



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس _ مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال المسومة ب:

مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب الوعي الصحي للمرأة

دراسة ميدانية لعينة من النساء المتابعات لموقع اليوتيوب لولاية غليزان

تحت إشراف الأستاذة:

د. صفاح أمال

من إعداد الطالبتين:

- زهيري غنيمة
- بودية زهرة

لجنة المناقشة:

دكتورة محاضرة-مستغانم-	مشرقا ومقررا	صفاح أمال
دكتورة محاضرة-مستغانم-	رئيسا	محراز سعاد
دكتورة محاضرة -مستغانم-	مناقشا	حمداد صحبية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر والتقدير

نحمد الله الذي أعاننا على إتمام هذا العمل ووفقنا في انجازه كما نتقدم بحزير الشكر

إلى أستاذنا الفاضلة صفاح أمال التي أشرفت على هذه المذكرة وقدمت لنا النصائح

والتوجيهات ولم تبخل علينا بالمعلومات.

كما لا ننسى كل أستاذتنا الكرام الذين رافقونا طيلة مشوارنا الدراسي كما نوجه الشكر إلى

كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على انجاز هذا العمل.

الإهداء:

نشكر الله عز وجل الذي منا علينا بإتمام هذا العمل ونتمنى أن يكون مفيدا للطلبة اهدي

هذا العمل إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما واهديه إلى إخوتي خالد أمحمد

محمد عبد قادر وليد مصطفى والى اعز شخص إلى قلبي خالتي والى خالي بشير وحبيب

والى صديقاتي والى حبيب قلبي ابن أخي معاد وأوجه الشكر إلى صديقتي وزميلتي في

مذكرة التي تحملتني طيلة مشوار الدراسة زهيرى غنيمة والى كل من وسعتهم ذاكرتي

ولم تسعهم مذكرتي اهديهم هذا العمل المتواضع.

بودية زهرة

الإهداء

اهدي هذا العمل المتواضع

إلى:

إلى روح أبي الزكية الطاهرة.

وإلى أُمي الغالية حفظها الله وأطال في عمرها.

وإلى كل أفراد أسرتي .

وإلى كل الأصدقاء، ومن كانوا برفقتي ومصاحبتي أثناء دراستي في الجامعة.

وإلى كل من لم يدخر جهدا في مساعدتي .

وإلى كل من ساهم في تلقيني ولو بحرف في حياتي الدراسية.

زهيري غنيمة

ملخص الدراسة:

تناولت الدراسة موضوع اليوتيوب ودوره في اكتساب الوعي الصحي لدى المرأة العاملة والمأكثة في البيت على حد سواء، إذ تهدف الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة مضامين مواقع اليوتيوب في تنمية وعيهن الصحي باعتبار الموقع يحمل كم هائلا من الفيديوهات المرئية حول الصحة. وتم تحديد عينة الدراسة من النساء العاملات والمأكثات بالبيت بولاية غليزان باعتبارهن يحملن مواصفات تتطابق مع مجتمع الدراسة، وتدرج الدراسة التي بين أيدينا تحت الدراسة الوصفية التحليلية، واعتمدنا على أداة استمارة الاستبيان كأداة مضبوطة ومناسبة. وقد احتوت استمارة على ثلاث محاور حيث خصص المحور الأول باهتمامات المرأة بموقع اليوتيوب، أما محور الثاني خصص لمواضيع التوعية الصحية من خلال اليوتيوب، أما المحور الثالث خصص لموقع اليوتيوب وأثره في نشر الوعي الصحي للمرأة. أما في ما يخص الجانب النظري للدراسة قسم إلى فصلين: الفصل الأول بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي، والفصل الثاني بعنوان المرأة والوعي الصحي.

الكلمات المفتاحية: مواقع تواصل الاجتماعي، اليوتيوب، الوعي الصحي، المرأة.

الشكر

الإهداء

الإهداء

الملخص

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

مقدمة أ

الجانب المنهجي للدراسة

1- الإشكالية + تساؤلات ص 09

2- أسباب اختيار الموضوع ص 10

2

3- أهمية الدراسة ص 10

4 أهداف الدراسة ص 10

5- منهج الدراسة ص 11-13

6- تحديد المصطلحات ص 14

6

7- دراسات السابقة ص 15-17

الجانب النظري للدراسة

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

1-1 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي و نشأتها ص 18

1-2 أنواع وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي ص 19-21

3-1 مفهوم موقع اليوتيوب ، ايجابياته وسلبياته.....	ص 21-24
4-1 مزاي اليوتيوب.....	ص 24-25
خلاصة.....	ص 26

الفصل الثاني: المرأة والوعي الصحي

تمهيد

1-2 المرأة، خصائصها وصفاتها	ص 27-
	28
2- مفهوم الوعي الصحي وأهميته.....	ص 28-29
	2
3-2 أهداف نشر الوعي الصحي	ص 29-30
4-2 علاقة التوعية الصحية بالإعلام.....	ص 30-31
خلاصة.....	ص 32

الجانب التطبيقي للدراسة:

تمهيد.....	ص
	34

3- تحليل نتائج

.....	ص 34
1-3 نتائج سيمات العامة.....	ص 35
2-3 نتائج المحور	
الأول.....	ص 35
3-3 نتائج المحور الثاني	
.....	ص 40

3-4 نتائج المحور الثالث

ص 43.....

4- نتائج العامة..... ص 46-47

6- خاتمة

ص 48.....

7- قائمة مصادر ومراجع..... ص 49-50

8- ملاحق..... ص 51-53

قائمة الجداول :

رقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	جدول يبين سن أفراد العينة	ص35
02	جدول يبين المستوى الدراسي لأفراد العينة	ص35
03	جدول يبين الحالة المدنية لأفراد العينة	ص36
04	جدول يبين ما بعد الحالة المدنية	ص36
05	جدول يبين مكان الإقامة للأفراد العينة	ص36
06	جدول يبين مدة استخدام اليوتيوب لأفراد العينة	ص37
07	جدول يبين سهولة التعامل مع اليوتيوب لأفراد العينة	ص37
08	جدول يبين مدى متابعة موقع اليوتيوب لأفراد العينة	ص38
09	جدول يبين الوسيلة المستعملة لمشاهدة اليوتيوب لأفراد العينة	ص38
10	جدول يبين مكان تصفح موقع اليوتيوب لأفراد العينة	ص39
11	جدول يبين فترة المفضلة لمشاهدة اليوتيوب	ص39
12	جدول يبين المواضيع التي يتلقاها أفراد العينة من اليوتيوب	ص40
13	جدول يبين إفادة اليوتيوب في حالة المرض لأفراد العينة	ص41
14	جدول يبين مدى استفادة من موقع اليوتيوب حول التوعية الصحية لأفراد العينة	ص42
15	جدول يبين أهمية موقع اليوتيوب في عرض المواضيع الصحية لأفراد العينة	ص42
16	جدول يبين اللغة المستخدمة في طرح المواضيع الصحية لأفراد العينة	ص43
17	جدول يبين تنمية قنوات اليوتيوب ثقافة الصحية لأفراد العينة	ص43
18	جدول يبين المعلومات الصحية المكتسبة لأفراد العينة	ص43
19	جدول يبين الأمور التي يلبيها أفراد العينة بعد اكتساب المعلومات الصحية	ص44
20	جدول يبين تطبيق المعلومات المكتسبة في حياة اليومية لأفراد العينة	ص44

ص45	جدول يبين انطباعات واقتراحات حول موقع اليوتيوب في نشر الوعي الصحي لأفراد العينة	21
-----	---	----

أدى التطور المتسارع لوسائل الإعلام والاتصال إلى إحداث ثورة حقيقية وتغيرات جوهرية مست جميع مجالات الحياة، من مابينها مواقع التواصل الاجتماعي التي اخترقت الحواجز الزمانية والمكانية وجعلت العالم اجمع واحد وقصرت المسافات بين الأفراد وسهلت حياة كثير من الناس، ولم يعد دور مواقع التواصل الاجتماعي مقتصرًا على بث وتداول المعلومات فقط وربط وتكوين الصداقات في إطار مواضيع ذات الاهتمام المشترك، بل تعددت مجالاتها واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا ذات أبعاد مختلفة كتنمية الوعي في المجالات الصحية والاجتماعية، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا مهما لنشر التوعية الصحية وزيادة المعرفة بين الناس كونها دخلت كافة البيوت دون استئذان.

فالوعي الصحي مهم يحمي أفراد المجتمع من الإصابة بالأمراض المختلفة، ويساهم في تمتعهم بصحة جيدة جسديا ونفسا وعقليا، ومن مواقع التواصل الاجتماعي موقع اليوتيوب الذي يسعى من خلال قنواته إلى نشر مواضيع خاصة بالمجال الصحي. حيث يعتبر الوجهة الأكثر تزايدا في استخدامه من قبل النساء من اجل البحث عن المعلومات والاستشارات الطبية والصحية، بالإضافة إلى الحصول على معلومات حول أعراض التي تشعر بيها المريضة للوقوف على خطورتها من خلال القنوات الموجودة التي تنشر عبر الموقع.

ومنه نسعى من خلال دراستنا هذه التي تتضمن مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المرأة صحيا يوتيوب نموذجاً فقد قمنا بتقسيم المذكرة إلى ثلاث جوانب:

أولا الجانب المنهجي الذي يتضمن الإشكالية التساؤلات، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، منهج الدراسة، تحديد المصطلحات، دراسات سابقة .

ثانيا جانب النظري احتوى على فصلين: الفصل الأول ضم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها، وأنواع وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي، مفهوم اليوتيوب ايجابيه وسلبياته.

الفصل الثاني المرأة خصائصها وصفاتها، مفهوم الوعي الصحي وأهميته، أهداف نشر الوعي الصحي، علاقة التوعية الصحية بالإعلام .

الجانب التطبيقي للدراسة يتضمن تحليل النتائج سيمات العامة، نتائج المحور الأول، نتائج المحور الثاني، نتائج المحور الثالث وصولاً إلى النتائج العامة، خاتمة قائمة المصادر والمراجع والملاحق بالإضافة إلى قائمة المحتويات.

الإشكالية :

تلعب التكنولوجيا دور مهم في تطوير المجتمعات خصوصا في مجال الاتصال، حيث تسمح ببناء علاقات بين مختلف الأفراد والمجتمعات. وأصبح من السهل تحصيل العلم والمعرفة والثقافة، فقد ساهمت في التوعية والتنمية في مختلف المجالات. ومن بين مظاهر التكنولوجيا الانترنت التي تعتبر من أهم وسائلها في العصر الحالي، وذلك لأنها أحدثت تحولا جذريا في حياة المجتمع وفسحت المجال للأفراد بالتفاعل والتواصل. كما أنها أنتجت مواقع وشبكات استقطبت الملايين من الأفراد المستخدمين والمتصفحين أصبحوا بين عشية وضحاها متابعين بشكل دائم على تطبيقاتها ومضامينها. ومن أشهر هذه المواقع فيس بوك، سكايب، انستغرام، يوتيوب. فأصبح موقع اليوتيوب من أهم شبكات التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية لما فيه من مواضيع مختلفة، فهو موقع يمكن مستخدميه من نشر مقاطع فيديو كما يمكنهم أيضا من إنشاء قنوات خاصة بهم، فلم يعد اليوتيوب مجرد موقع الكتروني لمشاركة مقاطع الفيديو فقط، بل أصبح له أهمية بالغة لما يقدمه من وظائف، فهو ساحة لتبادل الآراء والمناقشة بين الأفراد إضافة إلى الإرشاد والتوعية والنصح والتعليم وتغيير السلوك .

