

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل: **18535106028**

19083065798

قنوات اليوتيوب والثقافة الصحية في الجزائر
عينة عن طلبة جامعة محمد بوضياف - المسيلة-

مقدمة لنيل شهادة ماستر. **LMD**

في تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبتين:

• عاشور سكيينة

• جفال أسماء

أمام لجنة المناقشة:

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
1				رئيسا
2	بن عيسى شيخ	أ محاضر أ	محمد بوضياف-المسيلة	مشرفا ومقررا
3				ممتحنا
4				ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر

الهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك . . . ولا
تطيب اللحظات إلا بذكرك . . . ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك . . . ولا تطيب الجنة

إلا برويتك " الله جل جلاله "

ونخص بمجزيل الشكر والعرفان كل من أشعل شمعة في دروب عملنا
وإلى من وقف على المنابر وأعطى من حصيلة فكره لينير دربنا
إلى كل الأساتذة الكرام وتوجه بالشكر الجزيل إلى أستاذنا بن عيسى شيخ
الذي مد لنا يد المساعدة على هذا البحث فجزاه الله عنا كل خير فله منا كل

التقدير والاحترام

وإلى كل من كانوا عوناً لنا في انجاز هذا البحث

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

(قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أبي الذي لم يبخل علي يوماً بشيء

وإلى أمي التي زودتني بالحنان والمحبة

أقول لهم: أنتم وهبتموني الحياة والأمل والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة

وإلى اخوتي فطيمة إيمان شنفري رؤوف زكريا وأسرتي جميعاً إلى زوج اختي رياض وابنتي أختي نسرين أروي

وجمانه ولقمان

ولأنسى بالذكر صديقاتي سارة أميرة صفية زينب فطيمة أشواق اللواتي حفزنني على إتمام هذا البحث فلهن

مني فائق الشكر والحب والاحترام.

ثم إلى كل من علمني حرفاً أصبح سناً برقه يضيء الطريق أمامي

سكينة



الإهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى أعز وأغلى إنسانة في حياتي أمي
التي انارت دربي إلى من
زينت حياتي. وأشعلت فيا وهج الفرحة إلى من منحني
القوة والعزيمة لمواصل الدرب
وكانت سببا في مواصلة دراستي إلى من علمتني الصبر
والاجتهاد إلى الغالية أمي
الى أبي العزيز الذي لم يبخل عني يوما بالحب والحنان وكان
ي سندا وعونا إلى أختي
الوحيد آية إلى أخواتي علاء وبدرو وخاصة اخي اكرم في
ديار الغربية الذي كان ولا يزال بهجة فرحتي
وأول من مد يديه لأكون في درب النجاح إلى ابنتي وقرّة
عيني إلى
زميلاتي وكل من كان معي على خطى الكفاح والنجاح
وكل من ساهم في اجاز هذا العمل

أسماء

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وعران

إهداء

أ..... مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

4..... 1-الإشكالية

5..... 2- التساؤلات

6..... 3- أهمية الدراسة

6..... 4- أهداف الدراسة

7..... 5- أسباب اختيار الموضوع

8..... 6- تحديد مفاهيم الدراسة

9..... 7- مجتمع الدراسة

10..... 8- عينة الدراسة

10..... 9- أداة جمع البيانات

11..... 10- منهج الدراسة

12..... 11- صعوبات الدراسة

13..... 12- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات

16..... 13- الدراسات السابقة

الفصل الثاني: ماهية اليوتيوب

21..... تمهيد

21..... 1- مفهوم اليوتيوب

22..... 2- نشأة وتطور موقع اليوتيوب

23..... 3- شروط إنشاء قناة على اليوتيوب

24..... 4- خصائص اليوتيوب


- 5- فوائد اليوتيوب 25
- 6- محتوى اليوتيوب 31
- 7- خدمات اليوتيوب 32
- 8- مستخدمو اليوتيوب 32
- 9- تأثير موقع اليوتيوب على شبكة العالمية 33
- 10- إحصائيات وحقائق وأرقام يوتيوب 33
- 11- إيجابيات وسلبيات اليوتيوب 35
- 12- نماذج عن قنوات اليوتيوب الثقافة الصحية 36

الفصل الثالث: الثقافة الصحية

- تمهيد 39
- 1- الثقافة الصحية عبر التاريخ 40
- 2- مفهوم الثقافة 41
- 3- مفهوم الثقافة الصحية 42
- 4- مفهوم التثقيف الصحي 43
- 5- أهمية الثقافة الصحية 43
- 6- مقومات الصحة 44
- 7- أهداف التثقيف الصحي 45
- 8- وسائل تحقيق الثقافة الصحية 46
- 9- وسائل الثقافة الصحية 47
- 10- عناصر الثقافة الصحية 47
- 11- خصائص الثقافة الصحية في مرحلتين الأولى والثانية 48
- 12- مستويات التثقيف الصحي 49
- 13- مجالات الثقافة الصحية 50

الفصل الرابع: عرض وتحليل نتائج الدراسة

- أولاً- تحليل نتائج المحور الأول البيانات الشخصية. 56
- ثانياً- تحليل نتائج المحور الأول استخدامات اليوتيوب وذروته في تحسين الثقافة الصحية في الجزائر. 60
- ثالثاً- تحليل نتائج المحور الثالث دوافع وأسباب استخدام قنوات اليوتيوب المتخصصة في القطاع الصحي في الجزائر. 64
- رابعاً- تحليل نتائج المحور الرابع الإشاعات من استخدام قنوات اليوتيوب والثقافة الصحية في الجزائر. 70
- خامساً- نتائج الدراسة. 77
- خاتمة. 80
- قائمة المراجع. 82



فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.	56
2	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السكن.	57
3	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الأنترنت.	58
4	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي.	59
5	حسب يبين توزيع المبحوثين حسب مدى استخدامك لليوتيوب	60
6	يبين شكل استخدام اليوتوب	61
7	يبين الأوقات المفضلة من استخدام اليوتوب	62
8	يبين متابعة قنوات اليوتيوب المتخصصة في الصحة	63
9	يبين الدوافع التي تدفع إلى استخدام قنوات اليوتوب المتخصصة في الصحة.	64
10	يبين درجة الثقة بالمعلومات المتخصصة في الصحة	65
11	يبين أنواع قنوات اليوتيوب الصحية التي تتابعها الطلبة	66
12	يبين إذا كان هناك تحديثًا مستمرًا في قنوات الثقافة الصحية	67
13	يبين قنوات اليوتيوب الصحية تثري الزاد الثقافي والصحي	68
14	يبين قنوات اليوتيوب تجعل تواكب الأحداث الصحية الجديدة	69
15	يبين الاشباعات المحققة من استخدام لليوتيوب المتخصص في الصحة	70
16	يبين الإقبال على قنوات اليوتيوب ذات المحتوى الصحي	71
17	يبين ما تقدمه قنوات اليوتيوب المتخصصة	72
18	يبين تشجعك الفيديوهات الصحية على متابعة قنوات اليوتيوب المتخصصة	73
19	يبين اعتبار قنوات اليوتيوب المصدر الأول في زيادة الثقافة الصحية	74
20	حسب الثقة في قنوات اليوتيوب	75
21	إشباع قنوات اليوتيوب من معلومات صحي	76

مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم حقبة جديدة في استخدام شبكة الإنترنت وزيادة تأثيرها على المجتمعات يوماً بعد يوم فقد صارت العصرنة هيا أساس في كل مجالات الحياة ونظراً لكثرة التعقيدات التي يواجهها الإنسان المعاصر وما تبع ذلك من تنوع للحاجات من مختلف شرائح المجتمع ظهر اليوتيوب المتخصص لتلبية الحاجة المتزايدة للثقافة الصحية.

لقد أصبحت المسألة الصحية في المجتمعات الحديثة وغيرها تتميز بقدر كبير من الأهمية والتنوع كما ازداد اهتمام الجمهور بالمواضيع الصحية بفعل انتشار قنوات اليوتيوب وهذا ما أدى إلى ارتفاع عدد قناة اليوتيوب الصحية.

مكن اليوتيوب في نشر مفهوم الثقافة الصحية عبر قنواته العديدة والمختلفة والهادفة لإحداث وعي صحي من أجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية المنبثقة من عقيدة المجتمع وثقافته.

ولقد استجاب اليوتيوب لهذه التطورات وخصص برامج متميزة صحية التي تقدم الكثير لثقافة الصحية ولاقت هذه القنوات قبولا لافتا وحقت جماهيرية واسعة نظراً لأنها تعالج مشاكل صحية مرتبطة بالحياة الصحية وبالجماهير معينة.

اليوتيوب هو موقع يتيح لنا مشاهدة فيديوهات متنوعة في وقت واحد وكذلك ليست هناك حدود لمواضيعه بحيث تستطيع مشاهدة مجموعات لا متناهية من البرامج العالمية والإقليمية وكذا المحلية فهو بمثابة فضاء غني ومنوع يحوي الكثير من القنوات المتخصصة التي تعالج الصحة والمجتمع.

وباعتبار أن الصحة جزء لا يتجزأ من التنمية الاجتماعية الشاملة وعنصراً فعالاً لا يمكن التغافل عنه ومن جهة أخرى أهميتها في هذا العصر بالذات بحكم ازدياد عنصر الكثافة السكانية في العالم وانتشار التلوث البيئي والأمراض وغيرها من الأضرار التي قد أصابت الإنسان أو قد تصيبه مستقبلاً فقد أولى اليوتيوب أهمية معتبرة للجانب الصحي وذلك

بالمساهمة بقسط وافر لإيقاظ الهمم وبث الوعي والإرشاد الصحي لدى كل فئات المجتمع انطلاقاً من مبدأ " الوقاية خير من العلاج".

وفيما يتعلق بالثقافة الصحية فهو مطلب إنساني واجتماعي يسعى الجميع لتحقيقه أفراداً ودولاً، وتعد الصحة السليمة إحدى المعايير الرئيسية التي تضعها المنظمات والهيئات الدولية لتحديد الرفاهية الاجتماعية وتوفير التنمية للدول والمجتمعات.

مع تزايد أعداد المصابين والوفيات بأمراض المزمنة مثل الداء السكري والسرطان أصبحت قنوات اليوتيوب ضرورية وعاجلة لرفع المستوى العام للوعي لكافة شعوب العالم من خلال رفع مستوى ثقافتهم الصحية من القنوات اليوتيوب الموثوقة ومعروفة وصحيحة من حيث التعريف بحجم الأخطار والمضاعفات والأضرار وسبل الوقاية منها الأمر الذي استدعى تكثيف المحتوى الصحي في اليوتيوب للحد من انتشار المتسارع لهذه الأمراض وذلك بزيادة حجم المعلومات والفيديوهات والصور وحتى لغة التي تجذب الأفراد لترك العادات السيئة وإتباع خطوات طبية صحيحة التي ينشرها الطبيب أو المختص من خلال قنواته في اليوتيوب.

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور اليوتيوب في غرس الثقافة الصحية بالجزائر لدى شرائح متنوعة للمجتمع وقد تمت صياغتها في ثلاث جوانب وهي: الجانب المنهجي والنظري وكذلك التطبيقي حيث اشتمل الجانب الأول على الإطار المفاهيمي للدراسة وتحديد الإشكالية وطرح التساؤلات وأهداف الدراسة وكذلك أهمية الدراسة، ضبط المفاهيم والمصطلحات، منهج الدراسة ومجتمع الدراسة وعينة الدراسة وكذا نظرية الاستخدامات والاشباعات.

أما الجانب النظري فقد قسمناه إلى فصلين فصل يعالج اليوتيوب وفصل يدرس الثقافة الصحية أما الجانب التطبيقي أو الميداني عالجنه الجداول وقمنا بتحليلها ثم حتى الوصول إلى نتائج الدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1 - الإشكالية والتساؤلات

2 - أهمية الدراسة

3 - فرضيات الدراسة

4 - أهداف الدراسة

5 - أسباب اختيار الموضوع

6 - المدخل النظري للدراسة

7 - تحديد المفاهيم

8 - منهجية البحث

9 - الدراسات السابقة

1- الإشكالية:

يعد اليوتيوب ظاهرة حديثة نتجت مع الانفجار التكنولوجي الجديد والذي أدى إلى ثورة معلوماتية على جميع الأصعدة وغير في ثقافة الإنسان سواء مدنيا أو حتى في أكثرها محلية (القرى والأرياف) وكان من بين المواضيع المهمة والحساسة التي تأثرت بما يقدم في اليوتيوب الثقافة الصحية التي كان لها أسسها العلمية وحتى الشعبية وأصبحت المعلومة أقرب للمتعمق وحتى للعامة

إن ازدياد المشاكل التي يواجهها الإنسان اقتضى تطوير أساليب تساعد لفهمها وإيجاد حلول لها فقد كان الإنسان في بداية الأمر يعتمد على وسائل بدائية كوسيلة لحل مشاكله الصحية ومع تطور العم اهتدى الإنسان إلى أساليب تساعد في الكشف عن حلول مكنته من الاستفادة من الإنترنت لإيجاد أسهل المواقع الاجتماعية للحصول على بدائل عصرية للطرق التقليدية لرعاية نفسه صحيا ومن هنا حتى وصل إلى اليوتيوب الذي كان له دور واسع في زيادة الوعي الثقافي الصحي لدى كل فئات المجتمع بحيث أحدث اليوتيوب قفزة نوعية في مجالات عديدة منها الثقافة الصحية التي صارت أكثر وضوحا من ذي قبل فالثقافة الصحية لم تعد تقتصر فقط على الأطباء أو أصحاب الاختصاص بل صارت متاحة للجميع في أي وقت ومكان أي أن الجمهور أصبح يأخذ المعلومات والبيانات من عدة أفراد مختصين وغير مختصين ويتأكد من صدق معلوماته ويأخذ ما يريده دون اللجوء إلى مصادر غير صحيحة ومضللة

إن اليوتيوب كموقع عالمي ساهم في رفع المستوى الثقافي والصحي للجمهور وفتح المجال للتعريف بعدة أدوية وأعشاب لم تكن معروفة من قبل الوصول لها يتم بصعوبة أو تأخذ وقتا طويلا

فالثقافة الصحية أخذت دورها وبرزت أهميتها بشكل واسع في اليوتيوب فتقريبا جل محتويات اليوتيوب الصحية ألفت بمعلومات وحقائق هامة ساعدت على الشفاء العاجل

للمرضى حيث أن التفاعل الذي نلاحظه في اليوتيوب أثر على الأفراد وغير ميولتهم أي اهتماماتهم الصحية صارت أكبر.

وفي ظل المشاكل الصحية الراهنة كان اليوتيوب أول ما لفت انتباه الأفراد لاستفادة من النصائح والإرشادات الفاعل للقضاء على المشاكل الصحية العويصة وحصول على الحلول الإيجابية السريعة

لم يقتصر الحصول على المعلومات من اليوتيوب على الأفراد العاديين فقط بل حتى الأطباء وغيرهم من التزود بكل قديم وجديد وكذا غريب عن الثقافة الصحية أي أن معظم الأطباء غيرت مفاهيمهم حول عدة مصطلحات صحية أي اكتساب الخبرات وتغيير عاداتهم في التمريض للوصول إلى مستوى صحي متطور بطريقة حديثة تواكب العصر.

اليوتيوب عمل على نشر الثقافة الصحية والتدريب على كثير من الأشياء التي تهدد الصحة والمجتمع وذلك بالرقى بالقطاع الصحي لدى الأفراد حتى يتمتعوا بصحة جيدة مع استمرارية هذه الحياة وجعل عملية التثقيف الصحي أحد أركان الأساسية لتنمية المجتمع.

وقد تطرقنا في دراستنا لدور وأهمية التي يلعبها اليوتيوب في الثقافة الصحية بالجزائر وزيادة الرصيد الصحي واتساع الرقعة المعرفية الصحية ومن هنا نطرح هذا التساؤل:

- ما مدى مساهمة اليوتيوب في زيادة الثقافة الصحية في الجزائر؟

2- التساؤلات:

- ما هي استخدامات اليوتيوب لزيادة الثقافة الصحية في الجزائر؟
- ما هي دوافع استخدام اليوتيوب في زيادة الثقافة الصحية بالجزائر؟
- ما هي الاستخدامات والإشباعات استخدام اليوتيوب في زيادة الثقافة الصحية في الجزائر؟
- ما هي العادات استخدام اليوتيوب وعلاقته بالثقافة الصحية في الجزائر؟

3- أهمية الدراسة:

- تتمثل أهمية الدراسة بقدر كبير من تأثير على سلوكيات الطلبة أثر تصفهم لقنوات اليوتيوب

- إن قنوات اليوتيوب والثقافة الصحية في الجزائر باعتبارها الإطار العام لموضوعنا فهو يمثل مجالا خصبا ومتنوعا قابلا للتغيير كما وكيفا ووفقا لظروف المختلفة ونظرا لأهميته الكبيرة كانت نظرتنا لهذا المجال عامة ومن هنا تبرز أهمية البحث فيما يلي:

- معرفة اتجاهات الطلبة نحو قنوات اليوتيوب لمعرفة مدى مساهمته في الثقافة الصحية ومدى تلبية احتياجات ورغبات الطلبة.

- الأهمية الكبيرة لقنوات اليوتيوب عند الطلبة وضرورة قياس مدى استخداماتهم لها.

- سياسة استخدام قنوات اليوتيوب وأهميتها في الثقافة الصحية.

