

دور المحتوى المرئي في نشر ثقافة التغذية الصحية في الجزائر

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الانستغرام

The role of visual content in spreading the culture of healthy eating in Algeria**A field study on a sample of Instagram users**

مرؤة معمري*

جامعة الجزائر 3 - الجزائر

البريد الإلكتروني : mammeri_meroua@univ-alg3.dz

تاريخ الاستلام: 2025/02/20

تاريخ القبول: 2025/04/08

الملخص

أصبح الانستغرام منصة قوية للتواصل والتأثير في مختلف المجالات زيادة عن انتشار استخدامه لدى المستخدمين نظرا لتنوع المحتوى المرئي الذي توفره خصائصه المتعددة من فيديوهات قصيرة صور وقصص يومية، ومن بين اهم الموضوعات الرائجة بهذه المنصة نجد التغذية الصحية حيث اتجه العديد من صناع المحتوى نحو انتاج مواد رقمية مرئية في هذا السياق،

وعليه تهدف هذه الدراسة الميدانية الى التعرف على دور المحتوى المرئي في موقع الانستغرام في نشر ثقافة التغذية الصحية بالجزائر، اقتضت الضرورة المنهجية الاستعانة بالمنهج المسحي وأداة الاستمارة الالكترونية على عينة قصدية من مستخدمي موقع الانستغرام قوامها 150 مفردة، تمثلت الحدود الزمنية لهذه الدراسة الميدانية من شهر الى غاية شهر جانفي 2025 ،

توصلنا الى مجموعة من النتائج أهمها: ان المبحوثين يفضلون الفيديوهات القصيرة كونها مصممة باحترافية عالية كما انهم يرغبون في الحصول على معلومات صحية وطبية من خلالها فضلا عن البحث عن وصفات صحية إضافة الى الالهام والتحفيز، ساعد هذا المحتوى عينة الدراسة في التخطيط لوجباتهم وقوائم تسوقهم و اثر على عاداتهم الغذائية بدرجة متوسطة.

الكلمات المفتاحية: المحتوى المرئي؛ التغذية الصحية؛ الانستغرام؛ التثقيف الصحي؛ الفيديوهات القصيرة ؛

Abstract

Using the survey method and the electronic questionnaire tool on a purposive sample of Instagram users, consisting of 150 individuals, the time limits of this field study were From one month to January 2025.

* المؤلف المرسل : معمري مرؤة، الإيميل : mammeri_meroua@univ-alg3.dz

We came up with a set of results, the most important of which are: Respondents prefer short videos ,short videos because they are professionally designed and they want to get health and medical information , and medical information, as well as searching for healthy recipes, in addition to inspiration and motivation.

This content helped the study sample in planning their meals and shopping lists and influenced their eating habits eating habits to a moderate degree.

Keywords: Visual content; Healthy nutrition ; Instagram ; Health education ; Reels ;

مقدمة:

بفعل التطورات التكنولوجية المتسارعة والمتلاحقة في وسائل الاتصال الحديثة، تبرز وسائل التواصل الاجتماعي تلك المنصات الرقمية التي تسمح للمستخدمين بالتواصل والتفاعل مع بعضهم البعض عبر الإنترنت. تتنوع هذه المنصات في وظائفها وأهدافها، ولكنها تشترك في كونها أدوات قوية للتواصل والتعبير عن الذات والتأثير في الرأي العام.

يعد المحتوى المرئي أحد أهم مقوماتها حيث يجمع بين العناصر البصرية الجذابة والمعلومات التي يمكن تقديمها بطرق مبتكرة وسهلة الفهم ، ينتشر هذا النوع من المحتوى في عدة منصات على غرار الانستغرام واحد من أشهر منصات التواصل الاجتماعي في العالم ، يتيح للمستخدمين إمكانية التقاط الصور والفيديوهات وتحريرها باستخدام الفلاتر والأدوات المتاحة، ثم مشاركتها مع المتابعين. كما يحتوي على مجموعة من المميزات كالفيديوهات القصيرة "ريلز" الصور والقصص اليومية، التي تستقطب شريحة واسعة من المستخدمين لعدة أسباب أهمها الخوارزميات التي تفهم سلوكياتهم وتقدم لهم تفضيلات حسب رغباتهم إضافة الى سهولة البحث و التدفق المستمر للمحتوى .

بناء على ذلك أصبح المحتوى المرئي على منصة الانستغرام أداة قوية للتأثير على سلوكيات الأفراد وتوجهاتهم، بما في ذلك تبني أنماط غذائية صحية، وتقديم معلومات طبية واستشارات مجانية فضلا على انه منصة تسويقية بامتياز تعرض من خلالها مختلف المنتجات خاصة الغذائية منها .

وفي الجزائر، تم تسجيل انتشار هذه المنصات الرقمية الاجتماعية بكثرة من مستهلين و صناع محتوى ومؤثرين ، و ظهر اهتمام بالصحة الجسدية ، ممارسة الرياضة و التوازن في النظام الغذائي خاصة بعد جائحة الكوفيد 19 التي أظهرت أهمية المناعة و التغذية السليمة في مواجهة

الامراض و بهذا يشهد المجتمع الجزائري تحولات في أنماط الاستهلاك الغذائي ، و مع الاستخدام الواسع للمنصات و الانستغرام بالتحديد زاد تعرض الافراد للمحتويات المرئية بشتى مواضيعها و التغذية الصحية خاصة ، و هنا يبرز دور منصة انستغرام كفضاء رقمي واسع الانتشار في الجزائر ، خاصة بين الشباب، لتقديم محتوى مرئي متنوع حول التغذية الصحية .

و تأسيسا لما سبق تقديمه تأتي هذه الدراسة للإجابة على تساؤل محوري مفاده : **ما هو دور المحتوى المرئي على منصة الانستغرام في نشر ثقافة التغذية الصحية بالجزائر ؟**

1. الجانب المنهجي :

2.1. تساؤلات الدراسة

للإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة نفككه لمجموعة التساؤلات الفرعية التالية :

- لـ ماهي عادات و أنماط استخدام المبحوثين لمنصة الانستغرام ؟
- لـ ماهي دوافع استخدام المبحوثين للمحتوى المرئي حول ثقافة التغذية الصحية ؟
- لـ ما هو المحتوى المرئي المتعلق بالتغذية الصحية الأكثر تأثيرا لدى المبحوثين ؟
- لـ كيف يوظف المبحوثين المعلومات المستقاة من المحتوى المرئي المتعلق بالتغذية الصحية بمنصة الانستغرام ؟

3.1 اهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على دور المحتوى المرئي في نشر ثقافة التغذية الصحية في الجزائر و ذلك من خلال :

- ⇐ التعرف على عادات و أنماط استخدام المبحوثين لمنصة الانستغرام
- ⇐ التعرف على دوافع استخدام المبحوثين للمحتوى المرئي حول ثقافة التغذية الصحية
- ⇐ التعرف على المحتوى المرئي المتعلق بالتغذية الصحية الأكثر تأثيرا لدى المبحوثين
- ⇐ التعرف على كيفية توظيف المبحوثين المعلومات المستقاة من المحتوى المرئي المتعلق بالتغذية الصحية بمنصة الانستغرام .

4.1 . أهمية الدراسة :

تبرز أهمية دراسة دور المحتوى المرئي في تعزيز ثقافة التغذية الصحية في الجزائر، مع التركيز على مستخدمي إنستغرام، من خلال عدة جوانب رئيسية:

يشهد العالم، بما في ذلك الجزائر، زيادة ملحوظة في استخدام المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، مثل إنستغرام، كمصدر للمعلومات والتفاعل. كما أن المحتوى المرئي يتمتع بفعالية أكبر في جذب الانتباه والتأثير على المستخدمين مقارنة بالمحتوى النصي فقط.

