



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية



قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص العلاقات العامة

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

أثر استخدام المواقع الالكترونية على التوعية الصحية
دراسة تحليلية على عينة من مضامين الموقع الالكتروني للمؤسسة العمومية
الإستشفائية "عشعاشة"

تحت إشراف الأستاذ:

د. بوجمعة العماري

❖ من إعداد الطالبين:

- بومعزة صالح

- بكابرية سفيان

أعضاء اللجنة المناقشة

رئيسا

مناقشا

بلفوضيل نصيرة

بوبكر فاطمة الزهرة

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

الشكر

أول مشكور هو الله عز وجل، ثم والداي علي كل مجهوداتهم منذ ولادتي إلى هذه اللحظة، أنتم كل شيء أبارككم في الله أشد البركة.

يسرني أن أوجه شكري لكل من نصحتني أو أرشدني أو وجهتني أو ساهم معي في إعداد هذه المذكرة بإيطالي للمراجع والمصادر المطلوبة في أي مرحلة من مراحلها، وأشكر على وجه الخصوص أستاذي الفاضل الدكتور بجامعة العماري وأخي الدكتور بومعزة بلال على مساندي وإرشادي بالنصح والتصحيح وعلى اختيار العنوان والموضوع، كما أن شكري موجه لإدارة كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، بجامعة مستغانم

كما لا يفوتني أن أقدم جزيل الشكر إلى أساتذة لجنة المناقشة على ما سوف يبذلونه من جهد في قراءة هذه المذكرة وتقييمها وأسأل الله أن يكرمكم

ويجزىكم خير الجزاء

والله ولي التوفيق

إهداء

بكل معاني الحب والخشوع وكل نبضات القلب وتردد الأنفاس أهدي هذه الصفحات إلي من أضاء لي

طريقي وإلى من وفروا لي سبيل التعليم والنجاح

إلى روح جدتي و جدي الغاليين الذين مازالا يعيشان في القلب مع كل نبضة ، بالرغم من الفراق فرحمكم

الله رحمة واسعة

إلى التي كانت طواتها تضيء لي الكون وتنبير لي درب الحياة إلى نبع العنان وسر الوجدان إلى أمي

الغالية شفاهما الله

إلى من شق الظلام ليبريني النور إلى ذلك البرج العالي منبع الصبر والحكمة والدي العزيز

الذين كانوا شموع طريقي في وسط الصعاب أوثق رابطة وأنبل علاقة إخوتي حفظهم الله إلى كل

الذين أحبهم واحتفظ في قلبي بذكراهم إلى من عرفني وعرفته من قريب أو من بعيد.

المحتويات

1.....	أ.مقدمة
5.....	II. الإطار المنهجي
5.....	تمهيد:
5.....	1. أهداف الدراسة.....
6.....	2.أهمية الدراسة.....
6.....	3.إشكالية وتساؤلات الدراسة.....
8.....	4. فرضيات الدراسة.....
9.....	5.مفاهيم الدراسة والمصطلحات.....
9.....	أ- الموقع الالكتروني.....
9.....	ب- الوسائط الالكترونية.....
10.....	ت - التوعية الصحية.....
11.....	ث- تعريف الفايبيوك.....
12.....	ج- صفحة الفيسبوك الرسمية للمؤسسة.....
13.....	6. نوع الدراسة.....
14.....	7. المنهج الدراسة.....
15.....	8. أدوات الدراسة.....
16.....	9.الدراسات السابقة.....
24.....	III. الإطار النظري
24.....	الفصل الأول: المواقع الالكترونية
24.....	تمهيد

24	المبحث الأول: المواقع الالكترونية
25	1. تطور المواقع الالكترونية
26	2. تعريف الموقع الالكتروني
26	3. أنواع المواقع الالكترونية
29	4. وظائف المواقع الالكترونية
32	5. خصائص المواقع الالكترونية وفوائدها
37	الفصل الثاني: التوعية الصحية
37	تمهيد
37	1. مفاهيم الوعي الصحي
40	2. أنواع ومجالات الوعي الصحي
43	3. أهداف التوعية الصحية وأهميتها
43	3.1 أهدافها
44	3.2 أهمية التوعية الصحية
47	الفصل الثالث: أثر المواقع الالكترونية في التوعية الصحية
47	تمهيد
48	المبحث الأول: أثر ودور المواقع الالكترونية في تحقيق التوعية الصحية
48	1. تمهيد
48	2. دور المواقع الالكترونية في التوعية الصحية
50	3. أثر استخدام المواقع الالكترونية في تنمية الوعي الصحي
51	المبحث الثاني: أهمية وأهداف المواقع الالكترونية
51	1. أهمية المواقع الالكترونية
52	2. أهداف المواقع الالكترونية في تنمية الوعي الصحي
53	خلاصة

55	الفصل الرابع : الإطار التطبيقي
55	تمهيد
55	1. التعريف المؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة
57	2. التعريف بمصالح المستشفى ومهامها
61	3. عرض نتائج تحليل المضمون
62	4. الفئات المستخدمة في الدراسة التحليلية
62	4.1. فئة الشكل كيف قيل؟:
63	4.2. فئة المضمون ماذا قيل ؟
64	أ- الفئات التي تجيب على سؤال كيف قيل ؟
84	ب. الفئات التي تجيب على سؤال ماذا قيل؟:
98	IV. النتائج العامة.
100	V. الخاتمة.
101	VI. قائمة المراجع.
103	VII. فهرس الجداول.
104	VIII. فهرس البيانات.

ملخص الدراسة:

تلعب المواقع الإلكترونية وصفحات الفيسبوك دورا هاما في نشر وتنمية الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع، وتزويدهم بالمعلومات الصحية عن مختلف القضايا، وتقوية المعرفة للمواطنين من خلال إقامة حملات صحية توعوية، هدفها زيادة التثقيف الصحي لديهم، ومن أهم أهداف دراستنا هي معرفة دور وتأثير المواقع الإلكترونية في التوعية الصحية خاصة في المؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة، بحيث تمثل مجتمع الدراسة في المؤسسة الإستشفائية بعشعاشة، وعينة قصدية من الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك خلال الفترة المنحصرة من 04 فيفري إلى غاية 12 مارس 2023.

بحيث إستخدمنا التحليل الكيفي والكمي لمنشورات الموقع وصفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة، وذلك لمعرفة أهم المضامين والمواضيع، ودراسة تحليلية لصورها التي تم نشرها عبر وسائل الإعلام الجديد بغرض التوعية الصحية، وذلك باعتماد على أداة تحليل المضمون وأداة جمع البيانات وتطبيقها على عينة الدراسة، فعملنا على تقسيم وإحصاء عدد وأنواع الموضوعات التي جاءت في المنشورات وجداول والرسومات البيانية، وثم التعليق عليها وتحليلها بغرض الوصول إلى استنتاجات وملاحظات تصب في معرفة دور وتأثير المواقع الإلكترونية في التوعية الصحية.

ومن أهم النتائج التي وصلنا إليها بعد إجراء هذه الدراسة هي أن الأهداف الرئيسية للموقع الإلكتروني هو إقناع وتحفيز أفراد المجتمع نحو إتباع طرق وأساليب وقائية للحفاظ على حياتهم وحياة غيرهم، ويكون هذا بإجتهد القائم عليه من خلال جودة التصميم ودقة إنتقاء المعلومات الصحية التي تقدم في المواقع الإلكترونية بأنماط تحريرية فنية الإلكترونية، والمعلومات ذات الفائدة الكبيرة تكون مرفقة بالصور أو فيديو أو نص مطبوع أو رسومات ذات مزيج من الألوان التي تجذب انتباه وإستقطاب الجمهور المستهدف المتصفحين وزيادة عدد المتابعين، والتأثير عليهم وتغيير أفكارهم واتجاهاتهم نحو ما هو أفضل من خلال ما يتم نشره.

الكلمات المفتاحية: المواقع الإلكترونية، التوعية الصحية، البريد الإلكتروني.

مقدمة

1. مقدمة:

أثارة التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلت نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال حيث أنتشرت شبكة الأنترنت في كافة أرجاء المعمورة وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بقضايا واسعة، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، وإستفادة كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكة المحادثة التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث وخلق نوعا من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة وبين مستخدمين أنفسهم من جهة أخرى منذ بداية ظهور أجهزة الكمبيوتر، ومن ثم شبكة الأنترنت شهد العالم ظاهرة تأسيس المواقع الإلكترونية، فبادرت الهيئات والمؤسسات الحكومية والشركات الربحية وغير الربحية إلى إنشاء المواقع المتعددة حظيت باهتمام كبير من الزوار خصوصا المواقع، بحيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر إنتشارا على شبكة الأنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية مما شجع متصفح الأنترنت من كافة أنحاء العالم على إقبال المتزايد عليها، وهذا أدى إلى تعزيز الخدمات الصحية، وهذا من خلال ظهور صفحات جديدة عبر شبكات التواصل الاجتماعي منها موقع الفايسبوك فهو نشيط جدا في هذا المجال بحيث يطلعنا على معلومات مهمة في المجال الصحي، والذي يعتبر بدوره أكثر بروزا

فهو يحتل مكانة الأساسية في تجنب العديد من الأمراض والمشاكل الصحية التي تمس الفرد والمجتمع على حد سواء.

أصبح الفيسبوك من أهم المواقع التواصلية التي اشتهرت في الآونة الأخيرة، ويتم هذا بإنشاء صفحة رسمية بهدف نشر المعلومات وتقديم الخدمات وتلبية حاجيات ورغبات المواطنين، ووضع حلول للأوبئة والأمراض والمشاكل الصحية من أجل تحقيق التنقيف الصحي.

والتوعية الصحية تؤدي دورا هاما في رفع مستوى الثقافة الصحية لدى أفراد المجتمع وذلك نظرا لأهميتها، فقد اعتبرها العلماء والأطباء بأنها الوسيلة الفعالة والرئيسية التي تساهم في توعية المجتمع والأفراد وتخلصهم من الأفكار غير السليمة وتحريرهم من الجهل والتخلص من الوقوع في المشاكل الصحية والأمراض كما تساهم في إيقاظهم وإرشادهم الصحي .

الإطار المنهجي

تمهيد:

1. أهداف الدراسة
2. أهمية الدراسة
3. إشكالية الدراسة
4. فرضيات الدراسة
5. مفاهيم ومصطلحات الدراسة
6. منهج الدراسة
7. أدوات جمع البيانات
8. مجتمع وعينة الدراسة
9. الدراسات السابقة

II. الإطار المنهجي

تمهيد:

لإنجاز بحث علمي لابد من الإطار المنهجي للدراسة من قبل الباحث القيام بها، وذلك من خلال طرح التساؤلات المتعلقة بموضوع الدراسة والتعرف على أهميته مع توظيف الدراسات السابقة التي تساعد الباحث للوصول إلى النتائج مع تحديد المفاهيم، وتحديد المنهجية للدراسة، وتحديد مجتمعها ومنهجها وأدوات جمع البيانات المعتمدة فيها.

1. أهداف الدراسة: الغاية من هذه الدراسة هو الوصول إلى مجموعة من الأهداف يمكن

توضيح أهمها فيما يلي:

- التعرف على الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية في نشر التوعية الصحية.
- معرفة طبيعة المواضيع المنشورة عبر الموقع الرسمي للمؤسسة العمومية الإستشفائية عشعاشة.
- معرفة طبيعة الجمهور المستهدف للموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة العمومية الإستشفائية عشعاشة.
- إدراك مدى اهتمام المواطنين بالمواضيع الصحية.
- وعي مدى تأثير المواقع الإلكترونية على الفرد في التوعية الصحية.

2. أهمية الدراسة:

تتبن أهمية الموضوع في الاهتمام بالصحة والمطالبة بإيجاد حلول للحد من المشاكل الصحية بإعتبار أن سلامة حياة الإنسان مرتبطة بالسلامة الصحية، وهذا لعصرنة القطاع الصحي، وإنطلاقاً من هذا الإعتناء المتزايد أصبحت المؤسسة الصحية ملزمة بالمساهمة والتوجه نحو التغيير الفعال من الناحية التحسيسية، وذلك من خلال تبني المؤسسة إلى المبادرة الصحية، ونشر التوعية عبر المواقع الإلكترونية، وتوجيه المواطنين بتعليمات صحية للوقاية من الأمراض و الأوبئة، وعلى هذا الأساس جاءت الدراسة للوقوف على مدى فعالية الاتصال الصحي في المؤسسة الإستشفائية العمومية بعشعاشة، ومعرفة مدى تأثير المواقع الإلكترونية "شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية".

3. إشكالية وتساؤلات الدراسة:

يبصر المجتمع العالمي ثورة تكنولوجية هائلة جعلته يتسم بالتسارع المذهل في الإكتشافات العلمية المتنوعة، وتلاحق الإبتكارات والتطبيقات التكنولوجية المتتالية، وهي التي تغير كل يوم من مظاهر الحياة وتربط النشاط البشري في مجالات متعددة بإستخدام تلك المستحدثات التكنولوجية المتنوعة.

وبفضل التكنولوجيا الحديثة حدثت تغيرات أساسية في نظام الصحة، فهي أساس حياة الأفراد والمجتمع و مطلب إنساني واجتماعي نسعى جميعاً للحفاظ عليها، فهي تعد من الأهداف

الرئيسية التي تسعى إليها المجتمعات لتحقيقها في سبيل توفير تنمية إجتماعية شاملة بشتى الطرق، والوسائل الإعلامية وأهميتها البالغة في عصرنا الحالي والتي أولت إهتماما بالغا في نشر المضامين المتعلقة بالجانب الصحي لإرشاد الأفراد وتوعيتهم، وذلك إنطلاقا من مبدأ "الوقاية خير من العلاج"، تعمل المواقع الإلكترونية المتعددة على تقديم البيئة الصحية أكثر متعة، حيث يتم تقديم كم كبير من المضامين في عملية التوعية، فالوعي الصحي مهم في حياة الفرد والجماعة من خلال إمام الناس بالمعلومات والحقائق، وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، فالأفراد يهتمون بالبحث عن المعلومات الصحية عبر كافة الوسائل المتاحة من أجل إيجاد الحلول الوقائية في مختلف العالم، إذ تعتبر الجزائر من المجتمعات التي يسعى أفرادها إلى التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعدهم في تغير الظواهر الصحية وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض وعللها، وهذا يمكنهم من تجنبها والوقاية منها، ومن خلال هذا نطرح الإشكال التالي: ما دور وأثر المواقع الإلكترونية على التوعية الصحية للمؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة ؟

ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

تتدرج تحت هذا الإشكال الأسئلة الفرعية وهي كالتالي:

- ما هو دور المواقع الإلكترونية في التوعية الصحية لدى سكان عشعاشة ؟
- ما هي طبيعة المواضيع المنشورة والمتناولة عبر الموقع الرسمي للمؤسسة العمومية

الإستشفائية عشعاشة؟

- ما طبيعة الجمهور المستهدف لما يتم نشره عبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة العمومية

الإستشفائية عشعاشة؟

- ما مدى إستخدام المواطنين للمواقع الإلكترونية؟

4. فرضيات الدراسة:

أي بحث علمي يجب أن يتضمن إجابات تخمينية على التساؤلات المطروحة وتتمثل هذه الإجابات في الفرضية، التي من خلالها يتأكد الباحث من مدى صحتها في نهاية بحثه باعتبارها إجابات مؤقتة للتساؤلات وتتحصر فيما يلي:

- تساهم المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في زيادة التوعية الصحية لدى أفراد المجتمع.
- تشارك المواقع الإلكترونية في عصنة وتحديث القطاع الصحي.
- توجد علاقة طردية، أي كلما زاد إقبال الأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي كلما زاد وعيهم الصحي.
- تعتبر المواقع الإلكترونية طريقة سهلة للحصول ونشر المعلومات بين الأفراد ومستخدمي القطاع الصحي نظرا لعدم تكلفتها.
- تساهم المواقع الإلكترونية في تحسين التواصل بين الإدارة وجمهورها من الأطباء

والموظفين والمرضى.

5. مفاهيم الدراسة والمصطلحات: خطوة تحديد المفاهيم هي إحدى الخطوات الهامة التي

يحتاجها الباحث في دراسته، بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم، وفي دراستنا

سنتطرق إلى المفاهيم التالية: المواقع الالكترونية، التوعية الصحية، الوسائط الالكترونية،

صفحة فيسبوك الرسمية للمؤسسة، الصفحة الرسمية.

أ- الموقع الالكتروني:

تعريف الاصطلاحي: هو مجموعة من الملفات والموارد ذات الصلة التي يمكن الوصول إليها

عبر شبكة الواب العالمية بحيث تكون هذه الملفات والموارد منضمة ومجمعة تحت إسم مجال

واحد.¹

تعريف الإجرائي: هو العديد من صفحات الويب المترابطة مع بعضا البعض والتي تحتوي

على نصوص، صور، أفلام فيديو، تسجيلات صوتية.

ب- الوسائط الالكترونية:

التعريف الاصطلاحي: هي برامج الكمبيوتر التي تتكون من عدة وسائط للاتصال مثل النص،

والصورة، والموسيقى، والصورة الثابتة والمتحركة التي يتعامل معها المستخدم بشكل تفاعلي¹

¹. محمد مصطفى، تقييم جودة المواقع الالكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد 06، العراق 2010،

وتعرف بأنها "هي مجموعة من الوسائل وليست وسيلة واحدة، وعلى خلاف وسائل التقليدية التي

تعتمد على شكل واحد أو اثنين في عرض المواد الإعلامية"، مثل النص، والصورة¹.

التعريف الإجرائي: هي الشبكات الاجتماعية توجد فيها مجموعة من مواقع الإلكترونية وكل

الموقع لديه تطبيقات ومدونات.

ت - التوعية الصحية:

التعريف الاصطلاحي: يقصد بها إلمام المواطنين بالمعلومات، والحقائق الصحية، وأيضاً

إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو

ممارسة صحية عن قصد نتيجة فهم والاقناع².

التعريف الإجرائي: إن التوعية الصحية هي تلك المعلومات الأساسية التي تقدمها المؤسسة

للمواطنين عبر شبكة الفايبروك لكي تعلمهم عن مخاطر وأعراض الأمراض وإرشادهم، وهذا

لإبعاد المخاطر على صحتهم وتوعيتهم بها.

¹ السيد بخيت "الانترنت كوسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية و الأخلاقي، ط2، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، سنة 2010، ص 35.

² خالد غسان يوسف مقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية دار النفائس للنشر وتوزيع ط 1، عمان 2013، ص 15

ث- تعريف الفايسبوك:

التعرف الاصطلاحي: يعد الفيسبوك وسيلة اجتماعية للتواصل الاجتماعي بين مختلف أفراد المجتمع العالمي، فهو شبكة لربط مجموعات من البشر للتداول والنقاش وتبادل الآراء حول قضايا مشتركة.

لغة: باعتبار إن كلمة فيسبوك كلمة أجنبية تتطوق بالعربية كما تسمع باللغة الأجنبية، فهذه الكلمة تنقسم إلى شطرين.

- الشطر الأول Face: يعني به الوجه.

- الشطر الثاني book: يعني الكتاب.

كما نجد تعريفات أخرى للفيسبوك نذكر منها:

الفيسبوك أو Face book كما تكتب الكلمة باللغة الإنجليزية كعلامة تجارية، يعرف على أنه إسم لخدمة أو موقع لشبكة التواصل الإجماعي ظهرت للوجود في سنة 2004.

- مفهوم موقع فيسبوك **face book**: موقع فيسبوك face book هو أحد منصات التواصل

الاجتماعي والذي يصطلح عليه بالفضاء الأزرق، هذا الأخير على الرغم من أن عمره لا يزيد عن عشرة سنوات إلا أنه أصبح من أشهر التطبيقات الأكثر إستخداما على مستوى العالم، ويعتبر من أهم مواقع التشبيك الإجماعي، حيث لا يمثل منتدى إجتماعيا فقط بل أصبح قاعدة

تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.¹

ج- صفحة الفيسبوك الرسمية للمؤسسة:

تعريف صفحة فيسبوك: هي عبارة عن خدمة من مجمل الخدمات التي يقدمها موقع

فيسبوك، حيث تمكن أي فرد مستخدم لهذا الموقع من الإستفادة منها، ومن مميزتها التي تستقيها بشكل أساسي في الواقع في حد ذاته.²

الصفحة الرسمية: هي تلك الصفحات التي تنشئها وتقوم عليها الهيئات الرسمية وجهات خاصة وتحدد بعلامة تثبت على أنها صفحة رسمية تابعة لهيئة خاصة، تصمم لها خصيصا لتسهيل التواصل مع العملاء وتوسيع نطاق التواصل مع مختلف الشرائح مجتمع، بحيث تستهدف هذه الصفحات تقديم المعلومات ونشر التحديثات وإستطلاع الرأي مع الجمهور المستخدم بصور أسهل وبأبسط الطرق التقليدية.³

التعريف الإجرائي:

تعريف الصفحة الرسمية للمؤسسة: هي عبارة عن صفحة عبر فيسبوك وتتضمن مختلف

المواضيع الصحية مثل إنزال منشور يتضمن شرح وتفسير، وإيجاد طرق معالجة مرض معين وذلك بالتوعية الصحية.

¹-نومار ناريمان مريم، إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجيستر، الجزائر، 2012، ص 55.

²-بتصرف من الملاحظة واستخدام الباحثين للموقع الفيسبوك، إعدادات الموقع والتعرف على خصائص الفيسبوك أكثر.

³- وائل مبارك خضر فضل الله، اثر الفيسبوك على المجتمع، ط 1 ، مصر مدونة الشمس ، النهضة، 2010، ص38 .

ومن المواضيع التي تنشر عبر صفحة الفايسبوك:

أ . الوقاية من الأمراض .

