

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين

دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

The Role of New Media in Shaping Health Awareness Among Algerians An Analytical Study of a Sample of Instagram Accounts

هامل عبد النور* 1، تومي أم الخير 2

1 جامعة وهران 01 - أحمد بن بلة - وهران (الجزائر) hamel.abdenmour@edu.univ-oran1.dz

2 جامعة وهران 01 - أحمد بن بلة - وهران (الجزائر) toumi.oumelkheir@univ-oran1.dz

تاريخ الاستلام: 2026/03/12 تاريخ القبول: 2026/04/25 تاريخ النشر: 2026/06/30

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية الى تحليل مساهمة الاعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الجزائريين، من خلال منصة التواصل الاجتماعي انستغرام Instagram بالنظر الى طبيعة هذه المنصة التي تشترك في عنصر المشاركة والتفاعلية والانتشار، حيث اعتمدنا في ذلك على دراسة تحليلية لعينة من حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي انستغرام Instagram أنموذجا باستخدام أداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وبالتطبيق على عينة بلغ عددها 48 منشورا موزعة على 04 حسابات من منصة انستغرام. نحاول في هذه الدراسة تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي، وبصفة خاصة وأساسية موقع انستغرام، وتحديد الدور الذي يلعبه لبلورة وتحقيق ونشر الوعي الصحي، انطلاقا من طرق وأنماط الاستخدام لدى الجزائريين.

الكلمات المفتاحية: الدور؛ الإعلام الجديد؛ الوعي الصحي؛ انستغرام.

Abstract:

This research paper aims to analyze the contribution of new media to promoting health awareness among Algerians through the social media platform Instagram. Given the platform's nature, characterized by offering participation, interactivity, and its widespread reach, we adopted an analytical study of a sample of some Instagram accounts. Content analysis

* المؤلف المرسل

was used as the data collection tool, and the study examined a sample of 48 posts distributed across four Instagram accounts. This study attempts to highlight the role of social media, particularly Instagram, in shaping, achieving, and spreading health awareness, based on the usage ways and patterns of Algerians.

Keywords: Role, New Media, Health Awareness, Instagram.

مقدمة

باتت وسائل الإعلام المختلفة تقوم بدور متعاظم في تشكيل اتجاهات الرأي العام في كل دول العالم، وخصوصاً في ظلّ التطورات التكنولوجية المتسارعة التي أفرزتها الثورة الصناعية الرابعة التي أتاحت لها الوصول إلى شرائح المجتمع كافة من خلال أدوات جديدة أسرع انتشاراً وأقلّ كلفة. فمثلاً صدمة جائحة كورونا وتهديدها للإنسان، بدت كصرخة مدوّية في عمق الوعي البشري عموماً، وتجلّى صداها في المنابر الإعلامية كأحد أهم أذرع المواجهة مع كورونا بشكل خاص، حيث جندت إمكاناتها وعقول القائمين عليها ومهاراتهم بمختلف مواقعهم الجغرافية والمهنية، مذيعين، مراسلين، محاورين، كتاب، أطباء، أخصائيين... إلخ، لتحفيز وعي الرأي العام وتنوير العقول وتغذيتها بما ينفع ويساهم في تطوير مهارات الإنسان ومنحه وسائل مواجهة تحديات الأمراض والأوبئة والتحديات التي تفرضها سيورة وتطور الوباء مثلاً.

في حين قدمت المنصات الإعلامية بين يدي الإنسان آراء كل أدلى بدلوه من الأخصائيين والعلماء والسياسيين والمفكرين والمحللين من مختلف بلدان العالم. فراحت تخاطب الرأي العام بشفافية ووضوح حول طبيعة الخطر الداهم وجديته، وتطرح على مسامعه وبصره الجدل القائم بشأن فيروس كورونا المتعلق بحيثياته وأبعاده ومساراته والتكهنات بشأن مآلاته، وانعكاسات الوباء على المشهد العالمي، وتفاصيل هذا المشهد وتفاعلاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية والصحية وما يمكن أن يترتب على ذلك من تبعات وتطورات على كل الأصعدة كافة.

فبقدر العبء الذي تتحمله وسائل الإعلام الجديدة وكوادرها وهم في الخندق المتقدم إلى جانب أصحاب الاختصاص من الأطباء وغيرهم في مواجهة الوباء العالمي، فإنها بصنوفها المهنية المتعددة قدمت نماذج من التوعية المتميزة ليس فقط في سرعة الخير ودقته وشموله بالتحليل، بل أيضاً بالبعد الأخلاقي النابع من الإحساس والواجب والمسؤولية العامة تجاه الرأي العام أياً كان موقعه وانتماؤه وإيديولوجيته وعرقه ومذهبه، وقد توحدت لغتها، توعيةً ونصحاً، بضرورة إدراك

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

الناس أن "الخروج من الأزمة لا يعني هزيمة كورونا وأن تخفيف القيود لا يعني التهاون، بل هدفه دعم القطاعات الحيوية، وأن مسؤولية الأفراد في مكافحة الفيروس مثلاً جزءاً من منظومة الدول في مكافحة الفيروس" وإلى ما كان هنالك من إرشادات باتت تشكل عنصراً ثابتاً من شكل ومضمون المنصات الإعلامية المختلفة.

على هذا الأساس تمكّن الإعلام الجديد وهو يقف إلى جانب الإنسان في مواجهة الخطر والحد من الأمراض عبر ترسيخ دوره كمنصة لخدمة الإنسان ووعيه ووجوده، ولعلها فرصة لإعادة التموضع وتكريس أخلاقيات مهنية إضافية تُؤصّل مبدأ التفاعل والتأثير والانتشار بين الوسيلة الإعلامية والمتلقي انطلاقاً من المصادقية والثقة المتبادلة.

إذن يمكن القول إنها كلها آراء وجدت أجوبتها واضحة جليّة في ثنايا الاعلام الجديد عبر منصاته ومواقعه التي لم تتوقف عن الدوران في فلك وظيفتها ودورها الإخباري والتوعوي خلال الأزمات العالمية، وريادة دورها يفصح عنه بلا لبس التوجّه المباشر والمجرد نحو الرأي العام ومخاطبته بروح النصح والتوجيه والإرشاد، مُتَنَسِّمَةً أدوارَ الأطباء حيناً، وأدوار الموجهين والمرشدين الاجتماعيين حيناً آخر، وأدوار الرعاية المتبادلة بين الإنسان وحواضنه السياسية والاجتماعية والصحية أحياناً.

إشكالية الدراسة:

إن تحليل هذه الإشكاليات والجدل الكبير الحاصل في الأوساط الإعلامية الجزائرية حول موضوع الوقاية والإرشاد وتنمية الوعي لدى الأفراد ودراستها بعمق يمكن أن يساهم في تحسين فهمنا لمساهمة الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي في الجزائر بغية تطوير سياسات فعالة لتعزيز الصحة العامة عن طريق تفعيل الإستراتيجيات الهامة للوقاية من الأمراض والحد من انتشارها. ولغرض تحليل مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين من خلال منصة انستغرام **Instagram** لهذا كان من المفيد بنا التطرق لهذه الظاهرة وهذا ما يقودنا إلى طرح التساؤل التالي:

ما مدى مساهمة الإعلام الجديد عبر وسائطه المتعددة (انستغرام **Instagram**) في نشر الوعي الصحي في الجزائر؟

فرضيات الدراسة:

بناء فرضيات حول الإعلام الجديد ونشر الوعي الصحي في الجزائر يتطلب الأخذ بعين الاعتبار عدة جوانب مرتبطة بالتحويلات التكنولوجية والاجتماعية التي تشهدها البلاد، فضلاً عن دور الإعلام في تحسين الفهم العام للقضايا الصحية، ويرى الباحث من خلال انطلاقه في عملية تحليل متغيرات الدراسة وضع بعض الفرضيات لعل أهمها :

- الإعلام الجديد من خلال منصة انستغرام **Instagram** له تأثير إيجابي كبير في نشر الوعي الصحي في الجزائر.
- يُعد الإعلام الجديد وسيلة رئيسية لنقل المعلومات بسرعة إلى الجمهور، مما يساعد في السيطرة على الأزمات والحد من انتشار الشائعات.
- يساهم الإعلام الجديد في زيادة مستوى الثقة في النظام الصحي بالجزائر، حسب نوعية المعلومات المتداولة.