من جهة أخرى، أصبحت التغذية الصحية أولوية للعديد من الأفراد، خاصة بعد جائحة كوفيد 19، حيث ارتفع الوعي بأهمية التغذية الصحية في الوقاية من الأمراض وتعزيز الصحة العامة، مما يجعل نشر هذه الثقافة أمراً حيوياً.

لذا، جاءت هذه الدراسة الميدانية لقياس فعالية المحتوى المرئي المنشور على إنستغرام في تغيير سلوكيات المبحوثين .

5.1. منهج الدراسة و ادواته :

يُعد المنهج العلمي الأساس الرئيسي لأي دراسة علمية، حيث يمثل المسار الذي يتبعه الباحث لتحقيق نتائج دقيقة وموثوقة. يتكون المنهج العلمي من مجموعة من الخطوات والقواعد المنظمة التي يعتمد عليها الباحث لحل المشكلات والإجابة على الأسئلة بطريقة علمية. ويتميز هذا المنهج بالدقة والموضوعية، بالإضافة إلى إمكانية التحقق من النتائج .

تقتضي الضرورة البحثية الاستعانة بالمنهج المسحي وهو احد اكثر المناهج المعتمدة في تخصص علوم الاعلام و الاتصال ، و يهتم هذا المنهج بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين بهدف جمع الحقائق واستخلاص النتائج الضرورية لحل مشكلات المجتمع. وهو يبتعد عن العمل الروتيني، حيث يتضمن بالضرورة مشكلة واضحة ومحددة، مع أهداف ثابتة ومقررة. كما يتطلب التخطيط الجيد وتحليل وتفسير البيانات المجمعة بعناية فائقة، بالإضافة إلى تقديم النتائج بطريقة منطقية ومهارة. يتم اللجوء إلى هذا النوع من المنهج عندما يكون تحقيق الأهداف المطروحة مرتبطاً بالواقع الحالي.

6.1. أدوات الدراسة :

يستند هذا البحث أساساً على أداة رئيسية ، أداة الاستبيان الالكتروني ، وهي أداة لجمع البيانات من المجتمعات الافتراضية يصممها الباحث و يقوم بنشرها من خلال روابط الكترونية يعبئها المبحوثين بأنفسهم من خلال الضغط على الإجابات المناسبة لهم ¹ (محمود، 2023) ، تم تصميم الاستبيان الالكتروني الخاص بهذه الدراسة بالاستعانة ب google forms .

تتكون الاستمارة الالكترونية من سبعة عشر سؤال مقسمة على خمسة محاور رئيسية :

1. محور البيانات الشخصية للمبحوثين
2. محور عادات وأنماط استخدام المبحوثين للمحتوى المرئي على منصة الانستغرام
3. محور دوافع استخدام المبحوثين للمحتوى المرئي على منصة الانستغرام
4. محور متعلق بالمحتوى المرئي المتعلق بالتغذية الصحية على منصة الانستغرام
5. محور كيفية توظيف المبحوثين للمعلومات المستقاة من المحتوى المرئي على منصة الانستغرام .

7.1. مجتمع الدراسة و العينة :

يعتبر تحديد مجتمع البحث خطوة أساسية، حيث يتيح الوصول إلى نتائج دقيقة وشاملة يمكن تعميمها على باقي مفردات المجتمع الكلي، وفي دراستنا دور المحتوى المرئي في نشر ثقافة التغذية الصحية بالجزائر تم اللجوء الى ما يعرف بالمجتمع الافتراضي الذي يتكون من مجموعة من الأفراد الذين يتفاعلون مع بعضهم البعض عبر الإنترنت، حيث يتشاركون اهتمامات أو أهداف مشتركة. يمكن أن يكون هؤلاء الأفراد من مختلف أنحاء العالم، ويتواصلون بشكل رئيسي من خلال النصوص والصور ومقاطع الفيديو.

أما العينة في المجتمع الافتراضي، فهي مجموعة من الأفراد أو الكيانات التي يتم اختيارها من مجتمع أكبر بغرض الدراسة والتحليل. تُستخدم العينات في المجتمعات الافتراضية لأسباب متعددة، من أبرزها توفير الجهد والوقت، بالإضافة إلى تقليل التكاليف، مما يساهم في الوصول إلى نتائج دقيقة.

يتمثل مجتمع دراستنا في مجموع المستخدمين الجزائريين في المجتمع الافتراضي على منصة الميتا meta حيث تم نشر رابط الاستبيان الإلكتروني في عدة مجموعات وصفحات فضلا عن إرسالها بصفة مباشرة بالبريد الإلكتروني والمحادثات الشخصية.

أما عينة الدراسة : تُعتبر عينة الدراسة هي المجموعة التي يقوم الباحث بجمع البيانات الميدانية منها. وتُشكل هذه العينة جزءًا من المجتمع الكلي، حيث يتم اختيار مجموعة من الأفراد تمثل المجتمع بشكل عام الذي تُجرى عليه الدراسة. تعكس العينة نسبة معينة أو جزءًا محددًا من الأفراد في المجتمع الأصلي، وتُستخدم نتائج الدراسة لتعميمها على المجتمع بأكمله. نظرًا لطبيعة الموضوع و ضروراته المنهجية، تم الاعتماد على **العينة القصدية**، وهي " تلك العينات التي يتم

اختيار مفرداتها بشكل مقصود من قبل الباحث، دون الاعتماد على الصدفة أو الانتظام²(مرسلي، 2013).

تمثلت عينة الدراسة في 150 مفردة موزعة على ذكور و اناث وفق الجدول التالي :

ذكور	اناث
30	120

المصدر من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الاستبيان الالكتروني

7.1. مفاهيم الدراسة :

■ **المحتوى المرئي :** هو احد أنواع المحتوى الرقمي، يشير إلى أي نوع من المحتوى الذي

يعتمد على الصور، الرسوم البيانية، مقاطع الفيديو، أو أي وسيلة بصرية أخرى لنقل

المعلومات، الأفكار، أو المشاعر³(محمود ع.، 2020).

يلعب هذا النوع من المحتوى الرقمي دورا بالغ الأهمية في العالم الرقمي خاصة في ظل الانتشار الواسع للمعلومات و الأفكار ، فان المحتوى المرئي يلخص هذه المعلومات في شكل بصري جذاب و مؤثر ، يمكن للمحتوى المرئي أن ينقل الرسالة بشكل أسرع وأكثر فعالية من النصوص، حيث يُقال إن الصورة تعادل ألف كلمة ، إضافة الى انه يتمتع بمعدل تفاعل عالٍ جدا في منصات التواصل الاجتماعي نظرا لما يوفره من سهولة فهم المعلومات المعقدة، خاصة عند استخدام الرسوم البيانية والإنفو جرافيك والقصص الحية و التجارب اليومية، فضلا عن اثارة المشاعر والتأثير على الجمهور اكثر من النصوص المكتوبة .

لـ **التعريف الاجرائي :** في دراستنا، نقصد بالمحتوى المرئي مجموعة من الفيديوهات القصيرة

والقصص اليومية والصور المتاحة على منصة إنستغرام، والتي تتناول مواضيع تتعلق

بالتغذية الصحية والنظام الغذائي. يتضمن ذلك صور لأشخاص يتمتعون بصحة جيدة

أو يمارسون الرياضة، بالإضافة إلى مقاطع فيديو قصيرة تقدم نصائح حول كيفية اختيار

الأطعمة الصحية، تناول وجبات متوازنة، وتجنب الأطعمة المصنعة. كما تشمل

المحتويات مقاطع فيديو توضح كيفية تحضير وجبات صحية، وفيديوهات قصيرة

لتمارين رياضية بسيطة يمكن ممارستها في المنزل، وإنفوجرافيك يبرز فوائد تناول

الخضروات والفواكه. إضافة الى قصة ملهمة لشخص نجح في فقدان وزنه الزائد من

خلال اتباع نظام غذائي صحي وممارسة الرياضة.