ب. أخذ احتياطات لتجنب المرض عن طريق نشر برنامج شهري للمخرجات الميدانية و إشهاره عن طريق الصفحة الرسمية للمؤسسة.

6. نوع الدراسة:

بهدف الوصول إلى نتائج واضحة ودقيقة، فإن الباحث يعتمد على أساليب وأدوات مختلفة تقيد دراسته، ونحن بدورنا نسعى من خلال دراستنا هذه المعنونة ب"أثر إستخدام المواقع الالكترونية على التوعية الصحية " دراسة تحليلية للصفحة وموقع الرسمي للمؤسسة الإستشفائية بعشعاشة وهي تدخل ضمن الدراسات الكمية، حيث هذه الأخيرة تعرض وجود حقائق، وتعتمد على أساليب الإحصائية في الغالب في جمعها للبيانات وتحليلها.¹

تتطوي دراستنا ضمن الدراسات الكمية والكيفية شائعة الإستخدام في بحوث الإعلام والإتصال وهذا ما يستلزم من إستخدام المنهج الكمي والكيفي، من كون دراستنا ضمن الدراسات الكمية والكيفية، فهي تهدف إلى معالجة البيانات المتحصل عليها معالجة إحصائية وفق التكرارات والنسب والجداول الإحصائية، ثم تحليل النتائج المتحصل عليها.

1- عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، ط 1، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، 2013، ص32 – 33.

7. المنهج الدراسة:

سنعتمد في دراستنا على المنهج كمي وكيفي، الذي يعد من أكثر المناهج ملائمة، وذلك لسهولة تطبيقه خاصة في مثل هذه الدراسات، كما يبين لنا بيانات مفصلة على موضوع الدراسة، ويعمل على تقديم تفسير للمفاهيم المرتبطة بموضوع دراستنا، وهدفنا الأساسي من الاعتماد على هذا المنهج هو تبيان دور وأثر المواقع الإلكترونية في التوعية الصحية عبر صفحة الفايسبوك والموقع الإلكتروني، وكيف تساهم في نشر المواضيع الخاصة بالتوعية إضافة إلي تحليلها.

- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإجتماعية، ويعرف مجتمع البحث على أنه مجموعة العناصر التي تتكون من خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث ومجتمع بحثنا هو المؤسسات الإستشفائية العمومية. -**العينة:** يعتبر إختيار العينة لدى الباحث من المراحل مهمة للبحث وأهدافه، حيث تعرف العينة على أنها جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة تظم عدد من عناصر المجتمع الأصلي.

وإعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية المقصودة بإختيار المؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة، وهذا ما تطلبه موضوع الدراسة، ومنه عينة البحث هي الموقع الرسمي الإلكتروني وصفحة الفايسبوك، ولقد اتبعنا بعض الإجراءات حتى تكون مماثلة لمجتمع البحث، وإخترنا العينة القصدية والتي تمثلت في منشورات ومضامين الصفحة الرسمية للموقع الإلكتروني للمؤسسة الإستشفائية بعشعاشة.

8. أدوات الدراسة:

تتكون أدوات الدراسة في تحليل المضمون، من أداة تحليل المضمون على حسب طبيعة دراسة موضوع التي تبحث عن أهمية المواقع الالكترونية في التوعية الصحية وهدفها من محتويات الرسالة في مضامينها، ومدى تأثيرها على المتلقين.

تحليل المضمون: هو وسيلة وأداة ميدانية، تمكن من جمع المعلومات والمعطيات والبيانات الميدانية المتعلقة بقيد البحث والدراسة، ويستخدم في البحث الاجتماعي للمعالجة واستنتاج النصوص المكتوبة¹ وهي أداة يمكن أن يستخدمها الباحثون في المجالات البحثية المتنوعة و بالأخص في علم الإعلام، والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون، وتلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية، سنستعمل هذه الأداة في دراسة مضامين الصفحة الاجتماعية المراد دراستها كما وكيفا .

إن تحليل المضمون كأداة بحثية وهو إنعكاس لطبيعة الرسالة الاتصالية التي تراعي جانب الشكل والمضمون كيف قيل؟ والإجابة عنها تتناول الشكل الذي قدم به المحتوى، ماذا قيل ؟ و أفكار ومعاني المحتوى.²

ويتم الاستعانة في جمع البيانات بإستمارة تحليل المحتوى، وذلك بالاعتماد على المقابلة،

1- أحمد عياد، مدخل إلى منهجية البحث الاجتماعي، ط 1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2007 ، ص 250.

2 - محمد عبد الحميد تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، مصر، عالم الكتب، 2010، ص119

والتي تعرف على أنها "أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات، والمعلومات من مصادرها وهي مجموعة الأسئلة التي يطرحها الباحث على أدوات الدراسة".

إستمارة تحليل المضمون: هي بطاقة فنية يكتبها الباحث بإختصار ويضع فيها مجموعة من المعلومات تخص محتوى بحثه، ويطرح فيها عنوان البحث وتوضيح إستعمال تحليل المحتوى، كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الأساتذة، وفي أسفل الورقة يكتب إسم ولقب الباحث والمشرف.¹

9. الدراسات السابقة:

لقد إعتدنا لإنجاز هذا البحث على الدراسات التي لها إرتباط باستخدام الشبكات الإجتماعية وتأثيرها على الوعي الصحي.

1. الدراسة الأولى: بعنوان إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيرها على العلاقات الإجتماعية لعينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر:

من إعداد الطالبة مريم نريمان نومار، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال تخصص إعلام وتكنولوجيا "الإتصال الحديث " جامعة الحاج لخضر، باتنة 2012 تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والإتصال، وظهور الأنترنت التي تساهم في العديد من الإنعكاسات الثقافية والإجتماعية من خلال مواقع التواصل الإجتماعي، بحيث عرفت فئة الشباب بأنها الأكثر إقبالا عليها نظرا للخدمات المتعددة

¹- يوسف تمار، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، تكسيح، كوم للدراسات والنشر والتوزيع الجزائر، 2007، ص 97.

التي أتيحت فيها، وبالرغم من الإيجابيات التي تتميز بها إلا أنها تساهم في خلق نوع من العزلة الإجتماعية بين الأفراد والتأثيرات السلبية في منظومة العلاقات الإجتماعية، حيث طرحت التساؤل الرئيسي كالتالي: ما أثر إستخدام مواقع شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقات الإجتماعية؟.

ويندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية كالتالي:

- ماهي عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ماهي دوافع وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

وينتج عن هذه التساؤلات الفرضيات التالية :

- يلجا أفراد المجتمع الجزائري إلى إستخدام الفايسبوك بسبب الفراغ الاجتماعي.

لقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي بالإضافة إلى إستمارة

استبيان كأداة، من أدوات جمع البيانات والتي توزعت على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، وقد تم إختيارها بطريقة قصدية.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يدخل أغلب أفراد العينة إلى المواقع الإلكترونية من المنزل.

- يستخدم أفراد العينة الفايسبوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء.¹

1- مريم نريمان نومار، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، جامعة الحاج لخضر، باتن2012.

2. الدراسة الثانية:

مصعب عبد السلام، بعنوان دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي، الدراسة في برنامج "صحتك بالدنيا" وهي أطروحة مكملة لنيل شهادة الماجستير، بكلية الآداب والعلوم. تخصص الصحافة والإعلام، جامعة البترا 2013/2014.

تمحورت إشكالية الدراسة حول: ما دور برنامج "صحتك بالدنيا" الذي يبث على التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي؟

وتتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية الآتية :

- ما مدى متابعة الجمهور الأردني لبرنامج صحتك بالدنيا" لغايات التنقيف الصحي ؟
- ما درجة الثقة ومستوى المصداقية للمعلومات الصحية التي تطرح في البرنامج حسب رأي الجمهور؟

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى متابعة الجمهور لبرنامج "صحتك بالدنيا" لغايات التنقيف الصحي حيث قام الباحث باستخدام العينة العشوائية لإختيار أفراد العينة، فقد تم توزيع 463 إستبانة على عينة الدراسة، وقد استعان الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول وصف دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي.¹

3. الدراسة الثالثة:

رسالة مقدمة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الدراسات الأمنية،

الرياض، 2014 من إعداد الطالب تركي عبد العزيز توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، لقد إنحصرت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: مامدى توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات؟

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث إستخدم الباحث الإستبانة كأداة لجمع البيانات كما إختار عينة بطريقة قصدية من العاملين في إدارة العلاقات العامة ببعض القطاعات وزارة الداخلية كما تسعى هذه الدراسة للتعرف على توظيف شبكات التواصل في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات ومن أهم النتائج الذي توصل إليها:

- الايجابيات المهمة في توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات.
- تحديد الوقائع التي تشير إلى توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الأمنية ضد الشائعات و التهديدات الداخلية والخارجية.
- التوصل إلى المعوقات التي تحد توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الأمنية من خطر الشائعات بدرجة كبيرة.

4. الدراسة الرابعة:

مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية 47-536 page 02. أساليب الاتصال الصحي في

الجزائر الكاتب محمد قارش، مختار جلولي¹، يعد موضوع الصحة العامة والسلوك الصحي إحدى المواضيع التي تحظى بأهمية بالغة على كافة المستويات السياسية والاجتماعية والثقافية والإعلامية، وانطلاقا من هذا الأخير، فإن وسائل الإعلام والاتصال تلعب دورا مهما في تحسين قضايا الصحة والتعريف بمختلف الأمراض والأوبئة، فإذا كان الإتصال الصحي التقليدي قائم على الإتصال الشخصي من خلال الزيارات التي يقوم بها الطاقم الطبي في مختلف الأحياء والقرى والمداشر بغرض التحسيس ضد مرض معين أو تعبئة المواطنين لحملة معينة، لكن التطور الكبير الذي عرفته وسائل الإعلام و الاتصال جعلها تساهم في ذلك عن طريق توظيف مختلف الفنون التحريرية بهدف الوعي الصحي لدى المواطنين و إكسابه الثقافة.¹

🚩 أوجه الاستفادة وتشابه الدراسات السابقة مع دراستنا :

اشترك بعض الدراسات التي تبحث في المواقع الالكترونية والتواصل الإجتماعي في التوعية والتنظيف الصحي وخاصة شبكة الفايبروك التي تعد من بين الشبكات الإجتماعية الأكثر إستخداما:

- دراسة نفس الموضوع وهو المواقع الالكترونية.
- إعتداد كلتا الدراستين على نفس المنهج ونفس العينة القصدية.

1- محمد قارش، مختار جلولي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية 53647 02، أساليب الاتصال الصحي في الجزائر.

- إختلاف هذه الدراسة عن دراستنا في المتغير الثاني والمتعلق بالعلاقات الإجتماعية.
- ساعدتنا هذه الدراسات سابقة الذكر في دراستنا الحالية في الجانب النظري بالتعرف على أحد متغيراتها دراسة أساليب إقناعية في المواقع.
- الإعانة على إختيار المنهج المناسب خصوصا بالجانب المتعلق بالمواقع الالكترونية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي، ودورها في التوعية الصحية من أجل الوقاية من الأمراض وإيجاد لها حلول.

الإطار النظري

الفصل الأول

المواقع الإلكترونية

III. الإطار النظري

الفصل الأول: المواقع الالكترونية

تمهيد:

يعرف العالم تغيرات كثيرة تناولت جميع نواحي الحياة، فأثرت على القطاع الصحة، حيث أصبح من ضروري على المؤسسة مواجهة تحديات العصر بالأساليب والوسائل الحديثة حتى يتغلبوا على المشاكل، ولكي تقوم بمسؤولية تطوير المجتمع خاصة في التثقيف الصحي ركزت على إختيار وإستخدام المواقع الإلكترونية في عرض المعلومات والتوعية، بحيث تناولنا في هذا الفصل ماهية المواقع الإلكترونية أنواعها وأهميتها، وكما تطرقنا إلى أهداف استخدامها والخصائص التي تتميز بها، ونسعى من خلال هذا الفصل التعرف على الوعي الصحي وأنواعه ومجالاته، أهدافه وأهميته، وهو ما سنحاول الإجابة عنه في العناصر الآتية من الفصل.

المبحث الأول: المواقع الالكترونية

توطئة:

عرف عصرنا الحالي تطور هائل في مجال التكنولوجيا، مما أنتج لنا عدد كبير من الوسائل في مجال الاتصالات فتولدت منه العديد من الوسائل الإلكترونية التي ساهمت في التواصل السريع والفعال، فالوسائط الإلكترونية مصطلح واسع الإنتشار يرمز إلى عدة أجهزة إعلام كالحاسوب والبريد الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن القول أن الوسائط

الإلكترونية أنها طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي يمكنها تخزين المعلومات ونشرها بأشكال متنوعة، ويعتبر الموقع الإلكتروني أحد أهم الخدمات التي تقدمها الإنترنت، حيث تتنوع المواقع الإلكترونية على حسب الهدف منها أو طبيعة تصميمها، إذ أنه هناك مجموعة من الخطوات والمراحل التي تمر بها عملية بناء هذه المواقع بالإضافة إلى أن هذه المواقع تأخذ خصائص وسميات من حيث مضمونها وشكلها.

1. تطور المواقع الإلكترونية:

إرتبط تطور المواقع الإلكترونية بمختلف التطبيقات والبرامج والخدمات التي وفرتها الأنترنت بالموازاة مع تطور هذه الخدمات، حيث يمكن تقسيمها إلى أربعة أجيال وهي:

- الجيل الأول: هي مواقع خطية تتكون صفحاتها من نصوص وصور ثابتة.
- الجيل الثاني: وظهرت سنة 1995 من طرف شركة (netscape) واستخدمت لغة النص الفائق (html) وهي شبيهة بمواقع الجيل الأول إلى أنها استخدمت الأزرار بدلا من النصوص.
- الجيل الثالث: يعتمد على التصميم ولا يهتم بالمهارات التقنية واستخدامات الصور بشكل مكثف بهدف جلب الزبائن.
- الجيل الرابع: برزت المواقع ذات المحتوى الديناميكي المرتبطة بقواعد البيانات وأصبح يتعدى كونه وسيلة إشهاري إلى قناة توزيع حديثة، وتقنية لتبادل المعلومات بين مختلف

الأطراف¹.

وتتزايد المعلومات على شبكة الويب بشكل سريع ومستمر ولمساعدة المستخدم في العثور على هدفه وسط كم هائل من المعلومات، فإن أجهزة الكمبيوتر تسمى بمحركات البحث search engines تزود الصفحات بطريقة أوتوماتيكية من أجل فهرست مضمونها.

2. تعريف الموقع الإلكتروني: هو مجموعة من الصفحات المرتبطة تستضيفها حاسبة من نوع

خادم، وتحتوي معظم مواقع الويب على صفحة رئيسية كنقطة بداية، تتصل الصفحة الرئيسية بصفحات أخرى باستخدام إرتباطات تشعبية.

وبمفهوم آخر هو "مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما²، أو مؤسسة ما بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان، وله عنوان فريد محدد يميزه عن بقية مواقع شبكة الانترنت" وأيضا" هو مجموعة المصادر للمعلومات متضمنة في وثائق متمركزة في الشبكات والحسابات حول العالم، وعرفها " KATYAL " بأنها مواقع إلكترونية في جغرافية الفضاء ضمن الشبكة العالمية (WWW)

3. أنواع المواقع الإلكترونية:

تتعدد المواقع الإلكترونية على الأنترنت كالتالي:

1- سهام موسي، تفصيل المواقع الإلكترونية لتحقيق تنافسية المؤسسات، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة، 2007-2008 ص 50-51.

2-عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، رام الله دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1 2008، ص 128.

✓ **مواقع الشركات الكبرى:** وهي مواقع تحتوي على ملفات الشركات والمؤسسات التي تعرفك بأخر أنشطتها ووسائل التواصل معها مثل شركة SAMSUNG فتقدم المواقع الإلكترونية المعلومات لمن يبحث عن الشركة ونشاطها وخصائص مهمة أخرى كفرص العمل وعرض منتجاتها والخدمات الخاصة بها.

✓ **محركات البحث:** يوجد على الأنترنت الكثير من محركات البحث (Google-Yahoo) وغيرها من المحركات التي تساعد في العثور على المعلومات من خلال كلمات رئيسية تدخلها فيها وتحيلك إلى المواقع الإلكترونية.

✓ **البوابات الإلكترونية:** نوع من أنواع المواقع الإلكترونية، حيث يجمع المعلومات المختلفة سواء كانت إخبارية أو سياسية أو تعليمية أو تكنولوجية التي تتسم بطابع موسوعي نوع ما، وهناك بوابات إلكترونية متخصصة في مجال معين كالموضة أو الرياضة أو الثقافة وغيرها.

✓ **المواقع الحكومية:** هي من أشهر المواقع والغرض منها نشر المعلومات ذات الصلة بالمواطنين والدولة، وكذلك التقارير الخاصة بالشفافية والحملات الإعلانية وأنشطة الوزارات، كما يمكن أن تقدم المواقع الحكومية للسياح خريطة أماكن التي يمكن أن يزورها من مطاعم وأماكن جذب السياح وتوفير وسائل الاتصال في حالة الخطر، وكذلك تقدم لمواطنيها آليات مشاركتهم المشورة.

✓ **المواقع التعليمية:** نوع آخر من المواقع الإلكترونية المتخصصة، وتتمثل مهمتها في نشر تصميم محتوى تعليمي إما بتوفير محتوى مجاني لتعليم الأطفال أو توفير المحتويات الإحترافية المرتبطة بهيئة مؤسسات جامعية، ومثال على ذلك موقع NATIONAL GEOGRAPHIC KIDS.

✓ **مواقع التواصل الاجتماعي:** أصبحت اليوم وسيلة من وسائل التواصل الإجتماعي لتبادل الأخبار والمعلومات مهما اختلفت صورتها، بحيث الغرض منها عرض الناس لإهتماماتهم الشخصية وإجتماعاتهم بالأصدقاء أو إنجازاتهم المهنية.

✓ **المواقع الإخبارية:** إن هذا النوع من المواقع الإلكترونية حقق النقلة في الصحف والقنواة التلفزيونية، بحيث إنتقلت من المجالات التقليدية والصحافة المطبوعة إلى التركيز على التواجد على الويب ببث مباشر يعرف الناس ما يدور حولهم من أحداث، ويستقبل العديد من المواطنين الإخبار مثل موقع France 24.

✓ **المدونات:** هي نوع من أنواع مواقع الواب التي تتيح لأي شخص بكتابة المقالات ونشرها من خلال الواب، مثل مدونة Ahrefs، سواء كانت هذه المدونات الإلكترونية شخصية أو ترتبط بمجال معين، ونقل خبرات معينة في الصحة.

✓ **مواقع الخدمات المصرفية:** وهي المواقع التي تقدم خدمات نقل الأموال إما عن طريق البنوك التي لها مقر، أو البنوك التي لا مقرات لها، وهي البنوك الإلكترونية، ويتسم هذا النوع من

المواقع بدرجة أمان عن غيرها من المواقع، مثل موقع البنك التجاري الدولي.

✓ **المتاجرة على الانترنت:** في هذا الموقع يقوم الناس بعرض منتجاتهم وسلعهم وتعريف الناس

على عروضهم، ويتم الدفع بأساليب مختلفة في نفس المواقع والشحن عن الطريق المتجر

نفسه ومثال على ذلك Ali Express.

✓ **مواقع الألعاب:** وهي مواقع متخصصة في الألعاب والتفاعل عليها يكون بعدد كبير، هذا ما

يجعل كثيرا من الناس يزورون هذه المواقع و خاصة فئات المراهقين.¹

4. وظائف المواقع الالكترونية:

من خلال التغيرات التكنولوجية، أصبح إكتساب موقع الويب في بعض المؤسسات

نتيجة إرادة المسير ورغبته في إظهار وظائفه وفعاليته، وحقيقة الأمر إن الوظائف الأساسية

للويب عادة ما تكون مرتبطة أو مكملة لبعضها البعض، والبعض منها تشمل عدة وظائف

مرة واحدة وهي:

4.1. **الوظيفة التأسيسية:** وهي الوظيفة المتعلقة بالإتصال والتعريف بأنشطة المؤسسة أكثر

مما مخصص لترويج المنتجات والخدمات، وأيضا يمكن أن يخصص لها موقع ويب خاص أو

تكون جزء منه، ومن بين مجالات تطبيقها:

أ- عرض نشاط المؤسسة، ووصف قطاع النشاط ومكان تواجد المؤسسة جغرافيا.

1-منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الالكترونية، القاهرة، 2011.

ب- عرض المعومات المالية للمستثمرين الراغبين في الاستثمار مع المؤسسة عن طريق عرض تقارير عن أنشطتها.

ج- عرض إمكانية التوظيف، وتوفير لزيائنها التريصات في المؤسسة.¹

4.2. وظيفة عرض المنتجات والخدمات: وهذه الوظيفة حاليا هي الأكثر تواجدا في المواقع

التجارية، وهي تسبق مرحلة البيع على الخط، ويرجع الفضل لتسويق الالكتروني، لأن المتصفح يلجأ إلى مواقع عرض المنتجات والخدمات، للإطلاع على سعرها وخصائصها، بغرض الشراء أو مقارنة الأسعار، فهي تحفز الزبائن على الشراء، وتتطلب هذه الوظيفة تزويد المنتج أو خدمة بمعلومات دقيقة، لأن العرض بمثابة إشهار وترويج.

4.3. وظيفة التحويل: وتعني البيع على الخط لمختلف المنتجات والخدمات دون الإهتمام

بطريقة التسديد، ولها أهمية حسب الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة ويمكن

حصرها في:

أ- البيع المباشر، ويكون الإتصال مباشر مع المستهلك النهائي دون الحاجة إلى شبكة توزيع.

