



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 درجة الماستر في الإعلام والاتصال بعنوان :

أهمية الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية في المؤسسة العمومية الإستشفائية
دراسة تحليلية على عينة من مضامين الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك الرسمية للمؤسسة
العمومية الإستشفائية للصحة الجوارية - عشعاشة -

بمبادرة الإبداع
في الكلية



د. عيسى عبيدي نورية

❖ إعداد الطالبان:

• عايد عائشة

• حمزة سامية .

أعضاء لجنة المناقشة

❖ د. بن ملوكة شهيناز	أستاذة محاضرة - أ -	جامعة مستغانم	رئيسا
❖ د. عيسى عبيدي نورية	أستاذة محاضرة - أ -	جامعة مستغانم	رئيسا ومقررا
❖ د. فلاق صالح شبرة	أستاذ محاضر - أ -	جامعة مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية 2021-2022



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 درجة الماستر في الإعلام والاتصال بعنوان :

أهمية الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية في المؤسسة العمومية الإستشفائية
دراسة تحليلية على عينة من مضامين الموقع الإلكتروني وصفحة الفاييبوك الرسمية للمؤسسة
العمومية الإستشفائية للصحة الجوارية - عشعاشة - .

إشراف الأستاذة :

د. عيسى عبيد نورية

❖ إعداد الطالبان :

• عايد عائشة

• حمزة سامية .

أعضاء لجنة المناقشة

❖ د. بن ملوكة شهيناز - أستاذة محاضرة - أ - جامعة مستغانم رئيسا

❖ د. عيسى عبيد نورية - أستاذة محاضرة - أ - جامعة مستغانم رئيسا ومقررا

❖ د. فلاق صالح شبرة - أستاذ محاضر - أ - جامعة مستغانم مناقشا

السنة الجامعية 2021 - 2022

الشكر

"اللهم لا سهل إلا ما جعلته سهلا ، وأنت إن شئت جعلت الحزن سهلا "

" اللهم علمنا ما ينفعنا وزدنا علما ، اللهم وفقنا لمن تحب وترضى "

في المقام الأول قبل كل شيء نشكر الله سبحانه وتعالى على نعمة

العلم

كما نتوجه بالشكر للأساتذة المشرفة : عسى عدي نوريه

وكل من ساعدنا من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة

لإتمام هذا العمل المتواضع .

إلى كل هؤلاء نقدم بخالص الشكر والعرفان

وجزاكم الله كل الخير والله ولي التوفيق .

كما لا يفوتني أن أقدم جزيل الشكر إلى أساتذة لجنة المناقشة على ما سيبذلونه من جهد في قراءة هذه
المذكرة وتقويمها وأسأل الله أن يكرمكم ويجزيكم خير الجزاء .

اهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد :

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه
ثمرة جهد ونجاح بفضلته تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله
وأدامهما نورا لدربي لكل رفيقات المشوار اللاتي قاسمني لحظات رعاهم الله
ووفقهم إلى كل قسم علوم إعلام واتصال دفعة 2022
جامعة عبد حميد بن باديس مستغانم .

خطة الدراسة

كلمة شكر

إهداء

ملخص الدراسة

مقدمة

الايطار المنهجي:

1. الدراسة الاستطلاعية

2. الإشكالية وتساؤلات الدراسة

3. أسباب اختيار موضوع الدراسة

4. أهمية الدراسة

5. أهداف الدراسة

6. أسباب اختيار موضوع الدراسة

7. مفاهيم الدراسة والمصطلحات

8. نوع الدراسة ومنهجها

9. أدوات جمع البيانات

10. مجتمع الدراسة والعينة

11. الدراسات السابقة

الاطار النظري :الفصل الأول

الوسائط الإلكترونية والتوعية الصحية

تمهيد :

المبحث الأول: ماهية الوسائط الالكترونية

1. مفهوم الوسائط الالكترونية .

2. أنواع الوسائط الالكترونية .

3. خصائص الوسائط الالكترونية .

4. أهمية الوسائط الالكترونية وأهدافها .

المبحث الثاني : ماهية الوعي الصحي .

1. مفاهيم الوعي الصحي .

2. أنواع ومجالات الوعي الصحي .

3. أهمية وأهداف الوعي الصحي .

خلاصة الفصل ,

الفصل الثاني : دور الوسائط الالكترونية في التوعية الصحية .

تمهيد :

المبحث الأول : أثر استخدام الوسائط الالكترونية ودورها في تنمية الوعي الصحي .

1. دور الوسائط في تحقيق التوعية الصحية للمواطنين .

2. اثر استخدام الوسائط الالكترونية في تنمية الوعي الصحي.

المبحث الثاني : أهمية استخدام الوسائط الالكترونية وأهدافها في نشر الوعي الصحي .

1. أهمية استخدام الوسائط الالكترونية في نشر الوعي الصحي .

2. أهداف الوسائط الالكترونية في نشر الوعي الصحي .

الإطار التطبيقي :الفصل الثالث

تمهيد :

المبحث الأول : التعريف بالمؤسسة ومهامها.

1. التعريف بالمؤسسة العمومية الاستشفائية للصحة الجوارية عشعاشة ؟

2. التعريف بمهام المؤسسة .

المبحث الثاني : عرض نتائج تحليل المضمون

تمهيد :

الفئات التي تجيب على سؤال كيف قيل؟

1 - التحليل الكمي والكيفي لفئة الموقع .

2 - التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة .

3 - التحليل الكمي والكيفي لفئة الوسائط الالكترونية .

4 - التحليل الكمي والكيفي لفئة وسائل الإقناع .

الفئات التي تجيب على سؤال ماذا قيل؟

5- التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع ؟

6- التحليل الكمي والكيفي لفئة استراتيجيات الإقناع .

7- التحليل الكمي والكيفي لفئة الجمهور .

استخلاص نتائج تحليل المضمون .

النتائج العامة .

خاتمة .

قائمة المراجع .

فهرس الموضوعات .

فهرس الجداول .

فهرس الرسومات البيانية .

فهرس الأشكال .

الملاحق .

ملخص الدراسة:

تلعب الوسائط الإلكترونية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي ، أي المواقع الإلكترونية وصفحة الفيسبوك دورا هاما في تنمية الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع ، وتزويدهم بالمعلومات الصحية عن القضايا والمواقف المختلفة ، وتعزيز المعرفة لدى الأفراد من خلال إقامة حملات صحية توعوية ، تهدف إلى زيادة الوعي لدى المواطني ، ومن أهم أهداف دراستنا هي الكشف عن أهمية الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية للمؤسسة العمومية الاستشفائية للصحة الجوارية بعشعاشة ، ويتكون مجتمع الدراسة من عينة قصدية من الموقع الإلكتروني وصفحة الفيسبوك التي كانت ممتدة من 02 ديسمبر 2021 إلى غاية 31 ديسمبر 2021 .

ولقد اعتمدنا في دراستنا على التحليل الكمي والكيفي لمنشورات الموقع وصفحة الفيسبوك للمؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة، وذلك للكشف عن أهم المضامين التي تنشر عبر وسائط الأعلام الجديد للتوعية الصحية ، وإقامة دراسة تحليلية لصورتها ومضامينها التي تنشر عبر الوسائط أي الموقع الإلكتروني وصفحة الفيس بوك ، وذلك باتخاذ أداة تحليل المضمون و أداة جمع البيانات وبالتطبيق على عينة قصدية من صفحات موقع الفيسبوك ، حيث قمنا بتقسيم وإحصاء عدد الموضوعات التي اشتملتها المنشورات في جداول إحصائية، ثم قمنا بقراءة هذه الجداول وتحليلها والتعليق عليها للخروج بإستنتاجات أساسية حول أهمية الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية في المؤسسة بما فيها الموقع الإلكتروني وصفحة الفيسبوك الرسمية .

ومن النتائج التي توصلنا إليها بعد إجرائنا لهذه الدراسة يمكن القول بأن من الأهداف الأساسية لأي موقع إلكتروني وصفحة رسمية عبر شبكة الفيسبوك هو إقناع الأفراد بأهدافها ، وذلك من خلال جودة التصميم ودقة إختيار المعلومات الصحية التي تقدمها في موقعها عبر شبكة الانترنت بقوالب وأنماط تحريرية فنية إلكترونية ، وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة فالمعلومة التي تحمل الفائدة وتكون مرفقة بصورة أو فيديو أو رسومات مع المزيج من الألوان تساعد في إستقطاب الجماهير والمتصفحين وعدد المتابعين ، والتأثير فيهم وتغيير أفكارهم وإتجاهاتهم نحو ما يتم نشره .

الكلمات المفتاحية: الوسائط الإلكترونية ، التوعية الصحية ، الموقع الإلكتروني ، صفحة الفيسبوك.

Abstract :

The importance of electronic media in health awareness in the hospital public institution
Analytical study on a sample of the contents of the website and the official Facebook page of the
Public Hospital Corporation of Neighborhood Health - Achaacha.

Electronic media, including social networking sites i.e websites and Facebook pages, play an important role in developing health awareness among members of society, providing them with health information on various issues and situations, and enhancing individuals' knowledge through conducting health awareness campaigns aimed at raising awareness among citizens . One of the most important objectives of our study is to reveal the importance of electronic media in raising health awareness for the Public Hospital Institution in Achaacha .

In our study, we have relied on quantitative and qualitative analysis of the site's publications and the Facebook page of the public hospital institution in Achaacha, to reveal the most important contents published through the new media for health awareness. And to conduct an analytical study of its image and content to be published via the media, i.e. the website and Facebook page, by taking a tool content analysis and data collection tool as well as by applying it to an intentional sample of pages on the Facebook website, where we divided and counted the number of topics included in the publications in statistical tables, then we read these tables, analyze them and comment on them to come up with basic conclusions about the importance of electronic media in health awareness in an institution, including It has its official website and Facebook page.

Among the results that we reached after conducting this study, it can be said that one of the basic objectives of any website and official page via Facebook is to convince individuals of its goals, through the quality of design and the accuracy of choosing the health information that it provides on its website with electronic technical editorial templates and patterns. This is what was proven by the results of the study. The information that bears the benefit and is attached to the picture, video or graphics with a mixture of colors helps in attracting the masses, surfers and the number of followers, influencing them and changing their ideas and attitudes towards what is being published.

Keywords: electronic media, health awareness, website, Facebook page.

مقدمة

مقدمة :

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال حيث انتشرت شبكة الانترنت في كافة أرجاء المعمورة وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بقضايا واسعة، 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 الالكترونية والمدونات الشخصية وشبكة المحادثة التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث وخلقت نوعا من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة وبين مستخدمين أنفسهم من جهة أخرى منذ بداية ظهور أجهزة الكمبيوتر ، ومن ثم شبكة الانترنت شهد العالم أجمعه ظاهرة تأسيس المواقع الالكترونية وبادرت الهيئات والمؤسسات الحكومية إلى إنشاء المواقع الخاصة بها كذلك أقدمت الشركات والمؤسسات الربحية وغير الربحية إلى إنشاء المواقع المتعددة حظيت باهتمام الكثير من الزوار خصوصا المواقع، وتناولت هذه الآخرة اهتماما ، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر إنتشارا على شبكة الانترنت لمالا تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الالكترونية مما شجع متصفح الانترنت من كافة أنحاء العالم على إقبال المتزايد عليها، مما يؤدي إلى تعزيز الخدمات الصحية. من خلال ظهور صفحات جديدة عبر شبكات التواصل الاجتماعي منها موقع الفيسبوك فهو نشيط جدا في هذا المجال بحيث يطلعنا على معلومات مهمة في المجال الصحي الذي يعتبر بدوره أكثر بروزا فهو يحتل المكانة الأساسية متمثلة في ظهور العديد من الأمراض والمشاكل الصحية التي تمس الفرد والمجتمع على حد سواء .

أصبح الفيسبوك من أهم المواقع التواصلية التي إشتهرت في الآونة الأخيرة من خلال إنشاء صفحة رسمية بغرض نشر المعلومات وتقديم الخدمات وتلبية حاجياتهم ورغباتهم ووضع الحلول من المشاكل والأمراض وذلك من أجل تحقيق مبتغاها .

وبما أن التوعية الصحية تؤدي دورا هاما في رفع مستوى الصحة العامة لدى الأفراد نظرا لأهميتها فقد إعتبرها العلماء والأطباء بأنها الوسيلة الفعالة الرئيسية التي تساهم في توعية المجتمع والأفراد وتخلصهم

من الأفكار غير السليمة وتحريرهم من الجهل والتخلص من الوقوع في المشاكل الصحية والأمراض كما تساهم في ايقاضهم وإرشادهم الصحي .

ومنه نسعى من خلال دراستنا هذه إلى تقسيم عناصر خطتنا إلى ثلاث جوانب .

أولاً: الجانب المنهجي :

حيث تطرقنا في البداية إلى مرحلة ما قبل صياغة الإشكالية إلى البحث الاستطلاعي ، وبعدها صيغت الإشكالية التي تتضمن مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، ثم أهمية الدراسة وأهدافها، إضافة إلى تحديد أسباب إختيار الموضوع ومفاهيم الدراسة وصولاً إلى نوع الدراسة، والمنهج المتبع الذي تمثل في المنهج الكمي والكيفي، وأدوات جمع البيانات المتمثلة في ذلك تقنية تحليل المضمون ، ومجتمع الدراسة والعينات ، وكذلك عرضنا مجموعة من الدراسات السابقة التي ساعدتنا في تحديد المفاهيم والمنهج الذي يخص دراستنا ، أما الإطار النظري الذي تناولنا فيه فصلين .

الفصل الأول :

المبحث الأول تحت عنوان ماهية الوسائط الإلكترونية، وأنواعها وخصائصها، وأهميتها و المبحث الثاني يتمثل في التوعية الصحية من حيث ماهية الوعي ، و أنواعها ومجالاتها بالإضافة إلى أهداف وأهمية التوعية الصحية .

الفصل الثاني :

فقد تمثل في دور الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية من خلال أهم وسائل و أساليب التوعية الصحية ودورها وأثر استخدام وسائط تواصل الإجتماعي في التنمية الوعي الصحي للمواطنين.

ثالثاً: الجانب التطبيقي: الفصل الثالث.

الذي قمنا فيه بعرض وتحليل المنشورات التي نشرت عبر صفحة الفايسبوك لشهري ديسمبر 2022 ، وقد تم إعتدنا على الوصف الكمي والكيفي في تحليل المضامين المنشورات الواردة في الموقع الرسمي

وصفحة الفاييسبوك للمؤسسة العمومية الاستشفائية لصحة الجوارية - عشعاشة - وإستعنا بفئات الشكل عناصرها كالتالي: فئة الموقع ، فئة اللغة ،فئة الوسائط الالكترونية ، فئة أساليب الإقناع ، وفئات المضمون حيث تمثلت في فئة الموضوع ، فئة إستراتيجيات الإقناع ،فئة الجمهور المستهدف ، وفي الأخير عرض النتائج العامة للدراسة، والمراجع والملاحق .

الاطار المنهجي

موضوع الدراسة ومنهجيتها

تمهيد:

1. الدراسة الاستطلاعية.
2. الإشكالية وتساؤلات الدراسة.
3. أهمية الدراسة.
4. أهداف الدراسة .
- 5 . أسباب اختيار موضوع الدراسة.
- 6 . مفاهيم الدراسة والمصطلحات .
- 7 . نوع الدراسة ومنهجها .
- 8 . أدوات جمع البيانات .
- 9 . مجتمع الدراسة والعينة .
- 10 . الدراسات السابقة.

تمهيد:

عند تصميم أي 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. الدراسة الإستطلاعية:

تعرف الدراسة الإستطلاعية على أنها تلك الأبحاث الأولية التي لجأنا إليها من خلال بحثنا والتي قمنا فيها بدراسات أدبية وعلمية حول ما يخص موضوع بحثنا بعد اختيار الموضوع والموافقة عليه من طرف الأستاذ المشرف قمنا بالبحث الميداني للتعرف على مدى ارتباط موضوعنا، وهل المؤسسة تساعدنا في البحث التي كانت منذ بداية شهر ديسمبر إلى نهايته ، والتي تطرقنا فيها بجمع المعلومات حول موضوع البحث ، قمنا فيها بالتعريف بالمؤسسة ونشأتها، وكذلك قمنا بتحديد الهيكل التنظيمي، و تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية، ثم تطرقنا إلى دراسة الصفحة الرسمية للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية الإستشفائية بعشعاشة التي صدرت سنة 2017 .

ومنه طرحنا عدة تساؤلات حول الصفحة الرسمية وعدد المشاركين، و المتفاعلين، وأهم المواضيع

التي تنشر عبر صفحة الفايسبوك، وهي كالنحو التالي :

- منذ متى لديكم صفحة الفايسبوك للمؤسسة الإستشفائية ؟

- كم عدد المتابعين و المتفاعلين لهذه الصفحة ؟

هدفت هذه الدراسة إلى كشف عن مدى مساهمة الوسائط الالكترونية وما لهذه الإستخدامات من دعم وتعزيز، ودورها في تنمية الوعي الصحية في المجتمع الجزائري، وتزويدهم بالمعلومات الصحية ، وتحديد أهميتها ودورها في تحقيق التوعية الصحية، وذلك من طرف صفحة الفايسبوك والموقع الالكتروني للمؤسسة العمومية الاستشفائية لصحة الجوارية بعشعاشة، فقد تم الاعتماد على المنهج الكمي والكيفي لمنشورات الموقع وصفحة الفايسبوك ، وذلك باستخدام العينة القصدية، وأداة استمارة تحليل المضمون كأداة مناسبة، ويتكون مجمع الدراسة من عينة قصدية من 01 ديسمبر 2021 الى غاية 31 ديسمبر .

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

أنه تم فتح الصفحة الرسمية للمؤسسة العمومية الإستشفائية للصحة الجوارية منذ 2017 م إلى يومنا هذا وكان عدد المشاركين ما يقارب 7000 مشارك، وهذا ما يساعد في استقطاب الجماهير والمتصفحين وعدد المتابعين والتأثير فيهم وتغيير أفكارهم واتجاهاتهم نحو ما يتم نشره .

ومن النتائج التي توصلنا إليها بعد إجرائنا لهذه الدراسة يمكن القول بأن من الأهداف الأساسية لأي موقع الكتروني ومنها الصفحة الرسمية عبر شبكة الفايبروك هو إقناع الأفراد بأهدافها ، وذلك من خلال جودة التصميم ودقة اختيار المعلومات الصحية التي تقدمها في موقعها عبر شبكة الانترنت بقوالب وأنماط تحريرية فنية الكترونية ، وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة فالمعلومة التي تحمل الفائدة وتكون مرفقة بالصورة أو فيديو أو رسومات مع المزيج من الألوان تساعد في استقطاب الجماهير والمتصفحين وعدد المتابعين ، والتأثير فيهم وتغيير أفكارهم واتجاهاتهم نحو ما يتم نشره

تتجلى أهمية الموضوع في الاهتمام بالصحة، والمطالبة بإيجاد حلول للحد من المشاكل الصحية باعتبار أن سلامة الحياة البشرية مرهونة بالسلامة الصحية، وانطلاقاً من هذا الاهتمام المتزايد أصبحت المؤسسة الصحية ملزمة بالمساهمة والتوجه نحو التغيير الفعال من الناحية التحسيسية ، وذلك بالتبني للمبادرات صحية من أجل نشر التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتوجيه المواطنين، وهذا ما سوف نفضل فيه في الإطار النظري من للدراسة .

2 . الإشكالية وتساؤلات الدراسة:

يشهد المجتمع العالمي ثورة معرفية وتكنولوجية هائلة جعلته يتسم بالتسارع المذهل في الاكتشافات العلمية المتنوعة من جهة، وتلاحق الابتكارات والتطبيقات التكنولوجية المتتالية من جهة أخرى، تلك التي تتغير كل يوم من مظاهر الحياة وتربط النشاط البشري في مناح متعددة باستخدام تلك المستحدثات التكنولوجية المتنوعة .

ولقد أحدثت التكنولوجيا الحديثة بفعل التغيرات الأساسية نظام الصحة وبما أنها أساس حياة الأفراد والمجتمع فهي مطلب انساني واجتماعي نسعى جميعا للحفاظ عليها ، فهي تعد من الأهداف الرئيسية التي تسعى إليها المجتمعات لتحقيقها في سبيل توفير تنمية اجتماعية شاملة بشتى الطرق والوسائل الإعلامية وأهميتها البالغة في عصرنا الحالي والتي أولت اهتماما بالغا في نشر المضامين المتعلقة بالجانب الصحي لإرشاد الأفراد وتوعيتهم، وذلك انطلاقا من مبدأ الوقاية خير من العلاج، وتعمل الوسائط الإلكترونية المتعددة على تقديم البيئة الصحية أكثر متعة، حيث يتم تقديم كم كبير من المضامين في عملية التوعية الصحية .

ويعد هذا الأخير أداة لتعزيز الصحة فهو أحد العوامل المهمة لمساعدة الإنسان على التمتع بالصحة ويمثل حجر الزاوية في التغيير الإيجابي لسلوك الأفراد والمجتمعات خاصة وأن تحقيق الصحة للجميع يركز على التثقيف الصحي قبل اعتماده على الإنجاز الطبي، 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 تساعده في تغيير الظواهر الصحية وتجعله قادرا على البحث عن الأسباب للأمراض وعلاجها، بما يملكه من تجنبها، والوقاية منها ومن أجل هذا كله تم التركيز على اختار واستخدام تقنيات الوسائط الإلكترونية المتعددة في عرض المعلومات.

ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

- ما هي أهمية الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية للمؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة ؟

تتدرج تحت هذا الإشكال الأسئلة الفرعية وهي كالتالي:

• ما هو دور الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية للجماهير لسكان عشعاشة ؟

• ما هي طبيعة المواضيع المنشورة والمتناولة عبر الصفحة والموقع الرسمي للمؤسسة العمومية

الإستشفائية عشعاشة ؟

• ما هي الأهداف المحققة من إنشاء صفحة الفايسبوك لمثل هذه المواضيع الصحية ؟

• ما هي اللغة المستخدمة والمعتمدة في المنشورات المتعلقة بمواضيع التوعية الصحية في المؤسسة

العمومية الإستشفائية عشعاشة ؟

• ما هو طبيعة الجمهور المستهدف لما تنشره الصفحة الرسمية للمؤسسة العمومية الإستشفائية عشعاشة

؟

• ما مدى استخدام المواطنين الوسائط الإلكترونية و ما أثرها في التوعية الصحية لأفراد المجتمع؟.

• هل وظفت المؤسسة من خلال موقعها الرسمي و صفحة الفايسبوك الإستراتيجية الدينامكية- النفسية أم

الإستراتيجية الثقافية – الاجتماعية أو إستراتيجية إنشاء المعاني؟

• ما هي الوسائل الإقناعية التي وظفتها المؤسسة عبر الموقع الرسمي و صفحة الفايسبوك؟

❖ أسباب اختيار موضوع الدراسة :

إن تحديدنا لزواية الدراسة كانت بناء على دوافع وأسباب جعلتنا نخوض فيها ، فمنها ما كانت دوافع

موضوعية ومنها ما كانت دوافع ذاتية متعلقة بالباحث.

