار العالم العربي، مصر، 2011.

- عبد الخالف محمد علي، خطوات نحو بحث النهج الإعلامي، دار الحجة البيضاء، لبنان، 2020.
- عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002.
- عبد الله مي، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار الفكر العربية للنشر والتوزيع، لبنان، 2014.
- علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014
- عميرات امال، الاتصال الاجتماعي، ط 1، دار أسامة، الأردن، 2014.
- عودة الشمايلة ماهر واللحام محمود عزت واخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- قمحية حسان أحمد، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2017.
- قندلجي عامر ابراهيم، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط1، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2008.
- محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، ط1، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1993.
- المحمودي محمد سرحان علي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، اليمن، 2019.
- المشاقبة بسام عبد الرحمان، الإعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2019.
- مصباح عامر، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والاعلام، ط 02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

- مصعب عبد السلام المعايطه، دور التلفزيون الأردني في التوعية الصحية، الأردن، 2014، ص 56
- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: صحراوي بوزيد، ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006.
- هتمي حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، تأليف دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2022
- وجيه محجوب، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط2، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.

المجلات والدوريات:

- بارعيده إيمان سالم، مستوى الوعي الصحي لدى طالبات المرحلة الثانوية بمدينة جدة، مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة، المجلد 1، العدد 04، 2020.
- بزغي اسماء وضيف ليندة، المواضيع الصحية عبر منصة إنستغرام في الجزائر دراسة تحليلية وصفية في مضمون حساب docteur amin، مجلة طلنة للدراسات العلمية الاكاديمية: جامعة ام البواقي، الجزائر، المجلد 05، العدد 02، 2022.
- جحيض رضوان ومروشي ابتسام، حملات الاتصال العمومي ودورها في نشر كل من الوعي الصحي والثقافة الصحية في المجتمع اثناء جائحة كورونا، مديرية الصحة لولاية سطيف انموذجا، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، المجلد 09، العدد 02، 2022
- حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، مصر، العدد 176، الجزء 02، 2017.
- سميشي وداد، صورة الذات عبر شبكة إنستغرام منظور تحليلي المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، جامعة قسنطينة، المجلد 04، العدد 02، ديسمبر 2021.

- شهرزاد نوارا، قير كلثوم، الثقافة الصحية والوعي الصحي، قراءة في المفهوم والدلالة مجلة التمكين الاجتماعي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 2، العدد 2، جوان 2020.
- شيباي ليلي، أهمية الوعي الصحي وممارسة النشاط الرياضي لدى الراشد المصاب بالسمنة، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 18، العدد 01، 2021.
- طاهري طه يسين ومصنوعة أحمد، استخدام موقع التواصل الاجتماعي "إنستغرام" في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة الخدمية دراسة حالة وكالة أماكن السياحة بالجلفة، مجلة اقتصاديات العمال والتجارة، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، المجلد 07، العدد 01، 2022.
- عبد التواب جابر واحمد محمد مكي، المحددات الاجتماعية للوعي الصحي في الريف المصري دراسة ميدانية بإحدى قرى أسيوط، مجلة أسيوط للدراسات البيئية، العدد 06، 2017.
- عجال اسيا، الأساليب الإقناعية في الخطاب الأشهاري للمؤثرين الاجتماعيين الجزائريين، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة جيلالي بونعامة خميس مليانة، المجلد 11، العدد، 01، ماي 2023.
- العربي محمد وحريتي حكيم، الوعي الصحي وعلاقته باللياقة البدنية المرتبطة بالصحة دراسة أجريت على طلبة قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بالبيض، مجلة علوم وممارسات الأنشطة البدنية الرياضية والفنية، الجزائر، المجلد 04، العدد 02، أكتوبر 2018،
- عمران عبد القادر، ملحم مستوى الوعي الصحي لدة طلبة جامعة مؤتة، مجلة دراسات العلوم التربوية، المجلد 46، العدد 01، ملحق 3، 2019.
- عيادي نادية، مستوى الوعي الصحي لدى طلبة الجامعة دراسة ميدانية بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف، مجلة الروائز، المجلد 7، العدد 1، 2023.