كما انه لم يقتصر على مجال واحد وحسب، فقد شمل شتى المجالات منها اقتصادية، سياسية، دينية، ثقافية، ترفيهية، ولعلى ما سوف نتطرق إليه هنا ونتعمق فيه أكثر هو اهتمام اليوتيوب بالجانب الصحي لأن الوعي الصحي يعتبر من بين_انشغالات المجتمع وهذا راجع الى انتشار آفات الاجتماعية والأمراض المختلفة، وبما أن الصحة هي أساس حياة الفرد والمجتمع، لذلك يسعون دائما للحفاظ على صحتهم وسلاماتهم. وفي ظل غياب صفحات والمنشورات الخاصة التي تنشر المضامين الصحية في فضاء الالكتروني بشكل رسمي والمساهمة في توعية المجتمع وإرشاده، فقد تم استثمار موقع اليوتيوب من طرف قادة الرأي وهاوين في مجالات معينة ومتخصصة يعملون على نشر مضامين متعلقة بالوعي الصحي من خلال قنوات متعددة.

ومن بين المتصفحين لهذا الموقع نجد المرأة اذ وجدته متنفسا ونشاطا إضافيا لحياتها لما يلعبه من دور فعال في مجال الإعلامي، وأصبح كقناة للتوعية والإرشاد، فهناك الملايين من القنوات مختصة بالمرأة وصفحتها وتحمل مواضيع مختلفة كالصحة الجسدية، صحة النفسية، العلاقة الزوجية، الجمال، الأناقة، وغيرها، وهذا من اجل اكتساب صحة أفضل للجنس اللطيف وتحقيق مستوى توعوي اعلى، ومما سبق ذكره فقد جاءنا

الإحساس بأهمية البحث الذي يهدف الى دراسة اليوتيوب ومساهمته في نشر الوعي الصحي لدى المرأة
وعليه نطرح التساؤل التالي: ما دور اليوتيوب في تنمية الوعي الصحي لدى المرأة؟

الأسئلة الفرعية :

هل لموقع يوتيوب صدى لدى المرأة؟

هل يساهم موقع اليوتيوب في تحقيق التوعية الصحية للمرأة؟

هل يمكن لليوتيوب أن يكون له تأثير في نشر الوعي الصحي للمرأة؟

أسباب اختبار الموضوع:

إن اختيارنا لموضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي للمرأة أخذنا اليوتيوب نموذجاً
لم يأتي مجرد صدفة وإنما من خلال أسباب ذاتية وموضوعية نذكر منها:

أسباب ذاتية:

ـ رغبتنا في دراسة هذا الموضوع .

ـ التعرف على مختلف الموضوعات الصحية التي يتناولها موقع اليوتيوب .

ـ معرفة مدى تأثير موقع اليوتيوب على المرأة في المجال الصحي .

أسباب موضوعية :

ـ رواج موقع اليوتيوب وكثرة استخدامه .

ـ أهمية موضوع الوعي الصحي .

ـ محاولة معرفة مدى تجاوب المرأة مع قنوات اليوتيوب والاستفادة منها .

أهمية الدراسة:

إن الانتشار الواسع ورواج موقع اليوتيوب وزيادة استخدامه، باعتبارها أشهر موقع للفيديوهات وسهولة استخدامه من طرف المجتمع، وبصفة خاصة المرأة التي تتابع قنواته بغية زيادة وعيها الصحي، وهنا تكمن أهمية دراستنا في معرفة مدى استفادة المرأة من قنوات اليوتيوب وهل يساهم في زيادة وعيها الصحي والعمل به في حياتها اليومية.

أهداف الدراسة:

-التعمق أكثر في دراسة موقع اليوتيوب ومدى فائدته بالنسبة للمرأة.

معرفة تأثير موقع اليوتيوب على المرأة في اكتساب وزيادة وعيها الصحي.-

-مدى إقبال المرأة على موقع اليوتيوب وتفاعلها مع القنوات المتعلقة بالوعي الصحي معرفة رأي المرأة نحو الدور الذي تلعبه قنوات اليوتيوب.

نوع الدراسة ومنهج المستخدم:

لمنهج: تعددت تعريفات لكلمة المنهج، لكن أصل الكلمة يعني الطريقة وبالتالي هو الطريقة المتبعة في دراسة وتحليل موضوع معين، أو هو مجموعة الخطوات المتبعة في تفسير وتحليل ظاهرة ما.¹

يعرف المنهج على أنه أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكار وتحليلها وعرضها، وبالتالي يرتبط تحديد الأسلوب أو المنهج العلمي الذي يستخدمه ويطبقه الباحث لدراسة ظاهرة أو مشكلة معينة بموضوع ومحتوى الظاهرة والمشكلات المدروسة وما يصلح منها لدراسة ظاهرة معينة قد لا يصلح لدراسة ظاهرة أخرى نظرا لاختلاف الظواهر المدروسة في خصائصها وموضوعاتها.²

يعد المنهج ضروري في أي دراسة أو أي بحث علمي، لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته، بغية الوصول إلى نتائج علمية وموضوعية.³

¹ مصباح عامر، منهجية أبحاث البحوث العلمية، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، وحدة الرغبة، الجزائر 2006، ص 23
² ربحي مصطفى عليان و عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء، عمان، 2000، ص 33
³ جمال زكي، أسس البحث الاجتماعي، دار الفكر، العربي، القاهرة، ط 1962، ص 10

والمنهج هو عملية عقلية كبرى تحتاج الى حس فني دقيق يهديها في لمح العلاقات بين مفهومات الموضوع الذي يعني به الباحث العلمي الاجتماعي وما يترتب عليها هذا المنهج وسيلة جمع بياناته.⁴

يعتبر المنهج بمثابة الإشارات التي تواجه للباحث، فالمنهج هو مجموعة من القواعد العامة التي يستخدمها الباحث للوصول إلى الحقيقة.⁵

و بما أن دراستنا تتمحور حول مواقع تواصل الاجتماعي ونشر الوعي الصحي للمرأة، فهي تندرج ضمن البحوث الوصفية وأبحاث الوصفية ضرورية من حيث كونها أبحاث يتم فيها دراسة الوضع الراهن لظاهرة أو ظواهر المبحوثة سواء كانت متعلقة بموقف أو مجموعة من الناس أو أبحاث معينة.⁶

فقد حدد لهذه الدراسة منهج وفق ما تتطلبه دراسة أهمية الوعي الصحي للمرأة ومدى اكتسابها للوعي الصحي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب نموذجاً، استلزم استخدام المنهج الوصفي كما يعرف المنهج الوصفي بأنه الطريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع المعلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها لدراسة دقيقة .

ونظراً لكون دراستنا لا تتوقف على الوصف وجمع المعلومات المتعلقة بدراسة فقط بل تتعدى الى تفسير وتحليل البيانات المختلفة ثم استخلاص النتائج العامة، فقد استخدمنا المنهج التحليلي.

إضافة إلى المنهج الوصفي استخدمنا المنهج التحليلي الذي يعد من أهم المناهج المستخدمة في جمع وتحليل البيانات في البحوث الاجتماعية وغالباً ما ينتشر استخدامه في بحوث الإعلام، فالمنهج الوصفي لا يتمثل في جمع البيانات والمعلومات وتبويبها وعرضها بل يشمل كذلك على تحليل دقيق لهذه البيانات والمعلومات وتفسير العميق لها، وسير من أجل استخلاص الحقائق وتعميمات الجديدة التي تساهم في تراكم وتقديم معرفة إنسانية.⁷

أدوات البحث:

⁴ حسن السعاتي، تصميم البحوث الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، ط1، 2003.
احمد حسن الرفاعي، مناهج البحث العلمي، تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل لنشر، عمان، ط1، 1998.
⁵ إدارية واقتصادية، دار وائل لنشر، عمان، ط1، 1998.
-احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، نقلاً عن سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، اسس ومبادئ، عالم
⁶ الكتب، القاهرة، 1976، ص116.
⁷ نفس المرجع السابق، نفس ص 45.

لقد تم استعان في جمع البيانات الميدانية على الاستمارة استبيان الموزعة على عينة قدرها 60 مفردة من النساء المتابعات لموقع اليوتيوب الذي يعرض مضامين صحية بولاية غليزان، وهو أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، وهو مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعاته للموضوع والإجابة تكون حسب توقعات الباحث التي صاغها في استفسارات محددة.⁸

— هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الوصول على المعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، ويعد الاستبيان من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات خاصة في العلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات المعتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد.⁹

— كما يعرفها احمد مرسلي "على أنها تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية تعبيراً عن موضوع في إطار الخطة الموضوعية لتقدمة إلى المبحوثين من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة والتعريف بجوانبها المختلفة."¹⁰

وعليه فقد اشتملت استمارة الاستبيان دراستنا على 22 سؤال موجه للمبحوثات وكانت الأسئلة متنوعة منها مفتوحة ومغلقة ومصنفة وكان هذا التنوع في الأسئلة لتفادي بعض السلبيات الاستمارة خاصة أسئلة المفتوحة.

وقد تضمنت استمارة الدراسة على أربع محاور، احتوت على 22 سؤال وهذه المحاور هي:

1- المحور الأول: محور البيانات الشخصية ويضم 5 أسئلة.

2- المحور الثاني: خاص بالاهتمامات المرأة بموقع اليوتيوب ويضم 6 أسئلة.

3- المحور الثالث: خاص بمواضيع التوعية الصحية من خلال اليوتيوب ويضم 6 أسئلة.

4- المحور الرابع: خاص بموقع اليوتيوب وأثره في نشر الوعي الصحي للمرأة.

مجال الزماني: انطلق مشروع الدراسة في ديسمبر وضبط الإشكالية وبناء الاستمارة وتحكيمها في شهر فيفري وانطلقت الدراسة الميدانية في شهر ابريل مع توزيع الاستمارة وتحليلها .

مجال المكاني: وزعت الاستمارة في ولاية غليزان من 10 افريل إلى 30 من نفس الشهر.

⁸ مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل جامعية، مؤسسة الوراق، عمان، ط1، 2000، ص55.

⁹ محمد عبيدات و محمد أبو نصار وعقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، د. ط. دار وائل، عمان، 1999، ص63.

¹⁰ أحمد مرسلي، مناهج البحث العلمي، ديوان مطبوعات الجامعة، الجزائر، ط1، 2005، ص220.

مجتمع البحث: إن مجتمع البحث في لغة الإنسانية والاجتماعية مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا، والتي تركز عليها الملاحظات وكذلك هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميز عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.¹¹

ومجتمع بحث دراستنا يتمثل في المرأة المتابعة لموقع اليوتيوب بمدينة غليزان.

العينة: استخدمنا في دراستنا **العينة القصدية** والمتمثلة في كل النساء المتابعات لموقع اليوتيوب والتي تقطن في ولاية غليزان.

العينة القصدية: تعرف تحت أسماء متعددة مثل العينة العرضية أو العمدية أو العينة النمطية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات المثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يوجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.¹²

وتعتبر العينة من أهم عناصر البحث ، لذلك يتطلب على الباحث استخدامها والتي تمثل جزء من مجتمع البحث، فقد كانت عينة دراستنا القصدية والمتمثلة في المرأة بصفة عامة قاطنة بولاية غليزان ووزعت استمارة على 60 مفردة

تحديد المصطلحات:

-مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا: هي مواقع الكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم، يقدمون فيها لمحة عن شخصياتهم أمام جمهور عريض أو محدد بنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يشاركون معهم في الاتصال مع إمكانية الإطلاع على صفحاتهم الخاصة.¹³

¹¹ مورييس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي واخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، ط2، 2006، ص197_301.

¹² احمد مرسللي، نفس المرجع السابق، ص198، 197.

