استخدام شبكة يوتيوب كمصدر للمعلومات الصحية لدى المرأة الريفية
- دراسة ميدانية على عينة من مستخدمات شبكة يوتيوب بإحدى مناطق جيجل-

Using YouTube as a source of health information for rural women -A field study on a sample of female users of the YouTube network in one of the regions of Jijel

زين الدين زعرور [1*]، هشام بوبكر [2]

[1] جامعة 20 أوث 1955 - سكيكدة (الجزائر)، z.zarour@univ-skikda.dz

[2] جامعة 20 أوث 1955 - سكيكدة (الجزائر)، h.boubeker@univ-skikda.dz

مخبر البحوث والدراسات الاجتماعية "LARES"

تاريخ الاستلام: 2023/09/22 تاريخ القبول: 2024/04/27 تاريخ النشر: 2024/06/13

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة استخدامات المرأة الريفية لشبكة يوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات الصحية، من خلال دراسة عينة من النساء الريفيات مستخدمات شبكة يوتيوب، المقيمات بإحدى المناطق الريفية بولاية جيجل، ولتحقيق هذا الهدف تمت الإجابة على السؤال البحثي الذي يرمي إلى معرفة عادات استخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب والإشباعات المحققة من ذلك في الحصول على المعلومات الصحية؟

وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي، وأداة الاستمارة لجمع البيانات من المبحوثات، اللواتي قدر عددهن ب 35 مفردة من النساء الريفيات، حيث توصلت الدراسة إلى أنه توجد عادات مختلفة لدى المرأة الريفية في استخدام شبكة يوتيوب، بالإضافة إلى أن هذه الشبكة تحقق إشباعات لدى المرأة الريفية في الحصول على المعلومات الصحية.

الكلمات المفتاحية: *الاستخدام، المرأة الريفية، شبكة يوتيوب، المعلومات الصحية، الإشباعات.*

Abstract:

This study aimed to find out the extent to which rural women use the YouTube network as a source for obtaining health information, by studying a sample of rural women who use the YouTube network, residing in a rural area in the state of Jijel, and to achieve this goal, the research question that aims to know the usage habits of women was answered the rural network of YouTube and the gratifications achieved from it in obtaining health information?

The researchers used the descriptive approach and the questionnaire tool to collect data from the respondents, who were estimated to be 35 rural women. The

* المؤلف المرسل: زين الدين زعرور ، الإيميل : z.zarour@univ-skikda.dz

study concluded that there are different habits among rural women in using the YouTube network, in addition to that this network achieves satisfaction among rural women in obtaining information. health.

***Keywords**: use, rural women, YouTube network, health information, gratification.*

مقدمة:

تشكل شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف خدماتها أحد أبرز المصادر التوعوية، وتقديم المعلومات حول القضايا الصحية الفردية والجماعية، وقد وفر تنوع هذه الشبكات مزيدا من الفرص لنقل العملية الاتصالية نحو آفاق جديدة، ومنح المستخدمين حرية لا متناهية في التصفح والتفاعل ومشاركة اهتماماتهم المشتركة فيما بينهم، وتبادل الأفكار والمعلومات من خلال الوسائط المتعددة التي تتيحها الشبكات الاجتماعية، كالفيديو مثلا.

والملاحظ في السنتين الأخيرتين وخاصة بعد أزمة فيروس كورونا، الإقبال المتزايد للنساء الريفيات على استخدام شبكة يوتيوب، خاصة في فترة الحجر المنزلي الصحي، وحاجتهن للمعلومات الصحية ومعرفة المستجد منها، دفعت بهن لتصفح هذه الشبكة وانتقاء ما يحقق رغباتهن ويساهم في حل المشكلات الصحية البسيطة التي تواجههن في الحياة اليومية، واكتساب معلومات صحية جديدة وتصحيح المفاهيم الخاطئة التي كانت رائجة في المجتمع، ومن هذا المنطلق هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب كمصدر للمعلومات الصحية والإشباعات المحققة من ذلك.

1. الإشكالية:

تحظى الصحة باهتمام كبير لدى جميع فئات وشرائح المجتمع على اختلاف أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، خاصة بعد تفشي جائحة كورونا في السنتين الأخيرتين، وما خلفته من خسائر مادية و بشرية كشفت مدى أهمية الصحة والعنصر البشري السليم، وما المرأة الريفية إلا نموذج من هذه الفئات المجتمعية التي تحمل على عاتقها مسؤولية الحفاظ على صحتها وصحة وسلامة أفراد أسرتها، باستعمال أبسط الطرق والإمكانيات وبعض المكونات المنزلية المتاحة، بالإضافة إلى ممارسة سلوكيات متعلقة بالنظافة الشخصية والمنزلية ونظافة الغداء، كما تجدر بنا الإشارة إلى أن الوضع المادي البسيط للأسرة الريفية هو ما يدفع بالمرأة

إلى البحث الدائم والمستمر عن المعلومات الصحية، وكيفية الاستفادة منها في العلاج الطبيعي. ومن خلال الاستطلاع الميداني الذي قمنا به توصلنا إلى أن الثقافة الصحية للمرأة الريفية مستمدة من العادات والتقاليد المتوارثة من الأجداد، والذين يعتمدون على الأعشاب والحشائش والعقاقير والتدليك بزيت الزيتون في العلاج...الخ، وأن تناول الدواء الصيدلاني هو آخر حل يلجأ إليه المريض، ومع تطور وسائل الإعلام والاتصال وظهور الهواتف الذكية ودخول الأنترنت إلى معظم البيوت الريفية، وبروز الشبكات الاجتماعية خاصة شبكة يوتيوب التي فتحت آفاق جديدة أمام المرأة الريفية للانفتاح على مختلف الميادين خاصة مجال الصحة، ونظرا لسهولة استخدام هذه الشبكة واعتمادها على تقنية الفيديو، أصبحت إحدى أهم مصادر المعلومات الصحية، لما تعرضه من مفاهيم صحية سليمة وتصحيح الخاطئ منها من طرف أطباء ومختصين عبر قنواتهم الرسمية على شبكة يوتيوب، وهذا ما يضفي نوع من المصداقية على طبيعة المعلومات الصحية المنشورة، ويفسر الاستخدام المتزايد لفئة النساء لشبكة يوتيوب، قصد التعرف على كل ما هو جديد من أفكار وعادات وقائية وعلاجية وتدابير منزلية صحية. ومن هذا المنظور نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- هل تستخدم المرأة الريفية شبكة يوتيوب كمصدر للمعلومات الصحية ؟

ويتفرع من هذا التساؤل الرئيسي تساؤلين فرعيين شارحين وموضحين له جاءا على النحو التالي:

-ما هي عادات استخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب في المجال الصحي؟

-هل تحقق شبكة يوتيوب إشباعات لدى المرأة الريفية في الحصول على المعلومات الصحية ؟

وانطلاقا من واقع الدراسة الراهنة وللإجابة على تساؤلاتها سنحاول البحث والكشف عن الفرضيات العلمية التالية:

الفرضية الرئيسية: تستخدم المرأة الريفية شبكة يوتيوب كمصدر لتلقي المعلومات الصحية.

الفرضيات الفرعية:

-توجد عادات مختلفة لاستخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب في المجال الصحي.

-شبكة يوتيوب تحقق إشباعات لدى المرأة الريفية في الحصول على المعلومات الصحية.

2. أهمية الدراسة:

تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة؛ كون الصحة تحظى باهتمام كبير لدى الأطباء، ولم يقتصر الأمر عليهم فقط بل هو ضمن اهتمامات الباحثين في العلوم الاجتماعية، الذين يسعون بدورهم إلى إزالة الضبابية عن بعض المفاهيم الصحية والتنظير فيها، وتصحيح المعلومات الصحية الخاطئة لدى جميع فئات المجتمع ،وذلك باستغلال وتوظيف الوسائط الاتصالية الجديدة، ولعل أبرزها شبكة يوتيوب التي تقوم بوظيفة نشر المضامين الصحية. وما المرأة الريفية إلا فئة من مستخدمي هذه الشبكة في المجال الصحي، وعليه سنسعى من خلال دراستنا هذه إلى الكشف عن الاستخدامات والإشباعات المحققة من تعرض المرأة الريفية لشبكة يوتيوب في المجال الصحي.

3. أهداف الدراسة:

- محاولة معرفة ما إذا كانت المرأة الريفية تستخدم شبكة يوتيوب في المجال الصحي.
- محاولة الكشف عن عادات استخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب للحصول على المعلومات الصحية.
- محاولة معرفة ما إذا كانت شبكة يوتيوب تحقق إشباعات لدى المرأة الريفية في الحصول على المعلومات الصحية.

4.الدراسات السابقة:

1.4. دراسة (أسماء مصطفى محمود عبد العظيم،2021): تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور مصادر المعلومات الصحية في تشكيل الوعي الصحي لطالبات جامعة الأزهر.

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وقد اعتمدت منهج المسح الاجتماعي حيث أجريت على عينة استطلاعية مكونة من 78 طالبة بجامعة الأزهر واعتمدت على أداة الاستبانة لجمع المعلومات، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر أبرزها:

-الأنترنت هو المصدر الأول للحصول على المعلومات الصحية للطالبات؛ وهذا راجع إلى أن الأنترنت أصبح شائع الاستخدام، وأن الطالبات يعتمدن عليه بشكل كبير في تشكيل معرفتهم.

- مستوى الوعي الصحي لطالبات جامعة الأزهر كان متوسطا.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كافة أبعاد الوعي الصحي لطالبات جامعة الأزهر ترجع لمتغير الكلية.

- ضعف دور وسائل الإعلام المقروءة في تشكيل الوعي الصحي للطالبات حيث يعتمدن على وسائل الإعلام الحديثة؛ كالشبكات الاجتماعية للحصول على التوعية الصحية".[1]

2.4. دراسة(زينب مثنى أبو طالب،2013): تهدف هذه الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية والتأثيرات المعرفية والسلوكية لهذا الاعتماد.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح، وقد أجريت على عينة عشوائية مكونة من 299 مبحوثا من مدينة الرياض، واعتمدت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت إلى جملة من النتائج نذكر أهمها:

-الأطباء والصيادلة هم أهم مصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي ثم تليه شبكة الأنترنت.

- مستوى اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية دو نسبة متوسطة.

-مستوى ثقة الجمهور السعودي بشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية ذو نسبة متدنية، وحتى بعض الشبكات التي حظيت بنسبة متابعة متوسطة، لم يجزم جمهورها بثقته التامة في المعلومات الصحية التي تنشرها."[2]

3.4. دراسة (عائشة نواري،2021): هدفت هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة العلاقة بين اعتماد المرأة الريفية الجزائرية على البرامج التلفزيونية الصحية؛ برنامج إرشادات طبية وتعزيز مستوى الوعي الغذائي لديها.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستطلاعية، حيث أجريت على عينة قصدية من النساء الريفيات لولاية المدية مكونة من 120مفردة بحثية، معتمدة في ذلك على أداة الاستبانة لجمع المعلومات، وقد توصلت إلى عدة نتائج نذكر أهمها:

-نسبة عالية جدا من المبحوثات تعتبر برنامج إرشادات صحية أحد المصادر الأساسية للمعلومات الصحية.

-من بين التأثيرات المعرفية المترتبة عن مشاهدة برنامج إرشادات طبية، هي الحصول على معلومات ومعارف حول بعض الأغذية لدى نسبة عالية جدا من المبحوثات.

-اكتساب معلومات حول بعض الأمراض المرتبطة بالتغذية يمثل نسبة عالية جدا من المبحوثات".[3]

مما سبق من عرض للدراسات السابقة يمكن القول إنّ الدراسة الراهنة استفادت من هذه الدراسات بشكل كبير ،خاصة دراسة عائشة نواري كونها ودراستنا تتقاطعان في متغير المعلومات الصحية بالإضافة، إلى المرأة الريفية التي تمثل العينة البحثية لكلا الدراستين.