تعتبر هذه الفرضيات بمثابة نقاط انطلاق للبحث والتحليل في العلاقة بين الإعلام الجديد ونشر الوعي الصحي في الجزائر، ويمكن أن تفتح الباب لمزيد من الدراسات والأبحاث التي تدرس تأثير هذه الوسائل في الواقع الجزائري، خاصة في ظل التحديات الصحية التي تواجهها البلاد. وللإجابة عن هذه الإشكالية سيتم طرح بعض الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف يمكن للإعلام الجديد (منصة انستغرام) تعزيز الممارسات الصحية السليمة، والوقاية من الأمراض والحد منها؟
- هل يمكن للإعلام الجديد (منصة انستغرام) أن يوفر منصات فعالة للتواصل بين الجهات الصحية والناس، مثل نشر الإرشادات الطبية العاجلة؟
- كيف يمكن أن يلعب الاعلام الجديد (منصة انستغرام) دوراً في تنظيم الحملات التوعوية وتوجيه المواطنين نحو الإجراءات الصحيحة؟
- ما هي مضامين المعلومات الصحية المروج لها في حسابات الناشطين في المجال الصحي على موقع انستغرام **Instagram** عينة الدراسة؟

أهداف وأهمية الدراسة: تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين
دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

- تحليل دور وسائل الإعلام الجديدة (منصة انستغرام) في توجيه وتشكيل وجهات نظر الجمهور بشأن المسائل الصحية والسلوك الصحي.
- دراسة وفهم استجابة الجمهور للمعلومات الصحية والتوعية الصحية عبر وسائل الإعلام الجديدة (منصة انستغرام) في الجزائر.
- تقييم مدى تأثير (منصة انستغرام) على تغيير السلوك الصحي للأفراد والمجتمعات نحو نمط حياة صحية

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

إن تحديد الباحث لمنهج دراسته يبنى على مجموعة من المتغيرات التي ترتبط أساسا بطبيعة الموضوع الذي يريد الخوض في غماره من جهة، والأهداف التي يسعى إليها من جهة أخرى، كما أن المتغير لا يمكن بأي حال من الأحوال للباحث أن يهمله في تحديد المنهج المناسب بالإضافة إلى الإمكانيات المتاحة والإطار الجغرافي والزمني للبحث.

تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تسعى الى التعرف على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور من خلال منصة انستغرام **Instagram** عن طريق وصف وتحليل طبيعة المواضيع التي يتم التركيز عليها، وأشكال عرضها ومدى تفاعل الجمهور معها بالإضافة الى المنهج التحليلي للمعطيات والأرقام الخاصة بتحليل الحسابات والصفحات محل الدراسة.

فالمنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم أو هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة (شروخ، 2003، صفحة 92)، وانطلاقا من هذه الفكرة فإن الباحث اتبع منهج تحليل المحتوى الذي عرفه "**Berenson**"، " هو أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي لمحتوى الاتصال" (أحمد، 2004، صفحة 137)، نظرا لطبيعة الموضوع وهدف الدراسة الذي يتمثل في معرفة دور الإعلام الجديد من خلال (منصة انستغرام) في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين.

ضبط المفاهيم الأساسية للدراسة:

فالمفاهيم يعرفها السرياقوسي بقوله: "المفاهيم العلمية هي معاني يحددها العالم للمصطلحات العلمية التي يستخدمها في التعبير عن وقائع العلم وحقائقه". (السرياقوسي، 1986، صفحة 124)

ويعرفها "Maurice Angers": بأنها "تمثيل عقلي وعام ومعبّر لظواهر أو مجموعة ظواهر ولما بينها من علاقات". (Angers, 1997, p. 108)

يفيد تحديد المفهوم في أداء عدة وظائف هامة منها ما ذكره "Robert Mertoun" حيث قال بأن المفاهيم تساعد على توضيح المعطيات التي تندرج تحت المفهوم، ومن ثم يساعد ذلك على التقليل من تداخل المعطيات الغريبة، وضم المعطيات الخارجة عنه والتي ينبغي أن تندرج تحته، ونجاح المفهوم في تحديد معطياته الأساسية قد يفيد في إزالة كثير من الغموض المتضمن بعض النظريات بل يؤدي أحيانا إلى تأسيس سلسلة عديدة من الفروض التي توسع من نطاق النظرية. (علي، 1983، صفحة 39)

نتناول فيما يلي تحديد المفاهيم التي سنستعملها في هذه الدراسة، وهذا بعد مراجعة الأدبيات في ميدان علوم الإعلام والاتصال والاطلاع على المفاهيم المستعملة في دراسات هذه الأدبيات بصفة صريحة وضمنية، ومدى الاتفاق أو التقارب أو الاختلاف فيما بين الباحثين.

فمراجعة هذه الأدبيات سمحت لنا بتوضيح المفاهيم التي سنستعملها من جهة، ومن جهة ثانية، ستمكن من ربط نتائج هذه الدراسة بما توصلت إليه الأبحاث في هذا الميدان.

الدور: يعرف الدور لغة بأنه الحركة أي الفعل والعمل (البستاني، صفحة 211)، ونلاحظ من خلال هذا التعريف أن الدور مرتبط بالقدرة على الحركة والنشاط.

وحسب معجم "Woutburg" و "Bloch" فإن كلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية "Rotulas" التي تعني: من جهة ورقة مطوية تحمل مكتوب، ومن جهة ثانية ما يجب أن يستظهره ممثل مسرحية وابتداء من القرن 11 م بدأ استعمال مفهوم الدور بمعنى وظيفة اجتماعية أو مهنة (عياش، 1994-1995، صفحة 18).

اصطلاحا: بما أننا بصدد إعطاء مفهوم اصطلاحى للدور فانه يمكن القول بأن هناك العديد من الأبحاث قد تناولت مفهوم الدور وتوصل عدد من العلماء إلى إعطاء تعاريف متباينة كل حسب

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين
دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

تخصصه واتجاهاته العلمية و هذا ما يشير إليه فاروق مداس حيث يقول " أن مصطلح الدور يستخدم في علم الاجتماع وعلم النفس والأنثروبولوجيا بمعان مختلفة فيطلق كمظهر للبناء الاجتماعي على وضع اجتماعي معين يتميز بمجموعة من الصفات الشخصية والأنشطة، كما يمكن تعريفه على انه نموذج يركز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معين، ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات يعتنقها الآخرون كما يعتنقها الشخص نفسه(مداس، 2003، صفحة 120).

وفيما يلي نورد بعض التعاريف العلمية التي تناولت المفهوم الاصطلاحي للدور:

1. تعريف "Linton": الدور هو مجموعة النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة، ويحتوي على مواقف وقيم وسلوكيات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة.

2. يعرف نيبيل الصادق: الدور على انه عبارة عن أنماط سلوكية تكون وحدة ذات معنى وتبدو ملائمة لشخص يشغل مكانة معينة في المجتمع أو يشغل مركزا محدد في علاقات شخصية متبادلة مثلا: قائد(الصادق، 1983، صفحة 367) .

3. أما محي الدين مختار: يعرف الدور على انه الجانب الديناميكي لمركز الفرد أو وضعه أو مكانته في الجماعة، ويفهم من هذا التعريف أن الفرد يشغل عدة مراكز في جماعته حسب مكانته، فيصبح للمكانة جانب ديناميكي متحرك يسمى الدور.

ويعرف الدور على بأنه وظيفة الفرد في الجماعة أو الدور الذي يلعبه الفرد في جماعته أو موقف اجتماعي ويفهم من هذا الدور هو الوظيفة التي يؤديها الفرد في موقف اجتماعي معين.(مختار، 1981، صفحة 201)

وفي دراستنا هذه وبعد أن استعرضنا لمجموعة من التعاريف الاصطلاحية للدور فانه يمكن القول بأن التعريف الثالث يقترب مما نقصده بالدور الذي نعني به "الوظيفة".

الإعلام الجديد:

لغة: هناك تعريفات أخرى للإعلام الجديد منها تعريف مجلة أم بي سي للإعلام الجديد بأنه: "شكل من أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدججة وأقراص DVD وبشكل أكثر أهمية على شبكة الانترنت (كاتب، 2011، صفحة 9).

يعرف بأنه: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم اجمع (مصطفى، 2008، صفحة 31).

التعريف الإجرائي:

يمكن تعريف الإعلام الجديد إجرائيا على حسب نظرة الباحث بأنه إعلام متعدد الوسائط، حيث أنه أحدث بيئة رقمية نوعية تتميز بالتفاعلية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو، وهو ما أطلق عليه بصحافة المواطن.

الوعي الصحي:

لغة: أما من الناحية اللغوية فقد عرف عبد الرحمان العيسوي في كتابه الإسلامي والعلاج النفسي على أن الوعي يعني الحفظ والتعلم فوعي الحديث يعنيه وعيا أي يحفظه وأذن واعية أي مدركة وصاغية زمن ثم فان الوعي الصحي يعني حفظ وتعلم وأدراك المعارف الصحية (العيسوي، صفحة 132).

اصطلاحا: يقصد بالوعي الصحي من الجانب الاصطلاحي على أنه "إلمام المواطنين بالمعلومات الصحية وأيضا إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو الممارسة عن قصد نتيجة الفهم والإقناع، وبمعنى آخر أن تتحول الممارسات الصحية إلى عادات تمارس بلا شعور أو تفكير، وهو الهدف الذي يجب أن تسعى إليه وتتوصل إليه لا أن تبقى المعلومات الصحية كثقافة صحية فقط (الدين، 2001).

أما فاهد محمد عبد الفتاح في رسالته "فاعلية استخدام قراءة السلوك في تنمية الثقافة الصحية لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية"، فقد عرف الوعي الصحي: "على أنه قدرة الفرد على ترجمة المعلومات الصحية إلى سلوكيات صحية سليمة في المواقف الحياتية التي يتعرض لها، والتي من خلالها يستطيع المحافظة على صحته في حدود الإمكانيات المتاحة".

التعريف الإجرائي:

من الناحية الإجرائية يرى الباحث أن الوعي الصحي هو عملية إدراك الفرد لذاته، وإدراك الظروف الصحية والمشكلات المحيطة به، وتكوين اتجاه عقلي نحو الصحة العامة للمجتمع والإحساس بها ومحاولة إيجاد حلول لها.

