



اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق واتس أب في الحصول على المعلومات الصحية

إعداد

نورة عبدالله حسن محمد علي

أبريل 2017

المنامة ، مملكة البحرين

اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق واتس أب في الحصول على المعلومات الصحية

إعداد

نورة عبدالله حسن بوطويلة

أبريل 2017

رساله مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام
والعلاقات العامة ، كلية الآداب والعلوم والتربية، الجامعة الأهلية

المنامة ، مملكة البحرين

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ } هَلْ أَتَى عَلَى الْإِنْسَانِ حِينٌ مِّنَ الدَّهْرِ لَمْ يَكُنْ شَيْئًا مَّذْكُورًا (1) إِنَّا خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ
مِنْ نُطْفَةٍ أَمْشَاجٍ نَّبْتَلِيهِ فَجَعَلْنَاهُ سَمِيعًا بَصِيرًا (2) إِنَّا هَدَيْنَاهُ السَّبِيلَ إِمَّا شَاكِرًا وَإِمَّا
كَفُورًا (3) { }

إلى نور قلبي أُمي فخراً

إلى من غرس فيني حب العلم أبي عزاً

إلى أخوتي وأخواني نجم ، يونس ، مها عيسى ، سعد و ثاجبة

إلى عائلتي الكريمة

إلى أصدقاء العمر والعمل والدراسة

إلى كل من يبحث عن العلم بيت طيات هذه الصفحات

أهديكم ثمرة هذا الجهد عرفانا بالجميل

أُتقدم بكل الشكر والتقدير لكل من ساعد في إتمام هذه الدراسة وأخص بالذكر أستاذي ومشرفي الدكتور الأستاذ رضا عبدالواجد أمين لقبولة الإشراف على هذه الرسالة ومتابعته لها , حيث لم يتوانى عن تقديم النصح والمشورة خلال إعداد هذه الدراسة , وأشكر السادة أعضاء لجنة المناقشة لتفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة , كما أتقدم بالشكر الجزيل لأساتذة قسم الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الأهلية , وأشكر جميع من ساهم في تذليل الصعاب ومساندتي خلال إعداد هذه الرسالة , وفقهم الله وجزاهم خير الجزاء.

فهرس الموضوعات

الموضوع	رقم الصفحة
الآية القرآنية	
الإهداء	
شكر وتقدير	
فهرس الموضوعات	ا
فهرس الجداول	ت
فهرس الأشكال	ح
المقدمة	1
الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	
المشكلة البحثية	3
الدراسات السابقة	5
أهمية الدراسة	30
أهداف الدراسة	30-31
تساؤلات الدراسة	31
فروض الدراسة	32
نوع الدراسة	32
منهج الدراسة	32
مجتمع الدراسة	33
عينة الدراسة	34
أداة جمع بيانات الدراسة	34
إجراءات الصدق	34
إجراءات الثبات	35
المعالجة الإحصائية	36

37	مفاهيم الدراسة
الفصل الثاني :الإطار النظري للدراسة	
40	المبحث الأول : نظرية الإعتماد
62	المبحث الثاني: تطبيقات التواصل الفوري في شبكات التواصل الإجتماعي
الفصل الثالث : نتائج الدراسة	
85	خصائص عينة الدراسة
92	المؤشرات التحليلية للدراسة
127	التحقق من فروض الدراسة
136	نتائج المقابلة العلمية مع الأطباء
139	النتائج العامة للدراسة وتوصياتها
149	ملخص الدراسة باللغتين العربية والإنجليزية
154	مراجع الدراسة
160	ملاحق الدراسة
162	ملحق (1) : استمارة الاستبيان
175	ملحق (2): قائمة بأسماء المحكمين
176	ملحق (3) :أسئلة المقابلة العلمية
177	ملحق (4) : قائمة بأسماء الأطباء الذين أجريت معهم المقابلة العلمية

فهرس الجداول

رقم الصفحة	موضوع الجدول	رقم الجدول
34	إجمالي عدد سكان البحرين في عام 2014	1
66	نشأة وتطور وسائل التواصل الاجتماعي	2
69	تصنيف الإعلام الاجتماعي	3
92	التكرارات والنسب المئوية أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور البحريني في الحصول على المعلومات	4
93	التكرارات والنسب المئوية لمعدل إستخدام الجمهور البحريني لتطبيقات التواصل الفوري	5
94	التكرارات والنسب المئوية لعدد الساعات التي يقضيها الجمهور البحريني فيها يوميا في إستخدام تطبيقات التواصل الفوري	6
95	التكرارات والنسب المئوية لعدد الأيام التي يستخدم الجمهور البحريني فيها تطبيقات التواصل الفوري في الأسبوع	7
96	التكرارات والنسب المئوية للفترات التي يستخدم الجمهور البحريني فيها تطبيقات التواصل الفوري	8
97	التكرارات والنسب المئوية لأسماء تطبيقات التواصل الفوري التي يفضل الجمهور البحريني إستخدامها في الأجهزة الذكية	9
98	ترتيب تطبيقات التواصل الفوريه حسب أهميتها بالنسبه إلى الجمهور البحريني كمصدر للمعلومات الصحية	10
99	التكرارات والنسب المئوية لأنواع الأجهزة الذكية الذي يستخدم فيها الجمهور البحريني تطبيقات التواصل الفوري	11
100	التكرارات والنسب المئوية لرأي الجمهور البحريني في تطبيقات التواصل الفوري	12
101	التكرارات والنسب المئوية لأسباب ظهور تطبيقات التواصل الفوري	13
102	التكرارات والنسب المئوية لعدد تطبيقات التواصل الفوري التي أضافها الجمهور البحريني في جهازهم	14
103	التكرارات والنسب المئوية للأسباب التي أدت إلى إضافة الجمهور البحريني تطبيقات التواصل الفوري في جهازهم الذكي	15
104	التكرارات والنسب المئوية لمدى إستخدام (الواتساب)	16
105	التكرارات والنسب المئوية لفترة إستخدام تطبيق (الواتساب)	17
106	التكرارات والنسب المئوية لوجهه نظر الجمهور البحريني لتقييم تطبيق (الواتساب) كمصدر للمعلومات	18
107	التكرارات والنسب المئوية للموضوعات التي يفضل الجمهور	19

	البحريني تداولها من خلال تطبيق (الواتساب)	
109	التكرارات والنسب المئوية لنوعية المعلومات الصحية والطبية التي يستقبلها الجمهور البحرينى من خلال تطبيق(الواتساب)	20
110	التكرارات والنسب المئوية لمصادر الحصول على المعلومات والثقافة الصحية	21
111	التكرارات والنسب المئوية لمدى حرص الجمهور البحرينى على متابعة المعلومات الصحية المتداولة في تطبيق (الواتساب)	22
112	التكرارات والنسب المئوية لإعادة إرسال المعلومات الصحية عبر تطبيق (الواتساب) من قبل الجمهور البحرينى	23
113	التكرارات والنسب المئوية لتأكد الجمهور البحرينى من المعلومات الصحية الواردة عبر تطبيق (واتساب)	24
114	التكرارات والنسب المئوية لمدى مناقشة الجمهور البحرينى للمعلومات الصحية في تطبيق (الواتساب)	25
114	التكرارات والنسب المئوية لأسباب عدم مناقشة الموضوعات الصحية في تطبيق (الواتساب)	26
115	التكرارات والنسب المئوية مع من تناقش المعلومات الصحية	27
116	التكرارات والنسب المئوية لمدى اعتماد الجمهور البحرينى على تطبيق (الواتساب) في الحصول على المعلومات الصحية	28
117	التكرارات والنسب المئوية لمدى ثقة الجمهور البحرينى بالمعلومات الصحية في تطبيق (واتساب)	29
119-118	التكرارات والنسب المئوية لأسباب متابعة الجمهور البحرينى لتطبيق (واتساب) كمصدر للمعلومات الصحية	30
120	التكرارات والنسب المئوية للطريقة التي يحدد فيها الجمهور البحرينى رأيه في المعلومات الصحية التي يتابعها في تطبيق (الواتساب)	31
122	التكرارات والنسب المئوية لدرجة موافقة الجمهور البحرينى على العبارات التي تعبر عن اتجاهه نحو تطبيق (واتساب) كمصدر للمعرفة و المعلومات الصحية	32
124-132	التكرارات والنسب المئوية لدرجة موافقة الجمهور البحرينى على العبارات التي تعبر عن اتجاهه نحو تطبيق (واتساب) كمصدر للمعرفة و المعلومات الصحية	33
127	دلالة الفروق في اعتماد الجمهور البحرينى على تطبيق (الواتساب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير وجود أطفال	34
128	دلالة الفروق في اعتماد الجمهور البحرينى على تطبيق (الواتساب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية	35
128	دلالة الفروق في اعتماد الجمهور البحرينى على تطبيق (الواتساب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير المرحلة العمرية	36

129	مصادر الفروق في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتساب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير المرحلة العمرية	37
130	دلالة الفروق في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتساب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير المؤهل الدراسي	38
131	دلالة الفروق في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتساب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير مستوى الدخل	39
132	دلالة الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتساب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير وجود أطفال	40
132	دلالة الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتساب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية	41
133	دلالة الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتساب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير المرحلة العمرية	42
134	دلالة الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتساب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير المؤهل الدراسي	43
134	مصادر الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتساب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير المؤهل الدراسي	44
135	دلالة الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتساب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير مستوى الدخل	45

فهرس الأشكال

رقم الشكل	موضوع الشكل	رقم الصفحة
1	نموذج روكيتش ودوفلير للإعتماد 1976 (العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظم الإجتماعية الأخرى والجمهور)	43
2	نموذج روكيتش ودوفلير للإعتماد 1989	45
3	النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام 1982	59
4	النمو الذي حققه تطبيق واتساب خلال 5 سنوات من حيث الإستخدام	84
5	توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع	86
6	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	87
7	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الإجتماعية	88
8	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل الدراسي	89
9	توزيع عينة الدراسة حسب متغير مستوى الدخل	90
10	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الأجهزة التي تمتلكها الأسرة	91

الفصل الأول

الإطار المنهجي

المقدمة:

لقد شهد القرن العشرين من عصرنا تطورات تكنولوجية كبيرة في مجال وسائل المعلومات و الإتصال ، وبدون شك أن أبرزها وأهمها ظهور الشبكة المعلوماتية الدولية العنكبوتية " الإنترنت " كأحدث وسيلة اتصال جماهيري والتي تعد مصدراً مهماً من مصادر المعلومات ، وبذلك أثرت التطورات التكنولوجية في عصرنا الحديث من خلال وسائل الإعلام التقليدية محدثة ثورة في عالم المعلومات بحيث لم يعد مجدياً مواكبة ثورة المعلومات بوسائل الإعلام التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.

واستطاعت التكنولوجيا الحديثة من خلال الإنترنت أن تحدث تغييراً على مستوى الوسيلة الإتصالية التي إعتاد الجمهور عليها حيث تحولت إحدى وسائل الإتصال الجماهيري التقليدية (الصحافة الورقية) من نسخ مطبوعة إلى نسخ إلكترونية يتم تصفحها على شاشة الكمبيوتر . شكلت الصحافة الإلكترونية ظاهرة إعلامية جديدة وبالتالي أصبح المحتوى الإعلامي أسهل وأقرب وأكثر سرعة وانتشاراً في الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور.

من وظائف وسائل الإتصال الجماهيرية الرئيسة هي تبلور الآراء والإتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب، وهذه الميزة الوظيفية لا يمكن عزلها عن الوظائف الأخرى كالأخبار والترفيه، إلا أنها تتميز عنها بخصوصية نتيجة الهدف من هذه الوظيفة . وقنوات التواصل الإجتماعي و الإعلام الجديد لا يقل أهمية من الإعلام التقليدي ولكن عند ظهور هذه العولمة الإلكترونية وسرعة تبادل وتداول وانتشار المعلومة نتيجة لإعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات و إشباع الحاجات المعرفية من خلال تداول وتبادل المعلومات, يحدث بشكل غير متعمد وأحياناً متعمد تضليل إعلامي ومعلوماتي يؤثر على تكوين إتجاهات وآراء الأفراد .

وقامت الباحثة بتقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث فصول :

الفصل الأول : "الإطار المنهجي"

تناول تحديد مشكله الدراسة , الدراسات السابقة , أهمية ادراسة , أهداف الدراسة, تساؤلات الدراسة , مفاهيم الدراسة, نوع الدراسة , منهج الدراسة, مجتمع الدراسة , عينة الدراسة و أداه جمع البيانات .

الفصل الثاني : "الإطار النظري"

المبحث الأول : يستعرض مفهوم ونشأة نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام.

المبحث الثاني : تطبيقات التواصل الفوري في شبكات التواصل الإجتماعي.

الفصل الثالث: "نتائج الدراسة الميدانية"

واحتوى على المؤشرات التحليلية لنتائج الدراسة الميدانية مختتمه بالنتائج العامة والتوصيات, ثم المراجع والملاحق.

المشكلة البحثية:

إن المراقب للأوضاع الاجتماعية الحالية ، يدرك أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بدأ يأخذ منحىً وطريقاً خاصاً، وبدأ يتجه في التأثير على النسيج الاجتماعي للمجتمعات بشكل عام، ولعل المجتمع البحريني هو أحد هذه المجتمعات التي بدأت باستخدام هذه الوسائل التي إنتشرت إنشأراً واسعاً في الفترة الأخيرة . فدخلت وسائل التواصل الاجتماعي من أوسع أبوابها إلى المجتمعات الخليجية حاملة معها بعضاً من التأثيرات الاجتماعية والنفسية كنتيجة محتمة فرضتها عملية التفاعل بين السلوك الاجتماعي والتكنولوجيا.

وقد عزز ظهور وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني فتحاً تاريخياً ، نقل الإعلام بشكل عام إلى حدود غير مسبقة ، وساهم بإعطاء الجمهور فرصاً كبيرة للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بنسب محدودة. كما أكد المختصون إن وسائل التواصل الاجتماعي أثرت بشكل سلبي من ناحية التواصل الاجتماعي والأسري وعلى العلاقات الإنسانية عامةً، إلى جانب تأثيرها على مهارات الإتصال والتواصل الاجتماعي المباشر لدى العديد من أفراد المجتمع، حيث أن بعض الدراسات أشارت إلى أن الإستغراق في استخدام هذه الوسائل يُضعف العلاقات الاجتماعية ويُقلل من التفاعل الاجتماعي في محيط الأسرة، ويتضح ذلك من خلال قلة الزيارات واللقاءات العائلية ، موضحين إلى أنها تزيد أيضاً من سهولة الحصول على المعلومات وكثرة توافرها بحيث أصبح من الصعب الحصول على خبر موثوق ذا مصداقية عالية . وبوجود ميزة التفاعلية في تلك الوسائل التواصلية الاجتماعية خلقت مشكله قد تكون خطيرة من خلال تناقل الأخبار المغلوطة وإعتمادها من قبل الجماهير حيث تؤدي تلك التصرفات إلى عواقب وخيمة تضر بكيان الفرد وخصوصاً إذا كانت تلك المعلومات ذات توجهات صحية .

هنالك بيانات أولية تشير إلى إن وسائل الإعلام الاجتماعي أصبحت إضافة قوية لأدوات الإتصال الصحية و تعزيز السلوكيات الوقائية. على الرغم من إن هناك قدراً كبيراً من الإهتمام في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي، إلا إن أداة الإتصال في الصحة العامة والبحوث الصحية لا تزال في مهدها.

تمكنت وزارة الصحة في مملكة البحرين خلال الثلاثين السنة الماضية من استخدام أسلوب متكامل مع منظمة الصحة العالمية للتوعية عن العديد من الأمراض المعدية والتي أصبح أغلبها معدومة ولم تسجل إلا حالات نادرة .

إلا أن الأفراد بالمجتمع البحريني على الرغم من إزدياد الوعي الصحي لديهم فإن تداول المعلومات الصحية في وسائل الإتصال الجماهيرية , و إستجابتهم للمواد الإعلامية المعروضة المرتبطة بالمعلومات والنصائح الطبية المتبادلة من مصادر غير موثوقة يؤدي لحدوث لغط معلوماتي ببعض المفاهيم والمعلومات الصحية المرتبطة ببعض الأمراض الصحية المعدية والغير معدية في وسائل الإتصال الجماهيرية عامة ووسائل الإتصال الإجتماعية خاصة وكنتيجه مباشرة أو غير مباشرة تؤثر في تشكيل توجهات وسلوكيات الأفراد الصحية وكنتيجه لذلك قد تصبح المعلومات المتداولة رايأ عاماً ذات تأثير قوي على الأفراد والمجتمعات مما قد يسبب لغطاً معلوماتياً قد يؤثر على صحة المجتمع ككل لإرتباط الصحة بقوة ووحدة كيان المجتمع عامة.

ومن هنا فإن مشكله البحث تتلخص في التعرف على مدى إعتماـد الجمهور البحريني على وسائل التواصل الإجتماعي وبالأخص تطبيق (الواتس أب) الذي شاع إستخدامه في الآونة الأخيرة في الحصول على المعلومات الصحية , وكذلك التعرف على مدى ثقة الجمهور البحريني بالمعلومات الصحية المقدمة من خلال هذا التطبيق.

الدراسات السابقة:

تنقسم الدراسات التي حصلت عليها الباحثة إلى محورين , محور الدراسات العربية ومحور الدراسات الأجنبية.

أولاً الدراسات العربية:

1. أيوب علي محمد اللهي (2016) اعتماد الشباب البحريني على التطبيقات الإسلامية الآلية

في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي البحريني على تطبيقات التدوين الآلية في شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في إثراء الجانب المعرفي لديهم تجاه القضايا الدينية المختلفة , والكشف عن دقة المعلومات والموضوعات الدينية التي يتم نشرها وأنماط وعادات استخدام الشباب لهذه التطبيقات الدينية .

إعتمدت الدراسة على الأسلوب المسحي من عينه قوامها (300) طالب جامعي من جامعة البحرين والجامعة الاهلية من خلال إستبيان مكون من 29 سؤال .

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- 1) الشباب الجامعي البحريني يحصل على المعلومات الدينية من البرامج الدينية بنسبة 13.3%.
- 2) 39.7% يحرص دائماً على متابعة المعلومات الإسلامية في شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3) أكثر التطبيقات الآلية متابعة من قبل الشباب الجامعي البحريني هي التطبيقات الدينية 31%.

1 أيوب علي محمد اللهي , (اعتماد الشباب البحريني على التطبيقات الإسلامية الآلية في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة) رساله ماجستير غير منشورة , الجامعة الاهلية , مملكة البحرين (2016).

2. دراسة أماني إبراهيم زوانة (2015) درجة إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي بصفتها

أداة للتعليم والتعلم لدى طلبة الجامعات الأردنية والاشباكات المتحققة¹

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام طلبة الجامعات الاردنية شبكات التواصل الاجتماعي بصفتها أداة للتعليم والتعلم والاشباكات المتحققة منها.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي في اطار المسح الميداني المكون لمجتمع الدراسة (الجامعات الاردنية الخاصة والحكومية) وقد تضمنت اداة البحث التي وزعت على عينة المجتمع حيث اختيرت الجامعة الاردنية بصفتها جامعة حكومية وجامعتي الشرق الاوسط والبتراء بصفتها جامعتين خاصتين.

وطبقت الاستبانة على عينة بلغت مجموعها الاجمالي (400) طالب وطالبة .

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

1) احتل (الموقع الالكتروني) في الجامعات المختارة للبحث الخيار الاول في استخدامات الطلبة للبحث عن المعلومات الدراسية ، وبما يتعلق بشبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي فقد احتلت شبكة (اليوتيوب) المرتبة الاولى تلتها شبكة (الفيس بوك) ثم (التويتر) بالترتيب.

3. دراسة شرحبيل غالب حميد أبو سويلم (2015) اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على

شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات دراسة مسحية

تحليلية²

هدفت هذه الدراسة للتعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الإجتماعية للحصول على الأخبار والمعلومات.

بإستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه : الوصفي والتحليلي , على عينة (470) مفردة من طلبة الجامعات بالعاصمة الأردنية عمان.

1 أماني إبراهيم زوانة, درجة إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصفتها أداة للتعليم والتعلم لدى طلبة الجامعات الأردنية والاشباكات المتحققة , رسالة ماجستير منشورة , جامعة الشرق الأوسط , عمان , الأردن (2015).

2 شرحبيل غالب حميد أبو سويلم , اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات , دراسة مسحية تحليلية, رسالة ماجستير منشورة , جامعة الشرق الأوسط , عمان , الأردن (2015).

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) (98 %) من الطلبة في عَمّان يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي , فيما بلغت نسبة الذين لا يستخدمون هذه الشبكات (2%) , مما يدل على هذه الشريحة تدرك أهمية هذه الشبكات التواصلية وطبيعة دورها على المستويات الشخصية والاجتماعية والسياسية , فيلجأون إلى استخدامها تلبية لإحتياجاتهم ورغباتهم , كما أن هذه الشريحة من أكثر الفئات علماً ؛ لذلك فإنها تحرص على مواكبة التطورات التكنولوجية في العديد من المجالات , ومن بينها وسائل الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي.
- (2) إن مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تزويد الطلبة بالأخبار والمعلومات جاءت في المرتبة الأولى وبمستوى مرتفع بلغ (48 %) تلاه في المرتبة الثانية (الشبكات الإخبارية الإلكترونية) , بمستوى مرتفع بلغ (30 %) مما يعني أن الدور الذي لعبته هذه الشبكات في المجالين السابقين كان مرتفعاً ومؤثراً لدى الطلبة , بينما كانت القنوات الفضائية في المرتبة الثالثة , بمستوى بلغ (17 %) , فضلاً عن أن المجالات الأخرى والصحف والإذاعات كانت أقل تأثيراً وحصلت على مستويات متدنية , وذلك لأن نسبتها تراوحت ما بين (1%) إلى (2%).
- (3) وأظهرت النتائج أن نسبة استخدام الطلبة لرسائل المحادثة بلغت (43 %) , فيما يلجأ (25%) من الطلبة إلى استخدام المناقشة الجماعية , في حين إن مانسبته (23 %) يستخدمون الفيديو , وهذا يعني أن الطلبة يستخدمون أشكال التفاعل مع الآخرين بصورة مباشرة تتيح تبادل الآراء وتنسيق المواقف , والتحفيز على المشاركة.

4. دراسه فريق مشروع ((راصد)) بوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في

قطر (2015) بعنوان "التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي في قطر" ¹

هدفت الدراسة إلى التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة في قطر والتعرف على طريقة وأسباب إستخدامها.

ويشمل ذلك تحليلاً لكيفية استخدام 1000 شخص في قطر (500 قطريين و 500 غير قطريين) لثمانى شبكات مختلفة للتواصل الاجتماعي، تتراوح ما بين شبكات قديمة مثل الفيسبوك، تويتر، وانستغرام، إلى المنصات الوافدة حديثاً مثل (سنابشات) و (الواتس أب) و (باث) وتتكون العينة من مستخدمي الإنترنت في دولة قطر، وتم جمع البيانات بواسطة مقابلات هاتفية بمساعدة الكمبيوتر لمدة 15 دقيقة لكل مقابله.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) تطبيق (واتس اب) هو أكثر وسائل التواصل الاجتماعي إستخداماً في دولة قطر يستخدم (87%) من العينة المشاركة في هذه الدراسة تطبيق (واتس اب) كما تميز التطبيق بأعلى نسبة من حيث وعي المستخدمين به بنسبة (96%).
- (2) من بين جميع الأنشطة التي تطرقت لها الدراسة 14 (نشاطاً) أتى إستخدام كل من (فيسبوك) و (واتس أب) في المرتبة الأولى و تضمنت مجالات النشاط تبادل الصور والفيديوات، والتعرف على أشخاص جدد ، وطرح ومناقشة الأسئلة، فضلاً عن تبادل وجهات النظر والأفكار على الإنترنت.
- (3) يعتقد (85%) من المشاركين في الدراسة إن وسائل التواصل الاجتماعي تساعد على نشر الشائعات والمعلومات المغلوطة، تُعد هذه النتيجة أكثر الجوانب سلبية لوسائل التواصل الاجتماعي في رأي العينة المشاركة في هذه الدراسة بغض النظر عن العمر أو الجنسية أو النوع.

1 دراسة منشورة من إعداد فريق مشروع "راصد"، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في قطر، بعنوان (التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي في قطر)، مارس 2015، مأخوذة من موقع <http://www.motc.gov.qa/ar/rassed/major-studies> دخول الموقع بتاريخ 2016/11/3.

4) يميل غالبيه مستخدمي الشبكات الإجتماعية في قطر إلى متابعة الأحداث أكثر من المشاركة فيها كمساهمين نشطين . يقوم ثلثا المستخدمين فقط وعبر جميع الشبكات بنشر تحديثات أو أخبار عن حالتهم؛ في حين يقوم أكثر من النصف بقليل بطرح أسئلة على الآخرين عبر منصات التواصل الإجتماعي على إختلافها .حيث أن (77%) من المستخدمين يستفيدون من وسائل التواصل الإجتماعي لمعرفة آخر الأخبار ، و (73%) يستخدمونها للتعرف على ما يقوله الآخرون.

5. فجر يوسف الهاشل (2015) اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي

كمصدر للمعلومات عن ذوي الاحتياجات الخاصة¹

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين معلومات ومعارف الشباب حول ذوي الاحتياجات الخاصة ورصد أنماط تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي ورصد المواقع التي يتم إعتمادها كمصدر للمعلومات من قبل الفئة المبحوثة ومدى إهتمامهم بموضوعات ذوي الاحتياجات الخاصة التي تتناولها تلك المواقع والكشف عن إتجاهاتهم ومستوى المعرفة نحو تلك المواضيع.

إعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بأداة الإستبيان وأجريت بمملكة البحرين على عينة مقدارها 400 شخص .

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- 1) (28.6%) من عينة الشباب تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائماً .
- 2) هنالك نسبة كبيره من افراد العينة يتابع مواقع التواصل الاجتماعي لإزالة الغموض وتفسير الأحداث الجارية.
- 3) توجد نسبة (17.4%) من العينة تثق بدرجة كبيرة بالمعلومات الموجوده عبر تلك المواقع و (37.4%) تثق بنسبة متوسطة و (15%) لايتقون بها .
- 4) أكثر فترة زمنية يستخدمها المبحوثون هي الفترة المسائية " 4 إلى 10 مساءً" بنسبة (42%)

1 فجر الهاشل , (اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن ذوي الاحتياجات الخاصة) ,رسالة ماجستير غير منشورة ,الجامعة الأهلية ,مملكة البحرين(2015).

6. حسين علي السرو (2014) إعتماذ الشبباب البحريني على مواقع الصحف الإلكترونية

كمصدر للمعلومات المجتمعية¹

هدفت الرسالة إلى رصد الوسائل الإعلامية الإلكترونية الحديثة واختبار لفرضيات نظرية الإعتماذ على وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات .

واستخدمت منهج المسح الوصفي باستخدام أداة الإستبيان على عينه مقدارها 400 فرداً 196 من الذكور و 204 من الإناث من محافظات المملكة الخمس.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

(1) إن نسبة 92.7% تعتمد على المواقع الإلكترونية للصحف البحرينية كمصدر للمعلومات.
(2) جاءت أسباب الأعتماذ في المساعدة على إدراك وفهم القضايا المجتمعية, وإنها أكثر جاذبية في عرض الموضوعات , بالإضافة إلى أنها أكثر انتشاراً من وسائل الإعلام الأخرى .

(3) وجود علاقته إرتباطية بين أهداف إعتماذ الشبباب البحريني والتأثيرات (السلوكية والمعرفية والوجدانية) المترتبة على الإعتماذ على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات المجتمعية.

1 حسين علي السرو (إعتماذ الشبباب البحريني على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات المجتمعية), رساله ماجستير غير منشورة , الجامعة الأهلية ,مملكة البحرين(2014).

7. نورة أحمد حمد الهاشل (2013), استخدامات الشباب الجامعي للرسائل الإعلامية عبر

المحمول (دراسة ميدانية في مملكة البحرين)¹.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي البحريني لتكنولوجيا الإتصال الحديثة وبالأخص الهاتف المحمول وعلاقة هذا الاستخدام ببعض المهارات لديهم , كذلك الكشف عن دوافع تقبلهم للرسالة الاعلانية المستلمة على الهواتف المحمولة والوقوف على مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية للمراهقين على استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة. وقد استخدمت منهج المسح الميداني على عينة مقدارها (700) شخص من طلاب جامعة البحرين من ذكور وإناث وتم جمع البيانات من خلال أداة الإستبيان التي تم تطبيقها بالمقابلة مع المبحوثين.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

(1) إن 100% من عينة الدراسة تستخدم الهاتف المحمول ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث على معدل استخدام الهاتف.

(2) وجود فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً للوقت على معدل استخدام الهاتف المحمول وارتفاع متوسط استخدام المحمول لأكثر من ساعتين يومياً لأغلبية عينة الدراسة.

(3) ولا توجد فروق داله إحصائية بين مجموعات لمبحوثين الأعلى والأقل في المستوى الإجتماعي والإقتصادي على مقياس الإتجاه نحو الإعلانات المحمولة وأبعادها الفرعية.

(4) إن نسبه 55% من المبحوثين تصلهم إعلانات التخفيضات في المحلات التجارية والعروض الترويجية لبعض الشركات مما يساعد على إرتفاع معدل التسويق عبر المحمول من خلال الرسائل الاعلانية.

1 نورة أحمد حمد الهاشل, (استخدامات الشباب الجامعي للرسائل الاعلامية عبر المحمول (دراسة ميدانية في مملكة البحرين)), رساله ماجستير غير

منشورة, الجامعة الاهلية ,مملكة البحرين (2013).

8. مريم غزال و نور الهدى شعوبي. (2013) تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية

الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين¹

وهدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و التعرف على درجة تفاعل الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة الوعي السياسي والكشف عن دور برامج التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الطلبة في عصر العولمة وتكنولوجيات الاتصال والإعلام .

وقد استخدمت منهج المسح الميداني على عينه قوامها (30) طالب من جامعة قاصدي مرباح في الجزائر من ذكور وإناث وتم جمع البيانات من خلال أداة الاستبيان.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- 1) أن النسبة الأكبر من المبحوثين بالدراسة تقضي أكثر من ثلاث ساعات في استخدام المواقع ويفضل أغلبهم استخدام خدمة التعليقات والردود. بالإضافة إلى أن أغلب أفراد العينة المبحوثة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بدافع الحفاظ على العلاقات وروابط الاتصال مع الأهل والأصدقاء إلى جانب الحصول على المواد التثقيفية.
- 2) مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من تنمية الوعي السياسي من خلال النقاشات المفتوحة .
- 3) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في الاتصال الشخصي.

1 مريم غزال و نور الهدى شعوبي, تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين , رسالة ماجستير منشورة , جامعة قاصدي مرباح , الجزائر , (2013).

9. بسمه قائد البناء (2013) دور موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في البناء الاجتماعي

والثقافي لدى عينة من الشباب الجامعي¹

وهدفت الدراسة إلى معرفة دور موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في تكوين البناء الاجتماعي والثقافي لدى عينة من الشباب الجامعي من مستخدمي (تويتر) وأجريت على عينة مقدارها (300) من طلبة الجامعة الاهلية والجامعة العربية المفتوحة بمملكة البحرين .
وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) معرفه عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) .
- (2) دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أسباب نفعية , مواكبة الأحداث , الحصول على معلومات جديدة أو التعبير عن الآراء .
- (3) تعزيز وإثراء الجانب الثقافي في التواصل من خلال التعرض للمواضيع الثقافية والدور الإيجابي في تنمية التبادل الثقافي بين المذاهب والأديان المختلفة كالثقافية , الاجتماعي والديني .. إلخ.

1 بسمه قائد البناء , دور موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في البناء الاجتماعي والثقافي لدى عينة من الشباب الجامعي, رساله ماجستير غير منشورة, الجامعة الأهلية ,مملكة البحرين(2013).

10. فاطمة أحمد الذوادي (2012). اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام في تشكيل

إتجاهاتهم نحو المؤسسات الحكومية¹

هدفت الدراسة الى التعرف على وسائل الاعلام ودورها في تشكيل إتجاهات ومعارف الجمهور البحريني حول المحكمة الدستورية , واعتمدت الباحثة في عينة مقدارها 450 مفردة من المجتمع البحريني بينهم 184 ذكراً و 266 إناثاً من محافظات البحرين الخمس – وقتها –.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

(1) جاء التلفزيون المحلي في مقدمة وسائل الإعلام الجماهيرية التي يتعرض لها الجمهور البحريني وبشكل يومي , كما حصل على أعلى نسبة من حيث أهمية كوسيلة إعلامية للجمهور البحريني بنسبة 36.7% من عينه الدراسة من بين 31.3% لشبكة الإنترنت و 13.3% للقنوات الفضائية العربية .

(2) أسباب اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام الجماهيرية في الحصول على المعلومات يرجع إلى كونها على درجة عالية من الدقة في عرض المعلومات بنسبة 49.6% وتنقل الموضوعات من قلب الحدث بنسبة 44.9% ولأنها تتناول الموضوعات بمصداقية وموضوعية بنسبة 40.4% تليها سهولة الوصول إليها في أي وقت بنسبة 45.8% .

(3) جاءت النشرات الإخبارية في المرتبة الأولى من حيث الموضوعات والبرامج المفضلة في وسائل الإعلام الجماهيرية بنسبة نعم 78.7% على حين إحتلت البرامج الدينية المرتبة الثانية بنسبة نعم 72.4% , ثم جاءت البرامج السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة نعم 69.6% .

1 فاطمة أحمد الذوادي, (اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الاعلام في تشكيل اتجاهاتهم نحو المؤسسات الحكومية) رساله ماجستير غير

منشورة , الجامعه الأهليه , مملكة البحرين(2012).

11. أحمد علي الحداد (2012) اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي

كمصدر للمعلومات (دراسة ميدانية)¹

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثيرات ودوافع الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات السياسية والكشف عن مدى اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات السياسية ودوافع تعرضهم كذلك .

وقد استخدمت منهج المسح الميداني على عينة مقدارها (400) مفردة من مختلف محافظات البحرين من الجنسين باستخدام أداة الاستبيان.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

(1) 25.5% من عينة الدراسة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات فيما جاء تويتير في المرتبة الأولى من أهميته مصدراً للمعلومات السياسية المحلية لدى 55.25% من عينة الدراسة .

(2) 58.25% من عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم . فيما أشار 45.5% من العينة إنهم يتعرضون لمدته تزيد عن 4 ساعات فأكثر بشكل يومي , وجاءت برامج التحليلات والبرامج السياسية في المرتبة الأولى من أكثر الموضوعات تفضيلاً بنسبة 25.75%.

(3) وجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعية مصدراً للمعلومات السياسية والتأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية المترتبة عن ذلك , كما وجدت علاقة ارتباطية موجبه بين مدى اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات السياسية والتأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية.

1 أحمد علي الحداد (اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات (دراسة ميدانية) , رساله ماجستير غير منشورة , الجامعة الأهلية , مملكة البحرين(2012).

12.. بسام منصور الجراف (2011) اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الاتصال الجماهيري

كمصدر للمعلومات عن قضايا الإصلاح السياسي (دراسة ميدانية في دولة الكويت) .¹

هدفت الرسالة على التعرف على مدى إعتداد الشباب الجامعي الكويتي على وسائل الاتصال الجماهيري كمصدر للمعلومات حول قضايا الإصلاح السياسي .والكشف عن تفضيل الشباب الكويتي للمصادر الإتصالية التي توفر تلك المعلومات وآرائهم حول أداء وسائل الإتصال أثناء تناولها لقضايا الإصلاح السياسي وأيضا التعرف على طبيعة العلاقة بين الإنتماء السياسي لجمهور الشباب الكويتي وإتجاهاتهم نحو قضية الإصلاح السياسي بالكويت .

اعتمدت الدراسة على نظرية الإعتداد على وسائل الإعلام, وفي إطار منهج المسح تم جمع البيانات عن طريق إستمارة الإستبيان على عينة مقدارها (400) مفردة .

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين من ذكور وإناث من خلال متابعه كل من :
البرامج الإخبارية , والسياسية , البرامج والمواد الرياضية , البرامج والمواد الإقتصادية لصالح الذكور.
- (2) لا يختلف معدل تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإتصال الجماهيري وفقاً لمتغيرات النوع و السن , بينما يختلف معدل التعرض وفقاً للمستوى الإجتماعي والإقتصادي ونوع التعليم.
- (3) جاء الإنترنت في مقدمة وسائل الإتصال الجماهيري التي يعتمد عليها المبحوثين للحصول على المعلومات.
- (4) وجود علاقة دالة إحصائية على مدى تعرض المبحوثين لوسائل الإتصال الجماهيرية والإتجاهات المعرفية حول قضايا الإصلاح السياسي في دولة الكويت.

1 . بسام منصور الجراف (اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الاتصال الجماهيري كمصدر للمعلومات عن قضايا الإصلاح السياسي (دراسة ميدانية في دولة الكويت)) , رسالة ماجستير غير منشورة, الجامعة الأهلية , مملكة البحرين (2011).

13. خالد راشد الدوسري (2011) دور وسائل الإتصال التقليدية والحديثة في إمداد الجمهور

البحريني بالمعلومات حول الإنتخابات النيابية¹

هدفت الرسالة إلى التعرف على مدى إعتداد الجمهور البحريني على وسائل الإتصال التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات عن الإنتخابات النيابية , بالإضافة للكشف عن أهم وسائل الإتصال التي يعتمد عليها الجمهور البحريني للحصول على المعلومات , والتعرف على مدى تعرض الجمهور البحريني لوسائل الإتصال والاتجاهات نحو الإنتخابات البلدية.

وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الميداني على عينة عشوائية قوامها (470) ناخب في مملكة البحرين من خلال أداة صحيفة الإستبيان .

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- 1) جاء الإنترنت والتلفزيون المحلي بالتساوي في مقدمة وسائل الإتصال التي يعتمد عليها الباحثين في الحصول على المعلومات بشكل عام بنسبة 70% من عينة الدراسة , ثم جاءت الصحف بنسبة 66.6% , ثم القنوات الفضائية بنسبة 46.2% ثم الراديو بنسبة 35.5%.
- 2) جاء التلفزيون المحلي في المرتبة الأولى من حيث إعتداد الباحثين عليه بدرجة كبيرة للحصول على آخر الإنتخابات البرلمانية بنسبة 62.8% تليه الصحف بنسبة 58.5% ثم الإنترنت 42.1% ثم الأصدقاء وزملاء العمل بنسبة 35.3% والراديو بالمرتبة الخامسة 27.9%.

1 خالد راشد الدوسري , (دور وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في إمداد الجمهور البحريني بالمعلومات حول الانتخابات النيابية), رساله ماجستير غير منشورة , الجامعة الاهليه , مملكة البحرين(2011).

14. وجدى حلمي (2010) "اعتماد الجمهور على قناة نفرتيتي المصرية للحصول على

المعلومات الصحية"¹.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به قناة نفرتيتي لصحة الأسرة المصرية, ومدى اعتماد الجمهور المصري على هذه القناة كمصدر لإستقاء المعلومات الصحية عن الموضوعات والقضايا الصحية المختلفة, بالإضافة إلى معرفة حجم الدور الذي تسهم به هذه القناة في رفع مستوى المعرفة الصحية, وإمكانية مساهمتها في ترشيد السلوكيات الصحية, ومعرفة مدى حجم الفجوة المعلوماتية الصحية بين الأفراد نتيجة لتعرضهم لهذه القناة. بالإضافة إلى الى تحديد دور قناة نفرتيتي في إمداد الجمهور بالمعلومات الصحية.