1.3 أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بالمواضيع المتعلقة بالصحة .

- السعي لمعرفة مدى أهمية استخدام الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية بالتحديد المواقع الإلكترونية.
- معرفة مدى تأثير استخدام الوسائط الإلكترونية على المواطنين
- الرغبة في معرفة مدى اهتمام المواطنين بالمواضيع التي تنشر عبر الوسائط الإلكترونية في المؤسسة.
- معرفة الدور الذي تؤديه الوسائط الإلكترونية في نشر التوعية الصحية لدى المواطنين.

2.3 أسباب موضوعية:

- صعوبة اتصال المواطنين في مجال الصحف في المؤسسات الاستشفائية في الجزائر.
- سعي المؤسسة الاستشفائية إلى رفع من مستوى الخدمة الصحية من خلال استخداماتها للوسائط الإلكترونية "شبكات التواصل الاجتماعي".
- قلة الدراسات التي تدرس الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية لدى المؤسسات الاستشفائية .

4 . أهداف الدراسة : الغرض من هذه الدراسة هو الوصول إلى مجموعة من الأهداف يمكن توضيح أهمها فيما يلي :

التعرف على الدور الذي تقوم به الوسائط الإلكترونية في نشر التوعية الصحية عبر صفحة الفيسبوك .
الكشف عن طبيعة المواضيع المنشورة عبر الموقع الرسمي للمؤسسة العمومية الاستشفائية عشعاشة .
محاولة معرفة طبيعة الجمهور المستهدف لما ينشره في عبر صفحة الفيسبوك في المؤسسة العمومية الاستشفائية عشعاشة.

معرفة مدى اهتمام المواطنين بالمواضيع الصحية التي تقوم بها المستشفى عبر الوسائط الإلكترونية.
معرفة مدى تأثير الوسائط الإلكترونية على الفرد في اكتساب وزيادة الوعي الصحي

5. أهمية الدراسة :

تتجلى أهمية الموضوع في الاهتمام بالصحة والمطالبة بإيجاد حلول للحد من المشاكل الصحية باعتبار أن سلامة الحياة البشرية مرهونة بالسلامة الصحية ، وانطلاقاً من هذا الاهتمام المتزايد أصبحت المؤسسة الصحية ملزمة بالمساهمة والتوجه نحو التغيير الفعال من الناحية التحسيسية، وذلك من خلال تبني المؤسسة إلى المبادرة الصحية، ونشر التوعية عبر الوسائط الإلكترونية، وتوجيه المواطنين بتعليمات صحية للوقاية من الأمراض والأوبئة، وعلى هذا الأساس جاءت الدراسة للوقوف على مدى فعالية الاتصال الصحي في المؤسسة الاستشفائية العمومية عشعاشة ، ومعرفة مدى تأثير الوسائط الإلكترونية "شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية.

6 : تحديد أهم مفاهيم الدراسة و مصطلحاتها :

تعتبر تحديد المفاهيم إحدى خطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته، بهدف الإتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم، وفي دراستنا سنتطرق إلى المفاهيم التالية :

1.6 التعريف الاصطلاحي للوسائط الإلكترونية:

هي برامج الكمبيوتر التي تتكامل فيها عدة وسائط للاتصال مثل النص، والصورة، والموسيقى، والصورة الثابتة والمتحركة التي يتعامل معها المستخدم بشكل تفاعلي¹.

وتعرف حسب السيد بخيت 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، والصورة²،

¹لؤي الزعبي، الوسائط المتعددة، الإجازة في الاعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية العربية، 2020، ص 08 .

²السيد بخيت، "الانترنت كوسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحية والتعليمية والقانونية والأخلاقية"، ط2، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، سنة 2010، ص 35 .

2.1.6 التعريف الإجرائي:

نقصد بالوسائط الالكترونية: هي الشبكات الاجتماعية توجد فيها مجموعة من مواقع الكترونية وكل من هذا الموقع لديه تطبيقات ومدونات.

2.6:التعريف الاصطلاحي

1.2.6 التوعية الصحية: يقصد به 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 والافتناع¹.

2.2.6 التعريف الإجرائي: إن التوعية الصحية هي تلك المعلومات التي تقدمها المؤسسة للمستخدمي شبكة فيسبوك بالمعلومات الأساسية عن مخاطر وأعراض الأمراض وإرشادهم لانتقاء المخاطر على صحتهم وتوعيتهم بها .

3.6. تعريف الفايسبوك:

1.3.6 التعرف الاصطلاحي:

لغة: باعتبار إن كلمة فيسبوك كلمة أجنبية تنطق بالعربية كما تسمع باللغة الأجنبية، فهذه الكلمة تنقسم إلى شاطرين . Face book.

فالشطر الأول Face : يعني به الوجه.

والشطر الثاني book : يعني الكتاب وبالتالي فهو عبارة عن كتاب وجوه .

كما نجد تعريفات أخرى للفيسبوك نذكر منها :

¹ خالد غسان يوسف مقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية دار النفائس للنشر وتوزيع ط1 ، عمان 2013، ص 15

الفيسبوك أو Face book كما تكتب الكلمة باللغة الانجليزية كعلامة تجارية ، يعرف على أنه اسم لخدمة أو موقع لشبكة التواصل اجتماعي إنطلقت وظهرت للوجود في سنة 2004 .

المفهوم الموقع فيسبوك face book: موقع فيسبوك face book هو أحد المنصات 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 الاجتماعي ، حيث لا يمثل منتدى إجتماعيا فقط بل أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء¹.

4.6 الموقع الالكتروني :

1.4.6 تعريف الاصطلاحي الموقع الالكتروني: هو عبارة عن صفحات متتالية متعاقبة في التغطية موضوع أكثر أهمية ، إن إدارة الويب تتطلب تعظيم منافع ومزايا الانترنت من جهة وإبراز نقاط القوة في الشركة أو المؤسسة ليس فقط في خدماتها وقواعد بياناتها².

2.4.6 تعريف الإجرائي :

الموقع الالكتروني : هو مجموعة من صفحات الويب المترابطة التي تحتوي على نصوص ، صور ، أفلام فيديو ، تسجيلات صوتية .

5.6 صفحة فيسبوك الرسمية للمؤسسة:

1.5.6 تعريف صفحة فيسبوك : هي عبارة خدمة من مجمل الخدمات التي يقدمها موقع فيسبوك ، حيث تمكن أي فرد مستخدم لهذا الموقع من الاستفادة منها ، ومن مميزات التي تستقيها بشكل أساسي في الواقع في حد ذاته³.

¹نومار نريمان مريم ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في العلاقات الاجتماعية مذكرة ماجيستر ، الجزائر ، 2012 ، ص 55.

²نجم عبود نجم : الإدارة والمعرفة الالكترونية ، دار يازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ، عمان 2009 ص 358-359 .

³بتصرف من الملاحظة واستخدام الباحثين للموقع الفيسبوك ويمكن الرجوع لإعدادات الموقع والتعرف على خصائص الفيسبوك أكثر .

1.5.6 الصفحة الرسمية : هي تلك الصفحات التي تنشئها وتقوم عليها هيئات 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 المجتمع، بحيث تستهدف هذه الصفحات تقديم المعلومات ونشر التحديثات واستطلاع الرأي مع الجمهور المستخدم بصور المستخدم بصور أسهل وابطط الطرق التقليدية¹.

2.5.6 تعريف إجرائي:

تعريف صفحة 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 ومن المواضيع التي تنشر عبر صفحة الفيسبوك :

أ . الوقاية من الأمراض .

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

7. نوع الدراسة ومنهجيتها:

1.7. نوع الدراسة: من أجل الوصول إلى نتائج واضحة ودقيقة ، فإنه يعتمد على أساليب وأدوات مختلفة تقيد دراسته ، التي تسعى من خلال دراستنا هذه المعنونة ب" أهمية الوسائط الالكترونية في التوعية الصحية الفيسبوك" . دراسة تحليلية للصفحة وموقع الرسمي للفيسبوك تدخل ضمن الدراسات الكمية، حيث تعبر

¹ وائل مبارك خضر ، فضل الله اثر الفيسبوك على المجتمع ، ط1 ، مصر مدونة الشمس ، النهضة ، 2010 ، ص38 .

الدراسات الكمية التعرض و جود حقائق ، وتعتمد على أساليب الإحصائية في الغالب في جمعها للبيانات وتحليلها¹.

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الكمية و الكيفية شائعة الاستخدام فيبحوث الإعلام والاتصال وهذا مايسئلزم من استخدام المنهج الكمي و الكيفي ، من كون دراستنا تندرج ضمن الدراسات الكمية والكيفية ، فهي تهدف إلى معالجة البيانات المتحصل عليها معالجة إحصائية وفق التكرارات والنسب والجداول الإحصائية ، ثم تحليل النتائج المتحصل عليها .

المنهج الدراسة :

لقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج كمي وكيفي 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 أساسي من الاعتماد على هذا المنهج هو تبيان كيفية بروز أهمية الوسائط الالكترونية في التوعية الصحية عبر صفحة الفايسبوك والموقع الالكتروني، وكيف ساهمت في نشر هاته المواضيع في توعية إضافة إلى تحليلها .

8. أدوات الدراسة :

تمثلت أدوات الدراسة في تحليل المضمون، فقد اعتمدنا على أداة تحليل المضمون على حسب ما يقتضيه طبيعة دراسة موضوعنا التي تبحث عن أهمية الوسائط الالكترونية في التوعية الصحية وهدفها من محتويات الرسالة في مضامينها ، ومدى تأثيرها على المتلقين.

1.8 . أداة تحليل المضمون:

1.1.8 . تحليل المضمون :

هو وسيلة أداة ميدانية ، تمكن من جمع المعلومات والمعطيات والبيانات الميدانية المتعلقة بقيد البحث والدراسة ، ويستخدم في البحث الاجتماعي للمعالجة ، واستتطاق النصوص المكتوبة¹ وهيأداة يمكن أن

¹عامر ابراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي ، ط 1، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع ، 2013، ص 32 - 33 .

يستخدمها الباحثون في المجالات البحثية المتنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام ، والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون، وتلبية للإحتياجات 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 ماهو إلا إنعكاس لطبيعة الرسالة الاتصالية التي يراعي فيها الجانب الشكل والمضمون كيف قيل ؟ والإجابة عنه تتناول الشكل الذي قدم به المحتوى ، ماذا قيل ؟ والإجابة عنه تتناول أفكار ومعاني المحتوى ².

لقد تم الاستعانة في جمع البيانات بلستمارة تحليل المحتوى ، وذلك بالاستعانة بالمقابلة ، والتي تعرف على أنها "أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات، والمعلومات من مصادرها وهو مجموعة الأسئلة التي يطرحها الباحث على أدوات الدراسة ، من خلال دراستنا الميدانية للمؤسسة الإستشفائية للصحة الجوارية "عشعاشة" تطرقنا إلى معرفة الأداة المستخدمة في بحثنا وهي استمارة تحليل المحتوى.

✓ استمارة تحليل المحتوى:

هي عبارة عن بطاقة فنية يدونها الباحث بصفة مختصرة، يطرح فيها عنوان البحث وتوضيح استعمال تحليل المحتوى ، كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الأساتذة المثبتين من الأساتذة الثابتين ، ومن أسفل الورقة يكتب اسم ولقب الباحث والمشرف ³.

وبالنسبة لدراستنا قمنا بتصميم استمارة تحليل المضمون أوليا ، وكذا عرضها على الأستاذ المشرف والأساتذة المحكمين في هذه الخطوة تم عرض الاستمارة للتحكيم، ومن الباحثين الذين تم الاعتماد عليهم في التحكيم :

¹ أحمد عياد، مدخل إلى منهجية البحث الاجتماعي ط1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2007 ، ص 250 .

² محمد عبد الحميد ، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، ط1 ، مصر ، عالم الكتب ، 2010 ، ص 119 .

³ يوسف تمار ، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، ط1 ، تكسيح ، كوم للدراسات والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2007 ، ص 97 .

- عيسى عبيدي نورية أستاذة محاضرة أ بجامعة مستغانم .
- صفاح أمال أستاذة محاضرة أ بجامعة مستغانم .
- دردري عبد القادر أستاذ محاضر ب بجامعة بشار¹ .

الفئات المستخدمة في الدراسة التحليلية:

إستخدمنا في دراستنا هذه "فئة الشكل وفئة المضمون" لتحليل منشورات صفحة الفايسبوك والموقع الرسمي للمؤسسة العمومية الإستشفائية عشعاشة .

➤ فئة الشكل كيف قيل ؟

تهدف فئات الشكل غالبا بالفئات التي تحاول أن تجيب عن السؤال كيف قيل ؟ أي الشكل الذي قد تأخذه المادة محل التحليل وهي:
تتكون من :

- **فئة وسائل الإقناع:** حاولنا من خلال هذه الفئة قياس تكرار الألفاظ، والاستشهاد بالأدلة، وحدة التحليل المستخدمة هي وحدة العبارة .
- **فئة الوسائط الالكترونية:** هي العناصر البصرية والسمعية التي تستخدمها الصفحة في منشوراتها مثل الفيديو، والصور، والرسوم.
- **فئة اللغة:** حاولنا من خلال هذه الفئة حساب عدد اللغة المستخدمة الواضحة باللغة العربية أو الفرنسية على صفحة الفايسبوك، وحدة التحليل المستخدمة هي وحدة الفكرة .
- **فئة الموقع :** من خلال هذه الفئة حاولنا قياس تمركز المضامين التوعوية الصحية على الموقع الالكتروني الرسمي للفايسبوك .

¹انظر للملحق رقم 01.

- **فئة المتفاعلين** : تفاعل المستخدمين مع أي منشور على مواقع التواصل الاجتماعي هو أن يقوم المستخدم بالضغط على مؤشر الإعجاب أو إعادة المنشور ، حيث يؤدي هذا التفاعل إلى زيادة انتشار المنشور مما يجعله يصل أسرع إلى مستخدمين آخرين .

➤ فئة المضمون ماذا قيل ؟

- وهي الفئات التي تختص بالمحتوى، حيث تريد أن تجيب عن السؤال ماذا قيل ؟ معتمدة على منظومة من الأفكار لها سمات وصفات مشتركة، عن طريقها يمكن معرفة توجيهات أو طبائع ومعاني والمضمون محل التحليل انطلاقاً من إشكالية الدراسة وأهدافها، والتي تتمثل في هذه الدراسة فيما يلي :
- **فئة الموضوع** : يقصد بها الفئة التي تبحث عن مختلف المواضيع التي يحتويها المضمون تعتمد للكشف عن مراكز الإهتمام في المحتوى عبر مختلف الموضوعات التي تتناولها حوامل الصفحة للمؤسسة العمومية الإستشفائية في التوعية على الموقع الرسمي للفايسبوك وحدة التحليل هي وحدة الفكرة¹.
- **فئة الأهداف** : تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة إبلاغها أو الوصول إليها لكل مضمون هدف أو أهداف خاصة وتوضح أهداف الدراسة من خلال بناء مشكلة الدراسة من أفكار، التي تسعى الصفحة إلى إيصالها للمستخدمين مثل الوقاية والتحذيرات والتثقيف وغيرها.
- **الجمهور المستهدف**: حاولنا من خلال هذه الفئة حساب عدد الجمهور المستهدف من الموضوع وحدة التحليل المستخدمة هي وحدة الفكرة.
- **فئة استراتيجيات الإقناع**: ويقصد بها الوسائل والأدوات التي يتوصل بها المرسل أو المقدم لإستشارة أكبر عدد من المشاهدين، وإقناعهم بالأفكار التي يتبنونها في المحتوى الإعلامي².
- **فئة المصدر** : وهي الخاصة بالكشف عن الشخص أو المجموعة أو الجهة مصدر المعلومة تتمثل في المواقع ووزارة الصحة الأدمن، فهي المصادر التي تعتمد عليها الصفحة الالكترونية للحصول على المعلومات³.

¹ يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر، مرجع سابق ، ص33 .

² محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في البحوث الإعلام، دار النشر و قومي مكتبة الهلال :بيروت 2009 ، ص134 .

³ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام ، عالم الكتب :القاهرة ، 2006 ص 260 .

وحدات التحليل:

تعرف وحدات التحليل بأنها وحدات المحتوى، التي يمكن إخضاعها للعد والقياس ويعطي وجودها أو غيابها وتكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية .

فوحدة التحليل هي مقطع محدد من رسالة أو مجموعة من الرسائل ممثلة لنفس خصائص وطبيعة الفئة ،وعليه سنحاول التعرف على مختلف الوحدات المستعملة في تحليل دراستنا وهي :

1. وحدة الفكرة: ليس للفكرة حدود إلا تلك التي يحملها معناها ، وقد تكون عبارة أو جملة ، وقد تمتد على طول الفقرة وقد يكون كل محتوى عبارة عن فكرة واحدة ، وعلى هذا ينبغي على الباحث الذي يختارها كوحدة لتحليل مضمون معين ، الحرص على تحديدها ¹.

2. وحدة السياق: واعتمدنا على وحدة الفكرة والعبارة والجملة في سياق الموضوع .

❖ دليل الإستمارة :

قمنا في هذا العنصر بترجمة الأشكال الهندسية إلى نصوص كتابية وتحليلها وتفسيرها

• **خطوات تحليل المضمون:** الخطوات التي مر عليها تحليل المضمون هي:

- التحليل المبدئي:

قمنا بقراءة مادة التحليل واستخراج الأفكار الأساسية والمضامين والأهداف الأساسية.

✓ **بناء الاستمارة:** بعد تحليلنا واستخراج الأفكار الأساسية وفقا لإشكالية الدراسة والهدف منها ثم بناء الاستمارة التي تطرقنا فيها على سؤاليين كيف قيل؟ وماذا قيل؟ وتحديد وحدات البحث التي تخدم أهداف بحثنا.

✓ **تحكيم الاستمارة:** قمنا في هذا العنصر عرض إستمارة على التحكيم من قبل أساتذة مثبتيين الذين اعتمدنا عليهم في بحثنا ما يلي :

¹تمار يوسف، تحليل المحتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سراق، ص 51.

9. تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1.9 مجتمع البحث:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإجتماعية، وهي تتطلب من الباحث الدقة البالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه، وكفاءة نتائجه. ويعرف مجتمع البحث على أنه مجموعة العناصر التي تتكون من خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث ومجتمع بحثنا هو المؤسسات الاستشفائية الجزائرية.

2.9 العينة : يعتبر اختيار العينة لدى الباحث من خطوات ومراحل مهمة للبحث وأهدافه ولاشك أن الباحث يفكر في عينة البحث منذ أن بدأ تحديد مشكلة البحث وأهدافه فإن طبيعة البحث وفروضه وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدواته مثل العينة والإستبيان وإختيارات الأزمّة، حيث تعرف العينة على أنها جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها للبحث بأساليب مختلفة تظم عدد الأفراد من المجتمع الأصلي¹.

وقد اعتدنا في دراستنا العينة العمدية المقصودة باختيار المؤسسة، وهي المؤسسة العمومية الاستشفائية للصحة الجوارية بعشعاشة ، وهذا ما تطلبه موضوعنا المراد دراسته:

وعليه تظهر عينة البحث التي سنقوم باتخاذها في عدد صفحات الفايسبوك والموقع الرسمي الالكتروني، إذن العينة لهذه الدراسة العينة القصدية النمطية غير الإحتمالية ، ولقد اتبعنا بعض الإجراءات حتى تكون ممثلة لمجتمع البحث قدر الإمكان، وتتمثل في المستوى الجغرافي الذي إعتدنا عليه في منطقة واحدة وهي المؤسسة العمومية الإستشفائية للصحة الجوارية -عشعاشة - والذي يمثل في عدد المشتركين .
بالتالي قمنا باختيار معاينة الغير احتمالية النمطية من خلال تصفح موقع التواصل الإجتماعي الفليسيبوك لهذه المؤسسة.

¹ إبراهيم عبد العزيز الدعيلج، مناهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص 91 .

لقد اخترنا العينة القصدية فيما يخص زمن البحث، والتي تمثلت في منشورات ومضامين الصفحة الرسمية للمؤسسة الاستشفائية عشعاشة لصفحة الفايسبوك التي كانت في شهر 1 ديسمبر 2021 لمدة أربع¹ أسابيع تراوحت مدتها حوالي شهر كامل .

الجدول رقم 0 1 : يوضح توزيع العينة التحليلية للدراسة حسب الفترة الزمنية :

شهر ديسمبر	أيام التحليل
الأسبوع الأول	0 1 ديسمبر 2021 02 ديسمبر 2021
الأسبوع الثاني	05 ديسمبر 2021 06 ديسمبر 2021
الأسبوع الثالث	14 ديسمبر 2021 15 ديسمبر 2021
الأسبوع الرابع	24 ديسمبر 2021 25 ديسمبر 2021
الأسبوع الخامس	29 ديسمبر 2021 30 ديسمبر 2021

¹ استخلصناها من الدراسة الاستطلاعية التي أنجزت بتاريخ 01.12.2021 م ، للمزيد أنظر للصفحة .

10. الدراسات السابقة: لقد اعتمدنا لإنجاز هذا البحث على الدراسات التي لها ارتباط باستخدام الشبكات الإجتماعية وتأثيرها على الوعي الصحي .

الدراسة الأولى:

بعنوان استخدام 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 والاتصال تخصص إعلام وتكنولوجيا الإتصال الحديثة ، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2013

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وظهرت الانترنت التي تساهم في العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية من خلال مواقع التواصل الإجتماعية بين الأفراد التي جعلت فئة الشباب أكثر إقبالا عليها نظرا للخدمات المعتمدة التي أتاحت لها، 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 استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية على العلاقات الإجتماعية .

ويندرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية كالتالي:

- ما هي عادات و أنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما هي الدوافع وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي ؟

ويندرج تحت هذه التساؤلات الفرضيات التالية :

- يلجا مستخدمي الفايسبوك في الجزائر بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي .

لقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي بالإضافة إلى استمارة استبيان كأداة من أدوات جمع البيانات والتي توزعت على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، وقد تم إختيارها بطريقة قصدية .

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- يدخل أغلب أفراد عينة الفايسبوك من المنزل .

- يستخدم أفراد عينة الفايسبوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء¹.

🚩 أوجه الاستفادة والتشابه :

- لقد تناولت هذه الدراسة استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيرها في العلاقات الإجتماعية للعينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر
- اعتماد كلتا الدراستين على منهج نفس العينة القصدية .
 - تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في المتغير الثاني والمتعلق بالعلاقات الإجتماعية .
 - ساعدتنا هذه الدراسة السابقة الذكر دراستنا الحالية في الجانب النظري بالتعرف على أحد متغيراتها دراسة الموقع الالكتروني .
 - أيضا ساعدتنا في وضع المنهج المناسب خصوصا بالجوانب المتعلقة بالوسائط الالكترونية بما فيها مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في التوعية الصحية من أجل الوقاية من الأمراض وإيجاد لها حلول لبعض الأمراض.