ب- البيع عن بعد من خلال إنشاء موقع ويب فيصبح بمثابة وسيلة بيع عن بعد دون

¹-خضر مصباح الطيبي، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، الأردن، دار الحامد، 2008، ص161-162.

الحاجة إلى نشر قوائم البيع.

ت- الحصول على أسواق جديدة من خلال إقحام الانترنت الأسواق الخارجية.

ث- تخفيض تكلفة التحويل لأن إستخدام الشبكة في البيع يعتبر عملية دون مقابل بالنسبة للبائع أو المشتري.

4.4. **وظيفة تكوين القيمة المضافة:** الأساس فيها هو إستخدام موقع الويب لزيادة وزن وقيمة

المنتج أو خدمة معينة عن طريق التحديث، وتظهر في المنتجات والخدمات المعلوماتية.

4.5. **وظيفة العلامة التجارية:** إن إستخدام مواقع الويب لخدمة علامة تجارية هي بغرض

تحفيز المتصفح ليعود مرة أخرى، فمن خلال الزيارات المتكررة للموقع يمكن غرس العلامة التجارية في ذهن المتصفح.

4.6. **وظيفة دعم الزبون:** إن موقع الويب أداة قوية لدعم وتزويد الزبائن بالمعلومات والوثائق

في مختلف الميادين على مدار 24/24 ساعة 7/7 أيام خاصة المؤسسات الكبيرة التي

تنشط على مستوى الدولي، ولتقديم المساعدة وحل المشاكل المتعلقة بالمنتج أو خدمة، يقوم الزبون بتسجيل رقم هاتفه على الويب لتتصل به المؤسسة.

4.7. **وظيفة جمع المعلومات:** يعتبر البريد الإلكتروني والويب أداة بسيطة وسريعة متاحة

للمستثمرين والعملاء للاستفسار عن منتج أو خدمة معينة، فهو يقوم بجمع المعلومات لتوظيفها في تحسين الأداء، لأن المؤسسة لم يكن لها اتصال مباشر مع المستهلك بل مع

الوسطاء الموزعين، لكن من خلال الويب أصبح بمقدورها الاتصال المباشر معه.¹

5. خصائص المواقع الإلكترونية وفوائدها :

تتميز المواقع الإلكترونية بالخصائص التالية:

إن المواقع الإلكترونية لا يشترط فيها أن تكون متفاعلة دائما لكي يطلق عليها إسم ملتيميديا حيث أن المستخدمين يستطيعون أن يجلسوا ويراقبوا الملتيميديا، كما يفعلون مع التلفزيون أو السينما، والمواقع الإلكترونية تغلغت في حياتنا، وأفادت كافة القطاعات المجتمعات، وهذا ما توفره تقنية المواقع الإلكترونية التي تتميز بخصائص أهمها ؟

التفاعلية: تعني قدرة المتلقي على التحكم في سير العرض والتواصل الثنائي بينهما أي أنها تشير إلى الفعل الذي ورد بين المستخدم وما يعرض عليه من محتوى.

التنوع: ويقصد به تعدد المواقع الإلكترونية المستخدمة في البرامج التعليمية بما يدعم المعلومة المقدمة بالبرمجة حيث تكمن قيمة المواقع الإلكترونية في إنها تتيح عرض المعرفة وتمثيلها بطرق مختلفة.

المرونة: تتسم بسرعة الأداء، بحيث يعد أقوى وأسرع البرامج في الحصول وتوفير المعلومات وتحليلها، وتعد خاصية المرونة إحدى الخصائص المهمة في برامج الكمبيوتر.

الرقمنة: هي عملية تحويل الوسائط المتعددة كالصوت، الصورة والفيديو من الشكل النظري إلى

¹-خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، مرجع سابق، ص161-162.

الشكل الرقمي، مع إمكانية التخزين هذه الوسائط في الكمبيوتر.¹

❖ **سمات البريد الإلكتروني ومساوئه:** يتميز البريد الإلكتروني بالعديد من السمات التي تميزه

عن غيره من الوسائل التقليدية وحتى الحديثة في التعامل الإلكتروني.

1. سرعة التواصل: حيث يتسم بإرسال وتلقي الرسائل الإلكترونية بسرعة فائقة مهما كان الفارق

المكاني، وحجم الرسالة ومحتواها الرقمي.

2. نظام المرفقات: فبواسطة البريد الإلكتروني تتضمن الرسالة عددا معتبرا من المرفقات الرسمية

الممسوحة ضوئيا وبألوانها الأصلية، وهذا ما يميزه عن السبل الأخرى للتواصل كالفاكس.

3. قلة التكلفة: حيث لا يكلف إرسال رسالة بكل مرفقاتها شيئاً.

❖ **أما عن مساوئه فهي تتمثل في:**

1. إمكانية الاطلاع على بعض الرسائل السرية من بعض الخوادم، مما يهدد أمن الأشخاص

والمؤسسات.

2. إمكانية اختراق البريد الإلكتروني.²

❖ **الوسائط الإلكترونية:**

تعرف هذه الأخيرة على أنها مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت وهي عبارة عن

2-مشيب ناصر محمد آل زبران، المواقع الإلكترونية ودورها في نشر الغلو الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر المختصين، مذكرة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2011، ص 19.

1- وردت هذه المادة ضمن القانون الاتحادي رقم 10 لسنة 2014 المعدل والمتمم للقانون الاتحادي رقم 11 لسنة 1992 المتضمن لقانون الإجراءات المدنية والتجارية لدولة الإمارات.

تطبيقات تكنولوجية على شبكة الإنترنت الجيل الثاني للويب لتحقيق التواصل والتفاعل بين مختلف الأفراد حول العالم وهي مواقع شبكات مجتمعات إلكترونية، وتقدم مجموعة الخدمات والرسائل المتقدمة والتي تجمع العديد من أدوات الأنترنت المختلفة فإن مواقع التواصل الإجتماعي على اختلاف أنواعها تشهد إقبالا واسعا.

وهذه المواقع عبارة عن صفحات ويب على شبكة الانترنت يخصص بعضها للإعلان عن الخدمات وهي عبارة عن صفحة إلكترونية تتوفر فيها إمكانية النشر، وكتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها وفرصة للنقاش بين المتصفحين، وكذلك مواقع للمحادثة دردشة خاصة، و يدونون فيها يومياتهم ويضعون صورهم وإهتماماتهم، مثلا في الفيسبوك يتم تبادل المقاطع والفيديوهات والصور ومشاركة الملفات والتواصل والتفاعل بين الجمهور المتلقين، تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي هي الأكثر إنتشارا على شبكة الأنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، ومن أبرز المواقع هي:

▪ شبكة الانترنت: هي عبارة عن مجموعة من المواقع الإلكترونية تحتوي كمية هائلة من

المعلومات الرئيسية في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة¹.

▪ البريد الإلكتروني:

يتضمن مصطلح البريد الإلكتروني لفظان أولهما وهو البريد وثانيهما الإلكتروني، فالأول

¹-حسن السوداني، محمد منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقي، عمان وسط البلد، الأردن، ص 21.

كما عرفه " مختار الصحاح " على انه الدابة التي تنقل صاحبها، أو الرسول بين إثنين، وصاحب البريد مسئول عن التنظيم عملية الإرسال بنقل الرسائل من حساب المرسل إلى آخر تحت مجموعة بروتوكولات التي تتحكم في طريقة إرساله وتوجيهه عبر خدمات البريد الإلكتروني.

أما كلمة إلكترونية فهي مستمدة من كلمة إنجليزية Electron وهي عبارة عن "شحنات كهربائية سالبة شحنتها هي الجزء الذي يتجزأ من الكهربائية.¹

أما من الناحية الإصطلاحية فيقصد بالبريد الإلكتروني نقل الرسائل أو الملفات في النظام أو بين الحواسيب، وفي الغالب ما يتم هذا باستخدام مخزن وطريقة نقل معينة أو طريقة إرسال النصوص إلكترونيا من حاسوب مركزي، أو من نهاية طرفيه إلى نهاية أخرى.²

إجرائيا: فهو كل رسالة أي كان شكلها نصية أو صوتية أو مصحوبة بصور أو أصوات يتم إرسالها عبر شبكة عامة للاتصالات ويتم تخزينها على أحد خادم هذه الشبكة أو في المعدات الطرفية للمرسل إليه حتى يتمكن هذا الأخير من إستعادتها.

¹- إبراهيم مصطفى المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مصر، القاهرة، دار الدعوة 1980.

1- عبد الله بن ناصر بن احمد العمري رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا جامعة نايف العربية للعلوم الرياض 2010، ص 22.

الفصل الثاني

التوعية الصحية

الفصل الثاني: التوعية الصحية

تمهيد:

الوعي الصحي هو إلمام المواطنين بالمعلومات والحقائق الصحية وأيضاً إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، والفهم الصحيح للوعي الصحي يغير الممارسات الصحية، فتتحول هذه الأخيرة إلى عادات تمارس بدون شعور أو تفكير بمعنى آخر أن الوعي الصحي هو الهدف الذي يجب أن يسعى للتوصل إليه، لا أن تبقى المعلومات الصحية كثافة فقط ، وللتوعية والتثقيف الصحي أهمية كبيرة في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث من المفترض أن تتبنى المؤسسات الصحية مخططات التوعية الصحية تركز هذه الدراسة على الدور الذي تقوم به المؤسسة الصحية في مجال التثقيف الصحي للمجتمع الجزائري من خلال الأبحاث العلمية عن أثر المواقع الالكترونية كمصدر إعلامي للتثقيف والوعي الصحي ومدى فائدتها من إكتساب السلوك الصحي السليم.

1. مفاهيم الوعي الصحي:

يقصد بالوعي الصحي بأنه تشبع أفراد المجتمع بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم من خلال الممارسات الصحية عن قصد نتيجة الفهم والإقناع لتحويل تلك الممارسات إلى عادات تمارس لاشعورياً أو بلا تفكير¹، ويعتبر مقياس من

1- خالد غسان يوسف، مقددي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية دار النفائس للنشر وتوزيع ط 1، عمان 2013 ص15.

مقاييس التنمية في أي دولة من الدول، حيث يلعب دورا كبيرا ليس فقط في تحسين صحة الفرد أو المجتمع، وإنما في اقتصاديات الصحة وحسن استخدامها.¹

تعريف آخر: يعتبر موضوع التوعية الصحية من المواضيع الإعلام الصحي والوقائي وهدفها المشترك هو خلق الوعي الصحي يمكن الناس من تجنب الأمراض، وتحدد علاقة التوعية الصحية بالإعلام في مستويين هما:

○ المستوى تعاوني: توظيف الإعلام بغرض تحقيق التنمية الثقافية الصحية والتعريف ببرامج الإعلام الصحي.

○ مستوى وظيفي: تبنى سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته من خلال معرفة الخبر الصادق والإحاطة بالقضايا الصحية.²

وتعرف التوعية الصحية بأنها "مجموع الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية" الهادفة إلى خلق الوعي الصحي لاطلاع الناس على واقع الصحة وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض، من أجل تحسيس فئات المجتمع على القيم الصحية والوقائية، والهدف من الوعي الصحي في أي مجتمع من المجتمعات يتضح من خلال ثقافة أفراد المجتمع.

تعريف الصحة: لا يوجد هناك إتفاق حول تعريف موحد للصحة فقد يعتبرها البعض أنها خلو

الإنسان من الأمراض وتمتعه بصحة جيدة، بينما يرى آخرون بأنها توافق الإنسان مع البيئة

2- هامل عبد النور، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب، ط، جامعة احمد بن بلة، وهران.

المحيطة به، أو أنها حالة من التكامل بين الوظائف الجسمية والنفسية للفرد.

عرفتها المنظمة العالمية: بأنها حالة من إكمال المعافاة، والسلامة البدنية والعقلية

والاجتماعية، ولست فقط مجرد خلو الجسم من الأمراض والعلل والعاهاات والعجز.¹

وعرفها العالم "نيومان" أنها عبارة عن حالة التوازن النسبي لوظائف الجسم، وحالة توازن

هذه تنتج عن تكيف الجسم مع العوامل الضارة التي يتعرض لها".

وهي حالة التكامل البدني والعقلي والنفسي والاجتماعي التي تتكون لدى الإنسان نتيجة

الخلو من الأمراض المختلفة التي تعيق ممارسة نشاطه الطبيعي في المجتمع.²

كما تعرف الصحة أيضا بأنها قدرة الفرد صحيا على التفاعل مع مختلف الظروف البيئية

الإجتماعية، وتمكنه من أداء وظائفه بشكل فاعل وفقا لمقتضيات محيطه الاجتماعي الذي يعيش

فيه.

الثقافة الصحية: تعرف على أنها عملية ترجمة الحقائق الصحية المعروفة إلى أنماط سلوكية

صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع، بهدف تغيير الاتجاهات والعادات السلوكية، وكذلك

مساعدة الفرد على اكتساب الخبرات وممارسة العادات الصحية الصحيحة.

1- الرازحي، عبد الوارث، تطوير أداة للتقييم العادات غير الصحية لدى التلاميذ المرحلة الأساسية مجلد المؤتمر العلمي الرابع عشر: منها العلوم في ضوء مفهوم الأداء، مجلد 2 يوليو كلية التربية جامعة عين شمس، مصر 2002 ص 989.

2- الشاعر عبد المجيد وآخرون، الصحة والسلامة العامة، ط 1، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2001، ص 13.

مفهوم التثقيف الصحي يدور بشكل أساسي حول تقديم النصح والتواصل الصحي مع أفراد المجتمع، بهدف إمدادهم بالمعرفة والمهارات اللازمة لتبني السلوكيات الصحية السليمة، وبالتالي رفع مستوى الصحة والوقاية من الأمراض، وكما هو المعروف أن العادة هي السلوك المكتسب بالتعليم، والإنسان يكتسب عاداته ولا يرثها، ويعمل على توجيه المجتمع لحماية نفسه من الأوبئة والأمراض المعدية ومشاكل البيئة المحيطة به.¹

ومن التعاريف السابقة نستنبط تعريف الوعي الصحي: أنه عبارة عن الوعي المعرفي بالحقائق والمفاهيم الصحية التي تنتج وعي وجداني يظهر على هيئة اتجاهات وميولات صحية ايجابية، مؤديا في النهاية إلى وعي تطبيقي من خلال ممارسات صحية ايجابية.

2. أنواع ومجالات الوعي الصحي:

أ. أنواع:

- معرفة الأنواع ينبغي أن نميز بين الوعي الاجتماعي والوعي الطبقي والوعي السياسي.
- الوعي الاجتماعي: هو وعي عام يشمل على إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا الاجتماعية والسياسية والإقتصادية، وحتى العملية التي لها دخل في حياتهم، ومن ثم تتدرج تحت الوعي الاجتماعي أنواع من الوعي السياسي والوعي الأخلاقي والديني والصحي.
- الوعي الطبقي: فهو إدراك أفراد الجماعة موقعهم الطبقي وموقع جماعاتهم الطبقي بين

¹- خالد غسان مقددي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، المرجع سابق ص 15.

مختلف الجماعات الإجتماعية الأخرى وإدراكهم لمصالحهم الطبقية ولسبل تحقيق المصالح وضمانيها.

- الوعي السياسي: عندما ينظم أفراد المجتمع أنفسهم في انخراط أو تنظيمات معينة ويمارسون نشاطات سياسية لتحقيق أهدافهم ضمن تلك التنظيمات وهذا العمل يتطلب وعياً سياسياً.¹

ب. مجالات الوعي الصحي:

لا يكفي الوعي الصحي على جانب معين من الأمور المتصلة بالصحة، ولكن الوعي تتسع مجالاته ليشمل كافة العناصر ضرورية لكي يكون الإنسان يتمتع بصحة جيدة، وهذه العناصر متداخلة فيما بينها:

- الصحة الشخصية: تشمل البيئة الصحية والنظافة الشخصية والتغذية الصحية ويشمل هذا المجال نظافة المنزل ونظافة الطعام والشراب والشارع.²

- الأمراض والوقاية منها: تهدف إلى الوعي بالأمراض وكيفية انتقالها ومنع انتشارها والتعرف على الأمراض المعدية والأمراض غير المعدية.³

- الأمان والإسعافات الأولية: ويهدف إلى توعية الأفراد للعناية بأمنهم وسلامتهم الشخصية

¹- عبد الله بوجلل، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي المستقبل العربي، مركز الدراسات الوحدة العربية بيروت 1991 | العدد 147 ص 44-45.

²- عبد الله بوجلل الإعلام، وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي المستقبل العربي، مرجع سابق ص 45.
¹- عبد الله بوجلل الإعلام، وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي المستقبل العربي، مرجع سابق ص 45.

²- إحسان علي المحاسنة، التربية وأثرها في رفع المستوى الصحي، الكويت، دار الفرح 1991، ص 20.

حتى يستطيعوا تجنب المخاطر والحوادث الفجائية واتخاذ القرارات الكفيلة بتقليل نسبة الإصابات في حال وقوع الحوادث.¹

ومن أهم المجالات التثقيف الصحي:

1. البيت: حيث يعمل التثقيف الصحي على:

زيادة الاهتمام بالصحة الشخصية والتغذية الصحية ونظافة الماء ونوعية الملابس وساعات الراحة واللعب، النوم والسهر.

- إتباع أفراد الأسرة العادات الصحية السليمة وعدم ممارسة العادات التي تعود بالسلب على صحة الإنسان.

- عمل أفراد البيت على مبادئ وأسس الوقاية من الأمراض وسرعة معالجة المصاب.

2. المدرسة: تلعب دورا رئيسيا في حياة الطفل، وتغير إتجاهه وسلوكياته وغرس المبادئ المرغوب فيها ودور المدرسة يكمن في:

- تعمل المدرسة مع الأولياء لنقل الثقافة والتوعية الصحية إلى البيت.

- تعاون المدرسة مع المؤسسة الصحية لعقد ندوات صحية، والعمل على تنظيم معارض بأحدث الوسائل الخاصة بالثقافة الإتصالية.

3. المجتمع: تتيح المجتمعات المتقدمة لأفرادها فرصا عديدة في مجال الثقافة الصحية، بغرض

3- عبد المجيد الشاعر رشدي، قطاس، التغذية الصحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان 2004 ص13.

تقديم النصائح والإرشادات والخدمات التي يقدمها القائمون على القطاع الصحي.¹

3. أهداف التوعية الصحية وأهميتها:

3.1. أهدافها:

إن الهدف الأساسي لعملية التثقيف الصحي هو تحقيق السعادة والرفاهية لأفراد المجتمع عن طريق الرقي بمستواهم الصحي، وتقويم سلوكياتهم والسعي إلى توجيههم لشروط السلامة الجسمية والعقلية والنفسية وللوصول إلى هذا الهدف لابد من تحقيق الأهداف الأولية التالية:

- الحرص على الحفاظ بالصحة والتمتع بها، لأنها غاية وهدفا، فيسعى جميع أفراد المجتمع الوصول إليه وجعل الرقي بالمستوى الصحي مطلباً أساسياً من خلال رغبة الجميع على بذل جهود تنمية الجانب الثقافي التنظيمي لديهم والاستفادة من خبرة الآخرين خصوصاً المثقفين منهم في المجال الصحي.²

- نشر المفاهيم والمعارف الصحية السليمة في المجتمع وتشجيعهم في اشتراك في تنمية وتطوير الخدمات الصحية من خلال المساهمة الإيجابية في تفعيل دور المؤسسات الصحية وتحسين مستوى أدائها.

- تأهيل الناس لتحديد مشاكلهم الصحية ومساعدتهم في حلها، والعمل على تغيير السلوكيات

¹- خالد غسان مقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، مرجع سابق، ص 24.

²- خالد غسان يوسف مقدادي مرجع نفسه، ص 26

والعادات غير الصحية إلى سلوكيات صحية.

- بناء اتجاهات صحية سليمة وترسيخها من أجل تحسين مستوى الفرد والمجتمع.

4.2. أهمية التوعية الصحية:

إن التوعية الصحية تمكن الأفراد من التمتع بنظرة صحية، تساعد في تفسير الظواهر الصحية وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها، ويعتبر الوعي الصحي للمرضى أمراً لازماً في المؤسسات الصحية من المستشفيات والمراكز الصحية، وهي تهدف إلى حث الناس على تبني وإتباع العادات الصحية الصحيحة في حياتهم، والاستفادة بالوعي والحكمة من الخدمات الصحية المتاحة لهم، واتخاذ قراراتهم لتحسين حالتهم الصحية، حيث تمكن الفرد بالترود بالمعلومات والحقائق الصحية للاستفادة منها، واكتساب العادات الصحية التي لا يمكن الاستغناء عنها كتعلم الإسعافات الأولية.¹

4. خلاصة

وفي الأخير نستنتج بأن توظيف المواقع الالكترونية في مجتمعنا ضرورة حتمية لابد منها، لأن مجتمعنا بحاجة إلى شخصيات قادرة على مواكبة تغيرات وتطورات العصر خاصة في مجال الصحة من كافة جوانبه، ومع المواقع الالكترونية التفاعلية سوف تزداد قدرة المؤسسة على توصيل المعلومة المطلوبة وتخفيف العبء عليها، ومساعدتها في التوعية الصحية، وذلك بنشر

1- عبد الرزاق دلمي، الإعلام المتخصص، ط عربية، اليازوري عمان الأردن 2005 ص225.

كل ما يتعلق بالقطاع الصحي، وما يشغل بال أفراد المجتمع.

نظرا لأهمية المواقع الإلكترونية في التوعية الصحية ودورها في الرفع من كفاءة التنقيف الصحي وتعزيز الصحي خاصة في المرحلة الأساسية، والتي ينظر إليها على أنها أهم مرحلة من حيث وضع الأسس المعرفية والسلوكية الصحية الصحيحة والسليمة بما يتلاءم مع حاجة المواطنين، ويتحقق الوعي عن طريق تزويد الفرد بالمعلومات والحقائق.