■ **ثقافة التغذية الصحية :** نبدأ بتعريف التغذية الصحية وهي عملية امداد الجسم بالعناصر الغذائية الضرورية لتزويده باحتياجاته من الطاقة اللازمة للنمو و الحركة و كذلك تقوية جهازه المناعي و مقاومة الأمراض ⁴ (الرحمن، 2022) ، تعدّ التغذية من الجوانب الأساسية للصحة والتنمية. فالتغذية الجيدة ترتبط بتحسّن صحة الرضيع والطفل والأم، وتقوية الجهاز المناعي، وأمان الحمل والولادة، وتدني مخاطر الأمراض غير السارية (مثل السكري وأمراض القلب والأوعية الدموية)، وطول العمر ⁵ (العالمية، بلا تاريخ).

تُعتبر الثقافة مفهومًا معقدًا ومتعدد الأبعاد، حيث تشمل مجموعة متنوعة من المعارف والمعتقدات والقيم والعادات والتقاليد والفنون والعلوم والآداب التي تميز مجتمعًا عن آخر. إنها نتيجة تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض ومع محيطهم، وتستمر في التطور عبر الزمن.

لا يوجد تعريف موحد للثقافة، ولكن يمكن وصفها بشكل عام بأنها "مجموعة من الأنماط السلوكية والفكرية التي تميز مجتمعًا معينًا، وتنتقل من جيل إلى جيل، وتتضمن القيم والمعتقدات والعادات والتقاليد والفنون والعلوم والآداب."

تُعرف الثقافة الصحية بأنها مجموعة من المعارف والمعتقدات والقيم والممارسات المرتبطة بالصحة والمرض، والتي يتشارك فيها أفراد مجتمع أو مجموعة معينة.

تشمل هذه الثقافة ما يلي:

- فهم المعلومات الأساسية المتعلقة بالصحة والمرض، وطرق الوقاية منهما، وكيفية التعامل معهما.
- المعتقدات الصحية، التي تتضمن الآراء والمفاهيم السائدة حول الصحة والمرض، وأسبابها، وطرق علاجها.
- الأفعال التي يقوم بها الأفراد للحفاظ على صحتهم، مثل اتباع نظام غذائي متوازن، وممارسة النشاط البدني، والوقاية من الأمراض.

لـ **التعريف الاجرائي :** نقصد بثقافة التغذية الصحية في هذه الدراسة، هي كل الأفعال والمعارف والآراء والقيم والوصفات الشعبية والأفكار الصحية والرياضية التي نشرت بشكل مرئي في منصة الانستغرام اما مقاطع فيديو او صور او قصص يومية .

2. الجانب التطبيقي الدراسة :

1.2 المحور الأول : البيانات الشخصية للمبحوثين :

الجدول 1 : يمثل توزيع افراد العينة من حيث متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	30	20 %
انثى	120	80 %
المجموع	150	100 %

المصدر: من اعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس ، و نلاحظ من خلاله بان نسبة الإناث تمثل الحصة الأكبر وهي 80 % بمعدل 120 مفردة ، فين ان نسبة الذكور لم تتجاوز 20 % بمعدل 30 مفردة ، و هذه يشير الى ان العينة المستهدفة تتكون بشكل أساسي من الاناث و غالبا ما تكون هذه الفئة أكثر تحفيزا للمشاركة على مثل هذه الاستطلاعات .

الجدول 2 : يمثل توزيع افراد العينة من حيث متغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من عشرون سنة	13	8.7 %
من 20 الى 30 سنة	82	54.7 %
من 31 الى 41 سنة	53	35.3 %
من 42 الى 52 سنة	2	1.3 %
من 53 سنة الى 63 سنة	0	/
64 سنة فما فوق	0	/

المصدر: من اعداد الباحثة

يتجلى لنا من خلال البيانات الموجودة في الجدول أعلاه بأن الفئة العمرية المهيمنة في العينة هي فئة من عشرون الى ثلاثون سنة بنسبة تتجاوز النصف 54.7 % ، و تليها في الترتيب الفئة العمرية من 31 الى 41 سنة بنسبة 35.3 % ، في المرتبة الثالثة فئة اقل من عشرون سنة بنسبة 8.7 % ، تكونت العينة أيضا من فردين من فئة 42 الى 52 سنة بنسبة 1.3 % . نستنتج من خلال هذه البيانات بأن الشباب يمثلون شريحة كبيرة من أفراد العينة ، هذا يشير الى انهم الفئة الأكثر نشاطا على منصات التواصل الاجتماعي و هم الأكثر عرضة للمحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية على هذه المنصات إضافة الى رغبتهم في إحداث تغيير نمط حياتهم الغذائي الصحي فضلا عن سهولة وصولهم الى الاستبيان الالكتروني ما يشجعهم على المشاركة فيه .

الجدول 3 : يمثل توزيع افراد العينة من حيث متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	0	/
متوسط	0	/
ثانوي	5	3.3 %
جامعي	115	76.7 %
دراسات عليا	30	20 %
المجموع	150	100 %

المصدر: من اعداد الباحثة

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول رقم 03 بأن العينة تتشكل بنسبة كبيرة وساحقة من الافراد الذين يحملون شهادات جامعية (ليسانس / ماستر) بنسبة 76.7 % ، في حين ان هناك مشاركة محدودة من بقية المستويات التعليمية كالدراسات العليا التي جاءت نسبتها 20% ، إضافة الى نسبة ضئيلة جدا من المشاركين ذوي المستوى التعليمي ثانوي ، ومشاركة منعدمة لكل من المستوى ابتدائي و متوسط .

بناء عليه يمكننا القول بأن نسبة الافراد ذوي مستوى تعليمي الجامعي كانوا الأكثر إقبالا على المشاركة في هذه الدراسة، الامر الذي يعكس اهتمامهم و تعاونهم في البحوث العلمية فضلا عن كونهم الأكثر وعيا بأهمية التغذية الصحية .

الجدول 4 : يمثل توزيع افراد العينة من حيث متغير المهنة

المهنة	التكرار	النسبة المئوية
موظف	28	18.7%
طالب	73	48.7%
عامل حر	13	8.7%
بدون عمل	36	24%
المجموع	150	100%

المصدر: من اعداد الباحثة

يتبين لنا من خلال البيانات أعلاه بأن فئة الطلبة الجامعيين هي الأكثر حضورا في عينة الدراسة و هذا تترجمه نسبة 48.7 % ، وتليها في المرتبة الثانية فئة الغير عاملين بنسبة 24 % ، فئة الموظفين أيضا كانت حاضرة لكن بنسبة أقل 18.7% ، لتأتي فئة الأشخاص العاملين الاحرار في اخر مرتبة بنسبة 8.7 % .

يمكننا تفسير البيانات المتحصل عليها أعلاه بان الطلبة الجامعيين غالبا ما يميلون الى الإجابة والمشاركة في الاستبيانات الالكترونية لأنهم لازالوا في فترة الدراسة ويهتمون بالبحث العلمي ما يعكس رغبتهم في المساعدة على إتمام الدراسات الميدانية إضافة الى رغبتهم في التعرف على كيفية تصميم هذه الاستطلاعات، فضلا عن كونهم الفئة الأكثر نشاطا على منصات التواصل الاجتماعي.

2.2 عادات و أنماط استخدام المبحوثين للمنصة الانستغرام:

الجدول 5 : يمثل معدل زيارات المبحوثين لمنصة الانستغرام

عدد الزيارات	التكرار	النسبة المئوية
مرة واحدة في اليوم	9	6%
مرتين في اليوم	12	8%
ثلاث مرات في اليوم	7	4.7%
غير محدد	122	81.3%
المجموع	150	100%

المصدر: من اعداد الباحثة

يتبين لنا من خلال نتائج الجدول أعلاه بأن أغلبية افراد العينة لم يتمكنوا من تحديد عدد زياراتهم لمنصة الانستغرام يوميا بنسبة 81.3 % ، فيما أكدت نسبة 8 % بأنهم يزورون المنصة حوالي مرتين في اليوم ، ثم نسبة 6 % يستخدمونه مرة واحدة في اليوم ، اما الذين يزورونه ثلاث مرات في اليوم فبنسبة 4.7 % .