الدراسة الثانية :

مصعب عبد السلام ، بعنوان دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي ، الدراسة في برنامج "صحتك بالدنيا " وهي أطروحة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، كلية 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 :

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

¹ مريم نريمان نومار ،استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة لعينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام والتكنولوجيا الحديثة ،جامعة الحاج لخضر، باتنة 2012 .

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى متابعة الجمهور لبرنامج "صحتك بالدنيا" لغايات التنقيف الصحي

- حيث قام الباحث باستخدام العينة العشوائية لاختيار أفراد العينة ، فقد تم توزيع 463 استبانة على عينة الدراسة ، وقد استعان الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول وصف دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي.¹

أوجه الاستفادة والتشابه :

لقد تناولت هذه الدراسة بعنوان دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي ، الدراسة في برنامج "صحتك بالدنيا .

- استفدنا من نتائج هذه الدراسة لاسيما الجانب النظري ما يتعلق بالتنقيف الصحي والتوعية الصحية .

الدراسة الثالثة :

رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ال ماجستير في الدراسات الأمنية ،الرياض، 2014 من إعداد الطالب تركي عبد عزيز توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات ، لقد انحصرت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: مامدى توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات.

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ،حيث استخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات كما اختار عينة بطريقة قصدية من العاملين في إدارة العلاقات العامة ببعض القطاعات وزارة الداخلية كما تسعى هذه الدراسة التعرف على توظيف شبكات التواصل في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات ومن أهم النتائج الذي توصل إليها مايلي :الايجابيات المهمة جدا توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات ،وتحديد الوقائع التي تشير إلى توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية

¹مصعب عبد السلام المعاينة ،بعنوان دور التلفزيون الأردني في التنقيف الصحي ،دراسة في برنامج "صحتك بالدنيا "أطروحة ماجستير كلية الأدب والعلوم تخصص الصحافة والإعلام ،جامعة البترا 2013/2014 .

الأمنية ضد الشائعات و التهديدات الداخلية والخارجية ، والتوصل إلى المعوقات التي تحد توظيف شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الأمنية من خطر الشائعات بدرجة كبيرة¹.

أوجه الاستفادة والتشابه :

- أفادنتي هذه الدراسة في إثراء الجانب النظري وذلك ما يتعلق بشبكات التواصل الإجتماعي وعناصره وأهميته في التوعية الصحية .
- استفادة هذه الدراسة في الوصول للمنهج الملائم وأدوات الدراسة.
- كما تضمنت هذه الدراسة كل ما يتعلق بشبكات التواصل الإجتماعي وأهميتها في التوعية .

الدراسة الرابعة :

مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية 02.page 536-47 أساليب الإتصال الصحي في الجزائر الكاتب محمد قارش ، مختار جلولي الدراسة : يعد موضوع الصحة العامة والسلوك الصحي إحدى المواضيع التي تحظى بأهمية بالغة على كافة المستويات السياسية والإجتماعية والثقافية والإعلامية ، وانطلاقا من هذا الأخير، فلن وسائل الإعلام و الإتصال تلعب دورا مهما في تحسين قضايا الصحة والتعريف بمختلف الأمراض و الأوبئة ، فإذا كان الاتصال الصحي التقليدي قائم على الإتصال الشخصي من خلال الزيارات التي يقوم بها الطاقم الطبي في مختلف الأحياء والقرى والمداشر بغرض التحسن ضد مرض معين أو تعبئة المواطنين لحملة معينة ، لكن التطور الكبير الذي عرفته وسائل الإعلام و الإتصال جعلها تساهم في ذلك عن طريق توظيف مختلف الفنون التحريرية بهدف الوعي الصحي لدى المواطنين إكتسابه الثقافة².

أوجه الاستفادة و التشابه :

تعد هذه الدراسة من الدراسات المشابهة التي يمكن الاستعانة بها في دراستنا:لقد تناولت هذه المجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية على أساليب الاتصال الصحي في الجزائر ،حيث وظف موضوع الصحة العامة

¹تركي بن عزيز ،توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الأمنية ضد خطر الشائعات ، درجة ماجستير الدراسات الامنية ،الرياض 2014 .

²محمد قارش ، مختار جلولي،مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية 02.page 536-47 ، أساليب الاتصال الصحي في الجزائر .

والسلوك الصحي بهدف الوعي الصحي لدى المواطنين وهو ما يتقارب كثيرا مع دراستنا أهمية الوسائط الالكترونية في التوعية الصحية .

- استفدنا من نتائج هذه الدراسة في بناء الجانب النظري .

➤ أوجه الاستفادة وتشابه الدراسات السابقة مع دراستنا :

- اشتراك بعض الدراسات التي تبحث في مواقع التواصل الإجتماعي والتوعية والتثقيف الصحي وخاصة شبكة الفايسبوك التي تعد من بين الشبكات الإجتماعية الأكثر استخداما .
- تشابه هذه الدراسات مع دراستنا من حيث العينة القصدية .
- أن كلاهما درستا المواقع الالكترونية.
- اعتماد كلتا الدراستين على نفس المنهج ونفس العينة القصدية .
- اختلاف هذه الدراسة عن دراستنا في المتغير الثاني والمتعلق بالعلاقات الإجتماعية .
- ساعدتنا هذه الدراسات السابقة الذكر دراستنا الحالية في الجانب النظري بالتعرف على أحد متغيراتها دراسة أساليب إقناعية في المواقع .
- المساعدة في وضع المنهج المناسب خصوصا بالجوانب المتعلقة بالوسائط الالكترونية بما فيها مواقع التواصل الإجتماعي ،ودورها في التوعية الصحية من أجل الوقاية من الأمراض وإيجاد لها حلول لبعض الأمراض.

خلاصة :

في هذا الفصل حاولت الباحثة عرض الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية من خلال تحديد إشكالية ، تساؤلاتها ، أهدافها وأهميتها وأسباب اختيارها للموضوع ، للتعرج إلى تحديد مفاهيمها ، لتشير إلى منهجه المناسب وأدوات جمع بياناته ، أهم مجالاته والعينة المختارة ، الدراسات المشابهة للموضوع ، وذلك لتتطرق إلى المنظور الملائم لهذه الدراسة لما له من أهمية خاصة في البحث .

الإطار النظري

الفصل الأول

الوسائط الإلكترونية والتوعية الصحية

تمهيد :

يمر العالم في تغيرات كثيرة تناولت جميع نواحي الحياة وأثرت على الصحة من كافة جوانبه ومناهجه ووسائله ،حيث أصبح ضروري على المؤسسة لمواجهة تحديات العصر بالأساليب والوسائل الحديثة حتى يتغلبوا على المشاكل، ولكي يقوم بالمسؤولية في تطوير المجتمع خاصة أن الرغبة في التوعية والتثقيف ومن أجل هذا كله تم التركيز على اختيار واستخدام تقنيات الوسائط الإلكترونية في عرض المعلومات والتوعية، بحيث تناولنا في هذا الفصل ماهية الوسائط الإلكترونية أنواعها وأهميتها وكما تطرقنا إلى أهداف استخدامها والخصائص التي تتمتع بها ونسعى أيضا التعرف من خلال هذا الفصل التعرف على الوعي الصحي وأنواعه ومجالاته وأيضا أهدافه وأهميته .

وهو ما سنحاول الإجابة عنه في العناصر الآتية من الفصل .

المبحث الأول : ماهية الوسائط الإلكترونية.

توطئة :

يتميز عصرنا الحالي بتطور هائل ومتواتر في مجال التكنولوجيا ، مما أنتج لنا عدد كبير في مجال الاتصالات وتولدت عليها العديد من الوسائل الإلكترونية المساهمة بالتواصل السريع والفعال ، فالوسائط الإلكترونية مصطلح واسع الإنتشار يرمز إلى عدة أجهزة إعلام كالحاسوب والبريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي ، ويمكن القول أن الوسائط الإلكترونية أنها طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي يمكنها تخزين المعلومات ونشرها بأشكال متنوعة .

1. مفهوم الوسائط الإلكترونية:

إن التطورات المتلاحقة والمذهلة لمختلف أنواع التكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد أفرزت العديد من التقنيات الحديثة ، ولعل أهم إفرزات الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم يسمى بالوسائط الإلكترونية وأهميتها في وقتنا الحاضر .

ويشير مصطلح الوسائط الإلكترونية إلى مفاهيم وتطبيقات مختلفة عند مجموعة القطاعات التي تتعامل معها مباشرة ، ويحمل التعبير مفاهيم أخرى مثل نيونيميديا Uni media أو الوسائط الأحادية والوسائط المدمجة¹.

ونستعرض مجموعة من التعريفات التي تعتبر مدا خيل لفهم الوسائط الإلكترونية .

إن كلمة "ملتيميديا" **multimédia** تتألف من جزأين الأول : الشق الأول فهو كلمة الانجليزية المعروفة **multi** أي متعددة وكلمة **media** هي الشق الثاني وتشير إلى الوسائط الفيزيائية الحاملة

¹عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، رام الله دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط1 2008 ، ص 128 .

للمعلومات مثل الأشرطة أو الورق والعبارة كاملة **multimédia** تشير إلى صنف من برمجيات الكمبيوتر والذي يوفر المعلومات بأشكال فيزيائية مختلفة مثل النص والصورة والفيديو والحركة¹

وهذا هو واقع الوسائط الالكترونية الضاربة في التاريخ البشري منذ عشرات ومئات القرون المسجلة مثلا على دور العبادة في شكل نصوص ورسوم فالنص والرسم هما أحد عناصر الوسائط المتعددة وأضاف لهما العصر الحديث ثلاث عناصر أكثر أهمية هما الصوت والصورة ولقطات فيديو

تعرف على أنها :عرض النص مصحوب بالصورة والصوت مما يزيد من قوة العرض ،ويعمق من خبرة المتلقي في أقل وقت وأقل تكلفة ،وهذه الطريقة تنشر في كل فروع المعرفة والخدمات بشكل يثير الدهشة²

وهناك تعريف يرى أن الوسائط الالكترونية على أنها عبارة عن مجموعة من التكنولوجيا التي تسمح باندماج الكثير من المعطيات المتمثلة في النصوص والصور والأصوات ،غير أن هذا التعريف ربما يكون غير كافي ،لأن هذه التكنولوجيا ترتبط فيما بينها فالوسائط الالكترونية تجمع كثير من وسيط إعلامي . وعرفها Fred. T ;Hofsteher بأنها استخدام الحاسب الشخصي في تقديم الدمج النص والرسوم والصوت ولقطات الفيديو بوصلات وأدوات تجعل المستخدم يبحر ويتفاعل ويبدع ويتواصل³.

هكذا هي الوسائط الالكترونية مزيج من المواد الإعلامية التي تعلم المتلقي بخبرها هذه المواد حتى اليوم هي الصوت والصورة والنص ولقطات الفيديو وربما في بعض حالات الحركة

وعلى هذا يتضح أن الوسائط الالكترونية هي عبارة عن الدمج بين الحاسوب والوسائل التعليمية لإنتاج بيئة تشعبية تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو ترتبط فيما بينها بشكل تشعبي من خلال الرسومات المستخدمة في البرامج¹.

¹ محمد حسين بصوص، الوسائط المتعددة تصميم وتطبيقات ،دار اليازوري العلمية عمان ،الأردن ،ط العربية 2004 .

² عبد الحافظ سلامة ،أساسيات في تصميم التدريب ،ط1 ،دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان 2013.

³ أنس عبد المجيد ،الإعلان عبر الوسائط المتعددة بالمواقع الالكترونية ،رسالة ماجستير ، جامعة امدرمان الإسلامية 2009 ، ص 97 .

تتميز وسائل الإعلام والاتصال الحديثة مقارنة بالوسائل الكلاسيكية وسائل متعددة الوسائط، تجمع من الناحية الاتصالية المطبوع والصوت والصورة بنوعيهما الفيديو والفتوغرافية، والرسومات الرقمية².

2. أنواع الوسائط الإلكترونية:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال حيث انتشرت شبكة الانترنت في كافة أرجاء المعمورة فيما فيها مواقع التواصل الإجتماعي³.

تعرف هذه الأخيرة على أنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت وهي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية على نظم الجيل شبكة الانترنت الثاني للوب لتحقيق التواصل والتفاعل بين مختلف الأفراد حول العالم وهي مواقع شبكات مجتمعات الكترونية فخمة وتقدم مجموعة الخدمات والرسائل المتقدمة والتي تجمع العديد من أدوات الانترنت المختلفة فإن مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها تشهد إقبالا واسعا لا سيما في السنوات الأخيرة .

وهذه المواقع عبارة عن صفحات ويب على شبكة الانترنت يخصص بعضها للإعلان عن الخدمات وهي عبارة عن صفحة الكترونية تتوفر فيها إمكانية النشر، وللزوار كتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها وفرصة للنقاش بين المتصفحين، وكذلك مواقع للمحادثة "دردشة" خاصة يدونون فيها يومياتهم ويضعون صورهم فيها خواطرهم واهتماماتهم التي أتاح البعض منها مثل الفيسبوك تبادل المقاطع والفيديوهات والصور ومشاركة الملفات والتواصل والتفاعل بين الجمهور المتلقين، تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارا على شبكة الانترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفحها الانترنت من كافة أنحاء العالم على إقبال المتزايد عليها ومن أبرز المواقع هي⁴

http://www.asjp.cerist.dz/en/presentationRevue665

¹مجلة أفاق للدراسات والبحوث - العدد الأول جانفي 2018، ص58 .

²محمد لعقاب، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، الجزائر، دار هومة، 2013، ص 13 .

³حسن السوداني - محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، بلد عمان وسط بلد الأردن 1061، ص 21 .

⁴مرجع نفسه، ص 22 .

1.2 شبكة الانترنت: هي عبارة عن مجموعة من المواقع الالكترونية تحتوي كمية هائلة من المعلومات الرئيسية في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة!¹

2.2 البريد الالكتروني.

يتضمن اصطلاح البريد الالكتروني لفظان أولهما وهو البريد وثانيهما الالكتروني ،والبريد كما جاء في مختار الصحيح البريد الدابة التي تنقل صاحبها أو الرسول بين اثنين والبريد أيضا اثنا عشر ميلا ،وصاحب البريد والمسافة بين المزلين بريد وهو مسؤول عن التنظيم عملية الإرسال بنقل الرسائل من حساب المرسل إلى آخر تحت مجموعة بروتوكولاتي تتحكم بطريقة إرساله وتوجيهه عبر خدمات البريد²الالكتروني .
أما كلمة الكتروني فهي مستمدة من الكتروني وهو مستمد من كلمة إنجليزية Electron وهي عبارة عن "شحنات كهربائية سالبة شحنتها هي الجزء الذي يتجزأ من الكهربائية³ .

أما من الناحية الإصطلاحية فيقصد بالبريد الالكتروني نقل الرسائل أو الملفات في النظام أو بين الحواسيب ،وفي الغالب ما يتم هذا باستخدام مخزن وطريقة نقل معينة أو طريقة إرسال النصوص الكترونيا من حاسوب مركزي أو نهاية طرفيه إلى نهاية أخرى⁴.

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

¹حسن السوداني، مرجع سابق، ص52 .

²الرازي محمد بن أبي بكر بن عبد القادر ،مختار صحاح ،ط1 دار الغد الجديد ،القاهرة 2007 ص35 .

³إبراهيم مصطفى، المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية بمصر 1980 ،القاهرة ،دار الدعوة ص 62 .

⁴عبد الله بن ناصر بن احمد ،العمرى ،رسالة ماجستير ،كلية الدراسات العليا ،جامعة نايف العربية للعلوم ،الرياض 2010 ، ص 22 .

تعتبر رسالة البريد الإلكتروني ومرفقتها على الحاسوب المعين في الشبكة أو في الحاسوب ضمن شبكة متوفرة لخدمة الانترنت **ISP** ، فيقوم هذا الحاسوب المسمى بخادم البريد الإلكتروني بالاحتفاظ بالبريد المرسل ، وهو مسؤول عن تنظيم العملية .

✓ **سمات البريد الإلكتروني ومساوئه** : يتم 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 في وقت شبه متزامن وبسرعة فائقة مهما كان الفارق المكاني ، مهما كان حجم الرسالة ومحتواها الرقمي .

2. نظام المرفقات : فبواسطة البريد الإلكتروني تتضمن الرسالة عددا معتبرا من المرفقات الرسمة الممسوحة ضوئيا وبألوانها الأصلية ، وهذا ما يميزه عن السبل الأخرى للتواصل كالفاكس والتيليفاكس .

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

✓ **أما عن المساوئ التي نجدها بالبريد الإلكتروني فهي تتمثل في:**

1. إمكانية الاطلاع على بعض الرسائل السرية من بعض الخوادم التي تحسب على بعض الأشخاص مما يهدد أمن الأشخاص والمؤسسات .

2. إمكانية اختراق البريد الإلكتروني رغم ما يتخلله من عيوب ومساوئ¹.

2.2 الفايسبوك أشهر مواقع التواصل الاجتماعي :

يعتبر موقع الفيسبوك أشهر شبكة اجتماعية عالميا ، إذ يحتل المرتبة الأولى على عرش الشبكات الإجتماعية ، وتأسس الموقع عام 2004 على يد طالب أمريكي في جامعة هارفارد Harvard يدعى مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg واعطاه اسم الفايسبوك ومعناه كتاب الوجود في الإشارة إلى الكتب المطبوعة

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

المعروفة بكتب الوجود والتي كانت توزع على الطلبة للتعرف على أسماء زملائهم في الصف، وكان الفايسبوك في البداية عبارة عن فكرة بسيطة تقوم على إنشاء موقع الكتروني تفاعلي يسمح لطلبة جامعة هارفرد بالتواصل فيما بينهم والإبقاء على علاقاتهم بعد تخرجهم، وكان الاشتراك يقتصر على جامعة هارفرد فقط ثم بعد أنه حقق شعبية كبيرة في الجامعة انتقل إلى سائر الجامعات الأخرى ثم إلى المدارس الثانوية ثم إلى الشركات لكن اكبر نقطة تحول جاءت في سبتمبر 2006 بعد إن تحلى الفايسبوك عن إلزامية امتلاك عضو حساب بريدي الكتروني صادر عن مدرسة أو شركة، مما جعله يفتح أبوابه أمام أي شخص لديه عنوان بريدي الكتروني يعمل¹.

يعد الفايسبوك Facebook موقع ويب للتواصل الإجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شبكة الفايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، ويعد من أشهر مواقع التواصل الإجتماعي نسبة إلى زيادة عدد مشتركيه باستمرارية، ومع ظهور الثورات التكنولوجية، وتطورها لم يقتصر على الإتصال الإجتماعي بين مستخدميهم وحسب بل تعدى ذلك إلى التفاعلية مشاركة مستخدميه في عدة مجالات منها صحية وسياسية إلى غير ذلك².

تعريف موقع الفيسبوك: يعرف قاموس الإعلام والإتصال الفايسبوك على انه موقع خاص بالتواصل الإجتماعي أسس عام 2004 يتيح نشر الصفحات الخاصة profile³.

1.2.2 أهمية الفايسبوك :

تكمن أهمية الفايسبوك في:

¹ مصعب حسام الدين قتلوني ، ثورات الفايسبوك مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير ، ط1 ، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، لبنان ، 2014 ، ص 102 - 104 .

² فتحي حسين عامر ، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الفيس بوك ، القاهرة العربية ، للنشر والتوزيع 2010 ص 203 .

³ إيمان حنين ، لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الجذب السياحي للفايسبوك ، مذكرة ماجستير جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر 2015 ص 23 .

• فتح التواصل بين مستخدمي التطبيق أيا كانت أماكنهم من خلال برامج تبادل الرسائل المحلية والصور ومقاطع الفيديوهات حيث يستطيع إرسال الرسائل واستقبالها وكذلك إرسال واستقبال الوسائط الجديدة والمتعددة ¹.

• معرفة آخر الأخبار المتعلقة بأعضاء الفايسبوك والذين تم اختيارهم على هذا التطبيق ،حيث أن حدوث الصداقة وقبول الطلب من قبل الطرف الآخر .

• إنشاء صفحة خاصة بك أو بمجموعة معينة بشكل دائم بحيث تكون أنت مدير الصفحة أو بتخصيص مجموعة معينة .

• إمكانية مشاركة الحالات التي تعجبك وإعادة نشرها على صفحتك الشخصية ².

➤ يعتبر موقع "فليسبوك" واحدا من أهم مواقع التشبيك الإجتماعي ،فهو يمثل منتديا اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها مايشاء .

2.2.2 المواقع المؤسسية: هي مواقع مملوكة لمؤسسة أو شركة وهي عبارة عن مجموعة من الصفحات الثابتة تحتوي على المعلومات العامة عن تلك الشركة أو المؤسسة فيما فيها صفحة الفايسبوك الرسمية للمؤسسة ³:

1.2.2.2 الموقع الإلكتروني: هو عبارة عن صفحات متتالية متعاقبة في تغطية موضوع أكثر أهمية ولا شك أن إدارة الويب يتطلب تعظيم منافع ومزايا الانترنت ،وابراز نقاط القوة في الشركة أو المؤسسة ليس فقط في خدماتها وقواعد بياناتها ،وإنما أيضا في قدراتها على تصميم موقعها سواء من حيث المعلومات أو السرعة ⁴.

¹ احمد جرار ،الفيسبوك والشباب العربي،ط1 ، دار الفلاح الكويت2012 ، ص 38.

²السويدي جمال سند ، من قبيلة إلى الفيسبوك وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية ، 2013 ص65 .

³حسن سوداني مرجع سابق 52 ص .

⁴نجم عبود نجم ،الإدارة والمعرفة الإلكترونيةمرجع سابق ص358-359 .

ويعرف بأنه مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات ،والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما ،بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان ¹.

2.2.2.2 تعريف صفحات الفايسبوك : هي عبارة عن خدمة من مجمل الخدمات التي يقدمها موقع الفايسبوك تمكن أي فرد مستخدم لهذا الموقع من الاستفادة منها ،ومن مميزتها التي تستقيها بشكل أساسي في الواقع في حد ذاته ².

• **صفحة :** هي اسم وصف الصفحة وصفحة الشيء وجهه وجنبه ،أبدى له صفحته ، كاشف وباح له بأسراره صفحة الكتاب ومحوه ، أحد وجه الورقة ، والصفحة النقية ، العقل إن يتعلق آثار ما يكسبه من خبرات ³.