الفصل الثالث

أثر المواقع الإلكترونية

في التوعية الصحية

الفصل الثالث: أثر المواقع الإلكترونية في التوعية الصحية

تمهيد

تسببت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في العالم الإتصال، حيث إنتشرت شبكة الأنترنت في كافة أرجاء المعمورة وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بقضايا الواسعة، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات واستفادة كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكة المحادثة فغيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث وخلقت نوعا من التواصل بين أصحابها ومستخدميها، تعرف مواقع التواصل الإجتماعي على أنها مجموعة من مواقع على شبكة الانترنت، وهي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية إلكترونية على نظم الجيل الثاني للويب لتحقيق التواصل والتفاعل بين مختلف الأفراد حول العالم، وهي موقع تشكل مجتمعات إلكترونية فخمة، وتقدم مجموعة الخدمات والرسائل المتقدمة والتي تجمع العديد من الأدوات الأنترنت المختلفة.

المبحث الأول: أثر ودور المواقع الإلكترونية في تحقيق التوعية الصحية

1. تمهيد

ترتكز هذه الدراسة على الدور الذي تقوم به المؤسسة الصحية في مجال التثقيف الصحي للمجتمع الجزائري، بإعتبار أن المواقع الإلكترونية مصدر إعلامي للتثقيف والوعي، ومدى فائدتها من إكتساب السلوك الصحي السليم.

2. دور المواقع الإلكترونية في التوعية الصحية:

تتولى وسائل الإعلام الجديد المواقع الإلكترونية القيام بدور مؤثر في التوعية الصحية، على إعتبار أن الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الإجتماعي ليس كأى دور نظرا لما تتمتع به تلك الوسائل من القدرة على تبادل الأدوار والتفاعل من خلال العملية الاتصالية، حيث أن وسائل التواصل تلعب دورا هاما في مجال توعية المواطن بالمبادرات الصحية.¹

أما فيما يخص دور وسائل الاتصال في الميدان الصحي فقد أشار "الدكتور بلقاسم حاج لكحل" في الدراسة له عن "البرامج الوطنية لمكافحة الوفيات"، إلى أنه كان لوسائل الاتصال الدور الكبير في معالجة بعض المشاكل الصحية والاجتماعية العامة كالحملات الإعلامية² الخاصة بالتلقيح، تنظيم الأسرة الإرشادات على شكل إعلانات صحية، ثم إعدادها من طرف

¹-هاجر مجدي عبده أحمامي، طالبة ماجستير، دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة دمياط جمعية الآداب 2021، ص195.

²-نبيلة بو خبزة، الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر، دراسة نظرية ميدانية رسالة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، ديسمبر 1995، ص201.

وحدة التربية الصحية للمعهد الوطني للصحة العمومية.

وبداية من سنة 1984 قامت الجزائر بإعداد الحملات الأولى لمكافحة أمراض السل وأنتجت بذلك إعلانات صحية، أي جانب إصدار ملصقات كتيبات إرشادية كالكتب التي تم إصدارها في سنة 1986 من شهر جوان والذي عولج فيه الموضوع مكافحة الوفيات وكتيب آخر تضمن الحملة الوطنية لمكافحة مرض الشلل، كما أصدرت كتيب آخر يحمل عنوان "القاعدة العلمية التنفيذية السليمة" وفي عام 1988 أصدر مشروع وطني للإتصال من طرف الوكالة الوطنية للأحداث المصورة "ANF" والتي تعتبر بدورها الخلية الأولى للإتصال الإجتماعي في الجزائر، وقد تطور هذا المشروع بمساعدة اليونيسيف والمنظمة العالمية للصحة بهدف مساعدة البرنامج الوطني لمكافحة وفيات الأطفال.¹

أما فيما يخص الحملات الإعلامية التي تحث الناس على التوجه للمراكز الصحية للتلقيح ضد الأمراض نجدها غير مقنعة وغير مفهومة وليست في متناول الجميع، ففي عام 1992 تم تصميم حملة إعلامية عامة في الجزائر بهدف حث النساء اللواتي في طور الإنجاب على ضرورة التحصين ضد الكزاز، وقد ظهر ذلك الإعلان على الشاشة التلفزيونية على شكل مادة مكتوبة مفهومة لدرجة أن النساء إتجهن فعلا إلى المراكز الصحية، فالحملة الإعلامية تعمل على تعزيز الأفكار.²

¹-نبيلة بوخيزة، الإتصال الاجتماعي الصحي ، مرجع سابق ، ص 201-204.

¹- مرجع نفسه، ص 204.

3. أثر استخدام المواقع الإلكترونية في تنمية الوعي الصحي:

لتنمية الوعي الصحي المعاصر تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي في إستراتيجياتها التوعوية الحديثة إتجاه قضايا الصحة العامة والتثقيف، فقد أسهمت شبكات التواصل الإجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي من خلال إنشاء المحتوى ونشر التوعية والتثقيف الصحي عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في الإستراتيجية العامة للتوعية، وتعزيز الدافعية.¹

كما أصبحت المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الإجتماعي أكثر جاذبية، وتتجلى أهميته لقطاعات الصحة في البرامج التوعوية، لقد أصبحت شبكات التواصل الإجتماعي طريقة سهلة وفعالة للمؤسسات الصحية من حيث كلفة توصيل المعلومات الصحية مقارنة بفاعليتها وإنتشارها، مما يعزز الخدمات الوقائية للمؤسسات الصحية وبناء مجتمعاتها الصحية²، مما يستدعي الأمر من المؤسسات الصحية إستخدام قنوات اليوتيوب في إستراتيجيات التوعية الصحية والتثقيف، وتطبيق تكنولوجيا التواصل والعلاقات العامة.

²-خالد بن فيصل العزم، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدنان، العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدنان، يوليو - ديسمبر، 2012.

المبحث الثاني: أهمية وأهداف المواقع الإلكترونية

تكمن أهمية استخدام المواقع الإلكترونية في نشر الوعي الصحي:

1. أهمية المواقع الإلكترونية :

ففي إطار موضوعنا هذا يستحسن الحديث عن أهمية المواقع الإلكترونية وفعاليتها في عملية تعديل السلوكيات المضرة بالصحة، وإستبدالها بالسلوكيات السليمة، فأهمية المواقع الصحية تكمن في ما تحدثه على مستوى السلوكيات عندما تصل إلى الأذان الصاغية لها، ولكن ما يجدر الإشارة إليه هو أنه من الخطأ أن نجعل من الإتصال المواقع الصحية الوسيلة الوحيدة في تعديل الإتجاهات علما بأن السلوك ظاهرة معقدة صعب التحكم فيها، ولكن ما نستطيع القيام به هو الإستعانة بتقنياته لتوصيل الأفكار والمهارات التي تؤهل لفتح باب التغيير على مستوى السلوكيات.¹

إن المواقع الإلكترونية تلعب دورا مهما في تشكيل الوعي لدى أفراد المجتمعات سواء في مجال التزويد بالمعلومات السلمية أو تشكيل الإتجاهات والمواقف المختلفة، والإعلام هو ضمير المجتمع بجميع فئاته، وللمواقع دوره هام في تعزيز المعرفة لدى الجمهور، وذلك من خلال الحملات التوعوية الهادفة التي تؤدي إلى زيادة رقعة التثقيف الصحي، والتعامل مع العديد من الموضوعات التي يطرحها.¹

¹نبيلة بوخيزة، الاتصال الاجتماعي، مرجع السابق، ص155.

ولقد تطورت وسائل الإعلام وزادت إمكانياتها وتقنياتها سواء من حيث إنتشارها وفعاليتها وسهولة إستخدامها، وبسبب هذا التطور التقني في إمكانيات هذه الوسائل، فقد أصبحت تؤدي دورا حيويا وملموسا في مجال التوعية.¹

كما أن الإعلام الصحي الناجح يعمل على الإستفادة من القضايا الطبية، إضافة إلى دوره في إكتساب المعرفة وتزويد المتلقي بالمعلومات والتوعية الصحية، ويتحقق هذا الهدف بنشر المفاهيم الصحية السليمة في المجتمع، وتعريف الناس بمخاطر الأمراض وإرشادهم إلى وسائل الوقاية منها.

2. أهداف المواقع الإلكترونية في تنمية الوعي الصحي:

تهدف المواقع الإلكترونية إلى إنشاء قاعدة معرفية حول الرعاية الصحية لدى الأهالي المتجمع، إذ يمثل هذا الهدف تحدياته الأولية في هذا التعرف، وخاصة ونحن نعرف أهمية الصحة ودورها في دفع عجلة التقدم، لذا يتحتم على الجميع أن يساهم في حماية الصحة من الأمراض المنتشرة سواء كان عاملا للصحة أو مكملا في تنمية المجتمع والذين يمثلون بدورهم قنوات إتصالية فعالة في نشر المهارات الصحية² من المسلم به أن هناك سلوكيات صحية يجب أن ندرّب الناس عليها، وتتعلق هذه السلوكيات بالفرد بصورة خاصة، ونقصد بذلك كيفية

¹ - باريان أحمد، دور وسائل الإعلام في التنقيف الصحي المرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير، جامعة الملك مسعود السعودية، 2014، ص 11.

² - نبيلة بوخيزة، الاتصال الاجتماعي الصحي، مرجع سابق، ص 155.

تعامله بالأسلوب السليم المبني على قواعد صحية تساعد على التمتع بحياته، وعليه نلخص بعض أهدافه على النحو التالي:¹

- نشر المعارف الصحية السلمية في المجتمع.
- تمكين الناس من تحديد مشاكلهم الصحية إحتياجاتهم.
- بناء وإتباع اتجاهات صحية سليمة.
- ترسيخ السلوك السوي، وتغيير الخاطئ إلى سلوك الصحي السليم.
- تحسين الصحة على مستوى الفرد والمجتمع والمساعدة في تقادي نسبة حدوث الأمراض.

خلاصة

نستخلص أن هدف البحث هو التعرف على درجة إهتمام المواطنين بقضايا التوعية والمبادرات الصحية عبر المواقع الإلكترونية وفي وسائل الاتصال الاجتماعي، والتأثيرات المعرفية، والسلوكية التي تكونت لدى المبحوثين المتابعين للمبادرات الصحية على تلك الوسائل الإعلامية التي تساهم في نقل الخبرات العالمية وتسلط الضوء على التجارب الصحية الناجحة وتزويد المتلقي بمعلومات صحية، وإرشاده إلى وسائل الوقاية منها من خلال الحملات التوعوية الهادفة.

¹-ريتا محمد، التثقيف الصحي منشورات ، مكتب التثقيف الصحي للنشر والتوزيع، لندن 2001، إنجلترا.

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي

تمهيد:

بعدما تطرقنا إلى الإطار المنهجي وكل عناصره المتعلقة بموضوع الدراسة والجانب النظري الذي تطرقنا فيه إلى كل البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، أما في هذا الفصل سنتطرق إلى الإطار التطبيقي والذي سنحاول فيه الإجابة عن التساؤل الرئيسي لموضوع الدراسة إنطلاقاً من تصميم الإستمارة تحليل محتوى وإعدادها، وبعد ذلك نعمل على تفرغ البيانات وتفسيرها وتحليلها في ضوء الدراسات السابقة وأهداف الدراسة، وفي الأخير استخلاص النتائج العامة للدراسة.

بحيث سوف تناول في هذا الفصل عرض النتائج الكمية من خلال الجداول والرسومات البيانية والقراءة الجداول وتحليلها، والتحليل الكيفي من خلال تفسير وتأويل النتائج الكمية.

1. التعريف المؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة:

المؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 07/140 المؤرخ في 19/05/2007، المتعلق بإنشاء وتنظيم المؤسسات العمومية الإستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية، تقوم بمهام متابعة البرامج الصحة الجوارية والوقاية من الأمراض وهي تغطي كل الخريطة الصحية لدائرة عشعاشة تحتوي على أربع بلديات وهي بلدية عشعاشة، خضرة، أولاد بوغالام ونكمارية بمساحة تقدر ب

23556 كلم كما يقدر عدد سكانها بحوالي 84745 نسمة موزعة كآآآي¹:

المجموع		بلدية نكمارية		بلدية أولادبوغالم		بلدية خضرة		بلدية عشعاشة	
84745		12290		16380		16530		39545	
إناآ	ذكور	إناآ	ذكور	إناآ	ذكور	إناآ	ذكور	إناآ	ذكور
42912	41833	6070	6220	8293	8087	8552	7978	19997	19548

وتتكون المؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة من (28) ثمانية وعشرين هيكل صحي

وهي:

- مقر إداري

- 02 عيادات متعددة الخدمات

- 25 قاعة علاج

- مقر للطب الوقائي

موزعة على النحو الآآي¹:

البلدية	مقر إداري	الطب الوقائي	قاعة العلاج	عيادة متعددة الخدمات
عشعاشة	01	01	08	01
خضرة	/	/	06	01
أولاد بوغالم	/	/	07	01
نكمارية	/	/	04	/

2-بن زعيط عبد الرحمان، مكلف بالإعلام في المؤسسة العمومية الاستشفائية - عشعاشة 09:30، 12/04/2023.

2. التعريف بمصالح المستشفى ومهامها:

- مكتب المدير: وضع إدارة المؤسسة تحت سلطة مدير معين بقرار من السيد الوزير الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات، مهامه قيادة والتنسيق وتوجيه عمل الموظفين ويتأرس الاجتماعات واللقاءات الداخلية والخارجية، ويعمل على التنظيم الداخلي والخارجي للمؤسسة.
- مكتب التنظيم العام.

➤ مكتب الاتصال: شكليا لكنه غير موجود.

أما في ما يخص فروع المؤسسة فهي موزعة على 04:

أ. المديرية الفرعية للمالية والوسائل تشمل على ثلاث مكاتب:

- مكتب الميزانية والمحاسبة يوجد بهذه المصلحة موظفين مهمتهم تقديم الحسابات المالية السابقة.

- مكتب الصفقات العمومية في هذا المكتب يتم إبرام صفقات اللوازم والأشغال أو تقديم الخدمات التي يقوم بها المستشفى.

- مكتب الوسائل العامة والهيكل.

ب. المديرية الفرعية للموارد البشرية: تشمل على مكاتبين:¹

- مكتب تسيير الموارد البشرية والمنازعات: يوجد في هذا المكتب موظفين من مهامهم

1- بن زعيط عبد الرحمان، مكلف بالإعلام في المؤسسة العمومية الاستشفائية - عشعاشة 09:30، 12/04/2023.

- إستقبال ملفات شكاوي الموظفين والمواطنين.

- مكتب التكوين.

ج. المديرية الفرعية للمصالح الصحية:

✚ مكتب القبول: يعد من أهم المصالح الإدارية على مستوى المؤسسة العمومية الإستشفائية

من مهامه:

- إستقبال المرضى وتوجيههم.

- قبول المرضى وتنظيمهم أثناء الدخول والخروج.

✚ مكتب التعاقد وحساب التكلفة: يوجد في هذه المصلحة موظفين يقومون بتقديم الحسابات

المالية السابقة، بالإضافة للسنة الجارية ومنها:

- تكاليف العلاج: علاجات خارجية.

- الحسابات ومنازعات والحركة المرضى الإستشفائية والإحصائيات.

✚ مكتب تنظيم ومتابعة النشاطات الصحية وتقييمها: يعمل هذا المكتب على التنظيم

والتسيير على مستوى المصلحة.¹

- الأرشيف: تسجيل الملفات وكل الوثائق التي تخص المرضى.

- حفظ الجثث على مستوى المصلحة.

1-بن زعيط عبد الرحمان، مكلف بالإعلام في المؤسسة العمومية، 23 فيفيري 2023.

- تنظيم الحركة الإستشفائية للمرضى.

ت.المديرية الفرعية لصيانة التجهيزات الطبية والتجهيزات المرافقة:

تضم مكاتبين:

- مكتب صيانة التجهيزات الطبية: الآلات والمعدات الطبية مثل الراديو والسكانير.

- مكتب صيانة التجهيزات المرافقة: ويعمل هذا الأخير على التعريف بالصفحة وشعارها

الرسمي، والدراسة والأبحاث عبر صفحات الفايسبوك وموقعها الإلكتروني الرسمي،

وعملية إحصاء لعدد المعجبين بها والمتابعين لها، وهذا لمعرفة مدى إقبال المواطنين لهذا

الموقع ومدى تفاعلهم معه.

أولاً: الموقع الإلكتروني الرسمي للمؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة الإخوة الشهداء بعلي:

الجيلالي، أحمد وشعبان.

هو موقع تابع لهيئات ومؤسسات رسمية تحتوي على نشاطات وخدمات، بحيث توفر

المعلومات اللازمة للمواطنين من خلال: eph-achaacha.com

تم إنشاء الموقع الإلكتروني سنة 2012 وتعود أسباب إنشائه إلى تقريب المسافات بين

المؤسسة والمواطنين والموظفين، يحتوي الموقع الإلكتروني على صفحة رئيسية يمكن الوصول

إليها من خلال عنوان الموقع، وتعرض هذه الصفحة محتويات الموقع حيث تبلغ عدد مشتركها

8900 ألف مشتركين، هدفها حصول أفراد المجتمع على المعلومات المقدمة من طرف المؤسسة

- توريد المعلومات للجمهور والمواطنين بطريقة سهلة وسريعة.

- مواكبة التطورات التكنولوجية المستعملة في المواقع الالكترونية لنشر المعلومات.

- تقديم الخدمات التي تشغل بال عامة المواطنين و الموظفين خاصة.

- يقوم بنشر المواضيع لها علاقة بالمؤسسة الإستشفائية، تداولتها الصحافة ونشرتها الوزارة.

ثانيا: تعريف الصفحة الرسمية للمؤسسة: هي عبارة عن صفحة عبر الفايسبوك وتتضمن

مختلف المواضيع الصحية، مثل إنزال منشور يتضمن شرح وإيجاد طرق معالجة مرض معين

وذلك بالتوعية الصحية عبر رابط صفحة المؤسسة العمومية بعشعاشة:

<https://m.facebook.com>

ومن المواضيع التي تنشر عبر الموقع الإلكتروني:

أ . الوقاية من الأمراض وأخذ احتياطات لتجنبها عن طريق نشر برامج شهرية للخرجات الميدانية

و إشهارها عن طريق الصفحة الرسمية للمؤسسة.¹

تعتبر صفحة رسمية التي أنشأتها المؤسسة من طرف مسؤولين ناشطون حقيقيون غير

تابعين لأي جهة هدفهم رسم صورة حسنة عن المؤسسة وتوعيتهم الصحية بأخطار الأمراض،

وكيف يمكن أن تجنبها وإيجاد بعض الحلول للوقاية من الأمراض، وعرف الموقع إقبالا وتفاعلا

كبيرا من قبل شرائح المجتمع مع مضامين هذا الموقع، وهذا ما يحفز على تسليط الضوء

1-تلجة العرش، مديرة المؤسسة العمومية الاستشفائية-عشعاشة- ساعة 10:00، 2023/04/07.

والدراسة التحليلية للكشف عن طبيعة تقديمه للمواضيع عبر المواقع الإلكترونية، ووسائل الإقناع المستخدمة وما هي إستراتيجياتها لإقناع الجمهور المستهدف من خلال محتوى الرسالة، ويبلغ عدد زوار الموقع حوالي 8900 ألف متابع، وأهم المواضيع التي يتم نشرها عبره، إعلانات وإحصائيات عن الخدمات المقدمة من طرف المصالح الطبية، وتصريحات عن أسباب الأمراض ونصائح الطبية وتثقيفية، وحملات تحسيسية عبر الوسائط مثل صور وفيديوهات.

03. عرض نتائج تحليل المضمون:

إستهلال:

تعتبر مرحلة معالجة المعلومات والبيانات التي يتم الوصول إليها خطوة مهمة وضرورية للإجابة عن التساؤل الرئيسي للإشكالية، وكذا التأكيد على صحة أو نفي الدراسة، بمعنى آخر تقديم إجابة لتساؤلات تما طرحها في الجزء النظري، والوصول إلى النتائج النهائية والعامّة، ثم إستخلاص النتائج المتعلقة بالموضوع، وذلك إنطلاقاً مما نتوصل إليه في الجانب الميداني.

الجدول رقم 01: يمثل أيام الدراسة حسب الفترة الزمنية: (الثلاثي الأول لسنة 2023)

الأسابيع	أيام التحليل
الأسبوع الأول	04 فيفري / 09 فيفري
الأسبوع الثاني	11 فيفري / 15 فيفري
الأسبوع الثالث	16 فيفري / 21 فيفري
الأسبوع الرابع	22 فيفري / حتى نهاية الشهر
الأسبوع الخامس	01 مارس / 06 مارس
الأسبوع السادس	07 مارس / 12 مارس

04. الفئات المستخدمة في الدراسة التحليلية:

سوف نعتمد في هذه الدراسة على "فئة الشكل وفئة المضمون" لتحليل منشورات عبر

الموقع الرسمي للمؤسسة العمومية الإستشفائية - عشعاشة-.

4.1. فئة الشكل كيف قيل؟:

تصب هذه فئات غالبا نحو هدف الإجابة عن السؤال كيف قيل؟ أي الشكل الذي تأخذه المادة

التي هي محل التحليل، وتتكون من:

- فئة الموقع: من خلال هذه الفئة سوف نحاول قياس تركز مضامين التوعية الصحية عبر الموقع الإلكتروني.

- فئة وسائل الإقناع: تهدف هذه الفئة إلى قياس تكرار الألفاظ، والاستشهاد بالأدلة، وحدة التحليل المستخدمة هي وحدة العبارة.

- فئة الوسائط الإلكترونية: هي العناصر البصرية والسمعية التي تستخدمها الصفحة في منشوراتها مثل: الفيديو، والصور، والرسوم.