- كيم سمير وكواشي وهيبة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى الجزائريين: دراسة تحليلية لبعض المجموعات الفيسبوكية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية: جامعة باتنة1، المجلد 21، العدد 2، ديسمبر 2020.
- ابن المبارك سمية ومسعودي ايمان، الوعي الصحي لدى المراهقين مقارنة بين المدخنين وغير مدخنين، مجلة دراسات في سيكولوجية الانحراف، جامعة باتنة1، المجلد 06، العدد 01، 2021.
- هامل عبد النور، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي لدى الشباب، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور بالحلفة، العدد 12، 2018.
- ياسمين محمد إبراهيم السيد، التقديم الذاتي منشئ المحتوى اليوتيوبوز على موقع يوتيوب وكيفية تحقيقهم للثقافة التشاركية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الازهر، كلية الاعلام، العدد 55، اكتوبر 2020.
- يوسفى حدة وسعاد بن عبيد، مشكلات عدم الوعي الصحي لدى التلاميذ ودور الإعلام المدرسي كبديل تربوي لمواجهةها، مجلة الروائز، جامعة باتنة 1، مجلد 02، العدد 01، 2018.

المذكرات والاطروحات:

- حليلة حبجوب، دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية الصحية دراسة ميدانية لعينة من سكان ام البواقي، رسالة ماجستير كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ام البواقي، 2015/2014.
- الخاجة ايمان عبد الرزاق، دور الاستغرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، مملكة البحرين، الجامعة الأهلية المنامة، 2015.
- السامراي رحيم يوسف، درجة الوعي الصحي لدى معلمي العلوم في مدارس محافظة صالح الدين في العراق، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت العراق، 2019/2018.

- سيدهم ذهبية، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004 / 2005.
- شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي لدى الطالب الجامعي، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005-2006.
- عبد الرواق أمقران، إستراتيجية التجديد الثقافي في المجتمعات الغربية في ظل العولمة، أطروحة دكتوراه، تخصص علم إجتماع التنمية، جامعة مناورا قسنطينة، 2010.
- قдах فاطمة ومنازل هجير، صورة المرأة الجزائرية في صفحات الإنستغرام دراسة تحليلية لصفحة سارة رجيل "redjil sarah" أنموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2021/2022.
- القص صليحة، فعالية برنامج تربية صحية في تغيير سلوكيات الخطر وتنمية الوعي الصحي لدى المراهقين، رسالة دكتوراه، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- هواري حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي دراسة المجتمعات الافتراضية الجزائرية على الفايسبوك وتناولها لقضية الفساد في سونطراك، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2013/2014.

المواقع الإلكترونية:

- <https://technologianews.com>
- <https://ab7as.net/> نشر في 17 يوليو 2023
- <https://mawdoo3.com/>
- <https://www.statista.com/statistics/1029191/algeria-instagram-user-age-distribution/>

- <https://www.aljazeera.net/tech> . /2023/3/7 وسائل التواصل الاجتماعي سلبيات و إيجابيات، نشر في 2023/3/10 ،على الساعة 10:47م
- وفاة عماري سكاى نيوز عربية تم نشره في 16 أكتوبر 2023 ، 09:20 تم الاطلاع عليه في 17 افريل 2024 على الساعة 16:15 مساء.
- <https://beconnected.esafety.gov.au/> h 10 :05pm 15/11/2023
- <http://etudiantdz.com/vb/t1895302/> . h 11.023/20212
- <https://cyberone.com> احمد بطو مباني 2023 الساعة 20،00 مساء تم الاطلاع عليه في 15 افريل 2024
- uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/12/12_2020_06