¹³ -ابراهيم أحمد الدوي، مقال حول شبكة التواصل الاجتماعي، نشر على موقع

http://arabrcrcrg/getattachment/7e0c947e_ae6f405d_a745_9ca2c589cec1/ يوم 09_02-2019 على ساعة 18:10.

إجرائيا: هي مواقع الكترونية مرتبطة بشبكة الانترنت، مثل موقع اليوتيوب الذي يعرض مضامين متنوعة من بينها مضامين صحية تتبعها المرأة .

اليوتيوب :

اصطلاحا: اليوتيوب موقع الكتروني يعرض فيديوهات متنوعة في شتى المجالات، ويسمح لمستخدميه من مشاهدة وفرصة التعبير عن رأيهم بالإعجاب أو عدمه إضافة إلى تعليق عن فيديوهات ورفعها مجانا.¹⁴

إجرائيا: هو موقع يتم فيه نشر الفيديوهات من قبل أفراد أو مؤسسات المتخصصة في مجال الوعي الصحي وذلك عن طريق إنشاء حسابات خاصة بهم، ويتم تعليق عليها من طرف مستخدمين آخرين.

الوعي الصحي :

اصطلاحا: هو مجموعة الأنشطة والإجراءات التعليمية والإعلامية التي تقدم للمواطنين المعلومات السليمة حول حمايتهم لأنفسهم وأطفالهم من الأمراض وتحذيرهم من المخاطر، والتالي تربية أفراد المجتمع على قيم صحية بالإضافة إلى الوقائية.¹⁵

إجرائيا: هو إمام المرأة بكافة المعلومات المتعلقة بالصحة سواء الجسدية، العقلية، النفسية، للاستفادة منها والعمل بها وكذلك للحفاظ على صحتها وصحة أسرتها.

المرأة:

اصطلاحا: هي كيان إنساني مستقل تتمتع بالقيمة الإنسانية كاملة أسوة بالرجل، ولها حقوق وعليها واجبات مساوية لما للرجل في جميع المجالات دون استثناء.¹⁶

إجرائيا: هي أنثى الإنسان البالغة لها خصائص ومميزات خاصة بها وهن المتابعات لموقع اليوتيوب والمواضيع الصحية.

الدراسات السابقة:

¹⁴ موقع الموضوع، تعريف اليوتيوب، ساعة 21:05 اليوم 11-02-2019.

¹⁵ موقع الموضوع، تعريف التوعية الصحية، 14:27 اليوم 05-02-2019.

¹⁶ عدنان ابو مصلح، علم الاجتماع، دار المشرق الثقافي، ط1، 2006، 72.

الدراسة الأولى: د.رضا عبد الواحد امين ،استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت -قدمت هذه الدراسة للحصول على درجة الدكتوراه ،جامعة المملكة -البحرين ،السنة الجامعية 2009-2008 سنة الطبع 2009.

تناولت هذه الدراسة استخدامات الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي وكنموذج للدراسة تمثل في موقع اليوتيوب حيث تمثلت أهمية هذه الدراسة في محاولة الكشف عن استخدامات هذا الأخير لهذه النوعية من المواقع الاتصالية عبر الانترنت حيث اندرجت إشكالية الدراسة تحت التساؤلات التالية :

-ما دوافع استخدام الشباب الجامعي لليوتيوب ؟

-ما مدى استخدام الشباب الجامعي لهذا الموقع؟وما طبيعة استخدامه؟

واندرجت هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية حيث كان الهدف منها هو معرفة خصائص مستخدمي موقع اليوتيوب على الانترنت من الشباب الجامعي ،ومعرفة أنماط الاستخدام وأساسه ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية الهامة.

أما المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو منهج المسح الإعلامي الذي يعد جهدا علميا منظما للحصول على بيانات أو معلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث. وفيما يخص مكان الدراسة فقد استخدم الباحث منهج المسح بنظام العينة على الشباب الجامعي في مملكة البحرين،وقد بلغت العينة مائة واثنان وعشرون مفردة من الطلاب والطالبات ،الدراسين بجامعة مملكة البحرين العامة والخاصة موزعة على جامعات (البحرين ،المملكة،لاهلية،دلمون)على النحو المشار إليه في خصائص عينة الدراسة.

-إن طلبة الجامعيين في مملكة البحرين يستخدمون الانترنت بشكل كثيف وبشكل يومي بنسبة 76% من مجموع عينة الدراسة مع تفاوت المدة الزمنية التي يقضونها في شبكة الانترنت. -توصلت الدراسة إلى أن كل الشباب الجامعي في البحرين يعرفون تلك المواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاهدة وإرفاق مقاطع الفيديو وتبادل مشاهدتها على الانترنت ،والتي تأتي في مقدمتها موقع يوتيوب الذي يأتي في المركز الثالث من حيث المشاهدة عالميا بعد ياهو وجوجل لتصنيف اليكسا العالمي لتصنيف المواقع،كما بينت الدراسة أن 70% من الشباب الجامعي في البحرين لا يعرفون مواقع أخرى تقدم هذا النمط الجديد من الإعلام.

الدراسة الثانية: الطالب شعباني مالك ،الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي،دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة ،قدمت هذه الدراسة للحصول على شهادة الدكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية و الديمغرافيا بجامعة منوري قسنطينة خلال الموسم الجامعي 2005-2006.

-تمحورت إشكالية الدراسة حول طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما دور إذاعتنا سيرتا (fm) والزيان المحليتين في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين؟ وأي منهما له الدور الأكبر في ذلك؟ اعتمدت الدراسة على الفرضيات التالية:

-تولي الإذاعة المحلية سيرتا و الزيان أهمية معتبرة للمواضيع الصحية.

-تقدم الإذاعة المحلية سيرتا والزيان برامج صحية شاملة لمختلف الأمراض وتتضمن نصائح وإرشادات وقائية وعلاجية لمستمعيها.

-تساهم الإذاعة المحلية سيرتا والزيان في تكوين دور هاما في التأثير على سلوك مستمعيها لتشكيل الوعي الصحي.

بث البرامج وقد اعتمدت الدراسة على مناهج عدة منها:
-منهج المسح الاجتماعي: وذلك للوقوف على حثيات الظاهرة وأيضاً بهدف تقرير واقع معين لمجتمع أو جماعة أو نظام محدد في فترة زمنية محددة بوقت إجراء الدراسة.

-المنهج الإحصائي: الاعتماد على التكميم للبيانات بحيث يجعلها أكثر دقة ووضوحاً واقتراباً من الواقع. واعتمدوا أيضاً على المنهج المقارن.

أما فيما يخص الأدوات المستعملة في جمع البيانات فقد استخدمت المقابلة والاستبيان.

والعينة التي اعتمد عليها في دراسته هي عينة عشوائية طبقية.

من النتائج التي توصلت إليها الدراسة مايلي:

-نسبة الاستماع للإذاعة المحلية الزيان بسكرة تفوق نظيرتها المستعملة في سيرتا قسنطينة.

– إن نسبة رضا المبحوثين عن البرامج المقدمة في إذاعة سيرتا أكبر من نظيرتها بالزيان، بينما وقت بث البرامج الصحية على الخصوص المقدمة بالإذاعتين مناسب ويغلب عليها الطابع الوقائي لكل حجم الساعي المخصص لهذه الحصة صغير كاف ومستوى أداء الطاقم الإذاعي متوسط.

– إن نسبة الاستماع للبرامج الصحية بإذاعة الزيان أكبر منها بإذاعة سيرتا، وقد ارجعوا سبب ذلك إلى اتساع مجال الاستفادة وكما ان اللغة المستخدمة لطرح المواضيع الصحية عامية ومفهومة.

– إنجلاًفراد العينة بالإذاعتين يرون أن البرامج الصحية في إذاعة محلية ضروري.

الدراسة الثالثة: إعداد الطالب احمد ريان باربان، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض (دراسة ميدانية) بكلية الادب جامعة الملك سعود 25 محرم 1424

إشكالية: دور وسائل الإعلام في تثقيف الصحي للمرأة السعودية.
التساؤلات:

– ما مصدر التثقيف الصحي الإعلامية للمرأة السعودية؟
– ما مدى متابعة المرأة السعودية لوسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي؟
– ما مدى استفادة المرأة السعودية من وسائل الإعلام في التثقيف الصحي؟

منهج الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية التي تعتمد على استخدام منهج المسح بالعينة جدا أو مفيدة، ثم الفيديو يأتي بالمرتبة الأخيرة باعتبار أن تلقي العينة يرى عدم فائدتها و ضعف الفائدة منه.

– من حيث مجالات الاستماع المتحقق من متابعة وسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي كما تراه المرأة السعودية، توصلت إلى انه قد جاء التنبه لخطورة أمراض الأطفال في المرتبة الأولى، ثانيا توعية الأطفال، ثالثا مجال فهم الإسعافات الأولية، وقد جاءت النتيجة متوافقة مع التوجه في اختيار عبارات الدلالة لمجالات التثقيف الصحي.

– توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين استخدام مصادر التثقيف الصحي والوعي الصحي للمرأة السعودية، حيث كلما زادت متابعة مصادر التثقيف الصحي زاد الوعي الصحي لدى المرأة السعودية.

– علاقة بين التفسيرات الديمغرافية واستخدام وسائل الإعلام للتثقيف الصحي، ففي متغير العمر كانت العلاقة ارتباطيه سلبية اي كلما قل العمر قل استخدام الوسيلة الإعلامية، بينما كانت العلاقة ايجابية لمتغير الحالة الاجتماعية، أما في متغير المهنة فكانت العلاقة سلبية حيث ان اللواتي لا يعملن أكثر استخداما للوسيلة الإعلامية

في مجال التثقيف الصحي، وفي متغير المستوى التعليمي كانت العلاقة سلبية فكلما قل المستوى التعليمي قل استخدام الوسيلة الإعلامية في مجال التثقيف الصحي، وفي متغير الدخل نجد أن العلاقة الارتباطية سلبية طردية فكلما ارتفع الدخل ارتفع استخدام الوسيلة الإعلامية للتثقيف الصحي، أما متغير الحي فكانت العلاقة ايجابية طردية اي كلما ارتفع مستوى الحي ارتفع مستوى استخدام الوسيلة الإعلامية.

-التعقيب على الدراسات:- تشابهت دراستنا مع دراسة الأولى من حيث تناولها لموقع اليوتيوب وكيفية استخدامه ومدى أهميته، أما فيما يخص الدراسة الثانية فهي مشتركة مع دراستنا في نشر الوعي الصحي ،أما فيما يخص أدوات جمع البيانات فقط ساعدتنا في اختيار الأداة التي نجمع بيها المعلومات حول موضوع بحثنا،والدراسة الثالثة فهي أيضا تشترك معنا في نشر الوعي الصحي وقد ساعدتنا كثيرا في اختيار العينة.

الفصل الأول : مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

أنشأت تكنولوجيا الانترنت العديد من الوسائل في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر من أهم وسائل الاتصال الحديثة نظرا لما تتيحه هذه المواقع من خدمات متنوعة تختلف باختلاف كل موقع وميزته مثل الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب، حيث ساهمت تسهيل عملية تواصل بين مستخدمين مع بعضهم البعض لطرح وتبادل الأفكار والآراء .

في هذا الفصل سوف نتطرق إلى تعريف مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها، أنواعها، خصائصها، موقع اليوتيوب، إيجابياته وسلبياته.

1-1 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

لقد أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية، أو ما تسمى أحيانا شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا هي الفيس بوك facebook وماي سبيس My space و تويتر twitter ولايف بوونواي فايف وأوركوت تستخدم الناس لعدة أغراض، أهمها:

1- أداة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات المختلفة.