- دراسة تعالج موضوعا حديثا في القنوات اليوتيوب ومعالجتها للثقافة الصحية التي

تحظى بشعبية وإقبال كبير

- يعد هذا الموضوع من أم مواضيع الساعة فهو يمس صحة الإنسان كما يمس أهم

وسيلة تكنولوجيا أثرت في النسان المعاصر.

- سهولة استخدام اليوتيوب في كل وقت ومكان.

- يعتبر ثاني أكبر محرك بحث في العالم بعد جوجل.

4- أهداف الدراسة:

- تهدف دراستنا إلى الوصول ما يسعى إليه الباحث وذلك عن طرق:

- معرفة عادات وأنماط استخدام اليوتيوب من طرف الطلبة الجامعيين.

- وكذلك دوافع استخدام اليوتيوب من قبل الطلبة الجامعيين.

- الكشف عن الاشباكات المحققة من ذلك جراء استخدام موقع اليوتيوب

- معرفة الدور الذي يلعبه اليوتيوب في حياة الطلبة والمجتمع

- التعرف على اهم محتويات الصحية التي يقدمه اليوتيوب.
- التعرف على اتجاهات الطلبة نحو استخدام قنوات اليوتيوب في الثقافة الصحية
- معرفة مدى اهتمام الطلبة على قنوات اليوتيوب.
- أهم ما يقدمه اليوتيوب في الثقافة الصحية.
- معرفة أسباب التي تدفع الطلبة إلى اعتماد على اليوتيوب كمصدر مهم من مصادر الثقافة الصحية.
- معرفة مقترحات الطلبة لتطوير قنوات اليوتيوب لزيادة التثقيف الصحي.

5- أسباب اختيار الموضوع:

- أسباب ذاتية:
- الرغبة في دراسة هذا الموضوع لانتشاره في وقت الحالي.
- الميل الشخصي لقنوات اليوتيوب التي تعالج مواضيع الثقافة الصحية
- سهولة استخدامه وكذا التعليق على فيديوهات بكل سلاسة
- أسباب موضوعية:
- يعتبر الموضوع متجدد مع ظروف الإنسان لنشره الوعي والثقافة
- محاولة معرفة مدى مساهمة اليوتيوب في تطوير القطاع الصحي.
- حداثة الموضوع حيث يعتبر هذا البحث جديدا ومبتكرا ومن البحوث العلمية التي تهتم بتطوير الصحة بأساليب حديثة ومبتكرة.
- الاطلاع على ما تحققة قنوات اليوتيوب من فائدة وتأثير وتجديد في الثقافة الصحية والطلبة.
- انتشار الواسع لليوتيوب في كل الأطوار الصحية.
- قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع.

6- تحديد مفاهيم الدراسة:

6-1- الاستخدام:

- اصطلاحا: مفهوم غامض ومتنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني، الداخـل في تركيبه التكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة الغموض الذي يحيط باللفظ مراد استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموع السلوكيات والمظاهر.

- إجرائيا: يمكن تعريفه من خلال هذه الدراسة عملية التصفح والنشر والتحميل والتعليق والمشاركة التي يقوم بها الطالب من أجل إشباع رغباتهم. (ن، مريم ناريمان، ص6)

6-2- الطالب: من الطلب أي السعي وراء الشيء للحصول عليه.

- اصطلاحا: هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين: المدرسة /الجامعة وينتمي لها من أجل الحصول على العلم وامتلاك شهادة معترف بها من ذلك المكان حتى يستطيع ممارسة حياته العملية فيما بعد تبعا لشهادة التي حصل عليها. (جمهور الطلبة الجزائريين

ووسائل الاعلام المكتوبة دراسة في استخدامات و اشباعات ، 2006-2007)

6-3- اليوتيوب:

- لغة: كلمة مشكلة من كلمتين يو-تيوب أي وعاءك أي مفرد لكلمة أوعية إلكترونية والضمير أنت هنا لمخاطبة الفرد المتصفح والموقع عامة يعد كإعلام جديد وإلكتروني.

- اصطلاحا: هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين

برفع ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني (wikipedia, 2016-4-30)

6-4- الثقافة الصحية:

اصطلاحاً: على أنها عملية ترجمة الحقائق الصحية المعروفة إلى أنماط سلوكية صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع بهدف تغيير الاتجاهات والعادات السلوكية غير سوية وكذلك مساعدة الفرد على اكتساب الخبرات وممارسته العادات الصحية الصحيحة.

فمفهوم التثقيف الصحي يدور حول تقديم النصح والتواصل الصحي مع أفراد المجتمع بهدف استثارة الدوافع لديهم (مزاهرة، 14)

7- مجتمع الدراسة:

يعرف المجتمع الذي اختاره الباحث الدراسة من تحديد الأفراد أو الجمهور الذي سيكون موضوع الدراسة وتستقي منه المعلومات جميع مشاهد موضوع الدراسة مفردات مجتمع الدراسة بحث جميع الأفراد والأشخاص البحث وهو مجموعه جزئيه من مجتمع البحث عناصر المجتمع الأصلي التمثيل بحيث يمكن تلك العينة على المجتمع بأكمله استدلالات حول معالم المجتمع.

وهو المجتمع الذي نعمم عليه جل النتائج ويطلق عليه بوبيلاسيون حتى يسهل للباحث القيام بكل الإجراءات الدراسة لاختيار العينة بكل سهوله ويسر اهم مرحله هو تحديد مجتمع البحث ما هو في البحوث الاجتماعي هو الإنسانية ما هي تتطلب الدقة والوضوح بحيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه ويعني أيضاً مجتمع البحث جمع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث الأفراد والأشخاص والأشياء الذين يكونون موضوع مشكله في البحث أي انه تنتمي إلى مجال الدراسة (سهيل رزق دياب، 2003، ص89)

ويتمثل مجتمع دراستنا في مستخدمي اليوتيوب من طلبه جامعه المسيلة محمد بوضياف.

8- عينة الدراسة:

وفي دراستنا اخترنا العينة القصدية وهي تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتعني الباحث عن مشتقات دراسة المجتمع الأصلي.

فالعينة القصدية أو العينة العمدية أو العينة النمطية وهي أسماء كلها تشير إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال لها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجديدة لمجتمع البحث والعناصر الهامة التي تمثله صحيحا. (أحمد بن مرسلي، ص 203)

وبالتالي ليجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة، في هذا النوع من العينة يقدر الباحث حاجته إلى معلومات معينة ويختار العينة التي تحقق له ما يريد، فمثلا إذا درس التاريخ في الأردن فربما يرى أنه من المناسب أن يختار عينة من كبار السن حيث أن هؤلاء الأفراد يحققون ما يريدون. (بسام عبد الرحمان المشاقبة ، ص 84 2010) وقد وقع اختيارنا على عينة قصدية المكونة من 30 عينة من أصل المجتمع الكلي الذي عدده 4000 طالبا عدد طلبة المسيلة.

وقصدنا طلبة الإعلام والاتصال من شتى المستويات والتخصصات للوصول إلى النتائج المرجوة.

9- أداة جمع البيانات:

لقد اعتمدنا على الاستمارة (الاستمارة) كأداة لجمع البيانات والمعلومات وهي الأداة التي سمحت لنا بتعمق ووضوح.

الاستبيان يعد وسيلة من وسائل جمع المعلومات وقد يستخدم على إطار واسع ليشمل الأمة أو إطار ضيق على نطاق الدراسة، وبطبيعة الحال فهو يختلف في طوله ودرجة تعقيده، إن الجهد الأكبر في الاستبيان ينصب على بناء فقرات جيدة والحصول على استجابة

كاملة، ومن الأهمية بمكان أن تكون أسئلة الدراسة وفرضياتها واضحة ومعرفة كي يكون بالإمكان بناء الفقرات بشكل جيد. (منذر الضامن، 2007، ص91)

وكذلك يعد الاستبيان أحد الوسائل الذي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها والاستبيان لا يمكن أن يمثل الموضوع ولا يمكن أن يمثل المبحوثين ولكنه يمثل توقعات الباحث وعليه فإن الاستبيان مجموعة الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين ولكنه وفق توقعات للموضوع والإجابة تكون حسب توقعات الباحث التي صاغها في استفسارات محدودة وهذا ليس بالضرورة أن يكون صواب لأن الصواب يتبع من المصادر التي تلم بالموضوع وتعايشه لأن توقعات الذي لم يعرف حقيقة الموضوع. (مروان عبد المجيد إبراهيم، 2000، ص165)

وقد قسمنا استمارتنا إلى أربع محاور هي كالتالي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية.
- المحور الثاني: العادات والأنماط استخدام اليوتيوب والثقافة الصحية في الجزائر.
- المحور الثالث: الدوافع والأسباب استخدام اليوتيوب والثقافة الصحية في الجزائر.
- المحور الرابع: الاستخدامات والإشباعات واستخدام اليوتيوب والثقافة الصحية في الجزائر.

10- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهتم على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة. (عبد الرحمان بدوي، 1977ص5)

والمنهج يعني مجموعة من القواعد العامة التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العالم فالمنهج هو الذي يمد المفكرين والباحثين بما يمسكهم من استقراء الفكرة

وما تدل عليه وتحمله من متوقع وغير متوقع سواء كان سالبا أو موجبا ويمدهم بكيفية التمسك بما هو موجب والحياد عما هو سالب. (عمار بوحوش ، ص 19)

وفي دراستنا اعتمدنا المنهج الوصفي ويستخدم المنهج الوصفي في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقتها والعوامل المؤثرة في ذلك، وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة الحاضر للظواهر والأحداث عكس المنهج التاريخي الذي يدرس الماضي مع الملاحظة، إن المنهج الوصفي يشمل في كثير من الأحيان على عمليات التنبؤ بالمستقبل للظواهر والأحداث التي يدرسها أما هدفه الرئيسي فهو فهم الحاضر لتوجيه المستقبل وذلك من خلال وصف الحاضر بتوفير بيانات كافية لتوضيحه وفهمه ثم اجراء المقارنات وتحديد العلاقات بين العوامل وتطوير الاستنتاجات من خلال ما تشير اليه البيانات. (عقيل حسين ، ص 59)

يرتبط استخدام المنهج الوصفي غالبا بدراسات العلوم الاجتماعية والانسانية والتي استخدمته منذ نشأته وظهوره ولكن هذا استخدامه وتطبيقه يقتصر على هذه العلوم فحسب بل أنه يستخدم أحيانا في دراسات العلوم الطبيعية المختلفة ويقوم المنهج الوصفي على رصد متابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فقرات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره. (ربحي مصطفى عليان ، ص 47-48)

ويسمح لنا هذا المنهج بوصف وتحليل المعلومات الخاصة باليوتيوب ووضعها ومساهمتها في نشر الثقافة الصحية بالجزائر. (ربحي مصطفى عليان، ص 47-48)

11- صعوبات الدراسة:

وجدنا عدة صعوبات في إنجاز هذه الدراسة من بينها:

- قلة المراجع والدراسات التي تدرس اليوتيوب والثقافة الصحية.

- عامل الوقت حيث أن فترة الدراسة قصيرة لم تسمح بتوسيع مجال بحثنا ووصولنا إلى المزيد من التفاصيل.
- عدم تمكننا من الحصول على معلومات أكثر في زمن الكورونا بحيث شككت عائقا كبيرا لدينا.

12- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعنى نظرية الاستخدامات والإشباع جمهور الوسيلة الإعلامية منها الأنترنت لتشبيح رغباته وتلبية حاجاته الكامنة في داخله، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبي يقبل كل ما يتعرض إليه، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها.

إن نظرية الاستخدامات والإشباع هي عبارة عن محاولة للنظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، حيث أن وسائل لإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام (محمد بن عبد الرحمان، 1998، ص.26).

وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام حيث كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنهم عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتهم على أنهم فعالون في انتقاء الوسائل والمضمون والمحتوى لوسائل الإعلام (مكاوي، 2006، ص.239).

عناصر وفروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

الجمهور النشط: ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام.

الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام.

حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: وتنقسم إلى قسمين:

- دوافع نفعية: وهي تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

- دوافع طقوسية: وهي تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصدقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتتعمق هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة (مكاوي وآخرون، 1998، ص. 247).

التوقعات من وسائل الإعلام.

- التعرض لوسائل الإعلام.

- إشباعات وسائل الإعلام، وتنقسم إلى:

1- إشباعات المحتوى، وتحتوي على نوعين من الإشباعات: أولها إشباعات توجيهية التي تتمثل في الحصول على معلومات، وتأكيد الذات ومراقبة البيئة، وهي إشباعات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها. أما الثانية فهي إشباعات اجتماعية والتي يقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية؛ حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرتهم، من خلال تحقيق إشباعات مثل إيجاد موضوعات للحديث مع

الآخرين، والقدرة على إدارة النقاش والتمكن المعرفي، والقدرة على فهم الواقع، والتعامل مع المشكلات.

-إشباعات عملية الاتصال: وتنقسم هي الأخرى إلى نوعين:

- إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة.

- إشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثارة العواطف، والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات.

الأهداف التي تسعى النظرية لتحقيقها:

تسعى نظرية الإستخدامات والإشباعات إلى ترسيخ وشرح مفهوم "الجمهور النشط" الذي تقوم عليه في الأساس، إضافة إلى أهداف أخرى نذكر منها:

1- السعي إلى إكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي حدث نتيجة هذا التعرض.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري (مكاوي، والسيد، 2001، ص.37).

4- الكشف عن "الإشباعات المختلفة" من وراء هذا الاستخدام.

5- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و"أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.

6- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها (المزاهرة، 2012، ص. 186-187).

وخلاصة القول أن مدخل الاستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة للمواقع الإخبارية للطلبة، أنماطها ودوافع هذا الاستخدام والإشباعات المحققة منه، وتقوم هاته النظرية في الأساس على مفهوم الجمهور النشط، حيث أنها نقلت حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الإيجابي.

13- الدراسات السابقة:

_ أطروحة ماستر موسومة بـ " . دراسة استخدام الطلبة الجزائريون (الجزائريين) لليوتيوب والإشباعات المحققة منه -دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي تاريخ مناقشتها في (2016) مؤلفها "أشرف الدين بارش وصابر لعور" (يوسف خالد غسان المقدادي ، 2013 ، ص160)

هدفت هذه الدراسة إلى معرف عادت وأنماط ودوافع استخدام الطلبة الجزائريين لموقع اليوتيوب والكشف عن الاشباعات المحققة من استخدامهم له، وقد اعتمد الباحثان على منهج المسح بالعينة واختارا عينة قصدية التي عددها 120 عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي بمختلف الأطوار والتخصصات، واستخداما أداتين لجمع البيانات هما: الملاحظة والاستبيان وتوصلا إلى أن الطلبة الجامعيين في جامعة العربي بن مهيدي يستخدمون اليوتيوب بشكل دائم، ودوافع استخدامهم له هي التسلية والترفيه أولا ثم التعليم والتنقيف ثانيا، أما الاشباعات المحققة منه فهي إشباعات اجتماعية بالدرجة الأولى ثم علمية بالدرجة الثانية ثم ترفيهية ثم إشباعات رياضية وآخرها إشباعات سياسية.

اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا في متغير اليوتيوب وفي اختيار العينة القصدية من أجل الحصول على المعلومات المطلوبة.

إن هذه الدراسة تتقارب مع دراستنا في عدة جوانب ومكنتنا هذه الدراسة من الاستفادة من معلومات عن اليوتيوب ومعرفة استخدام الطلبة لهذا الموقع الذي يشاهدونه حسب رغباتهم.

_ أطروحة ماستر موسوم ب " دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات -دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم الإعلام والاتصال " تاريخ نشره (2018) "عائشة ديس "

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات، ومعرفة العلاقة بين استخدام الطالبات لليوتيوب وتوسيع دائرة معارفهن، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي في دراستها وأجرت الدراسة على عينة قصدية عددها 70 عينة من طالبات علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجبالي بونعامة وللوصول إلى أهداف الدراسة اعتمدت على استبيان للحصول على المعلومات المطلوبة، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها أن لليوتيوب دورا مهم في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات وأن استخدامهن له لديه علاقة بتوسيع دائرة معارفهن.

تشابهت دراستنا مع هذه الدراسة في التطرق لموقع اليوتيوب ومميزاته وفي اختيار العينة القصدية للحصول على معلومات أكثر وأدق.

اختلفت دراستنا معها في دور اليوتيوب لذي يلعبه في زيادة الوعي الثقافي الصحي وليس التعليمي حيث ركزنا على الدور الذي يلعب اليوتيوب في رفع المستوى الصحي لدى الطلبة بحيث اختلفنا معها اختيار المنهج فنحن استخدمنا المنهج الوصفي وهيا اعتمدت على المنهج المسحي، فقد ساعدتنا هذه الدراسة على فهم الدور اليوتيوب كما استفدنا منها من الجانب المنهجي والتطبيقي مع مراعاتنا لذبيعة مجتمع بحثنا والعينة المدروسة ومن هنا نقول أن دراستنا ركزت على جانبين هما اليوتيوب والثقافة الصحية.

أم عن الدراسات السابقة التي تناولت اليوتيوب ودوره في الثقافة الصحية فيها نادرة وتعتبر دراستنا الأولى من نوعها في طرح هذا الموضوع ولكن توجد دراسات قريبة من دراستنا تناولت وسائل اجتماعية أخرى درست الثقافة الصحية.