و يمكن تفسير هذه البيانات المتحصل عليها بان غالبية المبحوثين يستخدمون منصة الانستغرام بطريقة متكررة دون وعي منهم بذلك ، مما يجعل من الصعب تتبع عدد مرات دخولهم ، و هذا راجع لأن تطبيق المنصة مثبت على هواتفهم الذكية وهذا الأخيرة أضحت الوسيلة الأكثر استخداما من طرف شريحة كبيرة من الناس خاصة و ان معظم الهواتف متصلة بالانترنت فان الدخول الى المنصة الانستغرام سهل و متاح ، فضلا عن الاشعارات التي تذكر المستخدمين بالدخول و التفاعل مع رسائل اصديقائهم و مختلف المحتويات .

الجدول رقم 06 : يمثل متوسط الوقت الذي يقضيه المبحوثين على منصة الانستغرام

متوسط الوقت	التكرار	النسبة المئوية
ساعة	57	38%
ساعتين	15	10%
ثلاث ساعات	7	4.7%
غير محدد عدد الساعات	71	47.3%
المجموع	150	100%

المصدر: من اعداد الباحثة

يتبين لنا من خلال قراءة الجدول أعلاه بأن غالبية المبحوثين ممثلين بنسبة 47.3 % لم يتمكنوا من تحديد عدد الساعات التي يقضونها في تصفح منصة الانستغرام ، في حين أكدت نسبة 38% منهم بانهم يقضون ساعة فقط على هذه المنصة ، كما متوسط الوقت الذي يقضيه 15 مبحوث هو ساعتين ، و أخيرا تأتي نسبة 4.7 % من افراد العينة الذين يقضون ثلاث ساعات تصفح .

بناء على هذه البيانات فان شريحة كبيرة من المبحوثين لم يتمكنوا من تحديد الوقت المحدد الذي يقضونه على الانستغرام ، مما يشير الى الاستخدام المتكرر و الغير مراقب للمنصة .

الجدول 07 : يمثل التوقيت المفضل لدى المبحوثين لزيارة و تصفح منصة الانستغرام

التوقيت المفضل	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	0	/
مساءً	16	10.7%
ليلا	51	34%
غير محدد	83	55.3%
المجموع	150	100%

المصدر: من اعداد الباحثة

يتجلى لنا من خلال بيانات الجدول رقم سبعة بأن اكثر من نصف العينة لا يمكنهم تحديد التوقيت المفضل لديهم لزيارة و تصفح منصة الانستغرام، من جهة أخرى أفادت نسبة 34 %

من المبحوثين بأنهم يفضلون الدخول الى المنصة ليلا، في حين أجاب 16 مبحوث أنهم يستحسنون التوقيت المسائي.

وعليه نقول بأنه لا يوجد تفضيل كبير لزيارة منصة الانستغرام صباحا مما يعني قلة الاقبال صباحا لان هذه الفترة غالبا ما تكون مخصصة لأنشطة أخرى كالدراسة أو العمل، حيث لم يتم تسجيل إلى اختيار في هذه الفترة، كما يشير اختيار "غير محدد" من قبل نسبة كبيرة من المبحوثين الى ان استخدام هذه المنصة قد يكون جزء من روتينهم اليومي في أي وقت يناسبهم وليس بالضرورة في فترة محددة، و يتضح أن الفترة الليلية هي الفترة الأكثر تفضيلا للزيارة والتصفح ، حيث يرى أغلب افراد العينة ان هذا هو الوقت المناسب للراحة والاسترخاء باعتبار ان المنصة توفر محتوى متنوع و مثير للاهتمام و قضاء وقت ممتع قبل النوم إضافة الى ان الهدوء في الفترة المسائية يسمح لهم بالتركيز بشكل افضل و التفاعل بعمق مع المحتوى المرئي، و أخيرا يلجأ الأفراد الى الانستغرام ليلا بحثا عن الإلهام و الأفكار الجديدة خاصة حول التثقيف الصحي و التغذية السليمة كما تعتبر الفترة المسائية عموما وقتا مناسباً للتسوق و البحث عن المنتجات الغذائية الصحية باعتبار ان الانستغرام يوفر فرصا كبيرة للتسوق الرقمي حيث يمكن للمبحوثين استكشاف العلامات التجارية الجديدة و المنتجات .

الجدول 08: يمثل مميزات منصة الانستغرام لدى المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	مميزات المنصة
69.3 %	104	فيديوهات قصيرة (ريلز)
11.3 %	17	الصور مع نصوص
18 %	27	القصص اليومية story
1.3 %	2	البث المباشر
100 %	150	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثة

يمثل الجدول أعلاه تفضيلات المبحوثين لمميزات منصة الانستغرام ، تعد الفيديوهات القصيرة "ريلز" الميزة الأكثر شعبية بين المبحوثين ، حيث بلغت نسبة 69.3 % و هو ما يعادل 104 فرد ، تحظى القصص اليومية story بشعبية لا بأس بها ، حيث بلغت نسبة تفضيلها 18 % ، لتأتي الصور مع النصوص في المرتبة الثالثة بنسبة 11.3 % أي ما يقارب 17 مبحوث ، يعد البث المباشر الأقل تفضيلا بين المميزات المذكورة ، حيث بلغت نسبة تفضيله 1.3 % و هو ما يعادل فردين فقط .

نستنتج مما سبق قراءته بان الميزة الأكثر جاذبية للمبحوثين هي الفيديوهات القصيرة، مما يشير إلى أهمية هذا النوع من المحتوى في جذب الجمهور والتفاعل معه إضافة الى تدفقها المستمر، في حين تعد القصص اليومية أداة فعالة لمشاركة اللحظات والتفاصيل اليومية والتفاعل السريع

بين المستخدمين وصناع المحتوى، يشير ضعف الاقبال على البث المشار الى انه قد لا يكون الخيار الأمثل لجميع المستخدمين .

3.2 . دوافع استخدام المبحوثين للمحتوى المرئي المتعلق بالتوعية الصحية

الجدول 09 : يمثل أسباب وراء بحث المبحوثين على محتوى متعلق بالثقافة الصحية على منصة

الانستغرام

الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
وصفات صحية جديدة	79	52.7%
معلومات جديدة عن التغذية الصحية	87	58%
البحث عن الدافع والتحفيز	28	18.7%
التعلم من الثقافات الصحية للدول الأخرى	41	27.3%
اكتشاف ثقافات صحية	51	34%
الوصول الى خبراء تغذية صحية	49	32.7%
الاستفادة من الاستشارة المجانية	59	39.3%
التفاعل الاجتماعي مع مستخدمين يتقاسمون معك الاهتمام	26	17.3%
أخرى	3	2%

المصدر: من اعداد الباحثة

يوفر هذا الجدول معلومات حول دوافع المبحوثين للبحث عن محتوى مرئي متعلق بالثقافة الصحية على منصة الانستغرام ، يعد البحث عن معلومات جديدة عن التغذية الصحية الدافع الأكثر شيوعا بين المبحوثين ، حيث بلغت نسبة من يقومون بذلك 58 % ، و يأتي الدافع الثاني في المرتبة الثانية و البحث عن وصفات صحية جديدة بنسبة مقاربة قدرت بـ 52.7% ، يحاول الاستفادة من الاستشارات المجانية بنسبة 39.3% ، و يهتمون باكتشاف ثقافات صحية بنسبة 34% ، ويحاولون الوصول الى خبراء التغذية الصحية بنسبة 32.7% ، ليأتي دافع التعلم من الثقافات الصحية للدول الأخرى بنسبة 27.3% ، يبحث المبحوثين عن الدافع والتحفيز من خلال المحتوى المرئي المتعلق بالتغذية الصحية بنسبة 18.7% ، فيما يرغب افراد العينة في التفاعل الاجتماعي مع مستخدمين يتقاسمون معهم نفس الاهتمام بنسبة 17.3% ، اختار ثلاث مبحوثين دوافع أخرى و هي مشاركة المحتوى مع اصدقائهم ، و متابعتهم فقط لأنه يندرج ضمن المحتوى الهاتف .