- فئة اللغة: حاولنا من خلال هذه الفئة حساب عدد اللغات المستخدمة (العربية أو الفرنسية)، على المواقع الإلكترونية، بحيث وحدة التحليل المستخدمة هي وحدة الفكرة.

- فئة المتفاعلين: إن تفاعل المستخدمين مع منشورات عبر المواقع الإلكترونية (مواقع التواصل الاجتماعي)، هو أن يضغظ المستخدم على زر الإعجاب أو مشاركة النشر، فيؤدي هذا

التفاعل إلى زيادة انتشار المنشور، مما يعجل في سرعة إيصاله إلى مستخدمين.¹

4.2. فئة المضمون ماذا قيل ؟

هي الفئات التي تخص المحتوى، حيث من خلالها الإجابة عن السؤال ماذا قيل؟ بحيث تعتمد على مجموعة من الأفكار لها سمات وصفات مشتركة، ومن خلالها يمكن إدراك توجيهات، طبائع ومعاني، بحيث يكون المضمون محل التحليل إنطلاقاً من إشكالية الدراسة وأهدافها، والتي تتمثل هذه الدراسة فيما يلي:

• فئة الموضوع: هي الفئة التي تبحث عن مختلف المواضيع التي يحتويها المضمون، تعمل على الكشف عن مراكز الإهتمام في المحتوى عبر مختلف المواضيع التي يتناولها الموقع الإلكتروني للمؤسسة (صفحة المؤسسة العمومية الإستشفائية)، في التوعية الصحية، وحدة التحليل هي وحدة الفكرة.²

• فئة الأهداف: تستخدم هذه الفئة للبحث عن الأهداف التي يريد من خلالها المحتوى الذي هو محل الدراسة الوصول إليها، ولكل مضمون هدف أو أهداف خاصة، وتتضح أهداف الدراسة من خلال بناء مشكلة الدراسة من أفكار التي يسعى الموقع إلى إيصالها للمستخدمين مثل الوقاية و التحذيرات وغيرها.

• فئة الجمهور المستهدف: نحاول من خلال هذه الفئة معرفة عدد الجمهور المستهدف من

1- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر، مرجع سابق، ص 33.
1- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر، مرجع سابق، ص 34.

خلال ما يتم نشره، وحدة التحليل المستخدمة هي وحدة الفكرة.

- فئة استراتيجيات الإقناع: تعني الوسائل والأدوات التي يستخدمها المرسل أو المقدم لإقناع وجذب عدد كبير من المشاهدين، ودعم الأفكار التي يحملها المحتوى الإعلامي.¹
- فئة المصدر: هي التي تختص بالكشف عن الشخص أوجهة مصدر المعلومة، تتمثل في مواقع وزارة الصحة، فهي المصادر التي تعتمد عليها الصفحة والمواقع الإلكترونية للوصول إلى المعلومات.²

أ- الفئات التي تجيب على سؤال كيف قيل ؟

تدرس هذه الفئات الشكل الذي جاءت عليه المضامين التي هي محل التحليل، وتصف

المحتوى الشكلي للمضمون، ومن متطلبات الإشكالية دراسة الشكل، لهذا يجب على الباحث

تحديد فئات الشكل وهي:

- **فئة الموقع:** تبحث هذه الفئة عن موقع المادة محل التحليل ودلالاته في المضمون باعتبار أن الموقع له مكانة دلالية في تقديم المعنى الذي تحاول الرسالة إيصاله للمتلقي، أما إذا تعلق الأمر بالمضامين السمعية أو السمعية البصرية، فإن الباحث يمكنه دراسة تحليل مواقع المادة محل التحليل و تهتم بمواقع الرسالة "نص، صوت، فيديو" في الموقع الإلكتروني، صفحة البدء و صفحة المحتوى، الوحدة أفقياً للأعلى، مركز للأسفل، الوحدة

2-محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار النشر مكتبة الهلال، بيروت ، ص 134.

1-سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، 2006، ص 260.

أفقياً يمين، وسط، يسار، والتي تعتني بموقع الموضوع، والفكرة محل التحليل في المادة المدروسة، فالموقع له أهمية كبيرة في تأثير المحتوى على القارئ أو المتصفح أو

المستمع.¹

يتفرع الموقع إلى:

صفحة البدء: وهي الصفحة الرئيسية و الصفحة الأولى في الموقع.

صفحة المحتوى: هي الصفحة التي تحتويها صفحة الموقع الإلكتروني للمؤسسة، والصفحة الرسمية للفايسبوك.

- التحليل الكمي لفئة الموقع:

الجدول رقم 02 يمثل فئة الموقع بصفة عامة:

النسبة %	التكرار	فئة الموقع المستخدم الموقع الإلكتروني - فايسبوك
80	04	صفحة البدء
20	02	صفحة المحتوى
100	06	المجموع

التعليق على الجدول رقم 02: من خلال تحليل جدول فئة الموقع المستخدم الذي يخص

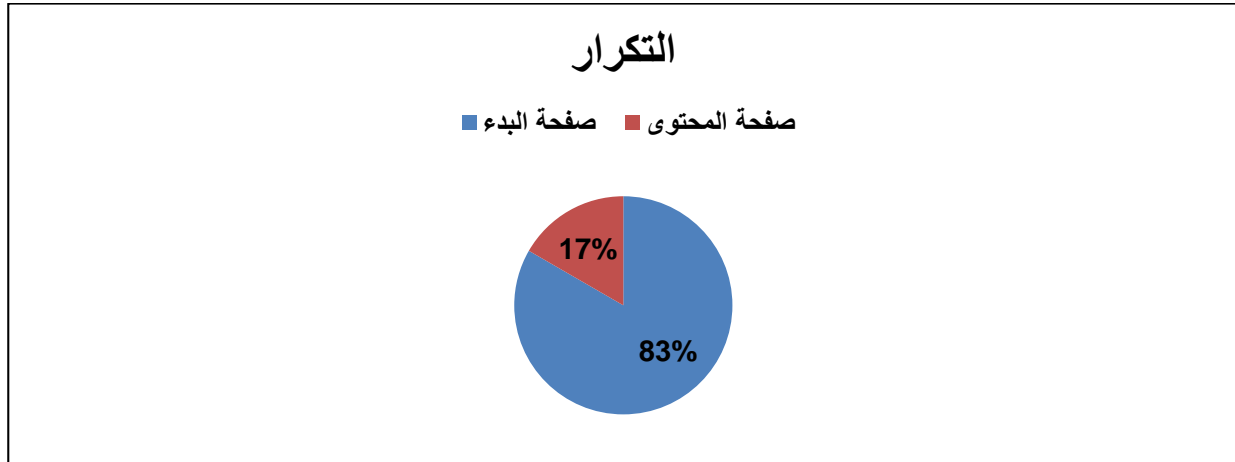
المواضيع التي تنشرها صفحة الفايسبوك والموقع الإلكتروني للمؤسسة العمومية الإستشفائية

بعشعاشة، حيث إحتلت المرتبة الأولى صفحة البدء بنسبة 80%، أما في المرتبة الثانية صفحة

¹ -يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سابق ص 28.

المحتوى بنسبة 20%.

الرسم بياني 01: يمثل النسب المئوية والتكرار لفئة الموقع:



التعليق: نستنتج من خلال تحليل الجدول الكمي أن هناك اهتمام كبير بصفحة البدء وذلك نسبة

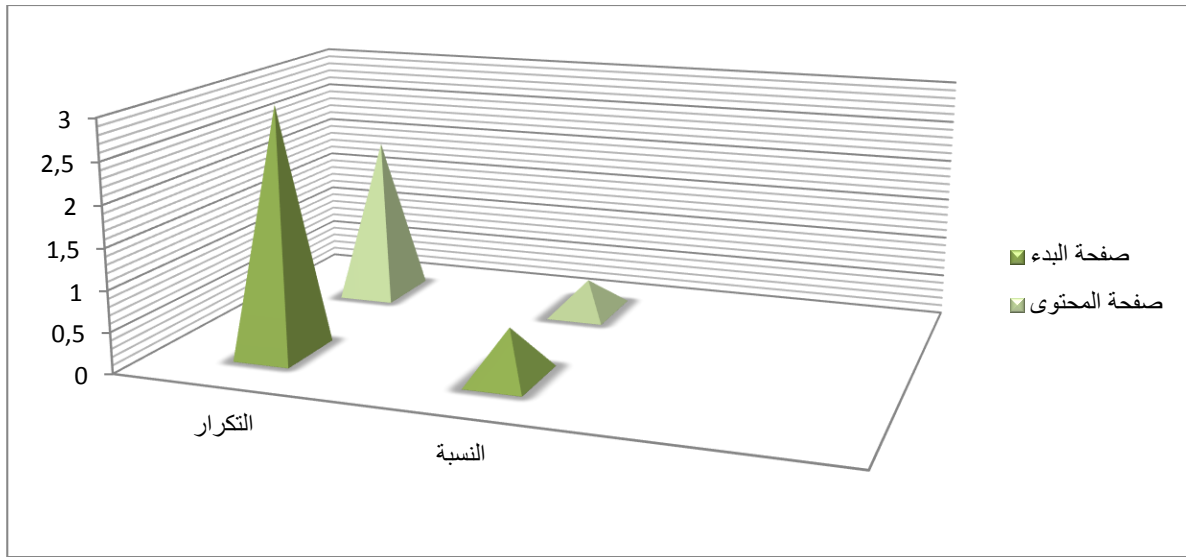
قدرت ب 80% من مجموع والتكرار مقارنة بصفحة المحتوى التي قدرت بالنسبة 20%.

الجدول رقم 03: خاص بفئة الموقع (الموقع الالكتروني-صفحة الفايبيوك):

الصفحة الرسمية		الموقع الالكتروني		فئة الموقع	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
100	01	60	03	أعلى	صفحة البدء
00	00	00	00	وسط	
00	00	00	00	أسفل	
00	00	40	02	أعلى	صفحة المحتوى
00	00	00	00	وسط	
00	00	00	00	أسفل	
100	01	100	05		المجموع

التعليق على الجدول رقم 03: يوضح الجدول رقم 03 الخاص بفئة الموقع بحيث يبين لنا أن موقع صفحة البدء على صفحات الموقع الإلكتروني والصفحة رسمية للمؤسسة بحيث أن أغلب المعلومات والمنشورات تم نشرها في أعلى الصفحة، حيث قدرت بنسبة 60% واحتلت المرتبة الأولى في موقع المضامين المنشورة عبر صفحة الفايسبوك، أما فيما يخص الموقع الرسمي قدرت بنسبة 100% في أعلى صفحة من مضامين التي تم إخضاعها للتحليل مقارنة بموقع المضامين الأخرى، أما فيما يتعلق بموقع الصفحة أسفل ووسط الصفحة فجاء عدد المضامين فيهما متساوي قدر في كل منهما ب00.

الرسم البياني رقم 02: يمثل النسبة المئوية لفئة الموقع:



التحليل الكيفي لفئة الموقع:

يوضح لنا التحليل الكمي أن مضامين الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك للمؤسسة

تتمركز في الأعلى أي يعتمدان على نفس الموقع للمنشورات وصفحات المضامين، أما فيما يخص موقع الوسط كانت بنسب ضئيلة، وحتى الأسفل قليلة جدا لعرض المواضيع مثل الحملات والمنشورات التوعوية.

أستند الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية للفايسبوك أعلى الشاشة، من أجل عرض مضامين الحملة، وذلك من خلال دراستنا للجدول رقم 03 الذي يمثل فئة الموقع، بحيث تبين لنا أن أعلى نسبة كانت في موقع وسط أعلى، حيث يرمز موقع أعلى إلى التفكير الصحيح، ومن هنا نستنتج أن مصمم الموقع حاول دفع المستخدمين إلى التفكير المثالي، بحيث يساعد هذا الأسلوب على عملية الإقناع.

-تمحورت مضامين الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية للمؤسسة في الأعلى لعرض المواضيع والمنشورات التوعوية.

-تمركزت الصور الثابتة والنصوص المكتوبة والفيديوهات في الموقع أعلى الشاشة الموقع الإلكتروني.

-إستخدم الموقع الإلكتروني و صفحة الفاييسبوك بنسبة قليلة وضئيلة على موقع الأسفل والوسط، بحيث لاحظنا أن أعلى نسبة سجلت لمضامين المؤسسة هي موقع أعلى الصفحة الشاشة، ورأينا من خلال التحليل أن جل المضامين الموقع الإلكتروني و صفحة الفاييسبوك تمركزت في الأعلى الصفحات المنشورة.

- فئة اللغة:

وتعني اللغة المستخدمة في حملات التوعية الصحية عبر الموقع الالكتروني للمؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة التي تحتوي على النصوص والصور والفيديوهات التوعوية، حيث تنتسب إلى اللغة العربية الفصحى، واللغة الفرنسية واللغة الانجليزية، بحيث تلعب اللغة دورا مهما في جذب الجماهير وتثقيفهم أثناء حملات التوعية.

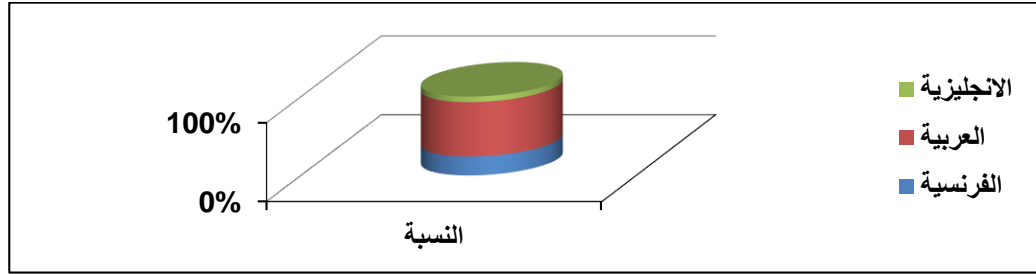
الجدول رقم 04: فئة اللغة بصفة عامة:

النسبة %	التكرار	فئة اللغة المستخدمة
69	94	العربية
24	33	الفرنسية
07	08	الإنجليزية
100	135	المجموع

تعليق على الجدول رقم 04: يتبين من خلال نتائج الجدول رقم 04 الذي يمثل اللغة المستخدمة حسب عينة الدراسة، بحيث أن طبيعة اللغة المستخدمة في المواضيع المنشورة عبر الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية للمؤسسة، وهي من الفئات الهامة في عملية تحليل للتعرف على النمط اللغوي السائد في تقديم المعلومات، فحسب الدراسة يتضح لنا فئة اللغة العربية التي تمثل بنسبة 69 بالمائة وهي أعلى نسبة بإعتبارها لغة وطنية التي يفهمها الجميع مقارنة مع اللغة الفرنسية بنسبة 24%، ثم تليها اللغة الإنجليزية بنسبة قدرت ب 07% ، ويتضح من جدول فئة

اللغة أن اللغة العربية تعتبر أكبر نسبة، وبالتالي يتبين لنا بأن اللغة العربية تحتل المرتبة الأولى عن اللغات الأخرى.

الرسم بياني رقم 03: يمثل توزيع النسب المئوية لفئة اللغة بصفة عامة:



الجدول رقم 05: يمثل فئة اللغة (موقع الإلكتروني-صفحة الفايسبوك):

الصفحة الرسمية		الموقع الإلكتروني		فئة اللغة المستخدمة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
75	64	60	30	العربية
21	18	30	15	الفرنسية
04	03	10	05	الإنجليزية
100	85	100	50	المجموع

تعليق على الجدول رقم 05:

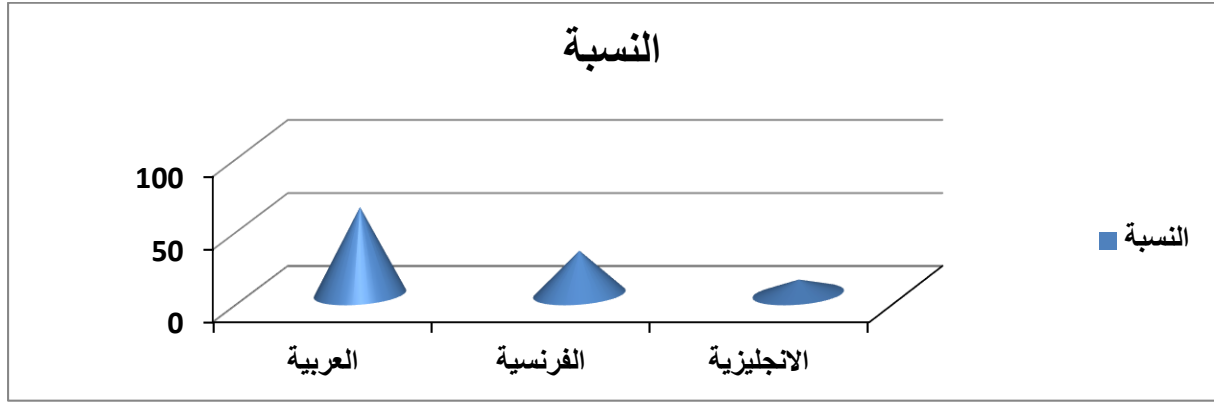
يتضح لنا من خلال الجدول بأن اللغة العربية تمثل 60%، بحيث تعتبر أكثر انتشارا

عبر الموقع الإلكتروني، وغالبا يستخدمها القائم بالإعلام، ويظهر لنا نسبة اللغة الفرنسية التي

تقدر ب 30%، وفي المرتبة الأخيرة اللغة الانجليزية بنسبة 10%، ومنه نستنتج أن اللغة

المعتمدة من طرف الموقع وصفحة الفايسبوك الرسمية هي اللغة العربية.

الرسم البياني رقم 04: يمثل النسب المئوي لفئة اللغة



تعليق:

الرسم البياني يبين أن استخدام اللغة العربية على الموقع الإلكتروني للمؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة بنسبة كبيرة، بحيث نرى أن معظم المواضيع التي تنشر كانت بها، ثم اللغة الفرنسية ، وفي المرتبة الأخيرة اللغة الانجليزية بنسبة شبه منعدمة.

التحليل الكيفي لفئة اللغة:

نلاحظ تقوفا اللغة العربية، وهذا أمر طبيعي نظرا لكون مختلف المواقع تتركز جميع مضامينها على استخدام اللغة العربية الفصحى على الموقع الإلكتروني، وهذا من خلال الجداول والنتائج المتحصل عليها أعلاه بحيث كانت اللغة العربية هي الأكثر بروزا إذ تعتبر لغة رسمية للبلاد، كما أن الاعتماد عليها من قبل الموقع لصفحة الفايسبوك أمرا مهما في البلاد، لأنها سائدة في كافة المؤسسات.

ومنه نستنتج أن المؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة، تعتمد على اللغة العربية وهي

الأكثر توظيفاً في نشر المواضيع وحملات التوعية عبر صفحة الفايسبوك والموقع الرسمي، وإن المؤسسة تميل إلى استخدام اللغة العربية المرافقة للصورة، وتعتبر أحسن طريقة للوصول إلى أكبر قدر من الجماهير ومراعاة مستوياتهم اللغوية، وهنا نجد بأن المؤسسة تضع الأولوية للغة العربية في منشوراتها والتي غالباً ما تكون منشورات تهاني أو العزاء، وتقول الباحثة Mathilde أن المؤسسات بحاجة ماسة إلى استخدام لغات متعددة في منشوراتها للوصول إلى أكبر قدر من الجماهير.

وهذا يفسر بأن المؤسسة بحاجة لاستخدام أكثر من لغة واحدة في نشر منشوراتها، فالصورة والنص لا يكفیان، فصناعة الكلمة تؤثر في النفوس، حيث أن اللغة أداة ناقلة للرسالة الإقناعية، وهي التي تربط بين المرسل والمستقبل، لذا يلجأ القائمون بالاتصال لتوظيف الكلمات مؤثرة تخاطب عاطفة الجمهور.

- فئة وسائل الإقناع:

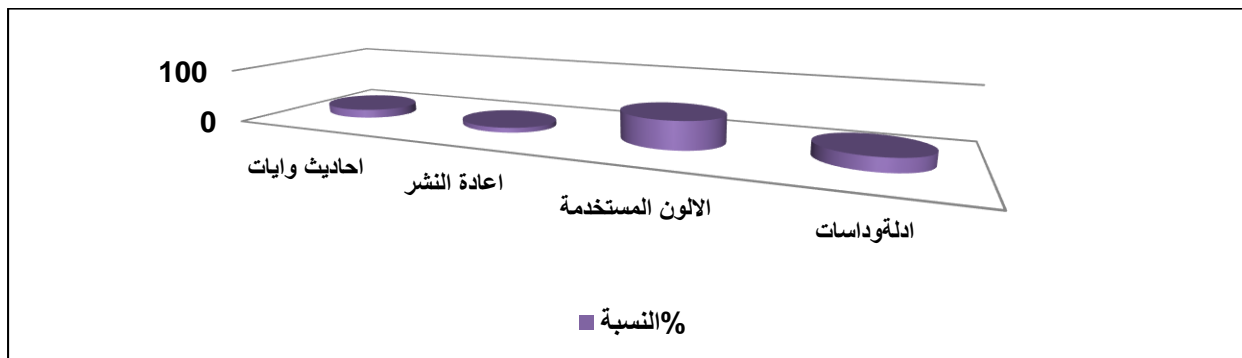
تعني مجموعة الوسائل التي يوظفها القائم على حملة التوعية الصحية عبر المواقع الإلكترونية، وعلى صفحة الفايسبوك الخاصة بالمؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة، للتأثير على رواد الموقع والمتصفحين، ومن الوسائل التي يوظفها هي التكرار والاستشهاد بالأدلة والأحاديث الدينية والآيات القرآنية، والألوان الهادفة ذات دلالات ومعاني.