2- أداة تجمع بين أصدقاء الدراسة.

3- هناك شبكات أخرى تجمع بين أصدقاء العمل، حيث أن هناك شبكات تجمع صناع الأعمال، وأصح بالشركات، والعاملين بها.

4- أصبحت الشبكات الاجتماعية إحدى أهم الضرورات في حياتنا اليومية لما نقدمه من خدمات تسمح في إبداء الرأي والرأي الآخر، ناهيك عن كونها تجمع بين الآراء المتضاربة.

5- كذلك فقد برز دورها بشكل كبير في الآونة الأخيرة من خلال استخدامها كوسيلة للتواصل بين المعارضين والثوار من أفراد الشعب في بعض الدول، وزمنها الدول والبلدان العربية، حيث أنها تجمع الملايين من المستخدمين في وقت واحد.

6- إن وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعية تنقسم بحسب رغبات وأهداف المستخدمين.¹

هي مواقع الكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.²

منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها انشاء موقع خاص به،ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات وهوايات نفسها أو جمع مع اصدقاء الجامعة أو ثانوية،هي مواقع تجمع اشخاص يناقشون مواضيع مختارة،وتجمعهم اهتماماتهم المشتركة في موضوع معين.³

1-1 نشأة الشبكات الاجتماعية:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعيناتمثل classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع six degrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص.

وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطيع أن تدر ربحاً مالياً وتم إغلاقها.

بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطيع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001.

مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته أكثر من google وهو موقع myspace الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات على مستوى العالم ومعه منافسيه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير.

د- عامر ابراهيم القندلجي، الاعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوني العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة العربية 2013، ص333.

²مروى عصام صلاح، الاعلام الالكتروني الأسس وافاق المستقبل، دار الاعصار للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013، ص246.

³عبد الرحمان عزي وآخرون، دعائم الاتصال، جامعة الجزائر، عدد 2 الجزائر، 1992، ص41.

تلك الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل الخصوصية والهوية ورأس مال المجتمعات واستخدامات المراهقين.⁴

1-2 أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

-**الفييس بوك facebook**: هو عبارة عن موقع اجتماعي تم إطلاقه في شهر شباط فبراير من عام 2004 وهو يتبع شركة تحت نفس الاسم، ويسمح هذا الموقع لمستخدميه بتكوين عدة شبكات تحتل نفس الاسم إليهما من نفس الموقع.⁵

نشأته: انشأ هذا الموقع سنة 2004 على يد مارك زوكربيرغ mark zuckerberg الذي كان طالبا في جامعة هارلد فارلد . ويسمى الفييس بوك بهذا الاسم على غرار مكان يسمى ب "كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم لتعارف والتواصل مع بعضهم البعض خاصة في الانتهاء من الدراسة والتخرج حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء فكان الهدف تأسيس موقع الكتروني ليقوم بعمل كتب الوجوه بطريقة أسهل وأوسع انتشارا أو أكثر فعالية.⁶

-**الويكي (wiki)**: هو نوع من المواقع الالكترونية يسمح لزوار بإضافة المحتويات وتعديلها دون أية قيود في الغالب، وقد تشير كلمة ويكي أيضا الى برامج الويكي المستخدمة في تشغيل هذا الموقع من المواقع.

تعني كلمة ويكي (/:ki:wi) بلغة هاواي "سريع" وقد استخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من الأنظمة لدلالة على السرعة وسهولة في تعديل محتويات المواقع.

نشأته: أول موقع اطلق عليه اسم ويكي ظهر في مارس 1995 وهو موقع "بورتلاند باترن ريبازيتوري portland pattern repository" أي مستودع بورتلاند للنماذج أو لصيغ وقد أنشأه وورد كانينغهام، وهو الذي اختار لفظ "ويكي" لهذا النوع من المواقع.

⁴-مروى عصام صلاح، نفس المرجع السابق ص 246_247.

-عامر ابراهيم القنديلجي، الاعلام والمعلومات والانترنت، داراليازوني العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة العربية 2013، ص 350.

-علي خليل شقرة، الاعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة 1، 2014 ص 64

في أواخر التسعينات من القرن الماضي ازداد استخدام برامج الويكي لإنشاء قواعد معلومات خاصة أو عامة، واليوم يعتبر القسم الإنجليزي من موسوعة الويكيديا أكبر موقع ويكي على شبكة الأنترنت. ويكي يتيح للمستخدمين إضافة أو تعديل أو حذف محتوياته عن طريق متصفح الويب.⁷

- **تويتر twitter**: وهو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر- وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المدخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفاً فقط للرسالة الواحدة- ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر أو على شكل رسائل sms وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال.

وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحتهم الرئيسية أ، عن طريق الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الإلكتروني.

وظهر موقع تويتر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة obvious الأمريكية، ثم أطلق رسمياً للمستخدمين في نفس العام. من مميزات السرعة في نشر الخبر على الأنترنت، وبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الأنترنت- حتى لو لم يكون مشتركين في موقع تويتر- قراءة ما كتب والاستفادة منه.

- يتيح تويتر إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق رسائل sms.

- متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية و خلاصات RSS دون الحاجة الى زيادة كل موقع منها على حدة.⁸

1-2 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية هي المواقع الإلكترونية التي تتمتع بخصائص الفريدة بها التالية:

- المشاركة "participation": وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث تلمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

⁷ مروى عصام صلاح، نفس المرجع السابق ص 275

⁸ على خليل شقرة، نفس المرجع السابق، ص 75.

-الانفتاح" openness " :معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

-المحادثة" conversation " حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

-المجتمع community :وسائل الاعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال،ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم اجمع حول مصالح او اهتمامات مشتركة، مثل الحب التصوير الفوتوغرافي، او قضية سياسية، او للتعلم، او برنامج تلفزيوني مفضل ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.

-الترابط connectedness :تتميز مواقع الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع اخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله الى معارفك على الفيس بوك وكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.⁹

1-3 مفهوم موقع اليوتيوب، ايجابياته وسلبياته:

-مفهوم اليوتيوب:

__يوتيوب (you tube) هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو ويسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

__تأسس في 14 فبراير 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة باي بال هم تشادهيري وستيف تشين وجاودكريم، في مدينة سان برونو، سانمانيو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، ويستخدم تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها. وهو حاليا مزود ب 67موظف. في أكتوبر 2006 أعلنتشركة googleالوصول الاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65مليار دولار امريكي، أيمايعادل 1.31مليار يورو. وهويعتبر من مواقع ويب 2.

⁹- على عبد الفتاح، الاعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة 2014، ص26-27.

إختارت مجلة "تايم" الأمريكية موقع يوتيوب على الأنترنت رجل عام 2006 لدورة في إعطاء الفرصة لزواره في انتاج المواد التي يعرضونها في الموقع .

أول فيديو على اليوتيوب: يعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان "انا في حديقة حيوان (Me at the Zoo).

اليوتيوب بأرقام :

__بحسب موقع alexa، يوتيوب هو حاليا ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد الفيس بوك وجوجل.

__في يوليو 2006، صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل الى 100 مليون يوميا.

__في شهر يناير 2008 فقط، 79 مليون مستخدم شاهد أكثر من 3 مليارات فيلم.

__في أغسطس 2006، ذكرت الـوول ستريت جورنال بأن الموقع يستضيف 6.1 مليون فيلم، بسعة 600 تيرابايت.

__في سنة 2007، استهلك الموقع قدرا من حجم تدفق البيانات (bandwidth) مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الانترنت في عام 2000.

__يتم رفع 13 ساعة تقريبا من الأفلام في كل دقيقة.

__في مارس 2008، قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يوميا.

التأثير الاجتماعي لليوتيوب:

بعد إطلاق يوتيوب أصبح من السهل نشر الأفلام ليشاهدها المستخدمون حول العالم. وأصبح العديد من الهواة مثل الكوميديين والسياسيين والموسقيين الذين ينشرون مقاطع مصورة بشكل مستمر، مثل بات كوندل (en).

ويعتقد أن فيديو بيبي (baby) للمغني جاستن بيبر هو أكثر الفيديوهات مشاهدة على موقع اليوتيوب، بعدد يزيد عن 800 مليون شخص.¹⁰

¹⁰ نفس المرجع السابق، ص 205

إلا أن فيديو المغني الكوري الجنوبي "سايجانجامسنال (psygangam style)"، تجاوزه يوم 24 نوفمبر 2012 بحصوله على مليار مشاهدة.

1-3 إيجابيات اليوتيوب:

ويتميز اليوتيوب بمقومات فريدة من نوعها تدعممكاته كوسيلة اتصالية من بينها:

- ضخامة مساحته التخزينية.

- مجانيته

- سهولة ربطه بالمواقع والمدونات الالكترونية.

- إمكانية استقباله على أجهزة الكترونية متعددة.

- تنوع وتعدد مستخدميه.

- كثرة خياراته ومواده.

- سماحة كمستخدميه بمساحة حرية كبيرة.

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

- إمكانية استخدامه كوسيلة تسويقية وإعلانية وترويجية، وفي الحملات السياسية مثلما فعل أوباما أثناء فترة الانتخابات الرئاسية، حيث خص اليوتيوب ببعض أخباره وخطبه، قبل أن يتم بثها عبر الوسائل الأخرى، وكما فعلت ملكة بريطانيا في عام 2007، ببث رسالتها السنوية عبره، وكذلك فعلت هيلاري كلينتون عند إعلانها لترشحها لسياق الرئاسة.¹¹

1-3 سلبيات موقع اليوتيوب:

¹¹ نفس المرجع السابق، ص 210.

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

2- قيام بعض الدول بحجب الموقع: بحيث تم منع فائده عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضي عنه بعض الدول، كما حدث في الصين عندما ظهر على اليوتيوب أفلام فيديو تظهر ضباطا صينيين يضربون رهبانا في الأديرة البوذية، مما دفع السلطات في الصين إلى حجب موقع اليوتيوب. وكذلك حدث في أرمينيا عندما أظهرت بعض الأفلام صورا لقمع المتظاهرين عام 2008، وفي إيران حيث تم حجب موقع اليوتيوب بسبب إظهاره أفلاما لقمع المتظاهرين عند انتخابات الرئاسة عام 2009.¹²

1-4 مزايا اليوتيوب: لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدميه مهما كان موقعه، ومهما تعددت اهتماماته.

1- جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة: بل وسهلا جدا، فلا يكاد يحدث حدث في الليل أو نهار إلا ويصور، ويسجل في نفس اللحظة ممن شاهدوا هذا الحدث، حيث أصبحت وسائل التصوير والتوثيق سهلة وفي متناول يد عامة الناس الذين أصبحوا كصحفيين ومراسلين للصحافة ووكالات الأنباء يزودونها بالأخبار مقروءة ومسموعة ومشاهدة أولا بأول.

فالتوثيق هو بلا شك خدمة عظيمة أسداها موقع اليوتيوب للعالم أجمع.

2- يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب: وذلك لنفس الحدث مما جعل من أي حدث حدث الساعة في كل حين مهما إبتعد الزمن، وهذا يحدث أكبر الأثر في ترسيخ أدق المشاهدات في الذهن، ويؤثر في الآراء بشكل كبير.

فعلى سبيل المثال، مقاطع الفيديو الخاصة بأحداث 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة بما تحويه من مشاهد الدمار والقتل، فقد أتيت للملايين من الناس تكرار مشاهدة هذه الأحداث عبر اليوتيوب، مما ساهم في ترسيخ المقولات والإدعاءات الأمريكية بحربها على الإرهاب، وفي توفير أنصار ومؤيدين لها في البداية على الأقل.

¹² نفس المرجع السابق، ص 95-96.