الإطار النظري



الفصل الثاني

ماهية اليوتيوب

تمهيد:

شهدت تكنولوجيا الاتصال تطورات مذهلة منذ نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين وازدادت أعداد المستخدمين لها بصورة متلاحقة فبعد أن كان الهاتف هو الوسيلة الوحيدة بين الأفراد في العالم أصبحت هناك وسائل أقوى وأسرع بعد دخول الأنترنت عملية الاتصال، وأدى التطور في تكنولوجيا الاتصال إلى عدد من التأثيرات التي اثرت على حياتنا اليومية.

فمن هذه التأثيرات ظهور ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت التي أتاحت عصرا جديدا من الاتصالات التفاعلية بين الأفراد، وكما يمكن الاستفادة منها في جميع مناحي الحياة ومن أبرزها موقع الفايسبوك والتويتر وأبرزها موقع اليوتيوب.

1- مفهوم اليوتيوب:

اليوتيوب هو احد اشهر المواقع الإلكترونية على شبكة وعنوانه youtube. com. وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يكتفي من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم كما يتمكن المشاهدين من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة.

فضلا عن تقييم ملف اليوتيوب من إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع وطبقا لموقع اليكسا العالمي فإن موقع اليوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث تصنيف أكثر المواقع مشاهدة. (يوسف خالد غسان المقدادي، 2013، ص160)

1-1- التعريف الاصطلاحي:

يقوم موقع اليوتيوب على فكرة مبدئية هي بث لنفسك أو دع لنفسك يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى وهو مكان في شبكة الإنترنت المشاركة في الفيديو المجاني

الشعبي يتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية. (عباس مصطفى صادق، 2008، ص216)

ويعتبر موقع اليوتيوب من أهم المواقع الشبكات الاجتماعية المتخصصة في مشاركة ونشر الفيديوهات وبالنسبة للزائر يتطلب تشغيل الفيديو تقنية أدوبي فلاش فيديو ليعرض الفيديوهات الموجودة على صفحاته.

1-2- التعريف الإجرائي:

هو الأداء الوظيفي الذي يقوم به اليوتيوب من خلال توفيره لمضامين في شكل فيديوهات في مختلف المجالات، إذ تساعد على تنمية الثقافة لمستخدميه بصفة عامة والطالبات الجامعيات بصفة خاصة

هو أحد المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع تصوير فيديو بحيث تكون متاحة لملايين الأشخاص حول العالم دون أي تكلفة مادية. (قيف حسين ، 2011، ص213)

2- نشأة وتطور موقع اليوتيوب:

تأسس موقع اليوتيوب كموقع مستقل في 14 فبراير 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم الذين يعملون في شركة pay pal المتخصصة في التجارة الإلكترونية، ويبدو أن جاود كريم ترك رفقائه للحصول على درجة علمية في كلية ستانفورد، وليصبح الفضل الحقيقي لليوتيوب الذي نراه اليوم، الثنائي الآخرين اللذان نجحا بالمثابرة في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب.

مولد اليوتيوب قد شهدته مدينة MENL PARK في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية وقد تم تأسيس الشركة وإطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام، وفي نوفمبر من عام 2006 وبعد أ حقق الموقع واحدة من أكبر معدلات النمو للمواقع على العالم حسب الموقع إيسكا ALEXA، وفي 19 أكتوبر من عام 2006 تم شراء موقع اليوتيوب من طرف عملاق الويب GOOGLE بقيمة 1,6 مليار دولار أمريكي فيما يعد ثاني صفقة شراء

تعقدتها GOOGLE ليتحول إلى شركة بإدارة ومؤسسته ملكية (عبد الرزاق محمد الديلمي ، 2011ص194) GOOGLE فقد كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة زائر في الشهر وحوالي 700 ألف زائر يوميا، ولقد أدركت الناس والشركات والسياسيين أهمية الموقع فوقعت قناة CBC اتفاقية مع اليوتيوب لبث برامجها وتشمل مقاطع إخبارية ولقطات من برامج ترفيهية، كما وقعت غوغل بعد تملكها لليوتيوب اتفاقية مع MBC لتوفير مقاطع فيديو على اليوتيوب مقابل حصة من الإعلانات التي تحصل غوغل عليها من خلال هذه التسجيلات، وفكرة اليوتيوب لاقت نجاحا لدى المستخدمين فكانت بمثابة قنوات خاصة (ياس خضير البياني، 2014، ص340) واطلق الموقع عددا من التطورات على خدمته في جانب رفع ملفات الفيديو ومشاركتها.

يقول الدكتور "عمار بكار" أن نجاح اليوتيوب له سبب آخر أهمية، وهو أن الجمهور صار من سرعة الإيقاع وتشتت الانتباه وتعدد المهام، بحيث صار للفيديو القصير قيمته الأساسية مقابل المادة التلفزيون، إن الإحصائيات تثبت بلا شك أن الفيديو القصير هو أهم من مسألة المحتوى الشخصي، كما تثبت أ الفيلم القصير الذي يتوافر فيه الإنتاج الحرفي له شعبية أكثر من الفيديو الشخصي بشكل عام. (سليمة رابحي، 2012)

3- شروط إنشاء قناة على اليوتيوب:

يمكنك مشاهدة الفيديوهات اليوتيوب وإبداء إعجابك بها واشترك في القنوات باستخدام حساب غوغل، ولكن لن تحظى بحضور علني على يوتيوب بدون قناة حتى ولو كنت تملك حسابا على غوغل، عليك إنشاء قناة على يوتيوب لتحميل الفيديوهات أو إضافة التعليقات أو إنشاء قوائم التشغيل.

أولا: اتباع خطوات عديدة وهيا:

1- سجل الدخول إلى اليوتيوب على جهاز الكمبيوتر أو الموقع الإلكتروني المتوافق

مع الهواتف الجواله.

2- انقر على ملفك الشخصي لإنشاء قناة.

3- سيطلب منك إنشاء قناة.

4- راجع التفاصيل مع اسمك وصورة حسابك على غوغل وأكدها لإنشاء قناتك.

(غوغل، 2012)

4- خصائص اليوتيوب:

يتميز موقع اليوتيوب بعدة خصائص ينفرد بها عن بقية المواقع الأخرى الموجودة على شبكة المعلومات الدولية ومن أهم هذه المميزات نذكر:

توفره على ميزة الصوت والصورة معا في الوقت ذاته، مما يجعله أكثر تأثيرا على المتصفحين للموقع.

يمتاز بالعمومية والمجانية حيث يستطيع أي شخص من خلال تحميل وتنزيل ما يشاء من الأفلام، شرط التسجيل فقط في الموقع والالتزام بضوابط التحميل (هنا قاسمي وآخرون، 2015-2016)

سهولة استعماله من طرف العامة ومشاهدة مقاطع الفيديو في بيتك.

وسيلة مجانية رائعة لترويج للأفكار الخاصة وشرحها للعامة من دون تكاليف، مناسبة لجميع الأفراد والشركات. (خالد غسان يوسف مقداي، 2014، ص 44-45)

يضم مقاطع الفيديو المنتجة على المستوى الشخصي أو المؤسسي.

يسمح لجميع المتصفحين للموقع بمشاهدة مقاطع الفيديو سواء كانوا مشتركين في

الموقع أو غير مشتركين (صالح زندق، 2014-2013، ص 230)

يمكن من إنشاء قنوات منفصلة لكل مستخدم مسجل في اليوتيوب، ويسمح له بالاشتراك في أي قناة على اليوتيوب يريدتها حتى تصله رسالة على بريده الإلكتروني تعلمه بوجود مقاطع فيديو جديدة نشرت في هذه القناة.

توفره على ميزة تحرير الفيديو مباشرة على الأنترنت وتعديله حيث أصبح بإمكان المستخدمين لليوتيوب الاستغناء عن برامج تحرير الفيديو خاصة لمن ليس لديهم خبرة في التعامل مع تلك البرامج.

توفره على خاصية مشاركة مقاطع الفيديو ونشرها على صفحات المدونات والشكات الاجتماعية لتتم مشاهدتها بشكل فوري. (اكرم عبد القادر وعبد الله فراونة، 2012، ص47-48)

يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصراً على مجموعة خاصة من المشتركين.

ميزة البث المباشر لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفيلم حتى تشاهده بل بمجرد الضغط على وصلة الفيلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الاخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطور الاعلام وتقنيات البث المباشر. (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013، ص45)

5- فوائد اليوتيوب:

5-1- فوائد اليوتيوب في المجال الرياضي

ما لا يعلمه الكثيرون هو أن العديد من الرياضيين المشاهير حالياً تعلموا جزء كبير من مهارتهم عن طريق اليوتيوب، وهو ما يدعى التطور. اليوتيوب يحتوي على مليارات الساعات من الفيديوهات، جزء ليس بقليل منها هو عن الرياضة، حيث كل حدث رياضي عالمي، غالباً يكون على موقع يوتيوب في خلال دقائق من بعد انتهاءه. فما بالك التفاصيل، بمعنى أن هناك أنواع رياضات غير مشهورة مثلاً في بلد معينة، ولكن أحدهم يستهويه هذا النوع من الرياضة ولا يوجد مدرب بجانبه يعلمه أصول لعب هذه الرياضة. اليوتيوب وفر لكل نوع من أنواع الرياضات في العالم معلمين، بل ودورات مكثفة جداً في أي نوع رياضة. حيث إن التعليم النظري أو السمعي ليس أبداً مثل التعليم عن طريق المشاهدة، فالعين هي

أفضل وسيلة للتعليم السريع. ولذلك، نجد أن أنواع السباحة جميعًا تستطيع مشاهدتها بسهولة مع دورات تعليمية ومنافسات أولمبية، وعالمية. وأبطال مثل مايكل فيلبس أسطورة السباحة الأمريكي، ستجد عن حياته الشخصية فيلم وثائقي يظهر لك من هو هذا الرياضي وكيف يعيش يومه. فوائد اليوتيوب عزيزي القارئ أتاحت لك أن تعرف كل شيء عن الرياضة مجانًا بدون مدربين، فقط كل ما عليك فعله هو أنا تستفيد.

5-2- البث الحي للقنوات الناقلة:

هناك مشكلة كبيرة في عالم الميديا انتشرت في الآونة الأخيرة وهي أن بعض القنوات التلفزيونية احتكرت المسابقات الرياضية الأكثر شهرة في العالم بمقابل مادي. مثل الدوري الإنجليزي والدوري الإسباني والدوري الإيطالي لكرة القدم، وكأس العالم وكأس الأمم الأوروبية وكأس الأمم الأفريقية وكأس أمم أمريكا اللاتينية لكرة القدم، والمصارعة الحرة. كل هذه المسابقات الرياضية محتكرة من قبل قنوات تلفزيونية يجب أن تدفع مقابل مادي لها حتى تأخذ حق فتح قنواتها. وهنا تأتي فوائد اليوتيوب واضحة جدًا حيث أن اليوتيوب يستطيع بعض الناس عرض هذه المباريات عن طريق البث المباشر للقنوات عن طريق اليوتيوب، وبذلك أنت لا تحتاج من الأساس أن تشترك في هذه القنوات. ولا تقلق لأن هذا ليس سرقة لأن فكرة الاحتكار من الأساس هي فكرة غير شريفة وقائمة على الرأس مالية. بمعنى أن الذي معه يستطيع أن يشاهد وأما الذي ليس لديه مال فلا يستطيع أن يشاهد، في حين أن هذا خاطئ بالطبع. فالرياضة والمشاهدة يجب أن تكون للجميع وما يفعلونه أصحاب القنوات هو الخطأ باستغلال مال الآخرين من خلال فكرة الاحتكار.

5-3- فوائد اليوتيوب في المجال التعليمي:

قد يعتقد الكثير من الناس أن فوائد اليوتيوب تقتصر على فكرة الترفيه فقط، ولكن الحقيقة ليست هكذا. فموقع يوتيوب يتيح لك فكرة التعليم عمومًا عن طريق جزء خاص في الموقع أسمه اليوتيوب الأكاديمي. وهذا الموقع يحتوي على دورات تدريبية ومحاضرات، مصدرها جامعات أكاديمية عالمية، ومن الداخل هذه المحاضرات مقسمة ومفهرسة حتى

يسهل على الزائر كيفية البحث عن نوع العلم الذي يريده. فلو كان الشخص يحب الكيمياء فليس هناك مشكلة، كل ما عليه أن يدخل قسم الكيمياء وسيجد داخل يوتيوب الأكاديمي كل ما يخص الكيمياء. من المبادئ الأساسية إلى أحدث الاكتشافات والأبحاث الكيميائية التي نشرت في المجالات الحديثة والجامعات العالمية، وقس على هذا بقية العلوم.

5-4- فوائد اليوتيوب في المجال التثقيفي:

هناك فارق كبير بين الثقافة والتعلم، الثقافة هي عبارة عن معرفة الكثير من المعلومات والمعرفة في شتى مجالات الحياة عمومًا. أما التعلم فهو عبارة عن فكرة التركيز على دراسة شيء معين. وعلى هذا الأساس نفهم أن من ضمن فوائد اليوتيوب هو جعل الإنسان مثقف جدًا لو أراد الإنسان هذا، والسبب أن جميع الحضارات التي تعلمها ولا تعلمها موجود نبذة عنها في اليوتيوب. بل هناك قنوات مثل ناشيونال جيوغرافي على يوتيوب، وهي من أشهر وأكثر قنوات اليوتيوب متابعة. وهذا لسبب بسيط لاحتواء ناشيونال جيوغرافي على عدد رهيب من الوثائقيات المرئية عن كل شيء بسهولة جدًا. فلو كنت تريد أن تنمي ثقافتك التاريخية، كل ما عليك فقط هو أن تبحث عن تاريخ البلد التي تريده وستجد وثائقي لمدة تزيد عن ساعتين يتكلم بالتمثيل وبالحفريات عن تاريخ هذه الحضارة والبلد. لدرجة أنك بعدما تنتهي من الوثائقي كل شيء يظل عالق في ذهنك لأنك رأيتك والذاكرة البصرية أقوى من السمعية، وأقوى من القراءة والخيال. لأن الخيال هو محض خلق تفاصيل تكون مشوشة، وأحيانًا أخرى لا. ولكن ما يحدث في الوثائقي هو أنك ترى التاريخ يعيش مرة أخرى.

5-5- فوائد اليوتيوب في المجال الطبي والهندسي:

الآن وبفضل فوائد اليوتيوب الرائعة فوق الخيال، أصبح العلم ليس حكرًا على أحد، بل فكرة التطور أصبحت موجودة من خلال اليوتيوب وخصوصًا في المجالات العملية والتي تحتاج إلى رؤية مباشرة للشيء. ومن ضمن هذه الإفادات العظيمة هي عرض العمليات الجراحية على موقع يوتيوب. حيث أن أي طبيب جراح مبتدأ قبل أن يبدأ مهمته في المجال الجراحي بطريقة عملية يشاهد الأطباء الكبار من خلال الفيديو في غرفة مختلفة مباشرة.

لسبب بسيط لأن غرفة العمليات لن تتحمل كل عدد الجراحين المتعلمين، ولحساسية بعض العمليات الجراحية التي تحتاج لتعقيم عالي جدًا. ومن هنا كان عدد الجراحين الذي يرى العملية لا يتعدى عدد طلاب هذه الجامعة. ولكن مع يوتيوب أصبحت أكثر العمليات الجراحية تعقيدًا متاحة فيديو لأي طبيب جراح يستطيع أن يستفيد منها، ويفهم جيدًا ما يحدث والخدع الخاصة بالأطباء الكبار التي تجعلهم من صفوة العالم في هذا المجال.

5-6- المجال الهندسي:

مثل المجال الطبي أيضًا كلنا نعلم أن الهندسة عدة أقسام، ميكانيكا وكهرباء وحواسب. ولكن في الأخير غالبًا كلها أقسام مرتبطة، ولذلك اليوتيوب غالبًا هو الجامعة الحقيقية لطلاب الهندسة الجدد، لعدم احتكاكهم بالواقع المهني أثناء الدراسة. ولذلك يدخلون لهذا الواقع من خلال موقع يوتيوب. مثلًا لو مهندس إلكترونيات ويريد أن يصنع مشروع تخرج فما عليه إلا أن يبحث عن مشاريع تخرج في بلاد أخرى ويلهم منهم بفكرة جديدة. ويفهم ما هي المواد المتاحة وكم يستغرق الأمر، وربما يرى فكرة ويرى بها قصور هو يجد له حل ويطورها. ومن أكبر هذه الأمثلة هو طالب مُقعد لا يستطيع المشي، استطاع أن يطور الكرسي المتحرك لأن يصل لمرحلة أن يعمل بإشارات العقل. بمعنى أن لو الشخص مشلول شلل كلي فهو يستطيع التحكم في الكرسي من خلال عقله. وهذا من نسميه تطوير للأفكار، وعندما سُئل هذا الطالب أين تعلم فقال من خلال اليوتيوب، وبعض نصائح الأساتذة. وهذه عزيزي القارئ فائدة اليوتيوب، وهو أن لديك جامعة في بيتك في أي مجال تحبه.

5-7- فوائد اليوتيوب في مجال تعليم الموسيقى:

في الحقيقة ما لا يعلمه الكثيرون هو أن دورات تعليم الموسيقى في العموم هي من أعلى دورات التعليم. ناهيك عن استغلال البعض لعجز الناس عن تعلم الموسيقى ومن ثم يكملون معهم ويستنزفون المال منهم وهم يعلمونهم أشياء لا ترتقي لكونها تعلم الموسيقى. ولكن من فوائد اليوتيوب أنه يسمح لك لتعلم أي آلة موسيقية من خلال وجود لدورات

التدريبية عن كل آلة مهما كانت غريبة، مما يتيح لك حرية التعلم لأي آلة تريدها مجانًا دون دفع أي نقود.