الانستغرام Instagram: عبارة عن تطبيق مجاني لتبادل الصور والفيديوهات يتيح للمستخدمين إمكانية مشاركتها ضمن مجموعات متنوعة من الشبكات الاجتماعية، حيث يتميز الانستغرام بنمط خاص للعلاقات بين المستخدمين إذ لا تستلزم أن تكون ذات طابع تبادلي، بمعنى يمكن للمستخدم أن يختار من يتابع بكل حرية دون الحاجة الى طلب الإذن منه ولا أن يقوم صاحب الحساب أو المؤثر بمبادلتة ذلك، ففكرة اختيار من تتابع - Follow - مفتوحة على الجانبين (Hudders.L.DeVeirman & Mcouberghe, 2017).

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث في العلوم الإنسانية يشير كما يراه Jean de Bonville إلى مجموعة الأشخاص أو مجموعة من العناصر من نفس الفضاء الملاحظ، مجردة وقابلة للعد" (Bonville, 2006, p. 103).

فمجتمع البحث الذي يقصده الباحث في دراسته هذه هو مجموعة الرسائل المتماثلة والمعبرة في حوامل والتي يريد الباحث معرفة خصائصها، فهو يمثل ذلك الكل من الوحدات التي يستقي منه الباحث العينة التي يريد دراستها، وبالتالي فهو يمتاز بكثرة العدد والانتشار الى درجة يستحيل دراسته بالكامل.

بالعودة لدراستنا الحالية، فان مجتمع البحث تمثل في " حسابات لبعض الناشطين في مواقع التواصل الاجتماعي انستغرام Instagram والتي تتسم بكثرة العدد، لذلك قام الباحث بتحديد عدد من تلك الحسابات التي شكلت المجتمع المتاح، ليتم بعد ذلك اختيار عينة فقط للدراسة.

الجدول الموالي رقم (01) يمثل حسابات لبعض الناشطين في نشر الوعي الصحي على مواقع التواصل الاجتماعي انستغرام Instagram والتي تشكل المجتمع المتاح للدراسة، حيث تحصل

عليه الباحث بعد مقارنة استطلاعية واستنادا لجملة من المواصفات تمثل خصائص العينة نذكر منها:

✓ حسابات الناشطين على الانستغرام **Instagram** هي حسابات ذات طابع شخصي أو فردي، ولا تأخذ الطابع المؤسسي الرسمي.
✓ تختص هذه الحسابات فقط بالمجال الصحي.

✓ الناشطون على هذه الحسابات ينتمون الى فئة "**Micro Influencer**" وهي الفئة التي يتراوح عدد متابعيها بين 1000 و 100.000 متابع ولديهم معدل تفاعل يتراوح بين 25 % و 50% في المتوسط لكل منشور أو مشاركة، وترتبطهم علاقة أقرب الى العلاقة الشخصية مع متابعيهم بحكم قلة عددهم وصغر انتشارهم الجغرافي الغالب.

✓ هذه الحسابات ذات عدد كبير من المتابعين تمثل تأثيرًا واسعًا، ما يجعل تحليل محتواها أكثر أهمية لفهم الاتجاهات العامة للصحة.

✓ تم اختيار هذه الحسابات التي تسجل معدلات تفاعل مرتفعة إعجابات، تعليقات، مشاركات، مشاهدات بحيث أنها تُعتبر مؤثرة في الجمهور وتوفر بيانات ذات مغزى.

✓ الاستمرارية والنشاط والديمومة في النشر حيث أن اختيارنا لهذه العينة النشطة التي تنشر محتوى بانتظام تكون أكثر ملائمة للدراسة من الصفحات الخاملة.

✓ الامتثال للمعايير الأخلاقية تم اختيار هذه الصفحات والحسابات التي لا تنتهك القيم الأخلاقية أو السياسات الخاصة بالبحث العلمي، مثل نشر معلومات مشبوهة أو خطابات ذات طابع ترويعي.

استخدام منصة الانستغرام في الجزائر:

تشير الأرقام المنشورة في شركة ميتا إلى أن عدد مستخدمي انستغرام **Instagram** في الجزائر بلغ 8.40 مليون مستخدم في أوائل عام 2023. مع ذلك، يقصر موقع انستغرام **Instagram** استخدام منصته على الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم 13 عامًا فأكثر، لذا من المفيد معرفة أن 25.4 % من الجمهور "المؤهل" في الجزائر يستخدم انستغرام **Instagram** في عام 2023. الجدير بالذكر أيضًا أن وصول مستخدمي انستغرام

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين
دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram -

Instagram في الجزائر في بداية عام 2023 كان يعادل 26.2 % من قاعدة مستخدمي الإنترنت المحليين (بغض النظر عن العمر). في أوائل عام 2023، كان 43.7% من جمهور انستغرام **Instagram** في الجزائر من الإناث، في حين كان 56.3% من الذكور. في هذا الإطار سنعرض عليكم هذا الجدول التفصيلي الذي يوضح حسابات الناشطين في مجال الصحي على الانستغرام واللذين يمثلون المجتمع المتاح للدراسة :

الجدول رقم (01): يوضح حسابات الناشطين في مجال الصحي على الانستغرام واللذين يمثلون المجتمع المتاح للدراسة

الحساب على الانستغرام Instagram	تصنيف الحساب حسب متغير الجنس	عدد المتابعين فترة إجراء الدراسة	عدد المنشورات فترة إجراء الدراسة
dr.mekkas_walid Date d'inscription :Mai 2015	ذكر - شارة زرقاء	259 k Followers 83 Suivi(e)s	283 Publication
dr_sabeur Date d'inscription :Juin 2021	ذكر - شارة زرقاء	66 k Followers 55 Suivi(e)s	676 Publications
stetika_medical_center Date d'inscription :Février 2019	أنثى - شارة زرقاء	84 k Followers 1 543 Suivi(e)s	326 Publications
dr_belkis Date d'inscription :Juin 2021	أنثى - شارة زرقاء	224 k Followers 5 928 Suivi(e)s	179 Publications
farida_wissem_ Date d'inscription :Juin 2015	أنثى - شارة زرقاء	109 k Followers 4 768 Suivi(e)s	178 Publications
Dr_ Bounekta_ endocrinologue Date d'inscription :Août 2018	ذكر عدم وجود شارة زرقاء	60,6 k Followers 340 Suivi(e)s	80 publications
nurmed2022 Date d'inscription : 2022	ذكر عدم وجود شارة زرقاء	14 Followers 538 Suivi(e)s	31 Publications
Ayadaabdelhafid Date d'inscription : Mai 2017	ذكر عدم وجود شارة زرقاء	2 209 followers 6 suivi(e)s	54 publications
esseha2018 Date d'inscription : 2020	أنثى عدم وجود شارة زرقاء	15.1 k Followers 14K Suivi(e)s	3 420 publications
dr_ouldhamouda Date d'inscription :2019	أنثى - شارة زرقاء	7 828 Followers 989Suivi(e)s	448 Publications

349 Publications	265 k Followers 1 121 Suivi(e)s	أنثى - شارة زرقاء	dr_rahimaa Date d'inscription :2018
---------------------	------------------------------------	-------------------	--

المصدر: إعداد الباحث (هامل عبد النور)

عينة الدراسة:

يطرح الكاتب الصحفي شيلدون أرجارابز **SheldonR.Gawiser** سؤالاً يعبر فيه عن مفهوم العينة قائلاً: "كيف يمكنك أن تقابل ألف شخص فقط وتستطلع آرائهم ثم تدعي بأنك تعرف ما يفكر فيه 250 مليون أمريكي؟" (أرجارابز و جي، 1997، صفحة 87). المقصود بهذا السؤال هو كيف يمكن دراسة مجتمع كبير من حيث عدد السكان عن طريق جزء منه فقط أي عينه منه، ثم نقوم بتعميم النتائج التي تحصلنا عليها على جميع أفراد المجتمع الكبير.

ففي ميدان البحث العلمي، نتطلع أن تسمح لنا العينة المتكونة من بعض العشرات، المئات أو الآلاف من مفردات البحث، وذلك حسب الحالة المستأصلة من مجتمع البحث بالوصول إلى التقديرات التي يمكن تعميمها على مجتمع البحث الأصلي (أنجوس، 2004، صفحة 301)، وطبيعة الموضوع المتناول بالدراسة هو الذي يفرض على الباحث أسلوباً معيناً لاختيار العينة، ويرى كرلينير **Carliner**: "بأن أسلوب اختيار العينة هام جداً في تحديد مدى تمثيلها للجمهور". فالعينة يعرفها محمد عبد الحميد: "بأنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً" (الحميد، 2000، صفحة 133).

فاختيارنا للعينة غير احتمالية فهي عينات لا تخضع إلى قوانين الإحصاء ولا إلى الصدفة، بل إلى مواصفات ومعايير وضعناها للغرض الذي يخدم دراستنا هذه، حيث حددنا العينة القصدية لميول ورغبة انتهجها الباحث في اختيار العينة ووحداً، حيث لجأنا إلى ذلك وهو كوننا أمام مجتمع بحث غير واضح المعالم، صعب علينا تحديده وتحديد خصائصه، وعليه فاخترنا أفراد العينة وبالعدد الذي رأيناه مناسباً لتحليل إشكالية بحثنا.

قمنا باختيار عينة قصدية من حسابات مواقع التواصل الاجتماعي انستغرام **Instagram** أنموذجاً أي الناشطين اللذين لديهم أكبر عدد من المتابعين، لتشكيل العينة بذلك أربعة (04) حسابات على منصة انستغرام **Instagram**.