• **الصفحة الرسمية :** هي تلك الصفحات التي تنشأها وتقوم عليها الهيئات الرسمية والجهات الخاصة وتحدد بعلامة تثبت على أنها صفحة رسمية تابعة لهيئة خاصة ،تصمم لها خصيصا لتسهيل التواصل مع العملاء وتوسيع نطاق التواصل مع مختلف شرائح المجتمع ،بحيث تستهدف هذه الصفحات تقديم المعلومات ونشر التحديثات واستطلاع الرأي مع الجمهور المستخدم بصور المستخدم بصور أسهل وأبسط الطرق التقليدية ⁴.

❖ فوائد إنشاء واستخدام صفحات الفايسبوك :

تمكن أصحاب جهات المؤسسات ،المكاتب ،المواقع الالكترونية من التواصل الجيد مع العملاء والمتابعين لهذه الجهة الذين يتواجدون وينشطون في الفايسبوك ،حيث يمكن من خلال الصفحة إيصال

¹ محمد مصطفي ،تقييم جودة المواقع الالكترونية ،مجلة للعلوم الإدارية والاقتصادية ع 18 المجلد 6 العراق 2010 ص 26.

² معلومات مستقاة من الملاحظة واستخدام الباحثة تين للموقع الفيسبوك ويمكن الرجوع لإعدادات الموقع والتعرف على خصائص الفايسبوك أكثر .

³ قاموس المعاني الالكتروني ،متاح على الموقع : www.almaany.com تاريخ الولوج للموقع 2021/12/06 08:00.

⁴ وائل مبارك خضر ،فضل الله اثر الفايسبوك على المجتمع ،ط1 ،مصر مدونة الشمس ،النهضة ،2010 ،ص38 .

أخبار تلك الجهة وإبلاغهم بالجديد وهذا بدوره يساهم في زيادة التواصل الفاعل بين جهة صاحبة الصفحة والمتعاملين معها والمعجبين بها .

تعتبر صفحات الفايسبوك مفيدة لأصحاب المواقع الإلكترونية ،حيث يمكنهم أن يستخدموا الصفحة كحلقة وصل بين الموقع ومتابعيه وزواره ،لأن الكثير من المستخدمين يتواجدون في الفايسبوك أكثر من تواجدهم في أي موقع آخر .

3.2.2.2 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 .

• تعريف المؤسسة :

هي مؤسسة عربية ناشئة تعمل على نشر المعلومات الطبية والصحية التوعوية الوقائية لشبكة الانترنت ،موفرة مواضيع إرشادية مثل تشخيص الأعراض ودليل الأمراض والأدوية بالإضافة إلى مقالات تهتم بالصحة .

المواضيع التي تنشر عبر صفحة الفايسبوك للمؤسسة :

ونقصد بالمواضيع الصحية المتعلقة بالأمراض التي تصيب الفرد والمجتمع ،وطرق الوقاية منها

،يمكن تقسيم هذه المواضيع الصحية :

أ . الوقاية من الأمراض وأخذ احتياطات لتجنب المرض ونشر برنامج شهري للمخرجات الميدانية و

إشهاره عن طريق الصفحة الرسمية للمؤسسة على مواقع أمراض الرحم ،سرطان الثدي ،مرض السكري ومرض ارتفاع الضغط الدموي خاصة في المناطق المعزولة.

ب. إعداد وتنفيذ مخطط الإجراءات والتدابير الخاصة بمكافحة الأمراض المتنقلة والأوبئة.

3. خصائص الوسائط الإلكترونية وفوائدها :

تتميز الوسائط المتعددة بالخصائص التالية:

إن تقنية الوسائط الإلكترونية لا يشترط فيها أن تكون متفاعلة دائماً لكي يطلق عليها اسم ميليميديا ، حيث أن المستخدمين يستطيعون أن يجلسوا ويراقبوا الميليميديا، كما يفعلون مع التلفزيون أو السينما ، والوسائط الإلكترونية كتقنية تغلغت في حياتنا، وأفادت كافة القطاعات المجتمعات، وهذا ما توفره تقنية الوسائط الإلكترونية التي تتميز بخصائص أهمها ؟

1.3 التفاعلية تعني قدرة المتلقي على التحكم في سير العرض والتواصل الثنائي بينهما أي أنها تشير إلى

الفعلاذي ورد بين المستخدم وما يعرض عليه من محتوى

2,3 التكاملية تعني الوسائط الإلكترونية التفاعلية على ضرورة تحقيق مبدأ التكامل بين مجموعة

العناصر المختلفة المكونة لها وخصوصاً إذا لم يكن هناك تتابع في استخدام هذه الوسائط فالتكاملية شرط ضروري لنجاحها في تأدية دورها بدقة ، ومهم هنا هو اختيار الوسائل المناسبة من صوت ، وصور متكامل ومتجانسة.³

3,3 التنوع variation : ويقصد به تعدد عناصر الوسائط الإلكترونية المستخدمة في البرمجة التعليمية

بما يدعم المعلومة المقدمة بالبرمجة حيث تكمن قيمة الوسائط الإلكترونية في إنها تتيح عرض المعرفة وتمثيلها بطرق مختلفة⁴.

4,3 المرونة سرعة الأداء: يعد أقوى وأسرع البرامج في استدعاء المعلومات وتحليلها وتعد خاصية المرونة

أحدى الخصائص المهمة في برامج الكمبيوتر متعددة الوسائط.

¹ وأثل مبارك خضر ، فضل الله ، اثر الفاييبوك على المجتمع نفس المرجع سابق، ص38 .

² مراد شلباية - نهلة درويش - ماهر جابر - نائل حرب ، تطبيقات الوسائط المتعددة ، ص 155 .

³ عبد الله بن إسحاق عطار ، وإحسان بن محمد كسارة ، الحاسوب وبرمجيات الوسائط مؤسسه بها دور الإعلام المتطور ، جدة - السعودية 2009 ص123 .

⁴ عبد آلاء إبراهيم ألقى ، إنتاج برامج الوسائط المتعددة، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان - الأردن ، 2011، ص 27 ص 28 .

5,3 الرقمنة: هي عملية تحويل الوسائط المتعددة كالصوت والصورة والفيديو من الشكل النظري فيما يعرف بنظام **Analgie** إلى الشكل الرقمي فيما يعرف بنظام **Dignification** والذي يتيح إمكانية تخزين إمكانية تخزين هذه الوسائط كمبيوتر ومعالجتها¹.

4. أهمية الوسائط الإلكترونية وأهدافها:

- تضمن الوسائط الإلكترونية استخداماتها في المجال الإعلامي والانترنت والمجالات الأخرى العديد من الفوائد وهي:
- مخاطبة أكثر حاسة من حواس الإنسان.
- التمثيل البصري للمعرفة إذ أن الإنسان أساسا يتعلم بصريا في حين تسمح الوسائط الإلكترونية من إدراك وفهم الأخبار والموضوعات من خلال فيديوهات صور، وذلك من إيصال المعلومات ،حيث تساعد الوسائط الإلكترونية في إيصال المعلومات للمستخدمين وهي تعتبر من أهم المستويات المختلفة بطريقة أكثر كفاءة.

¹ السيد مرعي ، الوسائط المتعددة ودورها في مواجهة الدروس الخصوصية، مكتبة لأنجلو المصرية - القاهرة - مصر 2009 ص49 .

وعليه نستخلص بأن توظيف الوسائط الإلكترونية في مجتمعنا ضرورة حتمية لا بد منها خاصة مواقع التواصل الإجتماعي حيث تميزت بالشمولية مع الآخرين ،وخاصة موقع الفايسبوك كان الأكثر استخداما بين أفراد المجتمع بصفة دائمة ومستمر من خلال تطبيقاته ،وما أحدثه من نقلات نوعية كبيرة ، فصاروا قادرين من خلال الفايسبوك على إيصال أصواتهم مع التقدم المعرفي الهائل ،وتقدم وسائل الاتصال ومعالجة المعلومات برزت وسائل وأدوات جديدة تخدم العملية التعليمية وترفع كفاءتها،ومن الأمثلة على ذلك الأدوات السمعية البصرية ،والحاسوب والبرامج المحسوبة والفضول الافتراضية ،وقد برز حديثا برامج الوسائط الإلكترونية والتي أحدثت نقلة نوعية في وسائل التعليم الحديثة ،فهي تجمع بين النص المكتوب والصورة الثابتة والمتحركة ومقاطع الفيديو والألوان والموسيقى وهي برامج قد تفيد تقدم المعلومات بطريفة فعالة في نشر الوعي الصحي .

المبحث الثاني: الوعي الصحي

توطئة :

يعد الوعي الصحي إمام المواطنين بالمعلومات والحقائق الصحية وأيضا إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يغير الوعي الصحي الممارسة الصحية عن قصد نتيجة الفهم الوعي الصحي أيضا إن تتحول تلك الممارسات الصحية إلى عادات تمارس بدون شعور أو تفكير بمعنى آخر أن الوعي الصحي هو الهدف الذي يجب أن يسعى للتوصل إليه لا إن تبقى المعلومات الصحية كثافة فقط، وتحمل التوعية والتثقيف الصحي أهمية قصوى في حياة الأفراد والمجتمعات، الذي يهدف إلى خلق الوعي الصحي والوقائي العام، 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 البحث العلمي عن أثر الوسائط الإلكترونية كمصدر إعلامي للتثقيف والوعي الصحي ومدى فائدتها من اكتساب السلوك الصحي السليم .

1. مفاهيم الوعي الصحي:

يقصد بالوعي الصحي بأنه إلمام 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 تفكير.¹

يعتبر مقياس من مقاييس التنمية في أي دولة من الدول ،حيث يلعب دورا كبيرا ليس فقط في تحسين صحة الفرد أو المجتمع ، وإنما في اقتصاديات الصحة وحسن استخدامها².

تعريف آخر : تعتبر التوعية الصحية موضوعا من موضوعات الإعلام الصحي والوقائي وهدفها المشترك هو خلق الوعي الصحي يمكن الناس من تجنب الأمراض وتحدد علاقة التوعية الصحية بالإعلام في مستويين هما:

1 مستوى تعاوني :توظيف الإعلام بغية تحقيق التنمية الثقافية الصحية والتعريف ببرامج الإعلام الصحي الوقائي

2مستوى وظيفي:تبنى سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته من خلال معرفة الخبر الصادق والإحاطة بالقضايا الصحية³

وتعرف التوعية الصحية بأنها "مجموع الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق الوعي الصحي لاطلاع الناس على واقع الصحة وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض محدقة بالإنسان من أجل تربية فئات المجتمع على القيم الصحية والوقائية المنبثقة من عقيدة المجتمع ومن ثقافته، والهدف

¹ خالد غسان يوسف ، مقددي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية ،دار النفايس للنشر وتوزيع ط1 ،عمان 2013 ص15.

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

³مصعب عبد السلام المعايطه،رسالة مجستر بعنوان دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي ،دراسة في برامج "صحتك بالدنيا 2013 -2014 ص 38 -39

من الوعي الصحي في أي مجتمع من المجتمعات يتضح من خلال ثقافة أفراد المجتمع وهل سيكون صحيحاً أم لا؟ وعملية نشر الوعي الصحي بين الأفراد¹.

تعريف الصحة : لا يوجد هناك اتفاق حول تعريف موحد للصحة فقد يعتبرها البعض أنها خلو الإنسان من الأمراض وتمتعته بصحة جيدة ،بينما يرى آخرون أنها توافق الإنسان مع البيئة المحيطة أو أنها حالة من التكامل بين الوظائف الجسمية والنفسية للفرد غير أن المجتمع يتفق على ضرورتها بالنسبة للفرد والمجتمع.

عرفت المنظمة العالمية للصحة للصحة بأنها حالة من الرفاه واكتمال المعافاة والسلامة البدنية والعقلية والاجتماعية ولست فقط مجرد خلو الجسم من الأمراض والعلل والعاهاات والعجز² وقد عرفها العالم نيومان أنها عبارة عن حالة التوازن النسبي لوظائف الجسم ،وحالة توازن هذه تنتج عن تكيف الجسم مع العوامل الضارة التي يتعرض لها³

الصحة : عرفت منظمة الصحة العالمية الصحة بأنها حالة التكامل البدني وال عقلي والنفسي والاجتماعي التي تتكون لدى الإنسان نتيجة الخلو من الأمراض المختلفة التي تعيق ممارسة نشاطه الطبيعي في المجتمع⁴.

كما تعرف الصحة أيضا بأنها قدرة الفرد صحيا على التفاعل مع الظروف البيئية الاجتماعية المختلفة وتمكينه من أداء وظائفه بشكل فاعل وفقا لمقتضيات محيطها الاجتماعي الذي يعيش فيه⁵.

¹خوجة ، توفيق احمد الرعاية الصحية الأولية التاريخ و انجازات ومستقبل مطابع الفرزدق ، الرياض ، السعودية ص57 -2001 .

الرازحي ، عبد الوارث، تطوير أداة للتقييم العادات غير الصحية لدى التلاميذ المرحلة الأساسية -مجلد المؤتمر العلمي الرابع عشر : منها العلوم في ضوء مفهوم

²الأداء، مجلد 2 يوليو كلية التربية جامعة عين شمس ،مصر 2002 ص 989 .

³الشاعر عبد المجيد وآخرون ، الصحة والسلامة العامة، ط 1، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان ،الأردن 2001، ص 13

⁴علاء الدين علاوي،الصحة في مجال الرياضي منشأة المعارف ،مصر الإسكندرية 1999 ص 49.

⁵ندى عبد الرزاق الخميس ،مبادئ التربية الصحية، ط1، الكويت دار السلاسل 1999 ص90 .

الثقافة الصحيّة: تعرف على أنها "عملية ترجمة الحقائق الصحية المعروفة إلى أنماط سلوكية صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع، بهدف تغيير الاتجاهات والعادات السلوكية غير السوية، وكذلك مساعدة الفرد على اكتساب الخبرات وممارسة العادات الصحية الصحيحة

مفهوم التثقيف الصحي يدور بشكل أساسي حول تقديم النصح والتواصل الصحي مع أفراد المجتمع بهدف استشارة الدوافع لديهم أو إمدادهم بالمعرفة والمهارات اللازمة لتبني السلوكيات الصحية السوية، وبالتالي رفع مستوى الصحة أو الوقاية من المرض، أو التقليل ما أمكن من مضاعفة، والمعروفة أن العادة هي السلوك المكتسب بالتعليم، والإنسان يكتسب عاداته ولا يرثها ملية توجيه المجتمع لحماية نفسه من الأوبئة والأمراض المعدية ومشاكل البيئة المحيطة به¹.

ومن هنا نستخلص من التعاريف السابقة للوعي 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 الوعي الصحي : ينبغي أن نميز أيضا بين الوعي الإجتماعي والوعي الطبقي والوعي السياسي

1.2 الوعي الإجتماعي : فالوعي الإجتماعي وعي عام يشتمل على إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا الإجتماعية والسياسية والإقتصادية، وحتى العملية التي لها دخل في حياتهم ، ومن ثم تندرج تحت الوعي الإجتماعي أنواع من الوعي السياسي والوعي الأخلاقي والديني والصحي.

2.2 الوعي الطبقي : أما الوعي الطبقي فهو إدراك أفراد الجماعة موقعهم الطبقي وموقع جماعاتهم الطبقي بين مختلف الجماعات الإجتماعية الأخرى وإدراكهم لمصالحهم الطبقيّة ولسبل تحقيق المصالح وضماناتها .

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

3.2 الوعي السياسي : عندما ينظم أفراد المجتمع أنفسهم في انخراط أو تنظيمات معينة ويمارسون

نشاطات سياسية لتحقيق أهداف جماعاتهم ضمن تلك التنظيمات وهذا العمل يتطلب وعياً سياسياً¹

3. مجالات الوعي الصحي :

لا يقتصر الوعي الصحي على جانب معين من الأمور المتصلة بالصحة ،ولكن الوعي يتسع مجاله

ليشمل كافة العناصر والتي هي ضرورية لكي يكون الإنسان متمتع بصحة جيدة ،وهذه العناصر متداخلة بشكل يصعب فصلها .

1.3. الصحة الشخصية: وتشمل البيئة المنزلية الصحية والنظافة الشخصية والتغذية الصحية ويشمل هذا

المجال نظافة المنزل ونظافة الطعام والشراب والشارع.²

2.3. الأمراض والوقاية منها : تهدف إلى الوعي بالأمراض وكيفية انتقائها ومنع انتشارها والتعرف على

الأمراض المعدية والأمراض غير المعدية ،فقد كان العلماء يظنون أن الميكروبات وحدها المسؤولة عن حدوث المرض³

3.3. الأمان والإسعافات الأولية : ويهدف إلى توعية الأفراد للعناية بأمنهم وسلامتهم الشخصية حتى يستطيعوا

تجنب المخاطر والحوادث الفجائية واتخاذ القرارات الكفيلة بتقليل نسبة الإصابات في حال وقوع الحوادث سواء المدرسة أو المنزل أو الشارع.⁴

ومن أهم المجالات التثقيف الصحي:

1. البيت: حيث يعمل التثقيف الصحي على:

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

² عبد الله بوجلال، لإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي المستقبل العربي، مرجع سابق ص 45.

³ إحسان علي المحاسنة، التربية وأثرها في رفع المستوى الصحي، الكويت، دار الفرح 1991،، ص 20 .

⁴ عبد المجيد الشاعر ،رشدي قطاس ،التغذية الصحية ،دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان 2004 ص 13 .

- 1.1 زيادة الاهتمام بالصحة الشخصية والنظافة العامة والتغذية الصحية ونظافة الماء ونوعية الملابس وساعات الراحة واللعب، والنوم والسهر .
- 2.1 إتباع أفراد الأسرة العادات الصحية السليمة وعدم ممارسة عادات الصحية السلبية.
- 3.1 ممارسة أفراد العائلة أسس الوقاية من الأمراض وسرعة معالجة المصاب
2. المدرسة :إنالمدرسة تلعب دورا رئيسيا في حياة الطفل وتغير اتجاهه وسلوكياته وغرس المبادئ والعادات والسلوكيات المرغوب فيها ودور المدرسة يكمن في:
- 1.1 تعاون المدرسة الأولياء أمور الطلبة لنقل الثقافة والتوعية الصحية إلى البيت.
- 2.1 تعاون المدرسة مع المؤسسة الصحية لعقد ندوات صحية ،وتشكيل المجال خاصة للتثقيف الصحي ،والعمل على تنظيم معارض بأحدث الوسائل الخاصة بالثقافة الاتصالية.
- 3،المجتمع :تهيئ المجتمعات المتقدمة فرصا عديدة للثقافة الصحية لأفرادها ومن هذه الغرض النصائح والإرشادات التي يقدمها القائمون على الخدمات الصحية في المجتمع.¹
4. أهداف التوعية الصحية وأهميتها :
- 1.أهداف التوعية الصحية:إن الهدف الأساسي لعملية التثقيف الصحي هو تحقيق السعادة والرفاهية لأفراد المجتمع عن طريق الرقي بمستواهم الصحي ،وتقويم سلوكياتهم والسعي إلى تصويب من خلال شروط السلامة والكفاية الجسمية والعقلية والنفسية وللوصول إلى هذا الهدف لابد من تحقيق الأهداف الأولية التالية:

- 1.1 الحرص على جعل المحافظة على الصحة والتمتع بها غاية وهدفا يسعى جميع أفراد المجتمع إلى الوصول إليه وجعل الرقي بالمستوى الصحي مطلبا أساسيا من خلال حرص الجميع على بذل جهود

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

تنمية الجانب الثقافي التنظيمي لديهم والاستفادة من خبرة الآخرين خصوصاً المتقنين منهم في المجال الصحي.¹

2.1 نشر المفاهيم والمعارف الصحية السليمة في المجتمع وتشجيعهم في اشتراك في تنمية وتطوير الخدمات الصحية من خلال المساهمة الايجابية في تفعيل دور المؤسسات الصحية وتحسين مستوى أدائها.²

3.1 تمكين الناس من تحديد مشاكلهم الصحية واحتاجتهم والعمل على تغيير السلوكيات والعادات غير الصحية إلى سلوكيات صحية وتنميتها .

4.1 مساعدة الناس في حل مشاكلهم الصحية باستخدامهم إمكانياتهم

5.1 بناء الاتجاهات الصحية السوية من أجل التحسين من مستوى الفرد والمجتمع .

6.1 ترسيخ السلوك الصحي السليم وتغيير الخاطئ إلى سلوك صحي صحيح بتحسين نوعية الحياة الفرد.³

2. أهمية التوعية الصحية :

إن التوعية الصحية تمكن الأفراد من التمتع بنظرة صحية تساعدهم في التفسير الظواهر الصحية وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض وعملها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية مره⁴ ويعتبر الوعي الصحي للمرضى أمراً لازماً في المؤسسات الصحية جميعها من المستشفيات والمراكز الصحية ،وهي تهدف بوجه عام إلى حث الناس على تبني العادات الصحية في حياتهم وعلى إتباع العادات ،وعلى الإستفادة بالوعي والحكمة من الخدمات الصحية المتاحة لهم ،وعلى اتخاذ قراراتهم بأنفسهم،سواء كانوا فرادى أو مجتمعات لتحسين حالتهم الصحية، حيث تمكن الفرد بالتزود بالمعلومات والحقائق الصحية الوظيفية التي

¹خالد غسان،، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، مرجع نفسه ص 26 .

²خالد غسان يوسف مقدادي، مرجع نفسه ص 26

³ناهدة عبد الكريم حافظ ،مقدمة في تصميم البحوث الاجتماعية ،بغداد مطبعة المعارف ، 1981 ص 67 .

⁴عبد الرزاق دلمي ،الإعلام المتخصص، ط عربية ،اليازوري عمان ،الأردن 2005 ص 225 .

يستطيع أن يستفيد منها ،واكتساب العادات الصحية التي لا يمكن الاستغناء عنها كتعلم الإسعافات الأولية والرعاية عند المرض .

خلاصة الفصل :

وفي الأخير نستنتج بأن توظيف الوسائط الالكترونية فيمجتمعنا ضرورة حتمية لا بد منها لأن مجتمعنا بحاجة إلى شخصيات قادرة على مواكبة تغيرات وتطورات العصر خاصة في مجال الصحة من كافة جوانبه، ويمكن القول أنه مع الوسائط الالكترونية التفاعلية سوف تزداد قدرة المؤسسة على توصيل المعلومة المطلوبة ولتخفيف العبء عليها ومساعدتها على التوعية الصحية ،وذلك بنشر التوعية من خلال عرض الصور والرسومات والفيديوهات والصوت على شكل فيلم.

نظرا لأهمية الوسائط الالكترونية في التوعية الصحية ودورها في الرفع من كفاءة التنقيف الصحي والتعزيز 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 تتحقق إثارة الوعي عن طريق تزويد الفرد بالمعلومات والحقائق .

الفصل الثاني: دور الوسائط الإلكترونية
في التوعية الصحية .