كما أن تكرار عرض المشاهدة قد يوفر إمكانية اكتشاف جوانب من الأحداث وحقائق يمكن أن لا يتم ملاحظتها في مشاهدة أو مشاهدتين.

3- إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة: بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب إن يدخل على الكثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين، ويتمكن من رؤيتها مما يساهم مساهمة كبير وفعالة في زيادة معلوماته عن الموضوع، ويوسع مداركه عنه.

كما تم إعطاء مساحة للمشاركة في إبداء الرأي حول المشاهدة المعروضة عبر اليوتيوب، مما يتيح المجال للتفاعل بين كافة المشاهدين، وإثراء الموضوع بالآراء المختلفة.

4- إعطاء إمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب: وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع، والتأكد من اعتماد التعديل فوراً.

5- سهولة الاستعمال والمشاهدة: حيث يستطيع كل إنسان مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي أن يقوم بتحميل الأفلام ومشاهدتها.

6- اليوتيوب عام ومجاني: حيث أنه متاح لكافة الناس، يستطيع كل من يسجل في الموقع أن يقوم بتحميل ما يشاء من أفلام ضمن شروط وضوابط معروفة ومنشورة في الموقع.

وبالتالي يستطيع كل من يريد الترويج لأفكاره وشرحها على اليوتيوب دون تحمل عناء الترويج بالطرق التقليدية، أو تحمل تكاليف خاصة، لأن ذلك لا يتطلب سوى كاميرا رقمية أو يتم أحتى كاميرة هاتف جوال.

7- توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب: من محاضرات وخطابات ومعلومات... إلى عدة لغات ترجمة فورية، بحيث يستطيع أي مستخدم الاستفادة مما ينشر على اليوتيوب بأي لغة كانت.¹³

- أ.علي خليل شقرة، الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان،
13 ط، 2013، ص 92-94

خلاصة:

أثبتت مواقع التواصل الاجتماعي وجودها الفعال وسط المجتمع بانتشارها الواسع ورهيب، حيث أصبح تأثيرها على الفعل الاجتماعي كبير وواسع النطاق، إذ سمحت بتبادل المعلومات والبيانات والتشارك والتفاعل بين أفراد المجتمع في مختلف القطاعات. ومن هنا نقول أنها أصبحت جزء لا يتجزأ من حياتنا.

الفصل الثاني : المرأة والوعي الصحي

تمهيد:

تعتبر المرأة شريكا أساسيا وعنصرا هاما في المحافظة على الأسرة والمجتمع من خلال ما تقدمه من نصائح و توجيهات لعائلتها في ما يخص الصحة . إذ أصبحت تتصفح المواقع الالكترونية لاكتساب تلك المعلومات صحية مثل موقع اليوتيوب ومشاهدة قنواته الصحية ،لثقيفها وتوعيتها وإرشادها باعتبار الصحة أساس الحياة.

1-2 المرأة:

-نساء،نسوة من غير لفظها.المرأة هي نصف المجتمع:أنثى الرجل.

— مفردة: ج نساء (من غير لفظها)ونسوة (من غير لفظها مذمرء المرأة :تطلق عند تعريفها بال-بمعنى انثى الرجل "اعطى الاسلام،المرأة جميع حقوقها - الدنيا متاع وخير متاع الدنيا المرأة الصالحة حديث"14 .

1-2 خصائصها المرأة وصفاتها:

-**اختلاف المرأة عن الرجل:**تمثل المرأة النوع الثاني للجنس الانساني،فالجنس لفظ عام ينقسم الى مدلولين :الذكر والأنثى،وهما يشتركان في خصائص مشتركة لا تميز بينهم،فيكمل الرجل والمرأة كل منهما الآخر.ومع ذلك فليس الذكر كالأنثى - كما قال تعالى "وليس الذكر مثل الأنثى"(ال عمران:36)،فكل منهما له خصائصه ومميزاته وتركيبه أعضائه ووظائفها التي تختلف عن اخر،مما يعكس على الدور الطبيعي لكل منهما،فالمرأة تحمل وتلد،وذلك بعكس الرجل.

-**مظاهر البلوغ:**تتبدل مظاهر الطفولة بالأنوثة وتصل إلى سن البلوغ وتبدو مظاهر البلوغ لدى الفتيات في إفراس المبيض للبيوضة،ويعتبر دلالة البلوغ ظهور الطمث"المعروف بالحيض"،والذي يبدأ في الظهور في السنة الحادية عشرة،والثانية عشرة من حياة الفتاة،ويختفي في سن اليأس أي بين الخامس والأربعين والخمسين من عمرها وتسمى هذه الفترة بفترة الحياة التناسلية،وهي عبارة عن نزيف دموي شهري يستمر بين أربعة أيام وثمانية أيام. وتحدث مظاهر البلوغ عند الفتاة الصحيحة البنية بامتشاق القوام ومتلاء الجسم بطبقة دهنية تحت الجلد يجعل البدن مستدير بوجه العام،وينمو الثديين متخذين هيئة نصف كرة،اما الرحم فيكبر في الحجم ويزداد سمك جدرانه،ويبدأ في نزول من تجويف البطن الى الحوض .

14-موقع المعانيwww.almaany.com،تعريف وشرح ومعنى المرأة،14:32اليوم 18_05_2019

-فترة الخصوبة: دلت الأبحاث التي قام بيها دنكان مانيو على أن السنوات فيما بين العشرين والخامس والعشرين هي أخصب السنوات في حياة المرأة وبعد أن تتعدى المرأة الخامس والعشرين يضعف احتمال الحمل تدريجياً حتى تبلغ السنة الخامس والثلاثين من عمرها، وتبدو أهمية الحمل والوضع بالنسبة للأم في أنها صورة لازمة لإكمال نمو المرأة، ولهذا يقال أن النساء اللاواتي لم يلدن ليس متزينات توازناً كاملاً كالوالدات فضلاً عن أنهن يصبحن أكثر عصبية .

-الشعر: ينمو الشعر على جسم ووجوه الرجال، بينما لا نجد في النساء، فللرجال كما يكسو الشعر صدور الرجل من دون النساء. أما شعر رأس المرأة فهو أغزر من شعر الرجل.

-الصوت: تميز أصوات الرجال بالخشونة، بينما نجد الرقة بأصوات النساء .

-الحواس: ومن بين الفروق بين الرجل والمرأة أن حاسة الشم تكون متطورة عند المرأة أكثر منها عند الرجل، وبصفة خاصة عند المرأة الناضجة في الفترة التي تسبق انقطاع الدورة الشهرية. وبالنسبة لحاسة السمع نجد المرأة تتمتع بأذن مرهفة، وموسيقية بنسبة أكبر من الرجل. وبالنسبة لحالة اللمس تكون المرأة أكثر تفوقاً منها عند الرجل. وتنجذب المرأة للمذاق الحلو في حين ينجذب الرجل للمذاق المالح.

-مخلوق جميل: منح الله المرأة الجمال، فالمرأة مخلوق جميل ورقيق، ولكل امرأة حظها من الجمال. والجمال -كما يقال- جمال الروح والنفس والخلق. أما جمال الصورة، وجمال الجسم فرغم تأثيره السريع، إلا أنه لا يستمر الإحساس به كجمال الروح في بجائه.

-الرقة والطاعة والتبعية: الرقة من أهم مظاهر الأنثوية، تليها الطاعة، ثم التبعية، ثم النعومة.

-قوة التحمل: تمتاز المرأة بقوة التحمل، وأكثر من هذا ففي قوة تحملها أشياء مذهلة

-الثروة: أثبت أحد علماء النفس أن الرجال أكثر ثروة من النساء، وأنهم أكثر قدرة منهن على اختلاف الأحاديث. وقد أثبتت تجارب أخرى أن الثروة هي من عادات النساء، ومثلهن بعض الرجال. ولهذا توصف المرأة بالكمال إذا كانت قليلة الكلام كثيرة الصمت .

-اهتمامات المرأة: وجدت دراسة للدكتورة عواطف عبد الرحمان أن المرأة تركز على جوانب معينة من اهتماماتها كالأزياء، والماكياج وتسريحة اليوم، وهي موضوعات تمس الطبقة الوسطى ولا تمس الطبقات الأخرى.¹⁵

2-2 مفهوم الوعي الصحي:

-يعرف الوعي الصحي بأنه مجموع الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي لإطلاع الناس على واقع الصحية، وتحذيرهم من مخاطر والأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان من أجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية، والوقائية المنبثقة من عقيدة المجتمع ومن ثقافته.¹⁶

وتعرف التوعية الصحية بأنها "العملية التي تستهدف تعليم الناس عادات صحية سليمة، وسلوك صحي جديد، ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية."¹⁷

-يقصد به إلمام المواطنين بالمعلومات والحقائق الصحية وأيضاً إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو الممارسة عن قصد نتيجة الفهم والإقناع وبمعنى آخر أن تتحول الممارسات الصحية إلى عادات تمارس بلا شعور أو تفكير، وهو الهدف الذي يجب أن تسعى إليه وتتوصل إليه لا أن تبقى المعلومات الصحية كثافة صحية فقط.

-يعرف الوعي الصحي على أنه المعلومات الخاصة بالوقاية من الأمراض ومكافحة الأوبئة مع ضرورة توفر خدمات الصحية.¹⁸

2-2 أهمية الوعي الصحي:

-إن التوعية الصحية تمكن الأفراد من التمتع بنظرة صحية تساعدهم في تفسير الظواهر الصحية وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها كما إن التوعية الصحية بمثابة رصيد معرفي يستفيد منه أفراد المجتمع من خلال توظيفهم لها في وقت الحاجة في اتخاذ القرارات صحيحة صائبة إزاء ما

-د.حسين عبد الحميد أحمد رشوان، المرأة والمجتمع "دراسة في علم اجتماع المرأة"، دار وفاء لندنيا للطباعة والنشر، جامعة الاسكندرية، ط2، 2011، ص2-7

16- أحمد شاهين وآخرون، الإعلام والتنمية، مؤسسة طبية، القاهرة، ط1، 2010، ص203

17- عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، دار اليازوري للنشر، عمان، الأردن، طع، 2005، ص225-226.

- نور الهدي بن اسماعيلي وأميرة قادر، دور الصحافة المكتوبة في التوعية الصحية المرأة جريدة الشروق اليومي 18 نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة الجبالي خميس مليانة، سنة2017-2018.

يعترضهم من مشكلات صحية، كما تخلق التوعية الصحية روح الاعتزاز والتقدير والثقة بالعلم كوسيلة من وسائل الخير وبالعلماء المتخصصين في الصحة، إضافة إلى ذلك تولد التوعية الصحية لدى أفراد المجتمع الرغبة في الاستطلاع وتغرس فيهم حب اكتشاف المزيد منها كونها نشاط غير جامد يتسم بالتطور المتسارع.¹⁹

2-3 أهداف نشر الوعي الصحي: هناك عدد من الأهداف يراد تحقيقها، والوصول إليها من خلال نشر الوعي الصحي بين أفراد المجتمع من المجتمعات وهي:

1- إيجاد مجتمع يكون أفراده قد ألبوا بالمعلومات الصحية عن مجتمعهم وألبوا بالمشكلات الصحية، والأمراض المعدية المنتشرة في مجتمعهم، ومعدل الإصابة بها وأسبابها وطرق انتقالها، وأعراضها، وطرق الوقاية منها ووسائل مكافحتها.

2- إيجاد مجتمع يكون أفراده قد فهموا وأيقنوا أن حل مشكلاتهم الصحية، والمحافظة على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الحكومية.