تم هذا البحث على عينة مقدارها (400) مفردة على عينة عشوائية بسيطة من سكان محافظة القاهرة الكبرى باستخدام المنهج الوصفي المسحي.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) أسباب الاستفادة من مشاهدة برامج القناة فجاءت كالآتي :
تبسيط المعلومات الصحية (61.6%) ، مساعدة القناة على تكون وعي صحي (57.3%)،
التعريف بمواعيد حملات وزارة الصحة (53.2%)، متابعة الجديد في المؤتمرات الطبية
والأبحاث العلمية الحديثة (51.9%)، معرفة أحدث طرق تشخيص الأمراض وعلاجها في
مصر والعالم (44%).
- (2) أما بالنسبة لمصادر المعلومات الصحية لعينة الدراسة ودرجة الاعتماد عليها فكان الطبيب
الخاص بنسبة (58.7%) ثم تلتها في المرتبة الثانية قناة نفرتيتي لصحة الأسرة (56.8%) ثم
الإنترنت بنسبة (51.5%)، تلاها الإتصال الشخصي في المصدر الرابع (47%).
- (3) اعترفت نسبة (66%) من العينة بأنه لا يوجد دور لقناة نفرتيتي في تصحيح المعلومات
الطبية لبعض الأمراض، في حين اعترف نسبة (34%) بهذا، وكانت أكثر الأمراض التي
أسهمت القناة في تصحيح المعلومات حولها مرض الالتهاب الكبدي الفيروسي (C)

1 وجدى حلمي (اعتماد الجمهور على قناة نفرتيتي المصرية للحصول على المعلومات الصحية). دراسة منشورة, لجامعة أم القرى , جمهورية

مصر العربية (2010).

(12.5%) ثم أمراض الحساسية (9.5%) ثم أمراض السكر (8.8%)، أما أبرز الأمراض التي تناولتها القناة فكانت أورام الثدي والرئة والدم بنسبة (63.5%) ثم الإلتهاب الكبدي الفيروسي (C) بنسبة (58%) ثم الأمراض الإنجابية بنسبة (49%) ثم الفشل الكلوي (48.5%).

4) تستفيد نسبة (98.1%) من المعلومات الطبية المقدمة في برنامج نفرتيتي على الهواء وبلغت درجة الاستفادة (71.2%)، أما الذين لا يستفيدون فبلغت نسبتهم (1.9%) وتمثلت أسباب الاستفادة في أن الشرح صعب وغير مفهوم وأن الإجابة سريعة وأن وقت البرنامج غير كافي لشرح كل ما يتعلق بالمرض.

5) اعترفت نسبة (66%) من العينة بأنه لا يوجد دور لقناة نفرتيتي في تصحيح المعلومات الطبية لبعض الأمراض، في حين اعترف نسبة (34%) بهذا.

6) بالنسبة لدرجة معرفة عينة الدراسة بالأمراض بصفة عامة جاءت ضعيفة بنسبة (59.4%) تلتها المعرفة المتوسطة بنسبة (27.8%) ثم الجيدة (12.8%).

الدراسات الأجنبية:

1. دراسة بينافيل ورونكو وإيشيقاري (Peñafiel , Ronco, Echegaray) (2015) بعنوان :

دراسة الاتصالات العلمية عن صحة الشباب و جودة تقييم الموارد الرقمية¹

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة معايير الجودة، وكيفية إختيار واعتماد صحة المعلومات التي يتم نقلها في صفحات الويب و التحقق من كيفية بحث الشباب عن المعلومات الصحية في الإنترنت .

على عينه مقدارها 250 مفردة بإستخدام أداه الإستبيان من كلا الجنسين ذكور وإناث التي تتراوح أعمارهم من 12 إلى 24 سنة من التعليم الثانوي والجامعي خلال شهري نوفمبر وديسمبر 2014.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) إن الشباب يعتبرون صفحة الويب الصحية المثالية يجب أن تكون عملية جداً و بصرية ، مع معلومات سهلة الوصول وموثوق بها، والتي تسمح بتفاعل المستخدمين مع الأطباء حيث تكون المشورات والنصائح الطبية واضحة .
- (2) الحياة الجنسية ، والتغذية ، والإدمان والصحة العقلية هي أكثر المواضيع التي يبحث عنها في محركات البحث.

¹Carmen Peñafiel, Milagros Ronco, Lázaro Echegaray (scientific communication study about health for young people and quality assessment) Revista Latina de Comunicación Social journal , Vol 70 , p 300-321, 2015.

2. دراسة سي لي فينتولا (C. Lee Ventola) (2014) بعنوان : وسائل التواصل الاجتماعي

والعاملين بالرعاية الصحية , الفوائد , المخاطر والممارسه الفضلى .¹

هدفت هذه الدراسة على التعرف على أدوات وسائل الإعلام الاجتماعية المتاحة للعاملين في الرعاية الصحية بما في ذلك منصات الشبكات الاجتماعية ، المدونات الصغيرة ، ومواقع تبادل وسائل الإعلام ، و الواقع الافتراضي و الألعاب , ومدى إمكانية أن تستخدم هذه الأدوات لتحسين وتعزيز الشبكات المهنية , والتعليم , والتنظيم الترويجي للمعلومات الصحية ، ورعاية وتنقيف المرضى و الجمهور.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) التواصل المهني بين الأطباء والصيادلة لدراسة وتبادل المعلومات وأخذ الآراء والمشورات الطبية بخصوص علاج المرضى وتبادل المعلومات .
- (2) المخاطر التي تواجه المرضى ومقدمي الرعاية الصحية فيما يتعلق بتوزيع المعلومات الخاطئة وانتهاكات خصوصية المريض وانتهاك الحدود الشخصية و المهنية.
- (3) تطوير المنظومات المؤسسية من خلال التواصل مع المجتمع والمرضى . وتعزيز الرؤية التنظيمية من خلال تسويق المنتجات والخدمات المؤسسية وإنشاء موقع للحصول على الأخبار حول الأنشطة والترقيات ، وجمع الأموال والتبرعات وتوفير وسيلة للمرضى لتوفير موارد التعليم وخدمة العملاء.
- (4) إستخدام الأطباء لمواقع التواصل الاجتماعي بهدف التواصل المباشر مع المرضى للعلاج يجري ببطء , 60% منهم يفضل التفاعل الشخصي مع المريض على أن يتم التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- (5) إنتشار إستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي يمكن أن تؤثر أيضا على السلوكيات و الأهداف الصحية الفردية من خلال التعزيز الاجتماعي على إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة و سرعة توصيل المعلومات وبرامج تعزيز الصحة العامة من خلالها.

1 C. Lee Ventola (social media and health care professionals : benefits , risks , best practice) P&T jornal Vol.39 , No 7 , july 2014.

3. دراسة براد ميلينغتون (Brad Millington) (2014) بعنوان: تطبيقات الهواتف الذكية

وخصوصية الأفراد الصحية¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أساسيات الصحة و اللياقة البدنية تحت عنوان تطبيقات الهواتف الذكية. و نتائج الدراسة تسلط الضوء بالتركيز على تحسين الذات مع التطبيقات مثل MyFitnessPal، وغيرها.

وقد أختيرت التطبيقات في هذه الدراسة من تقرير هيئة الإذاعة الكندية (سي بي سي) بعنوان "أفضل 10 تطبيقات للصحة واللياقة البدنية و التغذية". حيث نشرت التطبيقات الأكثر شيوعاً واستخداماً حسب المسح الموصي به من قبل الأطباء وأخصائيي التغذية وغيرهم من الخبراء في عام 2012.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- 1) يتم تسويق التطبيقات كأدوات لتحقيق الصحة واللياقة البدنية المرغوب فيها ولتعزيز شخصية الفرد المستهلك بإمكانية تحقيق الأهداف المرغوبة بما في ذلك ممارسة التمارين الرياضية وهي وسائل لظالما اعتبرت أهدافا لتحقيق الصحة واللياقة البدنية.
- 2) ومن مميزات الهواتف النقالة وجود ميزه الخصوصية , وبما إن تلك البرامج تربط الفرد بالعالم الخارجي بمستخدمين لنفس التطبيقات لنفس الأهداف, قد تولد نتائج مثمرة ومجزية في نفس الوقت للطرفين.

1 Brad Millington (**smartphone** Apps and the mobile privatization of health and fitness) , critical studies in media communication Vol.3 No.5 ,pp 479-493 , December 2014.

4. دراسة كريغ و الكسندرا (2013) (R. Craig Lefebvre and Alexandra S.)

Bornkessel (بعنوان : مواقع التواصل الاجتماعي والصحة¹

هدفت هذه الدراسة الى معرفة كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد في الحصول على المعلومات الصحية وكيفية تأثيرهم صحياً بتطبيق المعلومات و الإرشادات الصحية بدل التوجه للمعاينة السريرية عند الأطباء والعيادات المختصة . وقد أجريت تلك الدراسة على قرابه 1700 عينة في الولايات المتحدة الأمريكية بولاية دالاس.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) 45% من الأشخاص الذين اعتمدوا على المعلومات الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي اتجهوا إلى أخذ مشورة طبيه أخرى.
- (2) 41% منهم صرحوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على قراراتهم في إختيار الطبيب أو المستشفى أو المؤسسة الطبيه بعينها .
- (3) أكثر من 40% منهم صرحوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي والمعلومات الصحية المتداولة قد أثرت على كيفية تعامل الاشخاص مع الأمراض المزمنة وكيفية ممارسة التمارين الرياضية , التغذية واستخدام الادوية.
- (4) 34% اقروا بأن تلك المواقع أثرت على إختياراتهم الصحية.

1 R. craig Lefebvre and alexander S. Bronkessel "Digital Social Networks and Health" American Heart Association
jornal volume no (10) , Dallas,US..2013

5. دراسة كامريني و ديفيني (Camerini , Divini) (2012) بعنوان , النشاط والصحة و شبكة

الإنترنت: هل وسائل الإعلام الجديدة تشكيل لدينا تصور من عدم اليقين؟¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية حدوث التفاعلات التواصلية من خلال التكنولوجيا الحديثة في المنتديات على شبكة الإنترنت من أجل الحصول على صورة أوضح عن المعلومات الغير مؤكدة المصادر عن مخاطر الإشعاع الغير مؤين ومناقشتها من قبل نشطاء على تلك المواقع وكيفية إنعكاس تصورهم لتلك المخاطر في المناقشة .

وأخذت عينة الدراسة من نتائج تحليل محتوى (702) رسالة نشرت بين عامي 2001 و 2007 في مناقشات مجموعة سويسرية ناشطة على الإنترنت في منتدى يختص بمناقشة المخاطر المرتبطة بالإشعاع غير المؤين.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

إن وسائل التواصل الجديدة شكلت مجتمعات إفتراضية صحية ذات تصورات مشكوكة غير صحيحة تظهر على هيئة نظراء بين أشخاص حيث يميل القائد الغير رسمي إلى الظهور وفرض ثم توجيه أرائه وعرضها أثناء المناقشة مما يؤدي الى تأثير إدراك الناس للمخاطر المرتبطة بالموضوع.

1 Luca Camerini , Nicola Diviani (Activism , health and net : are new media shaping our perception of uncertainty) interaction studies in communication and culture , Intellect Ltd journal, Volume 3, Number3 , University of Lugano , Switzerland , (2012).

6. دراسة (سشين ,ويلسون وكيلان) (Keelan ,Kumaran ,Sheen) (2010) بعنوان : فاعلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للصحة العامة¹.

هدفت هذه الرسالة إلى التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي التي من خلالها يتم عرض المعلومات الصحية على المجتمع و الأفراد ومدى تأثيرهم بتلك المعلومات وكيف ساهمت بدورها في نشر التوعية الصحية أو إحداث لغط معلوماتي.

جرى بحث الأدب المنهجي لقواعد بيانات متعددة ، تم اختيارها لتغطيتها مجموعة من التخصصات ذات الصلة ، بما في ذلك الطب والصحة العامة ، وعلم النفس ، والأعمال التجارية و التسويق ، وما يتصل بها من علوم إجتماعية باستخدام الكلمات الرئيسية (وسائل الإعلام الاجتماعي) أو (قواعد البيانات الصحية) أو (وسائل الإعلام الاجتماعي) و (الصحة). أظهرت الدراسة كل من المحادثات غير الرسمية الصحية المتعلقة بقضايا الصحة العامة و الأنشطة المتعلقة بالصحة على وسائل الإعلام الاجتماعي مثل يوتيوب، تويتر، والفيسبوك ونوعية المعلومات المتفاوتة المتداولة التي تزيد من مخاوف مستخدمي تلك المواقع بتعرضهم لمعلومات غير صحيحة تتعارض مع التوصيات الصحية العامة والعلوم الطبية كمثال الذين يعارضون اللقاحات ويروجون للتدخين .

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- 1) هنالك قلة بالدراسات التي تبحث عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة العامة للمجتمع , ومن غير الواضح أيضا تعميم نتائج الدراسات الفردية على سياق إجتماعي أكبر.
- 2) والدراسة تقدم رؤية محدودة فقط إلى ما إذا كانت فائدة تطبيقات وسائل الإعلام الاجتماعي تختلف مع أهداف الصحة العامة للمجتمع .

1 Rebbica Scheen ,Kumaran Wilson and Jenifer Keelan (Effectivness of the use of social media a reort for Peel Public health) University of toronto , Ontario , Canada, 2010.

7. دراسة (هو وشيم) (Hour and Shim) (2010) بعنوان : دور الاتصال بين المريض ومزود المعلومات , ثقه مصادر المعلومات المتوفرة عبر شبكة الإنترنت وإستخداماتها في الأنشطة الصحية¹

هدفت هذه الرسالة في التعرف على الإشباعات التي يحققها الأفراد من خلال تفاعلهم في الأنشطة الصحية خلال الإنترنت باستخدام نظريه الإستخدامات والإشباعات , وتأثر توجهاتهم الصحية التي تظهر من خلال سلوكيات تواصلهم مع العاملين بقطاع الصحة.

واستخدمت هذه الدراسة بيانات من معهد السرطان الوطني للمعلومات الصحية عام 2007 , وبيانات المسح هذه تمثل عينات مرضى السرطان في أمريكا عن طريق إستماره الإستبيان.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) كلما كانت قنوات التواصل بين الأفراد و مقدمي الخدمات الصحية أقل تركيزاً على مصلحة المريض , كلما كانوا أكثر عرضة للإنخراط في أنواع مختلفة من الأنشطة الصحية على الإنترنت.
- (2) الثقة في المعلومات الصحية الموجودة في الإنترنت يعتبر مؤشراً قوياً لمعرفة إتجاهات الأفراد في البحث عن الأنشطة الصحية على الإنترنت.
- (3) شددت هذه الدراسة على أهميه قنوات التواصل بين المريض وموفر الخدمات الصحية في تحفيز الأفراد للجوء إلى الإنترنت للحصول على المعلومة الصحية من مصادر موثوقة ومضمونة.

¹ Jiran Hou, Minsum Shin (The role of provider _ patient communication and trust in online sources in internet use for helth related activities) jornal of health communication , Vol 15 p:186-199, Georgia ,USA ,2010 .

8. دراسة جيمس وروبينسون (James D. Robinson, Yan Tian) (2009) بعنوان : إستخدام

المعلومات العرضية على الانترنت¹.

تهدف هذه الدراسة في البحث عن المعلومات العرضية التي ليست لها أهداف محددة من خلال التحليل الثانوي لبيانات الصحة الوطنية , وتكشف هذه الدراسة إن إستخدام المعلومات العرضية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بإستخدام الإنترنت بشكل عام أو إستخدام الإنترنت للحصول على المعلومات الطبية وأيضاً إستخدام المعلومات العرضية من وسائل الإعلام التقليدية. وهكذا تمتد هذه الدراسة من مفهوم تكامل وسائل الإعلام إلى الإستخدامات العرضية للمعلومات في سياق التواصل الصحي للجمهور

وقد استخدمت لهذه الدراسة عينة من المسح الوطني التي وضعها قسم مكافحة السرطان في المعهد الوطني للسرطان من 2002 الى 2003 على عينة مقدارها (4244) شخص من مستخدمي الموقع النشطين .

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) إن البالغين الذين تم تشخيصهم بالسرطان هم أكثر عرضه للحصول على معلومات صحية عرضية من وسائل الإعلام التقليدية أكثر من الإنترنت.
- (2) تفترض هذه الدراسة إن المعلومات العرضية المتوفرة على شبكة الإنترنت ترتبط ارتباطاً إيجابياً مع المعلومة الصحية.
- (3) المعلومات الصحية العرضية الموجودة بالإنترنت لها إستخدامات إيجابية مهمة في الحملات الصحية التي تقام على مواقع التواصل الإجتماعي.

¹Yan Tian, James D. Robinson (incidental health information use on the internet) journal health & communication

, Vol 24 p 41-49 , 2009.

9. دراسة موهان دوتا (Mohan .Dutta) (2005) بعنوان: وضع ملف للمستهلك بهدف معرفة

معلومات صحية إضافية بعد مشورة الطبيب: دور القائم على الإتصال والدوافع الشخصية¹

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الوعي الصحي كوسيط لعوامل العلاقة التواصلية بين (الأفراد، والمجتمع، الطباعة، والتلفزيون، و الإنترنت) والحصول على المعلومات الصحية . على عينه مقدارها (3388) مفردة من خلال (48) ولاية أمريكية .

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

(1) الأنشطة واللقاءات الإجتماعية لها أثر كبير على معلومات الأفراد الشخصية بعكس التلفاز والمجلات .

(2) الأفراد الذين شاركوا في السلوكيات الصحية الإيجابية زادت إحتتمالات حصولهم على مزيد من المعلومات الصحية.

10. دراسة موهان دوتا (Mohan .Dutta) (2004) بعنوان : المصادر الأولية للمعلومات الصحية

مقارنه في التوجهات , المعارف والسلوكيات الصحية²

هدفت هذه الدراسة الى فهم حاجة الأشخاص لإستهلاك المعلومات الصحية , من خلال إستخدامهم لتلك المعلومات عبر الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي.

واستخدمت الدراسة أسلوب المسح باستخدام أداة الإستبيان بعدد 500.000 مفردة باستخدام العينة العشوائية البسيطة بمعدل 5000 عينة بكل ولاية من ولايات المتحدة الأمريكية.

1 Mohan J.Dutta-Bergman (developing a profile of consumer intention to seek out additional information beyond a doctor : the role of communicative and motivation variables) lawrance Erlbaum , Inc . health communicative journal Vol 17 No1 , P1-16 , Purdue university 2005.

2 Mohan .J. Dutta-Burgman (Prmiary source of health information : comparisons in the domain of halth attitudes , health cognitions , and health behaviors , purdue university ,2004.

وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها :

- (1) الأشخاص الذين يحصلون على معلومات عن المشاكل الصحية من خلال العلاقات الشخصية هم أكثر وعياً صحياً , ولديهم إعتقادات صحية قوية عن الأمراض وكيفية تفاديها , و توجهاتهم الصحية قوية مقارنةً بغيرهم.
- (2) الأشخاص الذين يحصلون على معلوماتهم الصحية من الصحف أو المجلات لديهم وعياً صحياً كبيراً ومعلوماتهم وتوجهات الصحية أكثر و أفضل مقارنةً بغيرهم من الذين لم يحصلوا على معلوماتهم من الصحف أو المجلات.
- (3) الأفراد الذين يحصلون على المعلومات الصحية من الإنترنت هم أكثر وعياً صحياً ولديهم إعتقادات صحية قوية عن الأمراض وكيفية تفاديها و توجهاتهم الصحية قوية مقارنةً بالذين لم يحصلوا على المعلومات من الإنترنت.

حدود إستفادة الباحثة من الدراسة:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في جوانب عديدة منها:

1. تخدم الدراسات السابقة الدراسة الحالية لكونها إطاراً مرجعياً يشرح خلفية موضوع إعتداد الجماهير على تطبيق (الواتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية .
2. الإستفادة من الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري.
3. الإستفادة من الدراسات السابقة في بلورة الإستبانة للدراسة الحالية.
4. دعم وتفسير نتائج الدراسة الحالية بالشواهد العلمية والمبررات التي تتضمنها الدراسات السابقة.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة في ضوء المحددات التالية :

1. تعطي الدراسة مؤشراً لواقع إستخدام الجمهور البحريني لوسائل التواصل الفوري , ومدى إعتادهم على تطبيق (الواتس أب).
2. تزايد استخدام وسائل التواصل الإجتماعي بين فئة الشباب في الآونة الأخيرة وخصوصاً تطبيقات التواصل الفوري مثل : الواتس أب وسناب شات ... إلخ , وتحديد مظاهر الإعتداد على تلك الوسائل الإتصالية في الحصول على المعلومات الصحية.
3. التعرف على التأثير الذي تقوم به وسائل التواصل الفوري في تناقل الأخبار والمعلومات.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على مدى إعتداد الجمهور البحريني على تطبيقات التواصل الفورية في الحصول على المعلومات الصحية .
2. التعرف على تأثير المعلومات الصحية المتداولة في التطبيقات الفورية على سلوكيات الجمهور البحريني.
3. الكشف عن مدى تفاعل الجمهور البحريني مع المعلومات الصحية المتداولة في تطبيقات التواصل الفوري .

4. التعرف على مدى ثقة الجمهور البحريني في المعلومات الصحية المتداولة في تطبيقات التواصل الفوري.
 5. التعرف على أسباب اعتماد الجمهور البحريني على تطبيقات التواصل الفوري في الحصول على المعلومات الصحية.
 6. التعرف على مدى أهمية المعلومات الصحية بالنسبة للجمهور البحريني.
 7. رصد التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) المترتبة على اعتماد الجمهور البحريني لتطبيقات التواصل الفوري كمصدر للحصول على المعلومات الصحية.
- تساؤلات الدراسة :**

1. ما مدى اعتماد الجمهور البحريني على تطبيقات التواصل الفوري في الحصول على المعلومات الصحية؟
2. ما تأثير المعلومات الصحية المتداولة في تطبيقات التواصل الفوري على سلوكيات الجمهور البحريني؟
3. كيف يتفاعل الجمهور البحريني مع المعلومات المتبادلة في تطبيقات التواصل الفوري؟
4. ما مدى ثقة الجمهور البحريني في المعلومات الصحية المتداولة في تطبيقات التواصل الفوري؟
5. ما أسباب اعتماد الجمهور البحريني على تطبيقات التواصل الفوري في الحصول على المعلومات الصحية؟
6. ما مدى أهمية المعلومات الصحية بالنسبة للجمهور البحريني؟
7. ما التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) المترتبة على اعتماد الجمهور البحريني لتطبيقات التواصل الفوري كمصدر للحصول على المعلومات الصحية.

متغيرات الدراسة:

أولاً *المتغير المستقل*: ويتمثل في اعتماد الجمهور البحرين على تطبيق (الواتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية.

ثانياً: *المتغيرات الوسيطة*: تتمثل في المتغيرات الديموغرافية (الجنس , العمر , المستوى الاجتماعي) .

ثالثاً: *المتغير التابع*: تأثيرات الاعتماد (المعرفية – العاطفية – السلوكية) جراء تعرض الجمهور البحرين لتطبيق (الواتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية.

فروض الدراسة:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية وفقاً لمتغير النوع .
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية وفقاً لمتغير الفئة العمرية.
3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس أب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية وفقاً لمتغيرات النوع والحالة الاجتماعية والفئة العمرية والمستوى التعليمي ومستوى الدخل.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس أب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية وفقاً لمتغير النوع.
6. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس أب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية .
7. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس أب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية وفقاً لمتغير الفئة العمرية.
8. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس أب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي .

9. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية وفقاً لمتغير الدخل.

نوع الدراسة:

هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد للحصول على معلومات كافية وإستخلاص نتائج ودلالات مفيدة عنها حيث تقوم من خلالها الباحثة بتقديم وصف للدور الذي يقوم تطبيق (الواتس أب) كأحد برامج التواصل الإجتماعي واعتماد الجمهور البحريني على المعلومات الصحية المتداولة ودراسة بعض المتغيرات التي قد تؤثر في هذه العلاقة.

منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي من أجل جمع البيانات حول الظاهرة محل البحث من المبحوثين , "ويعد المنهج المسحي جهداً منظماً علمياً يساعد على وصف الظاهرة , والحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة وتقديم صورة واقعية , أو أقرب ماتكون إلى الواقعية عن هذه الظاهرة "1 وهو شكل من أشكال التجميع المنظم للبيانات بغرض الوصف أو التنبؤ بفعل معين أو بغرض تحليل العلاقات بين المتغيرات.

الإجراءات المنهجية للدراسات الميدانية:

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة هو جميع المفردات التي تتوافر فيها الخصائص المطلوب دراستها .² هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي تستهدف الباحثة دراستها لتحقيق نتائج الدراسة حيث يتكون مجتمع الدراسة الحالية من الجمهور في مملكة البحرين من محافظات البحرين الأربع (الشمالية, الجنوبية , العاصمة ومحافطة المحرق) كالآتي الشمالية بعدد سكان (290.182) وبمساحة 38 كم² , المحافظة الجنوبية بعدد سكان (395.368) وبمساحة 523 كم², محافظة

¹ السيد أحمد مصطفى عمر , البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه , تونس: دار الفلاح , ص68 , 2008.

² وفقى السيد الإمام , البحث العلمي , المكتبة العصرية , القاهرة , ص 99 , 2006.

المحرق بعدد سكان (169.299) وبمساحة 56 كم², محافظة العاصمة بعدد سكان (290.182) وبمساحة 38 كم². بعدد السكان الإجمالي بحوالي مليون و ثلاثمائة نسمة.¹

جدول رقم (1)

إجمالي عدد سكان البحرين في عام 2014

<u>المحافظة</u>	<u>التعداد</u>	<u>المساحة</u>
الشمالية	290.182 نسمة	38 كم ²
الجنوبية	395.368 نسمة	523 كم ²
العاصمة	290.182 نسمة	38 كم ²
المحرق	169.299 نسمة	56 كم ²

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على العينة المتاحة وقد تمثلت عينة الدراسة من (350) مبحوثاً من الجمهور في مملكة البحرين وقد تم إستبعاد بعض الإستمارات لعدم إكتمال بيانات الإستمارة لتصبح (300) إستمارة فقط .

أداة جمع بيانات الدراسة:

اعتمدت الدراسة في إختيار العينة وفق أسلوب العينة المتاحة التي تقوم بإختيار العينة من الجمهور المتاح دون قيود لتكافؤ نوعي أو جنسي .²

استخدمت الباحثة في دراستها صحيفة الإستبيان والتي تم تصميمها في ضوء أهداف وتساؤلات الدراسة لخدمة الدراسة في معرفة مدى إعتداد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية في ضوء نظرية الإعتداد على وسائل الإعلام, وتم

¹ الجهاز المركزي للمعلومات, تعداد سكان البحرين عام 2014, معلومة مأخوذة من موقع الجهاز المركزي للمعلومات بالبحرين على الرابط التالي: <http://www.data.gov.bh/ar/Dashboards> تاريخ الدخول 2016/6/9.

² وفق السيد الإمام, البحث العلمي, المكتبة العصرية, القاهرة, ص 124, 2006 .

أستخدام أيضا المقابلة العلمية المقننة مع عدد من الأطباء في المتخصصين في المجال الصحي وذلك لمعرفة مدى اعتماد الأطباء على تطبيق (الواتس أب) في الرعاية الصحية ومدى تأثيرها على سلوكيات المراجعين في اختياراتهم الصحية. وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة الدراسة في الفترة من يناير 2016 إلى ديسمبر 2016.

أداة جمع المعلومات

أولا: صدق صحيفة الاستبيان:

تقصد الباحثة بصدق صحيفة الإستبيان من ناحية قياس ما تم تصميمها له وذلك للتأكد من مقدار صدق أداة الدراسة حيث تم عرضها على مجموعة من المحكمين¹ في مجال الإعلام وتم تطبيق المراجعة المنهجية والعلمية وقد وزعت على المحكمين من الخبراء والأكاديميين وقد طلب منهم إبداء رأيهم تجاه مدى ملائمة عبارات صحيفة الإستبيان لعينة الدراسة وعليه فقد تمت التعديلات على أساس ملاحظاتهم من حيث صياغة بعض العبارات.

ثانيا: ثبات صحيفة الاستبيان:

من الصفات الأساسية التي يجب توافرها في أداة جمع البيانات قبل البدء في استخدامها هي خاصية الثبات . تكمن أهمية قياس درجة ثبات أداة جمع البيانات في أهمية الحصول على نتائج صحيحة كلما تم استخدامها , بالتالي ستكون نتائج الدراسة غير مطمئنة ومضللة.

يعرف ثبات المقياس إلى أي درجة يعطي المقياس قراءات متقاربة عند كل مرة يستخم فيها , ويقاس ثبات أداة جمع البيانات بطرق مختلفة من أشهرها حساب معامل كرمباخ².

تم إجراء إعادة الإختبار للإستمارة على عينة شكلت (30) مفردة تمثلها 10% من حجم عينة الدراسة التي بلغت (300) مفردة كما تم إعادة تطبيقها على العينة ذاتها بعد أسبوع وقد بلغت نسبة الثبات 87% وهي نسبة دلت على وضوح الأسئلة وصلاحياتها للدراسة وبالإمكان التعميم عليها في نتائج الدراسة .

¹ الدكتور . رضا المثاني إستاذ مشارك ,كلية الآداب ,قسم الإعلام والعلاقات العامة , جامعة البحرين.
الدكتور كمال الغربي إستاذ مشارك , كلية الآداب , قسم الإعلام والعلاقات العامة , جامعة البحرين
الدكتورة سما الهاشمي , أستاذة الإعلام المساعد , كلية الآداب , قسم الإعلام والعلاقات العامة , جامعة البحرين
الدكتور أحمد طوالبه أستاذ مشارك , كلية الآداب , قسم الإعلام والعلاقات العامة , الجامعة الخليجية.

² حسني عز الدين , مقال منشور , بعنوان : **صدق وثبات أداة جمع البيانات** , ب. ت. معلومة مأخوذة من موقع <http://statistics.ahlamontada.com/t30-topic> بتاريخ 2016/8/17

المعالجة الإحصائية:

قامت الباحثة بعد الإنتهاء من جمع بيانات الدراسة بإدخالها إلى الحاسب الآلي لمعالجتها وتحليلها وإستخراج النتائج الإحصائية بإستخدام برامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية والمعروف بإسم SPSS وذلك بإستخدام المعاملات والإختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية لإستجابات أفراد العينة لعبارات الإستبانة.
2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
3. معامل بيرسون للإرتباط (person correlation) لقياس شدة وإتجاه العلاقة الإرتباطية بين متغيرين.
4. الإختبارات البعدية لمعرفة مصدر الثبات بين المجموعات التي يؤكد تحليل تباين على وجود فرق بينهما.
5. إختبار "ت" (T test) للمجموعات المستقلة لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الدراسة.
6. تحليل التباين في إتجاه واحد لدراسة الدلالة الإحصائية للمتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين.

أطر وحدود الدراسة:

الحدود الموضوعية : في ضوء الدراسة فإن المجال الموضوعي ينحصر في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (واتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية.

الحدود البشرية: المجتمع البحريني من ذكور وأناث .

الحدود المكانية: تقوم الدراسة في مملكة البحرين بمحافظتها الأربع (الشماليه , الجنوبية , العاصمة , المحرق).

الحدود الزمانية: تمتد الدراسة من يناير 2016 الى ديسمبر 2016.

مفاهيم الدراسة

يعتبر تعريف المصطلحات الأساسية للدراسة خطوة مهمة لإختلاف الإطار الدلالي للأفكار والمعاني بالنسبة للأفراد بحسب إختلاف ثقافته القارىء وخلفية معلوماته أو حسب مايندرج في المجتمع , فلا بد من توحيد المعنى المشترك للباحث لمنع اللغظ وإيصال المعنى الموحد المقصود.

الإعتماد : الإعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام على مصادر المعلومات الموجوده لتحقيق أهدافهم وإعادة نشرها ومعالجتها ¹.

الجمهور البحريني: هم جميع أفراد المجتمع البحريني من محافظات البحرين الأربع .

تطبيق الواتس أب: تطبيق إلكتروني فوري مجاني يقوم بتبادل الرسائل المكتوبة والصور والفيديوهات والرسائل الصوتية من خلاله والتفاعل بين الأفراد , وهو متواجد في أنظمة الكمبيوتر والهواتف الذكية ويستخدمها حوالي مليار شخص حول العالم ².

المعلومات : البيانات التي تمت مراجعتها ومعالجتها بحيث أصبحت ذات معنى ومرتبطة بسياق معين .

تطبيقات التواصل الإجتماعي : تطبيقات إلكترونية تقدمها شبكة الإنترنت وتكون مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات , تعليقات , رسائل , وصور للأفراد والجماعات , حيث تسمح لهم بالتواصل والتفاعل فيما بينهم بحسب اهتماماتهم وتوجهاتهم الشخصية , فيستطيع أي شخص أن يجد أو ينشئ المجموعات حسب إهتمام معين مثل القراءة أو بلد المنشأ أو الهوايات أو التخصص الجامعي وغيرها من الأمور المشتركة ³.

تطبيقات التواصل الفوري: هي تطبيقات تستخدم فيها الرسائل الفورية , وهو شكل من أشكال الإتصال الفوري بين شخصين أو أكثر الذي يعتمد على النص المكتوب أو الفيديو المرئي أو التسجيلات المسموعة , باستخدام الأجهزة الذكية المتصلة بشبكة الإنترنت , و يميزه عن باقي أشكال

¹تعريف الإعتماد , معلومة مأخوذه من <http://www.businessdictionary.com/definition/media-system-dependency-theory.html> تاريخ دخول الموقع (2016/7/23).

² موقع واتساب الرسمي , حول تطبيق ونشأة واتساب , معلومة مأخوذه من موقع www.wassap.com بتاريخ (2016/6/6) .
³ Oxford University Press "social network : definition , access 16 oct 2016 (http://oxforddictionaries.com/definition/english/social_network) ,

التواصل الإلكتروني هو التزامن الفوري المحسوس من قبل المستخدمين وخصوصية المعلومات المتبادلة بين الأفراد.¹

¹ تعريف المراسلة الفوريه , معلومة مأخوذة من موقع <https://www.scribd.com/doc> بتاريخ 2016/11/11 .

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول : نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي و تطبيقات التواصل الفوري

المبحث الأول

نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام

مقدمة في نظرية الاعتماد (النشأة والتطور التاريخي للنظرية):

من خلال التطور المستمر للتكنولوجيا الحديثة وإندماجها مع الحياة اليومية للأشخاص , أصبح الإعلام من القوى المؤثرة في سلوك وتوجهات المتلقين منهم . من هنا تكمن أهمية الإعلام في نشر وتداول المعلومات باعتبارها المصدر الأساسي لإدراك الأفراد بالأحداث التي تحدث من حولنا سواء كانت محلية , إقليمية أو عالمية.

نظراً لأن الجمهور يعتمد بشكل أساسي على المعلومات التي تنقلها وسائل الإتصال في المجتمع المعاصر ولأن هذه الوسائل كلية الوجود لا يمكن الإستغناء عنها , فإن درجة اعتماد الأفراد على المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الإتصال تعتبر متغيراً أساسياً لفهم متى ولماذا تغير وسائل الإتصال معتقدات , مشاعر وسلوك الأفراد .¹

وكانت بدايه بروز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة "ساندرا روكيتش" و "ميلفين ديفلير" وزملائهما عام 1976 م عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان (منظور المعلومات) حيث طالبوا فيها بأهمية و ضرورة الإنتقال من مفهوم قوة الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يعتمد في نشاطه على مصادر المعلومات الأخرى التي تصنع النظام الإعلامي القائم في المجتمع.²

وكانت بداية هذه النظرية عندما شعر مؤسساً نظرية الاعتماد بالفراغ الذي خلفه نموذج الإستخدامات والإشباع الذي بدوره أهمل تأثير وسائل الإعلام , وركز على المتلقي وأسباب إستعماله لوسائل الإعلام, فاتبع المؤلفان منهج النظام الإجتماعي لتحليل تأثير وسائل الإعلام فاقترحا وجود علاقه بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الإجتماعي .³

ولاتوجد نظرية إعلامية واحدة متفق عليها في كيفية عملها وتأثيرها في الجمهوريين الباحثين, بل كمجموع من النظريات التي تقدم تصورات واقتراحات علمية عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره , وتساعد هذه النظريات في توجه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى المسارات الصحيحة

¹ عبدالرحيم درويش , مقدمة الى عالم الإتصال , عالم الكتب القاهرة , ص 150 , 2012.

² خالد خليل أبو أصبع ,الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة , ط5 , ص 143 (عمان : دار مجدلاوي , 2006).

³ محمد عبد الحميد , نظريات الإعلام واتجاهات التأثير , ط 3 , ص 298 (القاهرة , عالم الكتب , 2010) .

, ذلك أن النظريات تجسد بشكل فعال تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع , وسنتطرق في بحثنا هذا إلى ما يسمى بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .¹

واختارت الباحثة هذه النظرية وربطتها بالدراسة لكونها من أهم النظريات التي توضح تأثيرات الفرد في المجال المعرفي والوجداني والعاطفي وتوضح علاقة الاعتماد بين الأفراد وشبكات التواصل الاجتماعي التي تبحث في موضوع اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتساب) في الحصول على المعلومات الصحية.

مفهوم وفروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

من أهداف نظرية الاعتماد الرئيسية على وسائل الإعلام هو الكشف عن التوجهات الرئيسية والأسباب التي جعلت وسائل الإعلام ذات تأثير قوي ومؤثر , وفي أحيان أخرى يكون تأثيرها ضعيف وغير مباشر نوعاً ما .

ونستطيع الجزم إن نظرية الإعلام هي نظرية (بيئية) والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره مركبا عضويا, وهذه النظرية تبحث في كيفية ارتباط أجزاء النظم الاجتماعية الصغيرة والكبيرة ببعضهم البعض ,ومن ثم تحاول تفسير سلوك تلك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات . ومن المفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا مهما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث , وبهذا التسلسل يصبح لهذا النظام علاقة قوية بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى وقد تتسم تلك العلاقات إما بالتعاون أو الصراع , وقد تكون متغيره ديناميكية أو ساكنة وثابتة , إما مباشرة قوية أو غير مباشرة وضعيفة .²

يفترض من وسائل الإتصال أن تحقق قدراً كبيراً من التأثيرات السلوكية والعاطفية والمعرفية وإحتمال ان تزيد هذه التأثيرات عندما تمد نظم وسائل الإتصال الأفراد بخدماتها وتوصل لهم معلومات رئيسية وفريدة , كما إن إحتمال زياده هذه التأثيرات وارد عند وجود درجه عالية من عدم الإستقرار والتوازن في المجتمع حيث يؤدي ذلك إلى الصراع والتغير ومع هذا فإن فكرة تغير حالة

¹ ساندرا روكيتش , ميلفين ديفلير, ترجمة كمال عبدالرؤف , نظريات وسائل الإتصال , ص 426 , (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع . 1993) .

² حسن عماد مكاي , ليلي حسين السيد , الاتصال ونظرياته المعاصرة , ص 314, الدار المصرية اللبنانية , 2004.

الجمهور المعرفية والوجدانية والسلوكية حيث بإمكانها أن ترجع وترتد لتحدث تغييرا لكل من وسائل الإتصال والمجتمع وذلك مانعنيه بالعلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع .

وتجدر الإشارة إن المرحلة الثالثة (مرحلة التأثيرات المعتدلة لوسائل الإتصال الجماهيرية) بعد أن تتحى الباحثون عن فكرة التأثيرات المحدودة لهذه الوسائل ويرجع ذلك إلى الإنتشار الواسع في إستخدام التلفزيون والذي كان سبباً للإعتقاد في بعض التأثيرات التي يمكن أن تُنسب لوسائل الإتصال , كما إن الباحثين الماركسيين يقتنعون لأن وسائل الإتصال الجماهيرية تلعب دوراً كبيراً في إضفاء الشرعية على الرأس مالية والمجتمعات البيروقراطية. وهناك بحوث التأثيرات يميز بين مدخلين مختلفين وهما مدخل يركز على الشخص وآخر على الموقف. ويركز الأول على تأثير مضمون معين على معرفه واتجاهات وسلوك الأفراد , بينما يضع الثاني تركيز إضافي على التأثيرات الغير مباشرة.¹

و تفترض هذه النظرية إن الجمهور يلجأ إلى وسائل الاعلام للحصول على حاجاته المعرفية وبناء مواقف السلوكية في ظروفه الخاصة , فبإزدياد درجة عدم الإستقرار في إزداد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ومن خلال البائين (ميلفين, وساندرا) يرون إن هذه النظرية تستند على عدد من الفروض الفرعية وأهمها :

1. إختلاف مدى الإستقرار والإتزان في الانظمة الإجتماعية يرجع إلى وجود التغييرات المتتالية والمتزايدة , ويؤدي ذلك إلى إزدياد الحاجة للمعلومات وكنتيجة لذلك فالأخبار تتزايد أو تقل تبعا لتلك الحاجة إلى هذه المعلومات والأخبار, حيث يكون الأفراد في أوج إعتمادهم على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات .
2. حيويه النظام الاتصالي بالنسبة للأفراد في المجتمعات تزيد من مدى إعتمااد الجمهور على وسائل الإتصال لإشباع حاجاتهم.
3. تباين إحتياجات الجماهير وأختلافها وأهدافهم الفرديه والنفسيه تؤثر في درجه اعتمادها على وسائل الإعلام.

¹ عبدالرحيم درويش , مقدمة الى عالم الاتصال , عالم الكتب , ص 205 - 206 القاهرة , 2012.

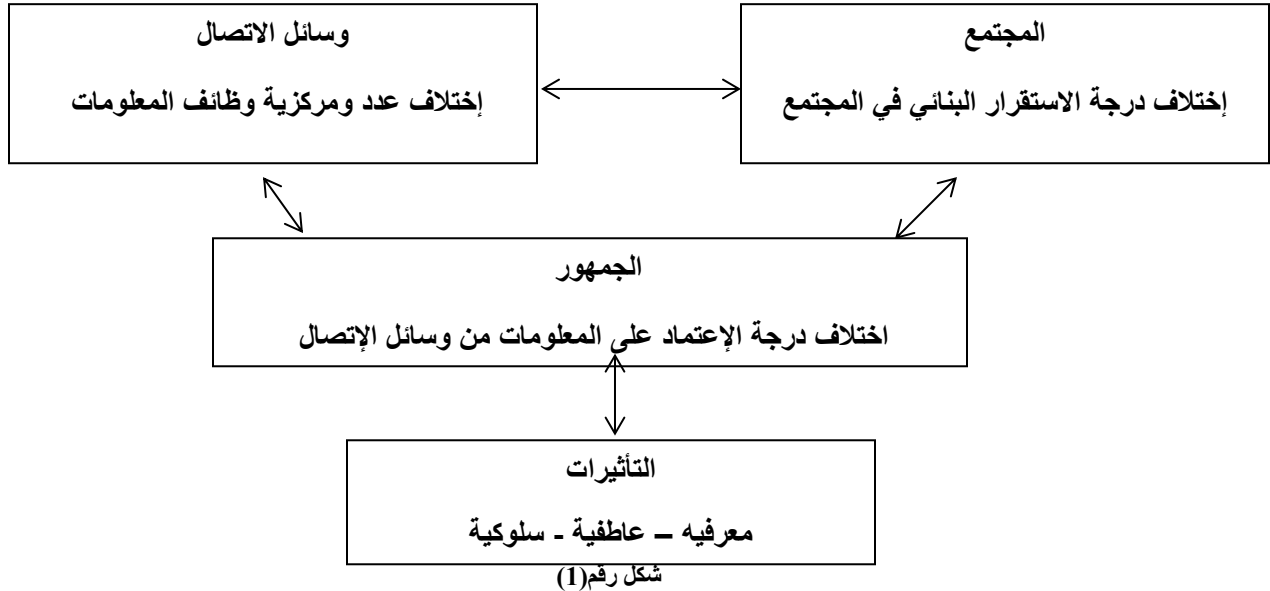
إن استخدام وسائل الإتصال وفق هذه النظرية لا يتم بمبعد عن تأثير النظام الإجتماعي السائد, وطريقة التعامل مع تلك الوسائل تتغير وتتأثر بما تتعلمه من ماضي المجتمع , وما يحدث في اللحظة التي نستقبل فيها الرسالة الإتصالية.¹

ومن خلال ذلك ترى الباحثة بأن التواصل الإجتماعي وتطبيقات التواصل الفوري (كالواتس أب) مثلاً تحتوي على العديد من المعلومات المتداولة بين المستخدمين لهذه التطبيقات , وتزايد إعتادهم عليها نتيجة حاجة وإشباع الحاجات المعرفية لدى الجمهور البحريني وتستخدم الباحثة نظرية الإعتداع على تطبيقات التواصل الفوري لقياس مدى إعتداع الجمهور البحريني على تلك التطبيقات في الحصول على المعلومات الصحية.

التطور التاريخي لنظرية الإعتداع على وسائل الاعلام :

المرحلة الأولى النموذج الأول لنظرية الإعتداع على وسائل الإعلام (1976):

قدم الباحثين (ديفلر وروكتش) نموذج الإعتداع على وسائل الإتصال الأول عام 1976م , وعرض النموذج العلاقة بين عناصر النظرية الثلاثة المكونة لها (الإعلام – المجتمع – الجمهور) بشكل متداخل , حيث تختلف هذه العلاقة بين مجتمع وآخر , وطبيعة وسائل الإعلام الإتصالية , وتنوع إعتداع الجمهور على وسائل الإعلام.



نموذج روكيتش ودوفلير للإعتداع 1976 (العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظم الإجتماعية الأخرى والجمهور)¹

¹ كامل خوشيد مراد, الاتصال الجماهيري والاعلام , دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة , ص 149-150, عمان , الاردن , 2011.

المرحلة الثانية : نموذج التكامل لتأثيرات وسائل الإعلام (1982):

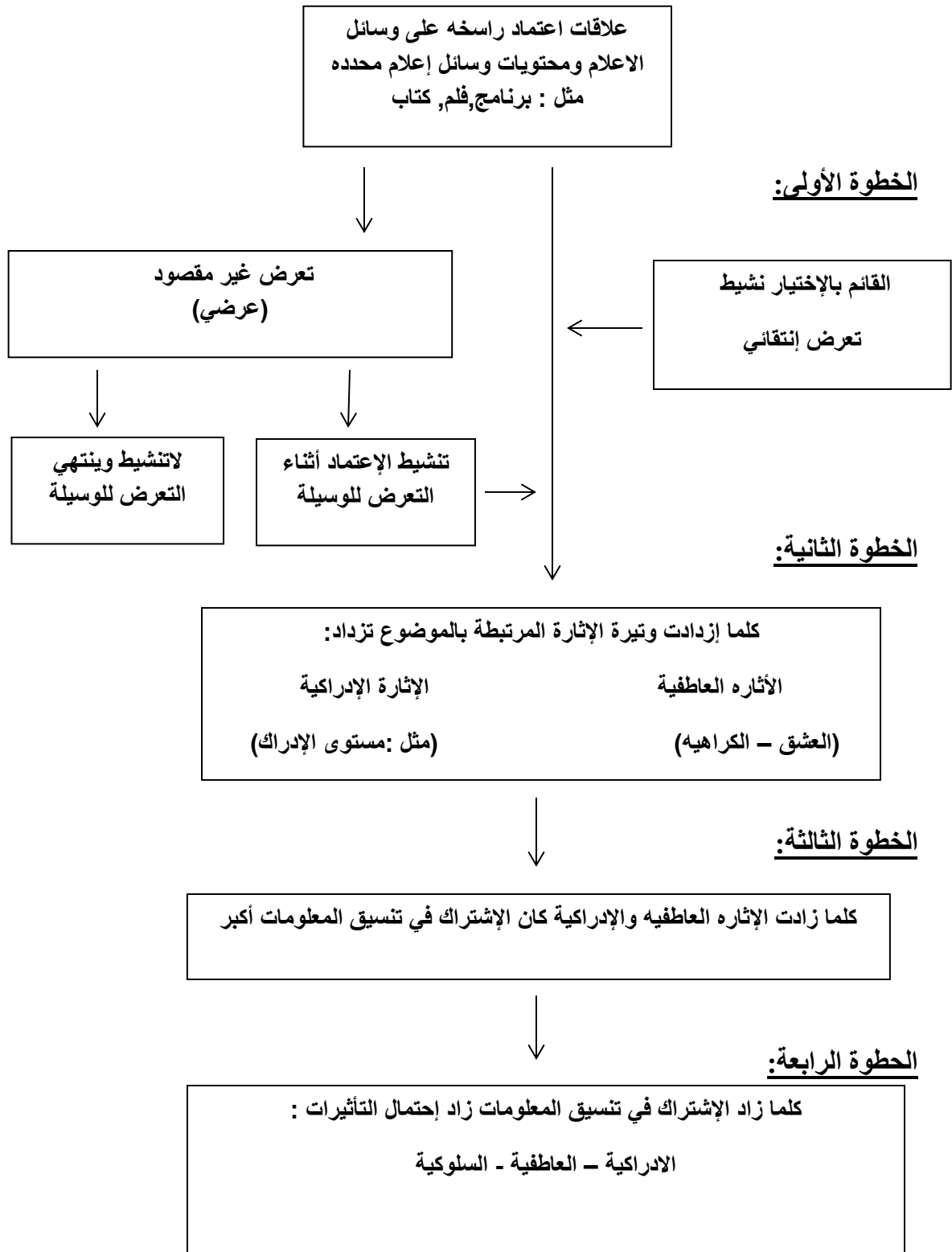
يمثل هذا النموذج المتكامل لنظرية الإعتماد التداخل المتنوع ما بين العناصر المهمة والرئيسية للعملية الاتصالية (وسائل الإعلام- الجمهور- المجتمع) ويعرض مجموعة مختلفة ومعقدة الاتجاه من المتغيرات التي تؤدي إلى تأثير وسائل الاتصال التي تظهر كنتيجة للإعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية المحيطة به. ويتوقف تأثير وسائل الإعلام بشكل كبير على طبيعة الواقع الاجتماعي , فعندما يكون الواقع ملئاً بالحاجات وتطلعات الجمهور سيقصر تأثير الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام على تدعيم المعتقدات وأنماط السوق والقيم السائدة.²

المرحلة الثالثة : التطوير الأخير لنظرية الإعتماد (1989):

قام كل من ساندرا روكيتش , وميلفين ديفلير عام 1989 بتطوير نموذج للإعتماد الفردي على وسائل الإعلام ويوضح هذا النموذج كيف يؤثر الإعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات على المجتمع من خلال علاقات الإعتماد بين الأفراد ووسائل الإعلام . وينطلق من هذا النموذج الإدراك العقلي الذي يفترض بوجود ارتباط بين محتوى الوسيلة ودوافع الإنتباه كعملية إدراكية تزيد من احتمال أن يتأثر الفرد بمضامين معينة من خلال وسائل الإعلام , واهتم الباحثان روكيتش و ديفلير بتوضيح كيف تساعد علاقات الإعتماد على وسائل الإعلام في تفسير آثار التعرض للرسالة الإعلامية الخاصة بسلوك الفرد ومعتقداته وهو إهتمام مركزي بالنسبة للذين يستخدمون نهجاً نفسياً إدراكياً لتفسير تأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع والأفراد.

1 حسن عماد مكاي, ليلي حسين السيد , مرجع سابق ص 316.

² Melvin de fleure and Sandra ball rokeach : **theories of mass communication** 3rd ed , P 251-253 (new York : longman 1975) .



شكل رقم (2)

نموذج روكيتش ودوفلير للاعتماد 1989

يبدأ الفرد في النموذج السابق بتفحص وسائل الإتصال الإعلامية بدقة , ليختار ما يريد في الإستماع إليه أو مشاهدته , أو قرائته . أو الاتصال بشخص بطريقة عرضية لمحتويات وسيلة إتصال معينة , كالخطوات التالي :

الخطوة الاولى :

يتميز القوائم بالإختيار بالنشاط , ويختار محتوى معين من وسائل الإتصال , وكنتيجة متوقعه منه بأن كثرة التعرض سيساعده على تحقيق أهدافه أكثر من الفهم والتسلية والتوجيه وتعتمد تلك التوقعات على:

- التجارب والخبرات السابقة .
 - التحدث مع زملاء أو أصدقاء العمل.
 - معلومات يحصل عليها من مصادر وسائل الإتصال الإعلامية مثل (خريطة البرامج اليومية).
- والشخص الآخر يكون مراقب عارض , أو بالصدفة بدون أي توقعات مسبقة وأغلب الناس يختارون بنشاط ما يودون التعرض إليه في معظم الأوقات .

الخطوة الثانية:

وكنتيجة لذلك تتكون ميزات أخرى من عملية الإعتماد وتصبح ذات أهمية عالية , فليس جميع الأفراد الذين يتعرضون لوسائل الاتصال سيقومون بفعل ذلك بنفس القدر من الإعتماد , كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث إهتمامهم في خلال فترة عارضه , ويتكون مدى إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال:

- الأهداف الفردية.
- الأوضاع الشخصي والاجتماعي.
- التوقعات التي تتعلق بالفائدة المحتملة من محتويات الوسيلة الإعلامية.
- الوصول إلى المعلومات وسهولتها .

وأهداف الأفراد كثيراً ما تعكس متغيرات في بيئاتهم .وعندما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض مثلاً: كالتهديد, يزداد إعتداد الأشخاص على وسائل الإتصال حيث إن الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل¹ الإعلام غالباً مايكون مهما لحل الغموض, وتقليل التهديد الحقيقي أو المحتمل .فالأشخاص الذين يكونون هم أنفسهم أو أحبائهم مصابين بمرض خطير , كثيراً ما يقيمون علاقات اعتماد قوية بوسائل الإعلام , من أجل الحصول على معلومات تساعد في تقديم أفضل خدمة طبية أو مساعدة.

ولابد من أن تختلف كذلك توقعات الأشخاص بشأن فائده عرض معين . فالشخص الذي يختار بنشاط, من الواضح إن لديه توقعات أعلى من المراقب العارض , فكلما زاد توقع الأشخاص لتلقى معلومات مفيدة, زادت قوة اعتمادهم على وسائل الإعلام.

وأن بعض وسائل الإعلام ليست كذلك متاحة على نطاق واسع ومتساوية لجميع الأفراد مثلاً: أن تكون الوسيلة غالية الثمن , أو إمكانية الوصول إليها محدودة (مثل : إستخدام الكمبيوتر والإتصال بشبكة الإنترنت , أو مشاهدته القنوات الفضائية).

وعندما يكون إعتداد الاشخاص على برنامج تلفزيوني -مثلاً- منخفضاً أو منعدماً , فإننا سوف نتوقع أن نجدهم يتحدثون أو يفعلون أشياءً أخرى في أثناء تشغيل جهاز التلفزيون , فبالتالي لايحتمل أن يكون شعورهم قوياً تجاه البرامج إيجاباً أو سلباً .

الخطوة الثالثة:

يعد الإشتراك مفهوماً رئيسياً , فالسياسي الذي يقول: ((أحبوني أو أكرهوني ولكن لاتجاهلوني)) إنما يؤكد بشكل مباشر عن أهميه مشاركة الجمهور ويتحدث عن أهمية الإشتراك و المساهمة النشيطة في تنسيق المعلومات بعد التعرض, مثل: الإقلاع عن التدخين , أو بدء التدريبات الرياضية , أو إجراء فحوصات طبية.

الخطوة الرابعة :

الذين يشاركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات هم أكثر قابلية للتأثر بمحتوى وسائل الإعلام , وتهتم بحوث وسائل الإعلام على الإدراك الحسي والمواقف والمعرفه والقيم. أما الآثار

¹ حسن عماد مكاي , إيلي حسين السيد , مرجع سابق , ص323.

الوجدانية مثل: مشاعر السعادة والخوف والحب والكراهية, فإنها تحظى باهتمام أقل. كذلك فإن الصلة بين أبعاد التأثيرات الإدراكية والسلوكية أقل وضوح.¹

ركائز الاعتماد على وسائل الإعلام :

أولا : العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام:

تعتبر هذه العلاقة المتغير الرئيسي في هذه النظرية , فهي تؤثر على كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام المختلفة , وتختلف هذه العلاقة تبعاً لأختلاف أنظمة وسائل الإعلام , وفي هذه العلاقة كلما زاد إحتياج وطلب المتلقي للحصول على المعلومات , كلما زاد الدافع للبحث عن مصادر معلومات ليتم بالتالي نشرها خلال وسائل الإعلام لكافة المجتمع . وكنتيجة تصبح تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور أكثر من غيرها.²

ثانيا: العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع:

تعتبر هذه العلاقة أهم متغير في نظرية الاعتماد , فهي تؤثر على كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام , وتختلف هذه العلاقة بإختلاف أنظمة وسائل الإعلام , وتزداد حاجه وطلب المتلقي في الحصول على المعلومات كلما زاد الدافع للبحث عن مصادر المعلومات , فبالتالي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام لجميع أفراد المجتمع.³

ثالثا: العلاقة بين المجتمع والجمهور المتلقي:

وتعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإتصال نظرية كاملة وشاملة حيث تقدم نظرة كلية للعلاقة بين الإتصال والرأي العام , وتتفادى الأسئلة البديهية عما إذا كانت وسائل الإتصال لها تأثير كبير على المجتمع , وأهم ما ضافته النظرية إن المجتمع يؤثر في وسائل الإتصال , فالنظرية تعكس

¹ حسن عماد مكاي , ليلي حسين السيد , مرجع سابق , ص-324-325.

² ميلفين ديفلير وساندرا روكيتش , ترجمة كمال عبدالرؤف , نظريات وسائل الاتصال ص 490 , (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع 1993).

³ المرجع السابق ص 490.

الميل العلمي السائد في العلوم الإجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج.¹

ترى الباحثة أن نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام تطورت بشكل مرحلي تدريجي من التركيز على الجمهور ومن ثم الإعلام وصولاً إلى التركيز على العناصر الأساسية الثلاثة التي تشكل جوهر ومضمون النظرية وهم الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الإجتماعي , حيث هنالك فرق شاسع بين كيفية تأثير كل عنصر من عناصر النظرية على تشكيل الرأي العام الإعلامي حيث توجد هناك علاقة إعتمادية واضحة بين طبيعة المجتمع ونوع الجمهور وتطور وسائل الإعلام وأهدافها. إن ركائز الإعتماد على وسائل الإعلام من حيث علاقه بين الجمهور ووسائل الإعلام ثم علاقه بين وسائل الإعلام والمجتمع وأخيرا العلاقة بين المجتمع والجمهور المتلقي , جميعها علاقات رئيسية مرتبطة بإحتياجات الفرد أساساً لإشباع رغباته المعرفية وهي عناصر ركيزة مهمة في التكوين الجوهري لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام.

أهداف نظرية الإعتماد :

من الأهداف المهمة لنظرية الإعتماد على الكشف عن المسببات التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا أثراً قوياً , وأحيانا لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما . وتعتمد فكره هذه النظرية على إن إستخدامنا لوسائل الإتصال لا يتم بعيدا عن تأثيرات النظام الإجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الإتصال , والطريقة التي نستخدم بها وسائل الإتصال وتتفاعل بها مع تلك الوسائل حيث ننأثر بما نتعلمه من المجتمع ويشمل هذا أيضا ماتعلمناه من وسائل الإتصال نفسها , كما أننا ننأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الإتصال . لذلك فإن أي مضمون نتلقاه من وسائل الإتصال قد يكون لها ردة فعل ونتائج من قبل المستخدم , وكذلك على تأثيرات الظروف الإجتماعية المحيطة.²

ترى الباحثة إن أهداف نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام تعتمد على مدى حاجة الأفراد للمعرفة والمعلومات كما ذكر سابقاً و يتضح مدى إعتماد الأفراد على وسائل إعلام معينة من حجم إستخدامهم

¹ لبنى عبدالله العلاوين , تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية , مؤسسة وإذاعة التلفزيون الأردنية , رساله ماجستير منشورة ص 32 , (جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا , قسم الإعلام 2009) .

² لبنى عبدالله العلاوين, مرجع سابق ص 31.

لذلك الوسيلة الإتصالية، تكيفاً للظروف الإجتماعية المجتمعية والتطورات التكنولوجية الحالية وإحتياجاتهم المعرفية.

أبعاد إعتداد الأفراد على وسائل الإتصال :

الأشخاص مثل النظم الإجتماعية , يبنون علاقات إعتداد على وسائل الإتصال الإعلامية , لأن الأفراد توجههم الأهداف , وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام , ويعتمد الأفراد على وسائل الإتصال لتحقيق الأهداف الآتية :

1. **الفهم :** مثال : معرفة الذات من خلال الحصول على الخبرات والتعلم. الفهم الإجتماعي من خلال التعرف على معلومات عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

2. **التوجيه:** ويشتمل على توجيه العمل مثلاً: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحافظ على رشاقتك؟

وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة .

3. **التسلية :** وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والإسترخاء والإستثارة والتسلية الإجتماعية مثل: الذهاب إلى السينما , أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة .¹

والواقع إن المخلوقات البشرية مدفوعة لفهم أنفسهم وبيئاتها الإجتماعية , وهي تستخدم هذا الفهم في توجيه أعمالها وفقاً لعلاقاتها المتبادلة مع الآخرين , وتعتبر التسلية هدفاً جوهرياً , فهي سمه لأغلب المجتمعات , وهي أكثر من مجرد وسيلة للهروب أو التخلص من التوتر , كما إنها أيضاً وسيلة لكي نصبح ((إجتماعيين)) , وعلاوة على أننا نعبر في لهونا عن أنفسنا وثقافتنا , مثلما يحدث في الرقص والرياضة والطقوس والأحتفالات .²

يستنتج الباحث مما سبق بأن الفهم والتوجيه والتسلية تشكل الأبعاد الرئيسية لإعتداد الأفراد على وسائل الإعلام , وهذه الأبعاد قد تكون ذاتية وقد تكون إجتماعية , وقد تكون مرتبطة بوسائل الإعلام المختلفة حيث يظهر ذلك درجة إعتداد الأفراد على تلك الوسائل ومشاركتهم بالمجتمع .

الأسس وتأثيرات الإعتداد على وسائل الإعلام:

¹ حسن عماد مكاي , إيلي حسين السيد , **الاتصال ونظرياته المعاصرة** , ص 320 الدار المصرية اللبنانية , 2004.

² المرجع السابق ص 321.

تقوم دراسة إعتداد الأفراد والمجتمعات على وسائل الإعلام على أسس وهم عبارة عن دعمتين أساسيتين , قدمهم دفلير وروكتش يتمثلان في: ¹

أولا :الأهداف: لتحقيق المنظمات والأفراد والجماعات المختلفة أهدافهم الإجتماعية والشخصية , فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها جماعات وأشخاص أو منظمات والعكس صحيح.

ثانيا :المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم , وتعتبر وسائل الأعلام نظام معلوماتي يتوجه إليه الأفراد والمنظمات من أجل الوصول إلى أهدافهم , وتتحكم وسائل الإتصال في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات :

المصدر الأول: تجميع المعلومات , فالمنذوب الصحفي يقوم بجمع المعلومات التي نحتاج إلى معرفتها , ويعرض كاتب السيناريو معلومات عن أحداث خياليه أو حقيقية تتيح لنا هدف اللعب أو المرح أو الإسترخاء .

المصدر الثاني : هو ترتيب المعلومات , ويشير الى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان , لكي تخرج بنتيجة مناسبة في شكل قصة صحفيه أو برنامج إذاعي.

المصدر الثالث : هو إنتشار المعلومات أو قدره على توزيعها إلى جمهور غير محدود.

ويستخدم مؤسسا النظرية (ميلفن) و (روكتش) مفردة (المعلومات) للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإتصال , ويشيرون إلى إن الفروق التقليدية التي توحى بأن (الأخبار) شيء يتعلق بالمعلومات , في حين إن (التسلية) ليست كذلك , هي فروق مضللة بحيث إن هذا الإسلوب من التفكير ليس صحي لسببين :

1. أن يتجاهل الطرق التي يستخدم بها الأشخاص محتويات التسلية لفهم أنفسهم وعالمهم , أو العوالم الكبرى التي لا تتعدى خبراتهم المباشرة , ولتوجيه أعمالهم وتفاعلاتهم التبادلية مع الآخرين . وإقتصار فكرة المعلومات على (الأخبار) فقط سوف يوحي بأن مايتعلمه الناس من تسلية ليست له أي نتائج هامة على المعاني التي ينشئونها ويتعاملون بموجبها , أو على تطبيعهم للمجتمع.

¹ حسن عماد مكاي , ليلي حسين السيد , الإتصال ونظرياته المعاصرة , ص 314 – 315 , الدار المصرية اللبنانية , 2004.

2. عندما نستبعد التسلية عن المعلومات , فإننا نقلل من دور اللعب في الحياة الشخصية والاجتماعية رغم الحكمة الانسانية المناقضة لذلك , فإن اللعب بصفه عامة , يعامل بشكل خاطيء وكأنه بعد غير هام من الدوافع الإنسانية.¹

ترى الباحثة إن الأهداف والمصادر من أسس الاعتماد على وسائل الإعلام حيث يسعى الأفراد والمنظمات والجماعات إلى الاعتماد على تلك الأسس لتحقيق أهدافهم وهي عملية تبادلية حيث تتحكم وسائل الإتصال في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات وهي جمع المعلومات و تنسيق المعلومات ونشرها.

تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام .:

رصد (ميلفين ديفلر) و (روكتش) عدة أثار من خلال ثلاث فئات أساسية هي:

أولا : التأثيرات المعرفية

تشمل الآثار المعرفية لوسائل الإتصال وفقاً لنظرية الاعتماد على كشف الغموض , وتكوين الإتجاهات , وترتيب أولويات الإهتمام , واتساع القيم والمعتقدات .

1. الغموض:

مشكله الغموض ترتبط بالآثار المعرفية لوسائل الإتصال , والغموض عبارة عن مشكلة تنتج إما عن نقص في المعلومات , أو معلومات بها تناقض وصراع. يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلى معلومات كافية لفهم الحدث² , أو يفتقرون إلى معلومات التي توضح التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإتصال . الغموض أساساً مشكله معلومات فالأشخاص تنقصهم المعلومات الكافية لخلق معانٍ ثابتة للأحداث وفي تلك الأحداث لانستطيع فيها نحن ولازملاء الرأي فينا أن نختبر ونراقب الأحداث التي نسعى إلى فهمها , بصورة مباشره تصبح وسائل الإعلام الجماهيرية هي نظام المعلومات الرئيسي الذي لديه المصادر لإستنتاج المعنى³.

¹ , حسن عماد مكاي , ليلي حسين السيد , مرجع سابق , ص 314-315 .

² محمود حسن إسماعيل , مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير , ص 280 , الدار العالمية للنشر والتوزيع 2003.

³ ملفين ديفلر , ساندرا بول روكتش , ترجمه كمال عبدالرؤوف , نظريات وسائل الاعلام , ص 430 , (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع 1993) .

ويتضح من البحوث السابقة تزداد نسبة الغموض خلال حدوث أوضاع غير متوقعة مثل : كارثة طبيعية , أو إغتيال زعيم , أو إذا تم عرض معلومات غير متكاملة من قبل وسائل الإعلام أو معلومات متضاربة بخصوص هذه الأحداث , ففي هذه الحالة يتولد الشعور بالغموض لدى الأفراد و الجمهور , فهم يدركون وقع الحدث , ولكنهم لا يستطيعون تفسيره أو معرفة أسبابه وآثاره واحتمالاته المستقبلية. وفي أوضاع عديده تصبح وسائل الإتصال الجماهيرية هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات , ويحدث الغموض حين تكون هذه المعلومات غير كافية أو مكتملة , أو يكفنها الغموض والتضارب.

ويحدث الغموض للجمهور أيضا في ظروف التغيرات الإجتماعية السريعة , وعصره المجتمعات التقليدية . والجمهور الذين يعتمدون على وسائل الإعلام أغلب الأوقات , هم الذين يحاولون الوصول إلى المعلومات بسرعة لإزالة اللبس والغموض , وبدون الإعتماد على تلك الوسائل فإن الأمر قد يحتاج إلى شهور وأيام أو حتى سنوات لكشف أسباب الغموض المتعلق بتلك المعلومات.¹

2. تكوين الاتجاه:

من الآثار المعرفية الشائعة هو إستخدام المعلومات في تكوين الإتجاهات نحو القضايا المثيرة في المجتمعات , وقد حدث ذلك كثيراً بأن ساهمت وسائل الإعلام الإتصالية في تكوين إتجاهات الأشخاص نحو مواضيع وقضايا مثل : المشاكل البيئية , وأزمات الطاقة , والفساد السياسي , والدعاية لرموز سياسية جديدة , قادة الدين , والعلماء , وتنظيم الأسرة , وعدم إغفال دور العوامل الإنتقائية في تكوين إتجاهات الأفراد.²

3. ترتيب الأولويات :

تقوم وسائل الإعلام دورها في ترتيب وتحديد أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة , والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة.³

¹ حسن عماد مكاي , ليلي حسين السيد , **الاتصال ونظرياته المعاصرة** , ص 326 , الدار المصرية اللبنانية , 2004 .

² نفس المرجع السابق , ص 327 .

³ Melvin de fleure and Sandra ball rokeach : **theories of mass communication** 3rd ed , P 260-261 (new York : longman 1975) .

4. اتساع المعتقدات:

تساعد وسائل الإتصال في إتساع المعتقدات التي يدركها الجمهور , لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة عن وسائل الإعلام الإتصالية . ويتم ترتيب هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى : الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الإهتمامات الرئيسية للأنشطة الإجتماعية.¹

5. القيم:

هي مجموعة من المعتقدات التي يترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها أو الحفاظ عليها مثل : الأمانة – الحرية – المساواة – التسامح , وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.²

ثانيا : الآثار السلوكية

التمثله في الحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك علني , وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والوجدانية المترتبة عليها.³ الحركة والفعل أو فقدان الرغبة في الحركة والفعل وهما من نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية⁴, وتنحصر الآثار السلوكية لإعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما التنشيط والخمول.

1. التنشيط:

تعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسية الإعلامية , وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية , وقد يتمثل هذا التنشيط في إتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها , والمساواة بين الجنسين , أو الإقلاع عن التدخين , أو التبرع المادي أو المعنوي لفئات معينة. وفي هذه الحالة يكون التنشيط مفيد إجتماعيا . ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الاعلام قد يكون ضاراً إجتماعياً من خلال : التورط في أعمال ضد المجتمع والقانون وجرائم وأنشطة ضارة إجتماعيا .⁵

1 نفس المرجع السابق , ص 327.

2 نفس المرجع السابق ص 327.

3 محمود حسن اسماعيل , مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير, ص 280, الدار العالمية للنشر والتوزيع 2003.

4 كامل خوشيد مراد الاتصال الجماهيري والاعلام , ص 269, عمان , الاردن 2011.

5 حسن عماد مكايي , وليلي حسين السيد, المرجع السابق , ص 329.

2. الخمول :

هو عكس مفهوم التنشيط ويعني القيام بالفعل , وهذا النوع من الآثار السلوكية لم يحصل على حقه بالبحوث الوافية , وقد يتضح الخمول في البعد عن المشاركة السياسية , وعدم الأدلاء الانتخابي . والإمتناع عن المشاركة في الفعاليات التي تعود بالنفع على المجتمع و حدوث ذلك كنتيجة تغطية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الضجر , وزيادة الإحساس بعدم وجود فرق بين الكسب والربح . وهي حالات داخلية تدفع الفرد الى عدم المشاركة والخمول.¹

ثالثا: الآثار الوجدانية

المرتبطة بالمشاعر والأحاسيس , مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف , وأيضا التأثيرات المعنوية مثل الإغتراب عن المجتمع.²

ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل : المشاعر أو العواطف يمكن التعرف على آثار وسائل الإتصال على تواجد وقياس هذه الآثار, ويحدد (ديفلير وروكتش) هذه الآثار الوجدانية في: الفتور العاطفي أو اللامبالاه , والخوف والقلق , والدعم المعنوي والإغتراب.

1. الفتور العاطفي:

نفترض أن كثرة التعرض ومشاهدة العنف في وسائل الإتصال يؤدي إلى الشعور بالتلبد واللامبالاه , وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين حين تقع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي . وتشير بعض البحوث إن الإستثارة الناتجة عن مشاهد العنف في وسائل الإعلام تتناقص تدريجيا وتؤدي إلى الفتور العاطفي.³

2. القلق والخوف:

عندما تنشر وسائل الإعلام أحداث عنيفة ومرعبة وكارثية وإغتيالات , فإنها تساهم في إثارة مشاعر القلق عند الجمهور المستقبل , والخوف من وقوع ضحايا لتلك لأعمال في المجتمع الواقعي.⁴

¹ نفس المرجع السابق , ص 329.

² محمود حسن اسماعيل المرجع السابق ص 280.

³ حسن عماد مكاوي , ليلي حسين السيد, المرجع السابق ص 328 .

⁴ المرجع السابق ص 328.

3. الدعم المعنوي والاغتراب :

الدعم المعنوي والاغتراب يعتبر من أبرز التأثيرات الوجدانية لوسائل الاتصال الإعلامية لزيادة الروح المعنوية الإيجابية ورفعها لدى المواطنين أو إزدياد شعورهم بالاغتراب . إن المجتمعات التي تقوم وسائل الاتصال الإعلامية فيها بأدوار إتصال رئيسية , تزيد من رفع الروح المعنوية لدى الأشخاص كنتيجة زيادة الشعور التوحيد والاندماج , وخاصة إذا كانت تلك الوسائل الإعلامية تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد . ويمكن ملاحظة إن إغتراب الفرد يكون بإزدياد حين لا يجد وسائل إعلامية معبره عنه أوثقافته وإنتماءاته العرقية والدينية والسياسية¹.

يستنتج الباحث أن هناك تأثيرات مختلفة نتيجة الاعتماد على سائل الإعلام تؤثر على كيان الفرد واتجاهاته نحو المعلومات المستقاه من تلك الوسائل ومنها :التأثيرات المعرفية التي تشمل على الآثار المعرفية مثل: الغموض , وتكوين الاتجاهات , وترتيب أولويات الإهتمام , واتساع المعتقدات والقيم , بالإضافة إلى الآثار السلوكية المتمثلة في التنشيط (الحركة) و الخمول (عدم الحركة) , و أيضا الآثار الوجدانية المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس كالفتور العاطفي والخوف والقلق و الدعم المعنوي والاغتراب,

النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

أولاً : يحدث تدفق للأحداث من المجتمع الذي يحتوي على مجموعة من الأنظمة الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية , وتحدث علاقات تبادلية إعتمادية من بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام . ويمتاز كل مجتمع على حده بثقافته الخاصة التي تعبر عن أنماطه وعاداته وتقاليده وسلوكه التي يتم تناقلها عبر رموز سواء كانت لفظية أو غير لفظية . وتقوم هذه العملية الدينامية لنشر الثقافة لتشمل هذه الفعاليات على قوة تحت على ثبات المجتمع والحفاظ عليه مستقراً من خلال الإجماع , والسيطرة , والتكيف الاجتماعي . وتظهر في المجتمع أيضا قوى أخرى تدعو للصراع والتغيير . وتقوم هذه القوى على مستوى البناء الكلي للمجتمع , أو بين الجماعات , أو الأنظمة الاجتماعية المرتبة تصاعدياً , متضمناً هذا البناء عناصر رسمية أو غير رسمية.

ثانياً : تقوم عناصر البناء والثقافة الاجتماعية في المجتمع بالتأثير في على وسائل الإعلام إيجاباً أو سلباً , وهي التي تقوم بتحديد خصائص وسائل الاتصال الإعلامية التي تحتوي : الأهداف ,

¹ حسن عماد مكاي , إيلي حسين السيد , مرجع سابق, ص 328- 329 .

والموارد , والتنظيم , والبناء , والعلاقات المتبادلة . وتتحكم هذه المميزات الخصائصية في دور تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل الإتصالية , ودرجة مركزيتها , وبالتالي يؤثر ذلك على النشاطات التي تقوم بها وسائل الإتصال , أو ما يطلق عليها سياسات التشغيل .

بالإضافة إلى ذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأشخاص , ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية , والفئات الاجتماعية , والعلاقات الاجتماعية . ويعمل النظام الإجتماعي أيضا على خلق حاجات للأفراد مثل : الحاجة إلى الفهم والتوجيه والتسليّة.

وقوم أيضا الإعتماد المتبادل بين الأنظمة الإجتماعية ووسائل الإتصال على كيفية تطوير الأفراد اعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم الوجدانية والإجتماعية , مما يخلق تنوعاً في تأثيرات وسائل الإعلام على الأشخاص .

ثالثاً: تقوم وسائل الإتصال بتغطية الأحداث التي تقع داخل الأنظمة الإجتماعية على اختلافها , ومن الأفراد داخل هذه الأنظمة , تنتقى وسائل الإتصال التركيز على بعض القضايا والموضوعات التي تشكل رسائل وسائل الإعلام متاحة للجماهير.