تمهيد:

أحدثت التطورات والتكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في العالم الاتصال ، حيث انتشرت شبكة الانترنت في كافة أرجاء المعمورة وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بقضايا الواسع 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 غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث وخلقت نوعا من التواصل بين أصحابها ومستخدميها تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مجموعة من مواقع على شبكة الأنترنت ، وهي عبارة عن تطبيقات تكنولوجية إلكترونية على نظم الجيل الثاني للواب لتحقيق التواصل والتفاعل بين مختلف الأفراد حول العالم وهي موقع تشكل مجتمعات إلكترونية فخمة، وتقدم مجموعة الخدمات والرسائل المتقدمة والتي تجمع العديد من الأدوات الانترنت المختلفة.

المبحث الأول : أثر استخدام الوسائط الإلكترونية ودورها في تنمية الوعي الصحي

توطئة :

ترتكز هذه الدراسة على الدور الذي تقوم به المؤسسة الصحية في مجال التنقيف الصحي للمجتمع الجزائري من خلال البحث العلمي عن أثر الوسائط الإلكترونية كمصدر إعلامي للتنقيف والوعي ومدى فائدتها من اكتساب السلوك الصحي السليم.

1. دور الوسائط الإلكترونية في تحقيق التوعية الصحية للمواطنين :

تضطلع وسائل الإعلام الجديد وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي إلى القيام بدور مؤثر في التوعية الصحية ،على اعتبار أنالدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي 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 الصحية¹

أما فيما يخص دور وسائل الاتصال في الميدان الصحي فقد أشار الدكتور ب لقا سم حاج لكحل فيالدراسة له عن البرامج الوطنية لمكافحة الوفيات، إلى أنه كان لوسائل الاتصال الدور الكبير في معالجة بعض الإشكالات الصحية والاجتماعية العامة كالحملات الإعلامية الخاصة بالتلقيح ،تنظيم الأسرة الإرشادات على شكل إعلانات صحية، ثم إعدادها من طرف وحدة التربية الصحية للمعهد الوطني للصحة العمومية.²

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

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.

الشلل ، كما أصدرت كتيب آخر يحمل عنوان "القاعدة العلمية التنفيذية السليمة" وفي عام 1988 أصدر مشروع وطني للاتصال من طرف الوكالة الوطنية للأحداث المصورة . ANAF والتي تعتبر بدورها الخلية الأولى للاتصال الإجتماعي في الجزائر ، وقد تطور هذا المشروع بمساعدة اليونيسيف والمنظمة العالمية للصحة بهدف مساعدة البرنامج الوطني لمكافحة وفيات الأطفال¹.

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 غير مفهومة لدرجة أن النساء تجهض فعلا إلى المراكز الصحية فالحملة الإعلامية تعمل على تعزيز الأفكار².

2. أثر استخدام الوسائط التكنولوجية التفاعلية في تنمية الوعي الصحي للمواطنين:

تنمية الوعي الصحي المعاصر تستخدم شبكات التواصل الإجتماعي في إستراتيجياتها التوعوية الحديثة حيال 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 الإجتماعي في الإستراتيجية العامة للتوعية ، وتعزيز الافةية³.

كما أصبحت شبكات التواصل الإجتماعي أكثر جاذبية وأهميته لقطاعات الصحة في البرامج التوعوية

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

² مرجع نفسه، ص 204 .

³ خالد بن فيصل العزم ، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في توعية الصحة لمرض كورونا دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية ، بمدينة الرياض السعودية، المجلة العربية للبحوث الإعلام والاتصال العددان، 14، 15 يوليو - ديسمبر، 2012 ص 170،

لقد أصبحت شبكات التواصل الإجتماعي طريقة سهلة وفعالة للمؤسسات الصحية من حيث كلفة توصيل المعلومات الصحية مقارنة بفاعليتها وانتشارها ، مما يعزز الخدمات الوقائية للمؤسسات الصحية وبناء مجتمعاتها الصحية ، مما يستدعي الأمر من المؤسسات الصحية استخدام قنوات اليوتيوب في إستراتيجيات التوعية الصحية والتنقيف والتواصل مع المجتمع المحلي وتطبيق تكنولوجيا التواصل والعلاقات العامة.¹

المبحث الثاني:

تكمن أهمية استخدام الوسائط الإلكترونية في نشر الوعي الصحي وأهدافها :

1. أهمية الوسائط الإلكترونية :

ففي إطار موضوعنا هذا يجدرنا الحديث عن أهمية الرسالة وفعاليتها في عملية تعديل السلوكيات المضرة بالصحة واستبدالها بالسلوكيات السليمة ، فأهمية الرسالة 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 الاتصال الرسالة الصحية الوسيلة الوحيدة في تعديل الاتجاهات علما بلبن السلوك ظاهرة معقدة صعب التحكم فيها ، ولكن ما نستطيع القيام به هو الإستعانة بتقنياته لتوصيل الأفكار والمهارات التي تؤهلها لفتح باب التغيير على مستوى السلوكيات.²

إن وسائل الإعلام تلعب دورا مهما في تشكيل الوعي لدى أفراد المجتمعات سواء في مجال التزويد بالمعلومات السليمة عن مجمل القضايا أو تشكيل الاتجاهات والمواقف المختلفة ، فالإعلام هو ضمير المجتمع بجميع فئاته ، ودوره هام في تعزيز المعرفة لدى الجمهور ، وذلك من خلال الحملات الإعلامية والتوعية الهادفة التي تؤدي إلى زيادة الدور الفعال الذي يمكن أن يؤديه المجتمع في التعامل مع العديد من الموضوعات التي يطرحها.³

¹ خالد بن فيصل العزم ،المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدنل ، مرجع سابق ، ص171 ،

² نزييلة بوخبزة ،الاتصال الاجتماعي الصحي، مرجع السابق ،ص155.

³الموسى عصام ،الإعلام والمجتمع العربي الدولي الثقافة ناشرون، عمان، الأردن، دراسات في الإعلام الأردني 2003 ، ص 16.

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

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

2. أهداف الوسائط التكنولوجية في تنمية الوعي الصحي :

يهدف الاتصال إلى إنشاء قاعدة معرفية حول الرعاية الصحية لدى الأهالي والمجمع، إذ يمثل هذا الهدف تحدياته الأولية في هذا التعرف، وخاصة ونحن نعرف أهمية الصحة ودورها في دفع عجلة التقدم لذا لازاما على الجميع أن يساهم لحماية الصحة من الأمراض المنتشرة سواء كان عاملا للصحة أو كمالا في تنمية المجتمع و الذين يمثلون بدورهم قنوات اتصالية فعالة في نشر المهارات الصحية.²

من المسلم به أن هناك سلوكيات صحية يجب أن ندرب الناس عليها، وتتعلق هذه السلوكيات بالفرد بصورة خاصة ، ونقصد بذلك كيفية تعامله بالأسلوب السليم المبني على قواعد صحية تساعد على التمتع بحياته، وعليه نلخص بعض أهدافه على النحو التالي³ :

1. نشر المعارف الصحية السلمية في المجتمع.

2. تمكين الناس من تحديد مشاكلهم الصحية وحتياجاتهم .

3. بناء الإتجاهات الصحية السوية .

¹باريان أحمد ، دور وسائل الاعلام في التثقيف الصحي المرأة السعودية ، بمدينة الرياض ،رسالة ماجستير جامعة الملك مسعود السعودية ، 2005 ، ص 11 .

² نبيلة بوخبزة ،الاتصال الاجتماعي الصحي،مرجع سابق ، ص155 .

³رتاج محمد ،التثقيف الصحي منشورات ، مكتب التثقيف الصحي ،لندن 2001 ، انجلترا، ص 5 .

4. ترسيخ السلوك السوي وتغيير الخاطئ إلى سلوك صحي السليم.
5. تحسين الصحة على مستوى الفرد والمجتمع والمساعدة في تخفيض نسبة حدوث الأمراض¹

¹ زهير بن أحمد السباعي ،حسن بن أمين التثقيف الصحي ومبادئه وأساليبه،الرياض دار خرجي للنشر والتوزيع، 1996 ،ص43 .

خلاصة الفصل :

وعليه نستخلص أن هدف البحث هو التعرف على درجة إهتمام المواطنين بقضايا التوعية بالمبادرات الصحية في وسائل الاتصال الاجتماعي والتأثيرات المعرفية ، والوجدانية، والسلوكية التي تكونت لدالمبحوثين المتابعين للمبادرات الصحية على تلك الوسائل الإعلامية التي تساهم في نقل الخبرات العالمية وتسلط الضوء على التجارب الصحية الناجحة وتزويد المتلقي بمعلومات صحية ، وإرشادهم ووسائل الوقاية منها من خلال الحملات التوعوية الهادفة.

الإطار التطبيقي : الفصل الثالث

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 انطلاقاً من تصميم الاستمارة تحليل محتوى وإعدادها ، وبعد ذلك نعمل على تفرغ البيانات وتفسيرها وتحليلها في ضوء الدراسات السابقة وأهداف الدراسة، أما في الأخير استخلاص النتائج العامة للدراسة .

تناولنا في هذا الفصل عرض النتائج الكمية من خلال الجداول والرسومات البيانية والقراءة الجدولية وتحليلها ، والتحليل الكيفي من خلال تفسير وتأويل النتائج الكمية ، حيث قمنا بتحديد كل فئة لوحدها وفي كل فئة جدول يفصل الجانب الكمي لكل فئة واحدة .

1. التعريف بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عشعاشة :

المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عشعاشة هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 140/07 المؤرخ في 2007/05/19 ، المتعلق بإنشاء وتنظيم المؤسسات العمومية الاستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية ، تقوم بمهام متابعة البرامج الصحية الجوارية والوقاية من الأمراض وهي تغطي كل الخريطة الصحية لدائرة - عشعاشة -، التي تحتوي على أربع بلديات وهي بلدية عشعاشة، خضرة ، أولاد بوغالم و نكمارية بمساحة تقدر ب 23556 كلم² كما يقدر عدد سكانها بحوالي 84745 نسمة موزعة كالاتي¹:

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

كما تتكون المؤسسة العمومية للصحة الجوارية بعشعاشة من (28) ثمانية وعشرين هيكل صحي وهي:

- مقر إداري
- 02 عيادات متعددة الخدمات
- 25 قاعة علاج
- مقر للطب الوقائي
- موزعة على النحو التالي²:

¹ قادوش عبد الحق ، مدير المؤسسة العمومية للصحة الجوارية - عشعاشة - و مستغانم على ساعة 10:00 ، 07 / 12 / 2021.

² بن زعيط عبد الرحمان ، مكلف بالإعلام في المؤسسة العمومية الاستشفائية لصحة الجوارية عشعاشة 09:30 ، 12 / 12 / 2021 .

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

2. التعريف بمصالح المستشفى ومهامها:

مكتب المدير: وضع إدارة المؤسسة تحت سلطة مدير معين بقرار من السيد الوزير الصحة والسكان و إصلاح المستشفيات مهامه قيادة والتنسيق وتوجيه عمل الموظفين ويتأسس الاجتماعات و اللقاءات الداخلية والخارجية يعدمشروع 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 يقومان بتقديم حسابات المالية السابقة.

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

مكتب الوسائل العامة والهيكل:

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

مكتب تسيير الموارد البشرية والمنازعات: يوجد في هذا المكتب موظفين من مهامه استقبال ملفات شكاوي الموظفين والمواطنين

مكتب التكوين:

ب. المديرية الفرعية للمصالح الصحية:²

مكتب القبول: يعد من أهم المصالح الإدارية على مستوى المؤسسة العمومية لإستشفائية من مهامه:³

- استقبال المرضى وتوجيههم.⁴

- 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 الاستشفائية والإحصائيات.

مكتب تنظيم ومتابعة النشاطات الصحية وتقييمها: يعمل هذا المكتب على التنظيم والتسيير على مستوى المصلحة

- الأرشيف: تسجيل مطبوعات المرضى وملفاتهم

- التكفل بحفظ الجثث على مستوى المصلحة

- تنظيم الحركة الاستشفائية للمرضى

¹ بن زعيط عبد الرحمان . مكلف بالإعلام في المؤسسة العمومية الاستشفائية للصحة الجوارية عشعاشة، 09:30، 2021/12/12 .

² عبد الرحمان بن زعيط، مكلف بالإعلام والاتصال في المؤسسة العمومية الاستشفائية، عشعاشة، 02 ديسمبر 2021.

ت.المديرية الفرعية لصيانة التجهيزات الطبية والتجهيزات المرافقة:تضم مكتبين:

مكتب صيانة التجهيزات الطبية: الآلات والمعدات الطبية مثل الراديو والسكانير

مكتب صيانة التجهيزات المرافقة:

التعريف بالصفحة حول الدراسة التحليلية ،وشعارها الرسمي عبر صفحات الفيسبوك إلى جانب عنوانها الموقع الالكتروني الرسمي ،وعدد المعجبين بها والمتابعين لها ،حيث كانت هي من أهم لأهداف والدوافع وراء اختيارنا لهذه الصفحة بالذات لإجراء الدراسة التحليلية ،لمعرفة مدى إقبال المواطنين لهذه الصفحة ومدى تفاعلهم معها .

أولاً: الموقع الالكتروني الرسمي للمؤسسة العمومية الاستشفائية للصحة الجوارية عشعاشة الشهيد حمودي عبد القادر الذي قمنا بإجراء دراستنا :

هو موقع تابع لهيئات ومؤسسات رسمية تحتوي على نشاطات وخدمات توفر المعلومات اللازمة للمواطنين عليه يحمل www.jobs4.dz.

.EPSP ACHCHA

تم إنشاء الموقع الالكتروني سنة 2012 وتعود أسباب إنشائه إلى تقريب المسافات بين المؤسسة والمواطنين والموظفين يحتوي الموقع الالكتروني على صفحة رئيسية يمكن الوصول إليها من خلال عنوان الموقع وتعرض هذه الصفحة محتويات الموقع حيث تبلغ عدد مشتركها 7000 الف مشتركين ،هدفها حصول المجتمع على المعلومة المقدمة من طرف المؤسسة .

- توصيل المعلومات للجمهور والمواطنين بسهولة وسرعة .
- مواكبة التطورات التكنولوجية المستعملة في المواقع الالكترونية لنشر المعلومات .
- تقديم الخدمات التي تهتم المواطنين من موظفين وعامة الشعب .

- يقوم بنشر بعض المواضيع التي تنشرها الوزارة والصحافة لها علاقة بالمؤسسة الاستشفائية.¹

ثانيا: تعريف الصفحة الرسمية للمؤسسة:

هي عبارة عن صفحة عبر الفليسيوك وتتضمن مختلف المواضيع الصحية مثل إنزال منشور يتضمن شرح وتفسير وإيجاد طرق معالجة مرض معين وذلك بالتوعية الصحية رابط الصفحة المؤسسة -العمومية - للصحة الجوارية - عشعاشة / 536828403366279 /

[. //m.facebook.com/pages/categer/Community-Service:https](https://m.facebook.com/pages/categer/Community-Service)

ومن المواضيع التي تنشر عبر صفحة الفاييسوك :

أ . الوقاية من الأمراض و أخذ إحتياطات لتجنب المرض عن طريق نشر برامج شهرية للمخرجات

الميدانية و إشهاره عن طريق الصفحة الرسمية للمؤسسة .²

تعتبر صفحة رسمية التي نشرتها المؤسسة من طرف مسؤولين ناشطون حقيقيون غير تابعين لأي جهة هدفهم رسم صورة حسنة عن المؤسسة وتوعيتهم الصحية بأخطار الأمراض ، وكيف يمكن أن نتجنبها وإيجاد بعض الحلول الوقاية من الأمراض ، ومن خلال ملاحظتنا تحصلنا على نتائج بحسب التوجه بللصفة الرسمية للمؤسسة وسياستها الإيديولوجية لاحظنا إقبالا وتفاعلا كبيرا من قبل شرائح المجتمع مع مضامين هذه الصفحة ، وهذا ما حفزنا لتسليط الضوء عليها بالدراسة التحليلية للكشف عن طبيعة تقديمها للمواضيع عبر الوسائط ووسائل الإقناع المستخدمة وما هي استراتيجياتها لإقناع الجمهور المستهدف من الرسالة.

كان عدد زوار الموقع حوالي 7000 ألف متابع ، وهذا ماصرح به مدير الموقع .

¹قادوش عبد الحق ،مدير المؤسسة العمومية الصحة الجوارية - عشعاشة - و مستغانم على ساعة 10:00 ، 07 /12/2021.

²مدير المؤسسة ، الصفحة الفاييسوك ،

أهم المواد التي تنشرها هذه الصفحة :

إعلانات وإحصائيات عن الخدمات المقدمة حسب المصالح الطبية أو جراحية وتحاليل الطبية ونصائح الطبية وتنقيته توعوية وحملات تحسيسية عبر الوسائط مثل صور وفيديوهات ،وتصريحات عن أسباب الأمراض الخ .

المبحث الثاني: عرض نتائج تحليل المضمون

توطئة:

إن معالجة المعلومات والبيانات التي يتم الوصول إليها تعد خطوة ضرورية للإجابة عن التساؤل الرئيسي للإشكالية، وكذا التأكيد على صحة أو نفي الدراسة، أي تقديم إجابة لما طرحه من تساؤلات في الجزء النظري انطلاقاً مما وجدناه في الجانب الميداني .

و لذلك سنحاول في هذا الفصل تحليل المحتوى من أجل الوصول إلى النتائج النهائية والعامّة لموضوع البحث ومن ثم استخلاص الإستنتاجات المتعلقة بالموضوع.

التحليل الكمي :

الجدول رقم 01 : يوضح توزيع العينة التحليلية للدراسة حسب الفترة الزمنية :

شهر ديسمبر	أيام التحليل
الأسبوع الأول	01 ديسمبر 2021
	02 ديسمبر 2021
الأسبوع الثاني	05 ديسمبر 2021
	06 ديسمبر 2021
الأسبوع الثالث	14 ديسمبر 2021
	15 ديسمبر 2021
الأسبوع الرابع	24 ديسمبر 2021
	25 ديسمبر 2021
الأسبوع الخامس	29 ديسمبر 2021
	30 ديسمبر 2021

الرسم البياني رقم 01: يمثل أيام التحليل



من خلال قراءة الجدول رقم واحد الذي يمثل توزيع العينة التحليلية للدراسة حسب الفترة الزمنية أيام وتاريخ التحليل من خلال الموقع الرسمي الإلكتروني لصفحة الفليسبوك للمؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة للصحة الجوارية، حيث كانت مكثفة في الأسبوعين الأول والثاني ، ثم انخفضت في الأسبوع الثالث من أيام التحليل ، اتضح من خلال هذا الجدول أعلاه أن خلال الأسبوعين من شهر ديسمبر 2021 كانت حملات مكثفة وانخفضها في الأسبوع الثالث، وهذا ما استنتجناه خلال دراستنا الميدانية التي قمنا بها، ولكن في الأسبوع الأخير ازدادت الحملات وذلك بسبب إنتشار مرض الكورونا المستجد وسرعة انتشارها ، فقامت المؤسسة بحملات توعية تحسيسية بشكل مكثف ومتكرر، وإجراءات الوقاية والتباعد... إلخ ، و ذلك من أجل أخذ الإحتياطات لتفادي العدوى وإنتشارها، وذلك بنشر الفيديوهات والصور والإعلانات وغيرها من الوسائط الإلكترونية .

✚ الفئات التي تجيب على سؤال كيف قيل ؟

تدرس هذه الفئات الشكل الذي جاءت عليه المضامين محل التحليل ،هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون ، أي إذا كان من متطلبات الإشكالية دراسة الشكل، فما على الباحث إلا أن يحدد فئات الشكل التي يحتاجها مما سيأتي :

1. 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 المواقع المادة محل التحليل و تهتم بالموقع الرسالة "نص ، صوت ، فيديو "في الموقع الرسمي للفليسبوك و الموقع الإلكتروني بصفحة البدء و صفحة المحتوى ،الوحدة أفقياً أعلى ،مركز أسفل ،الوحدة أفقياً يمين ،وسط،يسار، التي تهتم بموقع

الموضوع ، أو الفكرة محل التحليل في المادة المدروسة فالموقع له أهمية كبيرة في تأثير المحتوى على القارئ أو المتصفح أو المستمع¹.

يتفرع الموقع إلى :

➤ **صفحة البدء:** هي الصفحة الرئيسية وهي الصفحة الأولى في الموقع .

➤ **صفحة المحتوى :** صفحة بدء المعلومات التي تحتوئها الصفحة الرسمية الفايسبوك والموقع

الإلكتروني للمؤسسة.

قسمت شاشة الموقع إلى أعلى وأسفل والمركز .

التحليل الكمي لفئة الموقع:

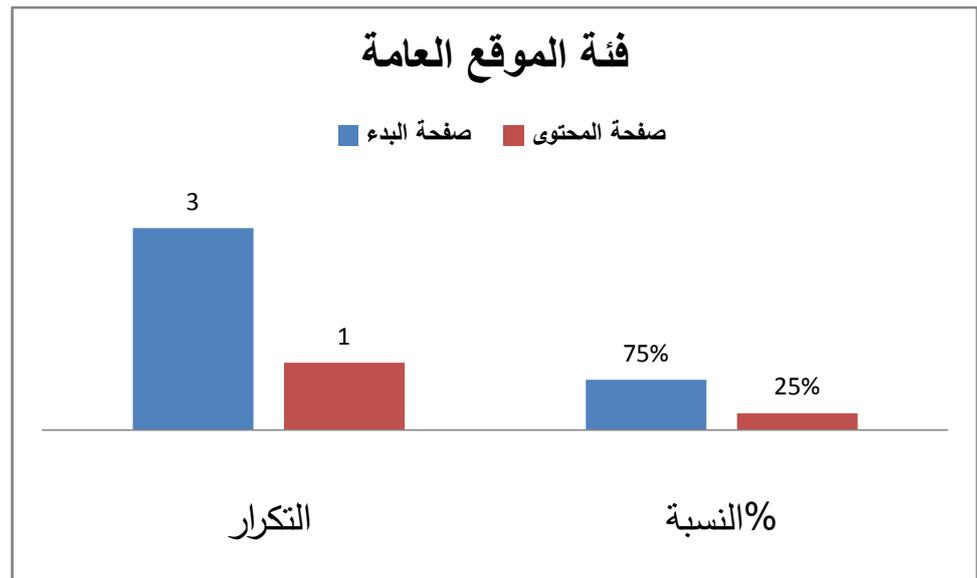
الجدول رقم 02: يمثل فئة الموقع حسب عينة الدراسة - عامة :

النسبة%	التكرار	فئة موقع المستخدم العامة في الفايسبوك والموقع الإلكتروني .
75%	03	صفحة البدء
25%	01	صفحة المحتوى
100%	04	المجموع

تحليل الجدول السابقفئة الموقع المستخدمة عامة لموقع المضامينالتي تنشرها صفحة الفايسبوك والموقع الإلكتروني للمؤسسة العمومية الاستشفائية- بعشعاشة - ،حيثإحتلت المرتبة الأولى صفحة البدء بنسبة 75%،أما صفحة المحتوى إحتلت المرتبة الثانية بنسبة 25 % لنشر المواضيع الصحية،التوعية الصحية على مواقع الصفحة الرسمية للفايسبوك والموقع الإلكتروني .