نستشف من خلال النسب المذكورة أعلاه بأن المبحوثين لديهم اهتمام متنوع بالثقافة الصحية ، حيث يبحثون عن الوصفات ، المعلومات ، التفاعل الاجتماعي و الاستشارات المجانية . تحظى المعلومات الصحية و الوصول الى خبراء التغذية من الدوافع الهامة للبحث على هذا النوع من المحتوى في منصة الانستغرام ، كما يلعب الدافع و التحفيز و التفاعل الاجتماعي دورا هاما في اهتمام المبحوثين بالثقافة الصحية .

الجدول 10 : يمثل أسباب تفضيل المبحوثين المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الصحية على منصة الانستغرام دون تطبيق آخر

أسباب متابعة المحتوى الصحي على منصة انستغرام	التكرار	النسبة المئوية
سهولة البحث	51	34%
تدفق مستمر للمحتوى	73	48.7%
صور ومقاطع فيديو عالية الجودة	77	51.3%
تفضيلك الشخصي للمنصة دون أخرى	29	19.3%
أخرى	5	3.5%

المصدر: من اعداد الباحثة

يوضح الجدول رقم عشرة أسباب تفضيل المبحوثين المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الصحية على منصة الانستغرام دون تطبيق آخر، تعد الصور ومقاطع الفيديو ذات جودة عالية أحد أكثر الأسباب الهامة لمتابعة هذا النوع من المحتوى على الانستغرام، حيث بلغت نسبة من يرون ذلك سببا 51.3 %، و أخذ سبب تدفق مستمر للمحتوى نسبة 48.7 %، اما سهولة البحث فأخذت نسبة 34 %، فيما اخذ سبب التفضيل الشخصي للمنصة دون أخرى نسبة 19.3 %، في حين هناك نسبة قليلة من المبحوثين لديهم أسباب أخرى لم يتم تحديدها جميعا .

يمكننا تفسير هذه البيانات بـ :

بأن المحتوى المرئي المتوفر على منصة الانستغرام يعتمد بشكل كبير على الفيديو القصيرة والصور الذي يتميز بالجاذبية البصرية من شأنها ان تفهم و تكون احد مصادر الالهام للمتابعين، هذه المحتويات تتدفق بسهولة كبيرة من خلال الخوارزميات القادرة على قراءة و فهم تفضيلات المستخدم بدقة عالية من خلال عملية البحث او الكلمات التي ينطقها بالقرب من الهاتف الذكي، يمكننا أيضا تفسير اختيار المبحوثين لإجابة سهولة البحث بان الانستغرام يوفر صفحة "استكشاف" تعرض محتوى متنوع من حسابات مختلفة مما يساعد المستخدمين على اكتشاف محتوى جديد يصب في محور اهتمامهم كما يمكنهم البحث من خلال الهاشاجات .

يفضل المبحوثين منصة الانستغرام دون أخرى نظرا لمميزاتها كبيرة و تنوع محتواها الجذاب والانيق كما سبق و اشرنا كما انها تعد من المنصات التسويقية و الترويجية لمختلف السلع والخدمات فضلا عن إتاحة الفرصة للمستخدمين التعبير عن أنفسهم من خلال نشر صور ومقاطع فيديو التي تعكس اهتمامهم و شخصيتهم كما تمكنهم أيضا من مشاركة لحظاتهم اليومية، التعبير عن آرائهم و التواصل مع الآخرين فضلا عن إمكانية متابعة المشاهير و التفاعل معهم، إضافة لكل ما سبق فان الانستغرام من المنصات الي تتميز بتحديثات مستمرة و إضافة مزايا جديدة بشكل دوري مما يجعله دائما منصة حديثة و مثيرة للاهتمام.

4.3. المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية على منصة الانستغرام :

الجدول 11 : يمثل أنواع المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الصحية المفضل لدى المبحوثين على منصة الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب
28.7%	43	صور قبل و بعد
56.7%	85	وصفات صحية
43.3%	65	نصائح عملية
40%	60	شرح مبسط لبعض المفاهيم الغذائية
24%	36	قصص نجاح
18.7%	28	تحليل أحدث الدراسات في مجال التغذية
24.7%	37	مقارنة منتجات صحية
50%	75	معلومات طبية
21.3%	32	مقارنة الأطعمة الصحية
24.7%	37	شرح العمليات الحيوية في جسم الانسان (الهضم ، امتصاص العناصر الغذائية ...)
19.3%	23	جولات في مطابخ صحية
23.3%	35	قصص يومية لأشخاص يتبعون نظام غذائي
2%	3	أخرى

المصدر: من اعداد الباحثة

يوضح الجدول أعلاه بأن افراد العينة يفضلون المحتوى المرئي الذي يعرض من خلاله وصفات صحية جديدة و متنوعة بنسبة 56.7 % ، يرغب المبحوثين في إيجاد معلومات طبية موثوقة تتعلق بالتغذية و الصحة من خلال المحتوى المرئي بنسبة 50% ، يبحث المتابعون عن نصائح عملية قابلة للتطبيق في حياتهم اليومية لتحسين صحتهم بنسبة 43.3% ، يعد فهم المصطلحات و المفاهيم الغذائية بشكل مبسط وسهل من الأسباب الهامة لمتابعة المحتوى المرئي و ذلك بنسبة 40% .

تعد رؤية نتائج ملموسة من خلال صور " قبل و بعد " من الأسباب الأقل أهمية لمتابعة هذا المحتوى بنسبة 28.7%، كما يرغب افراد العينة الحصول على معلومات حول القيمة الغذائية للأطعمة المختلفة و مقارنتها من خلال المحتوى " مقارنة منتجات صحية " بنسبة 24.7%، بالإضافة إلى انهم يرغبون فهم كيفية عمل الجسم من خلال متابعة المحتوى المرئي المتعلق بشرح العمليات الحيوية في جسم الانسان بنفس النسبة السابقة .

لتليها مباشرة "قصص نجاح " بنسبة 24% إذ يرغب بعض المبحوثين في مشاهدة قصص الأشخاص الذين نجحوا في تحقيق أهدافهم الصحية باعتبارها مصدر إلهام و تشجيع لهم ، و في نفس السياق يعد الاطلاع على تجارب أشخاص آخرين يتبعون نظام غذائي صحي مصدر دعم لهم من خلال محتوى " قصص يومية لأشخاص يتبعون نظام غذائي " بنسبة 23.3% .

يعد الاطلاع على أفكار لمطابخ صحية وتصاميمها ومحتوياتها من الأسباب التي تدفع البعض الى متابعة محتوى متعلق بثقافة التغذية الصحية جاء هذا بنسبة 19.3% ، فيما يرغب نسبة من

المبجوثين متابعة أحدث الدراسات العلمية والتطورات في مجال التغذية ومعرفة اهم التوصيات المتعلقة بذلك .