5-8- فوائد اليوتيوب في المجال الترفيهي:

هو المجال الأكثر انتشارًا عن بقية المجالات، حيث أن هناك عدد كبير من الناس لا يريدون التعلم ولكن يريدون الفرح أو السعادة. فما عليهم سوى أن يدخلون على موقع يوتيوب ويبحثون عن أشياء مضحكة، أو يبحثون عن البرامج المضحكة التي فانتهم، أو يستمعون لأغاني ومغنين في حفلات حقيقية، أو يسمعون الكارتون. بل وأن هناك الكثير من الأمهات يبحثون عن فيديوهات الكارتون الخاصة بالأطفال ويشغلونها لهم بصورة مرتبة ومتواصلة، أفضل من قنوات الأطفال التي يشوبها الإعلانات. اليوتيوب هو كنز ترفيهي ثمين في كل الأوقات.

5-9- فوائد اليوتيوب في الإعلانات:

اليوتيوب ليس مجرد موقع مجاني فهو موقع ربحي أيضًا، حيث يستطيع أي عميل لعمل إعلان على يوتيوب والإعلان سيظهر قبل الفيديو، وأحيانًا وسط الفيديو أيضًا. وتعد هذه المشاهدة نوع من أنواع التسويق الرائعة، حيث أن عدد مرتادي اليوتيوب أكثر بمراحل من مشاهدي أي قناة تلفزيونية. ولذلك الإعلان على يوتيوب هو وسيلة نجاح رائجة جدًا تأتي ثمارها سريعة ولا سيما لو كان الإعلان ذكي ومضحك. لأنه سينتشر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وفي الأخير سينتشر المنتج على مجال واسع جدًا من المشاهدة.

5-10- ارتباط اليوتيوب بمواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي أساسًا قائمة على فكرة الترفيه، وفكرة المشاركة. بمعنى أن لو أعجب شخص بفيديو معين في اليوتيوب هناك ارتباط بين موقع يوتيوب وموقع فيس بوك أو تويتر، وهما أشهر موقعين للتواصل الاجتماعي. وستجد تحت أي فيديو في موقع يوتيوب إمكانية نشر الفيديو على الحساب الخاص للشخص في حسابه في موقع التواصل الاجتماعي. من هذه النقطة تغير نظام الإعلانات 180 درجة لسبب بسيط لأن مواقع

التواصل الاجتماعي هي أكبر تجمع إنساني بشكل دائم كل يوم على مدار الساعة. ولذلك استغلال هذا التجمع تسويقيًا يعد من أساسيات اليوتيوب. فأي فيلم سينمائي حاليًا مهما كان، يخرج بنبذة فيديو على اليوتيوب. وكلما كانت النبذة والإعلان عن الفيلم رائع كلما كان رواج الفيلم أروع، وهكذا بقية الإعلانات. الأمر تغير جذريًا بوجود الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب. حتى على مدى السلع الغذائية، فشركتي كوكاكولا وبيبسي حاليًا كأكثر مثال هما أكبر منافسين في صناعة المياه الغازية في العالم، ولذلك لديهم ميزانية تقدر بمئات الملايين فقط في إعلانات اليوتيوب التي تناسب كل دولة في العالم. ومن ثم موقع يوتيوب يقوم بترشيح الإعلان لكل دولة حسب اللغة، فيصير التأثير مضاعف عن إعلان بلغة أجنبية مثلما كانت الإعلانات قديمًا.

5-11- الريح من ضمن فوائد اليوتيوب:

ما لا قد يعلمه بعض الناس أن سبب رئيسي في شهرة اليوتيوب هو الريح منه. وذلك لسبب بسيط لأن كلما كان لك عدد مشاهدات على يوتيوب أكثر، كلما تم رؤية الإعلان على الفيديو الخاص بك أكثر. والموقع يحسب كالاتي، أن الضغطة على الإعلان بسنت واحد مثلاً، ولذلك عندما يصل عدد المشاهدات إلى مليون مشاهدة فأنت تصل لمبلغ 1000 دولار تقريبًا. وهو أكبر بكثير من قيمة الثمن الذي من الممكن أن تدفعه لينول الفيديو نفسه أكثر من مليون مشاهدة. لتصل في الأخير إلى أن الكل يكسب من فيديوهات اليوتيوب، الموقع والناشر والزائر.

5-12- فوائد اليوتيوب في الشهرة:

اليوتيوب أصبح الآن منصة لكل الناس الذين يبحثون عن الشهرة بسهولة جدًا. ومن أكثر الأمثلة توضيحًا لهذه النقطة هو الطبيب المصري "باسم يوسف" والذي بدأ حياته المهنية كمذيع بعمل برنامج ساخر تتم إذاعته على يوتيوب. وبدأ فعلاً هذا البرنامج وما كان لا يتوقعه هو نفسه، هو أن أصبح له متابعون على يوتيوب ومن ثم عرضت عليه قناة حتى يعمل لديها البرنامج. والغريب أن البرنامج عُرف أكثر وصارت حلقاته على اليوتيوب أكثر

شهرة أيضًا. ثم في الأخير صار باسم يوسف في عام 2013 من أكثر 100 شخصية مؤثرة في العالم حسب مجلة التايمز. وكان ذلك لأن حلقاته في يوم واحد عبرت حاجز الـ 20 مليون مشاهدة. وهذا هو ما نتكلم عليه عزيزي القارئ، أن اليوتيوب قناتك الخاصة للشهرة. وكل ما عليك هو أن تطور من نفسك والشهرة ستأتي عاجلاً أم آجلاً. والجميل أيضًا أن هذا لا يكلفك أي نقود بل فقط كل ما عليك هو أن تفعل حساب على يوتيوب، ومن ثم أصبح لك قناتك الخاصة التي يمكن لأي متابع أن يتابع كل جديد فيها. أخيرًا عزيزي القارئ فوائد اليوتيوب غزيرة جدًا، ولكنني أود أن أنبه على شيء هام وهو أن اليوتيوب له ميزة أخيرة وهو أنه لا يعرض المواد الإباحية دون تصريح. أي أن الفيديوهات التي تحتوي على مشاهد إباحية صريحة، فهذه تكون عليها رقابة ومغلقة ولا يمكن للصغار مشاهدتها. ومن هذا المنطلق اليوتيوب وضع نفسه ضمن أفضل المواقع الإلكترونية عبر التاريخ بفضل منظومته المتكاملة والفعالة دومًا. والتي تعتمد على فكرة التطوير الدائم حيث أن يوتيوب من ساعة نشأته حتى الآن تطور في كل شيء، حتى في أداء البحث والاقتراحات الأكثر دقة وكل هذه التفاصيل التي جعلته في صفة اهتمامات أي شخص في العالم. (سلفيا بشرى)

6- محتوى اليوتيوب:

يحتوي اليوتيوب على مليارات الفيديوهات التي يرفعها المستخدمون على الموقع منذ تأسيسه، إذ يتم تحميل 100 في ساعة من مقاطع الفيديو على اليوتيوب خلال الدقيقة الواحدة، وتختلف هذه الفيديوهات وتباين في محتواها حيث يمكن أن يجد المستخدم فيديوهات تتعلق بكل ما يمكن أن يتصوره كالمقاطع الدعائية، والموسيقى والأغاني والمقاطع المضحكة وغيرها من الأمور الترفيهية الأخرى.

ولا يقتصر مضمون محتوى اليوتيوب على الفيديوهات الترفيهية والتي يتم نشرها من قبل الهواة فقط، فيتم استخدام هذه المنصة لنشر مقاطع فيديو تعليمية وبمختلف المواضيع، كما يمكن أن يتم استخدام المحتوى الذي يتم رفعه عبر يوتيوب في الأعمال الاقتصادية،

ويعد هذا التنوع الكبير في محتوى فيديوهات يوتيوب سببا من الأسباب التي جعلت هذا الموقع شائع الاستخدام بشكل كبير. (ويكيبيديا، 2021-4-18)

7- خدمات اليوتيوب:

يوفر اليوتيوب العديد من الخدمات عدا عن المشاهدة التقليدية للفيديوهات الموجودة عليه، ومن هذه الخدمات:

1- يوتيوب بريميوم: وهو خدمة يتم لحصول عليها مقابل اشتراك مادي، حيث يتمكن المستخدم من خلالها مشاهدة الفيديوهات دون ظهور أية إعلانات.

2- أفلام وعروض اليوتيوب: يتمكن المستخدم من خلال الاشتراك بهذه الخدمة مشاهدة العروض والأفلام المختلفة

3- موسيقى اليوتيوب بريميوم: يمكن الاشتراك بهذه الخدمة لسماع الأغاني والموسيقى دون فواصل إعلانية، كما يتسنى للمستخدم من خلال اشتراكه بهذه الخدمة الاستماع للأغاني دون الاتصال بالإنترنت، أو حتى عندما تكون الشاشة الحاسوب مطفئة.

4- ألعاب اليوتيوب: يمكن من خلال هذه الخدمة الحصول على محتوى الألعاب عبر اليوتيوب.

البت المباشر عبر اليوتيوب: يتمكن المستخدم من خلال هذه الخدمة عمل

بت مباشر له عبر يوتيوب (ويكيبيديا ، 2021-4-18)

8- مستخدمو اليوتيوب:

يعد موقع اليوتيوب منصة تفاعل اجتماعي تركز على نوعين من المستخدمين أولها أولئك الأشخاص وتحميلها على الموقع نوعين من المستخدمين أولها أولئك الأشخاص الذين ينشئون الفيديوهات ويقومون برفعها وتحميلها على الموقع من خلال ما يعرف بقناة اليوتيوب التي يتم إنشاؤها على حساب المستخدم أو الطرق الأخرى أولئك الأشخاص الذين يقومون بمشاهدة الفيديوهات التي يتم نشرها على الموقع، ويمكنهم أن يقوموا أيضا برفع الفيديوهات ومشاهدتها ويستطيع أي شخص يمتلك جهاز حاسوب أو هاتفنا محمولا متصلا بالإنترنت أن

يستخدم موقع اليوتيوب، وتعد فئة الشباب هي الفئة الأكثر استخداما لليوتيوب، وهذا لا ينفي أن هناك قاعدة كبيرة لمتابعي هذا الموقع من الكبار والصغار على حد سواء، ونظرا إلى العدد الهائل من مقاطع الفيديو التي يحتويها هذا الموقع، فلا بد من الانتباه إلى أن ليس جميع هذه المقاطع مناسبة للأطفال الذين تقل أعمارهم رقابية عن 13 سنة ولهذا السبب يوفر يوتيوب أدوات رقابية يمكن للابوين تحدد المحتوى الذي يتم مشاهدته من قبل أبنائهم.

(ويكيبيديا ، 2021-4-18)

9- تأثير موقع اليوتيوب على شبكة العالمية:

قام موقع اليوتيوب بإحداث طفرة نوعية في عالم الأنترنت فقبله كان مستخدمو الأنترنت لا يستطيعون نشر فيديوهاتهم أو عرضها للمشاهدة أو تلاقى، فقد كان المتاح هو إرسالها عبر البريد الإلكتروني كحد أقصى ثواني معدودة ولكن موقع يوتيوب فقد أصبح من السهل نشر ومشاركة الفيديوهات يشاهدها كل مستخدم الأنترنت حول العالم وأصبح كل شخص حتى من الهواة يمكنه عمل قناة خاصة في أي مجال سواء كانت كوميدية، علمية، أو سياسية بدون قيود أو رقابة. (mawdoo3.com, 2021-4-5)

10- إحصائيات وحقائق وأرقام يوتيوب:

يضم موقع you tube أكثر من مليار مستخدم أي قرابة ثلث الأشخاص الذين يستخدمون الأنترنت، كما أطلق الموقع إصدارات حديثة في أكثر من 70 بلدا كما يستخدم 76 لغة مختلفة مما يلائم احتياجات من 95% من مستخدمي الأنترنت 1-2-3 .

(علي خليل شقرة، 2014، ص144)

هو ترتيب الموقع على مستوى العالم حسب إحصائيات اليكسا بع موقع جوجل وفيسبوك.

مليون ساعة من عدد الساعات التي يتم رفعها على الموقع خلال عام 2010 35 عدد الساعات من المقاطع الفيديو والتي يتم رفعها كل دقيقة على الموقع 700 مليار هي عدد مشاهدات مقاطع الفيديو على الموقع في عام 2010 وحدة

100 مليون هي عدد المشاهدات مقاطع الفيديو عن طريق الهواتف يوميا و70% هي نسبة مستخدمي الموقع من خارج الولايات المتحدة الأمريكية. هي عدد البلدان التي يقدم لها اليوتيوب نسخة مخصصة لتلك البلاد ومن ضمنهم 7 دول عربية 45 هي عدد اللغات التي يدعمها الموقع ومن بينها العربية. هو متوسط عدد الدقائق التي يقضيها مستخدمو يوتيوب على الموقع يوميا. مليار هو عدد مشاهدات مقاطع الفيديو التي يتم مشاهدتها عن طريق موقع الفيس بوك يوميا فيديو كل دقيقة، وهذا يعني ألفان ومائة وثلاثون ساعة فيديو في كل ساعة وخمسون ألفا وأربعمائة ساعة في اليوم وهذا ما يفوق ما تقوم ببثه أكبر ثلاث محطات تلفزيونية أمريكية مجتمعة في سنين عاما لو واصلت الليل والنهر دون انقطاع.

(ياس خضير، ص340)

بلغ في العالم 2010 عدد الساعات التي رفعت إلى الموقع ثلاث عشر مليون ساعة، ووصل عدد مشاهدات الفيديو عليه

سبعمائة مليار مشاهدة، وبلغ عدد الشركات والأفراد المنضمين إلى برنامج الشراكة في الموقع والذين يمتلكون قنوات خاصة بهم خمسة عشر ألفا في العالم.

(علي خليل شقرة ، ص90، 91)

بلغ عدد زوار هذا الموقع في العالم 2011 ثمانمائة مليون زائر مشاهدا واستعين مليار مشاهدة وتم تحميل ستين ساعة فيديو كل دقيقة، أي ما يعادل ثماني سنوات من العرض المستمر يوميا. (علي خليل شقرة، ص91)

وقد استعملت 45% لغة في اليوتيوب، وكانت نسبة المشاهدين لليوتيوب من خارج الولايات المتحدة من جمالي المشاهدين، وكانت ما نسبته من المحتوى واضح بصفة ذات تقنية HD وقد دخل ما نسبته 13 من الزوار إلى اليوتيوب عبر الأجهزة الذكية وفي عام 2012 بلغ عدد الساعات المحملة على اليوتيوب كل دقيقة اثنين وسبعين ساعة، وبلغ عدد

المشاهدات عبر الهواتف الجواله ستمائة مليون مشاهدة إضافة إلى أربع مليارات مقطع مشاهدة يوميا ويتم مشاهدة ثلاث مليار ساعة شهريا. (علي خليل شقرة، ص91)

11- إيجابيات وسلبيات اليوتيوب:

11-1- الإيجابيات:

- استخدام خدمة اليوتيوب تمكننا من الوصول إلى وسائل الإعلام وهي رخيصة وسهلة
- خدمات اليوتيوب نظيفة وواضحة وسهلة الاستعمال والاشتراك
- اليوتيوب لديه مجموعة واسعة من أشرطة الفيديو في مختلف الفئات.
- يمكننا البقاء المحدث مع أشرطة الفيديو الجديدة التي يتم إضافتها دائما إلى اليوتيوب
- يمكنك من التعرف على الناس من خلاله
- يوفر المال والجهد اذ لا حاجة لظن من معدات والكمبيوتر وأجهزة الفيديو وميكروفون وبرامج تحرير الفيديو.
- يمكنك ربح المال من اليوتيوب وذلك ما يربط حساب بقناة يوتيوب الخاص بك وبالأفلام الموجودة فيها أو عبر أي عملية تسويق إلكتروني.

(عربي، 2021-4-5)

11-2- سلبيات اليوتيوب:

- بالرغم من تعدد مميزات موقع اليوتيوب إلا أن له مجموعة من العيوب تواجهه مستخدميه نذكرها:
- عدم وجود رقابة أخلاقية على مقاطع الفيديو المنشورة على اليوتيوب فإذا أراد المتصفح مشاهدة فيديوهات قد تواجه صور محرمة. (صالح زنداقي ، ص230)
- بث اليوتيوب لأفلام تحتوي على العنف وهذه الأفلام لها تأثيرات سلبية على تصرفات وسلوكيات المتصفح للموقع. (كنزة مناخ، 2017ص84-85)

○ بث اليوتيوب ل مواد سياسية محظورة مثل تلك التي تصور رؤساء الدول أو الحكومات في مواقف غير مرغوبة لهذه الشخصيات أو الأنظمة، مما يؤدي إلى حجب الموقع من طرف بعض الدول منها: أرمينيا 2008 عندما عرض مشاهد تظهر قمع المتظاهرين، وكذلك حيث هذا الأمر في ايران عام 2009.

○ عدم مراعاة اليوتيوب لحقوق الملكية والنشر، حيث تلقى الموقع للعديد من الشكاوي والانتقادات بسبب فشله في إخضاع جميع محتوياته لقوانين حقوق النشر والتأليف.

(حصة بنت الكريم زايد، 2014)

○ احتواء اليوتيوب على إعلانات وتعليقات لبعض المستخدمين غير لائقة.
○ افتقار الكثير من مقاطع الفيديو المنشورة على اليوتيوب إلى المصداقية والدقة العلمية.