¹يوسف تمار، تحليل المحتوى والطلبة الجامعين مرجع سابق،ص28 .

الرسم البياني رقم 02: يوضح النسب المئوية والتكرارات لفئة الموقع العامة



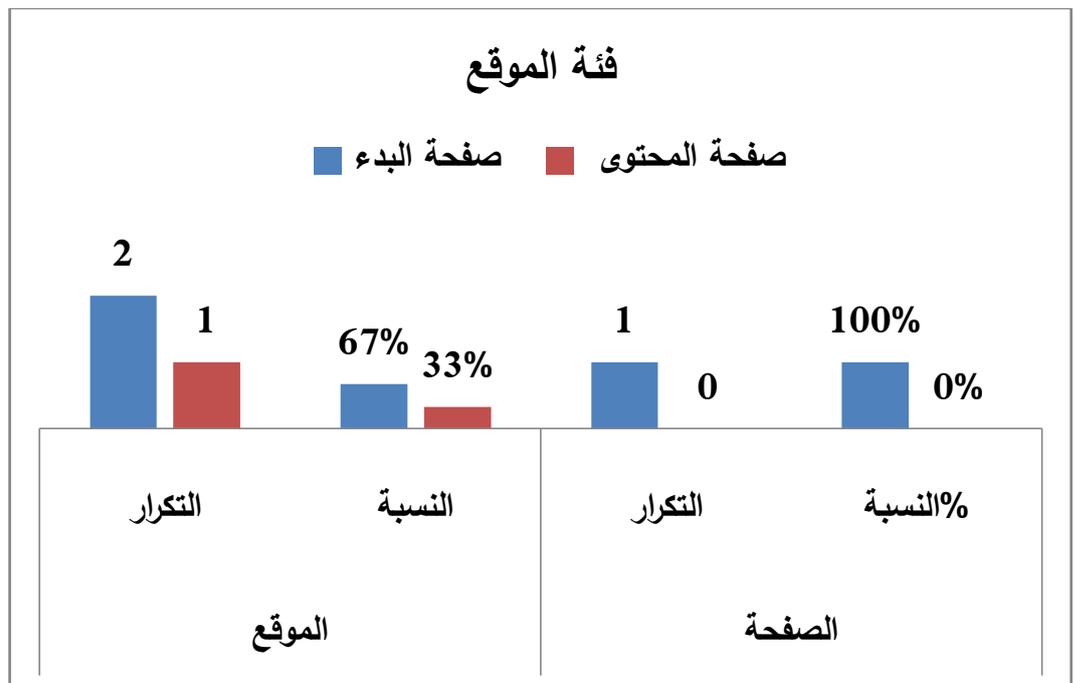
الخلاصة: نستخلص من خلال تحليل الجدول الكمي أن هناك الأكثر إهتمام بالصفحة البدء التي تعلق فيها أكبر نسبة بـ 75% في المجموع والتكرار مقارنة بصفحة المحتوى التي قدرت بالنسبة 25%.

الجدول رقم 03: خاص بفئة الموقع - مفصلة -:

فئة الموقع	الموقع الإلكتروني	الصفحة الرسمية للمؤسسة	
		التكرار	النسبة %
صفحة البدء	أعلى	02	67%
	وسط	00	00%
	أسفل	00	00%
صفحة المحتوى	أعلى	01	33%
	وسط	00	00%
	أسفل	00	00%
المجموع	03	100%	100%

يبين الجدول أعلاه موقع صفحة البدء على صفحات الموقع الإلكتروني والصفحة رسمية للمؤسسة حيث تظهر لناصفحة الفاييسبوك أن أغلب المعلومات والمنشورات التي تم نشرها كانت أكثريتها في أعلى الصفحة ، حيث قدرت بنسبة 67% واحتلت المرتبة الأولى في موقع المضامين المنشورة عبر صفحة الفاييسبوك ، أما الموقع الرسمي قدرت نسبة صفحة البدء أعلى صفحة بنسبة 100% 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 03: يوضح النسب المئوية لفئة الموقع المفصلة:



التحليل الكيفي لفئة الموقع:

يظهر لنا من خلال التحليل الكمي مضامين الموقع الإلكتروني و صفحة الفاييسبوك للمؤسسة تمركزت في الأعلى فكلاهما يعتمدان على نفس الموقع الأعلى للمنشورات وصفحات المضامين ، أما بالنسبة للموقع الوسط كانت بنسب ضئيلة أيضا أسفل قليلة جدا لعرض المواضيع مثل الحملات والمنشورات التوعويةالخ.

إعتمد الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية للفايسبوك على موقع أعلى لشاشة الكمبيوتر من أجل عرض مضامين الحملة ، وذلك من خلال قراءتنا الكمية لفئة الموقع تبين لنا أن أعلى نسبة كانت في موقع وسط أعلى ، حيث يرمز موقع أعلى إلى التفكير المثالي ،ومن هنا نستنتج أن مصمم الموقع حاول دفع المستخدمين إلى التفكير المثالي يساعد هذا الأسلوب على عملية الإقناع .

- تمركزت مضامين الموقع الإلكتروني و الصفحة الرسمية للمؤسسة في الأعلى لعرض المواضيع والمنشورات التوعوية .
- تمركزت الصور الثابتة والنصوص المكتوبة والفيديوهات في الموقع أعلى الشاشة الموقع الإلكتروني وصفحة الفاييسبوك .
- إعتمد الموقع الإلكتروني وصفحة الفاييسبوك بنسبة قليلة وضئيلة على موقع الأسفل والوسط لعرض المنشورات والحملات التحسيسية ، نستنتج أن مصمم الحملة لم يستغل الموقع ،أما فيما يخص تمركز وتموقع المضامين الرئيسيين لكلا من الموقع الإلكتروني وصفحة رسمية لفايسبوك، فقد لاحظنا أن أعلى نسبة سجلت لمضامين المؤسسة هي موقع أعلى الصفحة الشاشة الكمبيوتر .
- لاحظنا من خلال التحليل أن جل المضامين الموقع الإلكتروني وصفحة الفاييسبوك تمركزت في الأعلى الصفحات المنشورة .

2. فئة اللغة :

نقصد بها اللغة المستخدمة في الحملة التوعوية الصحية عبر الموقع الرسمي لصفحة الفليسيبوك للمؤسسة العمومية الاستشفائية - عشااشة - التي تشمل على النصوص والصور والفيديوهات التوعوية، حيث تنفرع إلى اللغة العربية الفصحى، واللغة الفرنسية ، حيث تلعب اللغة دورا مهما في استقطاب الجماهير وتوعيتهم أثناء الحملات التحسيسية التوعوية .

التحليل الكمي لفئة اللغة :

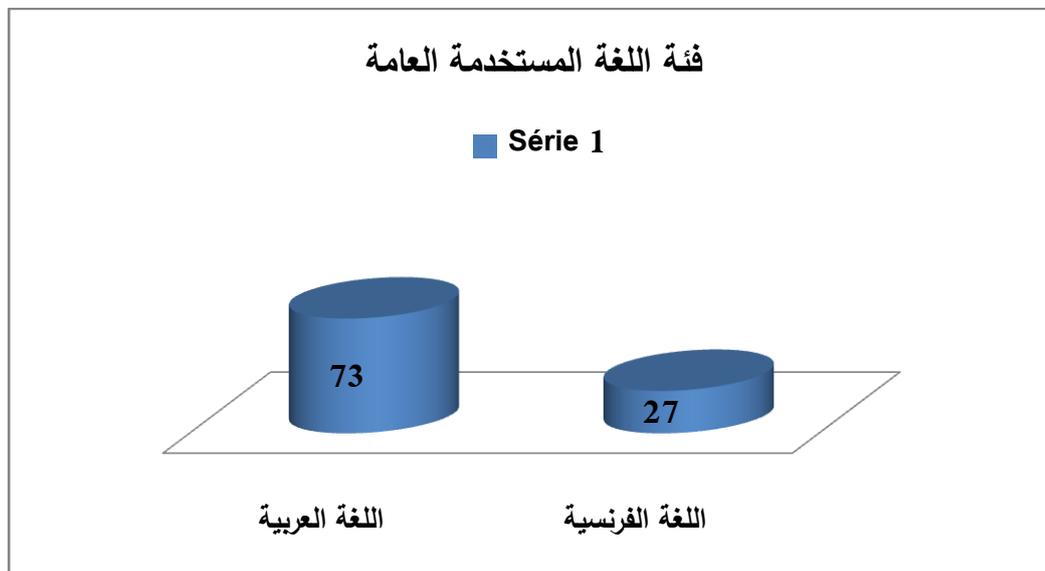
الجدول رقم 04 فئة اللغة :- العامة-.

النسبة%	التكرار	فئة اللغة المستخدمة
73%	96	العربية
27%	35	الفرنسية
100%	131	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 04 التي تمثل اللغة المستخدمة حسب عينة الدراسة أن طبيعة اللغة المستخدمة في مواضيع ومضامين منشورات الصفحة الرسمية للمؤسسة ،وهي من الفئات الهامة في عملية تحليل اللغة المستخدمة للتعرف على النمط اللغوي السائد في تقديم المعلومات ،فحسب الدراسة ،يتضح لنا فئة اللغة المستخدمة التي تمثل بنسبة 73% بالمائة أعلى نسبة باعتبارها لغة الأم التي يفهمها الجميع مقارنة مع اللغة الفرنسية بنسبة 27% فهي باعتبار الروابط تكتب باللغة الفرنسية يتضح من الجدول فئة اللغة بأن اللغة العربية تعتبر أكبر نسبة في حين تمثل 78%، وتمثل اللغة الفرنسية بنسبة 22% وهي أضعف نسبة، وبالتالي يتبين لنا بأن اللغة العربية تحتل المرتبة الأولى عن اللغات الأخرى .

من خلال الجدول الموضح في الأعلى يتضح لنا بلن اللغة العربية تمثل 66% وهي تعتبر أكثر انتشارا عبر الوسائط الإلكترونية ويستعملها القائم بالإعلام أكثر وتظهر لنا أيضا 34% فبالنالي اللغة المعتمدة من طرف الموقع وصفحة الفاييبوك الرسمية هي اللغة العربية.

الرسم البياني 04: يمثل توزيع النسب المئوية لفئة اللغة العامة



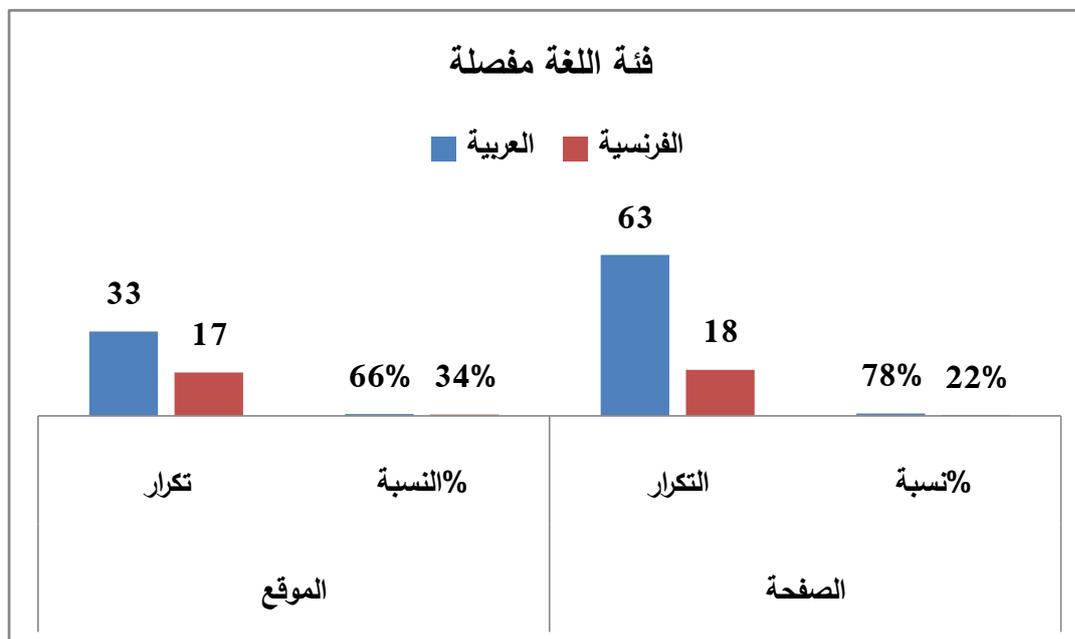
الجدول رقم 05: يمثل فئة اللغة مفصلة:

فئة اللغة المستخدمة		الموقع الإلكتروني		الصفحة الرسمية	
تكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	تكرار	نسبة %
33	66%	63	78%		
17	34%	18	22%		
50	100%	81	100%		

من خلال الجدول الموضح في الأعلى يتضح لنا أن اللغة العربية تمثل 66% ، وهي تعتبر أكثر التي تنشر عبر الوسائط الإلكترونية ويستعملها بأكثر القائم بالإعلام، وتظهر لنا أيضا 34% ، فبالنالي اللغة المعتمدة من طرف الموقع هي اللغة العربية ، ويتبين لنا من خلال الجدول بأن 78% من فئة

اللغة الخاصة بالصفحة الفايسبوك لمؤسسة العمومية الإستشفائية عشعاشة ، في حين نجد 22 % من اللغة العربية فُئِن اللغة العربية غالبية بكثرة عبر هذه الصفحة.

الرسم البياني 05: يوضح نسبة التكرارات والنسب المئوية لفئة اللغة مفصلة:



الخلاصة:

إن نسبة المقروئية على صفحة الفايسبوك والموقع الإلكتروني للمؤسسة العمومية الاستشفائية عشعاشة الناطقة باللغة العربية، وأن جل المواضيع التي تنشر كانت بنسبة كبيرة اللغة العربية، وهي تعتبر العامل الأساسي لوفاء عينة البحث لمقروئية المنشورات، وذلك بسبب إتقانها لهذه اللغة الأم .

التحليل الكيفي لفئة اللغة:

إن غلبة اللغة العربية أمر طبيعي نظرا لكون مختلف المواقع التي إعتدنا لها للتحليل تركز جميع مضامينها على إستخدام اللغة العربية الفصحى على صفحة الفيسبوك والموقع الإلكتروني .

الملاحظة من أرقام الجداول والنتائج المتحصل عليها أعلاه أن اللغة العربية هي الأكثر بروزا حيث تعتبر اللغة العربية لغة رسمية للبلاد ،وهي لغة الأم ،كما أن الإعتماد عليها من قبل الموقع لصفحة الفيسبوك أمرا مهما في البلاد مثل الجزائر ، حيث تعيش التعريب كافة مؤسساتها لاسيما المؤسسات الأخرى.

ومنه نستنتج أن المؤسسة العمومية الاستشفائية شعاعشة تعتمد في تحريرها على مواضيع وحملات توعوية عبر صفحة الفيسبوك والموقع الرسمي على اللغة العربية، وذلك لكون صفحتها تصدر أغلب منشوراتها باللغة العربية.

من خلال قراءتنا للجدول المتحصل عليه إتضح لنا أن اللغة الأكثر توظيف هي اللغة العربية بالنسبة للموقع الرسمي و صفحة الفيسبوك للمؤسسة، وهي اللغة المستخدمة بشكل كبير جدا وواسع يقوم المكلف بالإعلام بالاعتماد عليها .

كما اتضح لنا أيضا أن صفحة الفيسبوك هي أكثر تفاعلا ونشاطا في توظيف اللغة العربية ، إذ أن القائم أو المكلف بالإعلام يعتني كثيرا باللغة العربية ،لأنها أساس عملية التأثير والإقناع وتوعية المواطنين.

ونستنتج أيضا من خلال التحليل الإحصائي أعلاه:

تميل المؤسسة إلى إستخدام اللغة العربية المرافقة للصورة وهذه الطريقة جيدة للوصول إلى أكبر قدر من الجماهير ومراعاة مستوياتهم اللغوية ،وهنا نجد بلبن المؤسسة تضع الأولوية للغة العربية وتهتم بها كثيرا في منشوراتها والتي غالبا 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.¹

وهو ما يفسر حاجة المؤسسة استخدام أكثر من لغة واحدة في نشر منشوراتها فالصورة والنص لا يكفي فصناعة الكلمة تؤثر في النفوس تأثير السلاح ، حيث يقصد باللغة الأداة الناقلة للرسالة الإقناعية، وهي التي تربط بين المرسل والمستقبل ، لذا يلجأ القائمون بالإتصال بتوظيف الكلمات ذات قوة تأثيرية تخاطب عاطفية متلقي الجمهور .

3. فئة وسائل الإقناع :

ونعني بها مجموعة الوسائل يوظفها مخطط حملة التوعية الصحية ا لإلكترونية عبر صفحة فليسيوك مؤسسة العمومية الاستشفائية -عشعاشة - للتأثير على المواطنين المتصفحين ،ومن الوسائل التي يوظفها هي التكرار والإستشهاد بالأدلة وكيفية تقديم الهدف في الرسالة الإقناعية

جدول رقم 06: يمثل فئة وسائل الإقناع عامة:

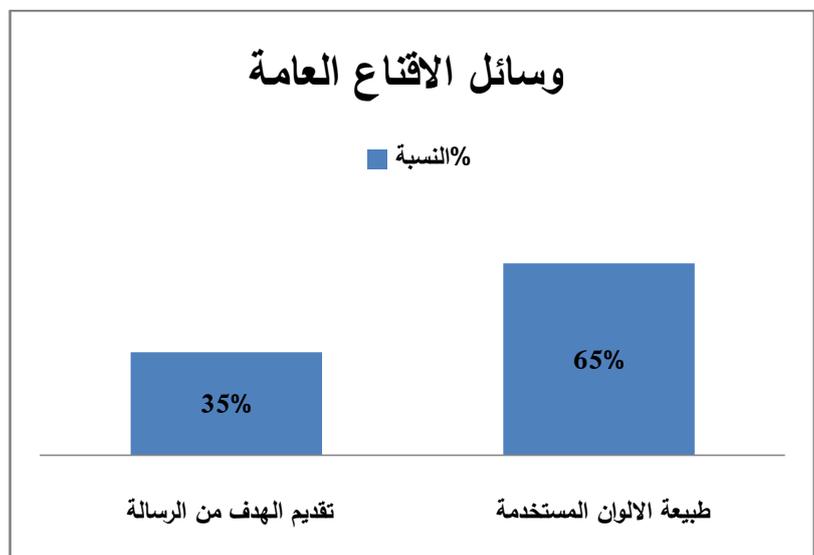
النسبة%	التكرار	فئة وسائل الإقناع
35%	43	تقديم الهدف في الرسالة الإقناعية
65%	80	طبيعة الألوان المستخدمة
100%	123	المجموع

من خلال الجدول الموضح أعلاه يبين فئة وسائل الإقناع العامة لموقع الإلكتروني و صفحة الفاييسبوك الرسمية للمؤسسة العمومية الاستشفائية للصحة الجوارية بعشعاشة يبين لنا أن طبيعة الألوان

¹Mathide ALa communication multilingue sur facebook beelingwa blog consulter 12/11/2020/disponibie sur /

المستخدمة إحتلت المرتبة الأولى بنسبة 65%، فيما جاءت فئة تقديم الهدف في الرسالة الإقناعية المرتبة الثانية بنسبة 35 % لذا نجد أن المؤسسة إعتمدت على طبيعة الألوان المستخدمة أكثر لنشر المواضيع الصحية المتعلقة بالتنوع الصحية على مواقعها الصفحة الفيسبوك والموقع الإلكتروني .

الرسم البياني 06: يوضح النسب المئوية لوسائل الإقناع العامة

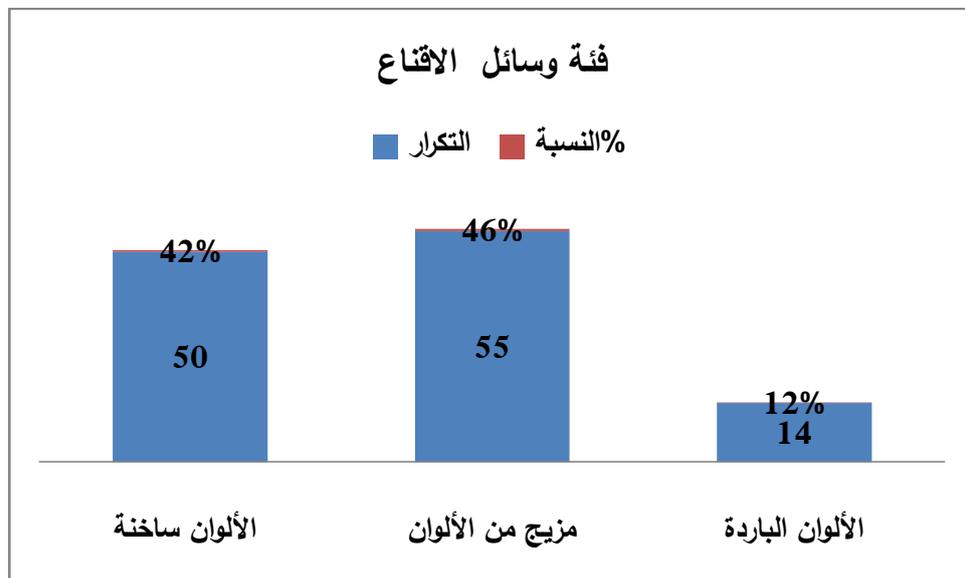


جدول رقم 07: يوضح الألوان المستخدمة عبر وسائل الإقناع عامة: فئة فرعية

النسبة %	التكرار	فئة فرعية طبيعة الألوان المستخدمة
42%	50	الألوان ساخنة
46%	55	مزيج من الألوان
12%	14	الألوان الباردة
100%	119	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة الإقناع استخدمت في تحريرها للمواضيع الصحية المزيج من الألوان بنسبة 46% وهي تحتل المرتبة الأولى ،وتليها الألوان الساخنة بنسبة 42 % أما بالنسبة للألوان الباردة قليلة جدا لا تعتمد عليها كثيرا.