الجدول 12: يمثل المميزات التي تجعل المحتوى المرئي متعلق بالثقافة الصحية محفزا وجذابا للمشاهدة لدى المبجوثين على منصة الانستغرام

النسبة المئوية	التكرار	المميزات
20.7%	31	جودة الصورة
0.7%	1	الموسيقى
15.3%	23	الشخصيات الموجودة في المحتوى المرئي
37.4%	52	المونتاج الاحترافي
28.7%	43	تخصيص المحتوى
100%	150	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثة

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه المونتاج الاحترافي هو الميزة الأكثر تكرارًا والأكثر تأثيرًا في الجدول. وذلك بنسبة 37.4% ، هذا يشير إلى أن المونتاج يلعب دورًا حاسمًا في جذب الجمهور للمحتوى المرئي و المونتاج الجيد يمكن أن يجعل المحتوى أكثر جاذبية وسلاسة، مما يزيد من فرص مشاهدته والتفاعل معه ،

تخصيص المحتوى يأتي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية بعد المونتاج الاحترافي بنسبة 28.7%. هذا يشير إلى أن تخصيص المحتوى ليناسب اهتمامات الجمهور واحتياجاتهم يلعب دورًا كبيرًا في جذبهم ، عندما يشعر الجمهور بأن المحتوى مصمم خصيصًا لهم، فمن المرجح أن يتفاعلوا معه بشكل أكبر ، مثل محتوى مخصص لمرضى السكري ، او النساء الحوامل ... الخ

وجود شخصيات في المحتوى المرئي يأتي في المرتبة الثالثة من حيث إجابات المبجوثين بنسبة 15.3% هذا يشير إلى أن الشخصيات (أطباء ، مدربين ، اخصائي تغذية ربما مؤثرين او اشخاص عاديين) يمكن أن تساهم في جذب الجمهور لان الافراد غالبا ما يميلون لشخصيات تحظى بثقتهم أو معجبين بها و ممكن ان يكون قدم مروا بنفس ظروفهم .

الجدول 13: يمثل صانع المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الصحية المفضل لدى المبجوثين على منصة الانستغرام

موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
107	37	10	0	0	خبراء تغذية صحية
102	43	6	0	1	أطباء
12	38	56	36	10	أشخاص عاديين
5	18	31	76	24	مؤثرون

المصدر: من اعداد الباحثة

يتضمن الجدول أعلاه أربع فئات مختلفة من صانعي المحتوى، ويُظهر توزيع تفضيلات الباحثين لمقدمي المحتوى الصحي على انستغرام باستخدام مقياس من خمس نقاط يتراوح بين "موافق بشدة" و"معارض بشدة". سنحاول تقديم تحليل وتفسير البيانات المتحصل عليها كالآتي:

1. **خبراء تغذية صحي:** النسبة الأكبر من الباحثين (107 من أصل 150، نسبة 69%)

موافقون بشدة على المحتوى الذي يقدمه خبراء التغذية الصحية .

نسبة متوسطة (37 من أصل 150، أي حوالي 24%) موافقين على المحتوى الذي يقدمه خبراء تغذية صحية ، نسبة قليلة فقط (10 من أصل 150، أي حوالي 6%) محايدة. ولا يوجد معارضون أو معارضون بشدة.

هذا يشير إلى أن الباحثين يتقنون بشكل كبير في المحتوى الذي يقدمه خبراء التغذية الصحية، ويعتبرونه مصدراً موثقاً للمعلومات الصحية.

2. **أطباء :** يوافق الباحثين بشدة بتكرار 102 على المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة

الصحية المقدم من طرف الأطباء، فيما يوافق نسبة متوسطة منهم على تقديم الأطباء، وهذا يبين مدى ثقتهم في هذا المصدر من المعلومات

3. **الأشخاص العاديين :** غالبية الباحثين محايدون بشأن الأشخاص العاديين بتكرار 56 ،

فيما يوافق 38 منهم على المحتوى المقدم من قبل أشخاص عاديين ، جاءت نسبة معارض تقريبا بنفس التكرار 36 .

نسجل هنا تقارب تباين آراء الباحثين حول ثقتهم في المحتوى المقدم من طرف أشخاص عاديين إذ يفضلون التثقيف الصحي من قبل مصادره الأساسية و هي الأطباء و أخصائيين التغذية .

4. **المؤثرون :** يعارض النسبة الأكبر من الباحثين (76 من أصل 150) تفضيل المحتوى

الذي يقدمه مؤثرين، فيما نسبة كبيرة أخرى (31 من أصل 150) محايدة، كما توجد نسبة لا بأس بها من المعارضين بشدة (24 من أصل 150) ، يوافق نسبة قليلة من أفراد العينة (18 من أصل 150) على تقديم المؤثرين لهذا المحتوى، سجلنا أيضا نسبة قليلة من الموافقين بشدة (5 من أصل 150) .

يظهر هنا اتجاه واضح نحو معارضة تفضيل المحتوى الذي يقدمه المؤثرين بينا الباحثين، حيث تشكل المعارضة والمعارضة الشديدة غالبية الآراء .

4.4 . **توظيف الباحثين للمعلومات المستقاة من المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية**

على منصة الانستغرام

الجدول 14: يمثل مساهمة المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية في التأثير على العادات الغذائية للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الاجابات
39.3%	59	نعم
8.7%	13	لا
52%	72	الى حد ما
100%	150	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثة

يُظهر الجدول كيف يرى المؤثرين تأثير المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية على عاداتهم، يرى 59 مشاركًا من أصل 150 أن المحتوى المرئي يؤثر بشكل إيجابي على عاداتهم، هذه النسبة تمثل 39.3% من إجمالي المشاركين.

يشير هذا إلى أن نسبة كبيرة من المشاركين يعتقدون أن المحتوى المرئي يلعب دورًا فعالًا في تغيير عاداتهم الغذائية نحو الأفضل.

يرى 78 مشاركًا من أصل 150 أن المحتوى المرئي يؤثر على عاداتهم إلى حد ما، هذه النسبة تمثل 52% من إجمالي المشاركين.

هذه هي النسبة الأكبر من المشاركين، وتشير إلى أنهم يرون تأثيرًا جزئيًا أو محدودًا للمحتوى المرئي على عاداتهم.

فيما سجلنا 13 مشاركًا من أصل 150 لا يرون تأثيرًا للمحتوى المرئي على عاداتهم، هذه النسبة تمثل 8.7% من إجمالي المشاركين.

هذه النسبة الصغيرة تشير إلى أن قلة قليلة من المشاركين لا يرون تأثيرًا للمحتوى المرئي على عاداتهم الغذائية.

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية له تأثير إيجابي على عادات غالبية المشاركين، وإن كان هذا التأثير جزئيًا في كثير من الأحيان. ومع ذلك، هناك نسبة قليلة لا ترى أي تأثير لهذا المحتوى على عاداتها.

الجدول 15: يمثل مساعدة المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية في اتخاذ قرارات غذائية

صحية للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الاجابات
52%	78	نعم
6%	9	لا
42%	63	الى حد ما
100%	150	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثة

يوضح الجدول أعلاه تأثير المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية على قدرة افراد العينة في اتخاذ قرارات غذائية صحية،

يرى 78 مشاركاً من أصل 150 أن المحتوى المرئي يساعدهم بشكل كبير في اتخاذ قرارات غذائية صحية ، هذه النسبة تمثل 52% من إجمالي المشاركين.

نستشف من هذه البيانات أن أكثر من نصف المشاركين يعتقدون أن المحتوى المرئي يلعب دوراً فعالاً في مساعدتهم على اتخاذ قرارات غذائية صحية.

في أظهرت نتائج الاستبيان ان المحتوى المرئي يساعد إلى حد ما المبحوثين بنسبة 42% في اتخاذ قرارات غذائية صحية .

تشير هذه النسبة الكبيرة إلى أن العديد من المشاركين يرون تأثيراً جزئياً أو محدوداً للمحتوى المرئي على قدرتهم على اتخاذ قرارات غذائية صحية.

من جهة أخرى 6% من المبحوثين لا يرون أي تأثير للمحتوى المرئي على قدرتهم في اتخاذ قرارات غذائية صحية.