الجدول رقم 06: يمثل فئة وسائل الإقناع:

النسبة %	التكرار	فئة وسائل الإقناع
16	25	أحاديث وآيات
09	14	إعادة نفس المنشور
51	80	الألوان المستخدمة
24	37	أدلة ودراسات
100	156	المجموع

التعليق على الجدول: يوضح الجدول رقم 06 الذي يمثل فئة وسائل الإقناع لموقع لالكتروني للمؤسسة الاستشفائية بعشعاشة، بحيث أن وسيلة الألوان المستخدمة نالت حصة الأسد فاحتلت المرتبة الأولى بنسبة 51%، ثم تاليها الأدلة والدراسات بنسبة 24%، وفي المرتبة الثالثة جاءت الأحاديث النبوية والآيات القرآنية بنسبة 16%، وفي المرتبة الأخير جاءت إعادة نفس المنشور بنسبة 09%، ومنه نستنتج أن المؤسسة الاستشفائية -بعشعاشة- تعتمد على الألوان المستخدمة في نشر مواضيعها ومضامينها في عملية التوعية الصحية عبر المواقع الإلكترونية.

الرسم بياني رقم 05: النسب المئوية لفئة وسائل القناع:

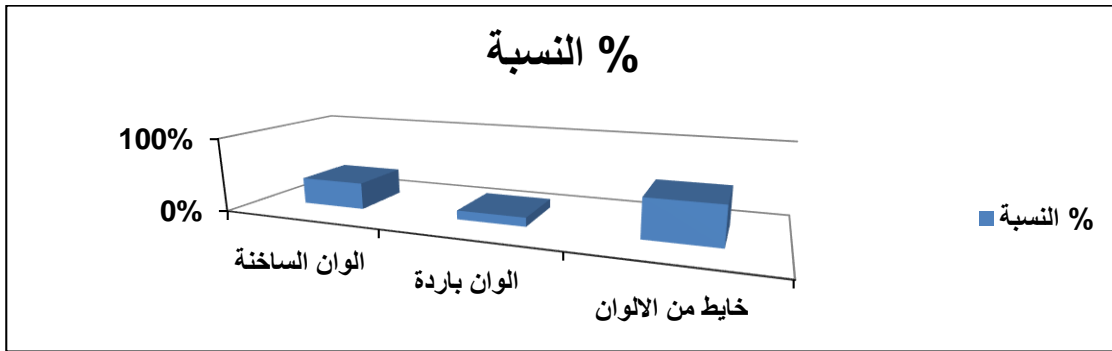


الجدول رقم 07: الألوان المستخدمة لفئة وسائل الإقناع:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الألوان المستخدمة
36	45	ألوان ساخنة
12	15	ألوان باردة
52	65	خليط من الألوان
100	125	المجموع

تعليق على الجدول رقم 07: نلاحظ من خلال الجدول أن فئة وسائل الإقناع تستعمل لتحرير المواضيع الصحية الألوان المختلطة بنسبة 52% وتحتل المرتبة الأولى، وثم تليها الألوان الساخنة بنسبة 32 %، أما فيما يخص الألوان الباردة فهي قليلة الاستعمال.

الرسم البياني 07: يبين النسب المئوية لفئة الإقناع عبر الألوان:



الجدول رقم 08: يمثل فئة وسائل الإقناع: (مواقع الالكترونية-صفحة الفايسبوك)

صفحة الفايسبوك		الموقع الالكتروني		فئة وسائل القناع
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
15	13	18	12	أحاديث وآيات
10	09	7	05	إعادة النشر
19	17	30	20	أدلة ودراسات
56	50	45	30	ألوان مستخدمة
100	89	100	67	المجموع

تعليق على الجدول 08: يبين الجدول التكرارات والنسب المئوية لوسائل الإقناع التي نشرت على موقع المؤسسة الاستشفائية للصحة الجوارية بعشعاشة حيث تبين أن فئة طبيعة الألوان المستخدمة في التوعية تصدرت الفئات بنسبة 45%، من مجموع النسب المئوية للفئات الفرعية، وحصلت فئة الأدلة والدراسات على أقل نسبة قدرت بنسبة 30%، بحيث اعتمدت المؤسسة على طبيعة الألوان المستخدمة في نشر التوعية الصحية على موقع الالكتروني، أما فيما يخص صفحة الفايسبوك فاعتمدت في فئة وسائل الإقناع للمؤسسة الاستشفائية، بحيث جاءت فئة طبيعة الألوان المستخدمة بالمرتبة الأولى بنسبة قدرها 56 % ، ثم فئة تقديم الأدلة والدراسات بالمرتبة الثانية بنسبة قدره 19 %، ومنه نستنتج ان الموقع لالكتروني وصفحة الفايسبوك للمؤسسة الاستشفائية بعشعاشة، تعتمد بنسبة كبيرة على الألوان في فئة وسائل الإقناع في نشر رسالة التوعية الصحية.

التحليل الكيفي لفئة وسائل الإقناع:

يعمل ويجتهد القائم بالاتصال في المؤسسة على إنتاج الرسالة الإعلامية وصياغتها، فهو المسؤول المباشر على إسهامه في صياغة الرسالة الإقناعية وإنتاجها و نشرها حتى تصل للجمهور، ونقلها بصورة صحيحة، وهذا لكي يستطيع مخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم، فهو قادر على توعية وتنوير المواطنين وتوجيههم، باستخدام أساليب الإقناع المختلفة : مثل ما تم ذكره في فئة وسائل الإقناع، أولاً تقديم الأهداف التي سطرها المسؤول عن الموقع الالكتروني

والصفحة الرسمية الفايسبوك، ومن الأساليب المستخدمة ذكر الهدف من إنشاء المواقع الالكترونية وصفحة الفايسبوك من طرف المؤسسة، وتمر الرسالة الإقناعية بمراحل عديدة لتصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف، ونشرها عبر الوسائط المختلفة قصد تبديل أفكارهم و اتجاهاتهم اتجاه المواضيع الصحية، وذلك باستخدام مختلف الوسائل الممكنة بغرض تعديل سلوكياته، وأكثر الأمور التي يهتم بها المجتمع هي مواكبة التطورات التكنولوجية على مستوى وسائل الإعلام الاتصال، لذا تلجأ المؤسسة استخدام العديد من الوسائل (موقع الالكتروني وصفحة الفايسبوك) متعلقة بالخصائص الاتصالية والقوالب الفنية التي يعرضها القائم بالاتصال سواء التواصل في الحسابات الشخصية أو عن طريق التعليقات على الصور أو الفيديوهات بشكل تزامني.

انطلاقاً مما سبق نستنتج أنه يجب على القائمين استغلال كل الخصائص والتقنيات والخدمات التي يقدمها الفايسبوك في إبراز المواضيع ومنشورات التوعية، وتبيان الطرق والأساليب الوقائية من الأوبئة (وباء كورونا) إلى جانب تقديم المواد الوقائية مثل المعقم وكمامات، ونشر السكينة لدى المواطنين بأن المؤسسة في خدمتهم ورعايتهم، بحيث يتم العرض باستخدام تقنية الفيديو والصور ونشرها عبر المواقع الالكترونية، وهذا يرسم صورة حسنة للمؤسسة وتقديم انطباع جيد عنها لدى مستخدمي القطاع الصحي، ومن خلال الجدول نرى أن المؤسسة العمومية تعتمد في غالب الأحيان للنشر عبر موقعها وصفحتها على مزيج من الألوان

لإثارة المواطن ولفت انتباهه بدرجة كبيرة، بحيث تبين لنا أن ألوان تعتبر مثير رئيسي لجذب رواد المواقع اتجاه المضامين ومنشورات، ولكل لون معاني نفسية هادفة، وتحدد هذه الأخيرة بخبرات الأفراد الشخصية، ولذلك نجد اختلافات وفرقات بين الأفراد في الدلالات، والمعاني السيكولوجية للألوان، وهذه بدورها تعمل على إثارة رغبة الفرد ومحبته للون معين، أو تفضيله للون على الألوان الأخرى.

الألوان جزء لا يتجزأ من الحياة الإنسان، ولها تأثير على العواطف والمشاعر، فعلى سبيل المثال يرتبط اللون الأحمر بالإثارة، وغيرها من الألوان لها دلالات، وتترك هذه الأخيرة إما انطبعا سلبيا أو ايجابيا، ودلالات الألوان قد تؤثر على سلوك الأفراد والجماعات، كما تعكس الألوان الجوانب السيكولوجية والنفسية للفرد، لذا تعتبر الصورة التي تعتمد على الألوان عنصرا من عناصر التواصل غير اللفظي مع أفراد المجتمع، ونلاحظ هذا في التصميم على مواقع شبكة الانترنت، لأنها أداة بصرية، إن مرحلة اختيار الألوان والخطوط والصور من الأهم والأصعب المراحل في التصميم، فالإختيار الصحيح والدقيق للألوان المستخدمة يساهم في إيصال الفكرة، لأنها تبين هوية واتجاه الصفحة، كما تعمل على جذب المشتركين إليها، فالإختيار الألوان له أثر كبير على الحالة النفسية للأشخاص، فبعض الألوان تتسم بالدفع، لهذا استخدام الألوان يعطي إضافة جمالية للمنشورات عبر الموقع.

- فئة الوسائط المتعددة :

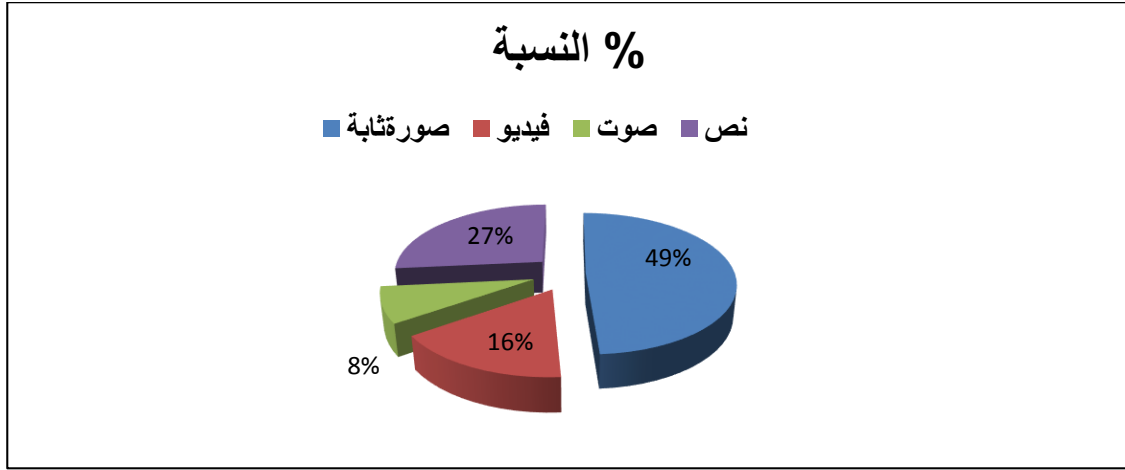
تعني نوع الحامل الاتصالي للمحتوى، وينقسم إلى نص صورة ثابتة، صوت وفيديو، بحيث تكون لها علاقة بحملة التوعية الصحية عبر الموقع الالكتروني المؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة، وهذا التقسيم راجع إلى طبيعة الحامل الالكتروني الذي يضم أشكال الوسائط المتعددة (حده النص، الصورة ، الصوت، الفيديو).

الجدول رقم 09: يبين فئة الوسائط المتعددة

النسبة%	التكرار	فئة الوسائط المتعددة
46	24	صورة ثابتة
15	08	فيديو
08	04	صوت
06	03	رسم
25	13	نص
100	52	المجموع

تعليق على الجدول رقم 09: يوضح أن نسب التوزيع في فئة الوسائط المتعددة التي وظفتها المواقع الالكترونية للمؤسسة العمومية الإستشفائية للصحة الجوارية عشعاشة من أجل توعية الصحية وتنقيف المواطنين، حيث نرى أن أعلى نسبة كانت لعنصر الصور الثابتة بنسبة 46%، في حين احتل النص المطبوع المرتبة الثانية بنسبة 25%، وبالنسبة لوسيط الفيديو قدرت ب 15% ، و ثم جاء وسيط الصوت بنسبة 08 %، والمرتبة الأخيرة كانت من نصيب الرسم بنسبة 06%.

الرسم بياني رقم 07: يمثل فئة الوسائط المتعددة لعينة الدراسة العامة



الجدول رقم 10: يمثل فئة الوسائط المتعددة بالنسبة (الموقع الالكتروني وصفحة الفايسبوك)

صفحة الفايسبوك		الموقع الالكتروني		فئة الوسائط المتعددة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
46	15	45	09	صور ثابتة
19	06	10	02	فيديو
09	03	05	01	صوت
09	03	00	00	رسم
17	05	40	08	نص
100	32	100	20	مجموع

تعليق على الجدول 10:

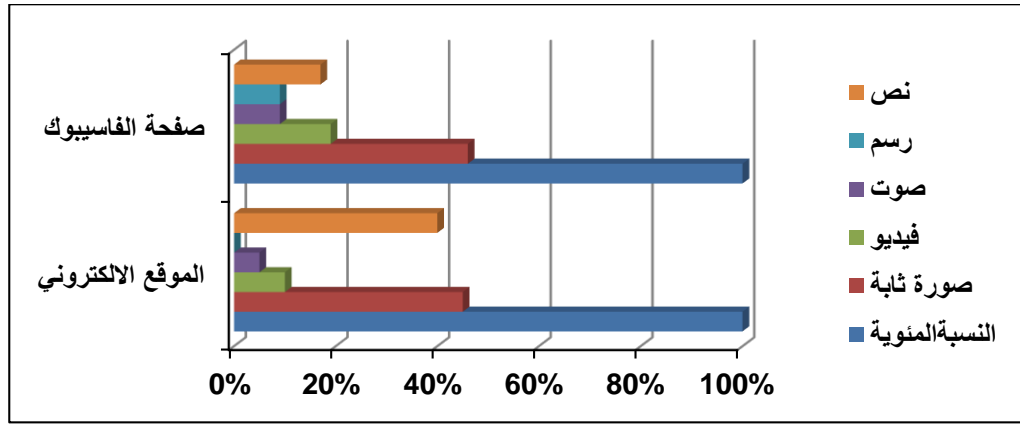
نلاحظ في الجدول رقم 10 الذي يوضح توزيع الوسائط المتعددة التي وظفها الموقع

الالكتروني وصفحة الفايسبوك، أن الموقع وظف الصور الثابتة بنسبة 45%، والنص المطبوع

40%، والفيديو بنسبة 10% والصوت 05%، بينما استخدمت صفحة الفايسبوك الصور الثابتة

بنسبة 46% والفيديو 19%، والنص المطبوع 17%، وفي المرتبة الأخيرة الصوت والرسم بنسبة قدرت ب 10%، وهذا يدل على ان الوسائط المتعددة عناصرها في نشر التوعية الصحية.

الرسم البياني رقم 08: يمثل فئة الوسائط المتعددة مفصلة (الموقع الالكتروني والفايسبوك)



التحليل لفئة الوسائط المتعددة:

بعد قراءة نتائج الجدول تبين أن صفحة الفاييسبوك تقوم بعمل نشيط مقارنة مع الموقع الالكتروني، حيث أن هذا الأخير اعتمد على الصور والنصوص المطبوعة بشكل واسع، بينما الفيديو بنسبة اقل ثم يليه الصوت، والرسم بنسب شبه منعدمة، وهذا ما أستخلص من نتائج الجدول، حيث وظف الصور لتغطية حملات التوعية، وذلك لرسم الصورة في ذهن المستقبل، وذلك باستخدام حاسة العين، كما أن الموقع الالكتروني و صفحة الفاييسبوك يستخدمان الصور الثابتة والنصوص المطبوعة أكثر من الفيديو مقارنة مع الوسائط الأخرى.

لأن الصور والنصوص المطبوعة ذات قيمة وأهمية في مجال تقديم الخدمات، ولها دورا مهما في إثارة وجذب المتلقي ذهنيا، والتأثير عليه وإقناعه عقلا ومنطقا وفكرا، لهذا يجتهد القائمين على المواقع الالكترونية وصفحات الفايسبوك في اختيار نوعية الصورة وحجمها.

لأن نجاح أي موقع على شبكة الانترنت يجب أن يركز على ما يريده الزوار عندما يسألون أو يطلبون معلومات أو خدمات معينة، وهذا يزيد في حجم الثقة والتفاعل مع الموقع.

لأن كلما زاد بقاء المتصفح في الموقع كلما زادت قدرة الموقع في جذب عدد كبير من الزوار، وهذا يسهل عملية إظهار المحتوى المنشور بطريقة تمكن المتصفح من قراءته بسهولة خاصة المنشورات المتعلقة بالمعلومات والنصائح الطبية.

ومن التحليل نستخلص مايلي:

توظف المؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة عبر موقعها وصفحتها في غالب الأحيان على أسلوب نص وصورة، وبالدرجة الثانية على أسلوب نص وفيديو، وفي مرات قليلة الصورة، ويعتبر أسلوب إرفاق النص في الصورة مهم في فهم وتلقي الرسالة من طرف الجمهور، فهو بمثابة توضيح أو شرح المحتوى الصورة كي لا يأخذ المتلقي أبعاد أخرى أثناء محاولة فهم المحتوى، ولأن المؤسسة أثناء عرضها للفيديو تركز على أهداف محددة، وبالتالي إرفاق النص يساعدها في جذب انتباه المتلقي نحو الهدف المسطر من المؤسسة وزيادة عدد المتابعين.

- فئة المتفاعلين:

تفاعل المستخدمين مع أي منشور على مواقع التواصل الاجتماعي، هو أن يقوم المستخدم بالضغط على مؤشر الإعجاب أو ترك تعليق، أو إعادة المنشور حيث يؤدي هذا التفاعل إلى زيادة نقشي المنشور مما يعجل ويسهل وصوله إلى مستخدمين آخرين.

ويتمثل هدف هذه الفئة في قياس مدى تفاعل المواطنين مع مواقع الالكترونية والصفحة الفايسبوك، ومراقبة المحتوى الذي يستجيب له ويتفاعل معه أفراد المجتمع من خلال الإعجاب والتعليق و المشاركة.

الجدول رقم 11: يمثل فئة المتفاعلين حسب عينة الدراسة العامة:

النسبة المئوية%	التكرار	فئة المتفاعلين
71	492	عدد الإعجاب
16	110	عدد التعليق
13	93	عدد المشاركة
100	695	المجموع

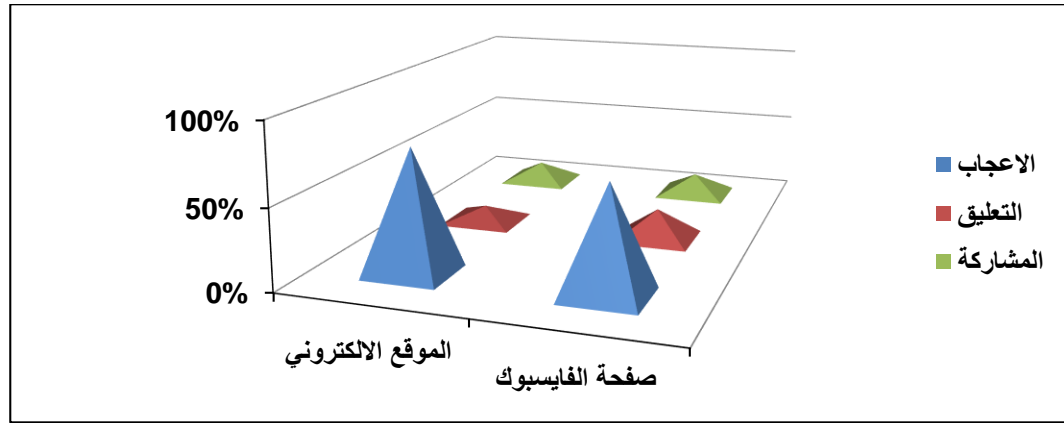
الجدول رقم 12: فئة المتفاعلين (الموقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)

صفحة الفايسبوك		الموقع الالكتروني		فئة المتفاعلين
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
67%	297	77%	195	عدد الإعجاب
19%	85	10%	25	عدد التعليق
14%	61	13%	32	عدد المشاركة
100%	443	100%	252	المجموع

تعليق: على الجدول رقم 12

من خلال نتائج الجدول نستنتج أن عدد الإعجاب بالمواضيع التي تنشر عبر الموقع الإلكتروني بلغت نسبة 77%، وفي صفحة الفايسبوك بنسبة 67% ، بهذا احتلت فئة عدد الإعجاب المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية عدد التعليقات بالنسبة لصفحة الفايسبوك، أما فيما يخص الموقع الإلكتروني جاءت عدد المشاركة في المرتبة الثانية.

الرسم البياني رقم 09: يمثل النسب المئوية لفئة المتفاعلين (الموقع الإلكتروني - صفحة الفايسبوك)



الحوصلة:

توضح النتائج والإحصائيات إلى إن غالبية المبحوثين يتفاعلون مع ما المواضيع عبر الفايسبوك عن طريق إعجاب أو مشاركة أو تعليق على المنشور الذي يصلهم، ويعتبر هذا أحد أشكال التفاعل مع المضامين التي تصلهم عبر صفحة الفايسبوك أو الموقع الإلكتروني، من خلال قراءة جدول فئة المتفاعلين يتبين ما يلي:

عدد إعجاب الجمهور بالمنشورات أكثر وذلك بنسبة 77%، وردة فعل الجمهور بإعجاب كان بالدرجة الأولى حول المواضيع المتعلقة بالتهاني وإعلانات التوظيف، ونادرا ما تكون الغضب أو تعجب أو ضحك، ونوع من هذا المنشور قد يزيد من عدد المتابعين والمشاركين والمعلقين في الصفحة، لأن الجمهور يعتبر رأس مال الوسيلة الإعلامية وهو الذي يحدد وزنها وموقعها في إطار المنافسة المباشرة وغير المباشرة ما بين مختلف المؤسسات الإعلامية، وهذا ما يدفعها في الاجتهاد أكثر لتلبية حاجات ورغبات الجمهور بعرض المضامين التي تتلاءم معه، وهذا يساعد على ولاء وانتماء الجمهور للمؤسسة.