رابعاً : ومن أهم العناصر الرئيسة في هذا الإطار المتكامل هو الأشخاص كأعضاء في الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام , هؤلاء الأشخاص لديهم بناء متكامل للواقع الإجتماعي تم تشكيلة عبر التنشئة الإجتماعية والتعليم والانتماء إلى جماعات ديموغرافية , وعامل التكيف الإجتماعي , والخبرة المباشرة , ويقوم هؤلاء الأشخاص باستخدام وسائل الإعلام لإستكمال بناء الواقع الإجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة , وتقوم علاقات الاعتماد المتبادلة بالتحكم بين وسائل الإعلام والنظم الإجتماعية الأخرى في تشكيل مضامين رسائل المعلومات للجماهير.¹

خامساً : حين يصبح الواقع الإجتماعي محدداً ومفهوماً للأشخاص , ويقوم بتلبية حاجاتهم وتطلعاتهم قبل وأثناء إستقبال الرسائل الإعلامية , لن يكون لوسائل الإعلام تأثير يذكر سوى دعم المعتقدات والقيم وأنماط السلوك الموجوده سلفاً . وعلى العكس , حين لا يتواجد لدى الأشخاص واقع إجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك , فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام أكثر لفهم الواقع الإجتماعي , وبالتالي يصبح تأثير هذه الوسائل أكبر على المعرفة والإتجاهات والسلوك . لذا

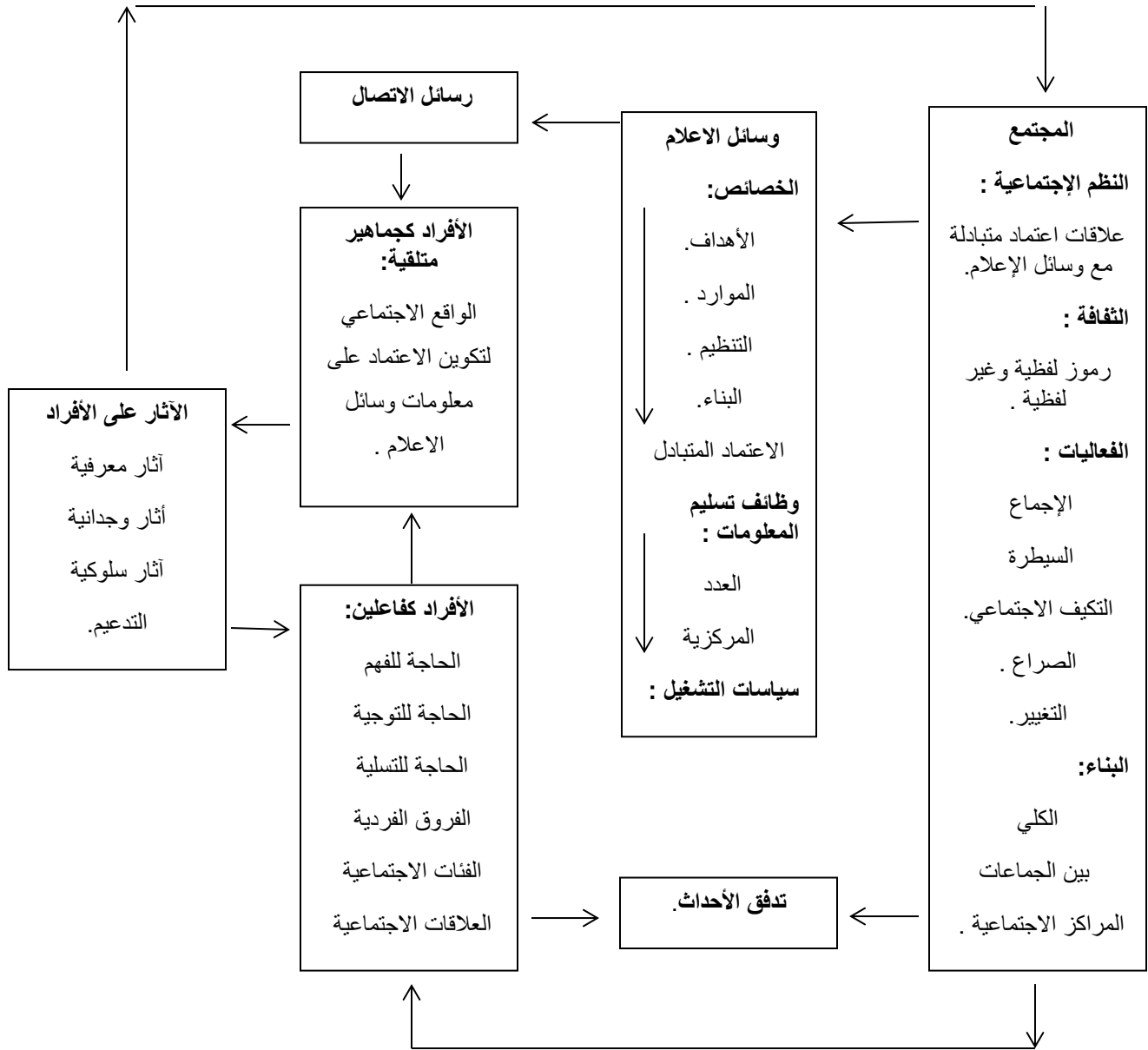
¹ Melvin de fleure and Sandra ball rokeach : **theories of mass communication** 3rd ed , P 241-242 (new York : longman 1975) .

يجب الأخذ في الاعتبار درجة إعتدال الأشخاص عبر وسائل الإعلام للحصول على المعلومات كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على الأفراد .

سادسا: تدفق المعلومات من وسائل الإتصال كي تؤثر في الأشخاص , وأحيانا تتدفق المعلومات من الأشخاص أنفسهم لتؤثر على وسائل الإعلام , وفي المجتمع عامه , ويتضح ذلك على شكل من الأشكال , مثل : الإعتراض الجماهيري الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمعات , أو تكون جماعات إجتماعية جديدة , هذه الأحداث ربما تؤدي إلى تغيير في طبيعة العلاقات بين الأنظمة الإجتماعية , وأنظمة وسائل الإتصال , مثل : تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغيير سياسات تشغيل وسائل الإعلام.¹

¹ حسن عماد مكاوي , ليلي حسين السيد , مرجع سابق, ص 327-329.

ويمكن تلخيص العلاقات التي يرمز إليها النموذج في الشكل التالي :



النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام¹ 1982

شكل رقم (3)

¹ , حسن عماد مكايي , ليلي حسين السيد , المرجع السابق , ص 330.

ربط النظرية بالدراسة:

أسباب إختيار نظريه الإعتماد على وسائل الإعلام إطاراً نظرياً للدراسة :

1. أثبتت الدراسات والبحوث أن الأفراد يتجهون بشكل متزايد للإعتماد على وسائل الإعلام لإستيفاء معلوماتهم من أجل تكوين مداركهم , ولمعرفه مضامين مايقدم لهم من معلومات , وبالتالي تتضح أهميه حصول الفرد على المعرفة بسبب تقدم المجتمعات من حوله .
2. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (واتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية ولذلك تعد نظرية الإعتماد من أنسب النظريات التي يمكن الإعتماد عليها في عمل هذه الدراسة.
3. تبحث نظريه الإعتماد على وسائل الإعلام عدداً من التأثيرات التي من بينها التأثيرات المعرفية , وهو مايتفق مع طبيعة هذه الدراسة التي تركز على البحث في مدى إعتماد الجمهور البحريني بمملكة البحرين على تطبيق (واتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية بشكل خاص.
4. يمكن الباحث من خلال استخدام الدراسة الحالية لنظرية الإعتماد إختبار عدد من المتغيرات المهمه وهي : مدى التعرض لتلك التطبيقات وإستخدامها , مستوى المعرفة والإهتمام بالحياة المعلوماتية , ودرجه الإعتماد على تلك التطبيقات لدى الجمهور البحريني .

المبحث الثاني

تطبيقات التواصل الفوري في شبكات التواصل الاجتماعي

مقدمة :

أحدثت التطورات الهائلة والسريعة في نظم المعلومات وتحول المجتمعات من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعرفة , مما أدى إلى تزايد أهمية استخدام الأنترنت بصفته مصدراً هاماً للمعرفة و المعلومات , خصوصاً في العصر الذي أصبح فيه قوة المعرفة سمة مهمة و مميزه لعصرنا الحالي. وبدأت التطورات التكنولوجية الحديثة المتسارعة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي , وأصبحت ثورة في عالم الإعلام والاتصال , وشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات السريعة في مجال تقنيه المعلومات والتكنولوجيا , مما جعل العالم قرية صغيرة تنتقل فيها المعلومات بكل سهولة وسرعة وسلاسة إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية , ويظهر ذلك بشكل واضح في وسائل التواصل الاجتماعي , وبلا ريب أن هذه التغيرات لها تأثير مباشر على المجتمعات والأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات , وهو مادفع هذه المجتمعات للتكيف مع هذه التطورات من أجل تحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات.¹

شهد أواخر القرن العشرين وحتى الآن نهضة شاملة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والإعلام الرقمي الذي عزز من مرونة وسهولة التواصل بين مختلف الفئات والمؤسسات ويتبين ذلك من خلال شبكات التواصل الاجتماعي خلال شبكة الأنترنت التي تتيح تبادل المعلومات والبيانات بين مختلف القطاعات والأفراد بأسلوب مميز وتفاعلي، وقد تطورت آليات عمل هذه الشبكات التفاعلية مع تطور تقنيات الويب 2 حيث بدأ الجميع يشارك في إنتاج المعرفة وأصبح جزء مهم من مكوناتها وأصبح له دور مؤثر وفاعل في المجتمع.²

ستستعرض الباحثة في هذا المبحث تعريف شبكات التواصل الاجتماعي و الفرق بين مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التواصل الفوري , و نشأة و تطور شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك تأثيراتها على المستوى السياسي ,الاقتصادي , الاجتماعي , الأمني والإعلامي , وأيضاً مزايا و عيوب شبكات التواصل الاجتماعي و أخيراً إحصائيات عن إستخدام تطبيق (واتس أب) في الوطن العربي.

¹ فاروق أبو زيد, الإعلام والديموقراطية (القاهرة , عالم الكتاب 2010) ص 50.

² إبراهيم أحمد الدوي, شبكات التواصل الاجتماعي , المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر أبوظبي , د.ت. متاح على الرابط التالي www.arabcrcc.org تاريخ الدخول 2016/11/11.

تعريف مواقع التواصل الإجتماعي:

بأنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية (application) متوفرة خلال الويب (website) في شبكة الأنترنت تسمح للتفاعل بين الناس، وتتيح نقل المعلومات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس الاهتمامات والاتجاهات، وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات إجتماعية تشبه الكيانات الواقعية.¹ وتكون مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات، وتعليقات، ورسائل، وصور.²

وشبكات التواصل الإجتماعية هي المواقع التي تعطي المستخدمين مجموعة من الخدمات على أساس تكنولوجيات الويب التي تسمح للأفراد بوضع محتوى خاص بصفحة المستخدم الشخصية، ومشاركة الآخرين والتواصل معهم من بعد دون قيود وتكوين نظام من العلاقات الاجتماعية المتعددة، في إطار من التعاون والتفاعل من خلال مجموعة من الروابط والاهتمامات المشتركة فيما بينهم.

والتعبير عن التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت استخدام له العديد من المصطلحات منها: (موقع الشبكة الاجتماعية- وشبكات التواصل الاجتماعي- والشبكات الاجتماعية- ومواقع التواصل الاجتماعي)، وجميع هذه المصطلحات تعبر عن التواصل والتفاعل بين مجموعة من الأفراد من خلال شبكة اجتماعية على الويب.³

¹ مريم نريمان نومان , 2012, استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينية من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر , رساله ماجستير غير منشورة , جامعة الحاج لخضر باتنة, كلية الإعلام والاتصال , الجزائر, ص 50 .

² Oxford University Press “social network : definition , access 16 oct 2016 (http://oxforddictionaries.com/definition/english/social_network) ,

³ مريم نريمان نومان , مرجع سابق , ص 35

الفرق بين وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات التواصل الفورية:

لا يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي دون استخدام التطبيقات المخصصة للتواصل من خلالها وعلى الرغم من تطورها على مدى السنين فإن تطبيقات التواصل الفوري جزء لا يتجزأ من برامج التواصل الاجتماعي حيث أصبحت التطبيقات التواصلية أكثر خصوصية وشخصية في التعامل مع المستخدمين , ولا تزال هناك محاولات مستميتة من قبل البرامج الأخرى للتنافس وتقليد خصائص و مزايا بعض من هذه التطبيقات لما لها من شعبية كبيرة بين المستخدمين .

تستعرض الباحثة تطبيقات التواصل الفوري التي تختلف في خصائصها عن بقية التطبيقات المعنية بالتواصل الاجتماعي حيث إن الأفراد المستخدمين لتلك التطبيقات تكون هي الفئة المستهدفة من استخدامهم لتلك التطبيقات وبالتالي يصبح الفرد المستخدم هو المؤشر على نجاح التطبيق وشعبته أو خسارته حيث يقوم الجمهور من خلال تلك التطبيقات بالمشاركة النصية أو المرئية أو المسموعة خلال التطبيق باستخدام شبكة الإنترنت والسيطرة على المحتوى المتداول من خلاله و تتميز تلك التطبيقات بتداول الأخبار والمعلومات والصور والفيديوات والملاحظات الصوتية وميزة المشاركات اللحظية وكتابة التعليقات ونشر بعض الروابط والصور والفيديوات أو الردود على المشاركات من المستخدمين الآخرين لنفس التطبيق .

وتطبيق (واتس أب) يعتبر من أشهر تطبيقات التواصل الفوري في الخليج خاصة وفي الدول العربية عامة حيث تشير الإحصائيات الكبيرة - كما سنرى لاحقاً- على مدى إنتشاره في المنطقة , بغض النظر عن إستخداماته الخاطئة ولما لها من تأثير كبير في إنتشار المعلومات المغلوطة , حيث توجد تحديثات لتطبيقات التواصل الفوري بشكل دوري بخصائص مميزة مما تشكل أهم عوامل لجذب المستخدمين ومن ناحية أخرى قد يكون التطبيق مفيد جداً للأفراد حيث يتميز تطبيق الواتساب بكونه منصة إتصال فرديه بغض النظر عن مميزاته وتحديثاته للمجموعات والدرشات وهذا مايميزه عن وسائل التواصل الاجتماعية الأخرى, حيث أنه أساسي للتواصل الشخصي أكثر من التواصل مع المجموعات والأفراد.

نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي :

إن الطفرة المعلوماتية الإلكترونية أحدثت تطور سريع في مجال نقل المعلومات وسهلت العلاقات التواصلية بين الأفراد والمجتمعات ككل . ومن هذا المنطلق أصبحت التطورات الإلكترونية بمختلف مجالاتها واهدافها في وتيرة متسارعة ومع كل تطور في مواقع التواصل الاجتماعي تأتي النتائج مغايرة لما هو متوقع . وكما يلاحظ من الجدول التالي نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي وبداية ظهوره .

اسم الموقع	تاريخ النشأة	مواصفاتها
Classmates.com	1995	أول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية , قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وقسم كل ولاية إلى مناطق , وقسم كل منطقة لعدة مدارس , وجميعها تشترك في هذا الموقع , ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملائه ويتعرف على أصدقاء جدد ويتفاعل معهم عبر هذه الشبكة.
Sixdegree.com	1997	ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية , وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود , وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء , وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله. ¹
Asianvenue.com Blackplanet.com	1997- 1999	مواقع كان محاور اهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل : الأمريكيين الآسيويين , وموقع ذوي البشرة السمراء.
Frindster.com	2002	وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع

¹ مي العبدالله سنو, الاتصال في عصر العولمة والدور والتحديات الجديدة (لبنان : دار النهضة العربية , 2001) ص 109.

العالمي , وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة.		
منصة للتدوين , وتحول الى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنية الجيل الثاني للويب.	2002	Skyrock.com
أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المغتوجة وأكثرها شهرة على مستوى العالم . ¹	2003	Myspace.com
بدأ الموقع في الانتشار من المحلية إلى الدولية عام 2006 وأتاح بتكوين التطبيقات للمطورين مما أدى إلى إزدياد أعداد مستخدمي الفيسبوك بشكل كبير , حتى تربع على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الأنترنت بصغة عامة على مستوى العالم.	2004	Facebook.com
ظهر كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة odeo الأمريكية , ومن ثم أطلقته بشكل رسمي للمستخدمين لتقديم تدوينات مصغرة , وتم فصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة بأسم تويتر في 2009.	2006	Twitter

جدول رقم (2)

نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

والمتتبع لحركة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة يلحظ أنها تهدف إلى تحقيق الإتصال والتفاعل بين الأصدقاء دون تحديد نوعية المستخدمين أو طبيعة المناقشات ؛ فهي مواقع عامة لجميع المستخدمين على مستوى العالم , وعلى الرغم من ذلك ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي المعنية بفئات وتخصصات محددة , ومناقشة موضوعات دون غيرها , وهو ما أدى إلى إنتشار العديد من مواقع التواصل المتخصصة في مجال محدد.²

فالتطور الذي مرت به شبكات التواصل الاجتماعي حدث بصورة كبيرة وخلال فترة زمنية قصيرة خلال الفترة من 1997 وحتى 2011 .

² إبراهيم أحمد الدوي, شبكات التواصل الاجتماعي , المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر أبوظبي , د.ت, مقال منشور على الرابط التالي www.arabrcrc.org تاريخ الدخول 2016/11/11.

² مريم نريمان نومان , مرجع سابق, ص 42.

الفرق بين مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية:

هناك إختلاف واضح ما بين وسائل الإعلام التقليدية (الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون) التي تفتقر غالبا إلى الأسلوب التحويري والتشاركي من جهة، ومواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح لمستخدميها التعبير عن آرائهم وأفكارهم ونشر المعلومات التي بحوزتهم وجعل المستخدمين الآخرون لهذه المواقع يشاركونهم ويتبادلون معهم المعلومات والآراء والأفكار ضمن هذه الشبكات والمجتمعات الافتراضية. وتتيح مواقع التواصل الاجتماعي تبادل الصور وأفلام الفيديو والتسجيلات الصوتية. وأبرز مناحي الاختلاف ما بين نوعي الإعلام التقليدي والتواصل الاجتماعي تتجلى بالمحتوى , فمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام يتصف برداءته بالقياس بمحتوى الإعلام التقليدي وبالأخص من ناحية اللغة المستخدمة والمصادقية أيضا، وهناك اختلافات أخرى تتلخص بحجم ونوعية كل جمهور لهذه الوسائط الإعلامية، وتكرار المتابعة. ولاحظ المختصون أن معظم مستخدمي شبكة الإنترنت حول العالم يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي على غيرها من المواقع، ويمضون فترات أطول مع هذه المواقع بالقياس بالمواقع الأخرى. وتهتم هذه الدراسة على وجه الخصوص على تطبيق المراسلة الفوري (واتس أب) لما له من أهميه كبيرة لدى المواطن البحريني بشكل خاص والعربي.

أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

يجب ملاحظة مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونيه يعتبر من وجهه نظربعض الباحثين أضيق من مفهوم أعم , وهو مفهوم الإعلام الاجتماعي (social media) الذي يعرف بأنه المواقع والتطبيقات التي تتيح للمستخدمين أن ينشئو أو يقدموا للغير محتويات معينه , أو أن يتشاركوا في التواصل الاجتماعي¹, وبناء على ذلك يصنف بعض الباحثين الاعلام الاجتماعي إلى ستة أنواع , من بينها وسائل التواصل الاجتماعي, كما يلي:²

¹ Oxford university press, "social media" definition

(http://oxforddictionaries.com/definition/English/social_network), access 20/10/2016

² Tim grahal, The 6 types of social media no date "(<http://outthinkgroup.com/tips/the-6-types-of-social-media>)", access date , 19/10/2016.

النوع	أمثلة	التوصيف
وسائل التواصل الاجتماعي Social networks	Facebook Linkdin Google+	خدمات تتيح للمستخدم التواصل مع آخرين يشاركونه اهتماماته وخلفيات مشابهه. وهي عادة ماتتكون من نبذه عن المستخدم (profile) , وأساليب مختلفة للتفاعل مع المستخدمين الآخرين وإمكانية تكوين جماعات (groups).
مواقع المفضلات Bookmarking sites	Delicious Stumble upon	خدمات تتيح للمستخدم إدارة روابط مواقع وموارد مختلفة على الأنترنت وحفظها وتنظيمها , وعادة ما تتيح للمستخدم وضع علامة عليها لتيسر البحث وماركة الآخرين.
الأخبار الإجتماعيه Social news	Dig Reddit	خدمات تتيح للمستخدمين أن يضعو مواد إجباريه متنوعة أو روابط لمقالات خارجية , وتسمح لبقية المستخدمين بالتصويت عليها . وتمثل عملية التصويت لب التواصل الاجتماعي , حيث يتم تسليط الضوء على المواد التي تحصل على أعلى الأصوات . وبالتالي, يقرر المجتمع المواد التي يمكن للمزيد من الأفراد رؤيتها.
المشاركة الإعلامية Media sharing	You tube Flicker Pintrest	خدمات تتيح للمستخدمين رفع وسائط إعلامية مختلفة , كالصور والأفلام أو مشاركة الغير فيما يرفعونه . وتتيح معظم هذه الخدمات إمكانية أخرى مثل وضع نبذه عن المشارك, وإمكانية التعليق من الآخرين , وإمكانية التصويت على المحتوى.
التدوين المتناهي الصغر Microblogging	Twitter	خدمات تركز على تحديثات update قصيرة تتاح لأي شخص مشترك الحصول على التحديث.
المدونات والمنتديات Blog comments and forums	World press	تتيح للمشاركين وضع آرائهم \ أو فتح باب التعليق على موضوعات معينة .
البريد الإلكتروني E-mail	Hotmail Yahoo Gmail	توجد أنواع متعددة للبريد الإلكتروني , وأصبح الوسيلة الرئيسة للتواصل بين البشر والشركات والمؤسسات الحكومية والخاصة وهو يوفر إمكانية إرسال رسائل وسائل وصور وملفات رسمية وفيديو ... إلخ

تطبيقات التواصل الفوري	Watssap BBM	إرسال واستقبال الفيديوات والمكالمات والصور بدون تكلفة مادية.
---------------------------	----------------	--

جدول رقم (3)

تصنيف الإعلام الإجتماعي

وسائل التواصل الإجتماعي أدوار مؤثرة في المجتمعات ومن أهم هذه الأدوار:

1. سهولة التواصل والتعارف بين الأشخاص , فقد حققت وسائل التواصل الاجتماعي قفزة مجتمعية في التعارف والاتصال بين الأفراد والمجتمعات.
2. إبراز الفردية وانعدام الإنفرادية وثقة المصادر في الاختيار والتعبير والنشر, حيث يستطيع أي شخص أن يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي دون إنفرادية في طرح آرائه وأفكاره , ويتلقى التعليقات عليها ويناقش أصحابه فيها .
3. أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ملاذ الأقليات والمستضعفين , فبعض الأقليات في الدول العربية استطاعت أن تستفيد من الفراغ الافتراضي , وأنشأت صفحات إلكترونية بأعداد كبيرة في كل وسائل التواصل الاجتماعي لشرح مطالبها وماتعرض له من إضطهاد , الأمر الذي دفع بالكثير من المنظمات الدولية إلى الاهتمام بهذه الأقليات والدفاع عنها , وكذلك حال الفئات التي شعرت بالظلم الاجتماعي , ومن أهم الأمثلة على ذلك وجود كم هائل من الصفحات على وسائل التواصل الاجتماعي تعبر عن الأقباط في مصر أو الأكراد في العراق أو عرب الأهواز في إيران أو المسيحيين في سوريا .
4. نشر الوعي, والسهولة والسرعة في تداول المعلومات فبعض المدونات والمنتديات توفر معلومات عن القضايا والموضوعات المثارة مثل الأحداث السياسية التي تجري في دول شمال الأفريقي مثل تونس , ومصر, وليبيا وكذلك في اليمن, بل إنها تتيح الفرصة لتلقي أسئلة و الإجابة عنها, وتعمل وسائل التواصل الاجتماعي في هذه الحالة مثل طريق ذات اتجاهين , تضم من ينشر المعلومة ومن يستفيد منها , مع تبادل الأدوار.
5. صقل المعرفة وزيادة الثقافة , من خلال التواصل مع ثقافات جديدة وأخرى غير معروفة , وكذلك فإن النقاش الذي يدور في فلك وسائل الاتصال يصقل المعرفة.
6. التسلية والترفيه , لأن ثراء مواقع التواصل الاجتماعي وتنوع ماتبثه من أفلام وفيديوهات وموسيقى يوفر الفرصة للتسلية والترفيه.

7. التجارة الإلكترونية و الترويج لبعض السلع أيضا .
8. التعبير عن الذات , فمعظم وسائل التواصل الاجتماعي تعكس رؤية ورأي صاحبها.¹

تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي :

1. التأثيرات السياسية لوسائل التواصل الاجتماعي :

قد ثبتت شبكة الأنترنت أنها قوة أو وسيلة تغيير أكثر فعالية من بقية الوسائل الإعلامية , مع أن ذلك يقتضي مزيدا من الوقت نظرا إلى المحدودية النسبية للوصول إلى الأنترنت في أغلب دول الشرق الأوسط على وجه التحديد , حيث إن طبيعة الشبكة التفاعلية من شأنها إيجاد بيئة فكرية تفتح المجال أمام التغيير السياسي , إذ بإمكان الأنترنت أن تولد ضغوطا سياسية لأنها هي نفسها ذات طبيعة ديموقراطية قادرة على تحقيق المشاركة الشعبية , حيث لا توجد قيود أو محددات أو حجر على حرية التعبير على الأنترنت من ناحية , بالإضافة إلى طرح الآراء السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي تدفع أعداداً كبيرة وهائلة من المتابعين لتبنيها من ناحية أخرى , الأمر الذي يدفع الحكومات إلى تغيير سياستها لتتناسب مع متطلبات الرأي العام من ناحية ثالثة. لك فإن على أنصار التغيير السياسي ألا يخاطروا بالمشاركة الفعلية في التظاهرات التي تحدث , بل يمكنهم بدلا من ذلك أن يحدثوا ضغطا سياسيا افتراضيا لا يستهان به باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي , حيث يمثل الحصول على المعلومات ونشرها دون واسطة أو رقابة , ديموقراطية معلوماتية . وبما أن الحرية متاحة للجميع , بصرف النظر عن نياتهم ومقاصدهم , فإن انتهاكها من وجه نظر أي طرف يظل وارداً.

وإذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت قد أت دورا بارزا في إشعال فتيل الغضب الاحتجاجي الذي قاد في النهاية إلى إحداث تغيير سياسي في دول مثل مصر وتونس , فإن هناك وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى أيضا التي تستخدم تكنولوجيا الاتصالات مثل الهواتف المحمولة الذكية , وقد أثبتتفاعلية إستثنائية في حشد النشاط عبر

¹ خالد وليد محمود, شبكات التواصل الاجتماعي ودناميكية التغيير في العالم العربي , (لبنان : مكتبة النيل والفرات , 2011) ص 91-93

وسائل التواصل الاجتماعي الإنترنتية وخاصة تويتر وفيسبوك لتنظيم المظاهرات بنوعيتها الافتراضي والحقيقي.¹

وإذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي قد أسهمت في جعلنا نعيش ما يمكن تسميته "حياة موثقة" فإن من الضروري الإشارة إلى أن كل تقدم في وسائل الاتصال ينطوي على تأثير هائل في الكيفية التي يجري بها التفاعل بين الجمهور ذاته من ناحية , وبين الجمهور والسلطة من ناحية ثانية.²

2. التأثيرات الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي :

فقد أصبح النشاط الاتصالي تياراً مجتمعياً جارفاً لا يمكن لأحد أن يكون بمعزل عنه , وأصبح الإنسان أمام فيض من المعلومات والأفكار والمشاعر , بحيث يمكن القول إن "وفرة الاتصال" أصبحت أكبر ظواهر هذا العصر , وهذه الوفرة تشكل عبئاً على الإنسان في كثير من الأحيان , إذ يجد نفسه في مواقف محيرة ومربكة في كثير من الأوقات , ما يدفع الكثيرين إلى الانعزالية أو عدم الإكتراث بما يدور حولهم أو إلى مزيد من الانشغال بالواقع , أو قد يصبحون في وضع غاضب , أي إن التأثيرات متباينة بل متضاربة أحياناً بل تتسم عادة ببرود الانفعالات النفسية وضعف التأثير بالانتقادات وعدم الاستجابة للنصح والتوجيه مع ضعف التواصل اللفظي , ويطلق الأطباء النفسيون على هذا الوضع "الإغتراب" أو "الإنطوائية" ففي حين يرى بعضهم إن ذلك التدفق الاتصالي الهائل إثراء لفكر الإنسان يرى فيه الآخرون انتهاكاً عقلياً وضغطاً نفسياً واضطراباً عقائدياً.³ وفي جميع الأحوال فإن التأثيرات الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعية باتت واضحة في مختلف مجالات الحياة , لدرة أن هناك من الباحثين من يميل إلى وصف المدونين ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بأنهم "مؤرخو العصر".⁴

والمؤكد أن من بين التأثيرات الاجتماعية الاجتماعية الواضحة لوسائل التواصل الاجتماعي أن الفرد قد أصبح أكثر تحراً بفضل المرونة المادية (physical) والتقنية لهذه الوسائل , التي جعلت تداول المعلومات وتبادلها بين البشر في غاية السرعة , فقد تجاوزت التقنية مدعومة برغبة الإنسان الفطرية

¹ فيليب سيب , تأثير "الجزيرة": كيف يعيد الإعلام الجديد تشكيل السياسة الدولية , ترجمة : عز الدين عبد المولى (قطر : مركز الجيرة للدراسات , والدار العربية للعلوم ناشرون, 2011) ص 174.

² جمال سند السويدي , "وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية : من القبيلة إلى الفيسبوك" الطبعة الرابعة 2014 , إصدار خاص ص 54-55.

³ هادي نعمان الهيبي , "الاتصال التلفزيوني الفضائي الدولي الوافد واحتمالات تأثيره السياسي في الوطن العربي , لبنان : مركز دراسات الوحدة العربية 2003, ص 86.

⁴ فيصل فايز أبو عيشة , الإعلام الإلكتروني , الأردن : دار صفحات للدراسات والنشر , 2007 , ص 126.

في اتحرر, هياكل الدولة التقليدية التي ترى في الفرد كائنا اتصاليا متقبلا يقف تأثره داخل حدود مايتأثر به المجتمع.ولكن الحاصل أن سلطة الفرد عبر وسائل التواصل الاجتماعي تزداد يوميا , ولاسيما في الدول النامية , وهذه السلطة ستصدم إن عاجلا أو آجلا , بكل محاولة لإعادة هيكلة وسائل الإعلام التقليدية وتنظيمها , فالهيكل الكلاسيكية القديمة ستجابهها تحررية فردية تسعى إلى فرض نفسها , ليس في ملكية الوسيلة وتبادل المعلومات دونما إقصاء فقط , ولكن في التأسيس لمؤسسات فردية في الاتصال وإدارة مختلفة للمشهد الإعلامي أيضا .¹

ضعفت أو تراجع قوة العلاقات الاجتماعية التقليدية ما بين الأفراد لمصلحة العلاقات الافتراضية , وذلك مع إزالة الموانع الجغرافية والاقتصادية واللغوية للتواصل. فقد استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي أن تنشئ "مجتمعا افتراضيا" حيا وتفاعليا يتشابه في معظم الأحيان وفي كثير من سماته من المجتمع الواقعي , حيث يمكن التواصل المستمر عن بعد دون عوائق ملموسة . وبالتالي تتحول حياة الفرد تدريجيا لتكون قائمة على "التواصل الإلكتروني" , والعيش في "العالم الافتراضي" وتكوين "الإسرة الافتراضية" ضمن "المجتمع الافتراضي". وهذه العلاقات الجديدة العابرة للحدود تؤدي إلى ظهور قيم ومبادئ جديدة نتيجة للتداخل والتفاعل بين التقاليد والأعراف المحلية ونظيراتها الأجنبية , ويمكن أن يؤدي لك إلى نوع من "عولمة" القيم والمبادئ التي تتبعها غالبية البشر , مع ظهور أقلية تقاوم مثل هذا التوجه تتجه أحيانا إلى التطرف في المقاومة.²

3. التأثيرات الأمنية لوسائل التواصل الاجتماعي:

يدرك المختصون مدى قوة ارتباط مواقع الأنترنت ومن ضمنها وسائل التواصل الاجتماعي , وانتشار ظواهر أمنية سلبية يرقى بعضها إلى حد تهديد الأمن والاستقرار الاجتماعي مثل الإرهاب والتطرف وغير ذلك , حيث تفضل بعض الجماعات التي تتخذ من وسائل التواصل الاجتماعي ساحة للتشاور والحوار , والبقاء على مجتمعاتها الافتراضية مغلقة نسبيا , والاكتفاء باستخدام أدوات والتفاعل الاجتماعي بين أعضائها , في حين ستضل مجموعات أخرى تفضل إقامة دول افتراضية ذات منطلقات عنيفة أو متطرفة , ما يوضع الأجهزة المعنية في مواجهة تحديات أمنية

¹ جمال الزرن , تدويل الإعلام العربي الوعاء ووعي الهوية , سوريا: دار صفحات للدراسات والنشر , 2007, ص 126.

² جمال سند , مرجع سابق , ص 62.

صعبة للتعامل مع هذه الدول الافتراضي , التي يمكن أن تعزز كثيرا قوة التنظيمات الإرهابية باعتبار أن التواصل عنصر أساسي يضمن وحدة أي منظمة وفاعليتها.¹

ولتأكيد أهمية تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي في المجال الأمني يشير بعض الباحثين إلى أن معظم من انضموا إلى الجماعات المتشددة والمتطرفه تم تجنيدهم ن طريق الاتصال الشخصي أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي , من قبل زملائهم في الجامعة أو الأقارب أو الأصدقاء حيث أسهمت تلك الروابط في توثيق روابط العقيدة وبناء الثقة ونقل الأفكار بعيدا عن رقابة أجهز الأمن التي كان من الصعب عليها اختراق هذه التجمعات من الداخل.² وهنا يكمن وجه الشبه من حيث قدرات التواصل الاجتماعي والاتصال الفعال داخل المجموعات الضيقه التي تتعامل بشكل آمن ومباشر , بل أن هذه المجموعات المغلقة قد تكون عابره للحدود أحيانا وتتسم في الوقت ذاته بسمات الاتصال الخصي من حيث قدره التأثير والتأثر وتوظيف مهارات الاتصال . ولاشك في أن الدولة باتت في مواجهه تحد أمني يتشكل بشكل غامض في مجتمع افتراضي يتكاثر بشكل مطرد وتصبح فرص الإلمام بمفرداته ناهيك عن السيطرة عليه بشكل تام.

ويعد استخدام الهواتف الذكية باعتبارها أحد أنماط وسائل التواصل الاجتماعي خلال فترات أو ظروف محدده مثل قيادة السيارات على الطرق السريعة , أحد أسباب الحوادث المرورية وبالتالي فإن استخدام هذه التطبيقات يؤدي إلى تداعيات أمنية واجتماعية سلبية. ومن المؤكد أن الحكومات باتت تعي أهمية وسائل التواصل الاجتماعي ونفوذها وتأثيرها في الأمن الاجتماعي والاستقرار الداخلي. وللك بدأت إرهابيات " صراع إفتراضي " جديد ساحتها شبكة الأنترنت وأداوته وسائل التواصل الاجتماعي وأطرافه الدول والمواطنون ماجعل " البعد الإلكتروني " و" السيادة الافتراضية" ركيزة حيوية ضمن منظومة الامن القومي للدول حيث تسعى الدول إلى فرض السيطرة على " المجال الافتراضي " واستخدام وسائل " الردع الافتراضية" لمواجهه ما يهدد أمنها الإلكتروني , أو شن ضربات وقائية إلكترونية ضد مجموعات أو أفراد يشتبه في كونهم يهددون أمنها ومصالحتها.³

4. التأثيرات الإعلامية لوسائل التواصل الاجتماعي:

¹ فيليب سيب , مرجع سابق, ص 214.

² فاروق أبو زيد , الإعلام والديموقراطية (القاهرة , عالم الكتاب 2010) ص 240.

³ جمال سند السويدي , مرجع سابق , ص 91-92.

لاشك في أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قد ضاعف بشكل هائل أعداد قاده الرأي المشاركين في تشكيل القناعات وتوجيه الرأي العام , فبالتالي فإن هيمنة لسلطات التقليدية على القناعات والاتجاهات السائدة تجاه مختلف القضايا والموضوعات قد تراجعت بشكل لافت , وبات من الطبيعي أن يلجأ مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي إلى تكوين قناعاتهم الذاتية , سواء عبر تبادل آرائهم أو بناء على المحتوى والمعلومات التي يتناقلونها فيما بينهم , بدلا من تلقي المعلومات من المصادر التقليدية أو الأخذ بالآراء المتضمنة في وسائل الإعلام التقليدية.

وتطرح مساحات الحرية الهائلة التي تمارس عبر وسائل التواصل الاجتماعي تساؤلات حول تأثير ذلك في مصير الخطاب أو النمط الاعلامي الرسمي, وحول إمكانية أن تسهم هذه الوسائل الجديدة في بناء مشتركات بين قطاعات عريضة من الجمهور. وهنا يرى بعض الباحثين أن الجمهور يتسم بالأساس بالانقسام حول معايير الولاءات الوطنية والقُطرية , وهو مختلف بشده في أرائه ودرجات تعليمه وثقافته فضلا عن الانقسامات الفكرية التقليدية بين ليبراليين وقوميين ويساريين وإسلاميين بالتالي تصبح الفرصة قائمة أمام اندماج قطاعات من الجمهور عبر الحدود بناء على قاعده التوافق الفكري والأيدلوجي والدين والسياسي . كما أنها الفرصة ذاتها قائمة لبناء مشتركات بين المثقفين والناشطين السياسيين الأكثر إغترابا والأقل تواصلا مع مجتمعاتهم الوطنية ويضطرون إلى التواصل على مستوى قومي وفوق قومي.

وقد أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تآكل الكثير من المفاهيم الاعلامية مثل: المصداقية, والموثوقية, ومصدر الخبر, حيث أدت هذه الوسائل دورا بارزا في تداول الشائعات وإضفاء قدر كبير من الموثوقية والانتشار عليها وجعلت من الشائعة خبرا في كثير من الاحيان مايعتبر نوعا من التضليل الاعلامي بعد أن غرقت الحقيقة في بحر الشائعات والخداع المعلوماتي الموثق أحيانا عن طريق برامج تعديل الصور والأخطر من ذلك أن الصحف والفضائيات باتت تتسابق على نشر ماتبثه هذه المواقع دون تحري مصداقيته.¹

وترى الباحثة أن تأثيرات التواصل الاجتماعي بمختلف مجالاتها تؤثر على أهداف وتطلعات الفرد من عدة نواحي و أن الاعتماد عليها عالمياً يزداد يوماً بعد يوم خاصة في ظل الاتجاهات المتزايدة نحو الاعتماد على شبكة الإنترنت في كافة المجالات.

¹ جمال سند السويدي , مرجع سابق ص 94-95.

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتشترك شبكات التواصل الاجتماعي في العديد من الخصائص التي منها:

المشاركة: حيث تشجع في المساهمات والتعليقات من الأشخاص المهتمين بالمواضيع المطروحة.

الانفتاح: ساعدت على الإنفتاح والعولمة الكونية , لسهولة تواصل الأفراد مع غيرهم متخطية جميع الحواجز، والقيام بتبادل المعلومات والآراء.

المحادثة: إتاحة المحادثة، والمشاركة والتفاعل مع الحدث والخبر والمعلومة المطروحة.

إرسال الرسائل: تتيح إرسال الرسائل بين المستخدمين ذات العلاقات المباشرة أو غير المباشرة.

المجتمع: تتيح للمجتمعات المحلية بالتواصل مع المجتمعات الدولية حول مصالح أو اهتمامات مشتركة.

المجموعات: تتيح انشاء مجموعات اهتمام تحت مسمى ما وذات أهداف محددة بما هو أشبه بمنندى حوار على نطاق عريض جداً.

التربط: عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض عبر الوصلات والروابط¹.

مزايا وعيوب شبكات التواصل الاجتماعي:

تشمل شبكات التواصل الاجتماعي على مجموعة من المزايا والعيوب نذكرها فيما يلي:

المزايا:

- **العالمية:** حيث استطاعت ان تلغي الحواجز المكانية والزمانية، وسمحت للتواصل بسهولة ويسر في بيئة افتراضية تقنية تجمع مجموعة من الأفراد.
- **التفاعلية:** المستخدم فيها هو العنصر الفاعل لأنه المستقبل والمرسل والكاتب والمشارك.

¹ إبراهيم أحمد الدوي، مرجع سابق، ص 7 .

- التنوع وتعدد الاستخدامات بين تعليمي وترفيهي ... إلخ.
- قناة تواصل تمكن من اطلاق الابداعات والابتكارات التي تساعد المجتمع على النمو.
- تساعد على تبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب.
- تمكن من ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعد على التقرب والتواصل مع الآخرين.

العيوب:

- الإدمان والعزلة الاجتماعي، حيث أنها جذابة وتؤدي إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع للانطلاق للمجتمع الافتراضي مما يؤدي لإهدار الطاقات ويصبح الوقت دون قيمة أو معنى.
- ظهور لغة جديدة بين المستخدم , إذ تعد اللغة المستخدمة في الشبكات الإجتماعية مفهومة فقط لدى مستخدمي الشبكات، مما يهدد اللغة العربية حيث تحولت رموز وأرقام مثل الحاء إلى رقم ٧، والهمزة إلى رقم ٢، والعين إلى رقم ٣ إلخ.
- غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسئولية.
- عدم الدقة في نقل الأخبار والمبالغة أحياناً في نقل الأحداث.
- انعدام الخصوصية التي تؤدي إلى أضرار نفسية¹.

ثانيا :تطبيقات التواصل الفوري :

واتس أب Whatsapp:

تأسست واتس أب على يد شابين ين كوم وبرلين اكتوبر عام 2009 الذين عملا معا في شركة yahoo حيث بلغ مجموع سنوات خدمتها 20 سنة من حوالي 50 موظفا معظمهم مهندسون . تم شراء واتساب من فيسبوك عام بقيمة 19 مليار دولار أمريكي عام 2014, لكنها استمرت العمل كتطبيق مستقل مع التركيز على بناء خدمة مراسلة تعمل بسعة كبيرة ويمكن الاعتماد عليها في أي مكان في العالم. إبتدأت مسيره واتساب كتطبيق بديل للرسائل النصية القصيرة . أما الآن فبات واتساب يتضمن إرسال واستقبال الفيديوات والمكالمات والصور.

¹ إبراهيم أحمد الدوي , مرجع سابق ص 8.

أكثر من بليون شخص في أكثر من 180 بلدا يستخدمون واتساب للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأفراد أسرهم في كل زمان ومكان وهو تطبيق مجاني يوفر اتصالات ومراسلات فورية ومضمونة وأمنه على الهواتف الخلوية في كافة أنحاء العالم .حيث تتميز بعده خصائص منها الاشتراك بمجموعات من الاشخاص التي توليهم أهميه خاصه مثل الأسرة والزملاء وتتمكن من خلال الدردشات الجماعية مشاركة الصور والفيديوات دفعة واحدة ضمن مجموعات تتضمن 256 مشاركاً كحد أقصى , وأيضاً مكالمات واتساب المجانية حتى لو كانوا في دول أخرى حيث تعتمد على الاتصال بالانترنت بدلاً من استخدام دقائق باقية الخط الخليوي .¹

سناب شات Snap chat:

تطبيق ترسل لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو وتم إطلاقه في عام 2011 حيث يمكن عرض المقاطع فتره وجيزة لا تتجاوز 10 ثواني قبل إختفائه للأبد , إلا بان إماكن المستخدم أخذ لقطة مصورة للشاشة لحفظ ماتم إرساله , ويبلغ عدد المستخدمين النشطين في اليوم حوالي 100 مليون شخص .²

إيفان شبيغل من مواليد لوس أنجلوس كاليفورنيا ولد في يونيو 1990 بالولايات المتحدة الأمريكية، هو رائد أعمال إنترنت أمريكي والمؤسس المشارك لتطبيق سناب شات، شغل منصب الرئيس التنفيذي لشركة سناب شات³ , درس في جامعة ستانفورد.

في عام 2012 ترك ستانفورد للتركيز على سناب شات قبل فترة وجيزة من إنهاء دراسته. بينما كان يدرس تصميم المنتجات في جامعة ستانفورد اقترح سناب شات كمشروع تخرج وشارك في تأسيس شركة سناب شات مع "ريجى براون" و"روبرت ميرفي". ذكر أنه معجب بشركتي جوجل وتينسنت. قدّرت ثروته في سنة 2014 بحوالي 1.5 مليار دولار.

¹ موقع واتساب الرسمي, حول التطبيق , متاح على الرابط التالي <https://www.whatsapp.com/about> تاريخ الدخول 2016/10/19.

² معلومة مأخوذة من موقع <https://aitnews.com/2015/> بتاريخ 2016/10/22.

³ الموقع الرسمي لسناب شات, حول تطبيق سناب شات , متاح على الرابط التالي <https://www.snap.com/en-US> تاريخ الدخول 2016/10/22.

وما زالت المنافسة إلى يومنا هذا قائمة بين سناب شات وفيسبوك في محاولة مارك زوكربرج شرائه بمبلغ 3 مليار حيث رفض "شبيغل" مالك سناب شات بيعه إيماناً منه بأن قيمته سترتفع مستقبلاً نظراً للإقبال المتزايد عليه.

انستغرام :Instgrame

ويقوم هذا التطبيق على مشاركته الصور والفيديوات القصيره مع المستخدمين لنفس هذا التطبيق وما له من خصائص أخرى مميزة كالتعليق على الصور ومشاركة الصور مع المستخدمين والمحادثات الشخصية¹ حيث أن مميزاته أصبحت مشابهة لتطبيقات التواصل الفورية من حيث لحظة مشاركة المحادثات والصور , وإلى يومنا هذا مازالت انستغرام تحاول تقليد سناب شات من بعض مزاياها في محاولة مستميه لجذب المستخدمين منها .

"كيفن سستروم" هو الرئيس التنفيذي لإنستغرام وهو مجتمع يتكون من أكثر من 500 مليون صورة على هذا التطبيق وهو مسؤول عن رؤية واستراتيجية الشركة وهو كان جزء من Odeo الذي أصبح بعد ذلك تويتر وأمضى قرابه سنتان في قوغل يعمل على Gmail و Google reader . تخرج من جامعة ستانفورد بالولايات المتحدة بكالوريوس العلوم الادارية والهندسة.

"مايك كريغر" هو مساعده وهو مسؤول قسم الهندسة من البرازيل حامل شهادته الماجستير من جامعة ستانفورد في رمزيات النظام.

في 2015 أعلن الفيسبوك شرائه لإنستغرام بقيمة 1 مليار دولار أمريكي .

تويتر :Twitter

هو تطبيق إلكتروني يشارك في المستخدمون آرائهم وأفكارهم بحدود 140 حرف ورؤيتهم هي منح الجميع الإمكانية لإنشاء الأفكار والمعلومات ومشاركتها فوراً دون حدود.² مالك تويتر هو المبرمج ورجل الأعمال " جاك دورسي " ولديه حوالي 3500 موظف . التويتر (Twitter) أو كما تمت ترجمة الاسم إلى اللغة العربية بـ "التغريد"؛ هو موقع شبكة تواصل

¹ الموقع الرسمي لإنستغرام, حول التطبيق, متاح على الرابط التالي <https://www.instagram.com/about/us> تاريخ الزيارة 2016/10/20.

² الموقع الرسمي, حول تطبيق تويتر , متاح على الرابط التالي <https://about.twitter.com/ar/company> تاريخ الزيارة 2016/10/21.

إجتماعي على الإنترنت. وبدأ هذا الموقع منذ عام 2006، ويختص بمتابعة الشخصيات وتتبع أخبارها وتتبع الأخبار وكذلك تتبع الأصدقاء والمقربين. ويقوم الموقع على مبدأ التغريدة أو الـ "Tweet"، أي كتابة نص ونشره على صفحتك الخاصة وبعد أقصى 140 خانة أو حرف ؛ حتى يراه كل المتابعين لديك. وهناك خاصية أخرى يتميز بها تويتر عن غيره من شبكات التواصل الاجتماعي، وهي خاصية الهاشتاغ "Hashtah" ورمزه هو "#"، وهو رمز يستخدم للدخول إلى مواضيع معينة يتم تداولها على الموقع، والتحدث في هذه المواضيع ونشر الأفكار الخاصة بالشخص إلى الفئة المستخدمة لهذا الهاشتاغ. كما يمكن عمل هاشتاق جديد خاص بموضوع غير مستخدم ونشره، ويقوم الموقع بعمل إحصائية لأكثر هاشتاق تم استخدامه خلال فترة معينة؛ ويقوم بوضعه تحت مسمى "Trending"، حيث يمكنك أن ترى إذا كنت مهتماً بأي منها وتقوم بالكتابة في هذا الموضوع.

وأعتقد أنها سميت بهذا الاسم لمحدودية العدد وقصر الخبر المنشور، فلا أعتقد أن هنالك طائراً يمكن أن يغرد لساعات طويلة كما نسب إليه موقع تويتر بالطائر الأزرق الي يغرد.

فيسبوك Facebook :

تأسست في عام 2004، على يد "مارك إليوت زوكربيرج" هو مبرمج الأمريكي، والمؤسس المشارك لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وهو البرنامج الأكثر استخداماً في العالم . مهمة الفيسبوك هي لإعطاء الناس القدرة على المشاركة وجعل العالم أكثر انفتاحاً واتصالاً. يستخدم الناس الفيسبوك للبقاء على اتصال مع الأهل والأصدقاء، ولإكتشاف ما يدور في العالم، والتعبير عن ما يهمهم.¹

الفيس بوك شهد نمواً كبيراً حيث وصل إلى أكثر من مليار مستخدم , فهو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية في كل العصور , و هو مفيد للغاية حيث أن له فوائد عديدة لأغراض شخصية و تجارية , و يمكنك الدردشة و تحميل الصور و الفيديو . الفيس بوك يتيح لك الاتصال من أى مكان في العالم , و هو من أفضل وسائل الاتصال المجاني , يتيح لك الاتصال و العثور على

¹ موقع فيسبوك الرسمي . حول التطبيق , متاح على الرابط التالي

https://www.facebook.com/facebook/about/?ref=page_internal تاريخ الزيارة 2016/10/22

أصدقائك و أقاربك و تكوين صداقات جديدة من كل أنحاء العالم , و يمكنك التواصل معهم بالدرشة و الرسائل و تبادل الصور الخاصة و الفيديو , و يتيح لك التحكم فى المعلومات التى تشاركها معهم .

إحصائيات استخدام الوطن العربى لتطبيق (واتس أب):

كشف مؤسس تطبيق (واتس أب) عن عدد مستخدمي التطبيق في العالم الذي بلغ مليار مستخدم نشط, وتعتبر الدول العربية من بين الدول الأكثر إستعمالا للتطبيق مقارنة بباقي التطبيقات الأخرى , حيث بلغت نسبة إستخدام (الواتس أب) في دولة الإمارات 99.9% حيث أتت في المرتبة الأولى تلتها لبنان بنسبة 97%, ثم المملكة العربية السعودية ثالثا بنسبة 94% , ودولة قطر في المرتبة الرابعة بنسبة 89% من إستخدام (الواتس أب) مقارنة بباقي التطبيقات من نفس النوع.¹ حيث وصل عد مستخدمي تطبيق (واتس أب) في سلطنة عمان وحدها 3.5 مليون شخص حتى عام 2012 , حيث يتجاوز هذا العدد عدد السكان في منطقة عمان مما يشير إلى إستخدام المواطن العماني لأكثر من رقم للهواتف النقالة.²

حيث بلغ عدد مستخدمي (واتس أب) في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا 15 مليون مستخدم , في حين لايتجاوز مستخدمو هذا البرنامج 7 ملايين مستخدم في قارة أمريكا الشمالية , إذ يستخدم هذا البرنامج من قبل 70% من أصحاب الهواتف الذكية هذا التطبيق في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا.³

بالنسبة إلى حجم المعلومات التي يتم تداولها من خلال هذا التطبيق فتتشي آخر إحصائية بأن أعلى كم من الرسائل التي وصلت إلى (واتس أب) في اليوم الواحد قد بلغ 64 مليار رسالة , وهذا الرقم لايمثل المعدل اليومي . أما معد الرسائل التي ترسل يوميا من خلال (واتس أب) فبلغ 19 مليار رسالة والتي تصل إلى التطبيق حوال 3 مليار رسالة .

بالنسبة عن عدد الرسائل الصوتية المرسله بشكل يومي فبلغ 200 مليون رسالة صوتية ومعدل الرسائل المرئية (الفيديو) المرسله بشكل يومي فبلغ 100 مليون رساله مرئية .

¹ معلومة مأخوذه من حساب "جان كوم" في موقع فيسبوك <https://web.facebook.com/jan.koum> بتاريخ 2016/11/2.

² ناجي الكعبي "مواقع التواصل الاجتماعي والواتس أب (WhatsApp)" 2014/5/28 , مقال منشور على الموقع

<http://www.al-jazirah.com/2014/20140528/rj3.htm> بتاريخ 2016/11/2.

³ Internet usage , معلومة مأخوذة من موقع www.wearesocial.com بتاريخ 2016/11/8 .

وقد سبب هذا التطبيق الضرر البالغ بشركات الهواتف الأخرى حيث حرمتها من عوائد الرسائل القصيرة المعروفة (SMS). أما عن معدل المستخدمين الفاعلين خلال شهر ابريل 2014 فقد تجاوز 450 مليون مستخدم فاعل (Active users)، والمقصود بالمستخدم الفاعل هنا هو : المستخدم لتطبيق (واتس أب) لمرة واحدة على الأقل خلال الشهر، وهذا يختلف عن عدد المستخدمين المسجلين (Registered users) والذين عادة ما يفوق عددهم عدد المستخدمين الفاعلين (active users). ويستخدم هذا التطبيق ما نسبته 70 % من مستخدمي واتس أب بشكل يومي. وينضم لهذا التطبيق مليون مستخدم جديد يوميا.¹

• الإحصائيات الخاصة بالأوقات وعدد الرسائل المكتوبة والمقروءة من قبل مستخدمي واتس أب

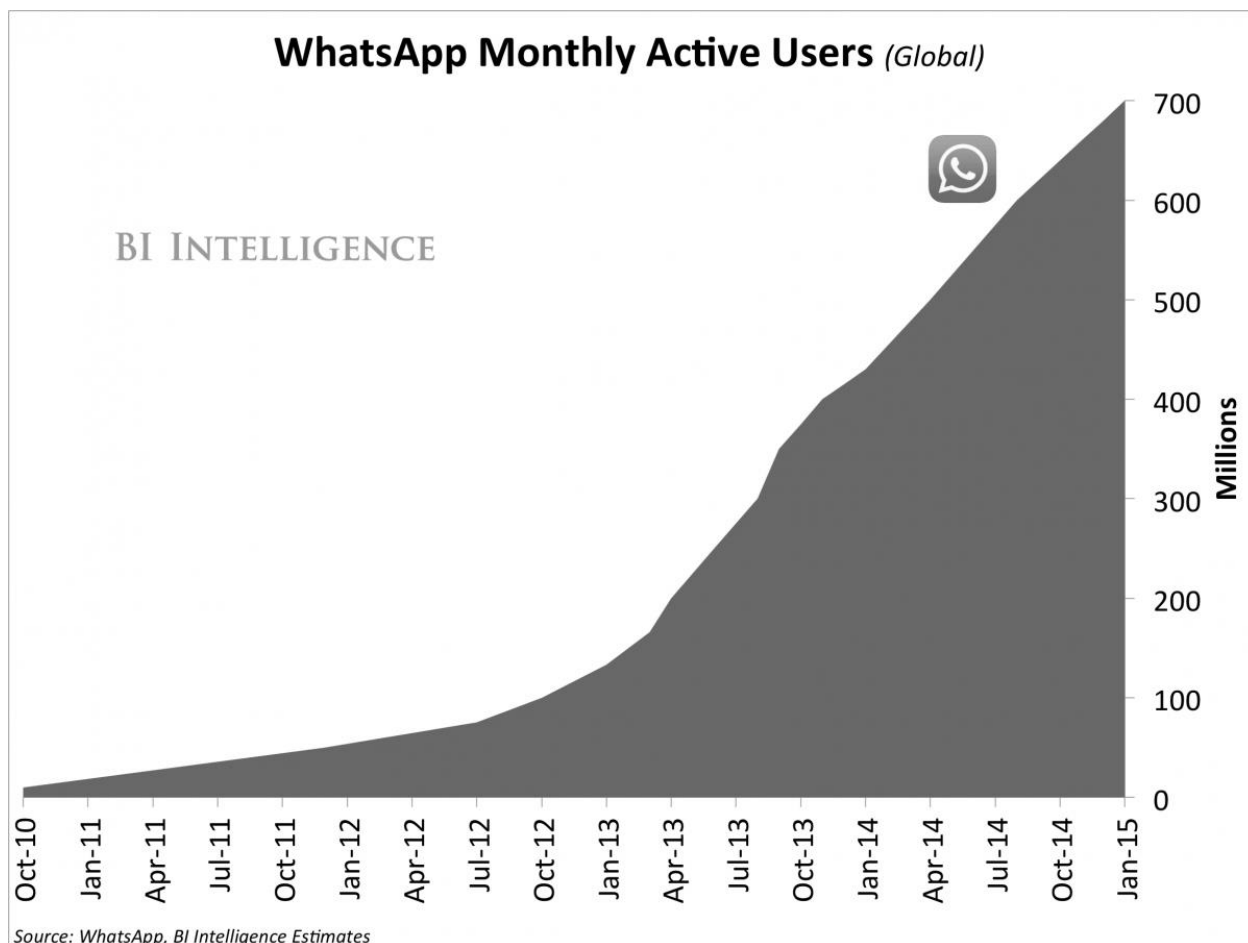
²
(WhatsApp)

- معدل الوقت الذي يمضيه مستخدم (الواتس أب) أسبوعيا 195 دقيقة لكل أسبوع.
- معدل الرسائل التي يرسلها كل مستخدم لتطبيق (الواتس أب) شهريا 1200 رسالة.
- معدل الرسائل التي يقرأها كل مستخدم شهريا حوالي 2200 رسالة .
- معدل الصور التي يتم تبادلها بين مستخدمي تطبيق (واتس أب) 700 مليون صورة لكل يوم.

وتعتبر هذه الدول العربية من أكثر الدول إستخداما للتطبيق في منطقة الخليج و الشرق الأوسط ، وربما ترجع نسبة هذا الإفراط في الإستخدام من طرف بعض الدول العربية هو السلاسة التي يتمتع بها هذا التطبيق و المزايا العديدة المتوفرة في الدردشة إضافة إلى ميزة المكالمات الصوتية التي أصبح يدعمها تطبيق الواتساب في الفترة الأخيرة.

¹ محمد ناجي الكعبي مرجع سابق.

² محمد ناجي الكعبي , مرجع سابق .



شكل رقم (4)

النمو الذي حققه تطبيق واتس أب خلال 5 سنوات من حيث الاستخدام¹

¹ Published article “WhatsApp's growth is incredible: It just added another 100 million new users in 4 months” by Eugene Kim 2015/4/20 accessed on 5 /11/2016
<http://www.businessinsider.com/whatsapp-passes-800-million-monthly-active-users-2015-4>.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية

المبحث الأول : خصائص العينة

المبحث الثاني : المؤشرات التحليلية للدراسة

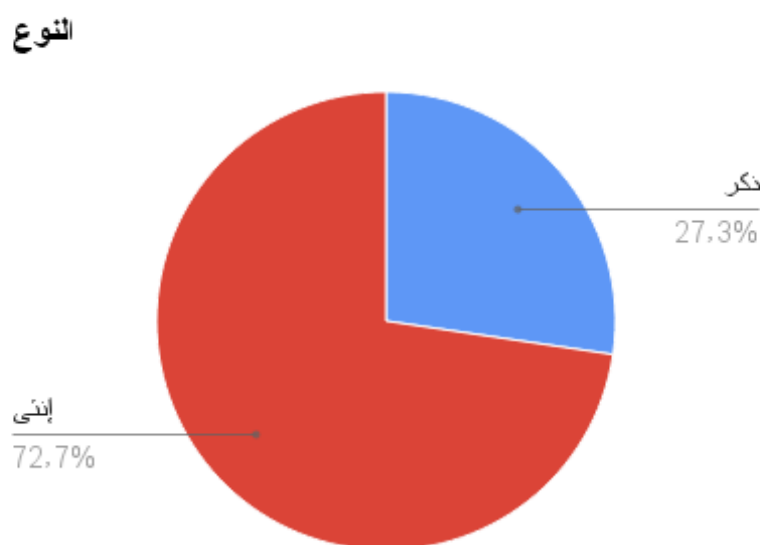
المبحث الثالث : التحقق من فروض الدراسة

المبحث الرابع : نتائج الدراسة

تستعرض الباحثة في هذا الفصل نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل البيانات التي جمعتها من عينة الدراسة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية SPSS.

المبحث الأول : خصائص العينة

تكونت عينة الدراسة من (300) مفردة من الجمهور البحريني من محافظات البحرين الأربع حيث تم إختيارهم بطريقة عشوائية من المجتمع البحريني من ذكور و إناث.



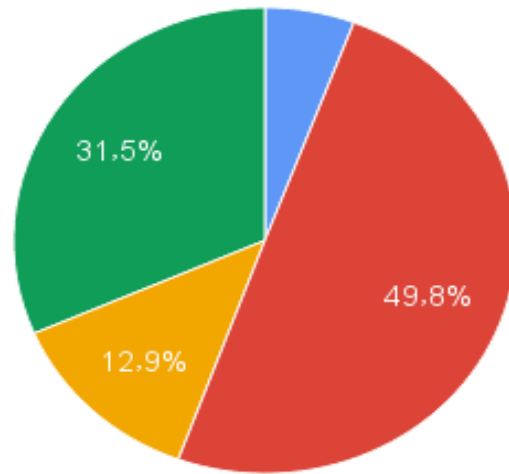
شكل رقم (5)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع

ويتضح من نتيجة الشكل السابق إرتفاع نسبة الإناث في عينة الدراسة فما نسبته (72.7%) من عينة الدراسة, وهي تزيد بنسبة كثيرة من الذكور حيث بلغت نسبة الذكور (27.3%).

المرحلة العمرية

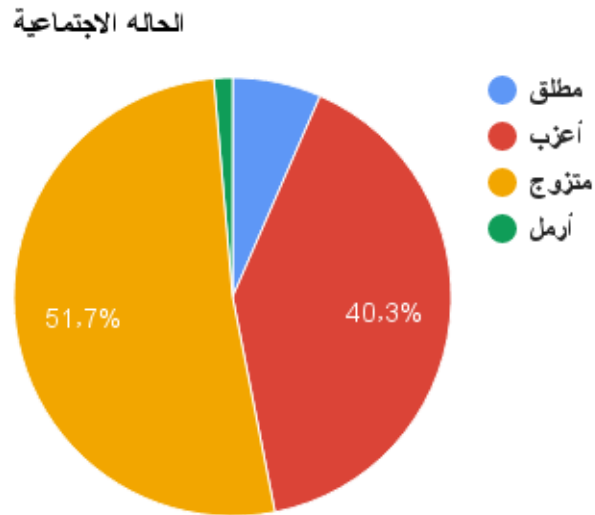
- أقل من 20 سنة
- من 20 إلى أقل من 30 سنة
- سنة فأكثر 40
- من 30 إلى أقل من 40 سنة



شكل رقم (6)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

يتضح من الشكل السابق أن غالبية عينة الدراسة من الفئة العمرية "20 سنة إلى أقل من 30 سنة" بإعتبار المجتمع البحريني مجتمعا فتياً وبلغت النسبة (49.8%) من العينة , أما نسبة العمر "30 سنة إلى أقل من 40 سنة" فبلغت (31.5%) , والعمر من "40 سنة فأكثر" بلغت (12.9%) والعمر "أقل من 20 سنة" فشكلت النسبة الأقل في عينة الدراسة بمقدار (5.8%).

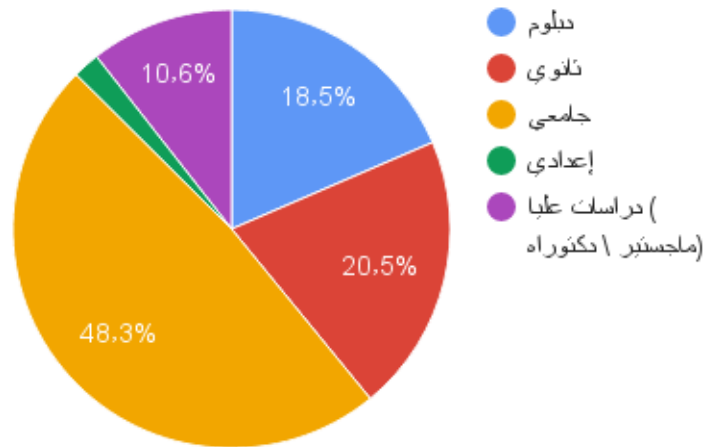


شكل رقم (7)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

يتضح من الشكل السابق الحالة الاجتماعية , حيث شكلت الحالة الاجتماعية "متزوج" الأغلبية بنسبة (51.7%) , و الحالة الاجتماعية "أعزب" بنسبة مقاربة حوالي (40.3%) من إجمالي العينة , وشكلت الحالة الاجتماعية "مطلق" و "أرمل" الأقل من إجمالي العينة بنسبة (6.6%) و (1.4%) على التوالي من مجموع الدراسة.

المؤهل الدراسي

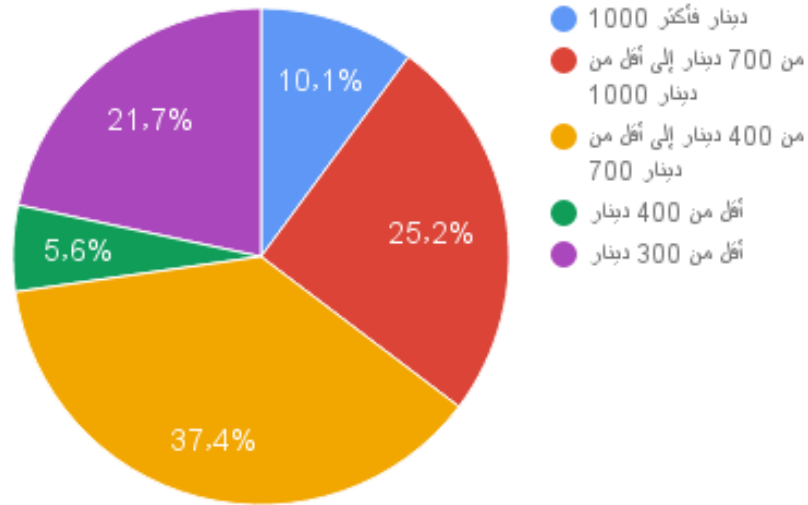


شكل رقم (8)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل الدراسي

ويتضح من الشكل السابق متغير المؤهل الدراسي بأن الطلبة "الجامعيين" شكلوا تقريباً نصف عينة الدراسة بنسبة بلغت (48.3%) , وشكلت نسبة متغير المؤهل الدراسي "الثانوي" (20.5%) ونسبة متغير المؤهل الدراسي "الدبلوم" (18.5%) , ونسبة متغير المؤهل الدراسي "الدراسات العليا (ماجستير \ دكتوراه)" بنسبة (10.6%) , ونسبة متغير المؤهل الدراسي "الإعدادي" بأقل نسبة في مجموع عينة الدراسة حيث بلغت النسبة (2%) .

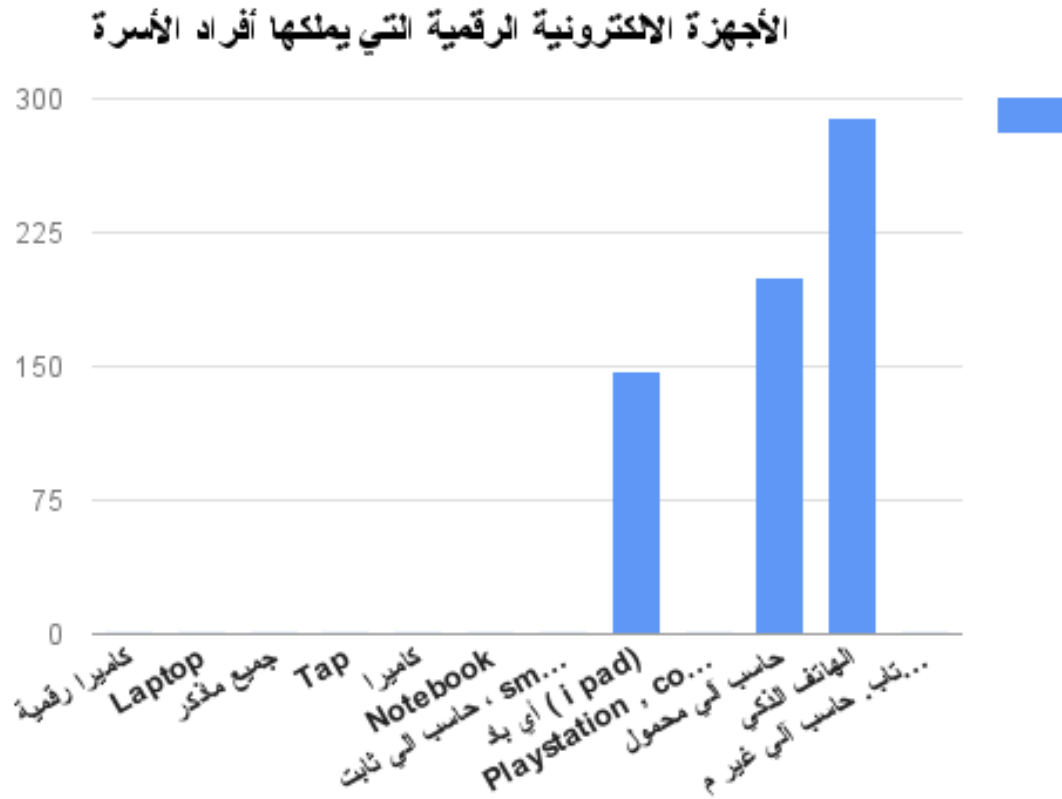
مستوى الدخل



شكل رقم (9)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير مستوى الدخل

ويتضح من الشكل السابق متغير مستوى دخل الفرد حيث شكل مدخول " 400 دينار إلى أقل من 1000 دينار " نسبة (37.4%) من عينة الدراسة بنسبة مقاربة مع نسبة مدخول الفرد " 700 دينار إلى أقل من 1000 دينار " بنسبة (25.2%) من عينة الدراسة , وشكل مدخول الفرد " أقل من 300 دينار " نسبة (21.7%) و مدخول الفرد " 1000 دينار فأكثر " حوالي (10.1%) من إجمالي العينة , أما أقل نسبة كانت لمدخول الفرد "أقل من 400" دينار بنسبة (5.6%) من إجمالي العينة.



شكل رقم (10)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير الأجهزة التي تمتلكها الأسرة

يمثل الرسم البياني السابق متغير الأجهزة الإلكترونية التي تملكها الأسرة حيث بلغ عدد أغلب عينة الدراسة يملكون "الهاتف الذكي" 289 فرداً وعدد الذين يملكون "الحاسب الآلي" المحمول 200 فرداً وعدد الذين يحملون "I pad" أي باد" 147 فرداً، ونسبة قليلة لا تتعدى (6%) يملكون "غيرها" من الأجهزة بمختلف أسمائها . حيث نلاحظ أن أغلبهم يملكون أكثر من جهاز إلكتروني ذكي.

المبحث الثاني : المؤشرات التحليلية للدراسة

تم التوصل إلى هذه النتائج بعد تحليل البيانات باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية SPSS.

أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور البحريني في الحصول على المعلومات بشكل عام (يمكن إختيار أكثر من إجابته) تم حساب التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (4)

التكرارات والنسب المئوية أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور البحريني في الحصول على المعلومات

الترتيب حسب الأهمية	النسبة المئوية	التكرار	الإستجابة
1	71.4%	212	مواقع التواصل الإجتماعي
2	58.2%	173	مواقع الأنترنت
3	47.1%	140	تطبيقات التواصل الفوري
4	44.1%	131	التلفزيون
5	26.6%	79	الإذاعة
6	25.6%	76	الصحف والمجلات
7	1.3%	4	أخرى

يتبين من الجدول السابق إن أغلب وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور البحريني في الحصول على المعلومات بشكل عام هي "مواقع التواصل الإجتماعي" ويعتمد عليها بنسبته (71.4%) من عينة الجمهور البحريني , تلاها في المرتبة الثانية "مواقع الإنترنت" ويعتمد عليها مانسبته (58.2%) من عينة الجمهور البحريني و تلاها في المرتبة الثالثة "تطبيقات التواصل الفوري" بنسبة (47.1%) من عينة الجمهور البحريني وجاء بعدها في المرتبة الرابعة "التلفزيون" بنسبة (44.1%) من عينة الجمهور البحريني تبعا في المرتبة الخامسة "الإذاعة" بنسبة (26.6%) من عينة الجمهور البحريني وأخيراً في المرتبة السادسة "الصحف والمجلات" بنسبة (25.6%) من عينة الجمهور البحريني.

حيث نلاحظ من خلال الجدول السابق اعتماد الجمهور البحريني على وسائل التواصل الاجتماعي لسهولة الوصول إلى تلك التطبيقات وتوافر الأجهزة الذكية المحمولة واستخدامها من قبل الجمهور البحريني , وقد توافقت هذه النتيجة مع دراسة أحمد الحداد 2012 حيث أتى مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى للشباب للحصول على المعلومات بنسبة (25.5%)¹.

2. معدل استخدام الجمهور البحريني لتطبيقات التواصل الفوري , تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (5)

التكرارات والنسب المئوية لمعدل استخدام الجمهور البحريني لتطبيقات التواصل الفوري

الترتيب حسب الاستخدام	النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة
1	73.8%	220	غالباً
2	14.0%	42	أحياناً
3	10.7%	32	لا أستطيع التحديد
5	0.7%	2	نادراً
4	1%	3	مطلقاً
	100%	300	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن ما نسبته (73.8%) من عينة الجمهور البحريني غالباً ما تستخدم تطبيقات التواصل الفوري , وما نسبته (14.1%) أحياناً يستخدم تطبيقات التواصل الفوري , في حين (10.7%) من عينة الجمهور البحريني لا يستطيع تحديد استخدامها لتطبيقات التواصل الفوري , و (0.7%) من عينة الجمهور البحريني نادراً ما يستخدم تطبيقات التواصل الفوري , و (1%) لا يستخدم تطبيقات التواصل الفوري مطلقاً. ويرى الباحث أن تلك النتيجة متوقعة لتوافر الأجهزة الذكية عند الجمهور البحريني وقلة تكلفتها بالنسبة للجمهور البحريني .

¹أحمد علي الحداد(اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات (دراسة ميدانية)) ,رسالة ماجستير غير منشورة , الجامعة الأهلية , مملكة البحرين(2012) ص 113.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أحمد الحداد 2012 حيث معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة (58.25%) من عينة الدراسة¹, حيث أن تطبيقات التواصل الفوري تعتبر جزء من مواقع التواصل الاجتماعي.

3. عدد الساعات التي يقضي الجمهور البحريني فيها يوميا في استخدام تطبيقات التواصل الفوري, تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (6)

التكرارات والنسب المئوية لعدد الساعات التي يقضي الجمهور البحريني فيها يوميا في استخدام تطبيقات التواصل الفوري

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
4 ساعات فأكثر	140	46.8%	1
من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات	90	30.4%	2
من ساعة إلى أقل من ساعتين	50	16.4%	3
أقل من ساعة	19	6.4%	4
المجموع	300	100%	

توضح النتائج في الجدول السابق أن (46.8%) من الجمهور البحريني يستخدم تطبيقات التواصل الفوري "4 ساعات فأكثر" يوميا، و(30.4%) يقضون من "ساعتين إلى أقل من 3 ساعات" يوميا في استخدام تطبيقات التواصل الفوري , ومانسبته (16.4%) يقضون من "ساعة إلى أقل من ساعتين" في استخدام تطبيقات التواصل الفوري يوميا، أما (6.4%) من الجمهور البحريني فيستخدمون تطبيقات التواصل الفوري "أقل من ساعة يوميا".

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أحمد الحداد 2012 بأن نسبة (45.5%) من العينة إنهم يتعرضون لمدته تزيد عن 4 ساعات فأكثر بشكل يومي لمواقع التواصل الاجتماعي.¹

1 أحمد علي الحداد, مرجع سابق , ص 114.

4. عدد الأيام التي يستخدم الجمهور البحريني فيها تطبيقات التواصل الفوري في الأسبوع ,تم حساب التكرارات والنسب المئوية , لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (7)

التكرارات والنسب المئوية لعدد الأيام التي يستخدم الجمهور البحريني فيها تطبيقات التواصل الفوري في الأسبوع

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
يومية	273	91.6%	1
4-5 أيام	13	4.4%	2
يومان إلى يوم	10	4%	3
يوم واحد	1	0.3%	4
المجموع	300	100%	

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (91.6%) من عينة الجمهور البحريني يستخدم تطبيقات التواصل الفوري "يومية" , ومانسبته (4.4%) منهم يستخدم تطبيقات التواصل الفوري من "4-5 أيام" في الأسبوع , و (4%) من العينة تستخدم تطبيقات التواصل الفوري من "يومان إلى يوم" في الأسبوع , و (0.3%) منهم يستخدم تطبيقات التواصل الفوري "يوم واحد" في الأسبوع فقط.

وربما يرجع سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا الى سهولة الوصول إليها في أي مكان خصوصا مع توافر الأجهزة الذكية وسمة التفاعلية فيها من تبادل ومناقشة المعلومات من خلالها . وقد توافقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة فجر الهاشل 2015 حيث جاء عدد الذين يتابعون مواقع التواصل الإجتماعي يوميا في المرتبة الأولى حسب الدراسة بنسبة 34.2%².

¹أحمد علي الحداد, مرجع سابق , ص 114.

²فجر الهاشل , (اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن ذوي الاحتياجات الخاصة) ,رسالة ماجستير غير منشورة , الجامعة الأهلية(كلية الآداب والعلوم والتربية , قسم الإعلام والعلاقات العامة) , مملكة البحرين(2015) ص 121 .

5. أكثر الفترات التي يستخدم الجمهور البحريني فيها تطبيقات التواصل الفوري , تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (8)

التكرارات والنسب المئوية للفترات التي يستخدم الجمهور البحريني فيها تطبيقات التواصل الفوري

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
كل ماسبق	133	44.6%	1
الفترة المسائية 4 إلى 10 مساء	124	41.6%	2
الفترة الصباحية 7 إلى 12	44	14.8%	3
فترة الظهيرة 12 إلى 4 عصرا	37	12.4%	4
فترة السهرة 10 إلى 7 صباحا	21	7.7%	5
المجموع	300	100%	

يتضح من الجدول السابق أن أكثر الفترات التي يستخدم فيها تطبيقات التواصل الفوري هي "كل فترات" اليوم بنسبة (44.6%) تلاها "الفترة المسائية من 4 إلى 10 مساء" بنسبة (41.6%) بفرق بسيط , وجاء بالمرتبة الثالثة " الفترة الصباحية 7 إلى 12 ظهرا " بنسبة (14.8%) , وفي المرتبة الرابعة "فترة الظهيرة 12 إلى 4 عصرا " بنسبة (12.4%) , و أخيرا " فترة السهرة 10 إلى 7 صباحا " بنسبة (7.7%) .

و النتيجة السابقة تتفق مع دراسة فجر الهاشل بأن أكثر فترة زمنية يستخدمها المبحوثون هي الفترة المسائية "4 إلى 10 مساء " بنسبة (42%).¹

¹بسمه قائد البناء (دور موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في البناء الاجتماعي والثقافي لدى عينة من الشباب الجامعي), رساله ماجستير غير منشورة, (كلية الآداب والعلوم والتربية , قسم الإعلام والعلاقات العامة)الجامعة الأهلية ,مملكة البحرين(2013) ص 141 .

6. أسماء تطبيقات التواصل الفوري التي يفضل الجمهور البحريني إستخدامها في الأجهزة الذكية (يمكن إختيار أكثر من إجابة). تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (9)

التكرارات والنسب المئوية لأسماء تطبيقات التواصل الفوري التي يفضل الجمهور البحريني إستخدامها في الأجهزة الذكية

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
واتس أب	292	%97.3	1
محادثات الانستغرام	183	%61	3
محادثات السناپ شات	205	%68.3	2
الإيمو	19	%6.3	7
الفايبر	20	%6.7	6
كيك	13	%4.3	8
تانغو	9	%3	9
فيس تايم	32	%10.7	5
محادثات تويتر	75	%25	4
أخرى	5	%1.7	10

يتضح من الجدول السابق أسماء تطبيقات التواصل الفوري التي يفضل الجمهور البحريني إستخدامها في الأجهزة الذكية حيث تستطيع العينة إختيار أكثر من إجابة فأتى في المركز الأول تطبيق "واتس أب " بنسبة (%97.3) تلاها في المركز الثاني "محادثات السناپ شات" بنسبة (%68.3) والمركز الثالث " محادثات الأنستغرام" بنسبة متقاربة (%61) , و " محادثات تويتر " في المركز الرابع بنسبه (%25) , وتلاها في المركز الخامس "فيس تايم" بنسبة (%0.7) والمركز السادس " فايبر " بنسبة (%6.7) , والمركز السابع "إيمو" (%6.3) , والمركز الثامن " كيك" بنسبة (%4.3) والمركز الأخير "تانغو بنسبة (%3)

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة فريق مشروع ((راصد)) بوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في قطر (2015) حيث أن تطبيق (واتس أب) أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في دولة قطر يستخدم (87 %) من عينة الدراسة تستخدم تطبيق (واتس اب) كما تميز التطبيق بأعلى نسبة من حيث وعي المستخدمين به بنسبة (96%).¹

7. ترتيب تطبيقات التواصل الفوريه حسب أهميتها بالنسبة إلى الجمهور البحريني كمصدر للمعلومات الصحية (من 1 الى 9) تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (10)

ترتيب تطبيقات التواصل الفوريه حسب أهميتها بالنسبة إلى الجمهور البحريني كمصدر للمعلومات الصحية

الترتيب	الاستجابة	الرقم
1	واتس أب	1
9	تanjoo	2
6	فايس تايم	3
2	سناب شات	4
3	انستغرام	5
7	فايبر	6
4	تويتر	7
8	إيمو	8
5	فيسبوك	9

يتبين من الجدول التالي ترتيب أهم تطبيقات التواصل الفوري حسب أهميتها كمصدر للمعلومات الصحية للجمهور البحريني وأتى في المركز الأول " واتس أب" , تلاه في المرتبة الثانية " سناب شات" , وفي المرتبة الثالثة "انستغرام" , ثم " تويتر" وفي المرتبة الخامسة " فيسبوك" , تلاه في

1 فريق مشروع "راصد" بوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في قطر دراسة بعنوان (التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي في قطر).

المرتبة السادسة "فايس تايم" , وجاء " فايبير " في المرتبة السابعة , ثم " إيمو " في المرتبة الثامنة , وأخيرا " تانجو " في المرتبة التاسعة .

وهذه النتيجة لا تتفق مع دراسة أيوب اللهي 2015 حيث أن "إنستغرام" جاء في المرتبة الأولى من حيث أهميتها بالنسبة للطلبة الجامعين كمصدر للمعلومات الدينية ¹.

8. نوع الأجهزة الذكية الذي يستخدم فيها الجمهور البحريني تطبيقات التواصل الفوري. تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (11)

التكرارات والنسب المئوية لأنواع الأجهزة الذكية الذي يستخدم فيها الجمهور البحريني تطبيقات التواصل الفوري

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
الهاتف الذكي	291	97%	1
الألواح الذكية	30	10%	2
الحاسب الآلي	26	9.3%	3
أخرى	0	0	4
المجموع	300	100%	

يتضح من الجدول السابق أن الأجهزة الذكية التي يستخدم فيها تطبيقات التواصل الفوري وقد أتى في لمرتبة الأولى " الهاتف الذكي " بنسبة (97%) , وفي المرتبة الثانية الألواح الذكية بنسبة (10%) , وفي المرتبة الأخيرة " الحاسب الآلي " بنسبة (9.3%) .

ويتبين من النتيجة أن ربما لسهولة حمل الهواتف الذكية وتميز خصائصها يكثر إستخدامها بين الجمهور البحريني .

¹أيوب علي محمد اللهي , (اعتماد الشباب البحريني على التطبيقات الاسلاميه الآلية في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة) رساله ماجستير غير منشورة , (كلية الآداب والعلوم والتربية , قسم الإعلام والعلاقات العامة) , الجامعة الاهلية , مملكة البحرين (2016) ص 110.

9. رأي الجمهور البحريني في تطبيقات التواصل الفوري .تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (12)

التكرارات والنسب المئوية لرأي الجمهور البحريني في تطبيقات التواصل الفوري

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
مفيدة إلى حد ما	157	52.5%	1
مفيدة جدا	139	46.5%	2
غير مفيدة على الإطلاق	4	1.3%	3
المجموع	300	100%	

يتبين من الجدول التالي أن ما نسبته (52.5%) من عينة الدراسة تعتبر تطبيقات التواصل الفوري "مفيدة إلى حد ما" , و (46.5%) من عينة الدراسة تعتبر تطبيقات التواصل الفوري "مفيدة جدا" , و (1.3%) تعتبرها تطبيقات التواصل الفوري "غير مفيدة على الإطلاق" .

وتتفق النتائج مع دراسة شرحبيل غالب حميد أبوسويلم (2015) بأن أن نسبة استخدام الطلبة لرسائل المحادثة بلغت (38%) ،فيما يلجأ (25%) من الطلبة إلى استخدام المناقشة الجماعية ،في حين أن مانسبته (23 %) يستخدمون الفيديو¹، وهذا يعني أن الطلبة يستخدمون أشكالاً لتفاعل مع الآخرين بصورة مباشرة تتيح تبادل الآراء وتنسيق المواقف ، والتحفيز على المشاركة .

10.أسباب ظهور تطبيقات التواصل الفوري. (يمكن اختيار أكثر من إجابة).تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (13)

التكرارات والنسب المئوية لأسباب ظهور تطبيقات التواصل الفوري

¹شرحبيل غالب حميد أبوسويلم , اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات دراسة مسحية تحليلية , رسالة ماجستير منشورة , جامعة الشرق الأوسط , عمان , الأردن (2015) ص 83.

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
طريقه جديده وسريعه للتواصل	231	77.5%	1
محاولة لنشر المعلومات على نطاق واسع	170	57%	2
الإستغلال الأمثل لمميزات الأجهزة الذكية	128	43%	3
وسيله تربويه جديدة لتثقيف المجتمع	62	20.8%	4
أخرى	3	1%	5

توضح نتائج الدول السابق أسباب ظهور تطبيقات التواصل الفوري من وجهه نظر عينة الدراسة ,حيث رجحت أكبر نسبة من عينة الدراسة بمقدار (77%) على أنها" طريقة جديدة وسريعة للتواصل " , وتلاها نسبة (57%) بأنها " محاولة لنشر المعلومات على نطاق واسع " , أما نسبة (43%) رجحت أنها "الإستغلال الأمثل لمميزات الأجهزة الذكية" , في حين أن (20.8%) من عينة الدراسة رجحت بأنها"وسيله تربويه جديدة لتثقيف المجتمع".

وربما يرجع السبب في تلك النتيجة بأن الجمهور البحريني مواكب لعولمة التكنولوجيا الحديثة بكل ما هو جديد في السوق , حيث انها قليلة التكلفة وسهلة الحصول عليها واستخدامها سهل في التواصل وتبادل المعلومات.

11. عدد تطبيقات التواصل الفوري التي أضافها الجمهور البحريني في جهازهم. تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (14)

التكرارات والنسب المئوية لعدد تطبيقات التواصل الفوري التي أضافها الجمهور البحريني في جهازهم

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
أكثر	100	34.5%	1
أربعة	92	31.1%	2
ثلاثة	76	25.7%	3
إثنان	24	8.1%	4
واحد	5	1.7%	5
المجموع	300	100%	

توضح نتائج الدول السابق عدد تطبيقات التواصل الفوري التي أضافتها عينة الدراسة في جهازهم , حيث مانسبته (34.5%) من عينة الدراسة أضاف "أكثر" من أربعة تطبيقات للتواصل الفوري في جهازها الإلكتروني , في حين أن نسبة (31.1%) من العينة أضافت "أربعة" تطبيقات للتواصل الفوري في جهازها الإلكتروني, كما أن نسبة (25.7%) من العينة أضافت "ثلاثة" تطبيقات للتواصل الفوري في جهازها الإلكتروني , ونسبة (8.1%) أضافت تطبيقان فقط للتواصل الفوري في جهازها الإلكتروني , وفي المرتبة الأخيرة بنسبة (1.7%) من عينة الدراسة أضافت تطبيق واحد فقط في جهازها الإلكتروني.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة شرحبيل غالب حميد أبوسويلم (2015) , بأن نسبة (98%) من الطلبة في عَمّان يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي لأنهم أكثر الشرائح

علماء ومعرفة ؛لذلك فإنها تحرص على مواكبة التطورات التكنولوجية فيا لعدد من المجالات
ومن بينه اوسائل الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي¹.

12. الأسباب التي أدت إلى إضافة الجمهور البحريني تطبيقات التواصل الفوري في جهازهم الذكي
(يمكن إختيار أكثر من إجابة) تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة ,
كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (15)

التكرارات والنسب المئوية للأسباب التي أدت إلى إضافة الجمهور البحريني تطبيقات التواصل الفوري في جهازهم الذكي

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
للتواصل مع الأشخاص	264	88%	1
للحصول على المعلومات بسرعة	195	65%	2
للتسلية	168	56%	3
للإشتراك في المجموعات التي تهمني	118	39.3%	4
لتداول ومناقشه المعلومات	102	34%	5
أخرى	2	0.7%	6

يتبين من الجدول السابق بأن نسبة (88%) أضافت تطبيقات التواصل الفوري في جهازها
"للتواصل مع الأشخاص" , ومانسبته (65%) أضافت تطبيقات التواصل الفوري "للحصول على
المعلومات بسرعة", في حين أن نسبة (56%) من العينة أضافت تطبيقات التواصل الفوري "
للتسلية" ونسبة (39.3%) من عينة الدراسة أضافت تطبيقات التواصل الفوري "للإشتراك في
المجموعات التي تهمني" وأخيرا نسبة (0.7%) أضافتها لأسباب أخرى.

ويوضح هذا الجدول تزايد اعتماد الجمهور البحريني في استخدام تطبيقات التواصل الفوري , رغم
حادثة هذه التطبيقات مما يدل ربما على تزايد الثقة اتجاه المعلومات المختلفة المواضيع المتبادلة من
خلالها.

¹ شرجيل غالب حميدأبوسويلم , مرجع سابق , ص 93

13. هل تستخدم تطبيق (واتس أب) تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (16)

التكرارات والنسب المئوية لمدى إستخدام (واتس أب)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
غالباً	274	91.6%	1
أحياناً	14	4.7%	2
لأستطيع التحدد	11	3.3%	3
نادراً	1	0.0%	4
لا أستخدامه على الإطلاق	0	0%	5
المجموع	300	100%	

يتضح من الجدول السابق بأن نسبة (91.6%) من عينة الدراسة تستخدم تطبيق (واتس أب) " غالباً" , ونسبة (4.7%) من عينة الدراسة تستخدم تطبيق (واتس أب) " أحياناً " ومانسبته (3%) من عينة الدراسة "لأستطيع التحديد" , ونسبة (0.3%) نادراً ماتستخدم تطبيق (واتس أب) , و(0%) من عينة الدراسة " لأستخدامه على الإطلاق".

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة فريق مشروع ((راصد)) بوزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات في قطر(2015) بأن تطبيق (واتس أب) هو أكثر وسائل التواصل الاجتماعي إستخداماً في دولة قطر يستخدم (87 %) من العينة المشاركة في هذه الدراسة تطبيق (واتس أب).¹

1 فريق مشروع "راصد" بوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في قطر مرجع سابق , ص 5.

14.فترة إستخدام تطبيق (واتس أب) تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (17)

التكرارات والنسب المئوية لفترة إستخدام تطبيق (الواتساب)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
5 سنوات فأكثر	141	47%	1
من 4 سنوات لأقل من 5 سنوات	68	22.7%	2
من 3 سنوات لأقل من 4 سنوات	57	19.7%	3
من سنتين لأقل من 3 سنوات	30	10%	4
من سنة لأقل من سنتين	4	1.3%	5
أقل من سنة	1	0.3%	6
المجموع	300	100%	

يتبين من الجدول السابق أن فترة إستخدام تطبيق (واتس أب) "5سنوات فأكثر" أتى بنسبة (47%) من عينة الدراسة , في حين أن نسبة إستخدام تطبيق (واتس أب) " من 4 سنوات لأقل من 5 سنوات " في المرتبة الثانية بنسبة (22.7%) , تلاها في المرتبة الثالثة " من 3 سنوات لاقل من 4 سنوات " بنسبة (19.7%) , في حين أن نسبة (10%) أتت في المرتبة الرابعة "من سنتين لأقل من 3 سنوات " , وتلاها في المرتبة الخامسة "من سنة لأقل من سنتين" بنسبة (1.3%) , وفي المرتبة الأخيرة بنسبة (0.3%) " أقل من سنة " من عينة الدراسة .

وترجع هذه النتيجة ربما لحدثة تطبيق (واتس أب) في الاجهزة الألكترونية حيث صدر عام 2009.

15.وجهه نظرالجمهور البحريني لتقييم تطبيق (واتس أب) كمصدر للمعلومات تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (18)

التكرارات والنسب المئوية لوجهه نظرالجمهور البحريني لتقييم تطبيق (واتس أب) كمصدر للمعلومات

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
مفيد جدا	147	50%	1
مفيد إلى حد ما	133	44.6	2
غير مفيد إطلاقا	18	6%	3
المجموع	300	100%	

يتبين من الجدول السابق أن نسبه (50%) من عينة الدراسة تقيم تطبيق (واتس أب) كمصدر للمعلومات "مفيد جدا" في حين أن نسبة (44.6%) من عينه الدراسة تعتبر أن تطبيق (واتس أب) كمصدر للمعلومات "مفيد إلى حد ما" ونسبه (6%) منهم تعتبره "غير مفيد إطلاقا".

وتتضح النتيجة السابقة أن أغلب الجمهور البحريني صنف بأن تطبيق (واتس أب) كمصدر للمعلومات بأنه مفيد جدا أو مفيد إلى حد ما وذلك ربما لأنه شائع الإستخدام بين المجتمع البحريني.

16. الموضوعات التي يفضل الجمهور البحريني تداولها من خلال تطبيق (واتس أب) , (يمكن اختيار أكثر من إجابة) , تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (19)

التكرارات والنسب المئوية للموضوعات التي يفضل الجمهور البحريني تداولها من خلال تطبيق (واتس أب)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
الأخبار الخاصة بالزملاء والأهل ومحادثات المجموعات التي أشارك فيها	235	78.6%	1
الموضوعات الاجتماعية	187	62.5%	2
الموضوعات الطبية والصحية	138	46.2%	3
الموضوعات الإخبارية	138	46.2%	4
الموضوعات الدينية	135	45.2%	5
الحكم والأدعية اليومية	130	43.5%	6
الموضوعات الثقافية	123	41.1%	7
الموضوعات العلمية	103	34.4%	8
الموضوعات السياسية	75	25.1%	9
الموضوعات التقنية	67	22.4%	10
الموضوعات الفنية	65	21.7%	11
الموضوعات الرياضية	53	17.7%	12

يتضح من الجدول السابق بأن الموضوعات التي يفضل الجمهور البحريني تداولها من خلال تطبيق (واتس أب) هي "الأخبار الخاصة بالزملاء والأهل ومحادثات المجموعات التي أشارك فيها" بنسبة (78.6%) , تليها "الموضوعات الاجتماعية" بنسبة (62.5%) من عينة الدراسة , ثم "الموضوعات

الطبية والصحية" بنسبة (46.2%) , وبالتساوي مع " الموضوعات الإخبارية " بنسبة (46.2%) من عينة الدراسة , تلاها "الموضوعات الدينية " بنسبة (45.2%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة السادسة "الحكم والأدعية اليومية " بنسبة (43.5%) من عينة الدراسة , تلاها "الموضوعات الثقافية" بنسبة (41.1%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الثامنة "الموضوعات العلمية " بنسبة (34.4%) من عينة الدراسة , وتلاها "الموضوعات السياسية" بنسبة (25.1%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة العاشرة "الموضوعات التقنية" بنسبة (22.4%) من عينة الدراسة, تلاها "الموضوعات الفنية" بنسبة (1.7%) , وفي المرتبة الأخيرة "الموضوعات الرياضية" بنسبة (17.7%) .

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة أحمد على الحداد (2012) حيث أن برامج التحليلات والبرامج السياسية في المرتبة الأولى من أكثر الموضوعات تفضيلاً بنسبة (25.7%).¹ في حين أنها تتفق مع دراسة مريم غزال ونور الهدى شعوبي, (2013) حيث أن أغلب أفراد العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب الحصول على المواد التثقيفية.²

¹أحمد علي الحداد , مرجع سابق , ص 102.

²مريم غزال ونور الهدى شعوبي, تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطالبة الجامعين , رسالة ماجستير منشورة جامعة قاصدي مرباح , الجزائر , (2013) , ص 60.

17. نوعية المعلومات الصحية والطبية التي يستقبلها الجمهور البحريني من خلال تطبيق (واتس)

أب) (يمكن إختيار أكثر من إجابة) تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (20)

التكرارات والنسب المئوية لنوعية المعلومات الصحية والطبية التي يستقبلها الجمهور البحريني من خلال تطبيق (واتس أب)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
معلومات عن التغذية الصحية	213	73.7%	1
معلومات عن اكتشافات جديدة في مجال الأدوية	143	49.5%	2
الطب البديل (الشعبي والأعشاب)	123	42.6%	3
الطب النبوي	97	33.6%	4
أخبار عن وزارة الصحة البحرينية	97	33.6%	5
إحصائيات عن الأمراض	74	25.6%	6
أخبار منظمة الصحة العالمية	57	19.7%	7
أخرى	8	2.8%	8

يتضح من الجدول السابق أن أكثر المواضيع الصحية التي تستقبلها عينة الدراسة من خلال تطبيق (واتس أب) هي "معلومات عن التغذية الصحية" بنسبة (73.7%) , وتليها "معلومات عن اكتشافات جديدة في مجال الأدوية" بنسبة (49.5%) من عينة الدراسة , في حين أن "الطب البديل (الشعبي والأعشاب)" أتى في المرتبة الثالثة بنسبة (42.6%) من عينة الدراسة , تلاها في المرتبة الرابعة والخامسة بالتساوي "أخبار عن وزارة الصحة البحرينية " و "الطب النبوي" بنسبة (33.6%) من عينة الدراسة , في حين أن "إحصائيات عن الأمراض" جاءت في المرتبة السادسة بنسبة (25.6%) , وفي المرتبة السابعة "أخبار منظمة الصحة العالمية " بنسبة (19.7%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الأخيرة الموضوعات "الأخرى" التي تتعلق بالصحة بنسبة (2.8%).

إن إختلاف درجة الإستقرار والتوازن في النظام الإجتماعي يعود إلى التغيرات المستمرة , وبالتالي فإن الحاجة للمعلومات والأخبار تتزايد أو تتناقص تبعاً للحاجة إلى هذه الأخبار والمعلومات حيث يكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات حيث نرى من تلك النتيجة أن حاجة الأفراد للمعلومات في التغذية الصحية واكتشافات جديدة في مجال الأدوية متزايدة وتفسر ارتفاع نسبتها من عينة الدراسة.

18. مصادر الحصول على المعلومات والثقافة الصحية (يمكن إختيار أكثر من إجابة) تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (21)

التكرارات والنسب المئوية لمصادر الحصول على المعلومات والثقافة الصحية

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
المواقع الإلكترونية في شبكة الأنترنت	219	73%	1
تطبيقات التواصل الفوري	142	47.3%	2
البرامج التلفزيونية	139	46.3%	3
التطبيقات الصحية في الهواتف الذكية	71	23.7%	4
الإذاعة	69	23%	5
الصحف والمجلات	62	20.7%	6
الكتب والموسوعات	59	19.7%	7
أخرى	3	1%	8

يتبين من الجدول السابق مصادر الحصول على المعلومات والثقافة الصحية للجمهور البحريني , حيث أن نسبة (73%) من عينة الدراسة يحصلون على المعلومات من "المواقع الإلكترونية في شبكة الأنترنت" , تلاها "تطبيقات التواصل الفوري" بنسبة (47.3%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الثالثة "البرامج التلفزيونية" بنسبة (46.3%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الرابعة "التطبيقات الصحية في الهواتف الذكية" بنسبة (23.7%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الخامسة "الإذاعة" بنسبة (23%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة السادسة "الصحف والمجلات" بنسبة (20.7%) من

عينة الدراسة , وتلاها "الكتب والموسوعات" في المرتبة السابعة بنسبة (19.7%) من عينة الدراسة , والمصادر " الأخرى" في المرتبة الأخيرة بنسبة (1%) من عينة الدراسة .

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة بسام منصور الجزاف (2011) حيث جاء الإنترنت في مقدمة وسائل الإتصال الجماهيري التي يعتمد عليها المبحوثين للحصول على المعلومات.¹

19. مدى حرص الجمهور البحريني على متابعة المعلومات الصحية المتداولة في تطبيق (واتس أب) تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (22)

التكرارات والنسب المئوية لمدى حرص الجمهور البحريني على متابعة المعلومات الصحية المتداولة في تطبيق (واتس أب)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
حريص إلى حد ما	136	46.6%	1
غير حريص	88	29.7%	2
حريص جدا	71	24%	3
المجموع	300	100%	

يتبين من الجدول السابق مدى حرص الجمهور البحريني على متابعة المعلومات الصحية المتداولة في تطبيق (واتس أب) حيث جاء في المرتبة الأولى "حريص إلى حد ما" بنسبة (46.6%) من عين الدراسة , وفي المرتبة الثانية "غير حريص" بنسبة (29.7%) من عينة الدراسة , في حين جاء في المرتبة الثالثة "حريص جدا" بنسبة (24%) من عينة الدراسة .

وتتفق النتيجة مع دراسة أيوب اللهيبي (2015) حيث (39.7%) من عينة الدراسة يحرص دائما على متابعة المعلومات الإسلامية في شبكات التواصل الاجتماعي.¹

¹ بسام منصور الجزاف (2011) اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الاتصال الجماهيري كمصدر للمعلومات عن قضايا الإصلاح السياسي

(دراسة ميدانية في دولة الكويت), رسالة ماجستير غير منشورة, الجامعة الأهلية , مملكة البحرين (2011) ص 100.

20. إعادة إرسال المعلومات الصحية عبر تطبيق (واتس أب) من قبل الجمهور البحريني , تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (23)

التكرارات والنسب المئوية لإعادة إرسال المعلومات الصحية عبر تطبيق (واتس أب) من قبل الجمهور البحريني

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الاستخدام
أحيانا	124	%41.3	1
نادرا	76	%25.3	2
مطلقا	51	%17	3
دائما	45	%15	4
لا أستطيع التحديد	9	%3	5
المجموع	300	%100	

يتبين من الجدول السابق مدى حرص عينة الدراسة على إعادة إرسال المعلومات الصحية عبر تطبيق (واتس أب) , حيث جاء في المرتبة الأولى "أحيانا" بنسبة (%41.3) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الثانية "نادراً" بنسبة (%25.3) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الثالثة "مطلقاً" بنسبة (%17) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الرابعة "دائماً" بنسبة (%15) من عينة الدراسة , وأخيراً "لا أستطيع التحديد" بنسبة (%3).

حيث تؤكد النتيجة السابقة فرض من فرضية نظرية الاعتماد حيث إن حيوية النظام الإعلامي بالنسبة لأفراد المجتمع تزيد من درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم و يتضح ذلك في سعي الأفراد لإشباع الحاجات المعرفية لمعلومة ما ويتم تداولها بكثرة , وتوافر الأجهزة الإلكترونية المتنقلة وتطبيقات التواصل الفوري (كالواتس أب) فيها.

¹أيوب علي محمد اللهبي , مرجع سابق ص 112.

21. تأكد الجمهور البحريني من صحة المعلومات الصحية الواردة عبر تطبيق (واتس أب) تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (24)

التكرارات والنسب المئوية لتأكد الجمهور البحريني من المعلومات الصحية الواردة عبر تطبيق (واتس أب)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
أحيانا	118	40%	1
نعم	102	34.6%	2
لا	34	11.5%	3
لا أعلم	23	7.8%	4
مطلقا	21	7.4%	5
المجموع	300	100%	

يتبين من الجدول السابق مدى تأكد الجمهور البحريني من صحة المعلومات الصحية الواردة إليه عبر تطبيق (واتس أب), حيث جاء في المرتبة الأولى "أحيانا" بنسبة (40%) من عينة الدراسة , تلاها "نعم" بنسبة (3.6%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الثالثة "لا" بنسبة (11.5%) من عينة الدراسة , وفي الرابعة "لا أعلم بنسبة (7.8%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة الأخيرة "مطلقا" بنسبة (7.4%) من عينة الدراسة.

حيث تبين النتيجة بأن نصف عينة الدراسة حريصة جدا على التأكد من المعلومات الواردة إليها ويعود ذلك ربما إلى إرتفاع الثقافة المعرفية بالمجتمع البحريني وتمدنه.

22. مناقشة الجمهور البحريني المعلومات الصحية في تطبيق (واتس أب) تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (25)

التكرارات والنسب المئوية لمدى مناقشة الجمهور البحريني للمعلومات الصحية في تطبيق (واتس أب)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
لا	1743	59.2%	1
نعم	120	41.2%	2
المجموع	300	100%	

يتبين من الجدول السابق بأن الجمهور البحريني بنسبة (59.2%) لا يناقش المعلومات الصحية في تطبيق (واتس أب) في حين أن نسبة (41.2%) من عينة الدراسة تناقش المعلومات الصحية في تطبيق (واتس أب).

وسنرى في الجدول الآتي أسباب عدم مناقشة المعلومات الصحية بتطبيق (واتس أب).

23. أسباب عدم مناقشة الموضوعات الصحية في تطبيق (واتس أب) , تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (26)

التكرارات والنسب المئوية لأسباب عدم مناقشة الموضوعات الصحية في تطبيق (واتس أب)

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
لأنني غير متأكد من صحة المعلومات الواردة إلي عبر تطبيق واتساب	91	48.1%	1
لا أحب مناقشتها	39	20.6%	2
لا أجد وقتاً لذلك	38	20.1%	3
لا أرى فائده من ذلك	30	15.9%	4

5	%11.6	22	لأجد من أناقشها معه
	%100	300	المجموع

يتبين من الجدول السابق أسباب عدم مناقش الجمهور البحريني في تطبيق (واتس أب) وأكبر نسبة كانت (%48.1) من عينة الدراسة " لأنهم غير متأكدون من صحة المعلومات الواردة إليهم عبر تطبيق (واتس أب)" وجاء في المرتبة الثانية " لا أحب مناقشتها بنسبة (%20.6) من عينة الدراسة , تلاها "لا أجد وقتا للمناقشة " بنسبة (%20.1) من عينة الدراسة , وبعدها "لا أرى فائدة من مناقشتها " بنسبة (%15.9) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الأخير " لأجد من أناقشها معه " بنسبة (%11.6) من عينة الدراسة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة فريق مشروع ((راصد)) بوزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات في قطر(2015) , أن مانسبته (%85) من المشاركين في الدراسة يعتقدون إن وسائل التواصل الإجتماعي تساعد على نشر الشائعات والمعلومات المغلوطة.¹

24.الأفراد الذين يناقش الجمهور معهم المعلومات الصحية , تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (27)

التكرارات والنسب المئوية مع من تناقش المعلومات الصحية

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
الأسرة	168	%72.7	1
الأصدقاء	166	%71.9	2
زملاء العمل	100	%43.3	3
الغرباء	13	%5.6	4
غير ذلك	7	%3	5

1 فريق مشروع "راصد" , بوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في مرجع سابق , ص 6.

يتبين من الجدول السابق بأن الجمهور البحريني يناقش المعلومات الصحية مع " الأسرة " بنسبة (72.7%) من عينة الدراسة في حين أن " الأصدقاء " بنسبة (71.9%) من عينة الدراسة بنسبة متقاربة جداً , تلاها في المرتبة الثالثة "زملاء العمل" بنسبة (43.3%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الرابعة " زملاء العمل" بنسبة (5.6%) من عينة الدراسة , وأخيرا " غيرهم من الأشخاص " بنسبة (3%) من عينة الدراسة.

25.مدى اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (واتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية , تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (28)

التكرارات والنسب المئوية لمدى اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (واتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
اعتمد عليها بدرجة متوسطة	100	%34.5	1
اعتمد عليها بشكل قليل	96	%32.8	2
لا اعتمد عليها	61	%20.8	3
اعتمد عليها بدرجة كبيرة	37	%13	4
المجموع	300	%100	

يتبين من الجدول السابق مدى اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (واتس أب) في الحصول على المعلومات الصحية , حيث مانسبته (34.5%) من عينة الدراسة "يعتمد عليها بدرجة متوسطة" , تلاها (32.8%) من عينة الدراسة " يعتمد عليها بشكل قليل" في حين أن مانسبته (20.8%) من عينة الدراسة "لاتعتمد عليها" , في حين "يعتمد عليها بشكل كبير" أتى في آخر مرتبة بنسبة (13%) من عينة الدراسة.

ولانتفق هذه النتيجة مع دراسة كريغ و الكسندرا (2013) R. Craig Lefebvre and) (Alexandra S. Bornkessel حيث أن (45%) من الأشخاص الذين اعتمدوا على المعلومات الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي اتجهوا إلى أخذ مشورة طبيه أخرى.¹

26.مدى ثقة الجمهور البحريني بالمعلومات الصحية في تطبيق (واتس اب) ,تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (29)

التكرارات والنسب المئوية لمدى ثقة الجمهور البحريني بالمعلومات الصحية في تطبيق (واتس اب)

الرقم	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب حسب الإستخدام
1	لا أثق مطلقا	15	5.0%	8
2		1	0.3%	10
3		22	7.7%	5
4		44	14.2%	3
5		73	24.5%	1
6		47	15.9%	2
7		40	13%	4
8		30	9%	6
9		19	7%	7
10	أثق بشدة	10	3.5%	9
	المجموع	300	100%	
	المتوسط	5.812		

1R. Craig Lefebvre and Alexandra S. Bornkessel"Digital Social Networks and Health"American Heart Associationjournal volume no (10) , Dallas,US. p 32 .2013

يتبين من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لمدى ثقة عينة الشباب الجمهور البحريني بالمعلومات الصحية في تطبيق (واتس اب) بلغ (5.812) , وهو يتوسط التدرج الذي يتراوح مابين 1-10 , مما يشير إلى ان ثقة الجمهور البحريني بالمعلومات الصحية في تطبيق (واتس اب) جات بدرجة متوسطة , خاصة إن إستجابات العينة تزداد كلما اتجهنا من التدرج الأدنى وهو 1 إلى التدرج الأوسط وهو 5 , وتزداد كذلك كلما اتجهنا من التدرج الأعلى وهو 10 إلى التدرج الأوسط وهو 5 .

27. أسباب متابعة الجمهور البحريني لتطبيق (واتس اب) كمصدر للمعلومات الصحية.

للتعرف على النتائج تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية لاستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (30)

التكرارات والنسب المئوية لأسباب متابعة الجمهور البحريني لتطبيق (واتس اب) كمصدر للمعلومات الصحية

الرقم	العبرة	موافق بشدة		موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الأهمية النسبية	الترتيب
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
2	تعتبر من أقصر الطرق في الحصول على المعلومات المتعلقة بالموضوعات الصحية.	19.7%	59	33.0%	99	31.3%	94	8.0%	24	3.483	69.7%	1
6	تساعد في الإدراك المعرفي نحو الموضوعات والقضايا الصحية.	14.7%	44	28.3%	85	39.0%	117	10.0%	30	3.317	66.3%	2
8	تقدم لي المعلومات الصحية التي أحتاجها في حياتي.	16.0%	48	27.0%	81	36.3%	109	11.7%	35	3.293	65.9%	3
7	تساهم في التأثير على اتجاهاتي الصحية نحو الموضوعات الطبية.	15.7%	47	25.3%	76	37.0%	111	12.3%	37	3.250	65.0%	4
1	تساعد على تفسير وتوضيح الموضوعات الصحية.	12.3%	37	27.3%	82	37.3%	112	14.3%	43	3.203	64.1%	5

5	تناقش المعلومات والقضايا الصحية التي لا تتطرق إليها وسائل الإعلام الأخرى.	38	12.7%	76	25.3%	110	36.7%	43	14.3%	33	11.0%	3.143	62.9%	6
3	تقدم معلومات بموضوعيه أكثر من بقية وسائل الإعلام بشأن الموضوعات الصحية	30	10.0%	71	23.7%	117	39.0%	53	17.7%	29	9.7%	3.067	61.3%	7
4	تراعي الدقة في عرض المعلومات المتعلقة بالموضوعات الصحية	24	8.0%	60	20.0%	106	35.3%	56	18.7%	54	18.0%	2.813	56.3%	8

يتبين من الجدول السابق تعدد أسباب متابعة الجمهور البحريني لتطبيق (واتس اب) كمصدر للمعلومات الصحية، وكانت أكثر هذه الأسباب هي أنها "تعتبر من أقصر الطرق في الحصول على المعلومات المتعلقة بالموضوعات الصحية"، بمتوسط حسابي (3.483)، وأهمية نسبية (69.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

تلاها في المرتبة الثانية "تساعد في الإدراك المعرفي نحو الموضوعات والقضايا الصحية"، بمتوسط حسابي (3.317)، وأهمية نسبية (66.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

كما "تقدم لهم المعلومات الصحية التي يحتاجوها في حياتهم" في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (3.293)، وأهمية نسبية (65.9%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

كذلك "تساهم في التأثير على اتجاهاتي الصحية نحو الموضوعات الطبية" في المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (3.250)، وأهمية نسبية (65.0%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

تبعها في المرتبة الخامسة "تساعد على تفسير وتوضيح الموضوعات الصحية"، بمتوسط حسابي (3.203)، وأهمية نسبية (64.1%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

تلاها في المرتبة السادسة "تناقش المعلومات والقضايا الصحية التي لا تتطرق إليها وسائل الإعلام الأخرى"، بمتوسط حسابي (3.143)، وأهمية نسبية (62.9%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

و " تقدم معلومات بموضوعيه أكثر من بقية وسائل الإعلام بشأن الموضوعات الصحية " في المرتبة السابعة، بمتوسط حسابي (3.067)، وأهمية نسبية (61.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

كذلك " تراعي الدقة في عرض المعلومات المتعلقة بالموضوعات الصحية " في المرتبة الثامنة، بمتوسط حسابي (2.813)، وأهمية نسبية (56.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

28. الطريقة التي يحدد فيها الجمهور البحريني رأيه في المعلومات الصحية التي يتابعها في تطبيق (الواتس اب):

للتعرف على النتائج تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية لاستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (31)

التكرارات والنسب المئوية للطريقة التي يحدد فيها الجمهور البحريني رأيه في المعلومات الصحية التي يتابعها في تطبيق (الواتس اب)

الترتيب	الأهمية النسبية	المتوسط الحسابي	غير موافق إطلاقاً		غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		موافق بشدة		العبارة	الرقم
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
1	70.6%	3.530	5.3%	16	4.7%	14	41.7%	125	28.3%	85	20.0%	60	المعلومات التي يقدمها المختصون بالأمور الصحية.	4
2	69.3%	3.463	3.3%	10	6.0%	18	43.7%	131	35.0%	105	12.0%	36	المواقع الإلكترونية.	5
3	69.2%	3.460	4.3%	13	8.7%	26	41.7%	125	27.3%	82	18.0%	54	أتأكد من صحة المعلومات من خلال النقاش مع الأهل والأصدقاء	7
4	68.9%	3.443	5.7%	17	11.3%	34	33.0%	99	33.0%	99	17.0%	51	أراء الأهل والأصدقاء.	1
5	67.9%	3.393	4.0%	12	6.7%	20	46.0%	138	32.7%	98	10.7%	32	بناءً على معلوماتي ورأيي الشخصي تجاه الموضوعات الصحية	6
6	67.7%	3.383	5.0%	15	8.7%	26	42.0%	126	31.7%	95	12.7%	38	المعلومات التي توفرها مواقع التواصل	2

													الإجتماعي .	
3	أثق فيها دون الرجوع إلى أي مصادر أخرى.	17	5.7%	37	12.3%	119	39.7%	74	24.7%	53	17.7%	2.637	52.7%	7

يتبين من الجدول السابق تعدد الطرق التي يحدد فيها الجمهور البحريني رأيه في المعلومات الصحية التي يتابعها في تطبيق (الواتس اب)، وكانت أكثر هذه الطرق استخداما من قبلهم هي "المعلومات التي يقدمها المختصون بالأمور الصحية"، بمتوسط حسابي (3.530)، وأهمية نسبية (70.6%)، وبدرجة أهمية مرتفعة.

تلاها في المرتبة الثانية الرجوع إلى "المواقع الإلكترونية" ليحدد الجمهور البحريني رأيه في المعلومات الصحية التي يتابعها في تطبيق (الواتس اب)، بمتوسط حسابي (3.463)، وأهمية نسبية (69.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

و "يتأكد الجمهور البحريني من صحة المعلومات التي يتابعها في تطبيق (واتس اب) من خلال نقاش الأهل والأصدقاء بهذه المعلومات" في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (3.460)، وأهمية نسبية (69.2%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

كما يحدد الجمهور البحريني رأيه في المعلومات الصحية التي يتابعها في تطبيق (واتس اب) من خلال "أراء الأهل والأصدقاء" في المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (3.443)، وأهمية نسبية (68.9%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

تبعها في المرتبة الخامسة "بناءا على معلوماتهم ورأيهم الشخصي تجاه الموضوعات الصحية"، بمتوسط حسابي (3.393)، وأهمية نسبية (67.9%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

تلاها في المرتبة السادسة "المعلومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي"، بمتوسط حسابي (3.383)، وأهمية نسبية (67.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

وفي المرتبة الأخيرة "يثق الجمهور البحريني في المعلومات الصحية التي يتابعها في تطبيق (واتس اب) دون الرجوع إلى أي مصادر أخرى"، بمتوسط حسابي (2.637)، وأهمية نسبية (52.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

29. درجة موافقة الجمهور البحريني على العبارات التي تعبر عن إتجاهه نحو تطبيق (واتس اب) كمصدر للمعرفة و المعلومات الصحية , للتعرف على النتائج تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية لاستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (32)

التكرارات والنسب المئوية لدرجة موافقة الجمهور البحريني على العبارات التي تعبر عن إتجاهه نحو تطبيق (واتس اب) كمصدر للمعرفة و المعلومات الصحية

الرقم	العبارة	مويد		محايد		لا أعلم		معارض		المتوسط الحسابي	الأهمية النسبية	الترتيب
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
2	تزيد معلوماتي و معارفي تجاه الموضوعات الصحية.	33.7%	101	51.3%	154	5.7%	17	9.3%	28	3.093	77.3%	1
3	تجعلني ملماً بالأخبار الصحية.	35.3%	106	47.7%	143	5.0%	15	12.0%	36	3.063	76.6%	2
5	توفر فرصة لتقديم تفسيرات لكل ما يتعلق بالموضوعات الصحية.	26.7%	80	54.7%	164	7.0%	21	11.7%	35	2.963	74.1%	3
7	أحيانا الرسائل لا تنشر سوى المعلومات المضللة والمغلوبة عن الموضوعات الصحية.	32.3%	97	45.7%	137	7.0%	21	15.0%	45	2.953	73.8%	4
4	تشجعي على المشاركة بالنقاش والحوار في الموضوعات الصحية.	27.3%	82	52.7%	158	7.3%	22	12.7%	38	2.947	73.7%	5
8	تقدم معلومات غير مؤكدة	28.3%	85	49.7%	149	8.0%	24	14.0%	42	2.923	73.1%	6
6	تشعني بالثقة والاستقلالية عند المشاركة في القضايا الصحية.	20.3%	61	56.0%	168	7.7%	23	16.0%	48	2.807	70.2%	7
1	تناول غالبية الرسائل القضايا الصحية بموضوعية.	20.7%	62	53.3%	160	8.3%	25	17.7%	53	2.770	69.3%	8

يتبين من الجدول السابق تعدد اتجاهات الجمهور البحريني نحو تطبيق (واتس اب) كمصدر للمعرفة والمعلومات الصحية، وكانت أكثر هذه الاتجاهات وجوداً لديهم هي أن استخدام تطبيق

(واتس اب) كمصدر للمعرفة والمعلومات الصحية "يزيد معلوماتهم ومعارفهم تجاه الموضوعات الصحية"، بمتوسط حسابي (3.093)، وأهمية نسبية (77.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

تلاها في المرتبة الثانية "تجعلهم ملمين بالأخبار الصحية"، بمتوسط حسابي (3.063)، وأهمية نسبية (76.6%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

كما أن تطبيق (واتس اب) كمصدر للمعرفة والمعلومات الصحية "يوفر فرصة للجمهور البحريني لتقديم تفسيرات لكل ما يتعلق بالموضوعات الصحية" في المرتبة الثالثة ""، بمتوسط حسابي (2.963)، وأهمية نسبية (74.1%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

إضافة إلى أن " الرسائل الصحية عبر تطبيق (واتس اب) لا تنشر أحيانا سوى المعلومات المضللة والمغلوبة عن الموضوعات الصحية" في المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (2.953)، وأهمية نسبية (73.8%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

تبعها في المرتبة الخامسة "تشجعهم على المشاركة بالنقاش والحوار في الموضوعات الصحية"، بمتوسط حسابي (2.947)، وأهمية نسبية (73.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

وفي المرتبة السادسة "تقدم معلومات غير مؤكدة"، بمتوسط حسابي (2.923)، وأهمية نسبية (73.1%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

وهي "تشعرهم بالثقة والاستقلالية عند المشاركة في القضايا الصحية" في المرتبة السابعة، بمتوسط حسابي (2.807)، وأهمية نسبية (70.2%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

وفي المرتبة الأخيرة "تتناول غالبية الرسائل القضايا الصحية بموضوعية" في المرتبة الثامنة، بمتوسط حسابي (2.770)، وأهمية نسبية (69.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

30. درجة موافقه الجمهور البحريني على العبارات التالية (التأثيرات المترتبة , معرفي - سلوكي

– وجداني) على اعتمادهم على تطبيق (الواتس اب) مصدراً معرفيا للمعلومات

الصحية: للتعرف على النتائج تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية

والأهمية النسبية لاستجابات عينة الدراسة , كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (33)

التكرارات والنسب المئوية لدرجة موافقة الجمهور البحريني على العبارات التي تعبر عن إتجاهه نحو تطبيق (واتس اب) كمصدر للمعرفة و المعلومات الصحية

الترتيب	الأهمية النسبية	المتوسط الحسابي	غير موافق إطلاقاً		غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		موافق بشدة		العبارة	الرقم
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
1	68.4%	3.420	6.0%	18	9.0%	27	36.7%	110	33.7%	101	14.7%	44	ساعدتني على إدراك وفهم الواقع الصحي المحيط بي.	1
2	67.7%	3.383	4.0%	12	10.0%	30	42.7%	128	30.3%	91	13.0%	39	ساعدتني على تكوين آرائي نحو الأحداث والقضايا الصحية.	4
3	67.5%	3.377	6.0%	18	10.7%	32	40.7%	122	25.0%	75	17.7%	53	زادت قناعاتي بتأثير تطبيقات التواصل الفوري الإيجابي تجاه المعرفة الصحية على الفرد.	11
4	66.7%	3.337	4.3%	13	10.0%	30	42.3%	127	34.3%	103	9.0%	27	أصبحت أناقش الموضوعات الصحية المختلفة مع الآخرين.	10
5	66.4%	3.320	5.3%	16	12.7%	38	38.7%	116	31.3%	94	12.0%	36	قامت بترتيب أولوياتي حول الأحداث والقضايا الصحية في المجتمع.	5
6	63.7%	3.183	8.7%	26	12.7%	38	42.0%	126	25.0%	75	11.7%	35	لم تزل الغموض عن بعض القضايا الصحية بالتحليل والتفسير.	8
7	61.9%	3.093	8.7%	26	12.3%	37	47.3%	142	24.3%	73	7.3%	22	قللت التوتر.	6
8	61.4%	3.070	10.0%	30	15.0%	45	42.3%	127	23.3%	70	9.3%	28	لم أحصل من خلالها على ما أريده من معلومات بشأن القضايا	9

													الصحية بشكل سريع.	
9	61.3%	3.063	5.0%	15	23.3%	70	40.7%	122	22.3%	67	8.7%	26	لم تساعدني في تشكيل رأيي واتجاهي الصحي نحو القضايا الطبية.	2
10	60.3%	3.013	10.3%	31	21.0%	63	34.7%	104	25.0%	75	9.0%	27	لم تساعدني في الحصول على المعلومات التي أحتاج إليها.	3
11	58.0%	2.900	12.0%	36	20.0%	60	40.7%	122	20.7%	62	6.7%	20	ساعدتني على الهروب من مشاكل الحياة.	7

يتبين من الجدول السابق أن أكثر التأثيرات (المعرفية - السلوكية - الوجدانية) المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفيا للمعلومات الصحية هي "ساعدتني على إدراك وفهم الواقع الصحي المحيط بي"، بمتوسط حسابي (3.420)، وأهمية نسبية (68.4%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تلاها في المرتبة الثانية "ساعدتني على تكوين آرائي نحو الأحداث والقضايا الصحية"، بمتوسط حسابي (3.383)، وأهمية نسبية (67.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

و"زادت قناعاتي بتأثير تطبيقات التواصل الفوري الإيجابي تجاه المعرفة الصحية على الفرد" في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (3.377)، وأهمية نسبية (67.5%)، وبدرجة أهمية متوسطة. كذلك "أصبحت أناقش الموضوعات الصحية المختلفة مع الآخرين" في المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (3.337)، وأهمية نسبية (66.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

تبعها في المرتبة الخامسة "قامت بترتيب أولوياتي حول الأحداث والقضايا الصحية في المجتمع"، بمتوسط حسابي (3.320)، وأهمية نسبية (66.4%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تلاها في المرتبة السادسة "لم تُزل الغموض عن بعض القضايا الصحية بالتحليل والتفسير"، بمتوسط حسابي (3.183)، وأهمية نسبية (63.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

و "قللت التوتر" في المرتبة السابعة ""، بمتوسط حسابي (3.093)، وأهمية نسبية (61.9%)، وبدرجة أهمية متوسطة. كذلك "لم أحصل من خلالها على ما أريده من معلومات بشأن القضايا الصحية بشكل سريع" في المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (3.070)، وأهمية نسبية (61.4%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

تبعها في المرتبة التاسعة "لم تساعدني في تشكيل رأيي واتجاهي الصحي نحو القضايا الطبية"،
بمتوسط حسابي (3.063)، وأهمية نسبية (61.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة. و "لم تساعدني في
الحصول على المعلومات التي أحتاج إليها" في المرتبة العاشرة، بمتوسط حسابي (3.013)، وأهمية
نسبية (60.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

التحقق من فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية وفقاً لمتغيرات النوع والحالة الاجتماعية والفئة العمرية والمستوى التعليمي ومستوى الدخل.

أولاً: دلالة الفروق حسب متغير النوع:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ت (t test)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (34)

دلالة الفروق في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتساب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير وجود أطفال

النوع	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	م
ذكر	2.630	0.914	2.417	296	0.016
أنثى	2.332	0.958			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.003$) في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير النوع لصالح الذكور.

ثانياً: دلالة الفروق حسب متغير الحالة الاجتماعية:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (35)

دلالة الفروق في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أعزب	2.345	0.997	1.718	3	0.163
متزوج	2.393	0.889			
أرمل	2.750	1.500			
مطلق	2.842	0.834			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

ثالثاً: دلالة الفروق حسب متغير المرحلة العمرية:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (36)

دلالة الفروق في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير المرحلة العمرية

المرحلة العمرية	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أقل من 20 سنة	2.125	0.806	2.708	3	0.047
من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة	2.297	0.979			

			0.920	2.522	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة
			0.913	2.632	40 سنة فأكثر

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير المرحلة العمرية. ولمعرفة مصادر الفروق تم استخدام اختبار شافيه للمقارنات البعدية، وهي موضحة في الجدول التالي:

جدول (37)

مصادر الفروق في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير المرحلة العمرية

المرحلة العمرية	المتوسطات الحسابية	أقل من 20 سنة	من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	40 سنة فأكثر
أقل من 20 سنة	2.125				
من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة	2.297				
من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	2.522	*	*		
40 سنة فأكثر	2.632	*	*		

يتبين من الجدول السابق إن اعتماد الجمهور البحريني ذوي العمر من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة وذوي العمر 40 سنة فأكثر على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية كان أعلى لدى وبشكل دال إحصائياً مقارنة أقل باعتماد الجمهور البحريني ذوي العمر من 20 سنة والعمر من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة.

رابعاً: دلالة الفروق حسب متغير المؤهل الدراسي:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (38)

دلالة الفروق في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير المؤهل الدراسي

المؤهل الدراسي	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ثانوي	2.615	0.963	1.729	3	0.161
دبلوم	2.436	0.918			
جامعي	2.363	0.982			
دراسات عليا	2.188	0.821			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير المؤهل الدراسي.

خامساً: دلالة الفروق حسب متغير مستوى الدخل:

تم حساب المتوسطات الحابييو والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (39)

دلالة الفروق في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير مستوى الدخل

مستوى الدخل	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أقل من 400 دينار	2.244	1.009	2.063	3	0.105
من 400 دينار إلى 700 دينار	2.458	0.924			
من 700 دينار إلى أقل من 1000 دينار	2.575	0.927			
1000 دينار فأكثر	2.207	0.940			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير مستوى الدخل.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية وفقاً لمتغيرات النوع والحالة الاجتماعية والفئة العمرية والمستوى التعليمي ومستوى الدخل.

أولاً: دلالة الفروق حسب متغير النوع:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ت (t test)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (40)

دلالة الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير وجود أطفال

النوع	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	3.245	0.563	0.761	296	0.447
أنثى	3.179	0.692			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.003$) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير العمر.

ثانياً: دلالة الفروق حسب متغير الحالة الاجتماعية:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (41)

دلالة الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أعزب	3.165	0.636	0.193	3	0.901
متزوج	3.178	0.667			

			0.416	3.250	أرمل
			0.588	3.282	مطلق

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدرٍ معرفيٍّ للمعلومات الصحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

ثالثاً: دلالة الفروق حسب متغير المرحلة العمرية:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (42)

دلالة الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدرٍ معرفيٍّ للمعلومات الصحية تعزى لمتغير المرحلة العمرية

المرحلة العمرية	المتوسطات الحسابية	الانحرافات العيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أقل من 20 سنة	3.466	0.533	1.566	3	0.198
من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة	3.152	0.711			
من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	3.156	0.648			
40 سنة فأكثر	3.301	0.447			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدرٍ معرفيٍّ للمعلومات الصحية تعزى لمتغير المرحلة العمرية.

رابعاً: دلالة الفروق حسب متغير المؤهل الدراسي:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (43)

دلالة الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير المؤهل الدراسي

المؤهل الدراسي	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ثانوي	3.415	0.631	3.371	3	0.019
دبلوم	3.182	0.447			
جامعي	3.107	0.732			
دراسات عليا	3.190	0.595			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير المؤهل الدراسي. ولمعرفة مصادر الفروق تم استخدام اختبار شافيه للمقارنات البعدية، وهي موضحة في الجدول التالي:

جدول (44)

مصادر الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير المؤهل الدراسي

المؤهل الدراسي	المتوسطات الحسابية	ثانوي	دبلوم	جامعي	دراسات عليا
ثانوي	3.415				
دبلوم	3.182	*			
جامعي	3.107	*			
دراسات عليا	3.190	*			

يتبين من الجدول السابق أن التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية كان أعلى لدى حملة مؤهل ثانوي وبشكل دال إحصائياً مقارنة بالتأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية لدى حملة مؤهل دبلوم ومؤهل جامعي ومؤهل دراسات عليا.

خامساً: دلالة الفروق حسب متغير مستوى الدخل:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (45)

دلالة الفروق في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية
تعزى لمتغير مستوى الدخل

مستوى الدخل	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أقل من 400 دينار	3.147	0.795	1.082	3	0.357
من 400 دينار إلى 700 دينار	3.222	0.564			
من 700 دينار إلى أقل من 1000 دينار	3.254	0.606			
1000 دينار فأكثر	3.016	0.761			

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير مستوى الدخل.

نتائج المقابلات العلمية مع عينة من الأطباء

مقدمة:

تعتبر المقابلة في عصرنا الحالي من أهم الأدوات المستخدمة في مناهج البحث العلمي، وظهرت كأسلوب هام في ميادين عديدة مثل الطب والصحافة والمحاماة وإدارة الأعمال والخدمة الاجتماعية وبرزت كأداة بحث رئيسية في مجال التشخيص والعلاج النفسي كما أنها تعتبر من الأساليب شائعة الإستعمال في البحوث الميدانية لأنها تحقق أكثر من غرض في نفس الباحث. وبما أن المقابلة أداة من أدوات البحث العلمي حيث أنها ليست مجرد مقابلة عرضية تتم بصورة عفوية بل هي علمية في منهجها وأدائها سواء على مستوى الإعداد والتخطيط أو على مستوى التنفيذ والتقييم.

تعتبر المقابلة من أهم طرق جمع المعلومات والبيانات وأكثرها صدقا حيث يستطيع الباحث التعرف على مشاعر وانفعالات الشخص الذي يقوم بمقابلته وكذلك اتجاهاته وميوله.

قامت الباحثة بعمل مقابلة علمية مقننة مع عينة من المنتسبين إلى المجال الصحي وتحديداً من الأطباء بعد تصحيح أسئلة المقابلة¹ وتحتوي على عشرة أسئلة وذلك بهدف معرفة مدى استخدام الأطباء لوسائل التواصل الفوري (الواتس اب) و كيفية التعامل مع المرضى وقياس مدى اعتمادهم عليها وكذلك الكشف عن سلبياتها وإيجابياتها وتأثيرها على توجهات المرضى الصحية والطبية.

¹ توجد أسئلة المقابلة العلمية في ملاحق الدراسة.

وقد أجريت المقابلة مع عشرة أطباء¹ ممن يعملون في مستشفيات والمراكز الصحية بمملكة البحرين التابعة لوزارة الصحة تم اختيارهم بشكل قصدي وحرصت الباحثة على معرفة آراء الأطباء من وسائل التواصل الفوري ومدى تأثيرها على المشورة الطبية المقدمة للمرضى.

حيث أن أغلبهم أقرروا باستخدامهم لتطبيق (الواتس اب) بكثرة للتواصل مع الزملاء والأهل وأحياناً للتسلية , ومن ناحية إستخدام (الواتس اب) لتبادل المعلومات الصحية فإن أغلبهم يتبادلون المعلومات الصحية مع زملائهم في العمل بهدف التشاور في النتائج الصحية لبعض المرضى ومناقشة الحالات الطبية قبل اتخاذ الإجراءات العلاجية .

أما من جهة أخرى فإن إرسال المعلومات الصحية والطبية من خلال تطبيق (الواتس اب) فقد فإن معظمهم لا يقومون بنشر أو إرسال معلومات طبية وصحية من خلالها ويقتصر تطبيق (الواتس اب) للأهل والأصدقاء فقط وأشار بعضهم بأنهم يقومون بتوعية الأفراد بخصوص الأمراض المزمنة كالأنفلونزا مثلاً وبعض الحالات المرضية من خلال تطبيق الانستغرام حيث يكون كمرجع للمتصفحين للحصول على المعلومات فيها .

عبر جميع الأطباء إيجاباً بخصوص تأثير تطبيق (الواتس اب) الإيجابي على المهنة الطبية حيث أصبحت كحلقة وصل بين الأطباء والمرضى , لما له من ميزة لحظية بتبادل المعلومات بين زملاء العمل وأحياناً بين المريض والطبيب وإرشاده للسلوكيات الصحية وأحياناً لمتابعة حالته الطبية في المنزل بدل الذهاب للعيادة الطبية حيث تكون المشورة الطبية من خلال تطبيق الواتس اب في أي وقت ومكان.

ولكن قد تكون هناك نواحي سلبية لا تكون بالحسبان حيث أكد أغلب الأطباء أن تداول المعلومات من خلال تطبيق (الواتس اب) قد يساء فهمها وتكون غير دقيقة وواضحة, أو قد تكون صحيحة ولكن طريقة صياغتها قد يسبب إرباكاً معرفياً للطرف الآخر فينتج عنه سلوكيات قد تضر بسلامة المريض الجسدية.

وأكد جميع الأطباء أن لكل شخص حالة فردية يجب التعامل معه بخصوصية تبعاً لحالته ولا يجب تصديق وتطبيق كل ما يرسل من خلال هذا التطبيق وإستشارة الأطباء والمختصين لتفادي النتائج الوخيمة من إتباع تلك النصائح . حيث أكد جميع الأطباء بأنهم يقومون بتصحيح المعلومات

¹ توجد أسماءهم في ملاحق الدراسة.

المتداولة في تطبيق (الواتس اب) وإرسالها خصوصا للأهل والأصدقاء , حيث صرح معظم الأطباء أن المعلومات المتداولة في (الواتس اب) تؤثر على إختيار الأفراد الصحية وتعاملهم مع الأمراض المزمنة وكيفية ممارسة التمارين الرياضية وكيفية استخدام الأدوية والتغذية الصحية.

حيث ذكرت إحدى الطبيبات المتخصصة بمرض السكر إن معظم الرضى الذين يراجعونها بعيادة السكر يتداولون موضوع خاطئ فيما بينهم ومن خلال (الواتس اب) حيث أن اغليتهم ذكرو بأنهم يأكلون التمر لأنه لا يحتوي على سكر مضر ولا يرفع السكر بالدم ونوعية السكر الموجود بالتمر ليس معالج ومكرر كالسكر الصناعي , وهذه معلومة خاطئة حيث أن تركيب السكر الجزيئي هو نفسه سواء كان معالج أو على في الطبيعة كسكر التمر ولا يوجد إختلاف حيث أن تأثيره واحد في ارتفاع السكر بالدم وله نفس التأثير على جسم مريض السكر.

وذكر الدكتور محمد أن كثير من المرضى أصيبوا بالهلع عند إنتشار الأخبار عن فيروس إنفلونزا H1NI وخطورته بين الناس من خلال مختلف تطبيقات التواصل الإجتماعي ومنها تطبيق (الواتس اب) حيث أنتشرت معلومة تحت الناس على أخذ لقاح الأنفلونزا للحيلة دون الإصابة به حيث توافد الناس بمختلف أعمارهم للمراكز الصحية في كافة مناطق البحرين لأخذ لقاح الأنفلونزا الموسمية , وبالرغم من ذلك تهافت الناس لأخذ اللقاح الموسمي بحيث لم يتبقى شيء منها في المخازن الأساسية في غضون أسبوع , وتم وضع لائحة إنتظار إلى حين وصول دفعة جديدة .

وفي رواية أخرى من إحدى الطبيبات بأن الأطباء الذي لديهم حسابات في (الانستغرام) بهدف نشر المعلومات وتثقيف الجمهور قد سببوا أزمة للطبيب العام الذي يمارس عملة بالعيادات حيث أن أغلب الذين يراجعون الطبيب بالعيادة يقومون بمناقشة آراء الطبيب إزاء موضوع معين على حسب كلام الدكتور في (الانستغرام) وذلك يسبب إرباكا للمريض حيث ليس كل ما يقال يستطيع تعميمه وتطبيقه على الاشخاص عامة , حيث أن لكل فرد حالة فردية وخاصة.

وأغلب الاطباء الذي تم إجراء معهم المقابلة أقررو بأنهم يقومون دائما بتصحيح المعلومات المغلوطة الواردة إليهم عن طريق (الواتس اب) , وذلك لأن المجتمع البحريني عموما أصبح أكثر واعيا ومدركا للأمراض بصفة عامة .

المبحث الرابع : النتائج العامة للدراسة

تستعرض الباحثة أهم الإستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة , وتقدير عدد من التوصيات :

أهم الإستنتاجات :

1. إن أكثر وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور البحريني في الحصول على المعلومات بشكل عام هي "مواقع التواصل الإجتماعي" ويعتمد عليها بنسبته (71.4%) من عينة الجمهور البحريني , تلاها في المرتبة الثانية "مواقع الإنترنت" ويعتمد عليها مانسبته (58.2%) من عينة الجمهور البحريني و تلاها في المرتبة الثالثة "تطبيقات التواصل الفوري" بنسبة (47.1%) من عينة الجمهور البحريني.
2. نسبة (73.8%) من عينة الجمهور البحريني غالبا ما تستخدم تطبيقات التواصل الفوري , ومانسبته (14.1%) أحيانا يستخدم تطبيقات التواصل الفوري , في حين (10.7%) من عينة الجمهور البحريني لا يستطيع تحديد إستخدامها لتطبيقات التواصل الفوري.
3. (46.8%) من عينة الدراسة تستخدم تطبيقات التواصل الفوري "4 ساعات فأكثر" يوميا , و(30.4%) منهم يقضون من "ساعتين إلى أقل من 3 ساعات" يوميا في إستخدام تطبيقات التواصل الفوري .
4. (91.6%) من عينة الجمهور البحريني يستخدم تطبيقات التواصل الفوري "يوميا".
5. أكثر الفترات التي يستخدم فيها تطبيقات التواصل الفوري هي "كل فترات" اليوم بنسبة (44.6%) تلاها "الفترة المسائية من 4 إلى 10 مساءا" بنسبة (41.6%) بفرق بسيط , وجاء بالمرتبة الثالثة " الفترة الصباحية 7 إلى 12 ظهرا " بنسبة (14.8%) .
6. أسماء تطبيقات التواصل الفوري التي يفضل الجمهور البحريني إستخدامها في الأجهزة الذكية , في المركز الأول تطبيق "واتس أب " بنسبة (97.3%) تلاها في المركز الثاني "محادثات السناپ شات" بنسبة (68.3%) والمركز الثالث " محادثات الأنستغرام" بنسبة متقاربة (61%) , و " محادثات تويتر " في المركز الرابع بنسبه (25%) , وتلاها في المركز الخامس "فيس تايم" بنسبة (0.7%) .

7. ترتيب أهم تطبيقات التواصل الفوري حسب أهميتها كمصدر للمعلومات الصحية للجمهور البحريني وأتى في المركز الأول " واتس أب " , تلاه في المرتبة الثانية " سناب شات " , وفي المرتبة الثالثة "انستغرام" , ثم " تويتر " وفي المرتبة الخامسة " فيسبوك " .
8. الأجهزة الذكية التي يستخدم فيها تطبيقات التواصل الفوري وقد أتى في المرتبة الأولى " الهاتف الذكي " بنسبة (97%) , وفي المرتبة الثانية الألواح الذكية بنسبة (10%) , وفي المرتبة الأخيرة " الحاسب الآلي " بنسبة (9.3%) .
9. أن ما نسبته (52.5%) من عينة الدراسة تعتبر تطبيقات التواصل الفوري "مفيدة إلى حد ما" , و (46.5%) من عينة الدراسة تعتبر تطبيقات التواصل الفوري "مفيدة جدا" , و (1.3%) تعتبرها تطبيقات التواصل الفوري "غير مفيدة على الإطلاق" .
10. أسباب ظهور تطبيقات التواصل الفوري من وجهة نظر عينة الدراسة , حيث رجحت أكبر نسبة من عينة الدراسة بمقدار (77%) على أنها " طريقة جديدة وسريعة للتواصل " , وتلاها نسبة (57%) بأنها " محاولة لنشر المعلومات على نطاق واسع " , أما نسبة (43%) رجحت أنها "الإستغلال الأمثل لمميزات الأجهزة الذكية" , في حين أن (20.8%) من عينة الدراسة رجحت بأنها "وسيله تربويه جديدة لتثقيف المجتمع" .
11. عدد تطبيقات التواصل الفوري التي أضافتها عينة الدراسة في جهازهم , حيث مانسبته (34.5%) من عينة الدراسة أضاف "أكثر" من أربعة تطبيقات للتواصل الفوري في جهازها الإلكتروني , في حين أن نسبة (31.1%) من العينة أضافت " أربعة " تطبيقات للتواصل الفوري في جهازها الإلكتروني, كما أن نسبة (25.7%) من العينة أضافت " ثلاثة " تطبيقات للتواصل الفوري في جهازها الإلكتروني , ونسبة (8.1%) أضافت تطبيقان فقط للتواصل الفوري في جهازها الإلكتروني , وفي المرتبة الأخيرة بنسبة (1.7%) من عينة الدراسة أضافت تطبيق واحد فقط في جهازها الإلكتروني.
12. بأن نسبة (88%) أضافت تطبيقات التواصل الفوري في جهازها "للتواصل مع الأشخاص" , ومانسبته (65%) أضافت تطبيقات التواصل الفوري "للحصول على المعلومات بسرعة" , في حين أن نسبة (56%) من العينة أضافت تطبيقات التواصل الفوري " للتسلية " ونسبة (39.3%) من عينة الدراسة أضافت تطبيقات التواصل الفوري "للإشتراك في المجموعات التي تهمها" وأخيرا نسبة (0.7%) أضافتها لأسباب أخرى.

13.نسبة (91.6%) من عينة الدراسة تستخدم تطبيق (الواتس اب) " غالبا " , ونسبة (4.7%) من عينة الدراسة تستخدم تطبيق (الواتس اب) " أحيانا " ومانسبته (3%) من عينة الدراسة "لاستطيع التحديد" , ونسبة (0.3%) نادرا ماتستخدم تطبيق (الواتس اب).

14.فترة إستخدام تطبيق (الواتس اب) "5سنوات فأكثر" أتى بنسبة (47%) من عينة الدراسة , في حين أن نسبة إستخدام تطبيق (الواتس اب) " من 4 سنوات لأقل من 5 سنوات " في المرتبة الثانية بنسبة (22.7%) , تلاها في المرتبة الثالثة " من 3 سنوات لأقل من 4 سنوات " بنسبة (19.7%) , في حين أن نسبة (10%) أتت في المرتبة الرابعة "من سنتين لأقل من 3 سنوات " , وتلاها في المرتبة الخامسة "من سنة لأقل من سنتين" بنسبة (1.3%) , وفي المرتبة الأخيرة بنسبة (0.3%) " أقل من سنة " من عينة الدراسة .

15.نسبه (50%) من عينة الدراسة تقيم تطبيق (الواتس اب) كمصدر للمعلومات "مفيد جدا" في حين أن نسبة (44.6%) من عينه الدراسة تعتبر أن تطبيق (الواتس اب) كمصدر للمعلومات "مفيد إلى حد ما" ونسبه (6%) منهم تعتبره "غير مفيد إطلاقا".

16.الموضوعات التي يفضل الجمهور البحريني تداولها من خلال تطبيق (الواتس اب) هي "الأخبار الخاصة بالزملاء والأهل ومحادثات المجموعات التي أشارك فيها" بنسبة (78.6%) , تليها "الموضوعات الاجتماعية" بنسبة (62.5%) من عينة الدراسة , ثم "الموضوعات الطبية والصحية" بنسبة (46.2%) , وبالتساوي مع " الموضوعات الإخبارية " بنسبة (46.2%) من عينة الدراسة , تلاها "الموضوعات الدينية " بنسبة (45.2%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة السادسة "الحكم والأدعية اليومية " بنسبة (43.5%) من عينة الدراسة , تلاها "الموضوعات الثقافية" بنسبة (41.1%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الثامنة "الموضوعات العلمية " بنسبة (34.4%) من عينة الدراسة , وتلاها "الموضوعات السياسية" بنسبة (25.1%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة العاشرة "الموضوعات التقنية" بنسبة (22.4%) من عينة الدراسة , تلاها "الموضوعات الفنية" بنسبة (1.7%) , وفي المرتبة الأخيرة "الموضوعات الرياضية" بنسبة (17.7%) .

17.أكثر المواضيع الصحية التي تستقبلها عينة الدراسة من خلال تطبيق (الواتس اب) هي "معلومات عن التغذية الصحية" بنسبة (73.7%) , وتليها "معلومات عن اكتشافات جديدة في مجال الأدوية" بنسبة (49.5%) من عينة الدراسة , في حين أن "الطب البديل (الشعبي والأعشاب)" أتى في المرتبة الثالثة بنسبة (42.6%) من عينة الدراسة , تلاها في المرتبة

الرابعة والخامسة بالتساوي "أخبار عن وزارة الصحة البحرينية" و "الطب النبوي" بنسبة (33.6%) من عينة الدراسة, في حين أن "إحصائيات عن الأمراض" جاءت في المرتبة السادسة بنسبة (25.6%), وفي المرتبة السابعة "أخبار منظمة الصحة العالمية" بنسبة (19.7%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة الأخيرة الموضوعات "الأخرى" التي تتعلق بالصحة بنسبة (2.8%).

18. مصادر الحصول على المعلومات والثقافة الصحية للجمهور البحريني, حيث أن نسبة (73%) من عينة الدراسة يحصلون على المعلومات من "المواقع الإلكترونية في شبكة الأنترنت", تلاها "تطبيقات التواصل الفوري" بنسبة (47.3%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة الثالثة "البرامج التلفزيونية" بنسبة (46.3%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة الرابعة "التطبيقات الصحية في الهواتف الذكية" بنسبة (23.7%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة الخامسة "الإذاعة" بنسبة (23%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة السادسة "الصحف والمجلات" بنسبة (20.7%) من عينة الدراسة, وتلاها "الكتب والموسوعات" في المرتبة السابعة بنسبة (19.7%) من عينة الدراسة.

19. حرص الجمهور البحريني على متابعة المعلومات الصحية المتداولة في تطبيق (الواتس اب) حيث جاء في المرتبة الأولى "حريص إلى حد ما" بنسبة (46.6%) من عين الدراسة, وفي المرتبة الثانية "غير حريص" بنسبة (29.7%) من عينة الدراسة, في حين جاء في المرتبة الثالثة "حريص جدا" بنسبة (24%) من عينة الدراسة.

20. حرص عينة الدراسة على إعادة إرسال المعلومات الصحية عبر تطبيق (الواتس اب), حيث جاء في المرتبة الأولى "أحيانا" بنسبة (41.3%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة الثانية "نادراً" بنسبة (25.3%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة الثالثة "مطلقاً" بنسبة (17%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة الرابعة "دائماً" بنسبة (15%) من عينة الدراسة, وأخيراً "لاأستطيع التحديد" بنسبة (3%).

21. مدى تأكد الجمهور البحريني من صحة المعلومات الصحية الواردة إليه عبر تطبيق (الواتس اب), حيث جاء في المرتبة الأولى "أحيانا" بنسبة (40%) من عينة الدراسة, تلاها "نعم" بنسبة (3.6%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة الثالثة "لا" بنسبة (11.5%) من عينة الدراسة, وفي الرابعة "لا أعلم بنسبة (7.8%) من عينة الدراسة, وفي المرتبة الأخيرة "مطلقاً" بنسبة (7.4%) من عينة الدراسة.

22. الجمهور البحريني بنسبة (59.2%) لا يناقش المعلومات الصحية في تطبيق (الواتس اب) في حين أن نسبة (41.2%) من عينة الدراسة تناقش المعلومات الصحية في تطبيق (الواتس اب).

23. أسباب عدم مناقش الجمهور البحريني في تطبيق (الواتس اب) وأكبر نسبة كانت (48.1%) من عينة الدراسة " لأنهم غير متأكدون من صحة المعلومات الواردة إليهم عبر تطبيق (الواتس اب)" وجاء في المرتبة الثانية " لا أحب مناقشتها بنسبة (20.6%) من عينة الدراسة , تلاها "لا أجد وقتاً للمناقشة" بنسبة (20.1%) من عينة الدراسة , وبعدها "لا أرى فائدة من مناقشتها" بنسبة (15.9%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الأخير " لا أجد من أناقشها معه " بنسبة (11.6%) من عينة الدراسة.

24. الجمهور البحريني يناقش المعلومات الصحية مع " الأسرة " بنسبة (72.7%) من عينة الدراسة في حين أن " الأصدقاء " بنسبة (71.9%) من عينة الدراسة بنسبة متقاربة جداً , تلاها في المرتبة الثالثة " زملاء العمل " بنسبة (43.3%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الرابعة " زملاء العمل " بنسبة (5.6%) من عينة الدراسة , وأخيراً " غيرهم من الأشخاص " بنسبة (3%) من عينة الدراسة.

25. اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية , حيث مانسبته (34.5%) من عينة الدراسة "يعتمد عليها بدرجة متوسطة" , تلاها (32.8%) من عينة الدراسة " يعتمد عليها بشكل قليل" في حين أن مانسبته (20.8%) من عينة الدراسة "لا تعتمد عليها" , في حين "يعتمد عليها بشكل كبير" أتى في آخر مرتبة بنسبة (13%) من عينة الدراسة.

26. أن المتوسط الحسابي لمدى ثقة عينة الشباب الجمهور البحريني بالمعلومات الصحية في تطبيق (واتس اب) بلغ (5.812) , وهو يتوسط التدرج الذي يتراوح ما بين 1-10 , مما يشير إلى أن ثقة الجمهور البحريني بالمعلومات الصحية في تطبيق (واتس اب) جاءت بدرجة متوسطة.

27. تعدد أسباب متابعة الجمهور البحريني لتطبيق (واتس اب) كمصدر للمعلومات الصحية , وكانت أكثر هذه الأسباب هي أنها "تعتبر من أقصر الطرق في الحصول على المعلومات المتعلقة بالموضوعات الصحية" , بمتوسط حسابي (3.483) , وأهمية نسبية (69.7%) , وبدرجة أهمية متوسطة. تلاها في المرتبة الثانية "تساعد في الإدراك المعرفي نحو الموضوعات والقضايا الصحية" , بمتوسط حسابي (3.317) , وأهمية نسبية (66.3%) , وبدرجة أهمية متوسطة. كما "تقدم لهم المعلومات الصحية التي يحتاجوها في حياتهم" في المرتبة الثالثة , بمتوسط حسابي

(3.293)، وأهمية نسبية (65.9%)، وبدرجة أهمية متوسطة. كذلك "تساهم في التأثير على اتجاهاتي الصحية نحو الموضوعات الطبية" في المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (3.250)، وأهمية نسبية (65.0%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تبعتها في المرتبة الخامسة "تساعد على تفسير وتوضيح الموضوعات الصحية"، بمتوسط حسابي (3.203)، وأهمية نسبية (64.1%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تلاها في المرتبة السادسة "تناقش المعلومات والقضايا الصحية التي لا تنطرق إليها وسائل الإعلام الأخرى"، بمتوسط حسابي (3.143)، وأهمية نسبية (62.9%)، وبدرجة أهمية متوسطة. و "تقدم معلومات بموضوعيه أكثر من بقية وسائل الإعلام بشأن الموضوعات الصحية" في المرتبة السابعة، بمتوسط حسابي (3.067)، وأهمية نسبية (61.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة. كذلك "تراعي الدقة في عرض المعلومات المتعلقة بالموضوعات الصحية" في المرتبة الثامنة، بمتوسط حسابي (2.813)، وأهمية نسبية (56.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

28. تعدد الطرق التي يحدد فيها الجمهور البحريني رأيه في المعلومات الصحية التي يتابعها في تطبيق (الواتس اب)، وكانت أكثر هذه الطرق استخداما من قبلهم هي "المعلومات التي يقدمها المختصون بالأمور الصحية"، بمتوسط حسابي (3.530)، وأهمية نسبية (70.6%)، وبدرجة أهمية مرتفعة. تلاها في المرتبة الثانية الرجوع إلى "المواقع الإلكترونية" ليحدد الجمهور البحريني رأيه في المعلومات الصحية التي يتابعها في تطبيق (الواتس اب)، بمتوسط حسابي (3.463)، وأهمية نسبية (69.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة. و "يتأكد الجمهور البحريني من صحة المعلومات التي يتابعها في تطبيق (الواتس اب) من خلال نقاش الأهل والأصدقاء بهذه المعلومات" في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (3.460)، وأهمية نسبية (69.2%)، وبدرجة أهمية متوسطة. كما يحدد الجمهور البحريني رأيه في المعلومات الصحية التي يتابعها في تطبيق (الواتس اب) من خلال "أراء الأهل والأصدقاء" في المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (3.443)، وأهمية نسبية (68.9%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تبعتها في المرتبة الخامسة "بناءا على معلوماتهم ورأيهم الشخصي تجاه الموضوعات الصحية"، بمتوسط حسابي (3.393)، وأهمية نسبية (67.9%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تلاها في المرتبة السادسة "المعلومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي"، بمتوسط حسابي (3.383)، وأهمية نسبية (67.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة. وفي المرتبة الأخيرة "يثق الجمهور البحريني في المعلومات الصحية

التي يتابعها في تطبيق (الواتس اب) دون الرجوع إلى أي مصادر أخرى"، بمتوسط حسابي (2.637)، وأهمية نسبية (52.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

29. تعدد اتجاهات الجمهور البحريني نحو تطبيق (واتس اب) كمصدر للمعرفة والمعلومات الصحية، وكانت أكثر هذه الاتجاهات وجوداً لديهم هي أن استخدام تطبيق (واتس اب) كمصدر للمعرفة والمعلومات الصحية "يزيد معلوماتهم ومعارفهم تجاه الموضوعات الصحية"، بمتوسط حسابي (3.093)، وأهمية نسبية (77.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تلاها في المرتبة الثانية "تجعلهم ملمين بالأخبار الصحية"، بمتوسط حسابي (3.063)، وأهمية نسبية (76.6%)، وبدرجة أهمية متوسطة. كما أن تطبيق (واتس اب) كمصدر للمعرفة والمعلومات الصحية "يوفر فرصة للجمهور البحريني لتقديم تفسيرات لكل ما يتعلق بالموضوعات الصحية" في المرتبة الثالثة ""، بمتوسط حسابي (2.963)، وأهمية نسبية (74.1%)، وبدرجة أهمية متوسطة. إضافة إلى أن "الرسائل الصحية عبر تطبيق (واتس اب) لا تنشر أحيانا سوى المعلومات المضللة والمغلوبة عن الموضوعات الصحية" في المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (2.953)، وأهمية نسبية (73.8%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تبعها في المرتبة الخامسة "تشجعهم على المشاركة بالنقاش والحوار في الموضوعات الصحية"، بمتوسط حسابي (2.947)، وأهمية نسبية (73.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة. وفي المرتبة السادسة "تقدم معلومات غير مؤكدة"، بمتوسط حسابي (2.923)، وأهمية نسبية (73.1%)، وبدرجة أهمية متوسطة. وهي "تشعرهم بالثقة والاستقلالية عند المشاركة في القضايا الصحية" في المرتبة السابعة، بمتوسط حسابي (2.807)، وأهمية نسبية (70.2%)، وبدرجة أهمية متوسطة. وفي المرتبة الأخيرة "تتناول غالبية الرسائل القضايا الصحية بموضوعية" في المرتبة الثامنة، بمتوسط حسابي (2.770)، وأهمية نسبية (69.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

30. أن أكثر التأثيرات (المعرفية - السلوكية - الوجدانية) المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفيا للمعلومات الصحية هي "ساعدتني على إدراك وفهم الواقع الصحي المحيط بي"، بمتوسط حسابي (3.420)، وأهمية نسبية (68.4%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تلاها في المرتبة الثانية "ساعدتني على تكوين آرائي نحو الأحداث والقضايا الصحية"، بمتوسط حسابي (3.383)، وأهمية نسبية (67.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة. و"زادت قناعاتي بتأثير تطبيقات التواصل الفوري الإيجابي تجاه المعرفة الصحية على الفرد" في المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (3.377)، وأهمية نسبية (67.5%)، وبدرجة أهمية متوسطة. كذلك "أصبحت أناقش

الموضوعات الصحية المختلفة مع الآخرين" في المرتبة الرابعة، بمتوسط حسابي (3.337)، وأهمية نسبية (66.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تبعها في المرتبة الخامسة "قامت بترتيب أولويتي حول الأحداث والقضايا الصحية في المجتمع"، بمتوسط حسابي (3.320)، وأهمية نسبية (66.4%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تلاها في المرتبة السادسة "لم تُزل الغموض عن بعض القضايا الصحية بالتحليل والتفسير"، بمتوسط حسابي (3.183)، وأهمية نسبية (63.7%)، وبدرجة أهمية متوسطة. و "قللت التوتر" في المرتبة السابعة ""، بمتوسط حسابي (3.093)، وأهمية نسبية (61.9%)، وبدرجة أهمية متوسطة. كذلك "لم أحصل من خلالها على ما أريده من معلومات بشأن القضايا الصحية بشكل سريع" في المرتبة الثامنة، بمتوسط حسابي (3.070)، وأهمية نسبية (61.4%)، وبدرجة أهمية متوسطة. تبعها في المرتبة التاسعة "لم تساعدني في تشكيل رأيي واتجاهي الصحي نحو القضايا الطبية"، بمتوسط حسابي (3.063)، وأهمية نسبية (61.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة. و "لم تساعدني في الحصول على المعلومات التي أحتاج إليها" في المرتبة العاشرة، بمتوسط حسابي (3.013)، وأهمية نسبية (60.3%)، وبدرجة أهمية متوسطة.

31. وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.003$) في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير النوع لصالح الذكور.

32. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

33. وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير المرحلة العمرية.

34. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير المؤهل الدراسي.

35. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (الواتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية تعزى لمتغير مستوى الدخل.

36. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.003$) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير العمر.

37. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدر معرفي للمعلومات الصحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

38. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدرٍ معرفيٍّ للمعلومات الصحية تعزى لمتغير المرحلة العمرية.
39. وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدرٍ معرفيٍّ للمعلومات الصحية تعزى لمتغير المؤهل الدراسي.
40. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في التأثيرات المترتبة على الاعتماد على تطبيق (الواتس اب) كمصدرٍ معرفيٍّ للمعلومات الصحية تعزى لمتغير مستوى الدخل.

التوصيات :

توصي الدراسة بضرورة مايلي :

1. ضرورة وجود تطبيقات صحية و طبية تواكب إحتياجات الأفراد مخصصة وموثوقة المصدر للموضوعات الصحية والطبية تحت إشراف وزارة الصحة البحرينية.
2. ضرورة أن تقدم تطبيقات التواصل الفوري المعلومات الصحية والطبية بمصادقية من مصادر موثوقة والإبتعاد عن الشائعات والمبالغة فيها .
3. توعية الجمهور البحريني بتطبيقات التواصل الفوري والمعلومات الصحية المتداولة فيها من طرح وتحليل .
4. ضرورة إجراء المزيد من البحوث والدراسات حول تطبيقات التواصل الفوري في المجالات المختلفة التعرف على تأثيراتها في مجالات أخرى من قبل وزارة الصحة .
5. إبراز دور برنامج صحة المجتمع بوزار الصحة لتجنب الإعتداد على تلك التطبيقات التواصلية .

ملخص الدراسة

اسم الباحثة : نورة عبدالله حسن بوطويلة .

عنوان الدراسة: اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (واتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية.

جهة الدراسة: قسم الإعلام والعلاقات العامة / كلية الآداب/ الجامعة الأهلية – مملكة البحرين.

هدفت الدراسة بشكل أساسي إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (واتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية ودورها في إثراء الجانب المعرفي لديهم تجاة القضايا الصحية المختلفة, والكشف عن دقة المعلومات والموضوعات الصحية التي يتم نشرها وتداولها في تطبيقات التواصل الفوري , والتعرف على أنماط وعادات استخدام الجمهور البحريني لتطبيقات التواصل الفوري ورصد طبيعة إهتمام الجمهور البحريني من خلال استخدامهم لتطبيقات التواصل الفوري والتعرف على تقييم الجمهور البحريني لتطبيقات التواصل الفوري .

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي على عينة قوامها (300) مفرة من ذكور وإناث من الجمهور البحريني , تم جمع البيانات منهم من خلال استبيان مكون من (30) سؤالاً وتم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام برنامج SPSS , وتم استخدام ايضا المقابلة العلمية المقننة مع عدد من الأطباء وذلك بهدف معرفة مدى استخدام الأطباء لوسائل التواصل الفوري (الواتس اب) و كيفية التعامل مع المرضى وقياس مدى اعتمادهم عليها وكذلك الكشف عن سلبياتها وإيجابياتها وتأثيرها على توجهات المرضى الصحية والطبية.

أظهرت النتائج أن الجمهور البحريني يحصل عل الجانب الأكبر من معلوماته بشكل عام هي "مواقع التواصل الإجتماعي" ويعتمد عليها بنسبته (71.4%) من عينة الجمهور البحريني , تلاها في المرتبة الثانية "مواقع الإنترنت" ويعتمد عليها مانسبته (58.2%) من عينة الجمهور البحريني و تلاها في المرتبة الثالثة "تطبيقات التواصل الفوري" بنسبة (47.1%) من عينة الجمهور البحريني. ومن أسماء تطبيقات التواصل الفوري التي يفضل الجمهور البحريني إستخدامها في الأجهزة الذكية حيث تستطيع العينة إختيار أكثر من إجابة فأتى في المركز الأول تطبيق "الواتس اب " بنسبة (97.3%) تلاها في المركز الثاني "محادثات السناپ شات" بنسبة (68.3%) والمركز الثالث " محادثات الأنستغرام" بنسبة متقاربة (61%) , و" محادثات تويتر " في المركز الرابع بنسبة (25%) . أن ما نسبته (50%) من عينة الدراسة تقيم تطبيق (الواتس اب) كمصدر للمعلومات

"مفيد جدا" في حين أن نسبة (44.6%) من عينة الدراسة تعتبر أن تطبيق (الواتس اب) كمصدر للمعلومات "مفيد إلى حد ما" ونسبه (6%) منهم تعتبره "غير مفيد إطلاقاً". حيث أن أغلب الجمهور البحريني صنف بأن تطبيق (الواتس اب) كمصدر للمعلومات بأنه مفيد جدا أو مفيد إلى حد ما وذلك ربما لأنه شائع الإستخدام بين المجتمع البحريني. ومن الموضوعات التي يفضل الجمهور البحريني تداولها من خلال تطبيق (الواتس اب) هي "الأخبار الخاصة بالزملاء والأهل ومحادثات المجموعات التي أشارك فيها" بنسبة (78.6%) , تليها "الموضوعات الاجتماعية" بنسبة (62.5%) من عينة الدراسة , ثم "الموضوعات الطبيه والصحية" بنسبة (46.2%) , وبالتساوي مع " الموضوعات الإخبارية " بنسبة (46.2%) من عينة الدراسة. أكثر المواضيع الصحية التي تستقبلها عينة الدراسة من خلال تطبيق (الواتس اب) هي "معلومات عن التغذية الصحية" بنسبة (73.7%) , وتليها "معلومات عن اكتشافات جديدة في مجال الأدوية" بنسبة (49.5%) من عينة الدراسة , في حين أن "الطب البديل (الشعبي والأعشاب)" أتى في المرتبة الثالثة بنسبة (42.6%) من عينة الدراسة , تلاها في المرتبة الرابعة والخامسة بالتساوي "أخبار عن وزارة الصحة البحرينية " و "الطب النبوي" بنسبة (33.6%) من عينة الدراسة, في حين أن "إحصائيات عن الأمراض" جاءت في المرتبة السادسة بنسبة (25.6%) , وفي المرتبة السابعة "أخبار منظمة الصحة العالمية " بنسبة (19.7%) من عينة الدراسة. حرص الجمهور البحريني على متابعة المعلومات الصحية المتداولة في تطبيق (الواتس اب) حيث جاء في المرتبة الأولى "حريص إلى حد ما" بنسبة (46.6%) من عين الدراسة , وفي المرتبة الثانية "غير حريص" بنسبة (29.7%) من عينة الدراسة , في حين جاء في المرتبة الثالثة "حريص جدا" بنسبة (24%) من عينة الدراسة . و معرفة مدى حرص عينة الدراسة على إعادة إرسال المعلومات الصحية عبر تطبيق (الواتساب) , حيث جاء في المرتبة الأولى "أحيانا" بنسبة (41.3%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الثانية "نادراً" بنسبة (25.3%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الثالثة "مطلقاً" بنسبة (17%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الرابعة "دائماً" بنسبة (15%) من عينة الدراسة , وأخيراً "لاأستطيع التحديد" بنسبة (3%). ومدى تأكد الجمهور البحريني من صحة المعلومات الصحية الواردة إليه عبر تطبيق (الواتس اب), حيث جاء في المرتبة الأولى "أحيانا" بنسبة (40%) من عينة الدراسة , تلاها "نعم" بنسبة (3.6%) من عينة الدراسة , وفي المرتبة الثالثة "لا" بنسبة (11.5%) من عينة الدراسة , وفي الرابعة "لا أعلم بنسبة (7.8%) من عينة الدراسة, وفي في المرتبة الأخيرة "مطلقاً" بنسبة (7.4%) من عينة الدراسة.

Abstract

Researcher name : Noora Abdulla Hassan Butwela.

Research title: Bahraini public dependency on the application (WhatsApp) as a resource for health information.

Study source : Department of Mass media and Public relation / Collage of Art , Science & Education / Ahlia University – kingdom of Bahrain.

The study aimed primarily at identifying the extent of the Bahraini public's dependence on the application (WhatsApp) in access to health information and their role in enriching the cognitive side they have to different health issues, The detection accuracy of the information and health topics that are published and circulated in the immediate communication applications, and to identify the patterns and habits of the use of the Bahraini public applications Messaging communication and monitoring of the nature of the interest Bahraini public through their use of applications Messaging to communicate and get to know the Bahraini public assessment of the application.

The study was based on the survey method on a sample of (300) of males and females of the Bahraini public, the data were collected through a questionnaire from a component (30) Question Data was collected using SPSS software analysis, and a scientic interview done with intended amount of doctors In order to know how to use the (watssap) and how to deal with patients and to measure the extent of their dependency on it , as well as detection and drawbacks and trends and their impact on health and medical patients.

The results showed that the Bahraini public gets the bulk of his information in general is "social networking sites" and a reliable proportion (71.4%), followed closely by "Internet sites" (58.2%) in third place "immediate communication applications" by (47.1%) of the Bahraini public sample was followed in fourth place, "TV" by (44.1%) of the Bahraini public. The immediate communication applications that Bahraini public prefers using in smart devices, "WhatsApp" application rate (97.3%), followed in second place, "Snapchat conversations" by (68.3%) and third place. "Instagram conversations" and similar percentage (61%), and "Twitter conversations" in fourth place (25%). Almost (50%) of the sample study evaluates the application (WhatsApp) as a source of information "very useful" while the proportion of (44.6%) of the study sample is considered that the application (WhatsApp) as a source of information "useful to some extent" and the ratio (6%) whom they consider "not useful at all". The Topics that the Bahraini public prefers circulates through the application (WhatsApp) is the "own colleagues, parents and talk groups that share the news" by (78.6%), followed by "social issues" by (62.5%), then the "medical and health topics" by (46.2%), and equally with the "news topics" by (46.2%) of the study sample, followed by "religious subjects" by (45.2%) of the study sample. The top health topics received in the sample through the application (WhatsApp) is "Information on healthy nutrition" by (73.7%), followed by "information about new discoveries in the field of medicine" by (49.5%) of the study sample, while the "medicine alternative (PDF and herbs)" came in third place with (42.6%) of the study sample, followed in fourth and fifth place equally "Ministry of Health news" and "prophetic medicine" by (33.6%) of the study sample, while "statistics diseases" came in sixth place with (25.6%). Bahraini public keen to pursue traded on the application of

health information (watssap), where he was ranked first in "keen to some extent" by (46.6%) of the eye study, and in the second place "is anxious" by (29.7%) of the study sample, in when it came in third place was "very keen" by (24%) of the study sample. Over the study sample was keen to re-send health information through the application (watssap), where he came in first place "sometimes" by (41.3%), and in the second, "rarely" place with (25.3%), and in third place "entertained" (17%), and in fourth place "always" (15%), finally, "I can not specifically to" rate (3%) of the study sample . The extent to make sure the Bahraini public health and health information provided through the application (watssap), came in first place "sometimes" (40%), followed by "yes" by (3.6%), and in the third place. " No "by (11.5%), and in the fourth," I do not know by (7.8%), and in last place in the "absolute no" by (7.4%) of the study sample.

المراجع

المراجع العربية:

البحوث والدراسات الغير منشورة:

1. أحمد علي الحداد (اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات (دراسه ميدانيه)) , رسالة ماجستير غير منشورة , الجامعة الأهلية , مملكة البحرين(2012).
2. أيوب علي محمد اللهي , اعتماد الشباب البحريني على التطبيقات الاسلاميه الألية في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة, رساله ماجستير غير منشورة , الجامعه الاهلية , مملكة البحرين (2016).
3. بسام منصور الجزاف , اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الاتصال الجماهيري كمصدر للمعلومات عن قضايا الاصلاح السياسي (دراسة ميدانية في دولة الكويت) , رسالة ماجستير غير منشورة, الجامعة الأهلية , مملكة البحرين (2011).
4. بسمه قائد البنا , دور موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في البناء الاجتماعي والثقافي لدى عينة من الشباب الجامعي , رساله ماجستير غير منشورة, الجامعة الأهلية , مملكة البحرين(2013).
5. حسين علي السرو , إعتما د الشباب البحريني على مواقع الصحف الالكترونية كمصدر للمعلومات المجتمعية, رساله ماجستير غير منشورة , الجامعة الأهلية , مملكة البحرين(2014).
6. خالد راشد الدوسري , دور وسائل الاتصال التقليديه والحديثه في إمداد الجمهور البحريني بالمعلومات حول الانتخابات النيابية, رساله ماجستير غير منشورة , الجامعة الاهليه , مملكة البحرين(2011).
7. فاطمة أحمد الذوا دي, اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الأعلام في تشكيل اتجاهاتهم نحو المؤسسات الحكوميه, رساله ماجستير غير منشورة , الجامعه الأهليه , مملكة البحرين(2012).
8. فجر الهاشل , اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن ذوي الاحتياجات الخاصة , رسالة ماجستير غير منشورة , الجامعة الأهلية , مملكة البحرين (2015).
9. مريم نريمان نوما ر , 2012, استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية, دراسة عينيه من مستخدميه موقع الفايسبوك في الجزائر , رساله ماجستير غير منشورة , جامعة الحاج لخضر باتنة, كلية الإعلام والاتصال , الجزائر.

10. نورة أحمد حمد الهاشل, استخدامات الشباب الجامعي للرسائل الاعلامية عبر المحمول (دراسة ميدانية في مملكة البحرين), رساله ماجستير غير منشورة, الجامعة الاهلية ,مملكة البحرين (2013).

11. وجدي حلمي ,اعتماد الجمهور على قناة نفرتيتي المصرية للحصول على المعلومات الصحيه,رساله ماجستير منشورة ,لجامعة أم القرى ,جمهورية مصر العربية (2010).

بحوث ودراسات منشورة:

1. أماني إبراهيم زوانة, درجة إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي بصفتها أداة للتعليم لدى طلبة الجامعات الأردنية والاشباكات المتحققة , رساله ماجستير منشورة , جامعة الشرق الأوسط , عمان , الأردن (2015).

2. شرحبيل غالب حميد أبو سويلم , اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات دراسة مسحية تحليلية , رساله ماجستير منشورة , جامعة الشرق الأوسط , عمان , الأردن (2015).

3. لبنى عبدالله العلاوين , تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية , مؤسسة وإذاعة التلفزيون الأردنية , رساله ماجستير غير منشورة , (جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا , قسم الإعلام 2009) .

4. مشروع "راصد" , وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في قطر , دراسة منشورة بعنوان (التعرف على شبكات التواصل الإجتماعي في قطر), مارس 2015 .

5. مريم غزال و نور الهدى شعوبي, تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطالبة الجامعين , رساله ماجستير منشورة , جامعة قاصدي مرباح , الجزائر(2013).

الكتب العربية:

1. السيد أحمد مصطفى عمر , البحث العلمي مفهومه وإجراءاته ومناهجه , تونس, دار الفلاح , 2008.

2. جمال سند السويدي , "وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية : من القبيلة إلى الفيسبوك" الطبعة الرابعة 2014 , إصدار خاص.

3. حسن عماد مكاوي , ليلي حسين السيد , الاتصال ونظرياته المعاصرة , الدار المصرية اللبنانية , 2004.

4. خالد وليد محمود, شبكات التواصل الاجتماعي ودناميكية التغيير في العالم العربي (لبنان : مكتبة النيل والفرات , 2011) .

5. ساندرا روكيتش , ميلفين ديفلير, ترجمة كمال عبدالرؤوف , نظريات وسائل الاتصال,(القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع .1993) .
6. صالح خليل أبو أصبع ,الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة ,ط 5 , (عمان : دار مجدلاوي ,2006).
7. عبدالرحيم درويش , مقدمة الى عالم الإتصال , عالم الكتب , القاهرة , 2012.
8. فاروق أبو زيد ,الإعلام والديموقراطية (القاهرة , عالم الكتاب 2010) .
9. كامل خوشيد مراد, الاتصال الجماهيري والاعلام , دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة, عمان , الاردن ,2011.
10. محمد عبد الحميد, نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير, ط 3 , (القاهرة , عالم الكتب , 2010) .
11. محمود حسن إسماعيل , مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير , الدار العالمية للنشر والتوزيع 2003.
12. وفقى السيد الإمام , البحث العلمي , المكتبة العصرية , القاهرة , 2006.

الكتب الأجنبية:

1. Melvin de fleure and Sandra ball rokeach : **theories of mass communication** 3rd ed , (new York : longman 1975) .

الدراسات الأجنبية:

1. Brad Millington (smartphone Apps and the mobile privatization of health and fitness) , Critical Studies in Media Communication Vol. 31, No. 5, pp. 479–493,December 2014.
2. Carmen Peñafiel, Milagros Ronco, Lázaro Echegaray (Scientific communication study about health for young people and quality assessment of digital resources) Revista Latina de Comunicación Social journal , Vol 70 , p 300-321, 2015.
3. C. Lee Ventola (Social Media and Health Care Professionals: Benefits, Risks, and Best Practices) P&T journal Vol. 39 No. 7 • July 2014
4. Jiran Hou, Minsum Shin (The Role of Provider–Patient Communication and Trust in Online Sources in Internet Use for Health-Related Activities) Journal of Health Communication, Vol 15 p: 186–199, Georgia ,USA ,2010 .

5. Luca Camerini , Nicola Diviani (Activism, health and the Net: Are new media shaping our perception of uncertainty?) Interactions: Studies in Communication & Culture Intellect Ltd journal, Volume 3, Number3 , University of Lugano , Switzerland , (2012).
6. Mohan J. Dutta-Bergman (Developing a Profile of Consumer Intention to Seek Out Additional Information Beyond a Doctor: The Role of Communicative and Motivation Variables), Lawrence Erlbaum Associates, Inc , health communication journal Vol 17 , No 1, p 1-16 , Purdue university 2005.
7. Mohan.J. Dutta-Burgman ,(Primary source of health information :comparisons in the domain of health attitudes, health cognitions , and health behaviors), purdue university ,2004.
8. R. Craig Lefebvre and Alexandra S. Bornkessel "Digital Social Networks and Health" American Heart Association journal volume no (10) , Dallas,US,2013.
9. Rebbica Scheen ,Kumanan Wilson and Jenifer Keelan (Effectiveness Of The Use Of Social Media A Report For Peel Public Health) university of Toronto , Ontario , Canada 2010.
10. Yan Tian, James D. Robinson (Incidental Health Information Use on the Internet) journal Health & Communication ,Vol 24 p 41-49, 2009.

المقالات المنشورة:

1. Tim grahal, article ,The 6 types of social media no date
"(http://outthinkgroup.com/tips/the-6-types-of-social-media)" , access date , 19/10/2016.
2. مقال منشور للدكتور ناجي الكعبي بتاريخ 2014/5/28 , بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي والواتس آب , معلومة مأخوذة من موقع <http://www.al-jazirah.com/2014/20140528/rj3.htm> بتاريخ 2016/11/2.
3. مقال منشور للدكتور إبراهيم أحمد الدوي, شبكات التواصل الاجتماعي , المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر أبوظبي , د.ت. على الرابط التالي www.arabrcrc.org تاريخ الدخول 2016/11/11.
4. حسني عز الدين ,مقال منشور , بعنوان : صدق وثبات أداة جمع البيانات ,ب. ت, معلومة مأخوذة من موقع <http://statistics.ahlamontada.com/t30-topic> تاريخ الدخول 2016/8/17.

المواقع الإلكترونية:

1. تعداد سكان البحرين, معلومة مأخوذة من موقع الجهاز المركزي بالبحرين للمعلومات <http://www.data.gov.bh/ar/Dashboards> تاريخ الدخول 2016/6/9.
2. معلومة مأخوذة من موقع واتساب الرسمي, حول التطبيق <https://www.whatsapp.com/about> بتاريخ 2016/10/19
3. الموقع الرسمي لسناب شات, حول تطبيق سناب شات, معلومة مأخوذة من <https://www.snap.com/en-US> بتاريخ 2016/10/22 .
4. موقع إنستغرام الرسمي, حول التطبيق, معلومة مأخوذة من <https://www.instagram.com/about/us> بتاريخ 2016/10/20.
5. معلومة مأخوذة من موقع تويتر الرسمي, حول التطبيق <https://about.twitter.com/ar/company> بتاريخ 2016/10/21
6. موقع فيسبوك الرسمي , حول التطبيق, معلومة مأخوذة من https://www.facebook.com/facebook/about/?ref=page_internal بتاريخ 2016/10/22
7. معلومة مأخوذة من حساب "جان كوم" في موقع فيسبوك <https://web.facebook.com/jan.koum> بتاريخ 2016/11/2.
8. Internet usage , معلومة مأخوذة من موقع www.wearesocial.com بتاريخ 2016/11/8 .
9. Oxford University Press “social network : definition , access 16 oct 2016
(http://oxforddictionaries.com/definition/english/social_network) ,

ملاحق الدراسة

- (1) إستمارة الإستبيان .
- (2) قائمة بأسماء المحكمين .
- (3) أسئلة المقابلة العلمية .
- (4) قائمة بأسماء الأطباء الذين أجريت معه المقابلة العلمية .

مملكة البحرين

الجامعة الأهلية

كلية الآداب والعلوم والتربية

قسم الإعلام والعلاقات العامة



استمارة إستبيان بحث بعنوان

اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (واتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية

جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام والعلاقات العامة

إعداد الباحثة : نورة عبدالله حسن بوطويلة

إشراف

أ.د. رضا عبدالواجد أمين

أكتوبر 2016

البيانات سرية و لا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي

رقم العينة

--	--	--

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي العزيز .. أختي العزيزة..

يعد الإستبيان أحد أهم الأدوات التي يمكن من خلالها التعرف على توجهات واتجاهات وآراء الجمهور حول موضوع أو قضية ما , ولما كان لهذه الأداة دورها في تجميع المعلومات بدقة وموضوعية لكونها جزء أساسي في هذه الدراسة كمتطلب للحصول على درجة الماجستير في الإعلام والعلاقات العامة من الجامعة الأهلية.

وهذا الإستبيان يهدف إلى الكشف عن أسباب اعتماد الجمهور البحريني على تطبيق (واتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية.

نرجو منكم التكرم والتعاون بملء بيانات هذه الاستمارة والإجابة عن أسئلتها وذلك بوضع علامه  أمام الإجابة التي تناسبك , علما بأنه لا توجد إجابة صحيحة وأخرى خاطئة , وعدم ترك أي أسئلة بدون الإجابة عليها.

وشكرا على حسن تعاونكم

الباحثة : نورة عبدالله بوطوية

بيانات المبحوث :

النوع :

☐ ذكر ☐ أنثى

الحالة الاجتماعية :

☐ أعزب ☐ متزوج ☐ أرمل ☐ مطلق

المرحلة العمرية:

☐ أقل من 20 سنة ☐ من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة ☐ من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة ☐ 40 سنة فأكثر

المؤهل الدراسي :

☐ إعدادي ☐ ثانوي ☐ دبلوم ☐ جامعي ☐ دراسات عليا (ماجستير \ دكتوراه)

مستوى الدخل:

دخل الأسرة الشهري:

☐ أقل من 300 دينار ☐ أقل من 400 دينار ☐ من 400 دينار إلى 700 دينار ☐ من 700 دينار إلى أقل من 1000 دينار ☐ 1000 دينار فأكثر

الأجهزة الالكترونية الرقمية التي يملكها أفراد الأسرة :

☐ حاسب آلي محمول ☐ الهاتف الذكي ☐ أي باد (ipad) ☐ أخرى (تذكر)

1. ماهي أهم وسائل الإعلام التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات بشكل عام ؟ (يمكنك إختيار أكثر من إجابة)

- ☐ التلفزيون ☐ مواقع الأنترنت ☐ الإذاعة
- ☐ مواقع التواصل الإجتماعي ☐ الصحف والمجلات
- ☐ تطبيقات التواصل الفوري (مثل) واتساب , فايبر , ايمو....الخ
- أخرى (أذكرها.....)

2. مامعدل إستخدامك لتطبيقات التواصل الفوري؟

- ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ لا أستطيع التحديد ☐ نادرا ☐ مطلقا

3. ما عدد الساعات التي تقضيها يوميا في استخدام تطبيقات التواصل الفوري ؟

- ☐ أقل من ساعه ☐ من ساعه إلى أقل من ساعتين
- ☐ من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات ☐ 4 ساعات فأكثر

4. ما عدد الأيام التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الفوري في الأسبوع ؟

- ☐ يوميا ☐ 4-5 أيام ☐ يومان إلى يوم ☐ يوم واحد

5. ما أكثر الفترات التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الفوري ؟

- ☐ الفترة الصباحية 7 إلى 12 ☐ فترة الظهيرة 12 إلى 4 عصرا
- ☐ الفترة المسائية 4 إلى 10 مساء ☐ فترة السهرة 10 إلى 7 صباحا
- ☐ كل ماسبق

6. ما هي أسماء تطبيقات التواصل الفوري التي تفضل إستخدامها في الأجهزة الذكية؟ (يمكنك إختيار أكثر من إجابة)

- ☐ واتس اب ☐ محادثات الأنستغرام ☐ محادثات السناپ شات
☐ الأيمو ☐ فايبر ☐ كيك
☐ تانجو ☐ فيس تايم ☐ محادثات تويتر
 أخرى (أذكرها.....)

7. رتب تطبيقات التواصل الفوريه حسب أهميتها بالنسبه إليك كمصدر للمعلومات الصحية؟ (من 1 الى 9)

ت	تطبيقات التواصل الفوريه	الترتيب
1	واتس اب	
2	تانجو	
3	فايس تايم	
4	سناپ شات	
5	انستغرام	
6	فايبر	
7	تويتر	
8	إيمو	
9	فيسبوك	
10	أخرى	

8. مانوع الأجهزة الذكية التي تستخدم فيها تطبيقات التواصل الفوري؟

- ☐ الهاتف الذكي ☐ الألواح الذكية ☐ الحاسب الآلي
 أخرى (أذكرها.....)

9. ما رأيك في تطبيقات التواصل الفوري؟

- ☐ مفيدة جدا ☐ مفيدة إلى حد ما ☐ غير مفيدة على الإطلاق

10. من وجهة نظرك ماهي أسباب ظهور تطبيقات التواصل الفوري؟ (يمكنك إختيار أكثر من إجابة)

- ☐ الإستغلال الأمثل لمميزات الأجهزة الذكية
☐ محاولة لنشر المعلومات على نطاق واسع
☐ وسيله تربويه جديده لتثقيف المجتمع
☐ طريقه جديده وسريعه للتواصل

أخرى (أذكرها.....)

11. ما عدد تطبيقات التواصل الفوري التي أضفتها في جهازك؟

- واحد ☐ اثنان ☐ ثلاثة ☐ أربعة ☐ أكثر (إذكر العدد.....)

12. لماذا أضفت تطبيقات التواصل الفوري في جهازك الذكي؟ (يمكنك إختيار أكثر من إجابة)

- ☐ للتواصل مع الأشخاص
☐ للحصول على المعلومات بسرعة
☐ لتداول ومناقشه المعلومات
☐ للتسلية
☐ للإشتراك في المجموعات التي تهمني

أخرى (أذكرها.....)

13. هل تستخدم تطبيق (واتس اب) ؟

- ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ لا أستطيع التحديد ☐ نادرا ☐ لا أستخدمة على الإطلاق

14. منذ متى تستخدم تطبيق (واتس اب)؟

- ☐ أقل من سنة
- ☐ من سنة لأقل من سنتين
- ☐ من سنتين لأقل من 3 سنوات
- ☐ من 3 سنوات لأقل من 4 سنوات
- ☐ من 4 سنوات لأقل من 5 سنوات
- ☐ 5 سنوات فأكثر

15. من وجهه نظرك ماهو تقييمك لتطبيق (واتس اب) كمصدر للمعلومات ؟

- ☐ مفيد جدا ☐ مفيد إلى حد ما ☐ غير مفيد على الإطلاق

16. ماهي الموضوعات التي تفضل تداولها من خلال تطبيق (واتس اب)؟ (يمكنك إختيار أكثر من

إجابة)

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ الموضوعات الإخبارية | ☐ الموضوعات الرياضية | ☐ الموضوعات الدينية |
| ☐ الموضوعات الطبية والصحية | ☐ الموضوعات السياسية | ☐ الموضوعات الاجتماعية |
| ☐ الموضوعات الثقافية | ☐ الحكم والأدعية اليومية | ☐ الموضوعات الفنية |
| ☐ الموضوعات العلمية | ☐ الموضوعات التقنية | |
- ☐ الأخبار الخاصة بالزملاء والأهل ومحادثات المجموعات التي أشارك فيها
- أخرى (أذكرها.....)

17. ماهي نوعيه المعلومات الصحية والطبية التي تستقبلها من خلال تطبيق (واتس اب)؟ (يمكنك إختيار أكثر من إجابة)

- ☐ إحصائيات عن الأمراض ☐ معلومات عن اكتشافات جديدة في مجال الأدوية
- ☐ أخبار عن وزارة الصحة البحرينية ☐ أخبار منظمة الصحة العالمية
- ☐ الطب النبوي ☐ الطب البديل (الطب الشعبي والأعشاب) ☐ معلومات عن التغذية
- أخرى (أذكرها.....)

18. من أين تحصل على الجانب الأكبر من معلوماتك وثقافتك الصحية؟ (يمكنك إختيار أكثر من إجابة)

- ☐ الكتب والموسوعات ☐ المواقع الإلكترونية في شبكة الأنترنت ☐ البرامج التلفزيونية
- ☐ تطبيقات التواصل الفوري ☐ التطبيقات الصحية في الهواتف الذكية ☐ الصحف والمجلات
- ☐ الإذاعة
- أخرى (أذكرها.....)

19. ما مدى حرصك على متابعة المعلومات الصحية المتداولة في تطبيق (واتس اب)؟

- ☐ حريص جدا ☐ حريص إلى حد ما ☐ غير حريص

20. هل تقوم بإعادة إرسال المعلومات الصحية عبر تطبيق (واتس اب)؟

- ☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ مطلقا ☐ لا أستطيع التحديد

21. هل تقوم بالتأكد من المعلومات الصحية الواردة إليك عبر تطبيق (واتس اب)؟

- ☐ نعم ☐ أحيانا ☐ لا أعلم ☐ مطلقا ☐ لا

22. هل تناقش المعلومات الصحية في تطبيق (واتس اب)؟

☐ نعم (انتقل للسؤال 24)

☐ كلا (انتقل للسؤال 23)

23. لماذا لا تناقش الموضوعات الصحية في تطبيق (واتس اب)؟

☐ لا أجد وقتاً لذلك ☐ لا أحب مناقشتها ☐ لأجد من أناقشها معه

☐ لا أرى فائده من ذلك ☐ لأنني غير متأكد من صحة المعلومات الواردة إلي عبر تطبيق واتساب

أخرى (إذكر.....)

24. مع من تناقش المعلومات الصحية ؟

☐ الأصدقاء ☐ الأسرة ☐ زملاء العمل ☐ الغرباء

أخرى (إذكر

25. إلى أي مدى تعتمد على تطبيق (واتس اب) في الحصول على المعلومات الصحية؟

☐ اعتمد عليها بدرجة كبيرة ☐ اعتمد عليها بدرجة متوسطة

☐ اعتمد عليها بشكل قليل ☐ لا اعتمد عليها

26. إلى أي مدى تثق بالمعلومات الصحية في تطبيق (واتس اب) ؟ ضع دائرة حول رقم معدل الثقة؟

أثق بشده لا أثق مطلقا

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <

27. ما أسباب متابعتك تطبيق (واتس اب) كمصدر للمعلومات الصحية؟

ت	العبارة	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق إطلاقاً
1	تساعد على تفسير وتوضيح الموضوعات الصحية.					
2	تعتبر من أقصر الطرق في الحصول على المعلومات المتعلقة بالموضوعات الصحية.					
3	تقدم معلومات بموضوعيه أكثر من بقية وسائل الإعلام بشأن الموضوعات الصحية.					
4	تراعي الدقة في عرض المعلومات المتعلقة بالموضوعات الصحية .					
5	تناقش المعلومات والقضايا الصحية التي لا تتطرق إليها وسائل الإعلام الأخرى.					
6	تساعد في الإدراك المعرفي نحو الموضوعات والقضايا الصحية.					
7	تساهم في التأثير على اتجاهاتي الصحية نحو الموضوعات الطبية .					
8	تقدم لي المعلومات الصحية التي أحتاجها في حياتي.					
9	أخرى (إنذكر.....)					

28. أحدد رأيي في المعلومات الصحية التي أتابعها في تطبيق (الواتس اب) من خلال :

ت	العبارة	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق إطلاقاً	غير موافق
1	أراء الأهل والأصدقاء.					
2	المعلومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي .					
3	أثق فيها دون الرجوع إلى أي مصادر أخرى.					
4	المعلومات التي يقدمها المختصون بالأمور الصحية.					
5	المواقع الإلكترونية.					
6	بناء على معلوماتي ورأيي الشخصي تجاه الموضوعات الصحية					
7	أتأكد من صحة المعلومات من خلال النقاش مع الأهل والأصدقاء.					
8	أخرى (إنذكر.....)					

29. الرجاء تحديد درجة موافقتك على العبارات التالية التي تعبر عن إتجاهاتك نحو تطبيق (واتس

اب) كمصدر للمعرفة و المعلومات الصحية:

ت	العبارة	مويد	محايد	معارض	لا أعلم
1	تتناول غالبية الرسائل القضايا الصحية بموضوعية.				
2	تزويد معلوماتي و معارفي تجاه الموضوعات الصحية.				

3	تجعلني ملماً بالأخبار الصحية.			
4	تشجعني على المشاركة بالنقاش والحوار في الموضوعات الصحية.			
5	توفر فرصة لتقديم تفسيرات لكل ما يتعلق بالموضوعات الصحية.			
6	تشعرنني بالثقة والاستقلالية عند المشاركة في القضايا الصحية.			
7	أحيانا الرسائل لا تنشر سوى المعلومات المضللة والمغلوبة عن الموضوعات الصحية.			
8	تقدم معلومات غير مؤكدة			

30. حدد درجة موافقتك على العبارات التالية (التأثيرات المترتبة , معرفي - سلوكي - وجداني)

على اعتمادك على تطبيق (الواتس اب) مصدراً معرفياً للمعلومات الصحية:

ت	العبارة	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق إطلاقاً
1	ساعدتني على إدراك وفهم الواقع الصحي المحيط بي.					
2	لم تساعدني في تشكيل رأيي واتجاهي الصحي نحو القضايا الطبية.					
3	لم تساعدتني عى الحصول على المعلومات التي أحتاج إليها.					
4	ساعدتني على تكوين آرائي نحو الأحداث والقضايا الصحية.					
5	قامت بترتيب أولوياتي حول الأحداث					

					والقضايا الصحية في المجتمع.	
					قللت التوتر.	6
					ساعدتني على الهروب من مشاكل الحياة.	7
					لم تُزل الغموض عن بعض القضايا الصحية بالتحليل والتفسير.	8
					لم أحصل من خلالها على ما أريده من معلومات بشأن القضايا الصحية بشكل سريع.	9
					أصبحت أناقش الموضوعات الصحية المختلفة مع الآخرين.	10
					زادت قناعاتي بتأثير تطبيقات التواصل الفوري الإيجابي تجاه المعرفة الصحية على الفرد.	11

أسماء المحكمين:

1. الدكتور. **رضا المثاني** أستاذ مشارك ,كلية الآداب ,قسم الإعلام والعلاقات العامة , جامعة البحرين.
2. الدكتور **كمال الغربي** أستاذ مشارك , كلية الآداب ,قسم الإعلام والعلاقات العامة , جامعة البحرين.
3. الدكتورة **سما الهاشمي** , أستاذة الإعلام المساعد , كلية الآداب ,قسم الإعلام والعلاقات العامة , جامعة البحرين.
4. الدكتور **أحمد طوالبه** أستاذ مشارك , كلية الآداب ,قسم الإعلام والعلاقات العامة , الجامعة الخليجية.

أسئلة المقابلة العلمية:

- (1) مدى استخدامك لتطبيق (الواتس اب) – رأيك في تطبيقات التواصل الفوري لتداول المعلومات الصحية.
- (2) هل تقوم بتداول المعلومات الصحية من خلال التطبيق؟
- (3) هل تأتي إليك معلومات صحية غير دقيقة ؟ أذكر مواقف وأمثلة .
- (4) هل تقوم بتصحيحها ؟
- (5) كيف تؤثر تلك المعلومات الصحية المتداولة على سلوكيات المريض؟
- (6) كيف تتعامل مع المرضى الذين يتابعون ويطبّقون الممارسات الصحية المتداولة من خلال التطبيق؟
- (7) من وجهه نظرك هل يؤثر تداول المعلومات الصحية سلباً أم إيجاباً على المهنة الطبية؟
- (8) ماهي إيجابيات وسلبيات هذه التطبيقات من وجهه نظرك؟
- (9) ماهي أسباب اعتماد الجمهور على تلك التطبيقات في الحصول على المعلومات الصحية؟
- (10) كيف تتأثر صحة المرضى من خلال اتباع تلك النصائح المتداولة؟

أسماء الأطباء:

1. الدكتورة هند السندي , طبيبة عائلة.
2. الدكتورة زينب الحسن , أخصائية أمراض السكر.
3. الدكتورة وفاء أجور , أخصائية أمراض نساء وولادة.
4. الدكتورة زينب الفاضل , طبيبة عائلة.
5. الدكتور حسين فتحي, طبيب عائلة.
6. الدكتور محمد المختار , طبيب عائلة.
7. الدكتورة منى الموسوي , طبيبة عائلة.
8. الكتورة نجات العالي, طبيبة عائلة.
9. الدكتورة فاطمة بوحسان , طبيبة عائلة.
10. الدكتورة فجر بوكمال , طبيبة عائلة.