تبين هذه النسبة الصغيرة إلى أن قلة قليلة من المشاركين لا يرون تأثيراً للمحتوى المرئي على قدرتهم في اتخاذ قرارات غذائية صحية.

الجدول 16: يمثل مساعدة المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية في تخطيط الوجبات الغذائية و قوائم تسوق للمبحوثين .

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	78	52%
لا	9	6%
الى حد ما	63	42%
المجموع	150	100%

المصدر: من اعداد الباحثة

يتضح لنا من خلال معطيات الجدول أعلاه تأثير المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية على تخطيط الوجبات الغذائية وقوائم التسوق الخاصة بالمبحوثين، ترى نسبة 52% المحتوى المرئي يساعدهم بشكل كبير في تخطيط الوجبات الغذائية وقوائم التسوق.

يشير هذا إلى أن أكثر من نصف المشاركين يعتقدون أن المحتوى المرئي يلعب دوراً فعالاً في مساعدتهم على تخطيط وجباتهم الغذائية وإعداد قوائم التسوق بشكل صحي.

النسبة تمثل 6% من المبحوثين لا يرون أي تأثير للمحتوى المرئي على قدرتهم في تخطيط الوجبات الغذائية وقوائم التسوق.

توضح هذه النسبة الصغيرة أن قلة قليلة من المشاركين لا يرون تأثيراً للمحتوى المرئي على قدرتهم في تخطيط الوجبات الغذائية وقوائم التسوق.

أفادت نسبة 42% من افراد العينة أن المحتوى المرئي يساعدهم إلى حد ما في تخطيط الوجبات الغذائية وقوائم التسوق.

تبين هذه النسبة الكبيرة أن العديد من المشاركين يرون تأثيراً جزئياً أو محدوداً للمحتوى المرئي على قدرتهم في تخطيط الوجبات الغذائية وقوائم التسوق.

الجدول 17: يبين مشاركة المبحوثين للمحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية على صفحاتهم الشخصية.

الاجابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	54	36%
لا	96	64%
المجموع	150	100%

المصدر: من اعداد الباحثة

يبين الجدول أعلاه مشاركة أفراد العينة للمحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية على صفحاتهم الشخصية، يقوم افراد العينة بمشاركة المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية على صفحاتهم الشخصية ، بنسبة تمثل 36% من إجمالي المبحوثين . يشير هذا إلى أن أكثر من ثلث المشاركين يقومون بنشاط بمشاركة المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية على صفحاتهم الشخصية، مما قد يدل على اهتمامهم بهذا المجال ورغبتهم في نشره وتوعية الآخرين. لا يقوم 64% من إجمالي المبحوثين بمشاركة المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية على صفحاتهم الشخصية. تشير هذه النسبة الكبيرة إلى أن غالبية المشاركين لا يشاركون هذا النوع من المحتوى على صفحاتهم الشخصية، مما قد يدل على عدم اهتمامهم أو تفضيلهم لعدم مشاركة هذا النوع من المحتوى لأسباب مختلفة.

3. نتائج الدراسة :

✓ تعتبر فئة الإناث القسم الأكبر من عينة الدراسة ، مما يبرز اهتمامهن بالمشاركة في الدراسات العلمية والاستبيانات الالكترونية، كما تعكس رغبتهم في الاطلاع و متابعة المحتوى المرئي المتعلق بالتغذية الصحية على منصة الانستغرام ، كما أن مشاركة الذكور كانت قليلة جداً مقارنة بالإناث.

✓ تهيمن فئة الشباب على عينة الدراسة، مما يشير إلى أنهم الفئة الأكثر نشاطا على منصات التواصل الاجتماعي، إضافة إلى تعرضهم الكبير للمحتوى المرئي على منصة

الانستغرام عموماً و المحتوى المرئي خاصة، تليها فئة (31-41 عاماً) بنسبة ملحوظة ،

فئة (42-52 عاماً) بنسبة ضئيلة جداً . ، كما سجلنا نسبة قليلة لفئة أقل من 20 عاماً .

✓ تشكل الفئة الجامعية الغالبية العظمى من عينة الدراسة، مما يبرز اهتمامهم بالدراسات

والأبحاث العلمية، وبشكل خاص الموضوع المتعلق بالتغذية الصحية، وإمكانية وصولهم

بشكل اكبر الى الاستبيانات الالكترونية، كما سجلنا مشاركة متوسط لفئة الأشخاص ذوي

مستوى تعليمي ثانوي، و غياب كلي لمشاركة أصحاب المستويات التعليمية الابتدائية

والمتوسطة.

✓ تعد فئة الطلبة الجامعيون الفئة الأكثر مشاركة في الاستبيان، وذلك بسبب نشاطهم

العالي على وسائل التواصل الاجتماعي، ورغبتهم في التعرف على كيفية تصميم

الاستبيانات، إضافة إلى كونهم مهتمين بالبحث العلمي.

✓ أوضحت نتائج الدراسة الميدانية بأن غالبية المبحوثين يستخدمون منصة انستغرام بشكل

متكرر وغير محدد، مما يجعل من الصعب تحديد عدد مرات الزيارة اليومية، هذا يدل

على استخدام تلقائي وغير واعٍ منهم، ويعود ذلك إلى سهولة الوصول إلى التطبيق

والإشعارات التي تحفز على التفاعل.

✓ يظهر أن استخدام منصة الانستغرام لدى غالبية المبحوثين غير محدد بوقت، مما يشير

إلى استخدامه بشكل متكرر وغير مراقب. ومع ميل البعض منهم الى قضاء ساعة

واحدة يومياً على المنصة.

✓ لا يوجد وقت محدد مفضل لتصفح منصة الانستغرام أظهرت نتائج الاستبيان إن أكثر

من نصف العينة لا يحددون وقتاً مفضلاً، فإن استخدام المنصة يتم على مدار اليوم

بشكل عام، مما يعكس طبيعتها كجزء من الروتين اليومي للمستخدمين، بينما يفضل

الكثيرون تصفح انستغرام ليلاً للراحة والاسترخاء، كما لا يوجد أي رغبة وتفضيل لتصفح المنصة صباحاً .

✓ يفضل افراد العينة الفيديوهات القصيرة (ريلز) على منصة الانستغرام أكثر من أي ميزة أخرى، مما يؤكد أهمية هذا النوع من المحتوى في جذب الجمهور والتفاعل معه، وبنسبة أقل تعتبر القصص اليومية أداة فعالة لمشاركة اللحظات اليومية والتفاعل السريع، إضافة إلى أن الصور مع النصوص لا تزال خياراً مفضلاً لبعض المبحوثين ، توصلت الدراسة كذلك إلى أن البث المباشر هو الأقل تفضيلاً.

✓ تتمثل الدوافع الرئيسية للمبحوثين للبحث عن محتوى مرئي متعلق بالثقافة الصحية على الانستغرام في : الحصول على معلومات جديدة حول التغذية الصحية ، مما يدل على رغبة قوية في التعلم والتثقيف. وهو الدافع الأكبر، يأتي في المرتبة الثانية البحث عن وصفات صحية جديدة ، مما يشير إلى اهتمام عملي بتطبيق مفاهيم التغذية الصحية، يشير دافع الاستفادة من الاستشارات المجانية إلى الرغبة في الحصول على نصائح متخصصة دون غناء وتكلفة ، الفضول دافع آخر لديهم يتمثل في اكتشاف ثقافات صحية متنوعة و ممارسات صحية مختلفة، الوصول إلى خبراء التغذية الصحية يعكس الحاجة إلى معلومات موثوقة من مصادر متخصصة، كما يوضح دافع التعلم من الثقافات الصحية للدول الأخرى الاهتمام بالتبادل الثقافي في مجال الصحة، يلبي المبحوثين حاجتهم الى دعم نفسي و معنوي من خلال متابعة المحتوى المرئي و يسعون الى التفاعل الاجتماعي مع مستخدمين ذوي اهتمامات مشتركة.