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام-Instagram-

حيث جاء هذا التقسيم حسب ما كان متاحا في فترة الدراسة بهدف معرفة ما إذا كانت هناك فروق في المحتوى الصحي الذي تنتجه كل الحسابات على منصة - انستغرام - خاصة من ناحية المضامين التي تعرضها كل المنصات وكيفية معالجتها للمتابعين.

ليتم بذلك كمرحلة أخيرة اختيار عينة تحليلية من المضامين التي تم نشرها على حسابات الناشطين في المجال الصحي أي عينة الدراسة في الفترة الممتدة ما بين 01 جانفي 2023 الى غاية 31 ديسمبر 2024 أي سنة كاملة حيث تم اخذ منشور عن كل شهر، بمعدل 12 منشور لكل حساب، وجاء هذا الاختيار رغبة من الباحث في تغطية منشورات الحسابات التي تم اختيارها كعينة دراسة خلال كل شهر من أشهر السنة.

بعد الملاحظة والتدقيق في اختلاف مضامين تلك المنشورات من شهر الى آخر وتشابهها في ذات الشهر في حين لآخر، والذي يتوافق مع تنوع النشاطات الصحية التي يقوم بها الناشطين ويشاركون مضامينها عبر حساباتهم خاصة التي تتزامن والمناسبات الصحية مثلا، هذا من جهة، إضافة الى إلزامية تغطية فصول السنة ومراعاة خصوصية الأنشطة الصحية التي تتنوع من فصل الى آخر ومن شهر الى آخر.

لنحصل في الأخير على 48 منشورا تمثل مضامين محل الدراسة والتحليل موزعة، حسب ما هو موضح في الجدول الآتي:

الصفحات المختارة على موقع الانستغرام Instagram محل الدراسة والتحليل:

الجدول رقم (02): يمثل عينة الدراسة ومواصفاتها (انستغرام).

الحساب على الانستغرام Instagram	تصنيف الحساب حسب متغير الجنس	عدد المتابعين فترة إجراء الدراسة	عدد المنشورات فترة إجراء الدراسة (منشور عن كل شهر)
stetika_medical_center Date d'inscription :2019	أنثى - شارة زرقاء	326 Publications 84 k Followers 1 543 Suivi(e)s	12
dr_belkis Date d'inscription : 2021	أنثى - شارة زرقاء	179 Publications 224 k Followers 5 928 Suivi(e)s	12
dr_ouldhamouda Date d'inscription :2019	أنثى - شارة زرقاء	349 Publications 265 k Followers 1 121 Suivi(e)s	12
dr_rahimaa Date d'inscription :2018	أنثى - شارة زرقاء	448 Publications 7 828 Followers 989Suivi(e)s	12

المصدر: إعداد الباحث (هامل عبد النور)

تقنيات وأدوات جمع البيانات:

من أجل معالجة إشكالية دراستنا هذه ووضعها في مستوى التحليل سيتم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى، عبر مقارنة تحليلية للمنصة الإعلامية الجديدة انستغرام Instagram التي اهتمت بنشر المعلومات الصحية، ويتضمن هذا التحليل مستويين يخص فئات المضمون من حيث اللغة المستخدمة و المواضيع المنشورة و مدى تفاعل الجمهور مع المنشورات وطبيعة الأهداف المستعملة، وفئات الشكل من حيث شكل عرض المنشور ومدى وجود الملفات المتاحة للتحميل الروابط والمصادر في المنشورات تأسيسا لما سبق تعد أداة تحليل المحتوى الأداة الأنسب لهذه الدراسة لعدة اعتبارات، منها كون هذه الأداة تدرج ضمن منهج المسح في الدراسات الوصفية، إضافة الى كونها

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين
دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة -Instagram-

الأكثر شيوعا واستخداما إذ ما تعلق الأمر بدراسة الرسائل الإعلامية وتحليل محتوياتها، وهو ما تذهب إليه دراستنا.

على ضوء ذلك تم ضبط فئات تحليل المضمون الخاصة بهذه الوسائط الإعلامية الجديدة وفقا ما يلي:

فئات التحليل:

ففي تحليل المحتوى يضم الفئات التي جاءت لتسهيل التحليل وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول (حسين، 1983، صفحة 88)، وعليه تسعى عملية وضع الفئات إلى تنظيم أشياء أو أشخاص من نفس الطبيعة (henriette & autres, 1984, p. 117). لهذا يهدف الباحث إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة.

فقد يرى الباحث أن هذه الفئة يمكن إدراج فئات الشكل التي غالبا ما يطرح السؤال: كيف قيل؟ وهي الفئات المتعلقة بشكل وطريقة عرض المنشورات الموجودة في المنصات الإعلامية الجديدة المختارة وتحتوي على ما يلي:

فئات المضمون: ماذا قيل؟

هي الفئات المتعلقة بالبحث ضمن تفاصيل محتوى المنشورات التي تم نشرها في هذه الوسائط الإعلامية الجديدة وهي كما يلي:

أ. فئة اللغة المستخدمة: هي مجموعة من التصنيفات ترتبط في طبيعتها بإشكالية الدراسة والهدف منها، وإدراج الباحث في دراسته الفئات الفرعية للغة المستعملة التي تضمناها المنشورات الموجودة في هذه المنصات الإعلامية الجديدة هي مجموعة من التصنيفات التي حددها الباحث في دراسته وهي: الفصحى، اللهجة العامية، اللغة الأجنبية والتي تمثلت في اللغة الفرنسية والانجليزية.

ب. فئة الموضوع: وهي من أكثر الفئات استخداما في بحوث الاعلام والاتصال، وذلك لسهولة النسبية التي تتطلبها، إذ أنها تحاول الإجابة عن السؤال التالي: ما هي الموضوعات التي يدور عليها المحتوى؟ حيث قام الباحث باختيار فئة الموضوع كفئة رئيسية لتحليل محتوى بعض

مضامين المنصات الإعلامية الجديدة، وبعدها قسم تلك الفئة إلى فئات فرعية منشورات توعوية، منشورات إحصائية.

ج. فئة الأهداف: يقصد الباحث من خلال دراسته هذه بفئة الأهداف التي يسعى إليها القائم بالاتصال إلى نشرها وبنفاتها الفرعية: تثقيف، تذكير، توعية، إرشاد.

د. فئة أشكال التفاعل مع المنشورات: ويقصد بها الباحث هنا في دراسته مدى تفاعل الجمهور مع المنشورات التي تنشرها هذه المنصات الإعلامية الجديدة (منصة انستغرام) وتشمل عدد التعليقات على المنشورات، عدد المشاركات، عدد الإعجابات، عدد الاشتراكات عدد المشاهدات والمتابعات.

فئات الشكل:

أ. فئة طبيعة المادة الإعلامية المستعملة أي شكل عرض المنشور: هذه الفئة تعني بفنون الكتابة الصحفية أو أي أنواع الكتابات الأخرى ويسعى الباحث من خلال دراسته هذه إلى تقسيم المحتوى المراد تحليله إلى أنواع كتابية أو شكل عرض المنشورات إن كانت نصوص مكتوبة، مصورة، مرئية. كما يمكن أن يدخل في هذه الفئة تصنيف المادة حسب النوع مثل: أفلام، أغاني، دراما، منوعات، برامج، نصوص، صور، فيديوهات مسجلة أو مباشرة.

ب. فئة المصدر: كثيراً ما تعتمد المضامين الصحفية وحتى بعض المضامين الأخرى على عدة مصادر تجمع من خلالها المادة التي تشكل في نهاية المطاف المضمون المقدم، وعليه ففئة المصدر أو المصادر، تبحث عن مختلف المنابع التي تغذي المضمون محل التحليل. وتتمثل أهم هذه المصادر في الأشخاص، الصحف، المحطات الإذاعية والتلفزيونية، الكتب، المختصين، الأفلام والمصادر غير الشخصية والوثائق وغيرها من المصادر المختلفة. (حسين، تحليل المضمون، 1983، صفحة 95)

ج. فئة الملفات المتاحة للتحميل : تدرس وجود أو عدم وجود ملفات متاحة للتحميل من طرف الحسابات المختارة على انستغرام وبنفاتها الفرعية هي وجود ملفات متاحة للتحميل وملفات غير متاحة للتحميل .

د. فئة الروابط المتاحة للتحميل: تدرس وجود أو عدم وجود مواقع أخرى ضمن كل منشور، وبنفاتها الفرعية: وجود روابط متاحة للتحميل، عدم وجود روابط متاحة للتحميل.

عرض الدراسات السابقة حول دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي:

نجد في الجزائر نقص كبير في الدراسات التي تتناول الوعي الصحي بصفة عامة، ووسائل الإعلام الجديد ودورها بصفة خاصة، وهذا بشهادة جل الباحثين اللذين خاضوا في هذه الدراسة ونجد الباحثة "نبيلة بوخيزة" في موضوعها "الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر"(بوخيزة، 1995، صفحة 7)، وكذلك الباحث "شعباني مالك" في دراسته للماجستير سنة 2002 حول " دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين(مالك، 2002، صفحة 25) وكذلك الباحثة "ذهبية سيدهم" في بحثها حول الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة " دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر(سيدهم، 2005، صفحة 7) .

لهذا يعد موضوع مساهمة الإعلام الجديد في تنمية وتعزيز الوعي الصحي في الجزائر موضوعا حديثا، حيث أنه بعد قيامنا بمسح حول الدراسات السابقة الخاصة بالموضوع، لم نجد دراسات محددة ودقيقة تخص موضوعنا، حيث أن جل الدراسات التي وجدناها تتعلق بوسائل التواصل التقليدية ومنها: الإذاعة والتلفزيون...الخ، أما بخصوص مساهمة الإعلام الجديد في تنمية وتعزيز الوعي الصحي فقد تم رصد ثلاثة دراسات التي ورغم ارتباطها بالموضوع إلا أنها لم تركز على المجتمع الجزائري بالتحديد، لكن تبقى مهمة على الأقل في سياقها النظري، وكذا بحكم أنها جاءت في سياق البيئة العربية التي تتقارب مع المجتمع الجزائري في الكثير من الجوانب، حيث تطابقت مع موضوع هذه الدراسة في دراسة العلاقة بين الإعلام الجديد وعلاقته بالوعي الصحي، وفيما يلي يقوم الباحث بترتيب هذه الدراسات حسب التسلسل الزمني لها على النحو التالي :

الدراسة الأولى: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومة الصحية – الفايبيوك أنموذجا – وهي عبارة عن مقال للباحثين مبني نور الدين وحامدي كنزة منشور في مجلة العلوم الاجتماعية الصادرة عن المركز الديمقراطي العربي ببرلين، العدد 10 ديسمبر 2019، وقد هدفت هذه الدراسة إلى محاولة تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم المعلومة الصحية باعتبارها المكون الرئيسي للوعي الصحي، وكذا معرفة استخدامات أفراد عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر جديد من مصادر استقاء المعلومات الصحية لدى الأفراد لإشباع رغباتهم.

تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة الاستبيان التي وزعت على عينة عرضية من مستخدمي شبكة الفايسبوك بلغ عددها 70 فردا، وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن موقع الفايسبوك أتاح تنوعا في المواضيع الصحية، وهو ما أدى إلى التنوع في المعلومات الصحية المنشورة، كما أن نتائج الدراسة الميدانية توصلت إلى أن أفراد عينة الدراسة يعتمدون على الفايسبوك كأكثر وسيلة للحصول على المعرفة الصحية بصفة خاصة (نورالدين وحمادي، 2019، صفحة 302)

الدراسة الثانية: الاشباغات المتحققة من استخدام المرأة العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي من مجال التوعية الصحية - الفايسبوك أمودجا -

تمثل هذه الدراسة مقالا منشورا في مجلة الدراسات الإعلامية الصادرة عن المركز الديمقراطي العربي ببرلين، في العدد الرابع، الصادر في أوت 2018، وقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الاشباغات المحققة من استخدام المرأة العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية الفايسبوك أمودجا، وذلك من خلال دراسة ميدانية لعينة من العراقيات ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، عبر استخدام أداة الاستبيان وتوزيعها على عينة قدرت ب 180 مفردة.

توصلت هذه الدراسة إلى أن موقع الفايسبوك يعد فضاء إعلاميا متكامل الأبعاد يمكن الاستفادة منه لخدمة أغراض الوعي الصحي من خلال نشر المعلومات، عرض الصور والفيديوهات، وكل ما من شأنه بناء أسس التوعية الصحية السليمة (بشري، 2018، صفحة 457) الدراسة الثالثة: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، وهي مقال للباحث خالد فيصل الفرم منشور في مجلة بحوث العلاقات العامة، وهي مجلة دورية تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة للشرق الأوسط، منشور في العدد الرابع عشر سنة 2017، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية في التوعية الصحية بمرض كورونا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

توصلت هذه الدراسة لنتيجة مفادها أن المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض لم تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حيال مرض كورونا، ما يعني

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

- غياب إستراتيجية صحية وطنية تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها في الانخراط في الجهد الوطني الصحي(خالد، 2017، صفحة 225).
- ويمكن ذكر الدراسات المشابهة التي أطلعنا عليها في مجال التثقيف والوعي الصحي وهي كما يلي:
- نبيلة بوخبرة، الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر " رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 1995.
 - شعباني مالك، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة 2002.
 - ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية للمضامين الصحية جريدة الخبر، رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة 2005.

مجالات الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، وقد اتفق العديد من مستعملي مناهج البحث الاجتماعي أن لكل دراسة ثلاثة حدود رئيسية وهي : المجال الجغرافي، المجال الزمني والمجال البشري.

المجال البشري: من وجهة نظر المتابعين لهذه الصفحات والحسابات.

المجال الزمني: تضمن ثلاث مراحل وهي :

المرحلة الأولى: وهي مرحلة جمع البيانات المتعلقة بالقسم النظري وانتقائها وتصنيفها وتبويبها وقد بدأت هذه المرحلة من عام 2025 إلى غاية انتهاء الدراسة.

المرحلة الثانية: وهي مرحلة الإعداد للعمل الميداني وتنفيذه وقد استغرقت هذه المرحلة وقت، فلهذا امتدت فترة الدراسة الميدانية من 01 جانفي 2023 الى غاية 31 ديسمبر 2024 مدة سنة كاملة.

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة التحرير والإعداد النهائي للدراسة.

قبل عرض العملية الإحصائية للصفحات المختارة على انستغرام في هذه الدراسة وتحليلها، سيتم تعريف موجز لهذه الصفحات التي هي محل دراستنا على النحو التالي:

التعريف بالصفحة على الانستغرام [stetika_medical_center](https://www.instagram.com/stetika_medical_center):

صفحة مركز ستيتيكا الطبي تم إنشاؤها في فيفري 2019، هو منشأة متخصصة في الطب التجميلي والليزر وزراعة الشعر، يقع في مدينة وهران يتميز المركز بتقديم مجموعة متنوعة من الخدمات التجميلية والعلاجية باستخدام أحدث التقنيات والمعدات الطبية. يقدم المركز خدمات طبية مثل: الطب التجميلي غير الجراحي الليزر الطبي، زراعة الشعر، علاجات متقدمة. يُشرف على المركز الدكتورة سهام بن عثمان، أخصائية في الطب التجميلي ومقاومة الشيخوخة، مع فريق طبي مؤهل ومتخصص في مختلف مجالات التجميل والعناية بالبشرة. يحظى الحساب بتقييمات إيجابية من المرضى، حيث يشيدون بجودة الخدمات المقدمة، كفاءة الفريق الطبي، والبيئة المريحة والاحترافية، ويمكن إيجادها على الرابط التالي:

https://www.instagram.com/stetika_medical_center?igsh=NHJiMGRoazF4Zzhs

التعريف بالصفحة [dr_belkis](https://www.instagram.com/dr_belkis):

صفحة الدكتورة بلقيس بالواضح هي طبيبة جزائرية متخصصة في الطب التجميلي والتغذية، وتدير عيادتها الخاصة في بلدية شراقة، الجزائر العاصمة. تتمتع بخبرة تمتد لسبع سنوات في الجزائر وثمان سنوات في الخارج، حيث درست الطب التجميلي والتغذية والطب المتعلق بتقدم العمر والأعضاء الداخلية، تقدم عيادتها عدة خدمات تجميلية وعلاجية باستخدام أحدث التقنيات مثل: الليزر الطبي، زراعة الشعر، علاجات متقدمة، التغذية والرشاقة. ويمكن إيجادها على الرابط التالي: [/https://www.instagram.com/dr_belkis](https://www.instagram.com/dr_belkis)

التعريف بالصفحة [dr_ouldhamouda](https://www.instagram.com/dr_ouldhamouda):

يُمثل حساب [@dr_ouldhamouda](https://www.instagram.com/dr_ouldhamouda) على منصة Instagram نموذجًا لحضور مهني رقمي في مجال التدريب والتنمية الذاتية. وتُعرف صاحبة الحساب نفسها من خلاله بوصفها مدربة معتمدة في تقنيات البرمجة اللغوية العصبية (Neuro-Linguistic Programming - NLP) ومكوّنة في مجال تطوير المهارات الشخصية. يندرج المحتوى المنشور ضمن الخطاب التحفيزي و التأطير المعرفي والتطبيقي لمفاهيم البرمجة اللغوية العصبية، مع التركيز على آليات تعديل السلوك، تعزيز الكفاءات الذاتية، وتنمية الوعي بالقدرات الفردية في السياقات الشخصية والمهنية.

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

يُلاحظ أن الحساب يؤدي وظيفة تواصلية وتكوينية في آنٍ واحد، إذ يجمع بين عرض المسار المهني والتكويني لصاحبة الحساب وبين تقديم مضامين تدريبية موجهة لجمهور مهتم بقضايا التطوير الذاتي وتحسين الأداء. وبذلك يمكن تصنيف هذا الحساب ضمن أدوات التموقع المهني الرقمي التي توظف وسائل التواصل الاجتماعي لبناء هوية تخصصية وتعزيز التفاعل مع مجتمع افتراضي ذي اهتمام مشترك.

التعريف بالصفحة dr_rahimaa :

يمثل حساب @dr_rahimaa على منصة Instagram حضوراً رقمياً مهنيًا يُستخدم كمنصة للتواصل ونشر المحتوى المتخصص في العناية بالبشرة والصحة الجلدية. تُمثّل صاحبة الحساب نفسها كصيدلانية وخبيرة في مجال العناية بالبشرة، وتوظّف المنصة لعرض نصائح علمية وتثقيفية حول بروتينات العناية بالبشرة، الوسائل العلاجية الأساسية لمشاكل جلدية شائعة، وطرق الوقاية والصياغة الدوائية المناسبة للمستحضرات المختلفة. كما يتضمن المحتوى منشورات مرئية (صور وفيديوهات) تهدف إلى نشر مبادئ الرعاية الصحية الجمالية وتبسيطها لمتابعيها، مع استثمار تفاعل الجمهور عبر التعليقات والإجابات على الاستفسارات ذات الصلة بهذا المجال.

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية :

تحليل مضاميني لمجموعة (الحسابات على الانستغرام Instagram) :

اللغة المستخدمة في عينة الدراسة:

الجدول رقم (03)، يوضح اللغة المستخدمة في عينة الدراسة

صفحة Instagram	اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
stetika_medical_center	اللغة العربية الفصحى	1	0,60
	اللهجة العامية	1	0,60
	فرنسية	1	0,60
	انجليزية	0	00
dr_belkis	اللغة العربية الفصحى	5	2,98

4,76	8	اللهجة العامية	
00	0	فرنسية	
000	0	انجليزية	
00	0	اللغة العربية الفصحى	dr_ouldhamouda
4,17	7	اللهجة العامية	
39,29	66	فرنسية	
0,00	0	انجليزية	
13,10	22	اللغة العربية الفصحى	dr_rahimaa
17,26	29	اللهجة العامية	
16,67	28	فرنسية	
0,00	0	انجليزية	
100%	168	المجموع	

المصدر: إعداد الباحث (هامل عبد النور)

التحليل:

من خلال الجدول رقم (03)، يتبين أن اللغة الفرنسية هي اللغة المهيمنة من حيث الاستخدام بنسبة 39.289% من إجمالي المنشورات، ويرجع ذلك الى طبيعة التخصص والخلفية التعليمية لأصحاب الصفحات بحكم أن تخصص الطب يدرس باللغة الفرنسية في الجزائر، لهذا لا يزال حاضرا في الأوساط الطبية لاسيما في المصطلحات العلمية والطبية المستخدمة في الحياة اليومية. أما اللهجة العامية فتأتي في التصنيف الثاني بنسبة 26.19%، ما يعكس رغبة الأطباء في مخاطبة الجمهور بلغة مألوفة ومعهودة وسهلة الفهم، وقد ظهرت بشكل ملحوظ في صفحة dr-rahimaa باعتمادها على 29 منشورا، ما يدل على أنها استخدمت المحتوى الطبي البسيط لتقريبه للمتابعين.

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين
دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

طبيعة المواضيع المنشورة في عينة الدراسة:

الجدول رقم (04)، يوضح طبيعة المواضيع المنشورة في عينة الدراسة

صفحة Instagram	المواضيع المنشورة	التكرار	النسبة المئوية
stetika_medical_center	تغذية	0	0,00
	أمراض مزمنة	0	0,00
	صحة نفسية	0	0,00
	نصائح عامة	11	26,19
dr_belkis	تغذية	0	0,00
	أمراض مزمنة	0	0,00
	صحة نفسية	0	0,00
	نصائح عامة	7	16,67
dr_ouldhamouda	تغذية	0	0,00
	أمراض مزمنة	0	0,00
	صحة نفسية	0	0,00
	نصائح عامة	12	28,57
dr_rahimaa	تغذية	0	0,00
	أمراض مزمنة	0	0,00
	صحة نفسية	0	0,00
	نصائح عامة	12	28,57
	المجموع	42	100%

المصدر: إعداد الباحث (هامل عبد النور)

التحليل:

من خلال الجدول رقم (04)، الذي يظهر لنا محتوى الصفحات الطبية الأربع التي تم تحليلها يتضح أن كل الصفحات اعتمدوا على فئة واحدة وهي النصائح العامة، مع غياب تام للمواضيع الأخرى التغذية، الأمراض المزمنة والصحة النفسية. حيث بلغ إجمالي المنشورات المحللة

في الدراسة 42 منشورا، توزعت جميعها على فئة النصائح العامة مما يشكل نسبة 100 % من إجمالي عدد المضامين.

اللافت في هذه الجداول وفي تحليلها هو الغياب الكلي لأي محتوى متعلق بالتغذية والأمراض المزمنة والصحة النفسية عبر جميع الصفحات الأربع، وهو ما يشير على انه هناك قصر كبير في تنوع الرسائل التوعوية الصحية التي يتم تقديمها عبر هذه المنصة (الانستغرام) وكذلك راجع الى طبيعة تخصص القائمين على هذه الحسابات التي تهتم بالمجال الطبي التجميلي. فمن المرجح أن، رغم أهمية النصائح العامة في نشر الوعي الصحي لدى الجمهور، إلا أن الاختصار عليها دون التطرق الى محاور أخرى يقلل من القيمة التوعوية للمنشورات، ويحد من قدرة الصفحات على الاستجابة لتطلعات وحاجات واهتمامات الجمهور المتنوعة. بناء على هذه المعطيات، توصي الدراسة بضرورة تنوع المنشورات عبر صفحات الانستغرام الصحية لتشمل مختلف الجوانب الطبية، مع الاعتماد على إستراتيجية تحريرية مبنية على احتياجات واستخدامات المستخدمين.

تفاعل الجمهور مع المنشورات الخاصة بالحسابات على الانستغرام المختارة:

الجدول رقم (05)، يوضح مدى تفاعل الجمهور مع المنشورات الخاصة بالحسابات المختارة على الانستغرام

صفحة Instagram	التفاعل مع المنشور	التكرار	النسبة المئوية
stetika_medical_center	الاعجابات	2 008	0,13
	التعليقات	111	0,01
	المشاركة	0	0,00
	المشاهدة	0	0,00
dr_belkis	الاعجابات	1 217 477	80,74
	التعليقات	1 585	0,11
	المشاركة	236 942	15,71
	المشاهدة	0	0,00
dr_ouldhamouda	الاعجابات	4 972	0,33
	التعليقات	40	0,00
	المشاركة	26	0,00

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين
دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

0,00	0	المشاهدة	dr_rahimaa
2,51	37 827	الاعجابات	
0,07	1 024	التعليقات	
0,40	5 957	المشاركة	
0,00	0	المشاهدة	
100%	1 507 969	المجموع	

المصدر: إعداد الباحث (هامل عبد النور)

التحليل:

يريز الجدول أعلاه رقم (05)، تحليلا كميا مفصلا لأشكال التفاعل التي حققتها الحسابات الطبية الأربع على منصة الانستغرام **dr_rahimaa**، **dr_ouldhamouda**، **belkis** وتندرج هذه المقاربة ضمن المسعى العلمي لفهم مدى فاعلية إستراتيجية التواصل الصحي الرقمي من خلال قياس مؤشرات التفاعلية (الاعجابات، التعليقات، المشاركات، المشاهدات). حيث تعد صفحة **dr-belkis** أبرز نموذج في هذا التحليل من حيث حجم التفاعل، إذ تستأثر وحدها بنسبة 96.56% من إجمالي التفاعلات المسجلة، في المقابل، تسجل بقية الحسابات نسب تفاعل متدنية حيث احتل الحساب **dr_rahimaa** نسبة تفاعل إجمالية تقدر بـ 3.0%، فيما نجد حساب **dr_ouldhamouda** يسجل حضورا رقميا محدودا جدا أما حساب **stetika_medical_center** وهي صفحة ذات طابع مؤسسي فقد سجلت نسبة متدنية من ناحية إجمالي التفاعلات للصفحات الأربع.

من خلال ما تم تحليله، تكشف هذه المقاربة التحليلية عن تباينات حادة في الأداء الرقمي بين الصفحات الطبية المدروسة، وتبرز بوضوح أن النجاح في التواصل الصحي الرقمي لا يرتبط فقط بمهوية الصفحة أو تخصصها، بل يرتبط أساسا بنوعية المحتوى المقدم للمستخدمين وأسلوب عرضه، ومدى انسجامه مع رغبات المتابعين. بالتالي، فإن تعزيز فعالية الحملات التوعوية

الصحية على منصة الانستغرام يتطلب الجمع بين البعد المعرفي للقائمين على الحسابات، الجاذبية المتمثلة في عنصر العرض والانخراط التفاعلي الحقيقي مع الجمهور المتلقي.

طبيعة الأهداف في الحسابات المختارة على الانستغرام:

الجدول رقم(06)، يوضح مقارنة تحليلية بين الصفحات الأربع بناء على طبيعة الأهداف في الصفحات على الانستغرام

صفحة Instagram	طبيعة الأهداف	التكرار	النسبة المئوية
stetika_medical_center	توعوية	9	16,36
	إحصائية	0	0,00
	تذكيرية	6	10,91
dr_belkis	توعوية	7	12,73
	إحصائية	0	0,00
	تذكيرية	1	1,82
dr_ouldhamouda	توعوية	9	16,36
	إحصائية	0	0,00
	تذكيرية	5	9,09
dr_rahimaa	توعوية	11	20,00
	إحصائية	0	0,00
	تذكيرية	7	12,73
	المجموع:	55	100%

المصدر: إعداد الباحث (هامل عبد النور)

التحليل:

من خلال الجدول أعلاه رقم (06)، يتضح أن جميع الصفحات المدروسة تُولي اهتمامًا بالغًا بالمحتوى التوعوي، حيث جاءت صفحة dr_rahimaa في المرتبة الأولى من حيث عدد المنشورات التوعوية بـ 11 منشورا بنسبة بلغت 20% تليها

dr_ouldhamouda و stetika_medical_center بالتساوي 09 منشورات لكل منهما، بنسبة 16.36%.

أما صفحة dr_belkis فقد سجلت أقل عدد في هذه الفئة بـ 07 منشورات، بنسبة 12.73%.

أما بخصوص المحتوى التذكيري، فقد سجلت صفحة dr_rahimaa أعلى نسبة 73.12% أي ما يعادل 07 منشورات، مما يعكس حرصها على المتابعة المنتظمة وتذكير المتابعين بالممارسات الصحية أو المواعيد الطبية.

تلتها صفحة stetika_medical_center بـ 06 منشورات بنسبة 10.91% ثم dr_ouldhamouda بـ 05 منشورات بنسبة 09.09%، وأخيراً صفحة dr_belkis بمنشور واحد فقط بنسبة بلغت 01.82%، وهو ما يشير إلى ضعف واضح في هذا الجانب لدى الأخيرة.

اللافت للانتباه، أن جميع الصفحات المدروسة غابت تمامًا إدراج المحتوى الإحصائي، حيث لم يُرصد أي منشور ينتمي إلى هذه الفئة، مما يُعد مؤشرًا سلبيًا لتوظيف المحتوى الكمي والبياني للمعلومات الصحية، رغم أهميته (المحتوى الإحصائي) في ترسيخ المعلومة ورفع مستوى المصدقية وشفافية المضامين خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي.

بناءً على ما سبق، يمكن القول أن الصفحات الطبية محل الدراسة، تُظهر تباينًا في أنماط تواصلها، لكنها تتشارك في التركيز على المحتوى التوعوي، مقابل ذلك تهميش شبه تام للمحتوى الإحصائي، مما يُبرز الحاجة إلى إعادة النظر في استراتيجيات المحتوى، لتحقيق توازن وظيفي يُعزز من فعالية الاتصال الصحي عبر المنصات الرقمية.

تحليل شكلي لمجموعة (الحسابات على الانستغرام Instagram):

شكل عرض المنشور في منشورات الحسابات المختارة على منصة انستغرام:

الجدول رقم (07)، يوضح شكل عرض المنشور في منشورات الحسابات المختارة على منصة انستغرام

صفحة Instagram	شكل المنشور	التكرار	النسبة المئوية
stetika_medical_center	نص مكتوب	9	9,18
	صورة ثابتة	5	5,10
	فيديو مسجل	7	7,14
	فيديو مباشر	0	0,00
dr_belkis	نص مكتوب	7	7,14
	صورة ثابتة	7	7,14
	فيديو مسجل	7	7,14
	فيديو مباشر	0	0,00
dr_ouldhamouda	نص مكتوب	10	10,20
	صورة ثابتة	7	7,14
	فيديو مسجل	7	7,14
	فيديو مباشر	0	0,00
dr_rahimaa	نص مكتوب	12	12,24
	صورة ثابتة	10	10,20
	فيديو مسجل	10	10,20
	فيديو مباشر	0	0,00
	المجموع	98	100%

المصدر: إعداد الباحث (هامل عبد النور)

التحليل:

تشير النتائج المحللة في الجدول رقم (07)، الى أن الصفحات الطبية الأربع على

انستغرام تظهر وعيا متزايدا بأهمية المضامين التي تعنى بنشر الوعي الصحي لدى المتابعين، إلا انه

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين
دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

هناك تقصيرا جماعيا في استثمار أدوات التفاعل مثل الفيديو المباشر، ما يفقد المنصات نوعا ما فرصة تعزيز التواصل الفعال وبناء عنصر الثقة بين المتابعين.

مدى توفر الملفات المتاحة للتحميل في الحسابات المختارة على انستغرام:

الجدول رقم (08)، يوضح مدى توفر الملفات المتاحة للتحميل في الحسابات المختارة على انستغرام

صفحة Instagram	الملفات المتاحة للتحميل	التكرار	النسبة المئوية
stetika_medical_center	متاحة	1	2,22
	غير متاحة	12	26,67
dr_belkis	متاحة	0	0,00
	غير متاحة	8	17,78
dr_ouldhamouda	متاحة	1	2,22
	غير متاحة	11	24,44
dr_rahimaa	متاحة	7	15,56
	غير متاحة	5	11,11
	المجموع	45	100%

المصدر: إعداد الباحث(هامل عبد النور)

التحليل:

يبرز الجدول أعلاه رقم(08)، أن الصفحات الأربع تظهر اختلافا في توظيف خاصية تحميل الملفات القابلة للتحميل، حيث بلغ مجموع المنشورات المحللة 45 منشورا من بينها 09 ملفات قابلة للتحميل مثلت نسبة 20% فقط، مقابل 80% من المنشورات بمعدل 35 منشورا لا يتيح أي ملفات قابلة للتحميل لهذا تعكس هذه النتائج ضعفا عاما في توظيف خاصية الملفات القابلة للتحميل، ومن المرجح أن الدراسة توصي الى الاعتماد على الملفات القابلة للتحميل لتعزيز الوعي لدى المتابع وتسهم في بناء تواصل صحي دائم ومستمر.

مدى توفر عنصر إتاحة الروابط للتحميل في الحسابات المختارة على انستغرام:

الجدول رقم (09)، يوضح مدى توفر عنصر إتاحة الروابط للتحميل في الحسابات المختارة على انستغرام

صفحة Instagram	الروابط المتاحة للتحميل	التكرار	النسبة المئوية
stetika_medical_center	متاحة	8	19,05
	غير متاحة	3	7,14
dr_belkis	متاحة	6	14,29
	غير متاحة	1	2,38
dr_ouldhamouda	متاحة	12	28,57
	غير متاحة	0	0,00
dr_rahimaa	متاحة	12	28,57
	غير متاحة	0	0,00
	المجموع	42	100%

المصدر: إعداد الباحث (هامل عبد النور)

التحليل:

من خلال تحليل الجدول رقم (09)، يتضح جلياً أن هذا التحليل يدرس العلاقة بين مدى توفر الروابط المتاحة للتحميل وعدد التكرارات والنسب المئوية المرتبطة بعدد مرات التفاعل في عدة صفحات انستغرام مختصة في المجال الطبي والتجميل. أظهرت النتائج اختلافاً ملحوظاً في الأداء بين الصفحات التي توفر روابط تحميل لمحتواها وتلك التي لا توفرها.

يتبين أن الصفحات التي تتيح روابط متاحة للتحميل تتميز بمعدلات تكرار ونسب مئوية عالية، مما يشير إلى تفاعل أكبر مع المحتوى المنشور. على سبيل المثال، سجلت كل من صفحتي dr_ouldhamouda و dr_rahimaa أعلى معدلات التكرار بنسبة 28.57% لكل منهما، حيث بلغ عدد التكرارات 12 تكراراً لكل صفحة مع توفر الروابط. بالمقابل، فإن الصفحات التي لم توفر روابط متاحة للتحميل شهدت معدلات تكرار منخفضة للغاية، وصلت في بعض الحالات إلى غياب عنصر التكرار، وهو ما يعكس تراجعاً واضحاً في تفاعل الجمهور. كما أن الصفحات ذات التكرارات المتوسطة مثل stetika-medical-center و dr-

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين
دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

belkis، والتي توفر روابط قابلة للتحميل، حصلت على نسب تفاعل متفاوتة تراوحت بين 14.29% و 19.05%. هذه النتائج تؤكد فرضية الدراسة التي تربط بين توفر الروابط وسهولة الوصول إلى المحتوى، وهو ما يعزز عنصر التفاعل وخاصة المشاركة لدى المتابعين، بناءً عليه، يمكن استنتاج أن توفير الروابط المتاحة للتحميل يعزز من جاذبية المحتوى ويسهم في زيادة التفاعل في الصفحات الطبية على منصة الانستغرام.

مدى وجود المصادر في المنشورات المختارة على حسابات انستغرام:

الجدول رقم(10)، يوضح مدى وجود المصادر في المنشورات المختارة على حسابات انستغرام

صفحة Instagram	وجود المصدر في المنشورات	التكرار	النسبة المئوية
stetika_medical_center	متاحة	0	0,00
	غير متاحة	11	26,19
dr_belkis	متاحة	3	7,14
	غير متاحة	4	9,52
dr_ouldhamouda	متاحة	2	4,76
	غير متاحة	10	23,81
dr_rahimaa	متاحة	6	14,29
	غير متاحة	6	14,29
	المجموع	42	100%

المصدر: إعداد الباحث (هامل عبد النور)

التحليل:

بناءً على البيانات الموضحة في الجدول رقم(10)، الذي يوضح التحليل المقارن بين الصفحات الأربع الطبية من ناحية مدى وجود المصادر في منشورات الصفحات المختارة على منصة انستغرام وهي:

dr_belkis، dr_ouldhamoud، dr_rahimaa، stetika_medical_center

يتضح من هذا وجود تفاوت ملحوظ في مستوى الالتزام بتوثيق المصادر بين هذه الصفحات.

حيث تُظهر صفحة **stetika_medical_center** غيابًا تامًا للمصادر في جميع المنشورات التي تم تحليلها، حيث بلغت نسبة المنشورات التي تفتقر إلى المصدر 26.19%، وهي أعلى نسبة بين الصفحات الأربع، مما يشير إلى قصور واضح في تطبيق ممارسات التوثيق العلمي، وهو أمر قد يضعف من مصداقية المحتوى ويثير الشكوك حول صحة المعلومات المقدمة.

في المقابل، تقدم صفحة **dr_rahima** أفضل أداء نسبي من حيث توازن وجود المصادر، حيث بلغت نسبة المنشورات التي تحتوي على مصادر 14.29%، مقابل نسبة متساوية للمنشورات التي تفتقر إليها، مما يعكس درجة من الوعي بأهمية إتاحة المصادر للمتابعين، ولكنه لا يزال مؤشراً ضرورياً لتعزيز هذه الممارسة بغية الوصول إلى مستويات أعلى تتوافق مع المعايير العلمية الأكاديمية.

بينما سجلت صفحات **dr_belkis** و **dr_ouldhamoud** نسبًا منخفضة في توثيق المنشورات بالمصادر، حيث لم تتجاوز نسبة المنشورات المدعمة بالمصادر 7.14% و 4.76% على التوالي، مع وجود نسب مرتفعة للمنشورات غير المدعمة بالمصادر، مما يعكس حاجة ماسة لتعزيز ثقافة التوثيق وأخلاقيات النشر العلمي لدى القائمين على هذه الصفحات.

من خلال تحليل هذه النتائج، يمكن استنتاج أن هذا التفاوت في إتاحة المصادر في المنشورات يعكس تحديات كبيرة تواجه المحتوى الطبي والصحي على منصات التواصل الاجتماعي خاصة منصة انستغرام، وهو الأمر الذي يجب أخذه بعين الاعتبار من خلال إتباع سياسات واضحة المعالم وموجهة تعزز من ثقافة الاستشهاد بالمصادر، وذلك لضمان رفع جودة المحتوى المقدم وحماية المستخدمين من المعلومات المغلوطة أو غير المدعمة علميًا خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي.

خاتمة ونتائج الدراسة:

في ضوء ما أسفرت عنه هذه الدراسة التحليلية لعينة من الحسابات الناشطة على منصة **Instagram**، يتضح أن الإعلام الجديد لم يعد مجرد وسيط ناقل للمعلومة الصحية، بل أصبح فاعلاً بنويًا في إعادة تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين، من خلال آليات رقمية تتجاوز النمط الاتصالي التقليدي نحو أنماط تفاعلية تشاركية قائمة على السرعة، والانتشار الواسع.

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

بينت النتائج أن المحتوى الصحي المتداول عبر المنصة يسهم بدرجات متفاوتة في رفع مستوى الإدراك بالممارسات الوقائية، وتعزيز الثقافة الصحية، وتوجيه السلوكيات المرتبطة بالصحة الفردية والجماعية. غير أن هذا التأثير يظل مرهوناً بعوامل متعددة، من بينها مصداقية المصدر، وكفاءة القائم بالاتصال، وطبيعة الخطاب المعتمد، إضافة إلى مستوى الثقافة الرقمية لدى المتلقي. كما كشفت الدراسة عن حضور إشكالية تضارب المعلومات وانتشار بعض المضامين غير الدقيقة، وهو ما يبرز الحاجة إلى أطر تنظيمية وتوعوية تضمن جودة المحتوى الصحي المتداول. وعليه، يمكن القول إن الإعلام الجديد يشكل اليوم فضاءً استراتيجياً لإعادة بناء العلاقة بين المواطن الجزائري والمعرفة الصحية، في سياق يتسم بتحولات رقمية متسارعة وتغيرات في أنماط الاستهلاك الإعلامي. ومن ثمّ، فإن تفعيل هذا الدور يقتضي تكامل الجهود بين المؤسسات الصحية، والهيئات التنظيمية، وصناع المحتوى الرقمي، من أجل ترسيخ خطاب صحي علمي رصين يستند إلى مبادئ المسؤولية المهنية والأخلاقية.

ختاماً، تؤكد هذه الدراسة أن دراسة تأثير الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي تمثل مدخلاً علمياً ضرورياً لفهم تحولات المجال العمومي الرقمي في الجزائر، واستشراف آفاق توظيف المنصات الاجتماعية في دعم السياسات الصحية وتعزيز الأمن الصحي المجتمعي، بما ينسجم مع متطلبات التنمية المستدامة والتحول الرقمي.

الاقتراحات والتوصيات:

- ضرورة الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي بالنظر الى التنوع والفاعلية التي تمتاز بها، واستثمارها في عنصر التوعية الصحية خاصة للأفراد.
- ضرورة تجاوز تحدي المصداقية في المعلومات الصحية المتضمنة في الحسابات على انستغرام للمساهمة بفعالية وتأثير في نشر الوعي الصحي بين المتابعين.
- ضرورة إنشاء صفحات تخص الهيئات الصحية الرسمية لتقديم التوجيهات والإرشادات الخاصة بالتوعية الصحية للحد من انتشار الأمراض.
- العمل على وضع إستراتيجية دقيقة ومحددة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي انستغرام كأداة فعالة وقوية لنشر الوعي الصحي.

- تعزيز العلاقة من قبل مسيري هذه الحسابات على انستغرام مع المتابعين، إذ يتضح من خلال عنصر التفاعل مع المنشورات في شكل أكبر من ناحية عدد الاعجابات، التعليقات والمشاركات.

قائمة المصادر والمراجع:

أ- الكتب:

- صلاح الدين، شروخ (2003)، منهجية العلوم الاجتماعية، عنابة- الجزائر دار العلوم.
- غريب محمد، سيد أحمد، (2004)، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية.
- محمد أحمد مصطفى، السرياقوسي، (1986)، التعريف بمنهج العلوم، القاهرة، دار الثقافة للطباعة والنشر.
- علي، ليلة، النظرية الاجتماعية المعاصرة، (1983)، دراسة لعلاقة الإنسان بالمجتمع، القاهرة، دار المعارف، ط2.
- فؤاد أقوام، البستاني، (د.ت)، منجد الطلاب، بيروت، دار الشروق.
- فاروق، مداس، (2003)، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، الجزائر، دار مدني للطباعة والنشر والتوزيع.
- نبيل، الصادق، (1983)، طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، القاهرة، دار الثقافة.
- محي الدين، مختار، (1981)، الجزائر، محاضرات في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية.
- عباس مصطفى، صادق، (2008)، الإعلام الجديد (المفاهيم، الوسائل والتطبيقات)، الأردن، دار الشروق.
- عبد الرحمن، العيسوي، (د.ت)، إسكندرية، الإسلامي والعلاج النفسي، دار الفكر العربي.

دور الاعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي لدى الجزائريين
دراسة تحليلية لعينة من الحسابات على منصة - انستغرام Instagram-

- شيلدون أرجارابز وجي ايقانزويت، (1997)، دليل الصحفي إلى استطلاعات الرأي العام، تر: هشام عبد الله، عمان ، دار الأهلية للنشر والتوزيع.
- موريس، أنجرس، (2004)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ت: صحراوي بوزيد وآخرون-الإشراف والمراجعة- مصطفى ماضي، الجزائر، دار القصة للنشر.
- محمد، عبد الحميد، (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتاب.
- سمير محمد، حسين، (1983)، تحليل المضمون، القاهرة، عالم الكتب.

ب-المقالات:

- مبني نورالدين، حمادي كنزة، (2019)، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومة الصحية، مجلة العلوم الاجتماعية (10) ص302.
- داود السنجرى، بشرى، (2018)، الاشباكات المتحققة من استخدام المرأة العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية الفايسبوك أنموذجا، مجلة الدراسات الإعلامية (4)، ص457.
- فيصل الفرم، خالد، (2017)، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، مجلة العلاقات العامة الشرق الأوسط (14)، ص225.

ج- الأطروحات والمذكرات:

- حورية، بن عياش، (1994-1995)، صراع الأدوار لدى المرأة الجزائرية العاملة في ضوء بعض المتغيرات الشخصية، السن: المستوى المعيشي: وصورة الذات، رسالة ماجستير، معهد علم النفس والعلوم التربوية، جامعة قسنطينة الجزائر.
- نبيلة، بوخبزة، (1995)، الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر، رسالة ماجستير، معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر.

- شعباني، مالك، (2002)، دور الإذاعة في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- ذهبيّة، سيدهم، (2005)، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، جامعة قسنطينة، الجزائر.

ي-المؤتمرات والندوات:

- سعود صالح، كاتب، (2011)، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع " التحديات والفرص"، المؤتمر العالمي للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
- سلامة، بهاء الدين، (2001) عرض تجربة المملكة لبرنامج التثقيف الصحي لأمهات الأطفال المعاقين، ورقة قدمت في ندوة التوعية الصحية الأولى، نافذة على التثقيف الصحي، مستشفى الملك خالد التخصصي للعيون، الرياض

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

- Maurice Angers (1997), Initiation pratique à la méthodologie des sciences sociales, Casbah université,Alger.
- Marketing through Instagram (2017).Hudders. L.DeVeirman and, Mcouberghe, Vinfluencers ;The impact of followers and product duvergence on bra,d' international Journal of Advertising.attitude.
- Jean De Bonville,(2006), L'analyse de contenu des medias, Belgique , Boeck.

قائمة المعاجم باللغة الأجنبية:

Block henriette et autres,(1984), Grand dictionnaire dr psychologie ,Paris :Larousse.