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

ملخص الدراسة

خطة الدراسة

1..... مقدمة

الإطار المنهجي

4..... إشكالية الدراسة

6..... أسباب اختيار موضوع الدراسة

6..... أهمية الدراسة

7..... أهداف الدراسة

8..... تحديد المفاهيم

11..... نوع الدراسة ومنهجها

13..... أدوات الدراسة

14..... مجتمع البحث والعينة

16..... الدراسات السابقة

الإطار النظري

23..... الفصل الأول: مدخل في شبكات التواصل الاجتماعي

24..... تمهيد

25..... المبحث الأول: ماهية وسائل التواصل الاجتماعي

25..... المطلب 1: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

25..... المطلب 2: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي

27..... المطلب 3: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

28..... المطلب 4: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

31..... المطلب 5: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

34..... المبحث الثاني: موقع إنستغرام وخصائصه

34..... المطلب 1: نشأة وتطور موقع إنستغرام

35..... المطلب 2: مفهوم إنستغرام

36..... المطلب 3: إيجابيات وسلبيات موقع إنستغرام

| | |
|----|---|
| 38 | المطلب 4: تأثير إنستغرام على المجتمع..... |
| 39 | المطلب 5: احصائيات إنستغرام في الجزائر |
| 41 | خلاصة الفصل..... |
| 42 | الفصل الثاني ماهية الوعي الصحي والوسائط المتعددة |
| 43 | تمهيد..... |
| 44 | المبحث الأول: الوعي الصحي |
| 44 | المطلب 1: مفهوم الوعي الصحي..... |
| 45 | المطلب 2: أهمية الوعي الصحي |
| 46 | المطلب 3: مجالات الوعي الصحي..... |
| 49 | المطلب 4: قياس الوعي الصحي..... |
| 49 | المطلب 5: أهداف الوعي الصحي..... |
| 51 | المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي ونشر الوعي الصحي..... |
| 51 | المطلب 1: أساليب التوعية الصحية..... |
| 52 | المطلب 2: التوعية الصحية والاعلام الصحي في الجزائر |
| 53 | المطلب 3: العوامل المساعدة على فشل او نجاح التوعية الصحية..... |
| 55 | المطلب 4: العلاقة الارتباطية بين وسائل التواصل الاجتماعي والوعي الصحي |
| 56 | المطلب 5: دور إنستغرام في التوعية الصحية..... |
| 60 | خلاصة الفصل..... |
| | الإطار التطبيقي |
| | الفصل الثالث: موقف طلبة الماستر 3 حول مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي "إنستغرام" في نشر |
| 61 | الوعي الصحي |
| 62 | تمهيد..... |
| 63 | عرض وتحليل بيانات الدراسة |
| 66 | المبحث الأول: عادات استخدام طلبة الماستر 3 لموقع انستغرام |
| 69 | المبحث الثاني: أنماط التوعية الصحية من خلال المواضيع المنشورة على انستغرام وفعاليتها..... |
| 73 | المبحث الثالث: تأثير انستغرام وأهميته في نشر الوعي الصحي لدى طلبة الماستر 3..... |
| 85 | الاستنتاجات |
| 89 | الاستنتاجات العامة |
| 91 | خلاصة الفصل..... |
| 93 | خاتمة |

| | |
|----------|------------------------|
| 95 | قائمة المصادر والمراجع |
| | فهرس الجداول والأشكال |
| | الملاحق |

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول:

| | |
|----|---|
| 63 | جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس |
| 64 | الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر |
| 65 | الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي |
| 65 | الجدول رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المتغير التخصص |
| 66 | الجدول رقم (05): يبين منذ متى والمبجوثين يستخدمون موقع إنستغرام |
| 67 | الجدول رقم (06): يبين المدة الزمنية التي يقضيها المبجوثين يوميا في تصفح موقع إنستغرام |
| 67 | الجدول رقم (07): يبين الفترة التي يستخدم فيها المبجوثين إنستغرام |
| 68 | الجدول رقم (08): يبين الوسيلة التي يستعملها المبجوثين لتصفح موقع إنستغرام |
| 69 | الجدول رقم (09): يبين المكان الذي يتصفح فيه المبجوثين موقع إنستغرام |
| 69 | الجدول رقم (10): يبين ما إن كان يستخدم المبجوثين إنستغرام من اجل الوعي الصحي |
| 70 | الجدول رقم (11): يبين لماذا يستخدم المبجوثين إنستغرام فيما يتعلق بالوعي الصحي |
| 71 | الجدول رقم (12): يبين في حالة المرض ما إن كان ساعد موقع إنستغرام المبجوثين في إيجاد طرق وحلول الصحية المناسبة |
| 71 | الجدول رقم (13): يبين أنواع المصادر التي يحصل منها المبجوثين على معلومات التوعية الصحية |
| 72 | الجدول رقم (14): يبين للوقاية من الأمراض ما إن كان يتبع المبجوثين النصائح والتعليمات الصحية التوعوية التي تنشر في موقع إنستغرام |
| 73 | الجدول رقم (15): يبين كيف أثرت منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام على الوعي الصحي للمبجوثين |
| 74 | الجدول رقم (16): يبين مدى استفادة المبجوثين من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية |
| 74 | الجدول رقم (17): يبين مدى ثقة المبجوثين بالمعلومات الصحية التي يحصلون عليها من إنستغرام |
| 75 | الجدول رقم (18): يبين الأمور التي يليها المبجوثين بعد اكتسابهم للمعلومات التوعوية الصحية |
| 75 | الجدول رقم (19): يبين الجوانب التي لاحظها المبجوثين على منشورات التوعية الصحية على موقع إنستغرام |
| 76 | الجدول رقم (20): يبين ما إن كان يطبق المبجوثين المعلومات المكتسبة في حياتهم اليومية |