✓ تعد منصة الانستغرام الفضاء المفضل لعينة الدراسة للبحث و الاطلاع عن المحتوى

المرئي الصحي نظرا للجودة العالية للصور و الفيديوهات و تدفقها المستمر و سهولة

البحث فيه ، مما يدل على أهمية الجاذبية البصرية في جذب الجمهور ، إضافة الى ان

خوارزميات الانستغرام التي تفهم تفضيلات المستخدمين يساهم في زيادة التفاعل ، فضلا

على أن صفحة "استكشاف" والهاشتاجات تسهل عليهم عملية البحث .

✓ تتنوع موضوعات المحتوى المرئي المتعلق بالتغذية الصحية التي تفضلها عينة

الدراسة، لكن اتفق الأغلبية على تفضيل المحتوى المرئي الذي يقدم وصفات صحية

جديدة ومتنوعة، كما أن لديهم رغبة قوية في الحصول على معلومات طبية موثوقة حول

التغذية والصحة من خلال المحتوى المرئي و نصائح عملية يمكن تطبيقها في حياتهم

اليومية لتحسين الصحة ،

في المقام الثاني يبحث افراد العينة عن محتوى مرئي عملي وموثوق يقدم معلومات غذائية

وصحية بطريقة مبسطة وملهمة ، كما أنهم يفضلون المحتوى المرئي الذي يقدم وصفات صحية

جديدة ومتنوعة، مما يشير إلى أهمية الوسائط المرئية في توصيل المعلومات الصحية ،

بالإضافة إلى أن فهم المصطلحات والمفاهيم الغذائية بشكل مبسط وسهل يعد عاملاً مهماً في

متابعة المحتوى المرئي في منصة الانستغرام ، أوضحت أيضا نتائج التحليل أهمية القصص و

التجارب الشخصية لأنها من مصادر إلهام وتحفيز بالنسبة لهم ، وبدرجة أقل يريد المبحوثين

الاطلاع على أفكار للمطابخ الصحية وتصاميمها، بالإضافة إلى الرغبة في معرفة القيمة

الغذائية للأطعمة ومقارنتها، وكذلك فهم كيفية عمل الجسم من خلال شروحات بسيطة للوظائف

الحيوية .

- ✓ اتفقت عينة الدراسة بأن ميزة المونتاج الاحترافي هي الميزة الأكثر جذبا و تحفيزا لهم
- لمشاهدة المحتوى المرئي المتعلق بثقافة التغذية الصحية و بالتالي يمكننا القول بانها الميزة الأكثر تأثيرا إلى جانب ميزة تخصيص المحتوى ، وهذا مقارنة بجودة الصورة والشخصيات الموجودة في المحتوى اللتان جاءتها بنفس النسب تقريبا
- ✓ يفضل أفراد العينة ويثقون بشكل كبير في المحتوى الذي يقدمه كل من خبراء التغذية الصحية والأطباء، ويعتبرونه مصدرا موثوقا للمعلومات الصحية.
- كما لامسنا تقاربا في تباين اراء المبحوثين حول تفضيلهم وثقتهم بالمحتوى المقدم من طرف اشخاص عاديين ، فيما سجلنا معارضة شديدة للمحتوى المرئي المتعلق بالتغذية الصحية المقدم من طرف المؤثرين كون هذه الفئة تحاول جني الأموال و تبحث عن الثراء من خلال ما تقدمه في منصات التواصل الاجتماعي مما يجعل محتوياتها غير موثوق فيها .
- ✓ إن المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية له تأثير إيجابي على العادات الغذائية الصحية لدى غالبية المشاركين، وإن كان هذا التأثير جزئيا في كثير من الأحيان. ومع ذلك، هناك نسبة قليلة لا ترى أي تأثير لهذا المحتوى على عاداتها.
- ✓ إن المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية له تأثير إيجابي على قدرة غالبية المشاركين في اتخاذ قرارات غذائية صحية، وإن كان هذا التأثير جزئيا في كثير من الأحيان. ومع ذلك، هناك نسبة قليلة لا ترى أي تأثير لهذا المحتوى على قدرتهم في اتخاذ قرارات غذائية صحية.
- ✓ أن المحتوى المرئي المتعلق بالثقافة الغذائية الصحية له تأثير إيجابي على قدرة غالبية المشاركين في تخطيط الوجبات الغذائية وإعداد قوائم التسوق، وإن كان هذا التأثير

جزئيًا في كثير من الأحيان. ومع ذلك، هناك نسبة قليلة لا ترى أي تأثير لهذا المحتوى

على قدرتهم في هذا المجال.

✓ تم تسجيل تباين في سلوك المبحوثين فيما يخص مشاركة المحتوى المرئي المتعلق

بالثقافة الغذائية الصحية على صفحاتهم الشخصية. بينما يقوم البعض بمشاركة هذا

المحتوى بنشاط، يفضل البعض الآخر عدم القيام بذلك.

خاتمة :

في ختام هذه الدراسة، يمكننا القول بأن المحتوى المرئي يلعب دورًا هامًا في نشر ثقافة التغذية الصحية في الجزائر، وخاصة عبر منصة انستغرام. فقد أظهرت النتائج أن المستخدمين يفضلون المحتوى المرئي الذي يقدم معلومات موثوقة ووصفات صحية ونصائح عملية، وأنهم يتفاعلون بشكل كبير مع الفيديوهات القصيرة والمحتوى الذي يقدمه خبراء التغذية والأطباء.

يمكن للمحتوى المرئي أن يكون أداة قوية لنشر ثقافة التغذية الصحية في الجزائر، والمساهمة في تحسين صحة المجتمع.

¹ صباح غربي ، محمود تيتوش (2023): الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي ، مجلة الحوار الثقافي ، 11(3)، الصفحات 41-51 .

² أحمد بن مرسل. (2013). *الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال*. الجزائر: دار الورسم.

³ علوي هند مسرورة محمود. (2020). *المحتوى الرقمي العربي عبر شبكة الانترنت اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي*. مجلة علم المعلومات ، علم الارشيفو علم المكتبات ، 4(1)، صفحة 66.

⁴ بن قناب عبد الرحمن. (جانفي، 2022). أهمية التغذية الصحية و الممارسة الرياضية الترويحية لتفادي الإصابة بهشاشة العظام عند كبار السن فوق 60 سنة. مجلة المجتمع و الرياضة، 5(1)، صفحة 449.

⁵ منظمة الصحة العالمية. (بلا تاريخ). *النظم الغذائية الصحية*. تاريخ الاسترداد 02 7، 2025، من منظمة

الصحة العالمية: [https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/healthy-](https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet)

[diet](https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet)

قائمة المراجع :

أحمد بن مرسل. (2013). *الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال*. الجزائر: دار الورسم.

بن قناب عبد الرحمن. (جانفي، 2022). أهمية التغذية الصحية و الممارسة الرياضية الترويحية لتفادي الإصابة بهشاشة العظام عند كبار السن فوق 60 سنة. *مجلة المجتمع و الرياضة*، 5(1)، صفحة 449.

علوي هند مسرورة محمود. (2020). المحتوى الرقمي العربي عبر شبكة الانترنت اقتراح تصميم بوابة عربية لإدارة المحتوى الرقمي. *مجلة علم المعلومات ، علم الارشيفو علم المكتبات* ، 4(1)، صفحة 66.

غربي صباح ، تيتوش محمود. (2023). الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي. *مجلة الحوار الثقافي*، 11(3)، الصفحات 41-51.

منظمة الصحة العالمية. (بلا تاريخ). *النظم الغذائية الصحية*. تاريخ الاسترداد 02 7، 2025، من منظمة

الصحة العالمية: [https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/healthy-](https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet)

[diet](https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet)