

دور منصة فيسبوك في نشر الوعي بالصحة النفسية دراسة ميدانية على متابعي صفحة مركز الدعم والتأهيل النفسي - درنة

امداوى عبدالله الغيثي

(محاضر بكلية الاعلام جامعة درنة فرع القبة)

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم فاعلية الأداء الاتصالي لـ "مركز الدعم والتأهيل النفسي درنة" عبر صفحته الرسمية على منصة "فيسبوك"، ورصد دورها في نشر الوعي بقضايا الصحة النفسية وتبديد الوصمة الاجتماعية المحيطة بها في بيئة محلية متأثرة بالأزمات، تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بأسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وجمعت البيانات باستخدام استمارة استبيان إلكترونية طبقت على عينة متاحة (عرضية) قوامها (58) مبحوثاً من المتابعين النشطين للصفحة، واستند البحث إلى نظرية الاستخدامات والإشباع لتفسير سلوك وتفاعل الجمهور الرقمي.

وأظهرت النتائج أن الصفحة حققت أثراً توعوياً إيجابياً ملموساً في رفع الوعي النفسي لدى المبحوثين بإجمالي بلغ 84%، وجاءت "استراتيجيات التعامل مع الضغوط الحياتية" كأبرز الجوانب المستفاد من نسبة 36%، كما كشفت الدراسة عن مفارقة "التفاعل الصامت" الناتجة عن مخاوف الخصوصية والرقابة الاجتماعية؛ حيث يتفاعل 83% من المبحوثين مع المحتوى، لكن هذا التفاعل اقتصر على الأدوات الذاتية كالإعجاب (38%) والتعليق الداخلي (34%)، بينما انخفضت نسبة مشاركة المنشورات علناً (Share) إلى 7% فقط خشية "الوصمة المجتمعية". وأكد 96% من العينة أن حماية الخصوصية هي المحفز الأول للتفاعل. وجاءت "قلة التفاعل من قبل القائمين على الصفحة والمجتمع الرقمي" كأبرز التحديات التي تواجه الجمهور بنسبة 52%.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، فيسبوك، الوعي بالصحة النفسية، مركز الدعم النفسي درنة، الخصوصية الرقمية.

Abstract:

This study aimed to evaluate the effectiveness of the communicative performance of the "Derna Center for Psychological Support & Rehabilitation" through its official Facebook page, examining its role in promoting mental health awareness and deconstructing the associated social stigma within a crisis-affected local community. This descriptive research utilized the audience survey method. Data was collected via an electronic questionnaire distributed to a convenience sample of (58) active followers. The study applied the Uses and Gratifications Theory to analyze the digital audience's behavior and interaction.

The results indicated that the page achieved a tangible positive impact, raising mental health awareness among 84% of the respondents. "Strategies for coping with life stressors" emerged as the most beneficial topic (36%). The study highlighted a "silent interaction" paradox driven by privacy concerns and social surveillance; while 83% of respondents interact with the content, their engagement was limited to private/low-profile tools like "Liking" (38%) and "Commenting" (34%), whereas public sharing (Share) dropped to just 7% due to fear of social stigma. Furthermore, 96% of the sample emphasized that privacy protection is the primary catalyst for engagement. Finally, "the lack of interaction from page administrators and the digital community" was identified as the main challenge by 52% of the respondents.

Keywords: Digital Media, Facebook, Mental Health Awareness, Derna Psychological Support Center, Digital Privacy

مقدمة الدراسة:

يشهد العصر الراهن طفرة هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تحولت معها مواقع التواصل الاجتماعي من مجرد أدوات ترفيهية إلى منصات استراتيجية تؤدي دوراً محورياً في تشكيل الوعي الجمعي وتوجيه التفاعل المجتمعي. وتأتي منصة "فيسبوك" (Facebook) في مقدمة هذه الوسائط الرقمية كأداة اتصالية بالغة الفاعلية في بث المعارف ونشر المعلومات؛ نظراً لقدرتها الفائقة على الوصول إلى شريحة عريضة من الجمهور وتخطي الحواجز الجغرافية والزمنية.

وتكتسب هذه المنصات الرقمية أهمية مضاعفة عند توظيفها في معالجة القضايا الحساسة والمحورية في المجتمع، وفي مقدمتها قضايا الصحة النفسية والإرشاد السلوكي. ففي ظل التحديات المتسارعة والأزمات المركبة والضغوط النفسية والاجتماعية التي تواجه الأفراد، بات من الضروري التفتيش عن قنوات اتصالية بديلة تعزز الوعي السيكولوجي السليم، وتسهم في رفع مستوى الفهم المعرفي بآليات التكيف والدعم النفسي.

بالرجوع إلى الجذور التطورية لمنصة "فيسبوك"، نجد أن النواة الأولى للموقع قد تأسست على يد الطالب "مارك زوكربيرج" (Mark Zuckerberg) في عام 2004، وكان الهدف الأولي منها لا يتعدى تسهيل التواصل البيني بين طلاب جامعة هارفارد الأمريكية. إلا أن المنصة سرعان ما شهدت انتشاراً متسارعاً بين طلبة الجامعات الأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية، وبريطانيا، وكندا. ولم يلبث هذا التطور أن أحدث تحولاً جذرياً في هوية المنصة؛ إذ

انتقلت من مجرد مساحة افتراضية أو مدونة شخصية مقتصرة على تبادل الصور والتواصل العائلي المحدود، لتصبح قناة اتصالية عالمية كبرى تربط بين المجتمعات الإلكترونية المتنوعة، ومنبراً تفاعلياً مفتوحاً لطرح الأفكار ومناقشة القضايا العامة (المقدادي، 2013، ص 34).

وانطلاقاً من هذه الفاعلية الاتصالية، يسعى مركز الدعم والتأهيل النفسي في مدينة درنة إلى توظيف منصة "فيسبوك" كواجهة رقمية وبيئة افتراضية لبث المواد التوعوية، ونشر المصادر والخدمات الإرشادية المتعلقة بالصحة النفسية. وتأتي هذه الخطوة استجابةً للاحتياجات الملحة للمجتمع المحلي في مدينة درنة، والذي مرّ بأزمات وصدمات استثنائية تتطلب جهوداً توعوية مكثفة ومبتكرة لتعزيز الاستقرار النفسي والسلام الأهلي. بناءً على ما تقدم، تأتي هذه الدراسة المستفيضة لاستكشاف واستقصاء آليات الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي، ولا سيما منصة "فيسبوك"، ومدى إسهامها الفعلي في رفع مستويات الوعي النفسي، وزيادة الحصيلة التعليمية والإرشادية حول قضايا الصحة النفسية لدى المجتمع المحلي المستهدف، وفق مؤشرات علمية وميدانية دقيقة.

مشكلة الدراسة (Study Problem):

تتبلور مشكلة الدراسة في رصد وتقييم الدور الفعلي الذي تلعبه منصة "فيس بوك" في نشر ثقافة الصحة النفسية وتبديد الوصمة الاجتماعية المحيطة بها، بالتطبيق على الأداء الاتصالي لمركز الدعم والتأهيل النفسي درنة. وعلى الرغم من الطفرة الهائلة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمنصات للتوعية الجماهيرية، إلا أن هناك فجوة معرفية وميدانية في تحديد مدى فاعلية هذه الرسائل الرقمية في مجتمع محلي مرّ بأزمات وصدمات مركبة (مثل مدينة درنة). وتكمن المشكلة في تشتت الأساليب الاتصالية وغياب تقييم علمي دقيق لمدى استجابة الجمهور المستهدف وتفاعله مع ما ينشره المركز عبر صفحته.

ويمكن صياغة تساؤل المشكلة الرئيسي كالتالي:

"ما مدى فاعلية منصة الفيس بوك في نشر الوعي بالصحة النفسية وتعزيز الخدمات الإرشادية لمركز الدعم والتأهيل النفسي درنة من وجهة نظر الجمهور المستهدف؟"

ويتفرع من هذا التساؤل الرئيسي عدة أسئلة فرعية:

ما هي طبيعة المضامين والأطر التوعوية التي يركز عليها المركز عبر صفحته على فيس بوك؟

ما هي معدلات استخدام وتفاعل الجمهور المستهدف في مدينة درنة مع المنشورات النفسية للمركز؟

ما هي أبرز المعوقات التي تحد من تحقيق الرسالة الاتصالية للمركز أهدافها التوعوية عبر الفيس بوك؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات الوعي النفسي المستمد من الفيس بوك تُعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)؟

أهمية الدراسة (Significance of the Study):

تنقسم أهمية الدراسة إلى جانبين متكاملين:

1. الأهمية العلمية (النظرية):

إثراء المكتبة الأكاديمية: ردد الدراسات الإعلامية والنفسية بإطار نظري يبحث في تقاطع "الإعلام الرقمي والصحة النفسية" (Digital Mental Health Communication)، وهو مجال متنامٍ ويحتاج إلى المزيد من التأصيل العلمي محلياً وعربياً.

تطوير أدوات القياس: تقديم نموذج استبيان ومقاييس علمية يمكن البناء عليها في دراسات مستقبلية لقياس أثر الحملات التوعوية الإلكترونية في بيئات الأزمات.

2. الأهمية العملية (التطبيقية):

تطوير الأداء المؤسسي للمركز: تزويد القائمين على الاتصال في مركز الدعم والتأهيل النفسي درنة برؤية واضحة ومبنية على مؤشرات حقيقية حول طبيعة الجمهور المتفاعل، ومستوى تأثير رسائلهم، ومواطن القوة والضعف في استراتيجيتهم الاتصالية.

خصوصية مجتمع الدراسة: تكتسب الدراسة أهمية بالغة من خصوصية مدينة درنة؛ حيث تلعب الصحة النفسية والتأهيل النفسي دوراً محورياً في السلم الأهلي والاستقرار المجتمعي وتجاوز آثار الأزمات المتلاحقة، مما يجعل تحسين قنوات التوعية أمراً حيوياً لا غنى عنه.

أهداف الدراسة :

1. دراسة كيفية استخدام مركز الدعم والتأهيل النفسي في درنة لفيسبوك كوسيلة لنشر الوعي بالصحة النفسية.
2. قياس مدى تأثير المعلومات والمحتوى المقدم عبر صفحة مركز الدعم على زيادة الوعي بقضايا الصحة النفسية.
3. فهم تجارب الأفراد الذين تفاعلوا مع محتوى المركز على تلك المنصة.
4. التعرف على التحديات التي تواجه المركز أثناء استخدامه لفيسبوك كأداة للتوعية، والفرص المتاحة لتعزيز الجهود.

الدراسات السابقة :

الدراسة الاولى : حدهم الرماح (2025) بعنوان : دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر التوعية بالصحة النفسية

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الدور الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بالصحة النفسية، مستنداً إلى منهج وصفي تحليلي يجمع بين مراجعة الأدبيات وتحليل بيانات ميدانية. وقد تناولت الدراسة منصات مثل فيسبوك، وتويتر، وإنستغرام، وتيك توك، مع التركيز على أبعادها الإيجابية في نشر المعرفة وبناء مجتمعات دعم افتراضية تخفف الوصمة الاجتماعية، وتمكين الأفراد من مشاركة تجاربهم. وفي المقابل، سلطت الضوء على التحديات المتمثلة في انتشار المعلومات المضللة، والمقارنة الاجتماعية المفرطة، والتنمر الإلكتروني، والمخاطر المرتبطة بالتشخيص الذاتي.

أظهرت النتائج تبايناً في مستويات الثقة والتأثير بين المنصات المختلفة، مع ميل أكبر نحو المحتوى المرئي والتفاعلي. وتخلص الدراسة إلى توصيات عملية لصناع المحتوى، والمستخدمين، والجهات الصحية، تهدف إلى تعظيم المنافع وتقليل الأضرار، بما يدعم الصحة النفسية على نطاق واسع.

الدراسة الثانية: ريم عطية حيدر (2025) بعنوان : الصحة النفسية وعلاقتها باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طالبات كلية التربية بالجامعة الأسمرية الإسلامية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على درجة انتشار الصحة النفسية، ودرجة انتشار استخدام أدوات التواصل الاجتماعي، ومعرفة العلاقة بين درجة انتشار الصحة النفسية ودرجة استخدام أدوات التواصل الاجتماعي، واتبعت الباحثة المنهج الوصفي لملاءمته لأهداف الدراسة، وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من (101) طالبة من طالبات كلية التربية بالجامعة الأسمرية الإسلامية بمدينة زليتن، تم اختيارهن بطريقة العينة الطبقية العشوائية، وتم استخدام برنامج (spss) لعملية التحليل، وتوصلت الدراسة إلى أن درجة انتشار الصحة النفسية لأفراد العينة جاءت بدرجة منخفضة حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.15)، كما أظهرت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة جاء بدرجة منخفضة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.90)، كما بينت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصحة النفسية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأوصت الدراسة بالاستفادة من نتائجها في توعية الطالبات بسبل الوصول إلى مستوى عال من الصحة النفسية، وضرورة تقديم الدعم النفسي من خلال استشارات

فردية وجماعية، خاصة للطلاب الذين يعانون من تقلبات مزاجية كالقلق والتوتر أو الشعور بالاكتئاب، وتوعيتهم كذلك باستخدام الصحي لأدوات التواصل الاجتماعي وإقامة الندوات والمحاضرات بهذا الخصوص.

الدراسة الثالثة: وليد عبدالقادر عثمان (2025): بعنوان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومؤشرات الصحة النفسية المرتبطة بها بين طلاب الجامعات: دراسة مقطعية

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أكثر شيوعاً في مجتمعنا الرقمي اليوم، إذ توفر للأفراد فرصاً كبيرة للتواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات. ومع ذلك، ثمة مخاوف بشأن آثارها المحتملة على الصحة النفسية. هدفت هذه الدراسة إلى تقييم مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بمؤشرات الصحة النفسية لدى طلاب العلوم الصحية في جامعة مقديشو. أجريت دراسة مقطعية شملت 268 مشاركاً تم اختيارهم باستخدام أسلوب العينة العشوائية الطبقية. وكشفت النتائج أن 84.7% من الطلاب يقضون أكثر من ثلاث ساعات يومياً على وسائل التواصل الاجتماعي. ارتبط الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي ارتباطاً وثيقاً باضطرابات النوم (نسبة الأرجحية المعدلة: 2.7؛ فاصل الثقة 95%: 1.04-7.04)، والإرهاق الذهني (نسبة الأرجحية المعدلة: 4.7؛ فاصل الثقة 95%: 1.80-12.46)، والعزلة الاجتماعية (نسبة الأرجحية المعدلة: 7.4؛ فاصل الثقة 95%: 1.62-33.35)، والقلق (نسبة الأرجحية المعدلة: 22.2؛ فاصل الثقة 95%: 3.73-131.70). يُلاحظ أن طلاب الجامعات يُفرضون في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مما يؤثر سلباً على صحتهم النفسية. وهذا يُبرز الحاجة إلى الاستخدام المسؤول ووضع إرشادات مؤسسية للتخفيف من هذه الآثار. يُعدّ تثقيف الطلاب حول إدارة وقتهم على وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز عادات صحية أمراً بالغ الأهمية للوقاية من المشكلات الصحية. ينبغي على أولياء الأمور والمحاضرين مراقبة استخدام أبنائهم لوسائل التواصل الاجتماعي ووضع جداول زمنية للدراسة واستخدامها..

دراسة ريهام يوسف (2023) بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلامة النفسية لدى المستخدمين في مصر

استهدفت هذه الدراسة البحث في العلاقة بين متغيري نمط النشاط وإدراك الدعم الاجتماعي عبر موقعي الفيسبوك والانستجرام وبين السلامة النفسية للمستخدم فمن خلال دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقعي الفيسبوك والانستجرام أو أحدهما، تبين وجود علاقة إيجابية تعكس أهمية هذه المواقع في حياة الشباب المصري. فلم تعد هذه المواقع وسائل مواقع ضاغطة على المستخدمين بسبب ما يترتب على متابعتها من المقارنات الاجتماعية والقلق والاكتئاب، بل أصبحت مصادراً للبحث عن الدعم الاجتماعي والشعور بالقبول والتقدير وما يترتب عليه من تحسين للسلامة النفسية. ولا يمكن إغفال الآثار السلبية لهذه المواقع إلا أنه يمكن القول إن الوعي بهذه المواقع والوعي بإمكانياتها وما يمكن أن تحققه من دعم اجتماعي كان له أكبر الأثر في تحسين السلامة النفسية. كما أن الوعي يجعل المستخدم لا يتأثر بما يراه والذي قد يسبب له إحباط أو اكتئاب بل يجعله قادراً على البحث عن مميزات هذه المواقع التي تساعد على تحقيق السلامة النفسية والبعد عن كل ما يجلب له الضرر والمعاناة. وقد يشكل ذلك تطوراً في علاقة المستخدم بهذه المواقع فليد من الوعي والقدرة على تحقيق الاستفادة الكبرى لتحسين صحته النفسية وتحسين حياته بشكل عام

استندت هذه الدراسة على نموذج الاستخدامات المتعددة لمواقع التواصل الاجتماعي والذي ينطوي على عدد من المتغيرات التي تؤثر على تحقيق السلامة النفسية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وقد قامت هذه الدراسة باختبار متغيرين فقط على عينة من الشباب المصري. لذا يمكن للدراسات القادمة في مجال السلامة النفسية ومواقع التواصل الاجتماعي البحث في المتغيرات الأخرى التي ذكرها النموذج وهي: دوافع الاستخدام ومدى قوة العلاقات.

دراسة يونس ، بسمة حسين عيد (2016) بعنوان: إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة،

وهدفت الدراسة التعرف إلى العلاقة بين إدمان شبكات التواصل الاجتماعي والاضطرابات النفسية لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة ومعرفة الفروق في درجة إدمان الشبكات والحالة النفسية لدى طلبة الجامعة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، المستوى الدراسي، نوع التخصص، عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي)، وتكونت عينة الدراسة من (619) طالباً وطالبة من جامعة الأزهر بغزة بنسبة (5%) من المجتمع الأصلي، واستخدمت الأدوات الآتية: مقياس إدمان شبكات التواصل الاجتماعي من إعداد الباحثة، ومقياس قائمة الاضطرابات النفسية من إعداد ليونارد ديروجيتش، رونالدس، ليمان، ولينوكونفي وترجمة للعربية عبد الرقيب البحيري، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وبين الاضطرابات النفسية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة تعزى للنوع ونوع التخصص، ووجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في درجات إدمان شبكات التواصل الاجتماعي تعزى للمستوى الدراسي لصالح المستوى الدراسي الأول، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاضطرابات النفسية تعزى لعدد الساعات التي تقضيها على مواقع التواصل الاجتماعي لصالح (7-9، 4-6) ساعات.

دراسة مراكشي (2014) بعنوان: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين (الفايس بوك – أنموذجاً) ، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي “الفايس بوك” والشعور بالوحدة النفسية ودراسة الأثر المحتمل لكل من الجنس والمستوى الدراسي على متغيرات الدراسة، أجريت الدراسة على عينة مكونة من (421) طالب من جامعة بسكرة، واستخدمت الدراسة مقياس إدمان موقع الفايس بوك من إعداد الباحثة، ومقياس الشعور بالوحدة النفسية لمعدده رسيل ترجمة الباحثة، وأظهرت النتائج أن الطلبة يقضون معظم وقتهم في الدردشة والتواصل مع الأصدقاء على موقع فايس بوك أكثر من ثلاث ساعات يومياً، وأن هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي “فايس بوك” والشعور بالوحدة النفسية، ولا توجد فروق في استخدام الفايس أو الشعور بالوحدة النفسية بين الجنسين، ولكن توجد فروق وفقاً لمتغير العمر.

تساؤلات الدراسة :

1. كيف يؤثر فيسبوك على مستوى الوعي بالصحة النفسية في مركز الدعم والتأهيل النفسي في درنة؟
2. ما هي أنواع المحتوى الأكثر فعالية في نشر الوعي وتعزيز الصحة النفسية عبر صفحة فيسبوك الخاصة بالمركز؟
3. كيف يقيم المجتمع المحلي المعلومات والدعم النفسي المقدمة عبر فيسبوك من حيث الصدق والفائدة؟
4. ما هي التحديات التي تواجه المركز في استخدام فيسبوك للتوعية بالصحة النفسية؟
5. كيف يمكن تحسين استخدام فيسبوك لتعزيز الوعي بالصحة النفسية في المستقبل؟

مصطلحات الدراسة:

تتبع أهمية هذه الخطوة من ان اللغة أحياناً لا تخدم هدفها وذلك بسبب غموض الكثير من التعابير، ففي ايه لغة توجد الكثير من الكلمات التي تحمل معاني مختلفة (عبدالباسط محمد حسن 1998 ص448)

1. الفايس بوك كمنصة إعلامية (Facebook as a Media Platform)

- الفيسبوك يعني وجه الكتاب أو كتاب الوجود ويرجع هذا الاسم إلى اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء و صور زملائهم و أصدقائهم و معلومات مختصرة عنهم ،فهو موقع يساعد على تكوين

علاقات بين المستخدمين و تمكينهم من تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو...

- الفيسبوك هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول و تجارب كبير من الناس خصوصاً الشباب في جميع أنحاء العالم (اللقاني وأحمد الجمل، 1996)
- و يعد كذلك أحد أهم مواقع التشبيك الاجتماعي و هو لا يمثل منتدى اجتماعياً فقط ،و إنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء (صادق، 2008 ، صفحة 21)
- هو أحد أشهر تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي العالمية (Social Networking Sites)، يتيح للمؤسسات والأفراد إنشاء صفحات عامة وحسابات شخصية لمشاركة المضامين النصية، والسمعية، والبصرية (فيديوهات، صور، بث مباشر)، وتسهيل التفاعل الفوري والرجعي (Feedback) بين صانع المحتوى والجمهور دون قيود زمنية أو جغرافية (عبدالباسط، أحمد غاندي 2021).
- التعريف الإجرائي: هي المنصة الرقمية الرسمية والبيئة الافتراضية التي يستهدفها الباحث بالدراسة، والمتمثلة في "الصفحة الرسمية لمركز الدعم والتأهيل النفسي درنة" على الفيس بوك، والتي تُستخدم كقناة اتصالية لبث الرسائل، والمشاهد، والتغطيات الخاصة بالصحة النفسية لجمهور المتابعين في المدينة.
2. الوعي بالصحة النفسية (Mental Health Awareness)
- التعريف النظري: هو مدى معرفة وفهم الأفراد للمفاهيم المرتبطة بالسلامة النفسية، والاضطرابات السلوكية والانفعالية، والقدرة على تمييز المؤشرات الأولية للأزمات النفسية، بالإضافة إلى الإدراك الإيجابي لأهمية طلب الدعم المتخصص وتغيير الصورة النمطية السلبية أو (الوصمة) المرتبطة بالمرض النفسي.
- التعريف الإجرائي: هو مجموع المعارف، والاتجاهات، والسلوكيات التي يكتسبها أو يطورها متابعو صفحة المركز (عينة الدراسة البالغة 58 مبحوثاً) تجاه قضايا الصحة النفسية، ويتم قياسها كمياً عبر استجاباتهم على بنود استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة.
3. مركز الدعم والتأهيل النفسي درنة (Derna Center for Psychological Support & Rehabilitation)
- هو مركز متخصص يعمل تحت إشراف الهيئة الوطنية للصحة النفسية والدعم النفسي والاجتماعي. تأسس عام 2024 بعد احداث كارثة فيضان درنة، ليكون رقيقاً للمواطنين في رحلة التعافي والتوازن النفسي، ومساعدتهم على تجاوز الأزمات والتحديات الاستثنائية لبناء حياة مستقرة والتكيف مع الضغوط.
- الخدمات الأساسية التي يقدمها المركز:
- العلاج النفسي الفردي والجماعي: جلسات لمواجهة القلق والاكتئاب، ومجموعات مساندة لتعزيز التكيف.
- دعم الأطفال والمراهقين: جلسات علاجية متخصصة (باللعب والرسم) مع تقديم الإرشاد للأهل.
- الاستجابة للطوارئ: تقديم الإسعاف النفسي الأولي والدعم المباشر أثناء الأزمات والكوارث.
- التوعية والتثقيف: تنظيم ورش ومحاضرات لنشر ثقافة الصحة النفسية ومكافحة الوصمة المجتمعية.
- الإحالة والمتابعة: تحويل الحالات المتقدمة إلى الجهات المختصة مع توفير خطط متابعة مستمرة.
- التعريف الإجرائي: هو المؤسسة الميدانية التي يتخذها الباحث محلاً للدراسة، حيث يجري التركيز على تقييم رسالتها الاتصالية التوعوية عبر الفيس بوك، وقياس رجع الصدى لدى عينة من المتابعين الافتراضيين لصفحتها والبالغ عددهم (58) شخصاً.
- (مقابلة شخصية مع الأستاذة عبير الهنيد 10 يناير 2026).
4. المتابعين / الجمهور الرقمي (Followers / Digital Audience)
- التعريف الإجرائي: هم المستجيبون الفعليون في الدراسة الحالية، والذين يشكلون العينة المتاحة وقوامها (58) مبحوثاً من المنخرطين في صفحة مركز الدعم والتأهيل النفسي درنة، ويمثلون وحدة التحليل البشري التي تُقاس عليها أهداف الدراسة الحالية.

النظريات الموجهة للدراسة:

أ- نظرية الاستخدامات والإشباع

يستفيد البحث الحالي من نظرية الاستخدامات والإشباع انطلاقاً من كون نظرية الاستخدامات والإشباع مدخلا يوضح ويفسر الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، يتميز بالفاعلية والنشاط، ويسعى من خلال استخدام وسائل الإعلام لتحقيق أهدافه فإنه قادر على تحديد حاجاته ودوافعه، لذا يختار الوسيلة الإعلامية المناسبة لإشباع تلك الاحتياجات ويتمثل نشاطه قبل وبعد التعرض؛ حيث يختار الجمهور قبل التعرض المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباعاً معينة وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها ويهمل الأخرى ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض لها وبمعنى آخر، فإن الجمهور يسعى إلى تحقيق غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، لذا فإن جمهور شبكات التواصل الاجتماعي هو جمهور متفاعل يلجأ لاختيار أحد مواقع الشبكة ليحقق إشباعاً لاحتياجاته في هذه الشبكات بوصفها أماكن افتراضية تلبي حاجات مجموعات محددة من الأشخاص وبالتالي تخلق مجتمع كثيرون من أفراده غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج بيئة الانترنت لذا يعد تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في دراسات مواقع التواصل الاجتماعية ذا أهمية بالغة وفي هذا الإطار تؤكد الدراسات أن الفرضيات التي تنطلق منها هذه النظرية هي :

أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط، يتميز بالفاعلية والنشاط، يسعى إلى تحقيق هدف معين من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.

أن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته، فهو يعرف هذه الرغبات والحاجات ويحاول إشباعها من خلال تعرضه لوسائل إعلامية مختلفة

يستفيد البحث الحالي من نظرية الاستخدامات والإشباع في تفسير كيف يتحول مستخدم "فيسبوك" من متلقي سلبي إلى فاعل نشط في إدارة صحته النفسية. وينعكس ذلك في خطة الدراسة من خلال المحاور التالية:

1. تحديد دوافع التعرض (لماذا يلجأ المستخدم لفيسبوك لتحسين صحته النفسية؟)

تفترض النظرية أن الجمهور يختار الوسيلة بناءً على حاجات مسبقة. في هذه الدراسة، يتم تصنيف دوافع المستخدم إلى:

دوافع هروبية (Escapism): الرغبة في التخلص من ضغوط الحياة اليومية، خفض مستويات التوتر، والهروب من مشاعر القلق أو الملل إلى بيئة افتراضية تفاعلية.

دوافع الدعم والمساندة الاجتماعية: السعي للنشاط للبحث عن مجتمعات رقمية ومجموعات دعم (Facebook Groups) تشارك الفرد نفس الاهتمامات أو التحديات النفسية والاجتماعية.

دوافع التعبير عن الذات (Self-Presentation): التنفيس الانفعالي ومشاركة المشاعر والأفكار وكتابة التدوينات كآلية علاجية (Therapeutic Outlet) للتخفيف من الكبت النفسي.

2. نشاط الجمهور (كيف يتحكم المستخدم في بيئته الرقمية لخدمة راحته النفسية؟)

تطبيقاً لفرضية "الجمهور النشط المسؤول عن اختياراته"، فإن مستخدم فيسبوك في هذه الدراسة يمارس نشاطه عبر ثلاثة مستويات:

قبل التعرض (الانتقاء العمدي): يختار المستخدم الانضمام لصفحات ومجموعات تنشر طاقة إيجابية، أو محتوى توعوي، أو نصائح للصحة النفسية، ويتجنب الصفحات التي تسبب له الإحباط أو القلق.

أثناء التعرض (الإدراك الانتقائي): يركز المستخدم على الرسائل والتعليقات الداعمة والمحفزة، ويهمل المحتويات السلبية أو النزاعات الرقمية لحماية سلامته النفسي.

بعد التعرض (التفاعل والتحسين): يقوم المستخدم بعمل "متابعة" أو "إعجاب" أو "مشاركة" للمحتوى الذي أشعره بالراحة النفسية، مما يعيد تشكيل خوارزميات الفيسبوك لديه لتستمر في تزويده بالمحتوى المحسن للمزاج.

3. الإشباعات المتحققة (كيف يؤدي الاستخدام إلى تحسين الصحة النفسية؟)

فالإشباعات هنا ليست مجرد تسلية، بل هي مخرجات ذات أثر نفسي إيجابي، وتنقسم إلى:

إشباعات نفسية وعاطفية: تشمل الشعور بالراحة، الطمأنينة، خفض حدة الوحدة النفسية، ورفع تقدير الذات من خلال التغذية الراجعة الإيجابية (الإعجابات والتعليقات الداعمة من الأصدقاء).

إشباعات اجتماعية تفاعلية: تعزيز الروابط الاجتماعية، والشعور بالانتماء إلى مجتمع افتراضي يُقدّر الفرد ويستمتع إليه، مما يعوض النقص في العلاقات الواقعية أحياناً. (محمد عبد الحميد 2004)

منهج الدراسة (Research Methodology):

استخدم الباحث المنهج الوصفي والذي يستهدف تصور وتحليل خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد ويهدف إلى الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها (سمير حسين 1999، ص131) تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية (Descriptive Research)، وبناءً على ذلك يعتمد الباحث على منهج المسح (Survey Method)، وتحديداً أسلوب "مسح جمهور وسائل الإعلام" (Audience Survey). اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أسلوب المسح، نظراً لملاءمته لاستقصاء آراء ومستويات وعي المبحوثين ومواقفهم تجاه ما يُنشر.

مبرر اختيار المنهج: يُعد منهج المسح هو الأنسب لطبيعة هذه الدراسة، حيث يسعى إلى رصد، وتوصيف، وتحليل الواقع الاتصالي لصفحة مركز الدعم والتأهيل النفسي درنة عبر الفيس بوك، وقياس مدى إسهامها في نشر الوعي بالصحة النفسية من خلال جمع البيانات الكمية والكيفية من المتابعين مباشرة وتفسيرها دلاليّاً بالاعتماد على أداة الاستبيان.

مجتمع وعينة الدراسة (Study Population & Sample):

1. مجتمع الدراسة:

هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويفصل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بفخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها (محمد عبد الحميد 2004)

يتمثل المجتمع البشري للدراسة في جميع المتابعين والمنخرطين بصفحة "مركز الدعم والتأهيل النفسي درنة" الرسمية على منصة الفيس بوك، والذين يتعرضون للمضامين التوعوية والإرشادية التي ينشرها المركز.

2. حجم العينة (Sample Size):

بلغ قوام عينة الدراسة (58) مبحثاً من المتابعين النشطين لصفحة المركز عبر الفيس بوك، والذين قاموا بالاستجابة لأداة الدراسة وتعبئة الاستمارة بالكامل.

3. نوع العينة (Sample Type):

نوع العينة المستخدمة هو العينة غير الاحتمالية المتاحة / العرضية (Non-Probability Available/Convenience Sample).

مبرر استخدام هذا النوع: نظراً لصعوبة حصر كامل مجتمع الدراسة الفعلي (متابعي الصفحة) بشكل دقيق، وعدم إمكانية تطبيق سحب عشوائي صارم عليهم إلكترونياً، لجأ الباحث إلى "العينة المتاحة" من خلال إتاحة استمارة الاستبيان عبر الصفحة الرسمية للمركز أو مجموعات الدعم التابعة له، واختيار المبحوثين الذين أبدوا رغبة وقدرة على الاستجابة والمشاركة خلال الفترة الزمنية المحددة لجمع البيانات.

أدوات جمع البيانات:

ان ادوات جمع المعلومات من العوامل المساعدة التي تساعد الباحث على اظهار الدراسة بصورة صحيحة وقد تمثلت أدوات جمع البيانات في الدراسة على الاتي:
الاستبيان:

يعرف الاستبيان بأنه أداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة ويكون محدد عن طريق استمارة يجرى تعبئتها من قبل المبحوث (السيد احمد مصطفى 1994).

وتمثلت أداة الدراسة في استمارة استبيان جرى تصميمها إلكترونياً وتوجيهها إلى مجتمع الدراسة المتمثل في متابعي الصفحة الرسمية لمركز الدعم والتأهيل النفسي درنة على شبكة الفيس بوك.

ونظراً لخصائص المجتمع الافتراضي وصعوبة الحصر الشامل، تم الاعتماد على عينة غير احتمالية (متاحة/عرضية)، حيث بلغ القوام النهائي للعينة (58) مبحوثاً من المتابعين الذين تفاعلوا مع الأداة وقاموا بملء الاستمارة بشكل كامل وصحيح خلال فترة العمل الميداني. وتُمثل هذه العينة وحدة التحليل التي سيتم تطبيق الاختبارات الإحصائية عليها لمعرفة دلالات المؤشرات المرتبطة بنشر الوعي النفسي وعلاقتها بالمتغيرات الديموغرافية. "المقابلة: وتعرف بأنها تفاعل لفظي يتم بين شخصين حيث يحاول القائم بالمقابلة ان يحصل على بعض المعلومات لدى المبحوث والتي تدور حول معلوماته وآرائه ومعتقداته (فوزية غرابية: نعيم دهش، 2002، ص71).

حدود الدراسة :

الحدود الجغرافية: عينة من المتابعين لصفحة مركز الدعم والتأهيل النفسي درنة على منصة الفيسبوك.

الحدود الزمنية: تمثلت زمن هذه الدراسة خلال شهر (يناير الى شهر يونيو 2026).

الحدود البشرية: عينة قوامها (58) مفردة.

الجدول رقم (1) يوضح نوع الجنس للعينة

النسبة	التكرار	الفقرة
69%	18	ذكر
31%	40	انثي
100%	58	المجموع

يوضح الجدول رقم (1) التوزيع الديموغرافي لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير "الجنس" (النوع الاجتماعي). ويلاحظ من خلال البيانات الإحصائية أن فئة الإناث هي الأكثر تمثيلاً في عينة الدراسة؛ حيث بلغ تكرارهن (40) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (69%) من إجمالي العينة. في حين جاءت فئة الذكور في المرتبة الثانية بتكرار بلغ (18) مفردة وبنسبة مئوية قدرت بـ (31%).

ويري الباحث ان تفوق نسبة الإناث في التفاعل مع صفحة مركز الدعم والتأهيل النفسي (درنة) عبر منصة فيسبوك إلى عدة عوامل سيكولوجية واجتماعية؛ أبرزها أن الإناث غالباً ما يمتلكن استعداداً وقابلية أعلى للبحث عن المعرفة المتعلقة بالصحة النفسية، والتعبير عن الاهتمام بالدعم النفسي مقارنة بالذكور في المجتمعات المحلية. كما يتسق هذا المؤشر مع العديد من الدراسات السابقة التي تؤكد أن النساء أكثر استخداماً وتفاعلاً مع منصات التواصل الاجتماعي

في الجوانب التوعوية والإرشادية، مما يجعل المحتوى الرقمي للمركز أكثر جاذبية أو وصولاً لهذه الفئة في مدينة درنة.

الجدول رقم (2) يوضح فئة العمر للعينة

الفقرة	التكرار	النسبة
أقل من 18 عاماً	5	9%
18-25 عاماً	6	10%
26-35 عاماً	14	24%
36-45 عاماً	28	48%
أكبر من 45 عاماً	5	9%
المجموع	58	100%

تظهر البيانات أن الفئة العمرية المنحصرة بين (36-45 عاماً) هي الأكثر تمثيلاً في العينة بنسبة بلغت 48% (28 مبحوثاً)، تليها الفئة العمرية (26-35 عاماً) بنسبة 24%. بينما تساوت الفئات العمرية (أقل من 18 عاماً) و(أكبر من 45 عاماً) بنسبة 9% لكل منهما. تعكس هذه النتيجة أن غالبية عينة الدراسة تنتمي إلى فئة الشباب والنضج العملي والعمرى، وهي الفئات الأكثر تفاعلاً مع القضايا الحياتية والنفسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (3) يوضح المستوى التعليمي للعينة

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ابتدائي	0	0%
ثانوي	5	9%
جامعي	35	60%
دراسات عليا	18	31%
المجموع	58	100%

يتضح من الجدول ارتفاع المستوى التعليمي لأفراد العينة بشكل ملحوظ؛ حيث شكل الحاصلون على مستوى جامعي نسبة 60% (35 مبحوثاً)، يليهم حملة الدراسات العليا بنسبة 31% (18 مبحوثاً)، في حين اقتصر التعليم الثانوي على 9% وانعدمت الفئة الابتدائية (0%). هذا الارتفاع في المستوى التعليمي (بإجمالي 91% للتعليم الجامعي وفوق الجامعي) يعطي مصداقية أكبر لوعي العينة وقدرتهم على تقييم محتوى الدعم النفسي بدقة.

الجدول رقم (4) يوضح استخدام الفيس بوك

الفقرة	التكرار	النسبة
نعم	48	83%
لا	10	17%
المجموع	58	100%

يشير الجدول إلى أن الغالبية العظمى من العينة يستخدمون منصة فيسبوك بنسبة بلغت 83% (48 مبحوثاً)، مقابل 17% فقط لا يستخدمونه (10 مبحوثين). تؤكد هذه النتيجة على الأهمية الاستراتيجية لاعتماد مراكز الدعم النفسي على هذه المنصة للوصول إلى الجمهور المستهدف.

الجدول رقم (5) يوضح عدد الساعات التي يقضيها افراد العينة على الفيس بوك

الفقرة	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	4	7%
من 1-2 ساعة	13	22%
من 3-4 ساعات	30	52%
اكثر من 4 ساعات	11	19%
المجموع	58	100%

تبيّن المؤشرات أن أكثر من نصف أفراد العينة بنسبة 52% يقضون من (3-4 ساعات) يومياً على فيسبوك، يليها من يقضون (1-2 ساعة) بنسبة 22%، ثم (أكثر من 4 ساعات) بنسبة 19%. تعكس هذه الأرقام معدل ارتباط واستخدام مرتفع للمنصة، مما يزيد من فرص تعرضهم للمنشورات التوعوية التي يطلقها المركز.

الجدول رقم (6) يبين متابعة افراد العينة لصفحة مركز الدعم النفسي

الفقرة	التكرار	النسبة
نعم	58	100%
لا	0	—
المجموع	58	100%

أظهرت النتائج أن 100% من أفراد العينة (58 مبحوثاً) يتابعون صفحة مركز الدعم النفسي. يعزز هذا الإجماع التام من دقة نتائج المحاور التالية؛ حيث إن جميع أفراد العينة مستهدفون حقيقيون ولديهم تجربة مباشرة ومعاينة فعلية للمحتوى المقدم عبر الصفحة.

جدول رقم (7) يوضح مدى الدراية بالدعم النفسي قبل استخدام فيسبوك

الفقرة	التكرار	النسبة
نعم	40	69%
لا	18	31%
المجموع	58	100%

يوضح الجدول أن 69% من المبحوثين كان لديهم دراية مسبقة بالدعم النفسي قبل استخدام فيسبوك، في حين أن 31% لم يكن لديهم دراية. تبرز النتيجة الأخيرة (نحو ثلث العينة) الدور المحوري الذي يمكن أن تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي كبوابة أولى للتعريف بمفهوم الدعم النفسي لمن يفتقرون للوعي به.

الجدول رقم (8) يبين هل ساهمت صفحة فيسبوك الخاصة بالمركز في زيادة وعيك بالصحة النفسية

الفقرة	التكرار	النسبة
نعم بشكل كبير	20	34%
نعم الى حد ما	29	50%
لا لم اشعر بالتغيير	9	16%
المجموع	58	100%

تشير النتائج إلى أثر إيجابي واضح للصفحة؛ حيث يرى 50% من المبحوثين أن الصفحة ساهمت في زيادة وعيهم (إلى حد ما)، و 34% يرون أنها ساهمت (بشكل كبير). في مقابل 16% فقط لم يشعروا بالتغيير. يعني ذلك أن الإجمالي العام للأثر الإيجابي (كبير + متوسط) قد قارب 84%، مما يثبت نجاح الصفحة في تحقيق أهدافها التوعوية.

الجدول رقم (9) يوضح الجوانب التي تعتقد أن صفحة فيسبوك ساهمت في توعيتك بها

النسبة	التكرار	الفقرة
34%	20	أهمية الصحة النفسية
14%	8	أنواع الدعم المتاحة
16%	9	كيفية الوصول الى المساعدة
36%	21	استراتيجيات التعامل مع الضغوط
100%	58	المجموع

جاءت "استراتيجيات التعامل مع الضغوط" في المرتبة الأولى بنسبة 36% (21 مبحوثاً)، تلتها مباشرة التوعية بـ "أهمية الصحة النفسية" بنسبة 34%. بينما توزعت النسب المتبقية بين "كيفية الوصول إلى المساعدة" (16%) و"أنواع الدعم المتاحة" (14%). توضح هذه النتيجة اهتمام المبحوثين بالجانب التطبيقي والعملية (إدارة الضغوط) والجانب المعرفي العام كأولويات رئيسية.

الجدول رقم (10) يوضح تقييم جودة المعلومات المقدمة حول الدعم النفسي عبر صفحة فيسبوك الخاصة بالمركز

النسبة	التكرار	الفقرة
31%	18	ممتاز
36%	21	جيد جداً
17%	10	جيد
14%	8	متوسط
2%	1	ضعيف
100%	58	المجموع

حاز مستوى الجودة المقدم على تقييمات إيجابية مرتفعة؛ إذ حصل خيار "جيد جداً" على المرتبة الأولى بنسبة 36%، يليه خيار "ممتاز" بنسبة 31%، ثم "جيد" بنسبة 17%، و"متوسط" بنسبة 14%، في حين انخفض التقييم "ضعيف" إلى 2% فقط. يعكس ذلك الرضا العام لأفراد العينة عن المادة العلمية والفنية التي يبثها المركز.

الجدول رقم (11) يبين تعتقد أن المعلومات المقدمة عبر صفحة فيسبوك دقيقة وموثوقة

النسبة	التكرار	الفقرة
59%	34	نعم
31%	18	لا
10%	6	لا أعلم
100%	58	المجموع

يرى 59% من أفراد العينة أن المعلومات المقدمة دقيقة وموثوقة، بينما أبدى 31% شكوكهم بالإجابة بـ (لا)، وتوقف 10% عند خيار (لا أعلم). ورغم أن النسبة الأكبر تميل للموثوقية، إلا أن وجود 31% لا يرونها موثوقة يستدعي من المركز مراجعة مصادره وتوثيق منشوراته لتعزيز مصداقيته الرقمية.

الجدول رقم (12) يبين هل تفاعلت مع المحتوى المتعلق بالدعم النفسي على صفحة فيسبوك الخاصة بالمركز

النسبة	التكرار	الفقرة
83%	48	نعم
17%	10	لا
100%	58	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (12) أن الغالبية العظمى من أفراد العينة بنسبة 83% (بتكرار 48) يميلون إلى التفاعل مع المحتوى المتعلق بالدعم النفسي المنشور على صفحة المركز، في حين أفاد 17% فقط (بتكرار 10) بعدم تفاعلهم. تُشير هذه النتيجة إيجابياً إلى أن المحتوى الذي يقدمه المركز لا يقتصر على المشاهدة العابرة (التعرض السلبي)، بل يمتلك القدرة على جذب اهتمام المستخدمين ودفعهم للمشاركة والتفاعل الإيجابي، مما يعكس حيوية الصفحة ومناسبة موضوعاتها لاهتمامات المتابعين.

الجدول رقم (13) يبين إذا كانت الإجابة بنعم، كيف تفاعلت

الفقرة	التكرار	النسبة
مشاركة المنشورات	4	7%
التعليق	20	34%
الاعجاب	22	38%
المشاركة في الفاعليات	7	12%
أخرى تذكر	5	9%
المجموع	58	100%

يتضح من الجدول رقم (13) المحدد لآليات التفاعل، أن خيار "الإعجاب" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 38% (بتكرار 22)، يليه مباشرة خيار "التعليق" بنسبة 34% (بتكرار 20). وفي المقابل، انخفضت نسبة "مشاركة المنشورات" (Share) لتصل إلى 7% فقط (بتكرار 4).

تُعزى هذه النتيجة سيكولوجياً واجتماعياً إلى طبيعة قضايا الصحة النفسية؛ فالأفراد يفضلون أشكال التفاعل "الذاتية" أو المحدودة كالإعجاب والتعليق داخل الصفحة، بينما يترددون في عمل "مشاركة" للمحتوى على صفحاتهم الشخصية العامة لتجنب نظرة الآخرين أو ما يُعرف بـ "الوصمة المجتمعية" المرتبطة بالاضطرابات أو الاستشارات النفسية.

الجدول رقم (14) يبين هل تشعر بالقلق عند تقديم معلوماتك الشخصية على الفيسبوك

الفقرة	التكرار	النسبة
نعم	34	59%
لا	24	41%
المجموع	58	100%

يبيّن الجدول رقم (14) أن أكثر من نصف المبحوثين بنسبة 59% (بتكرار 34) يشعرون بالقلق والتحوط عند تقديم معلوماتهم الشخصية على منصة فيسبوك، بينما أبدى 41% (بتكرار 24) عدم قلقهم.

تؤكد هذه النتيجة وجود هاجس أمني ورقمي لدى النسبة الأكبر من عينة الدراسة حول الخصوصية وسرية البيانات على المنصات الرقمية العامة، وهو مؤشر حرج يجب على مراكز الدعم النفسي مراعاته عند طلب أي بيانات أو تقديم استشارات تتطلب كشف الهوية.

الجدول رقم (15) يبين كيف تؤثر مخاوف الخصوصية مع مستوى تفاعلك مع محتوى الصحة النفسية على الفيسبوك

الفقرة	التكرار	النسبة
تؤدي الى تفاعل اقل	15	26%
الحفاظ على مشاركة معلوماتي	18	31%
لاتؤثر على تفاعلي	25	43%
المجموع	58	100%

تشير بيانات الجدول رقم (15) إلى تبعد استجابات العينة نحو أثر مخاوف الخصوصية؛ حيث أفاد 43% (بتكرار 25) بأن هذه المخاوف "لا تؤثر على تفاعلهم"، في حين ذكر 31% (بتكرار 18) أنهم يتفاعلون ولكن مع "الحفاظ على مشاركة معلوماتهم" (أي التفاعل بحذر أو بأسماء مستعارة مثلاً)، بينما صرح 26% (بتكرار 15) بأن مخاوف الخصوصية "تؤدي إلى تفاعل أقل".

يُستنتج من ذلك أن مجموع من تتأثر سلوكياتهم الاتصالية سلباً أو جزئياً بسبب الخصوصية يمثل 57% (مجموع الفئتين الأولى والثانية)، مما يعني أن المخاوف الرقمية تشكل كابحاً حقيقياً يمنع شريحة واسعة من الاستفادة الكاملة من محتوى الصفحة.

الجدول رقم (16) يبين هل تفضل ان يكون المحتوى حول الصحة النفسية متاحاً للجمهور او مجموعة مغلقة

الفقرة	التكرار	النسبة
متاح للجمهور	44	76%
مجموعة مغلقة	10	17%
لا اهتم	4	7%
المجموع	58	100%

أظهرت النتائج في الجدول رقم (16) تفوقاً ساحقاً لخيار التفضيل بأن يكون المحتوى "متاحاً للجمهور العريض" بنسبة 76% (بتكرار 44)، مقابل 17% فقط يفضلون "المجموعات المغلقة" (Groups)، و 7% ذكروا أنهم "لا يهتمون". توضح هذه النتيجة وعياً جماعياً لدى أفراد العينة بأهمية نشر المعرفة النفسية وتعميم الفائدة للجميع دون قيود، حيث يرى المبحوثون أن الصفحات العامة المفتوحة تسهم بشكل أفضل في نشر الوعي ومحاربة الجهل بالقضايا النفسية على نطاق مجتمعي أوسع.

الجدول رقم (17) يبين هل تأثرت برغبتك في مشاركتك للمحتوى حول الصحة النفسية بسبب وجود أصدقاء او زملاء لديك على الفيسبوك؟

الفقرة	التكرار	النسبة
نعم اشعر بتردد	7	12%
لا أشارك بحرية	19	33%
أحياناً يعتمد على الموضوع	32	55%
المجموع	58	100%

وفقاً للجدول رقم (17)، تبين أن النسبة الأكبر من المبحوثين ومعدلها 55% (بتكرار 32) يرتبط ترددها في مشاركة المحتوى بطبيعة الموضوع نفسه ("أحياناً يعتمد على الموضوع") نظراً لوجود زملاء أو أصدقاء على حساباتهم. بينما أفاد 33% بأنهم "يشاركون بحرية" دون قيد، و 12% يعانون من "تردد دائم". تُعزز هذه النتيجة فرضية "الرقابة الاجتماعية الذاتية" على وسائل التواصل؛ فالمبحوث يوازن بين الفائدة المعرفية وبين صورته الذهنية أمام زملائه وأصدقائه، مما يجعل بعض المواضيع الحساسة (مثل الاكتئاب، المشاكل الأسرية الحادة) أقل حظاً في النشر والمشاركة مقارنة بالمواضيع العامة كالنظير الذاتي أو إدارة الوقت.

الجدول رقم (18) بين ما مدى أهمية حماية الخصوصية في التحفيز على مشاركة و التفاعل مع محتوى الصحة النفسية عبر الفيسبوك؟

النسبة	التكرار	الفقرة
60%	35	مهمة جدا
36%	21	مهمة
2%	1	غير مهمة
2%	1	لا اعلم
100%	58	المجموع

أظهر الجدول رقم (18) إجماعاً شبه تام على أهمية الخصوصية كحافز للتفاعل؛ حيث اعتبر 60% من المبحوثين (بتكرار 35) أن حماية الخصوصية "مهمة جداً"، و36% اعتبروها "مهمة"، في حين ضوّلت نسب خيارات "غير مهمة" و"لا أعلم" عند 2% لكل منهما.

تؤشر هذه النسبة التراكمية المرتفعة جداً (96% يجمعون بين مهمة ومهمة جداً) إلى أن توفير بيئة رقمية آمنة تضمن سرية هوية المستخدمين وبياناتهم الاستشارية يعد الركيزة الأساسية والشرط الأول لنجاح أي منصة إلكترونية تقدم خدمات الدعم النفسي.

الجدول رقم (19) هل واجهت أي تحديات عند البحث عن معلومات الدعم النفسي عبر صفحة فيسبوك

النسبة	التكرار	الفقرة
36%	21	نعم
64%	37	لا
100%	58	المجموع

يشير الجدول رقم (19) إلى أن غالبية أفراد العينة بنسبة 64% (بتكرار 37) لم يواجهوا أي تحديات أو صعوبات عند البحث عن معلومات الدعم النفسي عبر الصفحة، في حين أقرّ 36% (بتكرار 21) بوجود تحديات واجهتهم. رغم أن النسبة الأكبر تتناسب بسلاسة في تصفح الصفحة والحصول على معلوماتها، إلا أن وجود أكثر من ثلث العينة (36%) يواجهون عوائق، يستدعي وقوف إدارة المركز على مسببات هذه الصعوبات وتفكيكها لتجويد تجربة المستخدم.

الجدول رقم (20) يبين إذا كانت الإجابة بنعم، فما هي التحديات التي واجهتها

النسبة	التكرار	الفقرة
19%	11	عدم توفر المعلومات
20%	12	عدم دقة المعلومات
52%	30	قلة التفاعل من قبل المجتمع
9%	5	أخرى تذكر
100%	58	المجموع

عند تفصيل طبيعة التحديات في الجدول رقم (20)، جاء عائق "قلة التفاعل من قبل المجتمع" في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 52% (بتكرار 30)، يليه بفارق كبير "عدم دقة المعلومات" بنسبة 20% (بتكرار 12)، ثم "عدم توفر المعلومات" بنسبة 19% (بتكرار 11).

تثبت هذه النتيجة الهامة أن الإشكال الأساسي الذي يواجه المستخدمين ليس في البنية التقنية أو غياب المحتوى بحد ذاته، بل يكمن في "جمود البيئة الاتصالية" ونقص التفاعل الحي والديناميكي (سواء من قبل القائمين على الصفحة في

الرد على الاستفسارات، أو من قبل ضعف التآزر بين أعضاء المجتمع الرقمي أنفسهم)، وهو ما يشعر المستخدم بالانعزالية ويقلل من القيمة المضافة لصفحة الدعم النفسي.

النتائج والتوصيات :

أولاً: نتائج الدراسة (Results)

- 1: الخصائص الديموغرافية المتوازنة معرفياً: أظهرت النتائج أن العينة يغلب عليها فئة الشباب والنضج العمراني (الفئة 26-45 عاماً بنسبة 72%)، مع ارتفاع ملحوظ في المستوى التعليمي (جامعي ودراسات عليا بنسبة 91%)، مما يمنح استجاباتهم وتقييماتهم مستوى عالٍ من الوعي والمصادقية.
- 2: الاعتماد الكثيف والارتباط بالمنصة: تبين أن الغالبية العظمى من المبحوثين يستخدمون منصة فيسبوك (83%)، ويمضون عليها وقتاً طويلاً (3-4 ساعات يومياً بنسبة 52%)، مع وجود متابعة وإجماع كامل (100%) لصفحة مركز الدعم النفسي محل الدراسة.
- 3: الأثر التوعوي الإيجابي للمحتوى: نجحت الصفحة في رفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين بإجمالي أثر (كبير ومتوسط) قارب 84%، وجاءت "استراتيجيات التعامل مع الضغوط" و"أهمية الصحة النفسية" كأبرز الجوانب التي استفاد منها الجمهور بنسبة (36% و34% على التوالي).
- 4: جودة وموثوقية مقبولة مع حاجة للتطوير: حاز المحتوى على تقييم جودة (ممتاز وجيد جداً) بنسبة 67%، ورأى 59% أن المعلومات دقيقة وموثوقة، بينما أظهر 31% تشككاً في دقة وموثوقية بعض ما يُنشر.
- 5: تفضيل المحتوى المفتوح: أظهرت الدراسة رغبة واضحة لدى المبحوثين (76%) بأن يكون محتوى التوعية النفسية متاحاً للجمهور العام عبر الصفحات المفتوحة لتعميم الفائدة، وليس حكراً على المجموعات المغلقة.
- 6: مفارقة التفاعل الصامت والوصمة المجتمعية: رغم أن 83% يتفاعلون مع الصفحة، إلا أن أشكال التفاعل اقتصر على "الإعجاب والتعليق الداخلي" (إجمالي 72%)، بينما انخفضت نسبة "مشاركة المنشورات - Share" إلى 7% فقط؛ بسبب تردد 67% من المبحوثين (دائماً أو أحياناً) من مشاركة المحتوى نتيجة وجود أصدقاء أو زملائهم يراقبون حساباتهم.
- 7: الهاجس الأمني والخصوصية الرقمية: صرّح 59% بوجود قلق لديهم من تقديم بياناتهم الشخصية على المنصة، وأكد 96% من العينة أن حماية الخصوصية هي المحفز الأول والأساسي لزيادة تفاعلهم مع محتوى الصحة النفسية.
- 8: جمود البيئة الاتصالية كأبرز التحديات: واجه 36% من العينة تحديات عند البحث عن المعلومات، وجاءت "قلة التفاعل من قبل المجتمع الرقمي والقائمين على الصفحة" كأبرز تحدٍ بنسبة 52%، متفوقة على سُح المعلومات أو عدم دقتها.

ثانياً: توصيات الدراسة (Recommendations)

بناءً على النتائج السابقة، يوصى بالآتي:

- 1: توثيق وتعزيز مصداقية المحتوى: ضرورة قيام مركز الدعم النفسي بتوثيق مصادر المعلومات الطبية والنفسية المنشورة، والإشارة إلى أسماء الأطباء والاختصاصيين المشرفين عليها، لتبديد شكوك النسبة التي طالبت بدقة وموثوقية أعلى (31%).
- 2: تطوير قنوات استشارية سرية: نظراً للقلق العالي من الخصوصية (59%)، يُوصى بعدم الاكتفاء بالمنشورات العامة لتقديم الاستشارات، وتوفير نوافذ استشارية برمجية آمنة (مثل خطوط ساخنة، أو تطبيقات مشفرة، أو تفعيل ميزة الرسائل الخاصة المؤتمتة ذات السرية التامة) لضمان حماية هوية المستفيدين.

- 3: تنشيط البيئة التفاعلية (أنسنة المنصة): علاج التحدي الأكبر (قلة التفاعل 52%) عبر تعيين فريق متخصص لإدارة المجتمعات الرقمية (Community Management) يقوم بالرد الفوري والمهني على تعليقات المستخدمين واستفساراتهم، وخلق بيئة تفاعلية حية تكسر جمود الصفحة.
- 4: التركيز على المحتوى التطبيقي والعملي: تكثيف المنشورات التي تتناول "استراتيجيات التعامل مع الضغوط اليومية والحياتية"؛ لكونها المطلب الأول والاهتمام الأبرز للجمهور المستهدف (36%).
- 5: ابتكار مواد إعلامية تراعي الخصوصية (المشاركة غير المباشرة): بما أن المبحوثين يترددون في عمل (Share) للمنشورات خوفاً من رقابة الأصدقاء، يُنصح بتصميم محتوى توعوي يسهل حفظه وتداوله بشكل خاص (مثل كتيبات PDF إلكترونية، أو إنفوجرافيك قابل للتحميل الصامت، أو فيديوهات قصيرة تركز على مهارات عامة كـ "تنظيم الوقت" أو "المرونة النفسية" دون إشعار الآخرين بوجود مشكلة نفسية لدى الناشر).
- 6: توسيع النطاق المعرفي الرقمي: الاستفادة من التواجد الكثيف للشباب (الذين يمثلون الفئة العمرية الأكبر والمستوى التعليمي العالي) عبر تنظيم فعاليات وندوات افتراضية (Webinars) تبث مباشرة على الصفحة لتعميق الوعي السيكولوجي السليم.

أولاً: الكتب والمراجع :

- أحمد غاندي عبد الباسط. (2021). الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي: الرؤية والنظرية. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ص ص 112-114.
- أحمد مصطفى السيد. (1994). البحث الإعلامي. ليبيا: منشورات جامعة قاريونس، ص 131.
- أحمد علي الجمل، وأحمد اللقاني. (1996). معجم المصطلحات التربوية. القاهرة: عالم الكتب.
- خالد غسان يوسف المقدادي. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. عمان: دار النفائس.
- سمير حسين. (1999). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب، ص 131.
- عباس مصطفى صادق. (2008). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل. (د.م.ن): دار الشروق.
- عبد الباسط محمد حسن. (1998). أصول البحث الاجتماعي. القاهرة: مطبعة لجنة البيان العربي.
- فوزية غرابية، ونعيم دهش. (2002). أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية (ط. 3). عمان، الأردن: وائل للنشر والتوزيع.
- محمد عبد الحميد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ط. 2). القاهرة، مصر: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ص 130.
- محمد عبد الحميد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط. 3). القاهرة: عالم الكتب، ص 264.

ثانياً: الرسائل العلمية :

- مريم مراكشي. (2014). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين (الفيسبوك – أنموذجاً) (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة محمد خضير، الجزائر.
- بسمة حسين عيد يونس. (2016). إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة.

ثالثاً: المجلات العلمية :

- حدهم خليفة امقيق الرماح. (ديسمبر 2025). دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر التوعية بالصحة النفسية. مجلة الأصاله، المجلد العاشر (العدد 12)، ص 367.
- ريهام سامي يوسف. (ديسمبر 2023). مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلامة النفسية لدى المستخدمين في مصر. مجلة جامعة MSA، المجلد 2 (العدد 6)، ص ص 58-59.
- ريم عطية حيدر. (مارس 2025). الصحة النفسية وعلاقتها باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طالبات كلية التربية بالجامعة الأسمرية الإسلامية. مجلة العلوم التربوية، المجلد 6 (العدد 1).
- وليد عبد القادر عثمان. (2025). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومؤشرات الصحة النفسية المرتبطة بها بين طلاب الجامعات. مجلة التقارير العلمية، المجلد 15 (رقم المقال: 9534)، مقديشو، الصومال.

رابعاً: المقابلات الميدانية :

- عبير فهيم (مسؤول الإعلام بمركز الدعم والتأهيل - درنة). مقابلة شخصية أجراها الباحث بتاريخ 1 يناير 2026.