ب. الفئات التي تجيب على سؤال ماذا قيل؟:

هي الفئات التي تختص بالمحتوى، وتجيب عن السؤال كيف قيل معتمدة على مجموعة من الأفكار لها سمات وصفات مشتركة، ومن خلالها يمكن معرفة توجيهات ومعاني المضامين، التي هي محل تحليل، انطلاقا من إشكالية الدراسة وأهدافها، وتتكون هذه الدراسة من الفئات التالية:

أ. فئة الموضوع:

وتعني المواضيع المتداولة في محتوى حملة التوعية الصحية للأفراد المجتمع، وذلك عند حدوث الأزمات وتفشي الأوبئة مثل (وباء كورونا)، وتكون هذه المواضيع عبر الموقع الإلكتروني وصفحة فايسبوك خاصة بالمؤسسة العمومية الاستشفائية - بعشاشة - والهدف منها نشر

الوعي الصحي وتنقيف أفراد المجتمع، والالتزام بالاحتياطات وإجراءات للحد من انتشار الأمراض والفيروسات، والتي على أساسها يبني القائم على حملة التوعية الرسالة الإقناعية لكي يجذب رواد الصفحة.

التحليل لفئة الموضوع:

الجدول الرقم 13: يمثل فئة الموضوع

النسبة %	التكرار	فئة الموضوع
37	52	حملات توعية
28	39	تعليمات وإرشادات
15	21	تقديم خدمات
20	27	معلومات صحية
100	139	مجموع

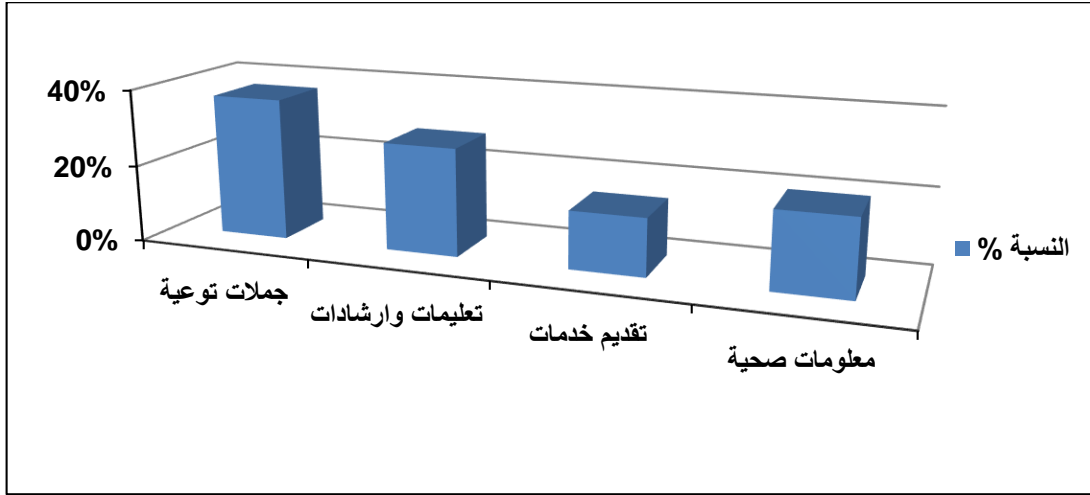
تعليق:

نرى من خلال الجدول بأن فئة موضوع حملات التوعية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 37%، وفي المرتبة الثانية التعليمات وإرشادات بنسبة 28%، وثالثا المعلومات الصحية بنسبة 20%، وفي المرتبة الأخير تقديم خدمات بنسبة 20%.

ومن أرقام الجدول والنتائج المتحصل نلاحظ أن النسبة المئوية للحملات هي الأكثر

بروزا، وهذا بين أهميتها في الأزمات والظروف الصعبة مثل الأزمة التي سببها وباء كورونا والآثار الناجمة عنه.

الرسم البياني رقم 10: يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع:



الجدول رقم 14: يوضح فئة الموضوع (الموقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)

صفحة الفايسبوك		الموقع الالكتروني		فئة الموضوع
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
37	31	38	21	حملات توعية
28	24	27	15	تعليمات وإرشادات
18	15	11	06	تقديم خدمات
17	14	24	13	معلومات صحية
100	84	100	55	مجموع

تعليق: على الجدول رقم 14

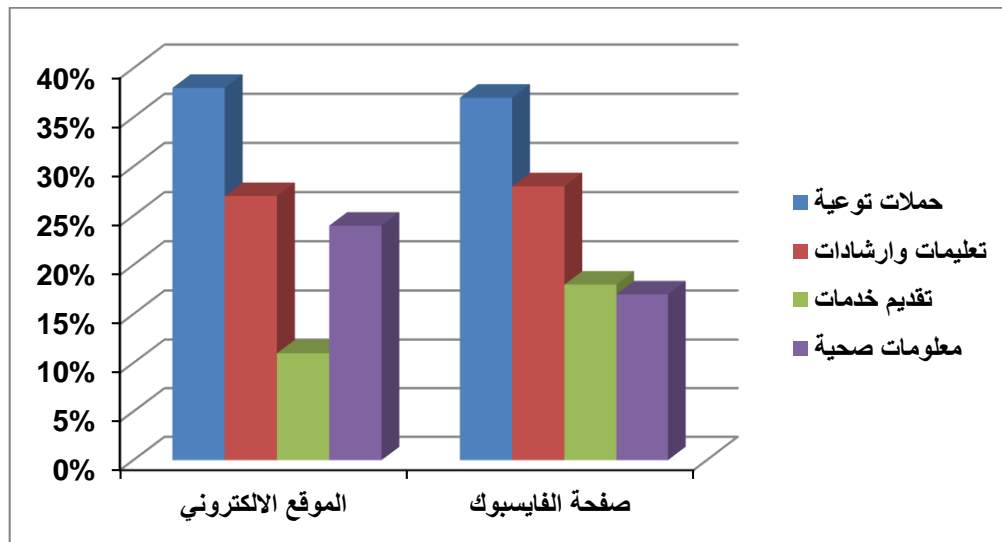
يتبين من خلال الجدول رقم 14 الذي يمثل بفئة الموضوع التي يتم نشرها عبر الموقع

الالكتروني للمؤسسة العمومية الإستشفائية - عشاشة - بحيث أن فئة حملات التوعية هي

أعلى نسبة قدرت بنسبة 38%، وفي المرتبة الثانية تعليمات وإرشادات قدرت بنسبة 27%، بينما

جاءت في المرتبة الثالثة فئة المعلومات الصحية بنسبة قدرت بـ24%، وفي المرتبة الأخيرة فئة تقديم خدمات بـ11%.

الرسم البياني رقم 11: يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع (الموقع الإلكتروني - صفحة الفايسبوك)



التحليل: نستخلص أن الموقع الإلكتروني يعتمد على فئة الحملات التوعية بالدرجة الأولى في نشر المواضيع الصحية، وتليها التعليمات والإرشادات، و ثم فئة المعلومات الصحية، وفي الأخير فئة تقديم الخدمات، وذلك من أجل تثقيف أفراد المجتمع والوقاية من الأمراض والأوبئة.

ويتضح أيضا أن صفحة الفايسبوك، تستخدم فئة حملات التوعية بأعلى نسبة قدرت بـ

37%، ثم التعليمات والإرشادات قدرت بنسبة 28%، وعرفت المرتبة الثالثة فئة تقديم خدمات

بنسبة 18%، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة فئة المعلومات الصحية بنسبة قدرت بـ17%، ومنه

نستنتج أن المؤسسة الاستشفائية تعتمد في نشر المواضيع على فئة حملات توعية مقارنة مع المواضيع الأخرى.

تلعب مواضيع الصحة العامة دورا مهما في الوقاية من الأمراض والأوبئة، وذلك بتقديم خدمات طبية وصحية لأفراد المجتمع، فالتنوع في مسائل الرسالة الصحية يساعد على جذب وشد انتباه رواد المواقع الالكترونية، فالإرشاد الصحي يساهم في ارتفاع المستوى الصحي للأفراد، وتكوين مجتمع واعي مثقفا صحيا، والرفع من المستوى المعرفي، وهذا ما يعتمد عليه الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك في منشوراتهم.

وهنا يتجلى دور العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسة وتحقيق الأهداف المسطرة، كون الهدف الأساسي للحملات التوعية هو التوعية، وتقديم أكبر عدد من المعلومات حول المواضيع التي تهتم أفراد المجتمع.

الخلاصة: يستخدم أفراد المجتمع في الحصول على المعلومات والأخبار والمنشورات على الصفحة الفايسبوك بالدرجة الأولى وبعدها الموقع الإلكتروني، حيث أن بعد تحليل المحتوى وجدنا أن المؤسسة الإستشفائية تنشر مضامينها بكثرة على صفحة الفايسبوك مقارنة بالموقع الإلكتروني.

ب. فئة الأهداف:

الفكرة التي تسعى الصفحة إلى إيصالها للمستخدمين هي القيام بتنظيف كل أفراد المجتمع

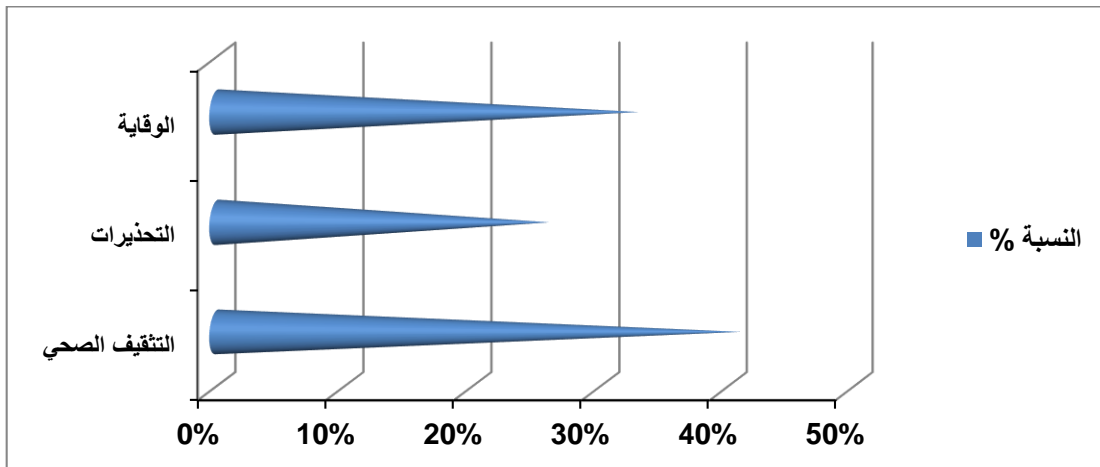
بالأمور الخاصة بالصحة والأمراض ومسبباتها، والتعرف على المعلومات المرتبطة بها وزيادة
توعية الفرد والمجتمع بالطرق اللازمة للتوعية هي المعلومات التي تقوم الصفحة بتوجيهها
للمواطنين من وجود مخاطر الأمراض وانتشارها
الجدول رقم 15: يمثل فئة الأهداف لعينة الدراسة

النسبة %	التكرار	فئة الأهداف
41	65	التثقيف الصحي
26	41	التحذيرات
33	53	الوقاية
100	159	المجموع

تعليق: على الجدول 15

نرى من خلال جدول فئة الأهداف لعينة الدراسة أن نسبة هدف التثقيف الصحي كانت
أكبر نسبة والتي قدرت بـ 41%، ثم يليها هدف الوقاية بنسبة 33%، ثم فئة التحذيرات بنسبة
26%.

الرسم بياني: رقم 12 يوضح النسب المئوية لفئة الأهداف



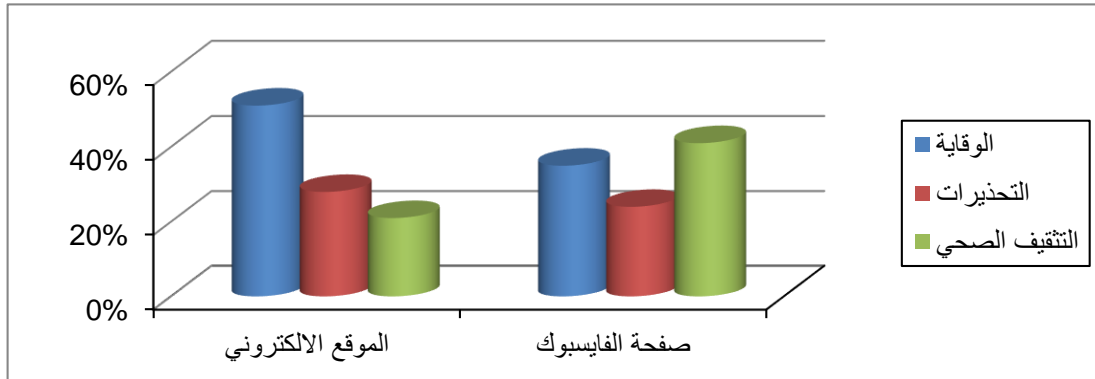
الجدول رقم 16: يوضح فئة الأهداف (الموقع الإلكتروني - صفحة الفايسبوك)

صفحة الفايسبوك		الموقع الإلكتروني		فئة الأهداف
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
35	36	51	29	الوقاية
24	25	28	16	التحذيرات
41	41	21	12	التثقيف الصحي
100	102	100	57	المجموع

تعليق على الجدول:

من نتائج جدول فئة الأهداف نلاحظ أن نسبة فئة الوقاية هي أعلى نسبة قدرت ب 51% عبر الموقع الرسمي ثم فئة التحذيرات قدرت بنسبة 28%، أما بالنسبة التثقيف الصحي فكانت آخر نسبة قدرت ب 21%، أما فيما يخص صفحة الفايسبوك نرى أن نسبة التثقيف الصحي تحتل المرتبة الأولى بنسبة 41%، في المرتبة الثانية فئة الوقاية بنسبة 35%، وثالثا فئة التحذيرات بنسبة 24%.

الرسم بياني رقم 13: : يمثل فئة الأهداف (الموقع الإلكتروني - صفحة الفايسبوك)



تحليل لفئة الأهداف:

نرى من خلال نتائج الجدول إن هدف التثقيف الصحي هو الأكثر بروزا وهو هدف جد مهم، وعليه كانت أكثر أهداف صفحة الفايسبوك للمؤسسة الإستشفائية، وذلك لتحقيق التوعية، وتزويد أفراد المجتمع بالمعلومات الصحية، لأن هذه الأخيرة تساعد الإنسان في الحفاظ على صحته واكتسابه لوعي صحي، وجاءت بعد ذلك الوقاية وهدفها التقليل أو الحد من المشاكل الصحية، وثم تليها التحذيرات، وتعتبر هذه الخطوة أداة فعالة في تحسين مستوى الصحي لدى أفراد المجتمع وتغيير مفاهيمهم اتجاه الصحة العامة، فعندما يختار القارئون على الصفحة أسلوب إقناعي توعوي مناسب للرسالة الصحية فهذا يهدف إلى التجاوب مع التوجيهات والإرشادات الصحية، وإتخاذ قرارات سليمة فيما يخص مستوى صحتهم.

التثقيف الصحي عبر الموقع الرسمي والصفحة الرسمية للمؤسسة له تأثير في أفراد المجتمع حيث يكونهم، ويمد لهم المعلومات اللازمة، وحتى فئة الوقاية تم الاستعانة بها في مضامينه، ونشر أساليب الوقاية بين أفراد المجتمع وغرس فيهم سلوك صحي سليم، أما بنسبة لفئة التحذيرات كانت ضعيفة نوعا ما.

ومنه نستنتج أن الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك للمؤسسة الاستشفائية -عشعاشة- يهدفان إلى التوعية الصحية من أجل رفع المستوى الصحي، فالمؤسسة تسعى وتعمل على تثقيف الجمهور، ولأن كلاهما ركزا على التوعية الصحية والوقاية بالدرجة الأولى.

ت. فئة الجمهور المستهدف:

هم فئة من أفراد المجتمع، أي مجموعة من الأشخاص الذين لديهم نفس الأفكار وإهتمامات، بحيث تهدف المؤسسة إلى خدمة هؤلاء الأشخاص، وينقسم الجمهور إلى قسمين: عادي وفعال فالأول هم عامة الناس، والثاني هو الجمهور الفعال وهو الذي يتفاعل مع الرسالة الإعلامية من منشورات ومواضيع صحية.

الجدول رقم 17: يمثل فئة الجمهور المستهدف.

النسبة%	التكرار	الجمهور المستهدف
35	124	الجمهور العادي
16	56	الجمهور الفعال
12	44	الموظفين وعاملي المؤسسة
37	131	المرضى
100	355	المجموع

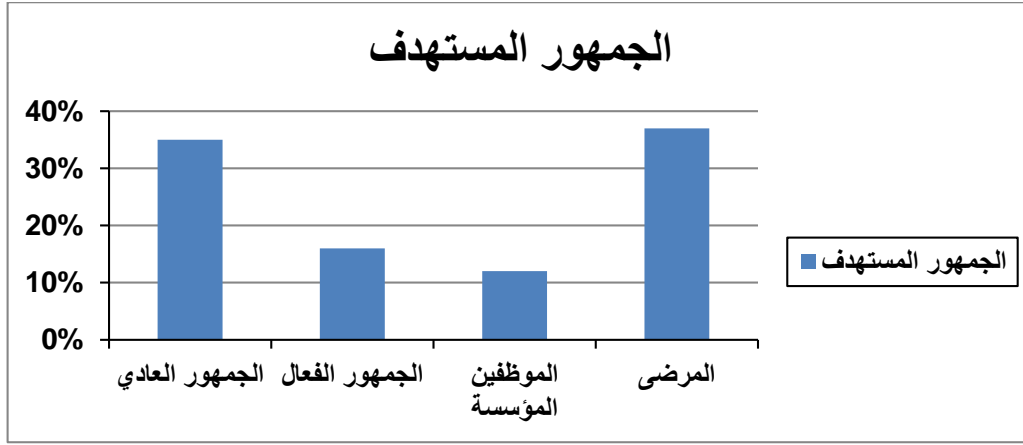
التعليق: نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن نسبة الجمهور المرضى إحتل المرتبة الأولى بنسبة

37 %، وهي أعلى نسبة لفئة الجمهور المستهدف، وأيضاً تحتل فئة الجمهور العادي المرتبة

الثانية بنسبة قدرت ب 35%، ثم الجمهور الفعال بنسبة 16 %، وفي المرتبة الأخيرة فئة

الموظفين وعاملي المؤسسة بنسبة 12%.

الرسم البياني رقم 14: يمثل النسب المئوية لفئة الجمهور المستهدف



الجدول رقم 18: فئة الجمهور المستهدف (الموقع الالكتروني-صفحة الفايسبوك)

صفحة الفايسبوك		الموقع الالكتروني		الجمهور المستهدف
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
34	84	38	40	جمهور عادي
16	39	16	17	جمهور فعال
10	24	19	20	موظفين المؤسسة
40	102	27	29	المرضى
100	249	100	106	المجموع

تعليق: من نتائج جدول رقم 18 نلاحظ أن نسبة الجمهور العادي تحتل المرتبة الأولى بنسبة

38% أي أعلى نسبة لفئة الجمهور المستهدف، و ثم فئة المرضى في المرتبة الثانية بنسبة قدرت

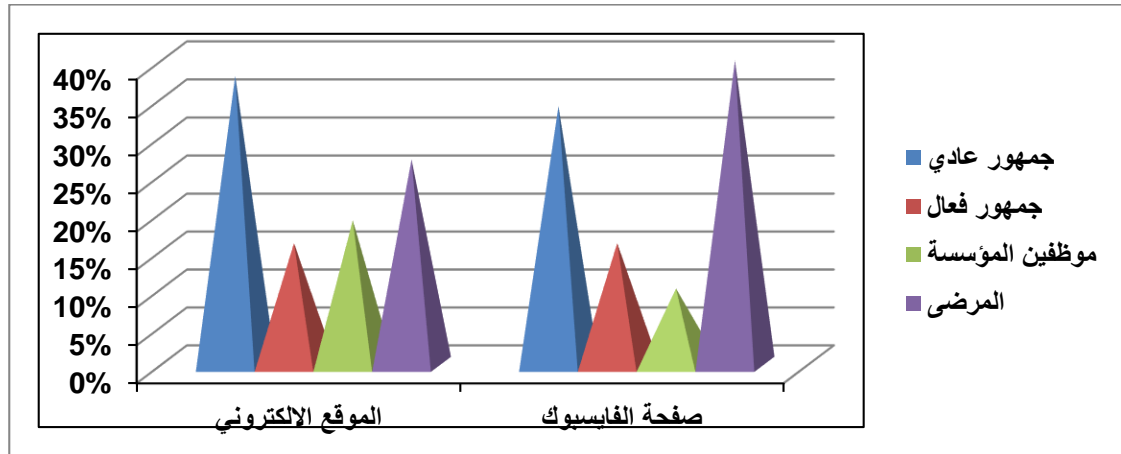
ب 27%، ثم بعدها فئة جمهور موظفين المؤسسة قدرت بنسبة 19%، وفي المرتبة الأخيرة فئة

الجمهور الفعال بنسبة 16%، أما فيما يخص صفحة الفايسبوك نجد أن نسبة مرضى هي

الأعلى بنسبة 40%، وفي المرتبة الثانية فئة الجمهور العادي بنسبة قدرت ب 34%، ثم جاءت

فئة الجمهور الفعال بنسبة 16، وفي الأخير فئة موظفين المؤسسة تقدر بنسبة 10%، وهذا يبين الفرق الكبير بين نسبة فئة الجمهور العادي وفئة المرضى والفئات الأخرى خاصة فئة الجمهور الخاص بالأطباء وعمال المؤسسة.