| | |
|----|--|
| 77 | الجدول رقم (21): يبين ما إن كان يشارك المبحوثين المعلومات الصحية التوعوية مع أصدقائهم على إنستغرام |
| 77 | الجدول رقم (22): يبين ما إن كان يرى المبحوثين بان موقع إنستغرام له دور وأهمية في نشر وتعزيز الوعي الصحي لديهم من خلال المضامين الصحية التي يقدمها |
| 78 | الجدول رقم (23): يبين انطباعات المبحوثين واقتراحاتهم حول موقع إنستغرام وأهميته في نشر الوعي الصحي |
| 80 | الجدول رقم (24): يبين هل يستخدم المبحوثين إنستغرام من أجل الوعي الصحي حسب متغير الجنس |
| 80 | الجدول رقم (25): يبين في حالة المرض هل ساعد موقع إنستغرام المبحوثين في إيجاد طرق الحلول الصحية المناسبة حسب متغير الجنس |
| 81 | الجدول رقم (26): يبين ما مدى استفادة المبحوثين من موقع إنستغرام حول النوعية الصحية حسب متغير الجنس |
| 82 | الجدول رقم (27): يبين للوقاية من الأمراض هل تتبع النصائح والتعليمات الصحية التوعوية التي تنشر في موقع إنستغرام حسب متغير العمر |
| 83 | الجدول رقم (28): يبين كيف أثرت منشورات التوعية الصحية عبر موقع إنستغرام على وعي المبحوثين الصحي حسب متغير العمر |
| 84 | الجدول رقم (29): يبين كيف أثرت منشورات التوعية الصحية عبر إنستغرام على وعي المبحوثين الصحي حسب متغير كم هي المدة الزمنية التي يقضونها يوميا في تصفح موقع إنستغرام |
| 85 | الجدول رقم (30): يبين ما مدى استفادة المبحوثين من موقع إنستغرام حول التوعية الصحية حسب متغير كم هي المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين يوميا في تصفح موقع إنستغرام |

فهرس الأشكال:

| | |
|----|---|
| 40 | الشكل 1: منحى بياني يمثل احصائيات استخدام انستغرام في الجزائر لسنة 2023 حسب موقع STATISTA |
| 63 | الشكل 2: دائرة نسبية تمثل أفراد العينة حسب متغير الجنس |
| 64 | الشكل 3: يمثل أعمدة بيانية لمتغير العمر لأفراد العينة |
| 65 | الشكل 4: دائرة نسبية تمثل المستوى الجامعي لافراد العينة |
| 66 | الشكل 5: دائرة نسبية تمثل تخصص افراد العينة |

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

قسم الصحافة

تخصص صحافة علمية وبيئية

استمارة بحث مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تحت عنوان:

دور وسائل التواصل الاجتماعي " انستغرام " في نشر الوعي الصحي في الجزائر لدى

الطلبة الجامعيين لسنة 2024 /2023

دراسة عينة من طلبة الماستر 3 من المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

تحت اشراف:

من اعداد الطالبة:

د. بلحافي وهيبة

بن عبد المومن سهام

نضع بين ايديكم هذا الاستبيان في إطار التحضير لمذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة علمية وبيئية نرجو الاجابة على الاسئلة الواردة اسفله بكل صدق وموضوعية لتحقيق اهداف البحث المرجوة جميع البيانات التي يتم جمعها من خلال هذا الاستبيان ستستخدم لأغراض بحثية فقط ولن يتم مشاركة اي معلومة شخصية.