3- إيجاد مجتمع يتبع أفراده الإرشادات، والعادات الصحية السليمة في كل تصرفاتهم، بدافع من شعورهم ورغبتهم، ويشتركون إيجابياً في حل مشكلاتهم الصحية، و يبذلون المال والجهد في هذا السبيل.

4- إيجاد مجتمع يكون أفراده قد تعرفوا على الخدمات والمنشآت الصحية في مجتمعهم وتفهموا الغرض من إنشائها وكيفية الانتفاع بها بطريقة منظمة ومجدية.²⁰

2_4 علاقة التوعية الصحية بالإعلام:

تحدد علاقة التوعية الصحية بالإعلام في مستويين هما: مستوى تعاوني ومستوى وظيفي.

1- المستوى التعاوني: توظيف الإعلام بغية:

- تنمية الثقافة الصحية.

- التعريف ببرامج الإعلام الصحي الوقائي.

مصعب عبد السلام المعاينة، دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي، دراسة في برنامج صحتك بالدنيا، رسالة للحصول على درجة ماجستير، جامعة باترا، 2013-2014.

- بشير مصطفى، دور حملات الإعلانية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة تبسة، 2015-2016.

2_المستوى الوظيفي: تبني سياسية إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته من خلال:

-معرفة الخبر الصادق والإحاطة بالقضايا الصحية.

-نشر القيم الصحية بين أفراد المجتمع.

ومن خلال هذه العلاقة يمكننا تحديد أهمية الإعلام في المجال الصحي حيث تعتبر وسائل الإعلام المصدر الرئيسي للمعلومات، وتؤدي دورا كبيرا ومهما في بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي، ومن خلال عملها على زيادة رصيد المعلومات والخبرات التي تنتج موافقة وأرائه وسلوكياته، ومن خلال اعتماده عليها، فوسائل الإعلام أصبحت مرتبة للأفكار واصفة للمعايير ناقلة للحياة.

وأوضحت هذه الوسائل قوة كبيرة من خلال إحكام سيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها أفراد المجتمع ونخبته ومجموعاته ومنظّماته، في اتخاذ الآراء والقرارات وتحقيق الأهداف ولأجل ذلك يسعى الأفراد على إقامة علاقة اعتماد على وسائل الإعلام لتحقيق ثلاث أهداف هي فهم المثل والتوجيه والتسلية.²¹

تشكل وسائل الإعلام الجديد وبتحديد مواقع التواصل الاجتماعي نوع جديد من أنواع الاتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الانترنت، من بينها موقع اليوتيوب الذي يعد من أكثر المواقع استخداما بفضل ميزته في نشر الفيديوهات المتنوعة في مختلف المجالات من بينها قنوات المخصصة في نشر الوعي الصحي وذلك عن طريق تحصيل المعلومات واكتسابها وتنمية ثقافة الفرد. وهذا ما سنلتمسه في دراستنا التي سنحاول الكشف فيها عن مدى مساهمة موقع اليوتيوب في تنمية الوعي الصحي للمرأة.

خلاصة:

-نايلي سماح، دور الدراما التلفزيونية في تنمية الوعي الصحي لدى طلبة الجامعة، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، جامعة
العربي تبسي -تبسة سنة 2016

أصبح موقع اليوتيوب له أهمية كبيرة في نشر الوعي الصحي للمرأة، من خلال ما يقدمه من المعلومات التوعوية صحية على قنواته. وتنمية ثقافة المرأة واكتسابها لمعلومات في مجال الصحي.

الجانب التطبيقي:

تمهيد:

سوف نتطرق في هذا الجانب إلى الإجابة على سؤال رئيسي للإشكالية من خلال إتباع أداة الدراسة وهي استمارة استبيان من خلال تحليلها في الجداول وتفسيرها والتعليق عليها وصولاً إلى النتائج.

-عرض الجداول مع التعليق عليها:

1-تحليل نتائج السيمات العامة:

الجدول رقم 1: توزيع العينة حسب السن:

السن	تكرار	النسبة
من 21 إلى 30	25	42%
من 31 إلى 40	24	40%
من 41 إلى 50	11	18%
المجموع	60	100%

التعليق:

يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثات حسب السن، حيث بلغت نسبة 40% للنساء اللواتي أعمارهم ما بين 21 إلى 30 بـ 42% متقاربة نوعاً ما، وأما نسبة نساء اللواتي أعمارهم ما بين 31 إلى 40 سنة، بينما قدرت نسبة النساء اللواتي أعمارهم ما بين 41 إلى 50 فدرب 18% أي منخفضة مقارنة ب النسب السابقة، وهذا راجع إلى أن النساء المتابعات لمواقع اليوتيوب شابات ويتعاملن مع الانترنت ويتابعن كل ما هو جديد على مواقع اليوتيوب.

الجدول رقم 02: توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ابتدائي	4	7%
متوسط	15	25%
ثانوي	21	35%

جامعي	20	33%
المجموع	60	100%

التعليق:

حسب الجدول أعلاه يتضح لنا أن صاحبات النسبة الكبرى هن ذوي المستوى الثانوي قدرت ب 35% في حين بلغت نسبة نساء ذوى مستوى الجامعي ب 33% وتلتها نسبة 25% لصاحبات المستوى المتوسط، أما النسبة الأخيرة فكانت لصاحبات المستوى الابتدائي حيث قدرت ب 7% وهي نسبة ضعيفة مقارنة مع النسب الأخرى. ومن خلال هذا يتضح لنا أن أغلبية النساء متعلمات ومثقفات.

الجدول رقم 03: توزيع العينة حسب الحالة المدنية:

الحالة المدنية	التكرار	النسبة
عزباء	18	30%
متزوجة	31	52%
مطلقة	7	11%
أرملة	4	7%
المجموع	60	100%

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة المتزوجات قدرت ب 52%، في حين تتراوح نسبة 30% للنساء العازبات، أما مطلقات تراوحت نسبتهم ب 7%. وأرامل قدرت نسبتهم منخفضة ب 4% .

الجدول رقم 04: توزيع العينة حسب ما بعد الحالة المدنية:

ما بعد الحالة المدنية	التكرار	النسبة
ماكثة بالبيت	29	48%
عاملة	31	52%
المجموع	60	100%

التعليق:

تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة العائلات مرتفعة حيث قدرت بـ 52% مقارنة بالنساء الماكثات بالبيت والتي قدرت نسبتهم بـ 48%.

الجدول رقم 05: توزيع العينة حسب مكان الإقامة:

مكان الإقامة	التكرار	النسبة
حضري	35	59%
شبه حضري	17	28%
ريف	8	13%
المجموع	60	100%

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه إن أكبر نسبة من النساء يقمن في حضري قدرت بنسبة 59% وتاليها نسبية 28% يقمن في شبه الحضري وفي الأخير تبقى نسبة 13% للتواني يقمن في الريف، باعتبار المدينة مكان حضري يحتوي على جميع المرافق الضرورية والغير ضرورية للحياة .

2_ تحليل نتائج المحور الأول: اهتمامات المرأة بموقع اليوتوب:

الجدول رقم 06: أقدمية استخدام اليوتوب من طرف المرأة:

استخدام اليوتوب	تكرار	النسبة
منذ سنة	13	21%
منذ سنتين	12	20%
ثلاث سنوات فأكثر	35	59%
المجموع	60	100%

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن النساء يستخدمن اليوتيوب لأكثر من ثلاث سنوات قدرت النسبة ب 59%، في حين قدرت نسبة 20% للنساء اللواتي بدأنا استخدامه منذ سنتين، أما في ما يخص نسبة 21% فقد خصصت للنساء اللواتي بدأنا استخدامه منذ سنة. وحسب تقديراتنا نفس ان استخدام اليوتيوب كان بنسبة كبيرة وهذا راجع لشهرة الموقع وخدماته المتنوعة وسهولة الدخول اليه والعمل به، ومنه نستنتج ان اليوتيوب لم يكن وليد الساعة بل هو متداول منذ فترة طويلة. كما جاء في عناصر نظرية الاستخدام والاشباع أن المرأة بالوعي وادراك وسيلة الاتصال التي ترغب في التعرض لها.¹

الجدول رقم 07: يبين مدى إعتقاد المبحوثات سهولة في التعامل مع موقع اليوتيوب:

النسبة	التكرار	إيجاد سهولة في التعامل مع مواقع اليوتيوب
94%	56	نعم
6%	4	لا
100%	60	المجموع

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن النساء اللواتي وجدن سهولة في التعامل مع مواقع اليوتيوب قدرت ب 56% في حين اللواتي وجدن صعوبة في التعامل معه قدرت ب 4% ومن هذا يتضح لنا حسب تقديراتنا أن موقع اليوتيوب له سهولة في استخدامه وتعامل معه من قبل النساء .

الجدول 08: يبين الادمان على موقع اليوتيوب من قبل المبحوثات من عدمه:

النسبة	التكرار	متابعة لموقع اليوتيوب
45%	27	دائما
43%	26	أحيانا
12%	7	نادرا
100%	60	المجموع

-بارش أشرف الدين، لعور صابر، استخدام الطلبة لليوتيوب والاشباع المحققة منه، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، 2015-2016، ص 39.¹

التعليق:

يتجلى من خلال المعطيات المبينة في الجدول أن إجابات المبحوثات بمتابعة مواقع اليوتيوب بصفة دائمة قدرت ب 45% وهي أعلى نسبة، في حين قدرت نسبة المتابعات لمواقع اليوتيوب أحيانا ب 43%، أما اللواتي نادرا ما يتابعن مواقع اليوتيوب قدرت نسبتهم ب 12%. وهذا راجع الى سهولة التعامل مع موقع اليوتيوب واستخدامه ما أدى الى متابعة من طرف النساء له .

الجدول 09: يبين نوع الوسيلة الالكترونية التي تستعملها المبحوثات لمشاهدة اليوتيوب:

الوسيلة المستعملة لمشاهدة اليوتيوب	التكرار	النسبة
الهاتف	44	73%
اللوح الالكتروني	6	10%
الحاسوب	10	17%
المجموع	60	100%

التعليق:

من خلال الجدول مبين أعلاه تبين لنا أن الوسيلة أكثر استعمالا هي الهاتف حيث قدرت نسبته ب 73%، ويليه الحاسوب ب نسبة 17%، أما أحر نسبة كانت للوح الالكتروني حيث قدرت نسبته ب 10%، ومن خلال هذا يتضح لنا أن الهاتف أخذ نسبة الأكبر كونه الوسيلة الأكثر إتاحة للنساء وسهولة استخدامه وحمله وتوفر كل الخدمات فيه بينما فيه الجيل الثاني والثالث والرابع، أما استخدام الحاسوب فمازال له القيمة الفعلية رغم تطور وسائل التكنولوجيا. أما اللوح الالكتروني يبقى من بين أهم الوسائل متداولة في مشاهدة مواقع اليوتيوب . ومن خلال نظرية اشباع واستخدامات فان هاتف يشبع حاجة من حاجتها من خلال حجمه وسهولة حمله واستخدامه وتوفره بأسعار معقولة أي يمكن اقتنائه، وهذا ما جاءت به الفرضية الثانية للنظرية حيث تقول ان جمهور وسائل الإعلام هو الذي يقوم بدور الرئيسي في إشباع حاجياته من وسائل الاعلام حيث يربط بين اشباع حاجاته واختياره للوسائل التي تشبع هذه الحاجات.¹

¹ نفس المرجع السابق، ص 38.