الرسم بياني رقم 15: يمثل النسب المئوية للجمهور المستهدف (الموقع الإلكتروني-صفحة الفايسبوك)



التحليل: فئة الجمهور المستهدف

نستنتج أن الرسالة الإعلامية بحكم طبيعتها تصل إلى فئات مختلفة وشرائح متنوعة من أفراد المجتمع، بحيث يستطيع الفرد أن يراها و يسمعها أو يعترض لها. ومنه نرى أن الفئة الأكثر استهدافا هي فئة الجمهور العادي بالنسبة للموقع الإلكتروني، وبالنسبة لصفحة الفايسبوك كانت فئة المرضى للجمهور المستهدف تسعى نحوها للحصول على المعلومات صحية أو إرشادات وقائية ونصائح طبية.

ث. فئة المصدر:

لمعرفة مصدر أو مصادر الرسالة أو المواضيع الإعلامية يمكن أن يتبين من طبيعة المعلومة، فهي ضرورية لتحديد حجم أهمية المعلومات التي يحتويها المضمون محل التحليل، وقد تكون مؤشرات هذه الفئة مثل وكالات الأنباء، وزارة الصحة، المواقع الإلكترونية.

تفيد هذه الفئة في معرفة الشخص أوجهة مصدر المعلومات، أي تجيب على السؤال إلى

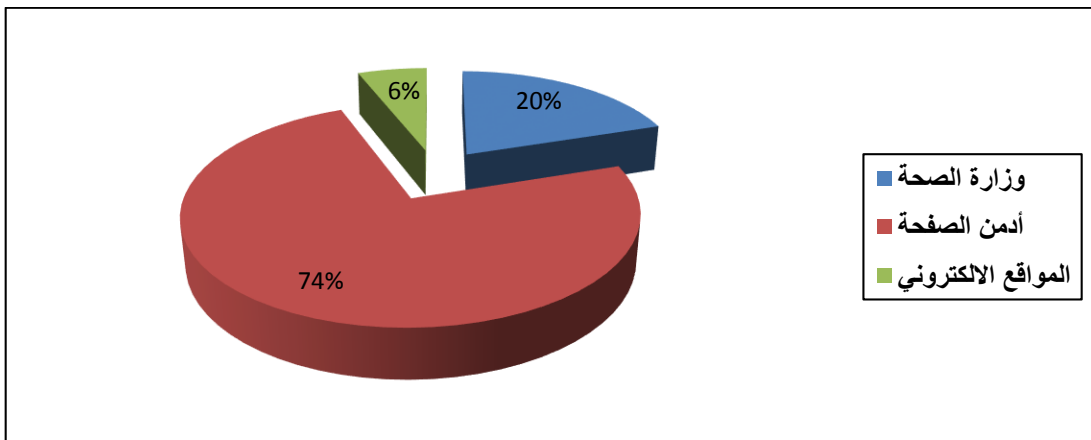
هو المرجع أو المصدر المواضيع المتداولة في المحتوى الإعلامي.

الجدول رقم 19: يمثل فئة المصدر

النسبة المئوية%	التكرار	فئة المصدر
20	19	وزارة الصحة
74	71	أدمن الصفحة
06	06	المواقع الإلكترونية
100	96	المجموع

تعليق: نلاحظ من خلال نتائج جدول فئة المصدر أن أعلى نسبة هي نسبة القائم أو أدمن الصفحة قدرت ب 74%، ثم بعدها وزارة الصحة التي قدرت بنسبة 20%، ثم تليها فئة المواقع الإلكترونية 6%.

الرسم البياني رقم 16: يمثل النسب المئوية لفئة المصدر.



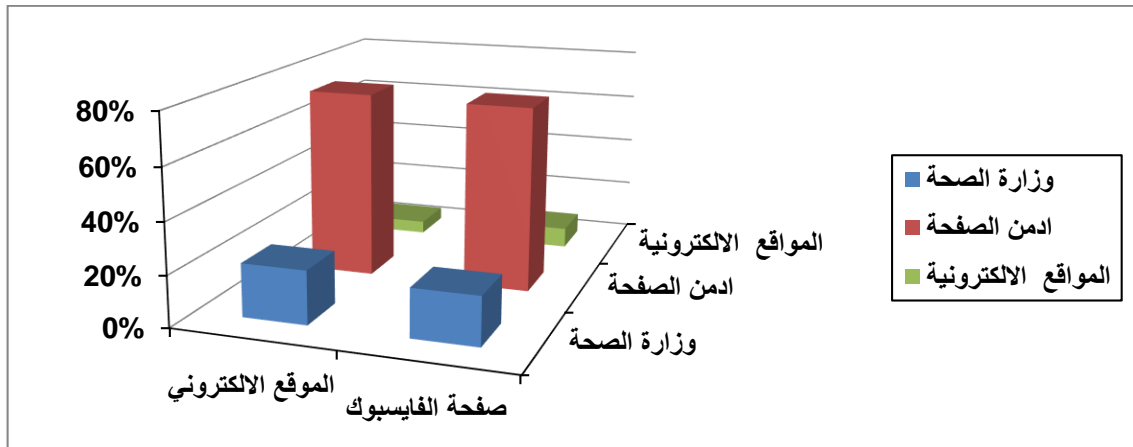
الجدول رقم 20: يوضح فئة المصدر (الموقع الإلكتروني-صفحة الفايسبوك)

صفحة الفايسبوك		الموقع الإلكتروني		فئة المصدر
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
19	09	21	10	وزارة الصحة
73	36	74	35	أدمن الصفحة
08	04	05	02	المواقع الإلكترونية
100	48	100	47	المجموع

تعليق: من أرقام جدول رقم 21 نلاحظ أن أعلى نسبة هي لفئة أدمن الصفحة وتقدر ب 74 وهي المرتبة الأولى، ومن بعدها وزارة الصحة قدرت بنسبة 21%، وفي المرتبة الأخيرة المواقع الإلكترونية ب 05% وهي أقل نسبة، وهذه النتائج خاصة بالموقع الإلكتروني.

أما فيما يخص صفحة الفايسبوك نلاحظ أن نسبة الأدمن التي قدرت بنسبة 73%، ثم تليها فئة وزارة الصحة التي قدرت بنسبة 19%، وفي المرتبة الأخيرة مواقع الإلكترونية بنسبة 08%.

الرسم بياني رقم 17: يمثل النسب المئوية لفئة المصدر (موقع الإلكتروني-صفحة الفايسبوك)



التحليل لفئة المصدر:

نرى من خلال نتائج الجدول والتمثيل البياني أن المسؤول الأول على نشر المعلومات والمضامين سواء كانت مطبوعة أو صور أو أي وثائق و إخبار، إعلانات أو حملة، هو أدمن الصفحة، ويعتبر منبع مهم بالنسبة للموقع الرسمي للمؤسسة و صفحة الفايسبوك، بحيث عند تقديم معلومات يشير إلى هيئة أو شخص أي مصدر الخبر، أو إخفاء هوية المصدر ما يعرف بتجهيل المصادر تثقيفية، وهذا يفسر أن صفحة الفايسبوك والموقع الإلكتروني يعتمدان في جمع ونشر المضامين الصحية على مختصين في المجال الصحي، وهذا من أجل مصداقية الرسالة فكلاهما ينشران معلومات إرشادية وقائية، ورسم صورة حسنة للمؤسسة، وهذا يبين أنه كلما كان مصدر الرسالة الصحية أكثر تخصصا وتثقيفا وعلى علم بالمحتوى الذي تم نشره، كلما زاد من مصداقيته وإقناع الرواد والمتصفحين، وهذا هو ما تسعى إليه الصفحة الرسمية و المواقع الإلكترونية.

ملاحظة: فيما يتعلق بالمصادر الأكثر تأثير في المستقبل هي المحتويات والمنشورات التي يتم الحصول عليها من الصفحات الرسمية للمؤسسة العمومية لأنها تخدم توجهات واهتمامات أفراد المجتمع، لأنها تعتبر من المصادر التي تسهل الاتصال بها والتعامل معها، وتعتمد صفحة المؤسسة الصحية على بيانات الوزارة وذلك عن طريق زيارة المكلفين بالإعلام لصفحة الرسمية لوزارة الصحة.

IV. النتائج العامة:

- ثمة اهتمام كبير بالمواضيع الصحية ذات الصلة بمواضيع التوعية والتثقيفية من طرف القائم على المواقع الالكترونية.
- الأهداف المحققة من المواقع الالكترونية في التوعية الصحية لإكتساب أفراد المجتمع عادات وثقافة صحية سليمة.
- أهم المواضيع والمنشورات على المواقع الإلكترونية تهدف إلى التوعية الصحية.
- تتسم موضوعات الإعلام الصحي في المواقع الإلكترونية بميزة تنوع المصادر.
- اعتمدت المؤسسة على نوعين من الاتصال عبر موقعها الإلكترونية:
 - الاتصال الإعلامي: وهو الذي يعمل على إخبار وإعلام أفراد المجتمع وذلك بتقديم المعلومات، ويتضمن الإعلانات الإعلامية ونشاطات وخرجات المؤسسة.
 - الاتصال الإقناعي: غايته الاقتناع والتأثير على سلوك أفراد المجتمع وجذب انتباههم.
- معظم المنشورات التي تم نشرها من المؤسسة كانت بغرض إقناع الجمهور وزرع الثقافة الصحية بينهم، ورسم صورة حسنة لها.
- إستعمال اللغة العربية في معظم المنشورات عبر الموقع الإلكتروني، وهذا راجع الى القائم عليه باختياره للغة العربية نظرا للجمهور المستهدف للمحتوى المنشور.
- تنوع وسائل الإقناع والتوضيح (الصور، النصوص المطبوعة، الألوان، الفيديو.....).

- الغرض العام من المنشورات هو التثقيف والتوعية الصحية.
- ندرة التفاعل المؤسسة على صفحتها بسبب قلة منشوراتها.
- الجمهور المستهدف من طرف المؤسسة هو الجمهور العام.
- تعمل المؤسسة على دمج النصوص المطبوعة مع مختلف الأساليب (الصور، فيديو....)
- المؤسسة تسلط الضوء على نشر المواضيع المتعلقة بنشاطاتها وخدماتها في التوعية الصحية.

- تسعى للتأثير على سلوك أفراد المجتمع من خلال الإعلانات وحملات التوعية.
- تهدف المؤسسة على تحسين اتجاهات الجمهور وجذبهم نحو الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة.

- التفاعل مع المنشورات والمضامين الصحية يدل على انتشار الثقافة الصحية لدى أفراد المجتمع.

من أهم النتائج التي توصلنا إليها بعد هذه الدراسة هي أن من الأهداف الأساسية المسطرة لأي موقع الالكتروني هو قناع أفراد المجتمع بالأهداف المرجوة، وهذا من خلال دقة وجودة التصميم، وانتقاء المعلومات الصحية التي تنشر عبر الموقع الالكتروني، وهذا ما تبين من خلال نتائج الدراسة فالمعلومة ذات أهمية كبيرة تكون مرفقة بصورة، فيديو، رسومات ذات

مزيج من الألوان، التي تستقطب الجمهور المتصفح وتشد انتباهه والتأثير فيه وتغيير أفكاره وسلوكياته ما هو الأفضل.

.v .الخاتمة:

مع تضاعف الحاجة الماسة للتوعية الصحية والرغبة الملحة في إيجاد الطرق الوصول لعلاج الأمراض العصر المزمنة، والتي أضحت تشغل بال العام والخاص، فرجعت مواقع التواصل الاجتماعي ملجأ لجميع شرائح المجتمع وخاصة الشباب منهم وهذا ظهر في الآونة الأخيرة وللحصول والاطلاع على المعلومات وآخر المستجدات وطنيا وعالميا وكل ما يتعلق بالمواضيع الصحية، بحيث تعمل على زيادة وتعزيز التثقيف الصحي والبحث عن الطرق والأساليب الوقائية والتصدي للأمراض والأوبئة وأسباب ظهورها وانتشارها وكيفية التعامل معها.

وموضوع التوعية بالغ الأهمية لان له علاقة بحياة الإنسان، بحيث تلعب المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي دورا محوريا ومهما في زيادة وتنمية الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع، وتوفير لهم المعلومات الصحية في مختلف القضايا التي تهمهم، وتحسين المعرفة لدى المواطنين من خلال إقامة حملات توعوية تحسيسية، بهدف زيادة الوعي الصحي لديهم والتقليل من خطورة الأمراض والأوبئة، وتحسيس أفراد المجتمع بالوقاية ولإطلاع على أهم النصائح من اجل الوصول إلى خطط وطرق وبرامج لتجنبها، والمساهمة في رفع الوعي الصحي عبر المواقع الالكترونية.

والموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك المؤسسة الاستشفائية العمومية تساهم في زيادة التوعية والتثقيف الصحي وإدخال ثقافة صحية جديدة على أفراد المجتمع للاهتمام بصحتهم، وتعتبر المؤسسات الاستشفائية دورا بالغ الأهمية في الحفاظ الصحة وزيادة الوعي الصحي لأكبر عدد من المواطنين.

باتت المواقع الإلكترونية لها دورا مهما وتأثير على أفراد المجتمع من خلال المواضيع والمضامين والمنشورات التي تنشر عبرهم الخاصة بالمؤسسات العمومية الاستشفائية، ويعتبر استخدامهم لازم لخلق وعي صحي لدى المواطنين من اجل تقادي الأمراض.

VI. قائمة المراجع:

اللغة العربية:

أ/ القواميس :

إبراهيم مصطفى المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مصر، القاهرة، دار الدعوة 1980.

ب / الكتب:

1. أحمد عبد الحميد ، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، ط 1 ، مصر ، عالم الكتب 2010.
2. أحمد عباد، مدخل إلى منهجية البحث الاجتماعي، ط 1، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
3. إحسان علي المحاسنة، التربية وأثرها في رفع المستوى الصحي ، الكويت، دار الفرح 1991.
4. السيد بخيت، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية، ط2، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2010.
5. حسن السوداني - محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقي، بلد عمان وسط بلد الأردن 1061.
6. خالد غسان يوسف مقد ادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، دار النفائس للنشر وتوزيع ط 1، عمان 2013.
7. ريتاج محمد، التثقيف الصحي منشورات ، مكتب التثقيف الصحي للنشر والتوزيع، لندن 2001، انجلترا.
8. عبد المجيد الشاعر، رشدي، قطاس، التغذية الصحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان 2004.

9. عبد الوارث الرازحي، تطوير أداة للتقييم العادات غير الصحية لدى التلاميذ المرحلة الأساسية المؤتمر العلمي الرابع عشر: منها العلوم في ضوء مفهوم الأداء، مجلد 2 ، يوليو كلية التربية جامعة عين شمس مصر 2002.
10. عصام الموسى، الإعلام والمجتمع العربي الدولي الثقافة ناشرون، عمان، الأردن، دراسات في الإعلام، الأردن 2003.
11. عبد النور هامل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب، ط، جامعة احمد بن بلة، وهران.
12. عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام معلومات التقليدية والالكترونية، د ط دار الميسرة والتوزيع والطباعة.
13. عبد الرزاق دلمي، الإعلام المتخصص، ط، 1، عربية اليازوري عمان عبد المالك بن عبد العزيز الشلهوب، دور الإعلام في تحقيق الوعي الصحي ، الدار المصرية اللبنانية مصر للنشر والتوزيع، 2005.
14. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، رام الله دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 1، 2008.
15. عبد الله بوجللال، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي المستقبل العربي، مركز الدراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع، بيروت 1991 .
16. محمد مصطفى، تقييم جودة المواقع الالكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد 6، العراق 2010.
17. لؤي الزعبي، الوسائل المتعددة، الإجازة في الإعلام والاتصال ، منشورات الجامعة الافتراضية السورية العربية، 2020.
18. وائل مبارك خضر، فضل الله أثر الفايسبوك على المجتمع، ط 1، مصر مدونة الشمس، النهضة، 2010.
19. يوسف تمار، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط 1، تكسيح، كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.

ت/ المجالات:

1. خالد بن فيصل العزم، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في توعية الصحية لمرض كورونا دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومة بمدينة الرياض السعودية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدنان، يوليو – ديسمبر، 2012.
2. محمد قارش، مختار جلولي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، أساليب الاتصال الصحي في الجزائر، دراسة لعينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2012.
3. محمد مصطفى، تقييم جودة المواقع الالكترونية، مجلة للعلوم الإدارية والاقتصادية، ع 18 المجلد 6 العراق، 2010.
4. باريان أحمد، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي المرأة السعودية، بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك مسعود السعودية 2005.
5. تركي بن عزيز توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الأمنية ضد خطر الشائعات، درجة الماجستير الدراسات الأمنية، الرياض 2014.
6. عبد الله بن ناصر بن احمد، العمري، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض 2010

7. مصعب عبد السلام المعاينة، بعنوان دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي، دراسة في برنامج "صحتك بالدنيا" أطروحة ماجستير، كلية الأدب والعلوم تخصص الصحافة والإعلام، جامعة البترا 2013.2014.
8. نبيلة بوخيزة، الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر، دراسة نظرية ميدانية رسالة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، ديسمبر 1995.
9. نومان نريمان مريم، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2012.
10. هاجر مجدي عبده أحمامي، طالبة ماجستير، دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية، قسم الإعلام كلية الآداب، جامعة دمياط، جمعية الآداب 2021.

خ / المواد والنصوص القانونية :

وردت هذه المادة ضمن القانون الاتحادي المعدل والمتمم للقانون الاتحادي رقم 11 لسنة 1992 المتضمن لقانون الإجراءات المدنية والتجارية لدولة الإمارات رقم 10 لسنة 2014.

ج/ الواووغرافيا:

1. بن زعيط عبد الرحمان مكلف بالإعلام في المؤسسة العمومية الاستشفائية لصحة الجوارية عشعاشة.
2. العرش ثلجة، مديرة المؤسسة العمومية الإستشفائية – بعشعاشة – مستغانم على ساعة 10:00، 2023/04/07.
3. بن زعيط عبد الرحمان، مكلف بالإعلام في المؤسسة العمومية الاستشفائية، - عشعاشة - 09:30، 2023/04/12.

VII. فهرس الجداول

- 64 الجدول رقم 01: يمثل أيام الدراسة حسب الفترة الزمنية (الثلاثي الأول لسنة 2023)
- 68 الجدول رقم 02: يمثل فئة الموقع بصفة عامة
- 69 الجدول رقم 03: خاص بفئة الموقع (الموقع الإلكتروني-صفحة الفايسبوك)
- 72 الجدول رقم 04: فئة اللغة بصفة عامة
- 74 الجدول رقم 05: يمثل فئة اللغة (موقع الإلكتروني-صفحة الفايسبوك)
- 77 الجدول رقم 06: يمثل فئة وسائل الإقناع
- 78 الجدول رقم 07: الألوان المستخدمة لفئة وسائل الإقناع
- 79 الجدول رقم 08: يمثل فئة وسائل الإقناع (مواقع الإلكتروني-صفحة الفايسبوك)
- 83 الجدول رقم 09: يبين فئة الوسائط المتعددة
- 84 الجدول رقم 10: يمثل فئة الوسائط المتعددة بالنسبة (الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك)
- 87 الجدول رقم 11: يمثل فئة المتفاعلين حسب عينة الدراسة العامة
- 88 الجدول رقم 12: فئة المتفاعلين (الموقع الإلكتروني- صفحة الفايسبوك)

90	الجدول الرقم 13: يمثل فئة الموضوع
92	الجدول رقم 14: يوضح فئة الموضوع (الموقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)
95	الجدول رقم 15: يمثل فئة الأهداف لعينة الدراسة
96	الجدول رقم 16: يوضح فئة الأهداف (الموقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)
99	الجدول رقم 17: يمثل فئة الجمهور المستهدف.
100	الجدول رقم 18: فئة الجمهور المستهدف (الموقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)
102	الجدول رقم 19: يمثل فئة المصدر
103	الجدول رقم 20: يوضح فئة المصدر (الموقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)

VIII. فهرس البيانات

69	الرسم البياني 01: يمثل النسب المئوية والتكرار لفئة الموقع
70	الرسم البياني رقم 02: يمثل النسبة المئوية لفئة الموقع
73	الرسم البياني رقم 03: يمثل توزيع النسب المئوية لفئة اللغة بصفة عامة
75	الرسم البياني رقم 04: يمثل النسب المئوية لفئة اللغة
77	الرسم البياني رقم 05: النسب المئوية لفئة وسائل القناع
78	الرسم البياني 06: يبين النسب المئوية لفئة الإقناع عبر الألوان
84	الرسم البياني رقم 07: يمثل فئة الوسائط المتعددة لعينة الدراسة العامة
85	الرسم البياني رقم 08: يمثل فئة الوسائط المتعددة مفصلة (الموقع الالكتروني والفايسبوك)
88	الرسم البياني رقم 09: يمثل النسب المئوية لفئة المتفاعلين (الموقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)
91	الرسم البياني رقم 10: يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع
93	الرسم البياني رقم 11: يمثل النسب المئوية لفئة الموضوع (الموقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)
96	الرسم البياني: رقم 12: يوضح النسب المئوية لفئة الأهداف
97	الرسم البياني رقم 13: يمثل فئة الأهداف (الموقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)
99	الرسم البياني رقم 14: يمثل النسب المئوية لفئة الجمهور المستهدف
101	الرسم البياني رقم 15: يمثل النسب المئوية للجمهور المستهدف (الموقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)
102	الرسم البياني رقم 16: يمثل النسب المئوية لفئة المصدر.
103	الرسم البياني رقم 17: يمثل النسب المئوية لفئة المصدر (موقع الالكتروني - صفحة الفايسبوك)