السنة الجامعية: 2024/2023

المعلومات الشخصية

الجنس

انثى

ذكر

السن

أكثر من 25

من 23 الى 25

من 20 الى 23

المستوى الجامعي

ماستر 3

ماستر 2

ماستر 1

التخصص

صحافة علمية وبيئية

اتصال مؤسساتي

اعلام ثقافة ومجتمع

صحافة رياضية

جيوسياسية وسائل الاعلام

صحافة سمعية بصرية ورقمية

1. المحور الاول: عادات استخدام الطلبة لموقع انستغرام

1. منذ متى وانت تستخدم موقع انستغرام

اقل من سنة

من سنة الى 4 سنوات

أكثر من 4 سنوات

2. كم هي الاداة الزمنية التي تقضيها يوميا في تصفح موقع انستغرام

اقل من ساعة

من ساعة الى 3 ساعات

ازيد من 3 ساعات

3. ماهي الفترة التي تستخدم فيها انستغرام

صباحا

مساءا

ليلا

حسب الحاجة

4. ماهي الوسيلة التي تستعملها لتصفح موقع انستغرام

الهاتف

لوحة الـكترونية

الحاسوب

أخرى:

5. ما هو المكان الذي تتصفح فيه موقع انستغرام

المنزل

الجامعة

الشارع

II. المحور الثاني: انماط التوعية الصحية من خلال المواضيع المنشورة على انستغرام

6. هل تستخدم انستغرام ما اجل الوعي الصحي

نعم

لا

7. لماذا تستخدم انستغرام فيما يتعلق بالوعي الصحي

حدد دائرة واحدة فقط

نصائح حول التغذية واللياقة البدنية

لزيادة الوعي بأمراض محددة او حالات صحية

لفاعليات صحية وورش عمل

للتواصل مع مختصين في مجال الصحة

للفحوصات الوقائية والرعاية الذاتية

8. في حالة المرض هل ساعدك موقع انستغرام في ايجاد طرق الحلول الصحية المناسبة

نعم

لا

أحيانا

9. ما هي انواع المصادر التي تحصل منها على المعلومات التوعية الصحية

صفحات مؤسسات صحية رسمية

اطباء ومختصين

صفحات مخصصة لقضايا صحية معينة

صفحات مؤسسات الرسمية

أخرى:

10. للوقاية من الامراض هل تتبع النصائح والتعليمات الصحية التوعوية التي تنشر في

موقع انستغرام

دائما

غالبا

احيانا

نادرا

III. المحور الثالث: تأثير انستغرام وأهميته في نشر الوعي الصحي

11. كيف اثرت منشورات التوعية الصحية عبر موقع انستغرام على وعيك الصحي

بشكل كبير

نوعا ما

قليلا

12. ما مدى استفادتك من موقع انستغرام حول التوعية الصحية

جيدة

متوسطة

ضعيفة

13. ما مدى ثقتك بالمعلومات الصحية التي تحصل عليها من انستغرام

موثوقة للغاية

موثوقة الى حد ما

غير موثوقة

14. ماهي الامور التي تلببها بعد اكتسابك للمعلومات التوعوية الصحية

تزويد رصيدك الثقافي والمعرفي

حماية غذائية

تغيير السلوك

الاطلاع على بعض الامراض النادرة والعلاجات

أخرى:

15. ماهي الجوانب التي لاحظتها على منشورات التوعية الصحية على موقع انستغرام

الحرص على تقديم المعلومة الصحية بدقة وموضوعية

اعتمادها على ادوات جذب واقناع متنوعة صور فيديو

مواكبتها للوضعيات الوبائية ومختلف الامراض

أخرى:

16. هل تطبق المعلومات المكتسبة في حياتك اليومية

نعم

لا

17. هل تشارك المعلومات الصحية التوعوية مع اصدقاءك على انستغرام

نعم

لا

18. هل ترى بان موقع انستغرام له دور واهمية في نشر وتعزيز الوعي الصحي لديك

من خلال المضامين الصحية التي يقدمها

نعم

لا

19. ماهي انطباعاتك واقتراحاتك حول موقع انستغرام واهميته في نشر الوعي الصحي

اشرح:.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....