○ احتياج المشاهد لمقاطع الفيديو على اليوتيوب إلى وجود إضافة الفلاش adobe Flash Player في المتصفح، وهذه المشكلة التقنية تعيق مستخدمي اليوتيوب خاصة أولئك الذين لا يملكون خبرة كافية في هذا المجال. (أكرم عبد القادر، ص54)

○ عدم وجود خاصية أو أيقونة تحميل الفيديوهات من اليوتيوب إلى الحاسوب أو الهاتف، حيث يمكن من تحميلها عن طريق برامج أ تطبيقات تدعم تحميل فيديوهات اليوتيوب إلى أجهزة الكمبيوتر والهاتف وغيرها

○ خطر على متصفح موقع اليوتيوب هو احتواء الموقع على إعلانات غير أخلاقية.

(أكرم عبد القادر قروانة، ص55)

12- نماذج عن قنوات اليوتيوب الثقافة الصحية:

12-1- قناة هاشيموتو للصحة:

من أفضل قنوات اليوتيوب YouTube المهمة في تقديم معلومات في الطب وكل ما يخص الصحة والجمال والرشاقة، وتقدم حلول طبيعية وبسيطة لمشاكل الجسم والبشرة، وتهتم

بمساعدة الناس على التخلص من المشاكل التي تواجههم في مجالات العناية بالشعر، العناية بالبشرة، الصحة والتغذية، صحة المرأة، علاج مشاكل الجسم.

تحتوي القناة مكتبة من قوائم التشغيل المصنفة حسب الموضوع، يمكنك العثور على العديد من المعلومات الصحية المتعلقة بكل أعضاء الجسم، حيث ستجد قوائم تشغيل تتعلق بصحة الفم، صحة الأذن، صحة الجهاز التنفسي والحساسية، صحة الجلد، صحة الغدد اللعابية، صحة العظام، صحة القلب والشرابين، صحة الجهاز العصبي، صحة الجهاز الهضمي، وكيفية العناية بالجسم وحلول مشاكل الجسم، ومجموعة من الإرشادات الصحية الهامة

تم إطلاق القناة عام 2013، وتمتلك أكثر من 1.3 مليون مشترك، ووصل عدد المشاهدات إلى 156 مليون.

12-2- قناة انفراد الطبي:

وهي من افضل قنوات يوتيوب الطبية تهدف إلى تقديم نصائح هامة لتحافظ على صحتك، وتهتم بتقديم أهم المعلومات لتعيش حياة صحية ونفسية هادئة، إضافة إلى نصائح خاصة بكيفية الاهتمام بصحة الطفل منذ ولادته

تطلق مقاطع فيديو مصورة مع مجموعة من الأطباء من اختصاصات مختلفة، لمناقشة أهم المشاكل الصحية مثل التهاب المفاصل، آلام الظهر، العناية بالبشرة، علاج الأسنان، القولون العصبي، وتتضمن المقاطع إرشادات ونصائح في الطب متنوعة.

تم إطلاقها عام 2013، وتضم 108 ألف مشترك، وتجاوزت المشاهدات 1.8 مليون.

(ويكيبيديا).

الفصل الثالث

الثقافة الصحية

تمهيد:

لا يمكن أهداف الصحة العامة أن تتحقق في أي مجتمع دون المشاركة الإيجابية من الأفراد، ولكي تتحقق تلك المشاركة من جانب الأفراد هناك مسئوليات ومهام تقع على عاتق العاملين في مجال الصحة العامة لكي تدفع الأفراد وتحثهم على القيام بمسئولياتهم تجاه صحتهم، ويتم ذلك عن طريق الثقافة الصحية، وعلى ذلك تعد الثقافة الصحية من أهم مجالات الصحة العامة الحديثة، وتعتبر جزءا أساسيا لأي برنامج للصحة العامة، ولم تعد الثقافة الصحية عملية ارتجالية، بل أصبحت عملية فنية لها أسسها ومبادئها التربوية.

الثقافة الصحية عبر التاريخ:

تطور مفهوم الصحة تطورا ملحوظا مع تقدم المجتمعات البشرية، فقد كان مفهوم الصحة عند الإغريق يتجه أساسا نحو الصحة الشخصية Personal Hygiene بمعنى اهتمام الفرد بنظافته وتغذيته، وكان لهم إله خاص بالصحة يدعى هيغيا Hagia ومن هذه الكلمة الإغريقية " اللاتينية " اشتقت كلمة الصحة والتي تعني النظافة Hygiene ومع مرور الزمن تطورت هذه الكلمة لتعني باللغة الإنجليزية " Health " حيث أن هذه الكلمة أشمل وأوسع مفهوما من كلمة " Hygiene " والتي تعني مفهوم الصحة الشخصية، وللصحة مفهوم اجتماعي نظرا لربط هذا المفهوم بالحكم والأمثال فيقال:

(الصحة تاج على رؤوس الأصحاء لا يعرف قيمتها الا المرضى) وقيل: (درهم وقاية خير من قنطار علاج) وقيل: (نفاحة في الصباح تغنيك عن طبيب) وغيرها من الأمثال. وقد جرت عدة محاولات لتعريف الصحة كان من أبرزها تعريف العالم بركنز perins حيث عرف الصحة (حالة التوازن النسبي لوظائف الجسم، وأن حالة التوازن هذه تنتج عن تكيف الجسم مع العوامل الضارة التي يتعرض لها). وتعريف العالم وينسلو " wenslow " للصحة على أنها: (علم وفن منع المرض وإطالة العمر وترقية الصحة وكفائتها).

أما منظمة الصحة العالمية (w.h.o) فقد عرفت الصحة بأنها الحالة الإيجابية من السلامة والكفاية البدنية والعقلية والاجتماعية وليس مجرد الخلو من المرض أو العجز. ويلاحظ أن هذا التعريف أخذ في الاعتبار ثلاثة جوانب، الجانب البدني أو الجسماني، فالجسم يتكون من مجموعات كثيرة من الخلايا المتخصصة التي تكون في مجموعها الأنسجة ثم الأعضاء المختلفة، ولكل مجموعة من الأعضاء وظيفة خاصة يطلق عليها وظيفة الجهاز مثل: الجهاز العصبي أو الجهاز الهضمي أو التنفسي، فيقال: إن الجسم في حالة تكامل جسماني إذا كانت كافة الأعضاء والأجهزة تقوم بوظائفها على الوجه الأكمل.

أما الجانب النفسي والعقلي، فالإنسان خصه الله عن بقية المخلوقات بالعقل والجهاز العصبي المتطور النمو والالذان يمكنان الإنسان من القيام بقدرات ذهنية وعقلية لا يتمكن من أدائها أي كائن آخر

أما من الجانب الاجتماعي فالإنسان بطبيعته يعيش في مجتمعات يؤثر فيها وتؤثر فيه من ناحية الإصابة ببعض الأمراض أو اكتساب بعض العادات الصحية السليمة، وبالتالي لزم التكامل الصحي للإنسان من الجانب الاجتماعي للاحتفاظ بمستوى مرتفع لصحة الفرد.

ومن الواضح أن هذا التعريف قد أكد على ارتباط الجوانب البدنية والعقلية والاجتماعية بالإنسان.

2- مفهوم الثقافة:

لغة: يشتق المفهوم اللغوي لكلمة ثقافة من الفعل الثلاثي ثقف أو ثقف بمعنى حذق أو مهرة أو فطن، أي صار حاذقا ماهر فطنا، فهو ثقف وقد ثقف وثقافة، وثقف الشيء أقام المعوج منه وسواه، وثقف الإنسان أدبه، وهذبه وعلمه.

(ابن منظور، 1997)

ويقال في لغة ثقف، ثقفا صار حاذقا فطنا، وثقف فلان صار حاذقا وعليه يكون التثقيف باللغة: أن يفهم بسرعة ويصبح حاذقا فطنا فالثقافة بصفة عامة ترتبط ارتباطا وثيقا بحياة الإنسان، فالإنسان يكسب الثقافة اكتسابا واعيا فيتمكن من تحقيق التقدم في حياته.

(أنوار محمد مرسي، 2012، ص 142)

اصطلاحا: هي مجموعة من الأشكال والمظاهر لمجتمع معين تشمل عادات وممارسات، قواعد ومعايير كيفية العيش والوجود وقواعد السلوك والمعتقدات ومن جهة أخرى يمكن القول أن الثقافة هي كل المعلومات التي يملكها البشر.

(أنوار محمد مرسي، 2012، ص 39)

تعرف على أنها ذلك التراث الحضاري ومنهجية التفكير وأسلوب العيش والمعاملة أي تلك الطاقة العملية الكامنة التي تستخدم في مجالات الحياة والتي يتميز مجتمع من مجتمع آخر. (سعد السمحراني، 2002، ص82)

وكما تعرف أيضا على أنها القيم والمعايير والعادات والأفكار التي تشترك فيها الناس وتحدد سلوكهم، وتتكون الثقافة من الجانب المعنوي الفكري والجانب المادي.

(محمد جمال الفار، 2006، ص124)

تعريف الإجرائي:

إن الثقافة بمفهومها الحالي تتعدى فكرة ومفهوم العلم والاختصاص، حيث تشمل معرفة الثقافة الصحية لدى المجتمع الجزائري، وإنما تعرف معلومات بكل مناحي الحياة بمختلف أنواعها، مما يسمح لها أن تكون أداة فعالة في مجتمعنا.

الصحة: يعتبر مفهوم الصحة إحدى المفاهيم الأساسية التي نالت الكثير من الاهتمام والدراسة على يدي العلماء والأطباء ولقد تزايد الوعي الأفراد في السنوات الأخيرة بأهمية الصحة كوسيلة لتنمية المجتمع وتقدمه.

3- مفهوم الثقافة الصحية:

تعرف الثقافة الصحية على أنها عملية ترجمة الحقائق الصحية إلى أنماط سلوكية صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع بهدف تغيير الاتجاهات والعادات الصحية الصحيحة.

فمفهوم التنقيف الصحي يدور بشكل أساسي حول تقديم النصح والتواصل الصحي مع أفراد المجتمع بهدف استثارة الدوافع لديهم أو إمدادهم بالمعرفة والمهارات اللازمة لتبني السلوكيات الصحية السوية، وبالتالي لرفع مستوى الصحة أو الوقاية من المرض، أو التقليل ما أمكن من مضاعفاته، والمعروف أن العادة هي سلوك مكتسب بالتعليم، والإنسان يكسب عاداته ولا يرثها، والصحة هي محصلة عوامل أهمها العادات الصحية، إضافة إلى العوامل

الوراثية والبيئية التي يعيش بها الإنسان، لذلك فالتثقيف الصحي هو عملية توجيه المجتمع لحماية نفسه من الأوبئة والأمراض المعدية ومشاكل البيئة المحيطة به.

(أحمد محمد بدح ، ص 14)

4- مفهوم التثقيف الصحي:

هو عملية نقل وإيصال المعلومات الصحية لجميع أفراد المجتمع وتزويدهم بالمعلومة اللازمة وبالطريقة المناسبة. (أبو الرب ، ص 53)

هو علم وفن تأثير على رغبات وسلوك الأفراد في المجتمع وهو أداة لكسب ثقتهم واستقطابهم نحو المجتمع الصحية وتعاونهم مع المسؤولين في مجال التثقيف في سبيل الوقاية المجتمع من مختلف العلل والأمراض والحصول على القدرة لتجنب هذه العلل والأمراض ورصدها ومقاومتها في حال تعارضهم لها، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى رفع المستوى الصحي والاجتماعي معا مع تنمية الكفاءات وتحقيق الحياة السعيدة.

(فرحات وآخرون، ص 279)

تعني الثقافة الصحة بتقديم المعلومات والبيانات والحقائق التي ترتبط بالصحة والمرض لكافة أفراد المجتمع، والهدف الأساسي منها هو، الإرشاد والتوجيه للوصول إلى الموضوع الذي يصبح فيه كل فرد على استعداد نفسي وعاطفي للتجاوب مع الإرشادات الصحية. (مقدمة في الصحة والتغذية، ص 24)

5- أهمية الثقافة الصحية:

تتبع أهمية الثقافة الصحية من تخفيف حدة المشاكل الصحية المتفاقمة بسبب وجود بعض العوامل، ومن هذه العوامل ما يلي:

1- ظهور أمراض خطيرة: رغم تقدم العلوم الصحية وتطورها إلى أنها ما زالت عاجزة عن إيجاد علاجات لبعض الأمراض الخطيرة؛ كالايدز.

2- سهولة انتشار العدوى: أصبح العالم اليوم قرية صغيرة يسهل انتشار الأمراض المعدية بين أرجائه، مثل: فيروس الكورونا.

3- نمط الحياة الجديد: أدى التطور، والاعتماد على كافة وسائل الراحة والرفاهية في العصر الحالي إلى ظهور مشاكل صحية عصرية جديدة؛ كالسكري، وارتفاع ضغط الدم.

4- قضايا التكنولوجيا العصرية: هناك سلبيات للتكنولوجيا الحديثة، حيث يؤدي الإسراف في استعمالها، أو التخلص منها إلى مشاكل خطيرة تؤثر على الصحة، وتؤثر أيضاً على البيئة.

5- الثقافة السائدة: تسود في بعض المجتمعات العديد من العادات الغير الصحية؛ كإهمال ممارسة الرياضة، والإكثار من تناول الطعام في المناسبات، والاحتفالات. الترويج المضلل للسلع: يسوق الكثيرون لمنتجات متنوعة لا تحقق معايير الجودة، وغير صالحة للاستخدام البشري، وتضر صحة الأفراد.

(مقدمة في الصحة والتغذية، ص 23-24-25)

6- مقومات الصحة:

سواء كان البشر أغنياء أم فقراء فإن الظروف والأجواء المحيطة تلعب دوراً كعوامل مؤثرة على صحة الأفراد والمجتمعات، ومن العوامل المؤثرة في هذا الجانب نذكر ما يلي:

- 1- المستوى الاقتصادي في المجتمع بشكل عام.
- 1- الظروف البيئية المحيطة وسلوكيات الفرد نفسه وسجاياه.
- 2- معدل الدخل والوضع الاجتماعي، فكلما كان معدل الدخل مرتفعاً وكان للشخص وضعه المرموق بين أفراد مجتمعه كلما لعب ذلك دوراً في رفع المستوى الصحي له.
- 3- المستوى التعليمي يشكل أيضاً فارقاً في المستوى الصحي للأفراد ضمن المجتمع الواحد.
- 4- الظروف البيئية المحيط الصحيحة مثل مياه شرب وهواء نظيفين ومكان عمل صحي وبيت آمن ومجتمع محيط صديق وغيرها من العوامل المحيطة كلها تؤثر في المستوى الصحي.

5- التكافل الاجتماعي ومدى الترابط العائلي وبين مجموعات الأصدقاء، بالإضافة للعادات والتقاليد الاجتماعية والمعتقدات الدينية تلعب كلها دوراً حيوياً في المستوى الصحي.

6- العامل الوراثي الذي يحدد مسار حياة الإنسان ومستواه الصحي.

7- سلوكيات الفرد ودي مقدرته على التكيف مع ظروف الحياة، فالعديد من التصرفات تمثل عوامل فعالة في المستوى الصحي مثل (الغذاء المتوازن، ممارسة النشاطات الرياضية، التدخين، شرب الكحول، كيفية التعامل مع ضغوطات الحياة). مستوى الخدمات الصحية التي توفرها الدولة لها الأثر الكبير في الحد من انتشار الأمراض المعدية. (ويكيديا)

7- أهداف التثقيف الصحي:

إن الهدف الأساسي لعملية التثقيف اصحي هو تحقيق السعادة والرفاهية للأفراد المجتمع عن طريق الرقي بمستواهم الصحي وتقويم سلوكياتهم، والسعي إلى تصويب اتجاهاتهم الخاطئة والعادات غير الصحية مع العمل على تنمية وعيهم ومعرفتهم الصحية من خلال شروط السلامة والكفاية الجسمية والعقلية والنفسية

1- الحرص على محافظة على الصحة والتمتع بها غاية وهدفا يسعى جميع أفراد المجتمع إلى الوصول إليه، وجعل الرقي بالمستوى الصحي مطلباً أساسياً من خبرات الآخرين خصوصاً المثقفين منهم في المجال الصحي.

2- تشجيع أفراد المجتمع وإشراكهم في تنمية وتطوير الخدمات الصحية، من خلال المساهمة الإيجابية في تفعيل دور المؤسسات الصحية وتحسين المستوى الأداء فيها.

3- الرقي بالمستوى الصحي لدى الأفراد حتى يتمتعوا بصحة جيدة، مع المحافظة على استمرارية هذه الحالة، وجعل عملية التثقيف الصحي أحد الأركان الأساسية لتنمية المجتمع.

4- التعريف بالأدوار الفعالة التي تقوم بها المؤسسات الصحية الأساسية والمساندة من خدمات صحية مثل تقديم المطاعيم الضرورية للوقاية من الأمراض.

(أحمد بدح ايمن سليمان ، ص 17)

8- وسائل تحقيق الثقافة الصحية:

وهي تلك الوسائل المستخدمة لتوصيل المعلومات والخبرات إلى جموع الناس، ويتطلب التثقيف والإرشاد الصحي كفاء ذوي مهارة ودراية بأسس التثقيف الصحي وقادرين على التعبير والإيضاح ووضع الحلول المناسبة للمشاكل التي تطرح عليهم، كما انه يستلزم توفير وسائل وأساليب يستعملها المثقف الصحي، وهناك طريقتان للمكان للتثقف الصحي فيها أن يوصل رسالة التثقيف الصحي وهي:

الاتصال المباشر: يعتمد على شخصية المثقف الصحي وأسلوبه ومهارته وتدريبه، ويكون عادة بشكل مواجهة أو مقابلة بين المثقف وبين من يقدم لهم هو التوعية الصحية، سواء كانت مواجهة فردية أو جماعية فالمواجهة الفردية هي أن يلتقي المثقف الصحي بأي شخص آخر ويقدم له المعلومات والأسس الصحية وطرق الوقاية من الأمراض.