الجدول رقم 10: نسبة تبين مكان تصفح مواقع اليوتيوب:

النسبة	التكرار	مكان تصفح موقع اليوتيوب
62%	37	المنزل
2%	1	مقهى الأنترنت
36%	22	اينما توفرت الأنترنت
100%	60	المجموع

التعليق:

من خلال الجدول الموضح أعلاه في ما يخص مكان تصفح مواقع اليوتيوب تبين لنا أن المنزل يحتل صدارة بنسبة 62%، أما نسبة 36% كانت لأينما توفرت الأنترنت، أما في ما يخص مقهى الأنترنت كانت النسبة شبه منعدمة قدرت ب 2%. وهنا يتضح لنا حسب تقديرونا أن أكثر الامكان الذي تستخدمه المرأة لتصفح مواقع اليوتيوب هو المنزل كونه مكان راحتها، أما حيث ما وجدت الأنترنت في هي تساعدها على تصفح اليوتيوب بسهولة، أما مقهى الأنترنت لا تلجأ اليه المرأة لتصفح الأنترنت. وعليه يحتل المنزل نسبة أكبر كونه ملجأ لراحتها وهو المكان الذي تلقى فيه السكينة وتشاهد موقع اليوتيوب دون إزعاج أو تشويش،

الجدول رقم 11: يبين الفترات اليومية التي تستغلها المبحوثات في مشاهدة اليوتيوب:

النسبة	التكرار	فترات مشاهدة اليوتيوب
7%	4	الفترة الصباحية
13%	8	الفترة المسائية
28%	17	الفترة الليلية
52%	31	ليس لدي وقت محدد
100%	60	المجموع

التعليق:

من خلال نتائج الميينة أعلاه حسب الجدول نجد أن النساء المشاهدات لمواقع اليوتيوب العاملات والماكثات بالبيت على حد سواء ليس لديهم فترة محددة لمشاهدة اليوتيوب، حيث قدرت النسبة بـ 52% وهذا راجع الى وقت فراغهم. في حين نجد نساء اخريات يشاهدن اليوتيوب في الفترة الليلية عند تفرغهم من الأعمال اليومية وقدرت نسبتهم بـ 28%، في حين بلغت نسبة 13% للنساء مشاهدات في الفترة المسائية ونسبة 7% في الفترة الصباحية وهذا راجع الى أن فترة الصباح والمساء أفضل فترة لمشاهدة مواقع اليوتيوب بالنسبة لهم، وحسب تقديراتنا فان النساء يستعملن اليوتيوب بشكل كبير حيث ان ليس لديهم وقت محدد وهذا راجع الى ارتباطهم بموقع اليوتيوب وهذا يتجسد من خلال عناصر النظرية وهي الدرجة التي يدرك فيها فرد من الجمهور وجود رابطة او صلة بينه وبين محتوى وسائل الاعلام، وكذلك الدرجة التي يتفاعل الفرد سيكولوجيا مع وسيلة اعلامية او محتواها.¹

03- تحليل نتائج المحور الثاني: مواضيع التوعية الصحية من خلال اليوتيوب:

الجدول 12: يبين نوعية المواضيع التي تتابعها من اليوتيوب حول الصحة:

النسبة	التكرار	مواضيع التي تتلقاها من اليوتيوب حول الصحة
27%	16	الجسدية
18%	11	العقلية
25%	15	النفسية
30%	18	الجمالية
100%	60	المجموع

التعليق:

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح لنا أن النساء المتابعات لمواقع اليوتيوب تتلقى المواضيع الجمالية بنسبة أكبر حيث قدرت بـ 30% تلتها المواضيع الجسدية بنسبة قدرت بـ 27%، أما المواضيع النفسية قدرت نسبتها بـ 25%. والنسبة الأخيرة كانت للمواضيع العقلية قدرت نسبتها بـ 18%. ومما سبق يتضح لنا حسب تقديراتنا أن المرأة تهتم بجمالها بالدرجة الأولى وتليها اهتمامات الجسدية والنفسية والعقلية. وقد نالت نسبة المواضيع الجمالية

¹ نفس المرجع السابق، ص 40.

أكبر نسبة لأن المرأة تهتم بجمال وجهها وبشرتها ومظهرها وتبرز انوثتها أمام المجتمع باعتبار المرأة مصدر الجمال وبرز هذا في نظرية من خلال الفرضية الرابعة أن جمهور وسائل الاعلام قادر على تحديد أهدافه وحاجاته وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الاعلام ومن ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلي حاجاته.¹

الجدول 13: يبين مدى استفادة المبحوثات من اليوتيوب في حالة المرض :

العنوان		التكرار	النسبة
نعم		39	65%
كيف ذلك	-وصفات جمالية للعناية بالبشرة والجسم والوجه.	25	41%
	-وصفات الأعشاب طبيعية لمعالجة الأمراض .	10	17%
	-مشاهدة حصص خاصة بالجانب النفسي.	04	7%
لا		21	35%
كيف ذلك	-عند المرض من المستحسن زيارة طبيب.	10	17%
	-لم أجد وصفة تفدني في حالة مرضي.	11	18%
المجموع		60	100%

التعليق: من خلال الجدول الموضح أعلا يتبين لنا أن نسبة النساء المستفيدات من قنوات اليوتيوب في حالة المرض قدرت ب **65%**، وهذا من خلال تعرضهم الى المرض والاستفادة من اليوتيوب حسب ما صرحت به المبحوثات، مشاهدة حصص خاصة بالجانب النفسي وكذا وصفات جمالية للعناية بالجسم والبشرة والوجه ووصفات الأعشاب الطبية. أما في ما يخص نسبة اللواتي لا يستفدن من اليوتيوب في حالة المرض قدرت ب **35%** وهذا راجع الى زيارتهم لطبيب عند المرض أو عدم إيجاد وصفة تناسب حالتهم المرضية هذا ما صرحن به. ومن خلال هذا يتضح لنا أن النساء تستقبل مضامين اليوتيوب ولكن كل واحدة منهن لها طريقة في تلقي

¹نفس المرجع، ص 38.

المحتوى، وهذا ما يفسره التباين في النسب، هذا ماجاءت به فرضية خامسة لنظرية استخدامات والاشباع أن العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة او محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة الى أن محتوى يمكن أن تكون له نتائج مختلفة¹.

الجدول رقم 14: نسبة تبين طبيعة الاستفادة من موقع اليوتيوب حول التوعية الصحية:

النسبة	التكرار	استفادة من مواقع اليوتيوب حول التوعية الصحية
40%	24	جيدة
55%	33	متوسطة
5%	3	ضعيفة
100%	60	المجموع

التعليق:

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح لنا أن نسبة الاستفادة من مواقع اليوتيوب حول التوعية الصحية كانت متوسطة حيث قدرت النسبة 55% وحسب تقديرنا هذا راجع الى تطور في الاستفادة من المواضيع التي يطرحها اليوتيوب، تليها نسبة 40% الإستفادة جيدا من مواقع اليوتيوب حول التوعية الصحية، اما في ما يخص الاستفادة الضعيفة تقدر نسبتها ب 5% وهي نسبة ضئيلة مقارنة مع النسب الاخرى، وعليه فان موقع اليوتيوب تستفيد منه النساء الى حد بعيد وهذا راجع الى تحقيق حاجاتهم واشبعاتهم في مختلف المضامين الصحية وهذا ما نلتهمسه في عنصر المنفعة في نظرية الاستخدامات والاشباع ان استخدام الجمهور للوسائل والمضامين مرهون بما يعود عليه من اشباع لحاجاته المختلفة.

الجدول رقم 15: نسبة تبين فيما اذ كانت المواضيع الصحية مهمة أم العكس من وجهة نظر المبحوثات:

النسبة	التكرار	مدى أهمية اليوتيوب في عرض مواضيع الصحية:
82%	49	مهمة

¹ نفس المرجع السابق، ص 39.

غير مهمة	11	18%
المجموع	60	100%

التعليق:

من خلال الجدول المبين اعلاه يتضح لنا مدى اهمية اليوتيوب في عرض مواضيع الصحية حسب اجابة المبحوثات كانت مهمة حيث قدرت بنسبة 82% في حين قدرت نسبة 18% على انها غير مهمة وذلك حسب اجابة المبحوثات.

الجدول رقم 16: يبين مدى وضوح اللغة المستخدمة في طرح المواضيع الصحية:

اللغة المستخدمة في طرح المواضيع الصحية واضحة	التكرار	النسبة
نعم	53	88%
لا	7	12%
المجموع	60	100%

التعليق:

من خلال البيانات التي في الجدول المبينة اعلاه يتضح لنا ان اللغة المستخدمة في طرح المواضيع الصحية واضحة حيث تقدر نسبتها بـ 88% حسب اجابة المبحوثات في حين قدرت نسبة اللواتي صرحن بان اللغة المستخدمة في طرح المواضيع الصحية غير واضحة بـ 12%.

4- تحليل نتائج المحور الثالث: موقع اليوتيوب وأثره في نشر الوعي الصحي للمرأة:

الجدول رقم 17: يبين فيما اذ كانت قنوات اليوتيوب لها أثر في تنمية الثقافة الصحية لدى المبحوثات:

تنمية قنوات اليوتيوب ثقافتك الصحية	التكرار	النسبة
نعم	52	87%
لا	8	13%
المجموع	60	100%

التعليق: من خلال الجدول المبين اعلان يتضح لنا ان نسبة اللواتي صرحن انه نعم تنمي قنوات اليوتيوب ثقافتهم الصحية قدرت بنسبة 82% في حين اللواتي صرحن انه لا ينمي ثقافتهم الصحية قدرت ب13%.

الجدول رقم 18: يبين نوعية المعلومات الصحية المكتسبة:

النسبة	التكرار	المعلومات الصحية المكتسبة
73%	44	عامة
27%	16	خاصة
100%	60	المجموع

التعليق:

من خلال الجدول المبين اعلاه يتضح لنا ان نسبة اللواتي يكتسبن معلومات عامة تقدر نسبتها ب73% حسب ما أدلين به المبحوثات اما اللواتي يكتسبن المعلومات الخاصة تقدر نسبتها ب27% وحسب تقديرينا هذا راجع الى اهتماماتهم وميولاتهم بمختلف المواضيع الصحية وما يشبع حاجاتهم في المواضيع الصحية. وما يوضحه عنصر العمدية للنظرية بحيث يوجه الجمهور المضمون الذي ينتقيه لخدمة حاجاته ودوافعه المختلفة¹.

الجدول رقم 19: يبين نوعية الاستفادة من اكتسابك للمعلومات الصحية :

النسبة	التكرار	الأمر التي تلبىها بعد اكتسابك لمعلومات الصحية
33%	20	تزويد رصيدك الثقافي
13%	8	تغيير سلوك
7%	4	حمية غذائية
47%	28	معرفة أمور جديدة
100%	60	المجموع

التعليق: من خلال الجدول المبين أعلاه يتبين لنا الأمور التي تلبىها المرأة بعد اكتسابها للمعلومات الصحية هي معرفة أمور جديدة حيث تقدر نسبتها ب47% وتليها تزويد رصيد الثقافي بنسبة تقدر ب33% اما تغيير سلوك فكان بنسبة تقدر ب13% واخر نسبة كانت للحمية الغذائية بنسبة تقدر ب7%.

¹ نفس المرجع السابق ص 40

الجدول رقم 20: يبين تطبيق المعلومات المكتسبة في الحياة اليومية:

النسبة	التكرار	المعلومات المكتسبة في حياة اليومية
67%	40	نعم
33%	20	لا
100%	60	المجموع

التعليق: من خلال الجدول المبين أعلاه يتبين لنا نسبة النساء اللواتي يطبقن المعلومات المكتسبة في الحياة اليومية قدرت ب 67%، أما نسبة اللواتي لا يطبقن قدر ب 33%. وهذا حسب تقديرنا يتضح لنا بأن المرأة تكتسب معلومات في حياتها اليومية من خلال قنوات اليوتيوب الصحية المعروضة.