5. مفاهيم الدراسة:

1.5. مفهوم الاستخدام: هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي لدى ثقافة معينة بفضل التكرار، وبفضل ظهور الوسائل الاتصالية الحديثة تعزز مفهوم المستخدمين، والذي يرمز إلى الجمهور الإيجابي النشط، الذي يحدد نوع الموضوع الذي يرغب في التعرض له وفقا للمعلومات التي يرغب في التعرض إليها"[4]

ونقصد بهذا المفهوم في جانبه الإجرائي؛ ذلك الفعل الاتصالي المتمثل في عادات تصفح المرأة الريفية للمحتويات الصحية عبر شبكة يوتيوب بشكل انتقائي قصد الحصول على المعلومات الصحية.

2.5. مفهوم الإشباعات : الإشباع هو إرضاء الحاجة وتحقيق الدافع ووفق نظرية لاستخدامات والإشباعات؛ فإن الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات"[5]

فالاشباعات كما تحددت معالمها من خلال ميدان الدراسة؛ هي تلك الحاجات والرغبات النفسية والاجتماعية التي تحمل في طياتها مختلف المعلومات الصحية التي تحققها شبكة يوتيوب للمرأة الريفية بعد تعرضها لها ومشاهدتها في مختلف الأوقات.

3.5. شبكة يوتيوب: هي موقع متفرع من غوغل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، تأسس سنة 2005 في أمريكا، وهناك أعداد كبيرة من المستخدمين يمتلكون حساب فيه، ويزوره الملايين يوميا"[6]

فهي بذلك شبكة ذات طابع رسمي متاحة عبر شبكة الأنترنت لمختلف فئات المجتمع حول العالم، تعمل على عرض مختلف المحتويات والمضامين سمعية بصرية بشكل حصري ومتجدد بلغات متعددة، في شتى الميادين كالمجال الصحي.

4.5 . مفهوم المعلومات الصحية: ويقصد بها معاونة الفرد أو الجماعة على اكتساب خبرات متنوعة والتزود بفهم أساسي للصحة والمشكلات المرتبطة بها، عن طريق توصيل البيانات والمعلومات الكافية للأفراد بصفة مفهومة ومبسطة ومقنعة "[7]

ونقصد بذلك امبريقيا؛ تلك البيانات والمعلومات والمفاهيم الصحية المتاحة على شبكة يوتيوب عبر تقنية الفيديو التي تتعرض لها المرأة الريفية، المقدمة من طرف مختصين في المجال الصحي، والتي قد تساعدها على اكتساب خبرات صحية متنوعة.

5.5. المفهوم الإجرائي للمرأة الريفية: وتعرف إجرائيا أنها المرأة التي تعيش في الريف بصفة دائمة، مهما كان مستواها التعليمي، والتي يتراوح عمرها مابين25و 45 سنة، والتي لها القدرة على استخدام شبكة يوتيوب للحصول على المعلومات الصحية.

6. المقاربة النظرية المفسرة لموضوع الدراسة:(نظرية الاستخدامات والإشباعات)

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات مدخلا بحثيا يحلل الطريقة التي يستخدم بها الجمهور المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام، واختيارهم لهذه المضامين وفقا لاهتماماتهم وحاجاتهم من هذا الاستخدام، وتهتم هده النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة "[8]

1.6. فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع حاجاتهم.

- ينظر إلى الجمهور باعتباره جمهور إيجابي ونشط يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم وسائل الإعلام استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة وتلبية حاجات مقصودة.

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

- الفروق الفردية للأفراد هي التي تتحكم في حاجاتهم واختيارهم لوسائل الإعلام ورسائلها.

- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس"[9]

2.6.مساهمة نظرية الاستخدامات والإشباعات في تفسير موضوع الدراسة:

من المؤكد أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يساهم بشكل كبير في فهم وتحليل وتفسير موضوع بحثنا هذا، حيث تسعى دراستنا الحالية للكشف عن استخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب ودوافع هذا الاستخدام وعاداته وأنماطه، والإشباعات المعرفية التي تحققها هذه الشبكة من خلال عرض المعلومات الصحية المتنوعة، والتي تنتقي منها المرأة الريفية ما يفيدها ويساهم في حل مشكلاتها الصحية البسيطة التي تصادفها في حياتها اليومية، مما يساهم بشكل كبير في تلبية حاجاتها ورغباتها في الميدان الصحي وزيادة الثقافة الصحية لديها .

7. منهج الدراسة وأدواتها:

تنتمي دراستنا الحالية إلى الدراسات الوصفية كونها تسعى لمحاولة وصف مدى استخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات الصحية، بالإضافة إلى وصف عادات تصفح المرأة الريفية لشبكة يوتيوب والإشباعات المحققة لديها في الميدان الصحي، وذلك قصد تقصي الحقائق العلمية التي تجمع متغيري الدراسة وفق منهج وطريقة منظمة، تعكس مدى مصداقية دراستنا.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على عينة قصدية منوالية، أي العينة الأكثر شيوعا وتكرارا، ونقصد بذلك النساء الأكثر استخداما لشبكة يوتيوب واللواتي يتعرضن للبرامج الصحية على اختلاف أنواعها، وقد قمنا بتوزيع الاستمارة كونها الأداة التي اعتمدناها لجمع

المعلومات،على35 مفردة بحثية من النساء اللواتي تتوفر فيهن الشروط والخصائص المطلوبة، لتكون عينة ممثلة لمجتمع الدراسة وتعكس لنا بقوة أهداف الدراسة ومتطلباتها.

8. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة:

المحور الأول: البيانات الشخصية والديمغرافية لعينة الدراسة.

1- السن:

السن	التكرار	النسبة(%)
30-25	21	60,00
35-30	7	20,00
40-35	4	11,43
45-40	3	8,57
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج الـ spss .

توضح بيانات الجدول رقم (1) أن أكبر نسبة 60% من المبحوثات تنتمي إلى الفئة العمرية من25-30[سنة ثم تليها نسبة 20% من مفردات العينة تنتمي إلى الفئة العمرية [30-35]، تليها نسبة 11.43% من المبحوثات تنتمي إلى الفئة العمرية من المبحوثات[40-45] وهي أضعف نسبة مسجلة.

2- الحالة العائلية:

الحالة العائلية	التكرار	النسبة(%)
عزباء	24	68,57
متزوجة	11	31,43
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

تبين بيانات الجدول رقم (2) أن أعلى نسبة هي 68.57% وهي تمثل النساء العازبات، كما يتضح أن نسبة 31.43% تمثل المبحوثات المتزوجات وهي نسبة ضعيفة بالمقارنة مع نسبة مفردات العينة للعازبات.

3- الحالة السوسيو مهنية:

الحالة السوسيو مهنية	التكرار	النسبة(%)
ماكثة بالبيت	26	74,29
موظفة	4	11,43
أعمال حرة	5	14,29
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

توضح بيانات الجدول رقم (3) أن أكبر نسبة والتي قدرت ب74.29% وهي تمثل المبحوثات الماكثات بالبيت، تليها نسبة 14.29% التي تشير إلى المبحوثات اللاتي تمارسن أعمال حرة، بينما تمثل أصغر نسبة وهي 11.43%من مفردات العينة من الموظفات.

4- المستوى المعيشي:

المستوى المعيشي	التكرار	النسبة(%)
ضعيف	4	11,43
متوسط	25	71,43
جيد	6	17,14
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

تبين بيانات الجدول رقم (4) أن أكبر نسبة والتي قدرت ب 71.43% من إجمالي المبحوثات، تقر بأن المستوى المعيشي لهن متوسط، تليها نسبة 17.14%من مفردات العينة تقر بأن مستواهن المعيشي جيد، كمل تمثل نسبة 11.43%إلى مفردات العينة ذوات المستوى المعيشي الضعيف.

5- المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة(%)
ابتدائي	1	2,86
متوسط	5	14,29
ثانوي	5	14,29
جامعي	24	68,57
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

توضح بيانات الجدول رقم (5) أن أكبر نسبة والتي قدرت 68.57% تمثل المبحوثات ذوات المستوى التعليمي الجامعي، كما تشير نسبة 14.29% إلى مفردات العينة ذوات المستوى التعليمي المتوسط والثانوي على حد سواء، وتمثل أضعف نسبة والتي تقدر ب2.86% نسبة المبحوثات ذوات المستوى التعليمي الابتدائي.

المحور الثاني: عادات استخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب في المجال الصحي.

1- مدة استخدام شبكة يوتيوب من طرف المرأة الريفية.

الإجابة	التكرار	النسبة(%)
منذ سنة	5	14,29
منذ سنتين	7	20,00
منذ 3 سنوات	4	11,43
أكثر من 3 سنوات	19	54,29
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

توضح بيانات الجدول رقم (6) أن أكبر نسبة والتي قدرت ب54.29% تمثل المبحوثات اللواتي تستخدمن شبكة يوتيوب لأكثر من 3 سنوات، تليها نسبة 20% تشير إلى مفردات العينة اللواتي تستخدمن شبكة يوتيوب منذ سنتين، تليها نسبة 14.29% من المبحوثات والتي تمثل المبحوثات اللواتي تستخدمن اليوتيوب منذ سنة فقط، كما سجلت أضعف نسبة والتي قدرت ب11.43% والتي تشير إلى المبحوثات اللواتي تستخدمن اليوتيوب منذ 3 سنوات، تفسر هذه النتائج بعدم امتلاك المرآة الريفية للهواتف الذكية والقدرة على استخدامها، بالإضافة إلى تأخر تغطية المناطق الريفية بشبكة الإنترنت إلا في السنوات الثلاثة الأخيرة.

2- الزمن الذي تقضي المرأة الريفية في تصفح اليوتيوب يوميا.

الإجابة	التكرار	النسبة(%)
أقل من ساعة	11	31,43
من ساعة إلى ساعتين	16	45,71
من ساعتين إلى 3 ساعات	4	11,43
3 ساعات فما أكثر	4	11,43
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

تبين بيانات الجدول رقم (7) أن أكبر وهي نسبة 45.71% من إجمالي المبحوثات تتصفحن اليوتيوب من ساعة إلى ساعتين يوميا، تليها نسبة 31.43% والتي تشير إلى مفردات العينة اللواتي تتصفحن اليوتيوب أقل من ساعة يوميا كما تشير نسبة 11.43% إلى المبحوثات اللواتي تتصفحن اليوتيوب من ساعتين إلى 3 ساعات يوميا واللواتي تتصفحن اليوتيوب 03 ساعات فما أكثر على حد سواء وهي أضعف نسبة مسجلة، ويعود ذلك حسب ملاحظتنا إلى انشغال المرأة الريفية، بواجباتها المنزلية وأن تصفح اليوتيوب لا يكون إلا أوقات الراحة والفراغ.

3- الوقت المفضل لدى المرأة الريفية في استخدام اليوتيوب.

الإجابة	التكرار	النسبة(%)
الفترة الصباحية	4	11,43
الفترة المسائية	4	11,43
الفترة الليلية	27	77,14
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

توضح بيانات الجدول رقم (8) أن أكبر نسبة والتي قدرت بـ77.14% تمثل المبحوثات اللواتي تفضلن الفترة الليلية لاستخدام اليوتيوب، بالمقابل سجلنا نسبة ضعيفة جدا قدرت بـ11.43 وهي تمثل مفردات العينة اللواتي تفضلن استخدام اليوتيوب في الفترة الصباحية والمسائية على حد سواء، ويفسر ذلك حسب ملاحظتنا بأن الفترة الليلية هي فترة الراحة وتفرغ المرأة الريفية لتصفح شبكة اليوتيوب بعد إنهاء المهام المنزلية.

4- مدى تفاعل المرأة الريفية مع المضامين الصحية المنشورة على يوتيوب. وطريقة ذلك التفاعل.

التفاعل	التكرار	النسبة (%)	الطريقة	التكرار	النسبة (%)
نعم	34	97,14	إعجاب	17	45,95
			تعليق	4	10,81
			تحميل الفيديو	11	29,73
			مشاركة الفيديو	5	13,51
			المجموع	37	100,00
لا	1	2,86			
المجموع	35	100,00			

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

بيانات الجدول رقم (9) أن أعلى نسبة والتي قدرت ب97.14% وهي نسبة عالية جدا تمثل المبحوثات اللواتي تتفاعلن مع المضامين الصحية على شبكة يوتيوب، بالمقابل سجلنا نسبة ضعيفة جدا تكاد تكون منعدمة قدرت ب2.86% تشير إلى مفردات العينة اللواتي لا تتفاعلن مع المضامين الصحية على اليوتيوب، أما بالنسبة لطريقة التفاعل فقد سجلنا بنسبة 45.95% من المبحوثات اللواتي تتفاعلن عن طريق الإعجاب مع المضامين الصحية على يوتيوب، تليها نسبة 29.73%من مفردات العينة اللواتي تفضلن تحميل الفيديو، كما أن نسبة 13.51% تفضلن تكتفين مشاركة الفيديو، تليها نسبة 10.81% وهي أصغر نسبة وتمثل المبحوثات اللواتي تكتفين بالتعليق فقط على المضامين الصحية على اليوتيوب، ويفسر ذلك حسب منظور الاستخدامات الإشباعات أن المرأة الريفية لها دوافع وحاجات للحصول على المعلومات الصحية تستلزم تصفح شبكة اليوتوب بما يحقق إشباعاتها المعرفية.

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام شبكة يوتيوب كمصدر للمعلومات الصحية لدى المرأة الريفية.

1- مدى اعتماد المرأة الريفية على شبكة يوتيوب للحصول على المعلومات الصحية.

الإجابة	التكرار	النسبة(%)
نعم	29	82,86
لا	6	17,14
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

يوضح الجدول رقم (10) أن نسبة 82.86% من المبحوثات تعتمدن على شبكة يوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات الصحية، بالمقابل سجلنا نسبة ضعيفة قدرت ب17.14% من مفردات العينة اللواتي لا تعتمدن على اليوتيوب للحصول على المعلومات الصحية، ويعود ذلك حسب منظور الاستخدامات والاشباعات إلى أن استخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب موجه لتحقيق هدف المعرفة الصحية.

2- شبكة يوتيوب ومستوى تقديم المعلومات الصحية الكافية.

الإجابة	التكرار	النسبة(%)
نعم	27	77,14
لا	8	22,86
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

يبين الجدول رقم (11) أن أكبر نسبة والتي قدرت ب77.14% من المبحوثات ترى أن شبكة يوتيوب تقدم لها معلومات صحية كافية، بالمقابل سجلنا سنة ضعيفة قدرت ب 22.86% تشير إلى مفردات العينة اللواتي لا تكتفين بالحصول على المعلومات الصحية من اليوتيوب، ويعود ذلك حسب دراسة أسماء محمود عبد العظيم إلى ضعف وسائل الإعلام التقليدية في بث البرامج الصحية بالمقارنة مع شبكة اليوتيوب التي تقدم محتويات صحية متنوعة ومتجددة.

3- شبكة يوتيوب ومدى تقديم المعلومات الصحية الصحيحة.

الإجابة	التكرار	النسبة(%)
نعم	19	54,29
لا	16	45,71
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

يوضح الجدول رقم (12) أن نسبة 54.29% من المبحوثات تعتقدن أن شبكة اليوتيوب تقدم لهن معلومات صحية صحيحة، بالمقابل نجد أن نسبة 45.71% من مفردات العينة تعتقدن أن شبكة يوتيوب لا تقدم معلومات صحية صحيحة ونلاحظ أن النسبتين متقاربتين، ويعود ذلك حسب دراسة زينب بنت مثنى أبو طالب إلى مستوى الثقة العالي لدى المرأة الريفية بصحة المعلومات الصحية المتاحة عبر شبكة يوتيوب المقدمة من طرف المختصين.

4- شبكة يوتيوب وعلاقتها بتغيير بعض المعلومات الصحية الخاطئة.

الإجابة	التكرار	النسبة(%)
نعم	31	88,57
لا	4	11,43
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

يبين الجدول رقم (13) أن أكبر نسبة والتي قدرت ب88.57% من المبحوثات تقر بأن شبكة يوتيوب غيرت لهن بعض المفاهيم الصحية الخاطئة، بالمقابل سجلنا نسبة ضعيفة جدا قدرت ب11.43% من مفردات العينة تقر بأن شبكة يوتيوب لم تغير لديها أي معلومات خاطئة، وحسب المبحوثات فقد ذكروا نعم المفاهيم التي غيرتها شبكة اليوتيوب كمعلومات، حول مرض سرطان الثدي، وتكيس المبايض والنظام الصحي الغذائي، ويعود ذلك حسب منظور الاستخدامات والاشباعات ،بأنه يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية للمجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال أي أن تغيير المفاهيم الصحية الخاطئة يدل على ثقافة التقبل والتجديد وتفتح المرأة الريفية.

5- شبكة اليوتيوب وحل المشكلات الصحية البسيطة لدى المرأة الريفية، وكيفية تأثيرها على المشكلة.

اللجوء	التكرار	النسبة (%)	التأثير	التكرار	النسبة (%)
نعم			تساهم في حلها	27	77,14
	29	82,86	ليس لها تأثير في حل مشاكلي	02	5,71
			تعقد المشكلة أكثر	00	00,00
لا	06	17,14			
المجموع	35	100,00			

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss.

يوضح الجدول رقم (14) أن أعلى نسبة والتي قدرت ب82.86% من المبحوثات تلجأن لشبكة يوتيوب قصد حل المشكلات الصحية البسيطة، بالمقابل سجلنا نسبة ضعيفة من المبحوثات قدرت ب17.14% اللواتي لا يلجأن إلى شبكة يوتيوب لحل المشكلات الصحية البسيطة، أما بالنسبة لطريقة التأثير في حل المشكلة الصحية فقد سجلنا أعلى نسبة قدرت ب77.14% من المبحوثات اللواتي أقررن أن شبكة يوتيوب تساهم في مشكلاتهم الصحية البسيطة، بالمقابل سجلنا نسبة5.71%من مفردات العينة اللواتي أقررن بأن شبكة يوتيوب ليس لها تأثير في حل مشكلاتهن الصحية البسيطة، كما لم نسجل أي نسبة بالنسبة لاحتمال أن شبكة يوتيوب تعقد المشكلات الصحية أكثر، ويفسر ذلك حسب دراسة زينب بنت مثنى أبو طالب بأن شبكة يوتيوب تساعد المستخدمين في القضاء على القلق والتوتر إزاء المشكلات الصحية التي تواجههم وفهمها وإدراك حلولها.

6- مصادر المعلومات الصحية التي تعتمد المرأة الريفية عبر شبكة يوتيوب.

الإجابة	التكرار	النسبة(%)
المقدمة من طرف أشخاص عاديين	03	8,57
المقدمة من طرف أطباء ومختصين	31	88,57
المقدمة من طرف مؤثرين في المجال الصحي	01	2,86
المجموع	35	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

يبين الجدول (15) أن أكبر نسبة والتي قدرت ب88.57% من المبحوثات تعتمدن على المعلومات الصحية المتاحة على شبكة يوتيوب المقدمة من طرف أطباء ومختصين، تليها نسبة 8.57% والتي تشير إلى مفردات العينة اللواتي تعتمدن على المعلومات الصحية المتاحة عبر شبكة يوتيوب المقدمة من طرف أشخاص عاديين، كما سجلنا أضعف نسبة 2.86% تمثل المبحوثات اللواتي تعتمدن على المعلومات الصحية عبر اليوتيوب المقدمة من طرف مؤثرين في المجال الصحي، ويفسر ذلك حسب دراسة زينب مثنى أبو طالب بأن الأطباء والمختصين يتمتعون بثقة الجمهور ولهم مصداقية أكبر من غيرهم في نشر المعلومات الصحية.

7- الإشباعات المعرفية التي تحققها شبكة يوتيوب حول القضايا الصحية لدى المرأة الريفية.

الإجابة	التكرار	النسبة(%)
الاطلاع على المعلومات والمستجدات الصحية	03	6,52
زيادة الرصيد المعرفي في المجال الصحي	13	28,26
الحصول على المعلومات الصحية الوقائية لحماية صحتك وصحة عائلتك	22	47,83
التعرف على كيفية تحضير خلطات طبيعية باستخدام الأعشاب قصد التداوي بها	08	17,39
المجموع	46	100,00

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

توضح بيانات الجدول (16) أن نسبة 47.83% من المبحوثات أقررن بأن الإشباعات المعرفية التي تحققها شبكة يوتيوب تتمثل في الحصول على المعلومات الصحية الوقائية لحماية صحتهن وصحة عائلاتهن، تليها نسبة 28.26% من المبحوثات اللواتي أقررن أن الإشباعات المعرفية التي تحققها شبكة يوتيوب تتمثل في زيادة الرصيد المعرفي في المجال الصحي، تليها نسبة 17.39% من مفردات العينة اللواتي أقررن أن الإشباعات المعرفية التي تحققها لهن شبكة يوتيوب تتمثل في التعرف على كيفية تحضير خلطات طبيعية باستخدام الأعشاب والتداوي بها، كما سجلنا أضعف نسبة قدرت ب6.52% تمثل المبحوثات اللواتي أقررن بأن شبكة يوتيوب تحقق لهن إشباعات معرفية متمثلة في الاطلاع على المعلومات والمستجدات الصحية، ويعود ذلك حسب منظور الاستخدامات والاشباعات إلى وجود فروق فردية بين

المستخدمين المتمثلة في المستوى التعليمي والسن، والتي تتحكم في حاجاتهم المختلفة لنوع المعلومات الصحية التي تهمهم.

8- طبيعة المعلومات الصحية التي تحقق رغبات المرأة الصحية من خلال شبكة يوتيوب.

الإجابة	التكرار	النسبة(%)
معلومات وقائية حول الأمراض الشائعة	12	16,67
معلومات تشخيص بعض الحالات المرضية المعروفة	08	11,11
معلومات حول طريقة علاج بعض الأمراض بطرق بسيطة	24	33,33
معلومات حول النظام الغذائي الصحي	18	25,00
معلومات حول الرشاقة والجمال	10	13,89
المجموع	72	100,00

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادًا على مخرجات برنامج الـ spss .

يوضح الجدول رقم (17) أن نسبة 33.33% تمثل المبحوثات اللواتي أقررن بأن المعلومات الصحية حول طريقة علاج بعض الأمراض بطرق بسيطة هي التي تحقق رغباتهن من خلال استخدام شبكة يوتيوب، تليها نسبة 25% والتي تشير إلى المبحوثات اللواتي أقررن أن المعلومات الصحية حول النظام الغذائي الصحي هي التي تحقق رغباتهن من خلال استخدام شبكة يوتيوب، تليها نسبة 16.67% من مفردات العينة اللواتي أقررن بأن المعلومات الصحية الوقائية حول الأمراض الشائعة هي التي تحقق رغباتهن إثر استخدام شبكة يوتيوب، تليها نسبة 13.89% من المبحوثات اللواتي أقررن أن المعلومات الصحية حول الرشاقة والجمال هي التي تلبي رغباتهن جراء استخدام شبكة يوتيوب، تليها أضعف نسبة والتي قدرت ب11.11% من المبحوثات اللاتي أقررن أن المعلومات الصحية حول تشخيص بعض الحالات المرضية المعروفة هي التي تحقق رغباتهن اثر استخدام شبكة يوتيوب، ويعود ذلك حسب دراسة عائشة نواري بأن رغبات المرأة الريفية تقتصر على اكتساب المعرفة حول بعض الأمراض الشائعة والنظام الغذائي الصحي، وهذا ما نلتمسه في اهتمام المرأة الريفية بنوعية المعلومات الصحية التي تحقق إشباعاتها.

8. النتيجة العامة:

بعد مناقشتنا لفرضيات الدراسة يمكننا أن نستخلص في الأخير ما يلي:

1.8النتائج الخاصة بالفرضية الأولى : توجد عادات مختلفة لاستخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب في المجال الصحي.

خلصت نتائج الدراسة إلى صدق وتحقق هذه الفرضية، حيث تبين أن أغلب المبحوثات تستخدمن يوتيوب لأكثر من 3 سنوات وذلك حسب 54.29% منهن، أما المدة الزمنية التي يقضينها في تصفح شبكة يوتيوب يوميا هي من ساعة إلى ساعتين حسب 45.71% من المبحوثات، وقد أفصحت غالبية المبحوثات أن الوقت المفضل لديهن لاستخدام اليوتيوب هو الفترة الليلية؛ وذلك حسب 77.14% منهن، وقد أقرت معظم المبحوثات بتفاعلهن مع المضامين الصحية المنشورة عبر يوتيوب وذلك حسب 97.14%منهن، كما أن طريقة التفاعل هي الإعجاب حسب45.95 منهن،وأن29.73% منهن تحملن الفيديوهات، وأن 13.51 %تقمن بمشاركة الفيديوهات والباقي 10.81% تكتفين بالتعليق فقط، تتفق هذه النتائج مع إحدى فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات والتي تقر بأن أعضاء الجمهور(المرأة الريفية)نشطون وفعالون ويستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري (شبكة يوتيوب)لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم(الحصول على المعلومات الصحية).

2.8 النتائج الخاصة بالفرضية الثانية : تحقق شبكة يوتيوب إشباعات لدى المرأة الريفية في الحصول على المعلومات الصحية .

خلصت نتائج الدراسة إلى صدق وتحقق هذه الفرضية كسابقتها، حيث اتضح أن أغلب المبحوثات تعتمدن على شبكة يوتيوب للحصول على المعلومات الصحية حسب82.86%منهن، وقد أقرت معظم المبحوثات بأنهن تكتفين بالحصول على المعلومات الصحية من شبكة يوتيوب وذلك حسب 77.14 %منهن، كما أفصحت أكثر من نصف عدد المبحوثات باعتقادهن أن شبكة يوتيوب تقدم معلومات صحية صحيحة، وذلك حسب 54.29 %منهن، واتضح أيضا أن غالبية المبحوثات أقررن بأن شبكة يوتيوب غيرت لهن بعض المفاهيم الصحية الخاطئة؛ وذلك حسب 88.57 %منهن، وأن هذه المفاهيم تشير إلى معلومات حول سرطان الثدي، تكيس المبايض، النظام الغذائي الصحي، بالإضافة إلى أن معظم المبحوثات أقررن بلجوئهن إلى شبكة يوتيوب لحل المشكلات الصحية البسيطة وذلك حسب 82.84 %منهن، وأن هذه الشبكة

تساهم في حل مشكلاتهن الصحية حسب77.14 %من المبحوثات، وتشير ذات النتائج إلى أن غالبية المبحوثات تعتمدن على المعلومات الصحية المقدمة من طرف أطباء ومختصين المتاحة عبر يوتيوب وذلك حسب 88.57 %منهن، كما أن ما يقارب نصف عدد المبحوثات أفصحن عن الإشباعات المعرفية التي تحققها لهن شبكة يوتيوب تتمثل في الحصول على المعلومات الصحية الوقائية لحماية صحتهن وصحة عائلاتهن وذلك حسب 47.83 %منهن، حيث أقرت نسبة معتبرة من المبحوثات أن المعلومات الصحية حول طريقة علاج بعض الأمراض بطرق بسيطة هي التي تحقق رغبات المبحوثات من خلال تعرضهن لشبكة يوتيوب وذلك حسب 33.33 % منهن، تتفق هذه النتائج مع دراسة أسماء مصطفى محمود عبد العظيم والتي تقر بأن شبكة الإنترنت(شبكة يوتيوب)هي المصدر الأول للحصول على المعلومات الصحية للطالبات(المرأة الريفية)، وهذا راجع إلى أن الإنترنت(شبكة يوتيوب)أصبحت شائعة الاستخدام وأن الطالبات(النساء الريفيات) تعتمدن عليه بشكل كبير في تشكيل معرفتهن الصحية.

3.8 النتائج الخاصة بالفرضية الرئيسية: تستخدم المرأة الريفية شبكة يوتيوب في تلقي المعلومات الصحية بشكل دائم.

خلصت نتائج الدراسة إلى تحقق الفرضية الرئيسية، حيث تبين انطلاقا من النتائج الجزئية لفرضيات الدراسة، أن المرأة الريفية تستخدم شبكة يوتيوب بشكل دائم لتلقي المعلومات الصحية، ويظهر ذلك من خلال العادات المختلفة لاستخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب في المجال الصحي والإشباعات المحققة لديها في الحصول على المعلومات الصحية، تتفق هذه النتائج مع دراسة عائشة نواري والتي تقر بأن نسبة عالية من المبحوثات (المرأة الريفية)تشاهدن البرنامج الصحي التلفزيوني إرشادات طبية (تستخدمن شبكة يوتيوب)بشكل دائم للحصول على المعلومات الصحية.

خاتمة:

ختاما وحسب الإحصائيات والنتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا هذه، يمكن القول إن تعدد عادات استخدام المرأة الريفية لشبكة يوتيوب ساهم إلى حد كبير في إشباع الحاجات النفسية والاجتماعية لديها، والمتمثلة في الحصول على المعلومات الصحية وتحقيق

الرغبات المعرفية في المجال الصحي، وهذا مؤشر يدل على الوظيفة الاتصالية الإيجابية لشبكة يوتيوب، ومن هذا المنطلق نقول إن شبكة اليوتيوب تبث محتويات متعددة تشجع المرآة الريفية على الاهتمام بمجالات أخرى كالطبخ والتعليم والأشغال اليدوية في حياتها اليومية. لكن هل عادات استخدام المرأة الريفية لشبكات التواصل الاجتماعي – اليوتيوب- لإشباع الحاجات الاجتماعية والنفسية مرهون بالمتغير الزمكاني؟ وهو حتمية فرضتها بعض الظروف الصحية؟ أم هي مكتسبات ثقافية تراكمية هادفة واعية بضرورة استخدام هذه الشبكات في كل مناحي ومجالات الحياة اليومية؟

- الإحالات والهوامش:

[1] **أسماء مصطفى محمود عبد العظيم:** دور مصادر المعلومات الصحية في تشكيل الوعي الصحي لطالبات جامعة الازهر،العدد28،2021، قسم علم الاجتماع ،كلية الدراسات الإنسانية ، جامعة الازهر،مصر،ص342،ص420.

[2] **زينب بنت مثنى أبوطالب:** المجلة العربية للإعلام والاتصال ،شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي، العدد09،2013،جامعة الملك سعود ،المملكة العربية السعودية ،ص59،ص120.

[3] **عائشة نواري:** مجلة معارف، دور الإعلام الصحي التلفزيوني في تعزيز مستوى الوعي الغذائي لدى المرأة الريفية الجزائرية، العدد22،2021،جامعة البويرة، الجزائر،ص1102، ص1122.

[4] **عيشة علة ونوري الود:** مجلة الوقاية من الارغنوميا، الإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، العدد6، 2016، جامعة الجزائر2، ص173، ص 174.

[5] المرجع نفسه:ص169.

[6] **عبد الرحمن إبراهيم الشاعر** :مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ،دار صفاء للنشر والتوزيع ،ط1،عمان،2015،ص65.

[7] **محمد الحنفاوي** : الصحافة والتوعية الصحية ،دار العلم والإيمان ،ط1،مصر،2014،ص164.

[8] **مهند حميد التميمي** :التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي ،تكامل أم صراع ، دار مجد للنشر والتوزيع، ط1،الاردن،2016،ص128 .

[9] **عبد الرزاق الدليمي** : نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان،2016،ص255،ص256.

قائمة المصادر والمراجع:

1. أسماء مصطفى محمود عبد العظيم: دور مصادر المعلومات الصحية في تشكيل الوعي الصحي لطالبات جامعة الازهر،العدد28،2021، قسم علم الاجتماع ،كلية الدراسات الإنسانية ، جامعة الأزهر، مصر.
2. زينب بنت مثنى أبوطالب: المجلة العربية للإعلام والاتصال ،شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي، العدد09،2013،جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية .
3. عائشة نواري: مجلة معارف، دور الإعلام الصحي التلفزيوني في تعزيز مستوى الوعي الغذائي لدى المرأة الريفية الجزائرية، العدد22.2021،جامعة البويرة، الجزائر،ص1102.
4. عيشة علة ونوري الود: مجلة الوقاية من الارغنوميا، الإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، العدد6، 2016، جامعة الجزائر2.
5. عبد الرحمن إبراهيم الشاعر :مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ،دار صفاء للنشر والتوزيع ،ط1،عمان،2015.
6. محمد الحنفاوي : الصحافة والتوعية الصحية ،دار العلم والإيمان ،ط1،مصر،2014.
7. مهند حميد التميمي :التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي ،تكامل أم صراع ، دار مجد للنشر والتوزيع، ط1،الأردن،2016.
8. عبد الرزاق الدليمي : نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان،2016

Romanization of Arabic references:

1. Asmāʾ Muṣṭafá Maḥmūd ʻAbd al-ʻAẓīm : Dawr maṣādir al-maʻlūmāt al-ṣiḥḥīyah fī tashkīl al-Waʻy al-ṣiḥḥī lṭālbāt Jāmiʻat al-Azhar, alʻdd28, 2021, Qism ʻilm al-ijtimāʻ, Kullīyat al-Dirāsāt al-Insānīyah, Jāmiʻat al-Azhar, Miṣr.
2. Zaynab bint Muthanná abwṭālb : al-Majallah al-ʻArabīyah lil-Iʻlām wa-al-Ittiṣāl, Shabakāt al-tawāṣul al-ijtimāʻī ka-maṣdar lil-Maʻlūmāt al-ṣiḥḥīyah ladá al-jumhūr al-Saʻūdī, alʻdd09, 2013, Jāmiʻat al-Malik Saʻūd, al-Mamlakah al-ʻArabīyah al-Saʻūdīyah.

3. ‘Ā’ishah Nawwārī : Majallat Ma‘ārif, Dawr al-I‘lām al-ṣiḥḥī al-tilifizyūnī fī ta‘zīz mustawá al-Wa‘y al-ghidhā’ī ladá al-mar’ah al-rīfīyah al-Jazā’irīyah, al‘dd22, 2021, Jāmi‘at albwyrh, al-Jazā’ir, ṣ1102.
4. ‘Ayshah ‘illat wa Nūrī al-Widd : Majallat al-wiqāyah min alārghnwmyā, alāshbā‘āt al-muḥaqqaqah min istikhdām Shabakāt al-tawāṣul al-ijtimā‘ī ladá al-ṭālib al-Jāmi‘ī, al‘dd6, 2016, Jāmi‘at aljzā’r2.
5. ‘Abd al-Raḥmān Ibrāhīm al-shā‘ir : mawāqi‘ al-tawāṣul al-ijtimā‘ī wa-al-sulūk al-insānī, Dār Ṣafā’ lil-Nashr wa-al-Tawzī‘, Ṭ1, ‘Ammān, 2015.
6. Muḥammad alḥnfāwy : al-Ṣiḥāfah wa-al-Taw‘iyah al-ṣiḥḥīyah, Dār al-‘Ilm wa-al-Īmān, Ṭ1, Miṣr, 2014.
7. Muhannad Ḥamīd al-Tamīmī : al-tilifizyūn wa-shabakāt al-tawāṣul al-ijtimā‘ī, takāmul Umm ṣirā‘, Dār Majd lil-Nashr wa-al-Tawzī‘, Ṭ1, al-Urdun, 2016.
8. ‘Abd al-Razzāq al-Dulaymī : naẓarīyāt al-ittiṣāl fī al-qarn al-ḥādī wa-al-‘ishrūn, Dār al-Yāzūrī al-‘Ilmīyah lil-Nashr wa-al-Tawzī‘, ‘Ammān, 2016.