الاتصال الغير المباشر: وهي عملية اتصال المثقف الصحي بطريقة غير مباشرة مثل استخدام بوسائل الإعلام المختلفة من فضائيات والتلفاز والمذياع والملصقات والصور والمعارض وذلك لإبلاغ الرسالة التثقيفية الصحية إلى المجتمع ومن هذه الوسائل

أ- الوسائل السمعية والبصرية (المذياع، التلفاز) تعتبر من أفضل وسائل الإعلام والتثقيف الصحي لاستخدام غالبية الناس لها مع ضرورة ومراعاة اللغة في الكلمة المنطوقة والوضوح في الصورة بالإضافة إلى الوقت المناسب لبثها.

ب- المصورتات والملصقات: تشتمل على فكرة واحدة وتعلق في أماكن بارزة وواضحة هدفها تعليم المواطنين أسس الممارسة الصحية السليمة.

ج- المطبوعات: الكتب والنشرات والصحف، المجالات ويجب أن تكون معلوماتها بسيطة مفهومة وأسلوبها شيق حتى تسهل قراءتها واستيعابها.

د- استخدام الحاسوب: وهو استخدام الحاسوب وتقنياته المتعددة من شبكة الأنترنت وبرامجه مثل العرض التقديمي لتجهيز شرائح تحتوي على نصوص صحية، ورسوم بيانية أو صور وجداول ورسومات وأشكال مختلفة وعرضها بواسطة شاشة جهاز عرضا الحاسوب لمشاهدها .

هـ -المعارض: وهي اختيار عدد من المعلومات والنماذج والرسوم واللوحات والصور والمجسمات والآلات والأدوات التي تتعلق بقضايا صحية من دوافع الحياة التي يعينها الناس.

9- وسائل الثقافة الصحية:

ثقافة الأفراد: هي أسلوب الحياة المتبع عند الناس، وتُعدّ الوسيلة الأولى من الوسائل التي تتبعها الثقافة الصحيّة، في التأثير على مجموعة من أفراد المجتمع، ويغير هؤلاء الأفراد بدورهم المفاهيم القائمة عند غيرهم، وهكذا تستمرّ الثقافة الصحية بتحقيق المهام المطلوبة منها بنجاح.

الموارد المتاحة: هي كافة الطرق التي تساعد على توصيل الثقافة الصحيّة إلى الأفراد، سواءً أكانت مكتوبة، أم مسموعة، أم مرئية، كالاتماد على الصحف، والقنوات التلفزيونية، وشبكة الإنترنت، وغيرها.

الطرق التعليميّة: هي توصيل الثقافة الصحيّة باستخدام التدريس، وأكثر الفئات المستهدفة من هذه الوسيلة هم الطلاب، في كافة المراحل الدراسية، سواءً في المدارس، أم الجامعات، وأيضاً تتوافر دورات تدريبية للأفراد في المجتمع المحلي.

(أحمد بدح وأيمن سليمان، 21-22)

10- عناصر الثقافة الصحية:

تعتمد الثقافة الصحية حتى تحقق أهدافها، على العناصر التالية: الرسالة الصحيّة: هي المحتوى الذي يتكون من معلومات صحيّة عامة، أو حول مرض معين، وتحتوي على كافة التفاصيل التي تساهم في وصف الحالات الصحيّة للأفراد. المتقّف صحياً: هو الشخص

الذي يمتلك كافة المعلومات، والخبرة، والكفاءة المناسبة، من أجل تقديم الشرح المناسب للأشخاص الآخرين، حول الثقافة الصحية. (wawdoo3.com, 17-3-2021)

المستهدفون من الثقافة الصحية: هم مجموعة الأشخاص الذين يسعى المثقف صحياً أن يوصل لهم الرسالة الصحية بشكل مناسب، حتى يتمكنوا من استيعابها، وفهمها، وتطبيقها في حياتهم اليومية.

وسيلة التثقيف الصحي: هي الطريقة المتبعة في توصيل الرسالة الصحية، من المثقف صحياً إلى المستهدفين من الثقافة الصحية، مثل: عقد المحاضرات، أو طباعة الكتيبات التي تحتوي على كافة معلومات الثقافة الصحية. (انجي سعيد)

11- خصائص الثقافة الصحية في مرحلتين الأولى والثانية:

وبشكل عام فان وضع الثقافة الصحية في هاتين المرحلتين كان يتسم بما يلي:

1- ان الكوادر الصحية هي التي تحدد ما يجب على الناس أن يفعلوا تجاه صحتهم ومرضهم وهم الذين يمتلكون الحق في تحديد احتياجاتهم وأولوياتهم مشاكلهم والوسائل المناسبة لهم.

2- ان الفرد هو الذي يتحمل المسؤولية الكاملة نحو أوضاعه الصحية وأنه هو وحده المسؤول عن المحنة التي تصيبه، هذا الأسلوب يلقي اللوم على المريض بسبب بؤسه، ويتجاهل حقيقة أن ما يحتاج للتغيير في كثير من الحالات ليس الفرد نفسه بل البيئة التي يعيشها.

3- ان فعاليات التثقيف الصحي كانت عشوائية تلقائية لم ترقى إلى مستوى خطة مدروسة وبرامج منتظمة شاملة، تتناول بحث جميع الظروف من الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية.

4- ان اشتراك المجتمع بمفهومه الشامل والمتكامل لم يكن وارد، وهو أمر طبيعي لغياب أوصاله استيعاب دور المجتمع في حماية الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية.

5- ان وزارت الصحة وحدها هي المسؤولة فقط عن فعاليات التثقيف الصحي.

المرحلة الثالثة:

ونتيجة لتطور المذهل الهائل في شتى مجالات الحياة بما فيها المجال الصحي فإن صورة الصحة والمرض أصبحت شبه كاملة حيث انتقل الإنسان من مرحلة (المتفرج) إلى مرحلة (الرسام) القادر على رسم الخطوط واختيار الألوان التي تحدد معالم وجود الإنسان الصحي، ان مفهوم الجديد للثقافة الصحية قد تعدى مرحلة نقل المعلومات وإصدار الأوامر.

(محمد البشير شريم، ص14)

6- وهذه المرحلة جاءت نتيجة حتمية لتفجير الطاقات الذهنية للإنسان والتي أحدثت

تطورات مذهلة في شتى مجالات الحياة في العلوم في الصحة والإعلام.

12- مستويات التثقيف الصحي:

تبين النقاط الآتية المستويات الثلاثة للتثقيف الصحي: التثقيف الصحي الأولي: يهدف إلى رفع الوعي الصحي، والوقاية من الأمراض، وتحسين الحياة عن طريق التوجه إلى الأشخاص السليمين من الأمراض، ولا يوجد لديهم أي عامل خطر ممكن أن يؤدي لأصابتهم بالأمراض، على سبيل المثال: تثقيف وتوعية الشباب حول مخاطر المخدرات والإدمان.

التثقيف الصحي الثانوي: يوجه إلى أولئك الذين لديهم عوامل خطورة، لكنهم لم يصابوا بعد بالأمراض؛ بهدف منع حصولها؛ فعلى سبيل المثال: توجيه الشخص الذي يدخن، ولكنه لم يصب بعد بسرطان الرئة.

التثقيف الصحي الثالثي: يهدف هذا المستوى من التثقيف إلى تمكين المصابين بالإعاقات، والأمراض المزمنة التي لا يرجى شفاؤها من الحد من تفاقم المشكلة، والتعايش مع الأمراض بجميع الإمكانيات الجسدية، والعقلية، والنفسية (نادية أحمد، 2018)

13- مجالات الثقافة الصحية:

البيت: حيث يعمل التثقيف الصحي على:

- 1 - زيادة الاهتمام بالصحة الشخصية والنظافة العامة، والتغذية الصحية ونظافة الماء، ونوعية الملابس، وساعات الراحة، واللعب، والنوم والسهر
- 2- اتباع أفراد الأسرة لعادات صحية سليمة، وعدم ممارستهم عادات صحية سلبية مثل الشرب من كأس واحدة أو استعمال منشفة مشتركة
- 3- ممارسة أفراد العائلة أسس الوقاية من الأمراض وسرقة ومعالجة المصاب.
- 4- الاهتمام بصحة البيئة، مكافحة الحشرات، الطرق السليمة لحفظ الأغذية، الإضاءة المناسبة، التهوية الصحية.

المدرسة: إن المدرسة تلعب دورا رئيسيا في حياة الطفل وتغيير اتجاهاته، وسلوكياته، وغرس المبادئ والعادات والسلوكيات المرغوب فيها فإن المؤسسات العلمية والتربوية بمختلف مستوياتها من الروضة إلى المدرسة إلى الكليات الجامعية المتوسطة فالجامعة تستطيع دعم ومؤازرة المؤسسات الصحية للوصول إلى أهدافها وتحقيق النجاح ويكمن دور المدرسة في عملية التثقيف الصحي بما يلي:

- 1-تعاون المدرسة مع أولياء أمور الطلبة لنقل الثقافة والنوعية الصحية إلى البيت.
- 2-تعاون المدرسة مع المؤسسة الصحية أو العمل على تنظيم معارض بأحدث الوسائل التعليمية التوضيحية الخاصة بالثقافة الصحية.
- 3-قيام الطلبة بنقل الإرشادات الصحية السليمة إلى بيوتهم من خلال النشرات الصحية.
- 4-زيادة الاهتمام بالتربية البدنية والألعاب الرياضية واشتراك المعلمين في حملات مكافحة الأوبئة والأمراض السارية واعتماد على ثقافتهم وكفاءتهم الصحية واستعمالهم للأساليب الحديثة.

5-تعليم الطلبة كيفية مواجهة الحوادث والطوارئ المرضية. ومبادئ الإسعافات الأولية فيعملوا على تطبيقها عمليا وعلى نقلها مجددا إلى البيت والمجتمع المجتمع: تهيئ المجتمعات المتقدمة فرصا جديدة للثقافة الصحية للأفراد، ومن هذه الفرص النصائح والإرشادات التي يقدمها القائمون على الخدمات الصحية بالمجتمع والبرامج الصحية لتطبيقها في مختلف مجالات المجتمع مثل المطاعم والنوداي، والمقاهي والمساجد والمعسكرات. (أحمد محمد بدح أيمن سليمان ، ص17)

13- مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة الصحية... ما لها وما عليها:

باتت وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية في الآونة الأخيرة تلعب دورا كبيرا في تداول المعلومات الصحية والطبية، وساعدت في نقل مهنة الطب إلى الفضاء الإلكتروني، كما ساهمت أيضا في نشر التوعية الصحية في حال تفعيلها بالشكل المطلوب من قبل الأطباء المختصين، وعلى الرغم من أهمية نشر المعلومات وتداولها بين العامة، وتعزيز جوانب الوعي والتنظيف الصحي في المجتمعات، إلا أن استغلالها من قبل البعض بنشر الأخبار المظلمة والترويج لبعض الخلطات العشبية والمكملات الغذائية، يلحق الضرر بصحة أفراد المجتمع، كما أن كثيرا مما يطرح ويتم تداوله من معلومات طبية غير صحيحة ومغلوبة، ولا تستند إلى مصادر موثوقة، وتُدار من قبل غير المتخصصين في المجال الصحي والطبي، إلى جانب أن البعض جعلها وسيلة وهدفا لنشرها والمتاجرة بها للتسويق التجاري، والمنافسة بين الشركات الطبية وضرب ومحاربة الخصوم وتشويه سمعتهم.(الراشد 2017).

وكما هو معروف في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية بشكل عام، كثيرا ما تنتقد من ناحية ضعف المصداقية والموثوقية لما تقدمه من معلومات عامة، ومعلومات صحية وطبية بشكل خاص، فالمصدر غير المعروف وغير المعلوم هدفه تحقيق الشهرة أو الربح السريع، باستغلال الاهتمام الإنساني بالصحة الخاصة والعامة والالتفاف حول أي منتج يمكن أن يحسن تلك الصحة (الخاصة أو العامة أو على حد سواء).

فلقد كثر في الآونة الأخيرة تداول المعلومات الطبية من مواقع التواصل الاجتماعي مجهولة المصدر وغير دقيقة، فنرى أن كل إنسان يضع معلومات أو تجارب شخصية قد تتجح وقد لا تتجح ويريد تعميمها على بقية الناس، كما أن في هذا مخاطر كبيرة جدا وذلك لمرضى تركوا الدواء الطبي ولجأوا لأدوية أو أدوية غير معروفة، وحصل معهم مضاعفات كبيرة وربما بعد فوات الأوان، كما أنه لا يخفى على الكثير أن المعلومة الطبية الدقيقة تمر بمراحل طبية كثيرة ويتم دراسة العلاج ومأمونيته، وقد يستغرق هذا الموضوع سنوات طويلة حتى يقر العلاج ويعرف بالمستشفيات، لذلك على الفرد توخي الدقة في اختيار مصدر المعلومة الطبية، والتأكد من المصدر وعدم الاستعجال في نشر معلومات عن فاعلية دواء معين من غير تشخيص وتدقيق، فكثير من الرسائل المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي غير صحيحة أو غير دقيقة، ولبعضها آثار صحية خطيرة على الصحة، وكثير من المضاعفات حصلت بسبب الوصفات الخاطئة والخطات الغربية، وأدى بعضها إلى فشل الكلى أو الكبد بتر أحد الأطراف، لذلك تظهر أهمية انتقاء المعلومة الطبية من مصادرها الموثوقة سواء في المواقع الرسمية للمراكز الطبية أو الأطباء المتخصصين (الراشد، 2017)، وعلى هذا الأساس وجب الحذر من المعلومات الصحية والطبية التي تقدمها مختلف مواقع التواصل الاجتماعي من خلال:

* ضرورة التأكد على جعل المواضيع الصحية المنشورة على مواقع التواصل

الاجتماعي أكثر جاذبية لضمان المتابعة المستمرة من قبل الجمهور.

* التركيز على عرض المشكلات الصحية الأكثر شيوعا في المجتمع.

* التأكد من دقة ومصداقية المعلومات الصحية التي تنشر على مواقع التواصل

الاجتماعي.

* يجب تحديث المعلومات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي مما يؤدي إلى

زيادة ثقة الجمهور بالشبكة.

* إبلأ موضوع التوعية الصحية المزید من الاهتمام ووضعها كأولوية في مواقع التواصل الاجتماعي.

* ابتكار أساليب جديدة في طرح المواضيع الصحية وتنويع مضامينها، بحيث توفر تغطية صحية شاملة ومتكاملة ومتوازنة لمختلف القضايا الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

* يجب تشجيع أفراد المجتمع على ضرورة المتابعة المستمرة لمواقع الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي التي تساعد في تعزيز التوعية الصحية.

* نشر ثقافة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي من ضمنها الفيسبوك، للحصول على المعلومة الصحية لفرض زيادة الوعي الصحي والتواصل مع الجهات الطبية.

* ضرورة نشر ملخصات الأبحاث والدراسات العلمية بشكل مبسط وبلغة مفهومة للقارئ.

* ضرورة التأكد على المختصين في المجال الصحي بضرورة الاستفادة من الكوادر الطبية المتخصصة عند نشر أي معلومة صحية على مواقع التواصل الاجتماعي لضمان دقتها وعلميتها.

* ضرورة عمل فرز للمواضيع الصحية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المختصين لتقليل نسبة المبالغة ولضمان دقة المعلومات.

(منير طبي، 2021، ص 173)

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع

عرض وتحليل نتائج الدراسة

أولاً- تحليل نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية.

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (1) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.

النسبة%	التكرار	الجنس
36,7%	11	نكر
63,3%	19	أنثى
%100	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 30 فرداً، نلاحظ أن 11 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 36,70%، أما حجم الذكور فقد بلغ 19 فرداً يمثلون حجم الإناث بنسبة قدرت بـ 63,30%، وعليه فأن أغلب أفراد عينة الدراسة من جنس الإناث.

2- توزيع أفراد العينة حسب متغير السكن: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (2) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السكن.

النسبة %	التكرار	الجنس
70,0%	21	المدينة
30,0%	9	الريف
%100	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 30 فرداً، نلاحظ أن 21 فرداً يمثلون حجم ذوي السكن بالمدينة بنسبة بلغت 70,00%، أما حجم الذكور فقد بلغ 09 فرداً يمثلون حجم ذوي السكن الريف بنسبة قدرت بـ 30,00%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة من ذوي السكن المدينة.

3- توزيع أفراد العينة حسب متغير التزويد بالإنترنت: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل

إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الإنترنت.

النسبة %	التكرار	الجنس
23,3%	7	عن طريق كوابل الإنترنت
76,7%	23	عن طريق شريحة الهاتف
%100	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 30 فرداً، نلاحظ أن 07 فرداً يمثلون حجم ذوي التزويد طريق كوابل الإنترنت بنسبة بلغت 23,30%، أما حجم الذكور فقد بلغ 23 فرداً يمثلون حجم ذوي التزويد طريق شريحة الهاتف بنسبة قدرت بـ 76,70%، وعليه فأن أغلب أفراد عينة الدراسة من ذوي السكن الريف.

4- توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (4) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة %	التكرار	السن
30,0%	9	ليسانس
63,3%	19	ماستر
6,7%	2	دكتوراه
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 30 فرداً، نلاحظ أن عدد الذين بلغت ذوي المستوى ليسانس يقدر بـ 09 فرداً بنسبة بلغت 30,00%، أما حجم الذين بلغت ذوي مستوى ماستر فقدّر حجمهم بـ 19 فرداً بنسبة 63,30%، وأما الذين بلغت ذوي المستوى دكتوراه فقدّر حجمهم بـ 02 ونسبته 6,70%، وهذا ما يوحي أن أغلب أفراد العينة ذوي مستوى ماستر.

ثانيا- تحليل نتائج المحور الأول: استخدامات اليوتيوب وذروته في تحسين الثقافة الصحية في الجزائر:

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى استخدامك لليوتيوب: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (5) حسب يبين توزيع المبحوثين حسب مدى استخدامك لليوتيوب

النسبة %	التكرار	البدايل
40,0%	12	دائما
46,7%	14	أحيانا
13,3%	4	نادرا
%100	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (30) فردا، على السؤال " ما مدى استخدامك لليوتيوب بشكل ؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (12) فردا بنسبة مئوية بلغت 40,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 46,70%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 13,30% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " نادرا" والبالغ عددهم (04)، مما يعني أن اغلب إجابات أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتوب بشكل أحيانا.

2- توزيع أفراد العينة حسب شكل استخدام اليوتيوب: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (6) يبين شكل استخدام اليوتيوب

النسبة %	التكرار	البدائل
93,3%	28	مفيد
6,7%	2	غير مفيد
%100	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال " إذا كان استخدامك لليوتيوب بهذا الشكل فهل هو "؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " مفيد " وقد بلغ عددهم (28) فرداً بنسبة مئوية بلغت 93,30%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " غير مفيد " والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 06.70%، وعليه أن أفراد العينة يقرون بان استخدام لليوتيوب بهذا الشكل هو مفيد.

3- توزيع أفراد العينة حسب الأوقات المفضلة من استخدام اليوتوب: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (7) يبين الأوقات المفضلة من استخدام اليوتوب

النسبة %	التكرار	البدائل
16,7%	5	صباحا
13,3%	4	مساء
70,0%	21	ليلا
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (7) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال " ما هي الأوقات المفضلة لديك من استخدام اليوتوب؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدل "صباحاً" وقد بلغ عددهم (05) فرداً بنسبة مئوية بلغت 16,70%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدل "مساءً" والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ 13,33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 70,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبدل "ليلاً" والبالغ عددهم (21)، مما يعني أن أغلب الأفراد العينة يستخدمون اليوتوب في وقت الليل.

4- توزيع أفراد العينة حسب متابعة قنوات اليوتيوب المتخصصة في الصحة بشكل: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (8) يبين متابعة قنوات اليوتيوب المتخصصة في الصحة

النسبة %	التكرار	البدائل
26,7%	8	دائما
73,30%	22	أحيانا
100%	30	المجموع

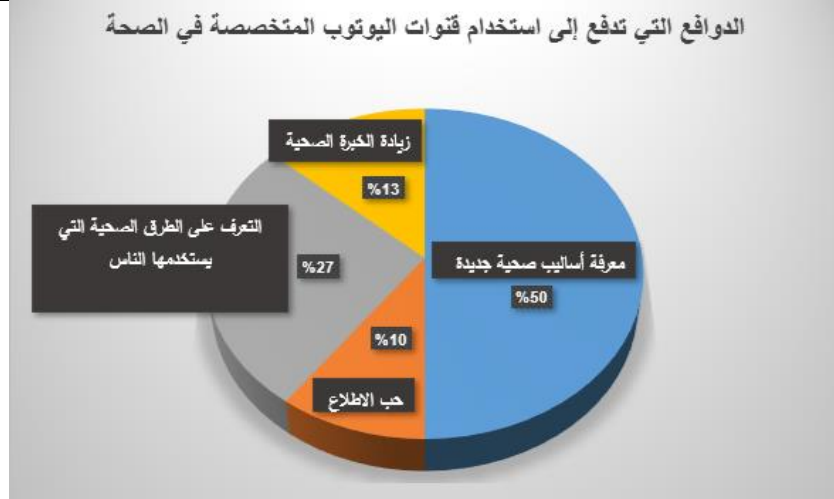


من خلال الجدول أعلاه رقم (8) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال " هل تتابع قنوات اليوتيوب المتخصصة في لصحة بشكل ؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " دائماً " وقد بلغ عددهم (08) فرداً بنسبة مئوية بلغت 26,70%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 70.00%، مما يعني أن أغلب الأفراد العينة تتابع قنوات اليوتيوب المتخصصة في لصحة بشكل أحيانا.

ثالثا - تحليل نتائج المحور الثالث: دوافع وأسباب استخدام قنوات اليوتيوب المتخصصة في القطاع الصحي في الجزائر

1- توزيع أفراد العينة حسب الدوافع التي تدفع إلى استخدام قنوات اليوتيوب المتخصصة في الصحة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:
الجدول رقم (9) يبين الدوافع التي تدفع إلى استخدام قنوات اليوتيوب المتخصصة في الصحة.

النسبة %	التكرار	البدائل
50,0%	15	معرفة أساليب صحية جديدة
10%	03	حب الاطلاع
26,70%	08	التعرف على الطرق الصحية التي يستخدمها الناس
13,30%	04	زيادة الخبرة الصحية
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (9) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (30) فردا على السؤال " ما الذي يدفعك إلى استخدام قنوات اليوتيوب المتخصصة في الصحة "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " معرفة أساليب صحية جديدة " وقد بلغ عددهم (15) فردا بنسبة مئوية بلغت 50,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " حب الاطلاع " والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.00%، ثم

الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " التعرف على الطرق الصحية التي يستخدمها الناس " والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.70%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " زيادة الخبرة الصحية " والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.30%، وعليه أن أفراد العينة يقرون بان الدوافع من استخدام القنوات الصحية على اليوتوب هو معرفة أساليب صحية جديدة.

2- توزيع أفراد العينة حسب درجة الثقة بقنوات اليوتوب في المعلومات الصحية: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يبين درجة الثقة بالمعلومات المتخصصة في الصحة

النسبة %	التكرار	البدائل
13,3%	4	عالية
83,3%	25	متوسطة
3,3%	1	ضعيفة
100%	30	المجموع



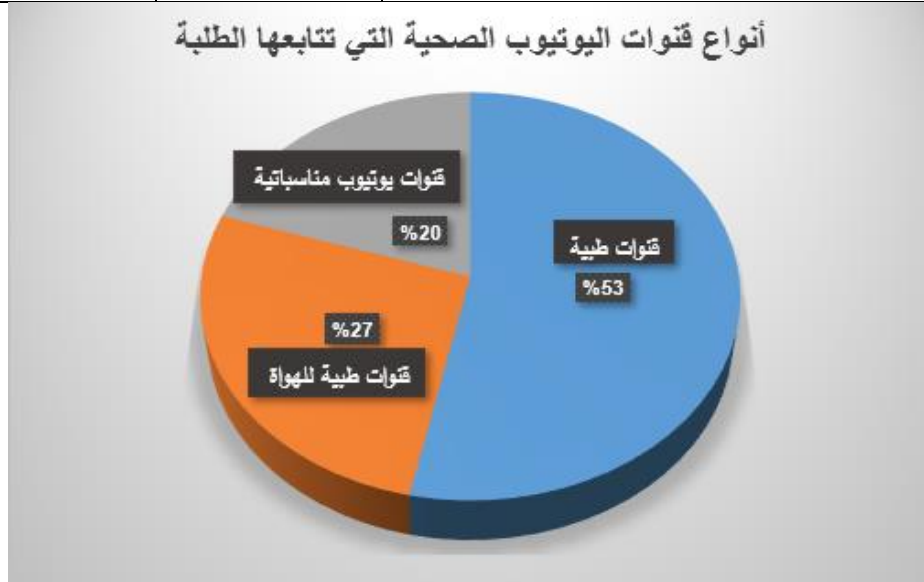
من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال " ما درجة ثقتك في قنوات اليوتوب التي تساعد على المعلومات المتخصصة في الصحة؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " عالية " وقد بلغ عددهم (04) فرداً بنسبة مئوية بلغت 13,30%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا

السؤال بالبديل "متوسطة" والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 83.30%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 3,30% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "ضعيفة" والبالغ عددهم (01)، مما يعني أن اغلب الأفراد العينة درجة ثقتهم بالمعلومات المتخصصة على قنوات اليوتيوب التي تساعدهم على الصحة بمستوى متوسط.

3- توزيع أفراد العينة حسب أنواع قنوات اليوتيوب الصحية التي تتابعها: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يبين أنواع قنوات اليوتيوب الصحية التي تتابعها الطلبة

النسبة%	التكرار	البدائل
53,3%	16	قنوات طبية للمتخصصين
26,7%	8	قنوات طبية للهواة
20,0%	6	قنوات يوتيوب مناسبة
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال "ما هي أنواع قنوات اليوتيوب الصحية التي تتابعها؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "قنوات طبية للمتخصصين" وقد بلغ عددهم

(16) فردا بنسبة مئوية بلغت 53,30%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " قنوات طبية للهواة " والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.70%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 20,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " قنوات يوتيوب مناسبة " والبالغ عددهم (06)، مما يعني أن اغلب الأفراد العينة يتابعون القنوات من نوع قنوات طبية للمتخصصين.

4- توزيع أفراد العينة حسب إذا كان هناك تحديثا مستمرا في قنوات الثقافة الصحية في

الجزائر: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يبين إذا كان هناك تحديثا مستمرا في قنوات الثقافة الصحية

النسبة %	التكرار	البدائل
36,7%	11	نعم
63,30%	19	لا
100%	30	المجموع



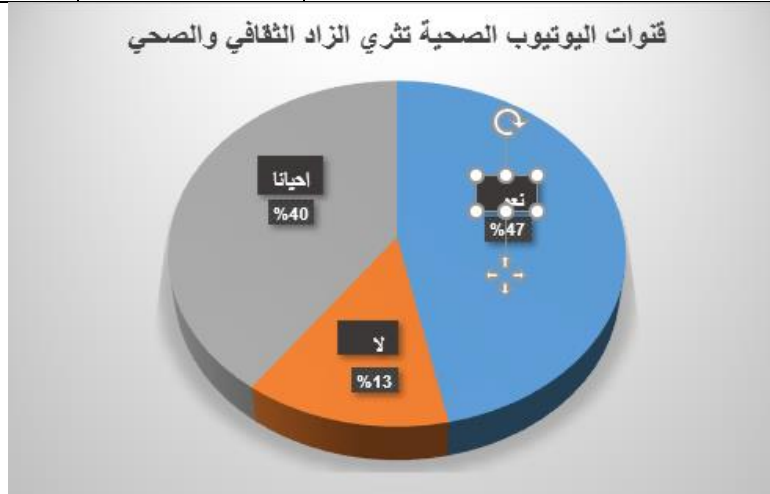
من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (30) فردا على السؤال "حسب رأيك هل هناك تحديثا مستمرا في معلومات قنوات الثقافة الصحية في الجزائر؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (11) فردا بنسبة مئوية بلغت 36,70%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال

بالبديل " لا " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 60.70%، مما يعني أن اغلب الأفراد العينة يقرون بان ليس هناك تحديثا مستمرا في قنوات الثقافة الصحية في الجزائر.

5- توزيع أفراد العينة حسب رأي قنوات اليوتيوب الصحية تثري الزاد الثقافي والصحي وتساهم في زيادة الثقافة الصحية لديك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يبين قنوات اليوتيوب الصحية تثري الزاد الثقافي والصحي

النسبة%	التكرار	البدائل
46,7%	14	نعم
13,3%	4	لا
40,0%	12	أحيانا
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (30) فردا على السؤال "حسب رايك هل ترى أن قنوات اليوتيوب الصحية تثري الزاد الثقافي والصحي وتساهم في زيادة الثقافة الصحية لديك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (14) فردا بنسبة مئوية بلغت 46,70%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.30%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 40,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا

السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (12)، مما يعني أن اغلب الأفراد العينة يقرون بان قنوات اليوتيوب الصحية أحيانا تنثري الزاد الثقافي والصحي وتساهم في زيادة الثقافة الصحية لديك.

6- توزيع أفراد العينة حسب قنوات اليوتيوب تجعل توأكب الأحداث الصحية الجديدة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يبين قنوات اليوتيوب تجعل توأكب الأحداث الصحية الجديدة

النسبة %	التكرار	البدائل
46,7%	14	نعم
6,7%	2	لا
46,7%	14	احيانا
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال "هل قنوات اليوتيوب تجعلك تجعلك توأكب الأحداث الصحية الجديدة؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (14) فرداً بنسبة مئوية بلغت 46,70%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 06.70%، في حين نلاحظ أن ما نسبته

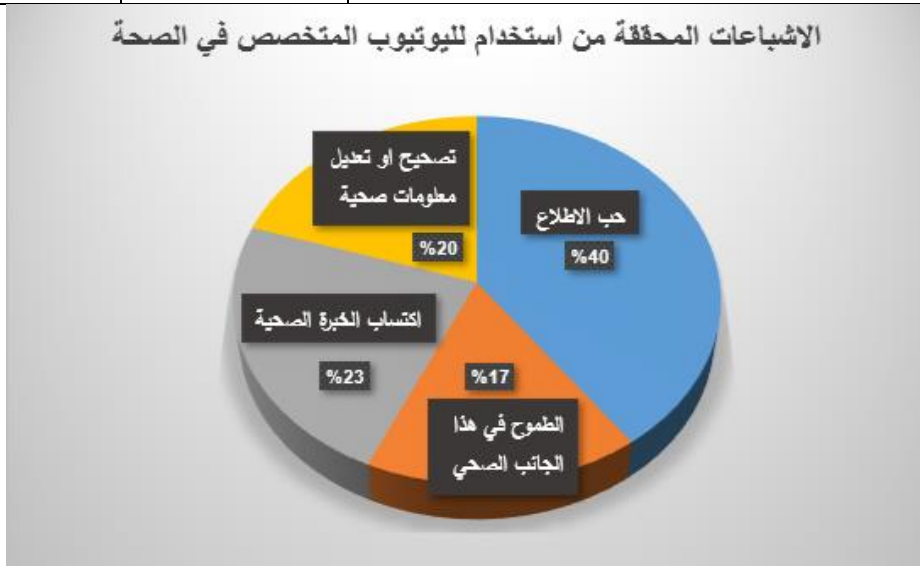
46,70% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (14)، مما يعني أن اغلب الأفراد العينة يؤكدون أن قنوات اليوتيوب تجعلهم تواكب الأحداث الصحية الجديدة.

رابعا- تحليل نتائج المحور الرابع: الإشاعات من استخدام قنوات اليوتيوب والثقافة الصحية في الجزائر

1- توزيع أفراد العينة حسب الاشباكات المحققة من استخدام لليوتيوب المتخصص في الصحة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يبين الاشباكات المحققة من استخدام لليوتيوب المتخصص في الصحة

النسبة %	التكرار	البدائل
40,0%	12	حب الاطلاع
16,7%	5	الطموح في هذا الجانب الصحي
23,3%	7	اكتساب الخبرة الصحية
20,0%	6	تصحيح أو تعديل معلومات صحية
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال " ما هي الاشباكات المحققة من استخدام لليوتيوب

المتخصص في الصحة؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " حب الاطلاع " وقد بلغ عددهم (12) فردا بنسبة مئوية بلغت 40,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الطموح في هذا الجانب الصحي " والبالغ عددهم (05) بنسبة مئوية قدرت بـ 16,70%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " اكتساب الخبرة الصحية " والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 23,33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 20,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " تصحيح او تعديل معلومات صحية " والبالغ عددهم (06)، ما يعني أن أفراد العينة يقرون بان الاشباعات المحققة من استخدام لليوتيوب المتخصص في الصحة.

2- توزيع أفراد العينة حسب الإقبال على قنوات اليوتيوب ذات المحتوى الصحي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يبين الإقبال على قنوات اليوتيوب ذات المحتوى الصحي

النسبة%	التكرار	البدائل
33,3%	10	لتمييزها بالمصداقية
40,0%	12	سهولة الاطلاع
23,3%	7	مواضيعها هامة وشيقة
3,3%	1	اخرى
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال " لماذا تقبل على قنوات اليوتيوب ذات المحتوى الصحي؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " لتمييزها بالمصداقية " وقد بلغ عددهم (10) فرداً بنسبة مئوية بلغت 33,30%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " سهولة الاطلاع " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 40,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " مواضيعها هامة وشيقة " والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 23,33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 03,30% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " أخرى " والبالغ عددهم (01)، ما يعني أن أفراد العينة تقبل على قنوات اليوتيوب ذات المحتوى الصحي من اجل سهولة الاطلاع.

3- توزيع أفراد العينة حسب ما تقدمه قنوات اليوتيوب المتخصصة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يبين ما تقدمه قنوات اليوتيوب المتخصصة

النسبة %	التكرار	البدائل
23,3%	7	جيدة
66,7%	20	مقبولة
10,0%	3	غير كافية
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال " ما رأيك بما تقدمه قنوات اليوتيوب المتخصصة؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " جيدة " وقد بلغ عددهم (07) فرداً بنسبة مئوية بلغت 23,30%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " مقبولة " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 66.70%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 10,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " غير كافية " والبالغ عددهم (03)، مما يعني أن اغلب الأفراد العينة رأيهم بما تقدمه قنوات اليوتيوب المتخصصة مقبولة.