جدول رقم 21: يبين انطباعات واقتراحات حول موقع اليوتيوب في نشر الوعي الصحي للمرأة:

النسبة	التكرار	العنوان
17%	10	-تنوع في الحصص التي تتعلق بالجانب النفسي.
30%	18	-إنشاء قنوات جزائرية باللهجة الجزائرية.
8%	5	-استشارة الطبيب.
42%	25	-تدعيم قنوات بالأطباء المختصين.
3%	2	-مراقبة صحة المعلومات المعروضة في اليوتيوب.
100%	60	المجموع

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا نسبة انطباعات واقتراحات حول موقع اليوتيوب في نشر الوعي الصحي تفرعت إلى خمس مجموعات، أكبر نسبة كانت لمجموعة اللواتي اقترحن تدعيم قنوات بالأطباء مختصين في مجال

الصحة حيث قدرت ب 42%، في حين كانت نسبة 30% لإقتراح انشاء قنوات الجزائرية باللهجة الجزائرية للاستفادة أكثر، أما اللواتي قالو تنوع في حصص التي تتعلق بالجانب النفسي قدرت نسبة ب 17%، أما اللواتي قالوا من المستحسن استشارة الطبيب عند المرض قدرت ب 8%. وآخر نسبة كانت للإقتراح مراقبة صحة المعلومات المعروضة في اليوتيوب قدرت ب 3%.

نتائج العامة:

- استهدف هذه الدراسة معرفة دور اليوتيوب في اكتساب الوعي الصحي للمرأة من خلال قنواته المخصص في التوعية الصحية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:
- توصلت نتائج الدراسة الى أن النساء الأكثر متابعة لموقع اليوتيوب قدرت نسبتهم ب 42% هن شابات حيث تتراوح أعمارهم من 21 الى 30 سنة.
 - توصلت نتائج الدراسة أن أغلبية النساء ذوي المستوى الثانوي حيث قدرت نسبتهم ب 35%.
 - توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية النساء عاملات حيث قدرت نسبتهم ب 52% مقارنة مع النساء الماكثات في البيت.

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن النساء يستخدمن اليوتيوب لأكثر من ثلاث سنوات حيث قدرت نسبتهم ب 59%.
- توصلت نتائج الدراسة أن النساء يجدن سهولة في التعامل مع اليوتيوب حيث قدرت نسبتهم ب 56%.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن النساء يتابعن اليوتيوب بصفة دائمة حيث قدرت نسبتهم ب 45%.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن الوسيلة الأكثر استخداما في تصفح موقع اليوتيوب هي الهاتف وقدرت نسبة ب 73%.
- توصلت نتائج الدراسة أن المواضيع التي تتلقاها المرأة من اليوتيوب حول الصحة هي مواضيع جمالية حيث قدرت نسبتها ب 30%.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية النساء قالوا أهن يستفدن من اليوتيوب في حالة المرض حيث قدرت نسبة الاجابة ب 67%.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة الاستفادة من موقع اليوتيوب حول التوعية الصحية كانت متوسطة حيث قدرت نسبتها ب 55%.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن أهمية اليوتيوب في عرض المواضيع الصحية مهمة حيث قدرت نسبتها ب 82%.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن المعلومات المكتسبة من موقع اليوتيوب حول التوعية الصحية هي معلومات عامة حيث قدرت نسبتها ب 73%.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن الأمور التي تلبسها المرأة بعد اكتسابها للمعلومات الصحية هي معرفة أمور جديدة حيث قدرت نسبتها ب 47%.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلبية النساء يطبقن المعلومات المكتسبة في حياتهم اليومية حيث قدرت نسبتهم ب 67%.

- توصلت نتائج الدراسة إلى تنوع في انطباعات واقتراحات حول موقع اليوتيوب في نشر الوعي الصحي للمرأة من بينها تدعيم القنوات بالأطباء مختصين، تنوع في الحصص التي تتعلق بالجانب النفسي، إنشاء قنوات جزائرية باللهجة الجزائرية، مراقبة صحة المعلومات المعروضة في اليوتيوب واستشارة الطبيب عن المرض.

خاتمة

وفي ختام بحثنا هذا توصلنا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر مصدر مهم في نشر التوعية الصحية للمرأة ومن بين هذه المواقع اليوتيوب الذي يعد موقع من بين أكثر المواقع زيارة على مدار الساعة في عالم الانترنت، وهذا ناتج عن فوائد اليوتيوب الكبيرة التي يقدمها حول التوعية الصحية من خلال النصائح والإرشادات المقدمة من طرف القنوات المتخصصة في نشر التوعية الصحية، وذلك عن طريق طرح الأمراض وطرق الوقاية والعلاج منها، وكذلك طرح مواضيع مختلفة التي تخص المرأة كجمالها وأناقتها .

وعليه نقول أن استخدام موقع اليوتيوب في اكتساب التوعية الصحية للمرأة أصبح ضروري ومهم لما ينشره من معلومات ونصائح قيمة في يخص الجانب الصحي وإقبال المرأة عليه بكثرة.

قائمة المراجع

الكتب:

- 1- احمد حسن الرفاعي، مناهج البحث العلمي، تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل للنشر، عمان، ط1، 1998.
- 2- احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، نقلا عن سمير محمد-حسين، بحوث الاعلام، اسس ومبادئ، عالم الكتب، القاهرة، 1976.
- 3_ أحمد مرسل، مناهج البحث العلمي، ديوان مطبوعات الجامعة، الجزائر، ط1، 2005.
- 4- أحمد شاهين وآخرون، الإعلام والتنمية، مؤسسة طبية، القاهرة، ط1، 2010
- 5- جمال زكي، أسس البحث الاجتماعي، دار الفكر، العربي، القاهرة، ط1962.
- 6- حسن السعاتي، تصميم البحوث الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، ط20031.
- 7- حسين عبد الحميد أحمد رشوان، المرأة والمجتمع "دراسة في علم اجتماع المرأة"، دار وفاء لندنيا الطباعة والنشر، جامعة الاسكندرية، ط2، 2011.
- 8- ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء، عمان، 2000.
- 9- عبد الرحمان عزي وآخرون، دعائم الاتصال، جامعة الجزائر، عدد 2 الجزائر، 1992.
- 10- عبد الرزاق الدليمي، الاعلام المتخصص، دار اليازوري للنشر، عمان، الأردن، طع، 2005.
- 11- عدنان ابو مصلح، علم الاجتماع، دار المشرق الثقافي، ط1، 2006.
- 12- عامر إبراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة العربية 2013.
- 13- على عبد الفتاح، الاعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة 2014.
- 14- علي خليل شقرة، الاعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة 1.
- 15- مصباح عامر، منهجية اعداد البحوث العلمية، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، وحدة الرغبة، الجزائر 2006.
- 16_ مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل جامعية، مؤسسة الوراق، عمان، ط1، 2000.
- 17_ محمد عبيدات و محمد أبو نصار وعقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، د.ط، دار وائل، عمان، 1999.

- 18-موريس انجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي واخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2006.
- 19- مروى عصام صلاح، الاعلام الالكتروني الأسس وافاق المستقبل، دار الاعصار للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013.
الأعمال الأكاديمية:
- 20_ - نور الهدي بن اسماعيلي واميرة قادر، دور الصحافة المكتوبة في التوعية الصحية المرأة جريدة الشروق اليومي نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة الجيلالي خميس مليانة، سنة 2017-2018.
- 21، مصعب عبد السلام المعاينة، دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي، دراسة في برنامج صحتك بالدينا، رسالة للحصول على درجة ماجستير، جامعة باترا، 2013-2014.
- 22- بشير مصطفى، دور حملات الاعلانية في نشر الوعي الصحي لدي الطالب الجامعي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة تبسة، 2015-2016.
- 23- نايلي سماح، دور الدراما التلفزيونية في تنمية الوعي الصحي لدى طلبة الجامعة، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة العربي تبسي -تبسة سنة 2016.
- مواقع الكترونية:
- 24- ابراهيم أحمد الدوي، مقال حول شبكة التواصل الاجتماعي، نشر على موقع [http://arabrcrcrg/getattachment/7e0c947e_ae6f405d_a745_9ca2c5/89cec1/09_02-2019على ساعة 18:10](http://arabrcrcrg/getattachment/7e0c947e_ae6f405d_a745_9ca2c5/89cec1/09_02-2019على%20ساعة%2018:10).
- 25- موقع الموضوع، تعريف اليوتيوب، ساعة 21:05 اليوم 11-02-2019
- 26 موقع الموضوع، تعريف التوعية الصحية، 14:27 اليوم 05-02-2019.
- 27- موقع المعاني www.almaany.com، تعريف وشرح ومعنى المرأة، 14:32 اليوم 18_05_2019

الاستمارة

السمات العامة

السن:

المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

الحالة المدنية: عزباء متزوجة مطلقة أرملة

ما بعد الحالة المدنية: المرأة العاملة مأكثة بالبيت

مكان الإقامة: حضري شبه حضري الريف

المحور الأول: اهتمامات المرأة بموقع اليوتيوب.

1_ منذ متى وأنت تستخدمين اليوتيوب؟

منذ سنة سنتين ثلاث سنوات فأكثر

2- هل وجدت سهولة في التعامل مع youtube؟

نعم لا

3- هل أنت من المتابعين لموقع youtube؟

دائما أحيانا نادرا

4_ ما هي الوسيلة التي تستعملينها لمشاهدة اليوتيوب؟

الهاتف اللوح الالكتروني الحاسوب

5_ ما هو المكان الذي تتصفحينه منه موقع اليوتيوب؟

المنزل مقهى الانترنت أينما توفرت الانترنت

6_ متى تفضلين مشاهدة اليوتيوب؟

الفترة الصباحية الفترة المسائية الفترة الليلية ليس لدي وقت محدد

المحور الثاني: مواضيع التوعية الصحية من خلال اليوتيوب.

1- ما هي المواضيع التي تحوز على اهتمامك من youtube حول الصحة؟

الجسدية العقلية النفسية الجمالية

2- في حالة المرض أفادك اليوتيوب في طريقة العلاج؟

نعم لا

كيف ذلك.....

3- ما مدى استفادتك من موقع اليوتيوب حول التوعية الصحية ؟

جيدة متوسطة ضعيفة

5- ما أهمية اليوتيوب في عرض لمواضيع الصحية ؟

مهمة غير مهمة

6- هل اللغة المستخدمة في معالجة المواضيع الصحية واضحة؟

نعم لا

المحور الثالث: موقع اليوتيوب وأثره في نشر الوعي الصحي للمرأة؟

1- هل تنمي قنوات youtube ثقافتك الصحية؟

نعم لا

2- ما هي المعلومات الصحية المكتسبة ؟

عامة خاصة

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

تزويد رصيدك الثقافي تغيير سلوك حماية غذائية معرفة أمور جديدة

4- هل تطبقين المعلومات المكتسبة في حياتك اليومية؟

نعم لا

5- ما هي انطباعاتك واقتراحاتك حول موقع youtube في نشر مواضيع الصحية للمرأة ؟

.....

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس "مستغانم"
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

نحن طالبة ماستر 2 إعلام واتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة بصدد تحضير مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تحت عنوان: مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب الوعي الصحي للمرأة "موقع اليوتيوب نموذجاً" من إشراف الأستاذة "صفاح أمال".

نرجوا منكم الإجابة على الأسئلة الاستبيان ونعلمكم بأن هذه المعلومات تنحصر في إطار إنجاز البحث العلمي.

ملاحظة: إجابة تكون بعلامة (X) في خانة المناسبة التي تعبر عن إجاباتكم المقترحة.

ولكم منا جزيل الشكر والتقدير على تعاونكم معنا

الطالبتين:

-بودية زهرة

-زهيري غنيمة