4- توزيع أفراد العينة حسب تشجعك الفيديوهات الصحية على متابعة قنوات اليوتيوب المخصصة: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يبين تشجعك الفيديوهات الصحية على متابعة قنوات اليوتيوب المخصصة

النسبة%	التكرار	البدائل
40,0%	12	نعم
33,3%	10	لا
26,7%	8	احيانا
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال "هل تشجعك الفيديوهات الصحية على متابعة قنوات اليوتيوب المخصصة؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (12) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 33,30%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 26,70% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" والبالغ عددهم (08)، مما يعني أن أغلب الأفراد العينة نعم تشجعهم الفيديوهات الصحية على متابعة قنوات اليوتيوب المخصصة.

5- توزيع أفراد العينة حسب اعتبار قنوات اليوتيوب المصدر الأول في زيادة الثقافة الصحية لديك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19) يبين اعتبار قنوات اليوتيوب المصدر الأول في زيادة الثقافة الصحية

النسبة %	التكرار	البدائل
56,70%	17	نعم
43,3%	13	لا
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال "هل تعتبر قنوات اليوتيوب المصدر الأول في زيادة الثقافة الصحية لديك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (17) فرداً بنسبة مئوية بلغت 56,70%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 43,30%، في، مما يعني أن أغلب الأفراد العينة تعتبرون قنوات اليوتيوب المصدر الأول في زيادة الثقافة الصحية لديك.

6- توزيع أفراد العينة حسب الثقة في قنوات اليوتيوب: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) حسب الثقة في قنوات اليوتيوب

النسبة %	التكرار	البدائل
63,3%	19	نعم
36,7%	11	لا
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال "هل تثق في قنوات اليوتيوب؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (19) فرداً بنسبة مئوية بلغت 63,30%، ثم الأفراد

الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 36.70%، وعليه أن أفراد العينة يقرون بأنهم يتقون في قنوات اليوتيوب.

7- توزيع أفراد العينة حسب اشباع قنوات اليوتيوب من معلومات صحي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (21) إشباع قنوات اليوتيوب من معلومات صحي

النسبة %	التكرار	البدائل
53,3%	16	نعم
46,7%	14	لا
100%	30	المجموع



من خلال الجدول أعلاه رقم (21) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً على السؤال " هل تشبع قنوات اليوتيوب حاجتك من معلومات صحي؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (16) فرداً بنسبة مئوية بلغت 53,30%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 46.70%، وعليه أن أفراد العينة يقرون بأن قنوات اليوتيوب تشبع حاجاتهم من المعلومات الصحية.

خامسا - نتائج الدراسة:

- اغلب أفراد عينة الدراسة من جنس الإناث.
- اغلب أفراد عينة الدراسة من ذوي السكن المدينة.
- اغلب أفراد عينة الدراسة من ذوي السكن الريف.
- اغلب أفراد العينة ذوي مستوى ماستر.
- اغلب إجابات أفراد العينة يستخدمون موقع اليوتيوب بشكل أحيانا.
- أن أفراد العينة يقرون بان استخدام لليوتيوب بهذا الشكل هو مفيد.
- اغلب الأفراد العينة يستخدمون اليوتيوب في وقت الليل.
- اغلب الأفراد العينة تتابع قنوات اليوتيوب المتخصصة في لصحة بشكل أحيانا
- أن أفراد العينة يقرون بان الدوافع من استخدام القنوات الصحية على اليوتيوب هو معرفة أساليب صحية جديدة.
- أن اغلب الأفراد العينة درجة ثقتهم بالمعلومات المتخصصة على قنوات اليوتيوب التي تساعدهم على الصحة بمستوى متوسط.
- أن اغلب الأفراد العينة يتابعون القنوات من نوع قنوات طبية للمتخصصين.
- أن اغلب الأفراد العينة يقرون بان ليس هناك تحديثا مستمرا في قنوات الثقافة الصحية في الجزائر.
- أن اغلب الأفراد العينة يقرون بان قنوات اليوتيوب الصحية أحيانا تثري الزاد الثقافي والصحي وتساهم في زيادة الثقافة الصحية لديك.
- أن اغلب الأفراد العينة يؤكدون أن قنوات اليوتيوب تجعلهم تواكب الأحداث الصحية الجديدة
- أن أفراد العينة يقرون بان الاشباعات المحققة من استخدام لليوتيوب المتخصص في الصحة.

- أن أفراد العينة تقبل على قنوات اليوتيوب ذات المحتوى الصحي من اجل سهولة الاطلاع.
- أن اغلب الأفراد العينة رأيهم بما تقدمه قنوات اليوتيوب المتخصصة مقبولة.
- أن اغلب الأفراد العينة نعم تشجعهم الفيديوهات الصحية على متابعة قنوات اليوتيوب المتخصصة.
- أن اغلب الأفراد العينة تعتبرون قنوات اليوتيوب المصدر الأول في زيادة الثقافة الصحية لديك.
- أن أفراد العينة يقررون بأنهم يثقون في قنوات اليوتيوب.
- أن أفراد العينة يقررون بأن قنوات اليوتيوب تشبع حاجاتهم من المعلومات الصحية.

خاتمة

خاتمة

من خلال ما قدمناه من التعريف باليوتيوب والثقافة الصحية وشروط نجاح اليوتيوب في زيادة الوعي الصحي والثقافة الصحية، تظهر أهمية اليوتيوب في رفع الثقافة الصحية، فالصحة كما يقال تاج على رؤوس الأصحاء لا يراه إلا المرضى، ومنه نستنتج في الأخير أن على الجمهور توخي الحذر في انتقاء المعلومة الصحية، سواء من مصدرها (الأطباء والطاقم الصحي) أو من مختلف البرامج الصحية التي يعرضها اليوتيوب بشكل دوري، أو حتى البرامج التوعوية الصحية التي أصبحت تتكرر بشكل منتظم في مختلف وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، بتوعية الجمهور بضرورة النظافة الشخصية والمحافظة على مستوى الصحة العام في المجتمعات، خاصة في هذه الفترة التي تعيشها الشعوب بسبب جائحة كورونا.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات.
2. أحمد محمد برح، أمين سليمان مزاهرة، الثقافة الصحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
3. أكرم عبد القادر عبد الله فراونة، فعالية استخدامات مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية (رسالة ماجستير في تخصص تكنولوجيا التعليم) غير منشورة، كلية التربية، قسم مناهج وطرق التدريس، الجامعة الإسلامية غزة 2012/1433م.
4. بسام عبد الرحمان المشاقية، نظريات الإعلام، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
5. حصة بنت عبد الكريم الزايد، أثر استخدام الأنترنت على الفتيات في مجال الدعوة، ط1، الرياض من دار التدميرية، 2014/1435م.
6. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النقائض للنشر والتوزيع، الأردن، 2013م.
7. سهيل رزق دياب مناهج البحث العلمي، أستاذ المناهج والفرق التدريب، جامعة القدس المفتوحة، غزة، مارس 2003.
8. شفيق حسني الإعلام الجديد (تكنولوجيا حديثة في عصر ما بعد التفاعلية)، د.ط. دار الفكر والفن والطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2011م.
9. صالح زنداقي، عملية الاتصال الدعوي من خلال شبكة المعلومات العالمية (رسالة دكتوراه في تخصص الدعوى والإعلام) غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة. 2015/2014م.
10. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات ط1 دار النشر والتوزيع، عمان، 2008م.
11. عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، ط3، وكالة المعلومات، الكويت، 1977.

12. عقيل حسين، خطوات البحث العلمي (من تحديد المشكلة إلى تغيير النتيجة)، ط1، دار ابن كثير.
13. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان. 2014م
14. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، شارع زيغود يوسف الجزائر.
15. كنزة متاخ، استخدام المراهقين لموقع اليوتيوب والاشباعات المحققة منه (رسالة ماجستير في تخصص اتصال وعلاقات عامة)، غير منشورة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن المهدي أم البواقي، 2016/2017م.
16. محمد الضامن، البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، 1427هـ.
17. محمد المنصور. موقع عربي، مميزات موقع اليوتيوب. <https://www.ts3a.com>
18. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الإجمالي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع والاتصال مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية، الدنمارك، 2012م.
19. محمد بن عبد الرحمان المضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام لدراسة في النظريات والأساليب، ط1، 1988.
20. محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، ط1، الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012م.
21. مدونة إلكترونية سعودية mawdo3.com
22. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية - ط1 - مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع - الأردن 2000.

23. مريم ناريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في إعلانات اجتماعية في الفيسبوك (مذكرة ماجستير)، جامعة باتنة.
24. هناء قاسمي وآخرون. استخدامات الفيديو في البيئة الإعلامية الرقمية، (مذكرة ماستر في تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع)، غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم الإعلام والاتصال.
25. ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة. ط1، ناشرون وموزعون، 2014م.
26. يحيى مصطفى عليان، البحث العلمي أسس مناهجه، أساليب إجراءاته، جامعة البلقان التطبيقية، بيئة الأفكار الدولية، الأردن.

الملاحق

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية الإعلام والاتصال

قسم الاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة

اليوتيوب والثقافة الصحية في الجزائر

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال

بجامعة محمد بوضياف ولاية المسيلة

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة، يسرني أن أضع بين أيديكم مجموعة من التساؤلات والعبارات وأرجو منكم التفضل بالإجابة بكل صدق وقراءة العبارات بكل عناية ودقة والتأكد من إجاباتكم بوضع علامة في الخانة المناسبة واختيار إجابة واحدة فقط أو إجابة على إجابة المفتوحة مع العلم أن إجاباتكم ستحظى بالسرية التامة ويتم استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط نشكركم على تعاونكم الجدي معنا.

تحت إشراف:

* بن عيسى الشيخ

إعداد الطالبتين:

* عاشور سكيبة

* جفال أسماء

السنة الجامعية: 2021/2020

*** المحور الأول: البيانات الشخصية**

الجنس: ذكر أنثى

منطقة السكن: المدينة الريف

-التزود بالإنترنت: عن طريق كوابل الإنترنت

-عن طريق شريحة الهاتف

المستوى الدراسي: ليسانس ماستر دكتوراه

المحور الثاني: استخدامات اليوتيوب وذروته في تحسين الثقافة الصحية في الجزائر:

-ما مدى استخدامك لليوتيوب بشكل: دائم أحيانا نادرا

-إذا كان استخدامك لليوتيوب بهذا الشكل فهل هو:

مفيد غير مفيد

-إذا كانت إجابتك بمفيد, فلماذا؟.

.....

.....

-ما هي الأوقات المفضلة لديك:

صباحا مساء ليلا

-ما هي أنواع قنوات التي تتابعها ؟

.....

.....

-هل تتابع قنوات اليوتيوب المتخصصة في لصحة بشكل:

دائم أحيانا

-إذا كانت أجابتك دائما: حدد بعض هذه القنوات؟.....

المحور الثالث: دوافع وأسباب استخدام قنوات اليوتيوب المتخصصة في القطاع الصحي في الجزائر:

- ما الذي يدفعك إلى استخدام قنوات اليوتيوب المتخصصة في الصحة:

- معرفة أساليب صحية جديدة حب الاطلاع
التعرف على الطرق الصحية التي يستخدمها الناس زيادة الخبرة الصحية
-ما درجة ثقتك بالمعلومات المتخصصة التي تساعدنا على الصحة؟
عالية متوسطة ضعيفة

.....
..... إذا كانت أجابتك بنعم برر

-ماهي قنوات اليوتيوب الصحية التي تتابعها؟

- قنوات طبية للمتخصصين قنوات طبية للهواة قنوات يوتيوب مناسبة
-هل ترى أن هناك تحديثا مستمرا في قنوات الثقافة الصحية في الجزائر:
نعم لا

-هل ترى أن قنوات اليوتيوب الصحية تثرى الزاد الثقافي والصحي وتساهم في زيادة الثقافة الصحية لديك ؟

- نعم لا أحيانا

-هل أن قنوات اليوتيوب تجعلك تجعلك تواكب الأحداث الصحية الجديدة:

- نعم لا أحيانا

المحور الرابع: الإشاعات من استخدام قنوات اليوتيوب والثقافة الصحية في الجزائر:

-ماهي الاشاعات المحققة من استخدامك لليوتيوب المتخصص في الصحة؟

-ما أسباب استخدامك لليوتيوب:

- حب الاطلاع الطموح في هذا الجانب الصحي
اكتساب الخبرة الصحية تصحيح أو تعديل معلومات صحية

أخرى تذكر

-لماذا تقبل على قنوات اليوتيوب ذات المحتوى الصحي؟

لتمييزها بالمصداقية سهولة الاطلاع مواضيعها هامة وشيقة

أخرى اذكرها

-ما رايك بما تقدمه قنوات اليوتيوب المتخصصة. ...

جيدة مقبولة غير كافية

-هل تشجعك الفيديوهات الصحية على متابعة قنوات اليوتيوب المتخصصة:

نعم لا أحيانا

-هل تعتبر قنوات اليوتيوب المصدر الأول في زيادة الثقافة الصحية لديك:

نعم لا

-هل تثق في قنوات اليوتيوب: نعم لا

-هل تشبع قنوات اليوتيوب حاجتك من معلومات صحية:

نعم لا



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES
Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Affairs

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

تجارب اليوتوب والتفانن الصحفية في الجزائر

اعداد الطلبة:

- 1- عانتور بساينة رقم التسجيل: 18453106028
2- حيقال أسماء رقم التسجيل: 19083064498
القسم: اعلام وازمال الشعبه: / التخصص: ازال و علاقات عامه
إشراف: (الشيخ بنه عيسى) الرقبة: أنس كان صالحه

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2020-
2021 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وامضاء المشرفة(ة):

رئيس القسم

رئيس قسم علوم الاعلام و
الاعلام
محمد بن عبد الرزاق



الموقع الإلكتروني: <http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facshs/>
الفايسبوك: <https://www.facebook.com/FacshsUnivMsila/>
هاتف/ فاكس: 213 35 35 3044

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها

تصريح شرقي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد(ة): حيدال أسماء

الصفة: طالب، أستاذ باحث، باحث دائم: طالبة

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 109945181

والصادرة بتاريخ: 2018-07-09

عن دائرة: 2018-07-08

المسجل (ة) بكلية: الإعلام والاتصال قسم: الاتصال وعلاقات عامة

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)، عنوانها:

فتاوى الموثيق والتخزين الهجينة في الجزائر

أصرح بشرقي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2018-06-06

إمضاء المعني

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها

تصريح شرقي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد(ة): خاتمة سكاينة

الصفة: طالب، أستاذ باحث، باحث دائم: طالب

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 205146924

والصادرة بتاريخ: 2019.10.09

عن دائرة: 2019.10.08

المسجل (ة) بكلية: الإعلام والاتصال قسم: الاتصال والعلاقات العامة

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)، عنوانها:

فنون البريوت والتفاحة الصعبة بالجزائر

أصح بشرقي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2021.06.06

إمضاء المعني

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعريف باليوتيوب ومعالجته للثقافة الصحية بالجزائر فلقد عالجنا من خلال هذه الدراسة مدى وكيفية تفاعل الطلبة الجامعيين مع مضامين اليوتيوب التي تتناول الثقافة الصحية وقد ركزنا في عينتنا على طلبة الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف المسيلة وتدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى إلى معرفة العادات والأنماط استخدام اليوتيوب وقد استخدمنا الاستبيان كأداة لجمع البيانات بحيث وقع اختيارنا على 30 عينة من الطلبة لتحقيق أهداف الدراسة وجمع المعلومات التي تساعدنا على تحديد ما يشاهده الطلبة بما يتعلق بالثقافة الصحية، ومن النتائج المتحصل عليها يمكننا القول بأن طلبة الإعلام والاتصال يتفاعلون بشكل كبير مع مضامين اليوتيوب الصحية فقد وجدنا أن هناك تفاعل واضح وواسع لما يقدمه اليوتيوب للثقافة الصحية من خلال ما تحصلنا عليه وإن المشاهدة لهذه المضامين تختلف من طال إلى آخر

Résumé:

Cette étude visait à présenter YouTube et son traitement de la culture de la santé en Algérie. À travers cette étude, nous avons traité de l'étendue et de la manière dont les étudiants universitaires interagissent avec le contenu de YouTube traitant de la culture de la santé. Utilisation de YouTube Nous avons utilisé le questionnaire comme un outil pour collecter des données afin que nous choisissons 30 échantillons d'étudiants pour atteindre les objectifs de l'étude et collecter des informations qui nous aident à déterminer ce que voient les membres de l'échantillon.

Et à partir des résultats obtenus, nous pouvons dire que les étudiants en médias et en communication interagissent fortement avec le contenu de YouTube sur la santé. Nous avons constaté qu'il existe une interaction claire et large de ce que YouTube fournit pour l'éducation à la santé grâce à ce que nous avons obtenu, et que la visualisation de ces contenus diffère d'un élève à l'autre.

Summary:

This study aimed at introducing YouTube and its treatment of health culture in Algeria. Through this study, we dealt with the extent and manner of university students' interaction with the contents of YouTube that deal with health culture. Using YouTube We used the questionnaire as a tool to collect data so that we chose 30 samples of students to achieve the goals of the study and collect information that helps us determine what the sample members see.

And from the results obtained, we can say that the media and communication students interact greatly with the health content of YouTube. We found that there is a clear and wide interaction of what YouTube provides for health education through what we have obtained, and that viewing these contents differs from one student to another.