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



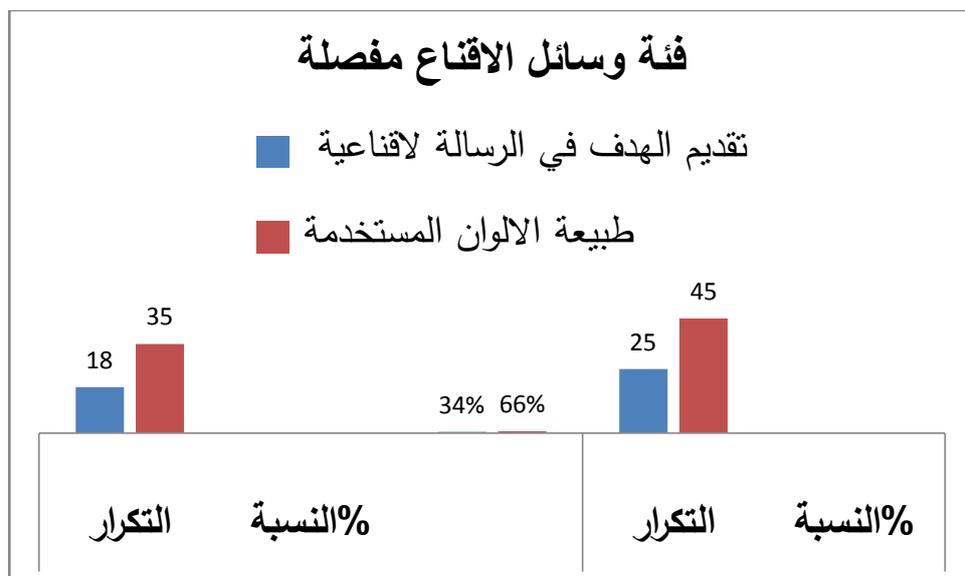
جدول رقم 08: يمثل فئة وسائل الإقناع مفصلة :

الصفحة الرسمية		الموقع الإلكتروني		فئة وسائل الإقناع
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
36%	25	34%	18	تقديم الهدف في الرسالة الإقناعية
64%	45	66%	35	طبيعة الألوان المستخدمة
100%	70	100%	53	المجموع

يوضح الجدول أعلاه رقم التكرارات والنسب المئوية لوسائل الإقناع التي نشرت على صفحة المؤسسة الاستشفائية للصحة الجوارية بعشعاشة حيث اتضحت لنا أن فئة طبيعة الألوان المستخدمة أكثر

نسبة في تغطية الدور التوعوي قدرت بنسبة 64% من مجموع النسب المئوية للفئات الفرعية ،وحصلت فئة تقديم الهدف في الرسالة الإقناعية على أقل نسبة قدرت بنسبة 36%، حيث إعتمدت المؤسسة على طبيعة الألوان المستخدمة في نشر التوعية الصحية على صفحتها على موقع الفايسبوك ، وهذا ما سوف نوضحه من خلال التحليل البياني . وكما يوضح الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية لوسائل الإقناع التي نشرت على موقع الالكتروني للمؤسسة الاستشفائية ، فقد جاءت فئة طبيعة الألوان المستخدمة بالمرتبة الأولى بنسبة قدرها 66% ، ثم فئة تقديم الرسالة الإقناعية بالمرتبة الثانية بنسبة قدرها 34% .

الرسم البياني رقم 08 يوضح فئة وسائل الإقناع مفصلة:



الخلاصة :

وما يمكن أن نلاحظه من خلال المعطيات الكمية التي يوضحها الجدول أن المعدل الأكثر تكرارا في النسب فئة طبيعة الألوان المستخدمة ، قد أشارت النتائج الكمية والمعطيات التي يوضحها الجدول كليا، أن هناك تباين واضحا وجليا بخصوصية الألوان المستخدمة يجعل أن هناك تأثيرا واضحا .

التحليل الكيفي لفئة وسائل الإقناع:

إن العلاقة القائمة بين المؤسسة والقائم بالاتصال يرتبط مباشرة بإنتاج الرسالة الإعلامية وصياغتها وصنعها، فهو يعد مسؤولاً مسؤولية مباشرة ومسؤولية عن إسهامه في صياغة الرسالة الإقناعية وإنتاجها أو نشرها حتى تصل للمتلقي¹ ونقل الرسالة بصورة سليمة، ويمكن فهم الذات وتمييزها ويتطلب ذلك أن يضع الفرد نفسه مكان الآخرين وإلحتمالك بالمجتمع الذي يعيش فيه لكي يستطيع مخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم، وهو قادر على توعية وتبصير الجماهير وتوجيههم مستخدماً أساليب الإقناع المختلفة مثل ما تم ذكره في فئة وسائل الإقناع أولاً تقديم الهدف التي اعتمدها المسؤول عن الموقع الإلكتروني والصفحة الرسمية الفيسبوك² عكس هذه الأساليب الهدف من إنشاء المؤسسة مساندة هذه القوانين الداخلية للمؤسسة، تمر الرسالة الإقناعية بمراحل عديدة لتصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف، ونشرها عبر الوسائط المختلفة قصد تغيير أفكارهم وإتجاهاتهم نحو المواضيع الصحية وتستخدم له كل الوسائل الممكنة بغرض تعديل سلوكياته.

وهذا ما ورد من قائم و المكلف بالإعلام بهذا الشأن أن أكثر الأمور التي يهتم بها المجتمع ككل مواكبة التطورات التكنولوجية سواء كان ذلك على مستوى وسائل الاتصال لذا تملك المؤسسة العديد من الوسائل على موقع الفيسبوك والتي غالباً ما تكون متعلقة بالخصائص الاتصالية والقوالب الفنية التي تعرضها على الصفحة مع القائم بالاتصال سواء التواصل في المساحات الشخصية أو عن طريق التعليقات على الصور أو الفيديوهات بشكل تزامني³.

وانطلاقاً مما قدمه قائم بالموقع والصفحة الفيسبوك نلاحظ أن القائمين على مهم يستغلون كل الخصائص والتقنيات والخدمات التي يوفرها الفيسبوك في عرض المنشورات، فعلى سبيل المثال أثناء أزمة كورونا يتحرك في هذا الشأن من أجل الترشيد سلوك المواطن وعليه قام بتجهيز، و نشر فيديوهات

¹ بسام عبد الرحمن المشاقبة، الرقابة، دراسة مقارنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 81.

² محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 99، 100.

³ عبد الرحمان بن زعيط، مرجع سابق 11:30.

والمنشورات التوعوية، وحملات الوقاية وإظهار البر وتوكولات الوقاية من وباء كورونا إلى جانب تقديم المواد الوقاية مثل المعقم وكمامات ومنتجات التنظيف... الخ وطمأنة الجمهور أن المؤسسة في خدمتهم ورعايتهم طول الأزمات دون توقف وكان هذا العرض باستخدام تقنية الفيديو وتقديم الصور ونشرها عبر صفحة الفاييسبوك وذلك من أجل تقديم انطباع جيد عنها لدى جماهيرها .

نلاحظ من خلال البيانات الجدول أعلاه أن المؤسسة العمومية تعتمد عبر موقعها وصفحتها المزيج من الألوان مدى إثارة لون على المواطن ولفت إنتباهه بدرجة كبيرة ، وفي ضوء تحليل الجدول تبين لنا أن المظهر الخارجي وأن ألوان تعتبر مثير رئيسي لإستجابة المتلقي نحو المضامين ومنشورات ، لكل لون من الألوان معاني نفسية ، ودلالات سيكولوجية تتكون نتيجة للتأثير الفسيولوجي للون الإنسان ، وتحدد هذه الدلالات بخبرات الأفراد الشخصية ، ولذلك نجد اختلافات وفروقات بين الأفراد تجاه الدلالات والمعاني السيكولوجية للألوان وتثير الرغبة الفرد أو محبته أو رفضه للون ما، أو تفضيله للون على الألوان الأخرى¹.

والألوان جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية ، ولها تأثير على العواطف والمشاعر ، فعلى سبيل المثال يرتبط اللون الأحمر بالإثارة وغيرها من الألوان لها دلالات وتترك الألوان انطباعا سلبا وإيجابيا ، فقد يكون فعالا وقويا وعاطفيا².

إن دلالات الألوان قد أثرت على سلوك الأفراد والجماعات ، كما تعكس الألوان جوانب سيكولوجية ونفسية للفرد مما يفسر إخلاف الألوان لدى الأفراد لذا تعتبر الصورة التي تعتمد على الألوان عنصرا من عناصر التواصل غير اللفظي التي تحيط بالإنسان طوال الوقت ، فعلم الألوان شق طريقه إلى تصاميم مواقع شبكة الانترنت ، لأنها في المقام الأول أداة بصرية .

¹ مأمون المومني ، دلالات سيكولوجية الألوان مجلة الأردنية للفنون المجلة الأردنية للفنون ، مجلد 2 ، عدد 2009، 1، 49- 96 ، لدى عينة من الأولياء أمور طلبة المدرسة النموذجية في جامعة اليرموك ، كلية التربية ، الأردن ، 2009 ص 49 .

¹ مرجع نفسه ، 49- 96 .

² مرجع نفسه ص 51 .

إن الخطوة الأهم والأصعب في التصميم هي مرحلة اختيار الألوان الخطوط أو الصور ،فالاختيار الصحيح والدقيق للألوان المستخدمة يساهم في إيصال الفكرة ،فالألوان تعكس هوية واتجاه الصفحة ،كما تعمل على جذب المشتركين إليها ،فالاختيار للألوان له أثر كبير على الحالة النفسية والجسدية للشخص ، فبعض الألوان تتصف بالدفء لهذا باستخدام الألوان يعطي إضافة جمالية للموقع عبر المنشورات¹.

4. فئة الوسائط المتعددة :

ونعني بها طبيعة حامل الاتصالي للمحتوى ، إذ يتفرع إلى نص،صورة ثابتة ، صوت ، وفيديو لها علاقة بحملة التوعية الصحية عبر الموقع الرسمي لصفحة فيسبوك المؤسسة العمومية الاستشفائية-عشعاشة- وهذا التقسيم راجع إلى طبيعة الحامل الالكتروني الذي يضم جميع أشكال الوسائط المتعددة وحدة النص، الصورة ، الصوت، الفيديو.

التحليل الكمي لفئة الوسائط المتعددة :

الجدول رقم 09 : يوضح فئة الوسائط المتعددة حسب عينة الدراسة -العامّة-:

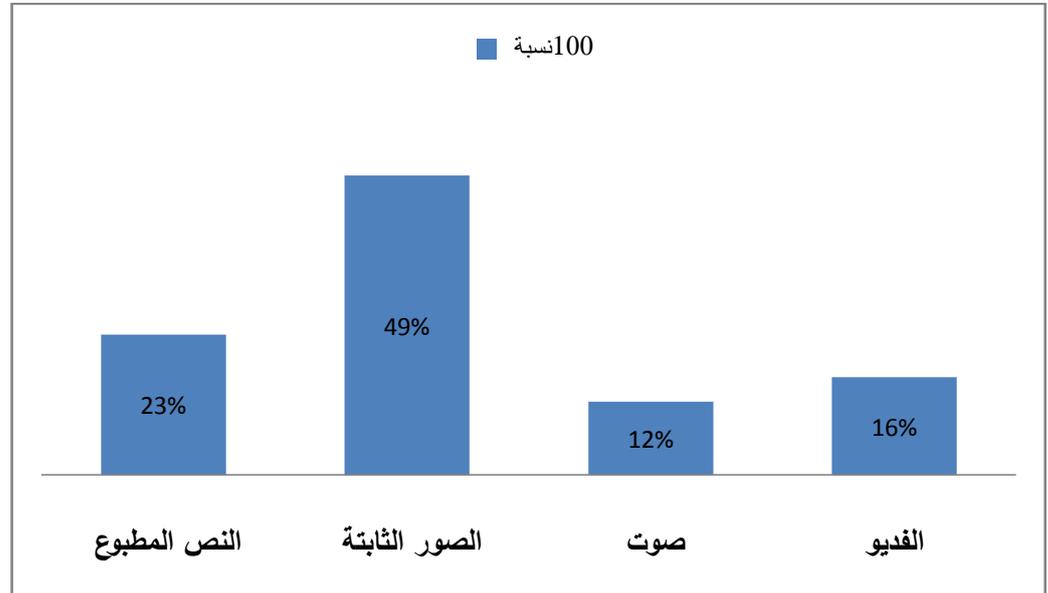
فئة الوسائط المتعددة	التكرار	نسبة 100
النص المطبوع	10	23%
الصور الثابتة	22	49%
صوت	05	12%
الفيديو	07	16%
المجموع	45	100%

يبين الجدول أعلاه نسب توزيع فئة الوسائط المتعددة التي وظفها الموقع الالكتروني و صفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية الإستشفائية للصحة الجوارية عشعاشة من أجل توعية وتنقيف المواطنين ،

¹مرجع نفسه ،ص 53 .

حيث نرى أن أعلى نسبة كانت من نصيب الصور الثابتة بنسبة 49% في حين احتل الوسيط النص المطبوع المرتبة الثانية بنسبة 23% ، كما سجلت نسبة الوسيط الفيديو ب %نسبة 07 وسجل الصوت بنسبة 12% .

الرسم البياني رقم 09: يمثل فئة الوسائط المتعددة حسب عينة الدراسة العامة.

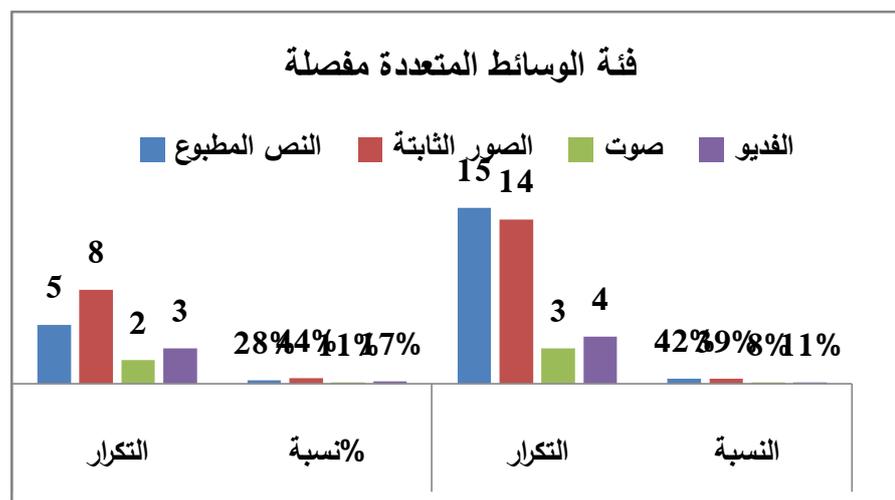


الجدول رقم 10: يمثل فئة الوسائط المتعددة مفصلة :

الصفحة الرسمية الفيسبوك		الموقع الإلكتروني		فئة الوسائط المتعددة
النسبة	التكرار	نسبة %	التكرار	
42%	15	28%	05	النص المطبوع
39%	14	44%	08	الصور الثابتة
8%	03	11%	02	صوت
11%	04	17%	03	الفيديو
100%	36	100%	18	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح توزيع الوسائط المتعددة التي وظفها الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية الإستشفائية بعشعاشة، كما تبين لنا من الجدول بلق الموقع وظف صور الثابتة بنسبة %44 ، والنص المطبوع %28 والفيديو بنسبة %03 والصوت %02، بينما وظفت صفحة الفايسبوك الصور الثابتة بنسبة %39 والنص المطبوع %42 والفيديو %11 والصوت %08 .

الرسم البياني رقم 10: يمثل فئة الوسائط المتعددة مفصلة:

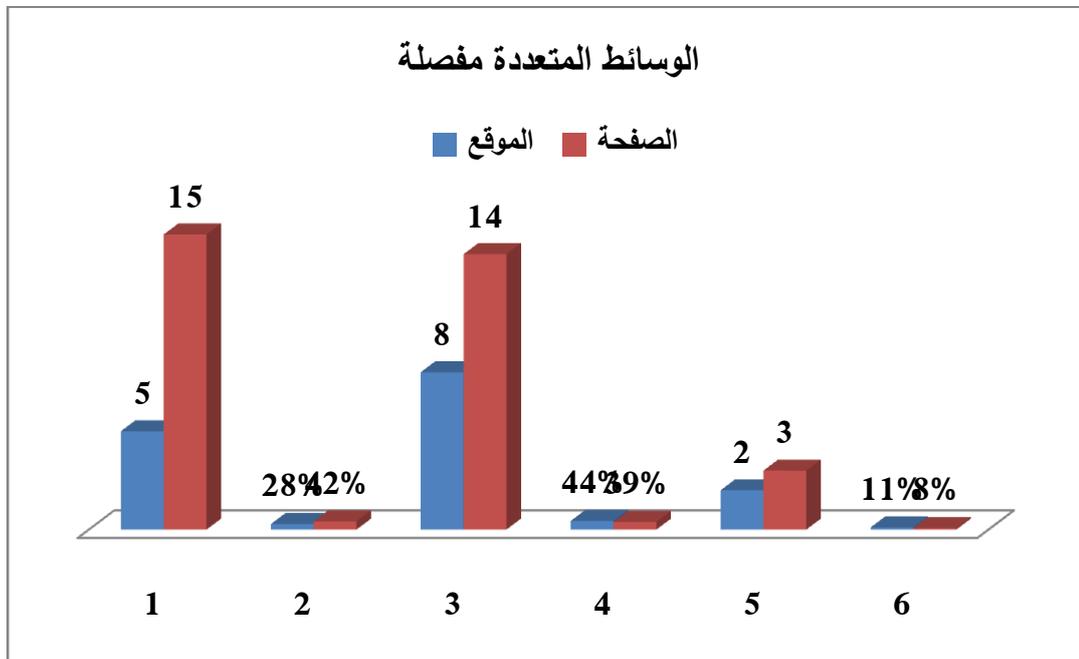


الجدول رقم 11: يوضح الخاص بفئة الوسائط المقارنة بين الموقع وصفحة الفايسبوك :

الوسائط المتعددة	النص المطبوع		الصور الثابتة		الصوت		الفيديو	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
الموقع الإلكتروني	05	28%	8	44%	02	11%	03	17%
الصفحة الفايسبوك	15	42%	14	39%	03	8%	04	11%
المجموع	20	100%	22	100%	05	100%	07	100%

نستنتج من خلال هذه النتائج أن الموقع الإلكتروني وظف الصور الثابتة أكثر من النص المطبوع في حملاته التوعوية التحسيسية وإستعان بنسبة قليلة لفديو بنسبة 03% فقط وصوت نسبة شبه معدومة بنسبة 02%، أما بالنسبة لصفحة الفايسبوك لقد وظفت الصور الثابتة أيضا بنسبة أكثر من النص المطبوع، حيث إحتل هذا الأخير المرتبة الثانية، وأما بالنسبة للفديو لم يوظفه كثيرا ونسبته قليلة من الصوت قدرت بـ 03%.

الرسم البياني رقم 11: يوضح المقارنة بين النسب المئوية والتكرارات للموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك:



الخلاصة :

وقد كشفت النتائج الكمية في هذا السياق أن الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك اعتمد على الصور والنصوص المطبوعة بشكل واسع، بينما لم يستعن بالفديو بشكل كبير، ولم يوظفان الصوت بناتا فلاحظنا أن أعلى نسبة للنص المطبوع والصور الثابتة، وهذا ما يشكل مدخلا مهما لدراسة أهمية الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية على الجمهور، من حيث طبيعة المضمون الإعلامي الذي

ينشر عبر هذه الوسائط التي تعتبر عنصرا مهما في فهم ودراسة العلاقة الوسيلة الإعلامية الجديدة بالجمهور .

التحليل الكيفي لفئة الوسائط المتعددة:

من خلال قراءتنا لنتائج الجدول اتضح أن الموقع ليس نشيطا مثل صفحة الفيسبوك، حيث أن الموقع اعتمد على الصور والنصوص المطبوعة بشكل واسع، بينما لم يستعن بالفيديو والصوت بشكل كبير وينسب قليلة جدا شبه منعدمة، وهذا ما إستبطناه من جدول النتائج المتحصل عليها، حيث وظف الموقع الصور لتغطية الحملات التحسيسية، وذلك لرسم صورة في ذهن متلقي المواطنين لأنه يستخدم حاسة العين .

كما أن الموقع الالكتروني إستعان بتوظيف الصور الثابتة والنص المطبوع أكثر من الفيديو، لكن صفحة الفيسبوك وظفت أيضا نسبة كبيرة للصور الثابتة والنص المطبوع مقارنة مع الوسائط الأخرى.

كما إحتلت صفحة الفيسبوك المرتبة الأولى بالصور الثابتة والنص المطبوع بينما كان المحتوى الخاص بالموقع الالكتروني قليلا جدا رغم أنه الفاعل الرئيسي في نشر المحتويات والمعلومات الطبية والتوعية الصحية .

لهذا فإن للصور والنص المطبوع ذات قيمة وأهمية في مجال تقديم الخدمات، ومن هنا أصبح لها دورا مهما في إثارة وجذب المتلقي ذهنيا ووجدانيا، والتأثير عليه وإقناعه عقلا ومنطقا وفكرالهدا يراعي كثيرا القائمين على المواقع وصفحات الفيسبوك بعض خصائص في إختيار الصور المناسبة ومنشوراتهم من حيث نوعية الصورة وحجمها وهي تحمل محتوى مفيد ومثير للانتباه¹.

¹ محمد حسين بصوص، الوسائط المتعددة تصميم وتطبيقات، مرجع سابق ص21.

أما بالنسبة لبقية مناشير الفيديوهاات والصوت ،فكانت نسبهم ضئيلة مقارنة ببقية المناشير ، ذلك إن القائمين على الصفحة يحاولون جذب الاعتماد على نشر المضامين بشكل فيديوهاات

لهذا أن نجاح أي موقع على شبكة الانترنت يجب أن يشتمل على ما يريده الزوار عندما يسألون أو يطلبون معلومة ما ، أو خدمة ما ، وذلك سيكون ذا معنى لديهم وإحساسهم بالثقة وتفاعل مع الموقع.

فكلما زاد بقاء المتصفح في الموقع كلما زادت قدرة الموقع في جذب عدد كبير من الزوار وذلك لإبراز المحتوى المنشور بطريقة تمكن المتصفح من قراءته بسهولة خاصة المنشورات المتعلقة بالمعلومات والنصائح الطبية¹.

وانطلاقاً من التحليل الإحصائي أعلاه نستنتج مايلي :

تعتمد المؤسسة العمومية الاستشفائية لصحة الجوارية بعشعاشة عبر موقعها وصفحتها بدرجة الأولى على أسلوب نص وصورة ، وبالدرجة الثانية على أسلوب نص وفيديو .

أحيانا الصورة لوحدها لا تكفي ذلك إن درجات وطريق فهم الجمهور لها تختلف ،لذا يعتبر أسلوب إرفاق النص في الصورة مهم جدا من حيث تحديد طريقة فهم وتلقي الرسالة من طرف الجمهور ،فهو بمثابة توضيح أو شرح المحتوى الصورة كي لا يأخذ المتلقي أبعاد أخرى أثناء المحاولة لفهم المحتوى ، ومع ذلك المؤسسة أثناء عرضها للفيديو تركز على هدف محدد ،وبالتالي إرفاق النص يساعدها في إثارة إنتباه المتلقي للهدف الذي تريد المؤسسة إيصاله عبر الفيديو².

¹أنس عبد المجيد ،الإعلان عبر الوسائط المتعددة بالمواقع الالكترونية ، مرجع سابق، ص ، 97 .

²وائل مبارك خضر ،فضل الله اثر الفاييبوك على المجتمع مرجع سابق،ص38 .

تعتمد المؤسسة على إرفاق النص مع كل الأساليب الأخرى، أي نص مع صورة أو نص مع فيديو أو نص الخ ، و تهتم المؤسسة بشكل كبير إلى إدراج شكل تعبيرى في منشوراتها من أجل إقناع الجماهيرها ¹.

لهذا فإن لنجاح أي موقع على شبكة الانترنت ، يجب أن يشتمل على ما يريده الزوار عندما يسألون أو يطلبون معلومة ما أو خدمة وذلك سيكون ذا معنى لديهم وإحساس بالارتياح والثقة ، فمعلومة الإرشاد والتوجيه تحمل فائدة ، وتكون مرفقة بعناصر جذب جرافيكي كصورة أو فيديو أو رسومات مع مزيج من الألوان تساعد في استقطاب عدد كبير من المتصفحين وبالتالي زيادة أعداد المشاؤكين والمتبعين لها .

¹حسن السوداني - محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين مرجع سابق ، ص22.

5. فئة المتفاعلين:

تفاعل المستخدمين مع أي منشور على مواقع التواصل الاجتماعي ، هو أن يقوم المستخدم بالضغط على مؤشر الإعجاب ، أو إعادة المنشور حيث يؤدي هذا التفاعل إلى زيادة إنتشار المنشور مما يجعله يصل أسرع إلى مستخدمين آخرين .

و إن الهدف من هذه الفئة قياس مدى تفاعل المواطنين ومستخدمين موقع فيسبوك مع منشورات الصفحة و يراقبون المحتوى الذي يستجيب له الأشخاص أو يتفاعلون معه من خلال الإعجاب والتعليق و المشاركة.

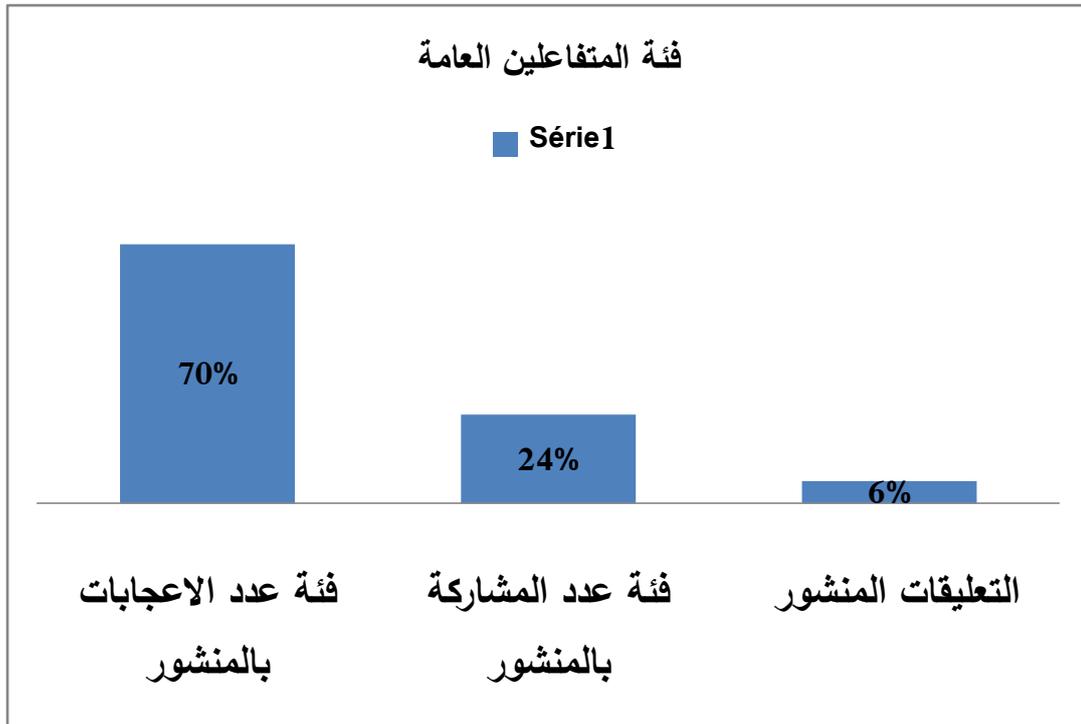
التحليل الكمي لفئة المتفاعلين:

جدول رقم 12 يمثل فئة المتفاعلين حسب عينة الدراسة العامة:

التكرار	نسبة 100
فئة عدد الاعجابات بالمنشور 286	70%
فئة عدد المشاركة بالمنشور 96	24%
التعليقات المنشور 24	6%
المجموع 406	100%

نستنتج من خلال هذه النتائج أن عدد الاعجابات بالمواضيع أو المنشورات العامة التي تنشر من خلال الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك الرسمية بالنسبة 70 % خاصة المواضيع المتعلقة بالحملة التوعوية التحسيسية و بنسبة قليلة 24% أما بنسبة عدد مشاركة المنشور 6% من عدد التعليقات .

الرسم البياني 12: يوضح النسب المئوية لفئة المتفاعلين العامة :



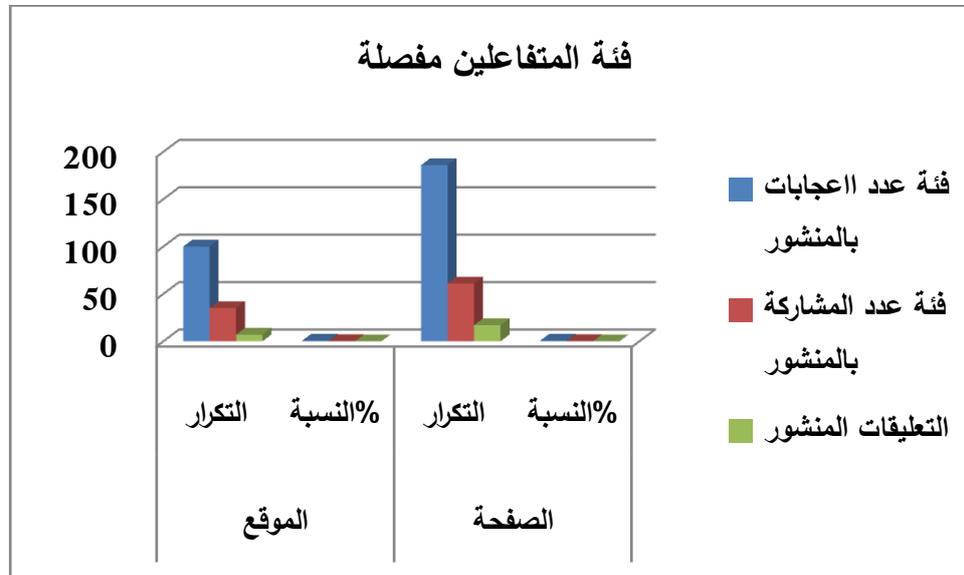
الجدول رقم 13 يمثل فئة المتفاعلين مفصلة:

فئة المتفاعلين		الموقع الإلكتروني		الصفحة الرسمية الفايسبوك	
التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
100	70%	186	71%	فئة عدد الإعجابات بالمنشور	
35	25%	61	23%	فئة عدد المشاركة بالمنشور	
07	05%	17	6%	التعليقات المنشور	
142	100%	264	100%	المجموع	

نستنتج من خلال هذه النتائج أن عدد الاعجابات بالمواضيع التي تنشر من خلال الموقع الإلكتروني بالنسبة 70% خاصة المواضيع المتعلقة بالحملات التوعوية التحسيسية و أما بنسبة لعدد المشاركة المنشور بنسبة قليلة 25%، وأيضاً 05% لعدد التعليقات ، أما بالنسبة لصفحة الفايسبوك

أيضا أن نسبة لفئة الاعجابات 71% حيث احتلت المرتبة الأولى ، وأما بالنسبة لعدد مشاركات المنشور كان بنسبة 23 %، و 06% لعدد التعليقات المنشور .

الرسم البياني رقم 13 : يوضح النسب المئوية والتكرارات لفئة المتفاعلين مفصلة :



الخلاصة:

تشير هذه الإحصائيات الكمية إلى إن غالبية المبحوثين يتفاعلون مع ما يصلهم من أخبار عبر الفايسبوك عن طريق إعجاب على المنشور الذي يصلهم، ويعتبر هذا في نظرهم أحد أشكال التفاعل لديهم من المواضيع التي تصلهم عبر صفحة الفايسبوك أو الموقع الإلكتروني

التحليل الكيفي لفئة المتفاعلين: من خلال قراءتنا الجدول أعلاه يتضح لنا مايلي :

عدد إعجاب الجمهور بالمنشورات أكثر من ردود الأفعال الأخرى وذلك بنسبة 70% ، ردود فعل إعجاب الجمهور كان بالدرجة الأولى حول المواضيع المتعلقة بالتعاني وإعلانات التوظيف، نادرا ما يقوم الجمهور بردات فعل الغضب أو تعجب أو ضحك .

وعليه فإن صفحة شبكة الفايسبوك تعتمد أكثر على المنشور المكتوب المرفق بالصور، ذلك أن توظف الصورة عموما وعلى شبكة الانترنت ،فنحن نعيش في عصر الصورة الرقمية ،ولهذا فإن أهمية

الصورة في صفحات الشبكات الاجتماعية تأتي من اعتبارها عنصرا مهما يجذب المتصفحين لها ،وتقع عليه أعينهم قبل النص ،ولذلك يجب أن تستغل المساحة التي تحتلها أفضل استغلال ،ويكتب عليها المحتوى المناسب ¹.

كماأنوعمن هذا المنشور قد يزيد من عدد المتابعين والمشاركين والمعلقين في الصفحة ، لأن المتصفح لا يقرأ النص كلمة بكلمة ،بل يبحث عن العناصر البارزة داخله ،فالصورة تحمل شعارات ودلائل وتعليقات يجب أن تتضمن المعلومة التي يريد إبرازها في المنشور ،وهذا ما يركز عليه القائمون بالصفة والموقع الإلكتروني ، بإرفاق منشوراتهم المكتوبة بصور مدعمة .

وهذا ما توصلنا إليه من خلال الصفحة والموقع بأن القائم عليهما يرتكزان على المناشير التي تعتمد على صور مرفقة بنص ،وتتمثل غالبية هذه المناشير في المعلومات ونصائح تثقيفيه توعيته². وهو ما عبر عليه مؤسس موقع الفايسبوك مارك زوكربيرغ عندما صرح في لقاء مع الجمهور، إن غالبية منشورات الفايسبوك خلال السنوات القادمة ستكون عبارة عن فيديوهات ، يعتبر الجمهور أو المتلقي الأكثر تعقيدا في العملية الاتصالية من الوسيلة والرسالة حسب دومينيك فولتون ، ويعيش الجمهور حاليا العصر الذهبي من خلال أنه الأكثر إستهدافا من قبل المؤسسات بمحتوياتها الاتصالية ، لتحقيق رضاه ووفائه مع توفير خدمات الانتقائية.

لأن الجمهور يعتبر رأس مال الوسيلة الإعلامية وهو الذي يحدد وزنها وموقعها في إطار المنافسة المباشرة وغير المباشرة ما بين مختلف وسائل الإعلام ، لذلك تجتهد في الاستجابة لحاجات ورغبات الجمهور بعرض المضامين التي تتلاءم معه وهو ما يعرف ب المحتوى القائم على المستخدم الذي يساعد على ولاء وانتماء الجمهور للمؤسسة ³.

¹حسن السوداني - محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع ص 25.

²وائل مبارك خضر ،فضل الله ،اثر الفايسبوك على المجتمع ،مرجع سابق،ص38.

³صالح فلاق شيرة ،صحافة الويب 2.0 مرجع سابق ص 61 .

II . الفئات التي تجيب على سؤال كيف قيل؟

وهي الفئات التي تختص بالمحتوى، حيث تريد أن تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ معتمدة على منظومة من الأفكار لها سمات وصفات مشتركة، عن طريقها يمكن معرفة توجيهات أو طبائع ومعاني والمضمون محل التحليل انطلاقاً من إشكالية الدراسة وأهدافها والتي تتمثل في هذه الدراسة فيما يلي ومن الفئات هي :

1. فئة الموضوع

يقصد بها المواضيع الأكثر تناولاً في محتوى الحملة التوعوية الصحية للمواطنين خلال أزمة كورونا عبر صفحة فيسبوك خاصة بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية الاستشفائية - بعشعاشة - على أساسها نشر الوعي الصحي وتنقيف المواطنين بالصحة ،وأخذ إجراءاتهم للحد من إنتشار الأمراض أو الفيروسات والتي على أساسها يبني مصدر "مصمم الحملة "رسالة الإقناعية حتى يستميل مستخدمين الصفحة.

التحليل الكمي لفئة الموضوع:

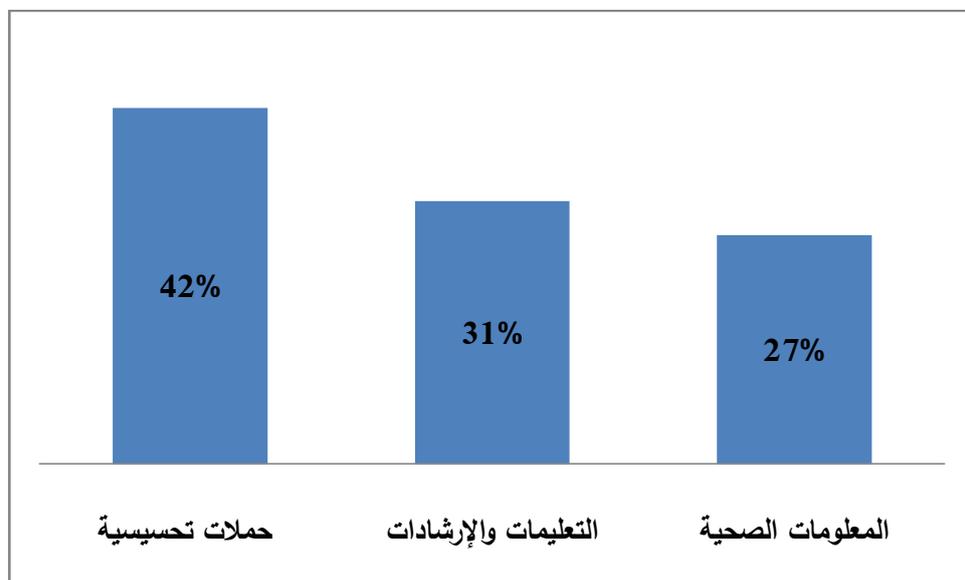
الجدول الرقم 14: يمثل فئة الموضوع حسب عينة الدراسة :عامة

فئة الموضوع	التكرار	نسبة 100
الحملات التحسيسية	41	42%
التعليمات والإرشادات	31	31%
المعلومات الصحية	27	27%
المجموع	99	100%

نلاحظ من خلال الجدول بأن فئة موضوع الحملات التحسيسية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 42%، وتحتل المرتبة الثانية بنسبة 31% التعليمات وإرشادات ، وفي الأخير المعلومات الصحية التي تحتل المرتبة الأخير بنسبة 27%.

نلاحظ أن أرقام الجدول والنتائج المتحصل عليها من خلال النسب المئوية بأن الحملات التحسيسية هي الأكثر بروزاً، إذ أنها موضوع جد مهم نسبة للأوضاع الحالية بسبب كورونا ومخاطرها وأثارها الناجمة عنها، وتليها التعليمات والإرشادات وفي الأخير المعلومات الصحية.

الرسم البياني رقم 14: يوضح النسب المئوية لفئة الموضوع حسب عينة الدراسة العامة:



الخلاصة :

وتبعاً للنتائج الكمية المتحصل عليها فلاحظنا طبيعة المضامين والمواضيع التي تنتشر عبر الموقع الإلكتروني وصفحة الفيسبوك للمؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة التي يتعرض لها المبحوثين المواضيع الصحية متعلقة بالحملات التحسيسية والإرشادية التثقيفية .

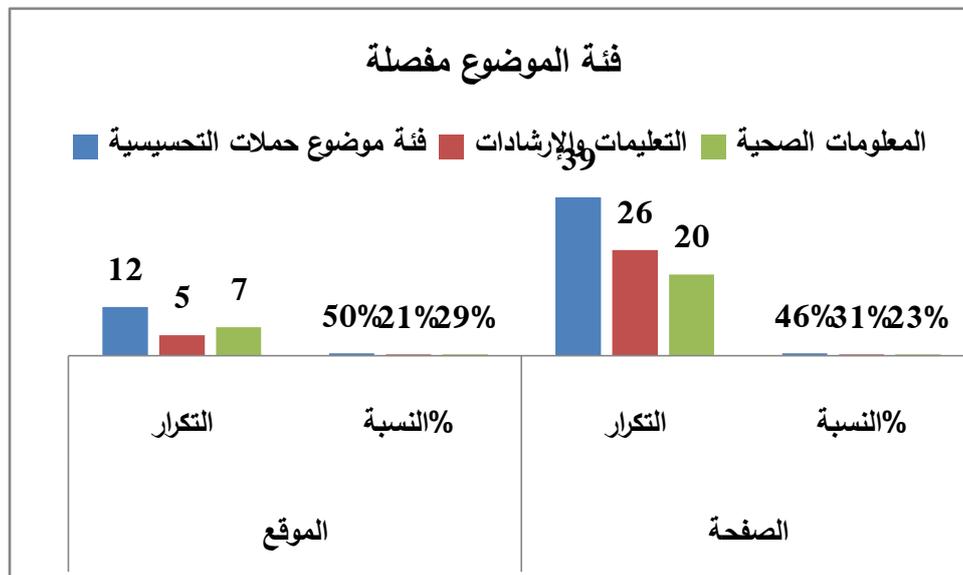
ومنه نستنتج أن المؤسسة العمومية عبر موقعها وصفحة الفيسبوك تعتمد على مواضيع حملات تحسيسية وتعليمات وإرشادات بأكثر نسبة وذلك لتفادي مخاطر الأمراض ومشاكلها وآثارها.

الجدول رقم 15: يمثل فئة الموضوع - مفصلة-

الصفحة الرسمية الفايسبوك		الموقع الالكتروني		فئة الموضوع
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
46%	39	50%	12	فئة موضوع حملات التحسيسية
31%	26	21%	05	التعليمات والإرشادات
23%	20	29%	07	المعلومات الصحية
100%	85	100%	24	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه الخاص بفئة الموضوع التي تنشرها المؤسسة العمومية الإستشفائية للصحة الجوارية- بعشعاشة- عبر الموقع الالكتروني ، حيث تعتبر فئة الحملات التحسيسية هي أعلى نسبة من مجموع النسب المئوية للفئات الفرعية بنسبة قدرت ب نسبة 50% وفي المرتبة الثانية المعلومات الصحية قدرت بنسبة 29% ، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة فئة التعليمات والإرشادات بنسبة قدرت ب 21%.

الرسم البياني رقم 15: يوضح النسب المئوية والتكرارات لفئة الموضوع مفصلة:



التحليل الكيفي لفئة الموضوع :

ومنه نستنتج أن الموقع الإلكتروني يستخدم في نشر مواضيعه على موضوع الحملات التحسيسية بالدرجة الأولى ،وتليها المعلومات الصحية بأكبر نسبة ، وفي الأخير المواضيع المتعلقة بالتعليمات والإرشادات، وذلك من أجل الحد من مخاطر الأوبئة والأمراض.

يتضح لنا من خلال الجدول الخاص بفئة الموضوع التي تنشرها المؤسسة الإستشفائية للصحة الجوارية بعشعاشة عبر صفحة الفايسبوك ،حيث تعتبر فئة الحملات التحسيسية هي أعلى نسبة من مجموع النسب المئوية للفئات الفرعية بنسبة قدرت ب 45% وفي المرتبة الثانية التعليمات والإرشادات قدرت بنسبة 31%، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة المعلومات الصحية بنسبة قدرتها 23% .

ومنه نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن المؤسسة العمومية تعتمد مواضيع حملات تحسيسية ومبادرات بأعلى درجة مقارنة مع المواضيع الأخرى.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه لفئة الموضوع أن الحملات التحسيسية تحتل المرتبة الأولى وتليها التعليمات والإرشادات في المرتبة الثانية وفي الأخير المعلومات الصحية.

الملاحظة من أرقام الجدول والنتائج المتحصل من النسب المئوية من فئة الموضوع بأن الحملات التحسيسية هي الأكثر بروزا مقارنة بين كلتا الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك خاصة في الآونة الأخيرة بسبب الأوضاع الحالية لجائحة كورونا ومخاطرها ،لأنه يعتبر موضوع جد مهم وتليها التعليمات والإرشادات .ومنه نستنتج أن المؤسسة العمومية عبر موقعها وصفحة الفايسبوك تعتمد بالدرجة الأولى للحملات التحسيسية و التعليمات والإرشادات بنسبة أكبر ، وهذا ما استخلصه من الجدول أعلاه .

فمواضيع الصحة العامة تلعب دورا هاما في الوقاية من الأمراض من خلال تقديم الخدمات الطبية والصحية اللازمة لأفراد المجتمع ،فالتنوع في مواضيع الرسالة الصحية يساعد على جذب إنتباه المتصفحين ¹.

فالإرشاد الصحي يساهم في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات من خلال توفر القوى العاملة القادرة على العمل ،حيث يساهم في ارتفاع المستوى الصحي للأفراد ، وخلق مجتمع واعي متقفا صحيا، وهذا ما إعتد عليه كلتا الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك في مضامين منشوراتهم. إنطلاقا مما سبق يمكن قول ب أن المستوى المعرفي لمتابعي منشورات المؤسسة العمومية الإستشفائية - بعشعشة- عبر صفحة الفايسبوك قد تحقق بنسبة كبيرة وهو مؤشر جد إيجابي في محاولة العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسة وهو الهدف الأسمى لها كون الهدف الأساسي للحملات التوعوية هو التوعية ، وتحسيس وتقديم أكبر عدد من المعلومات حول المواضيع التي تهتم المجتمع التي قد تكون ذات منفعة ،وتهدف المؤسسة من خلال نشرها لمثل هذه الأنشطة على موقع الفايسبوك في تحديد دورها في المجتمع ².

الخلاصة :

نستنتج مما سبق مايلي :يعتمد أفراد العينة في تصفح الأخبار ومنشورات الصفحة الفايسبوك بالدرجة الأولى وبعدها الموقع الإلكتروني ،هناك نوعا من التناقض بين إهتمام الجمهور بالدرجة الأولى على الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك وبين إهتمام المؤسسة بنشر المحتويات ، حيث أن تحليل المحتوى وجدنا أن المؤسسة تنشر المحتويات على صفحة الفايسبوك كثيرا مقارنة بالموقع الإلكتروني غير نشط.

¹خالد بن فيصل العزم،استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في توعية الصحية لمرض كرون، مرجع سابق ص170 - 171.

²الموسى عصام الإعلام والمجتمع العربي الدولي الثقافة ناشرون، مرجع سابق ص 16.

2. فئة استراتيجيات الإقناع :

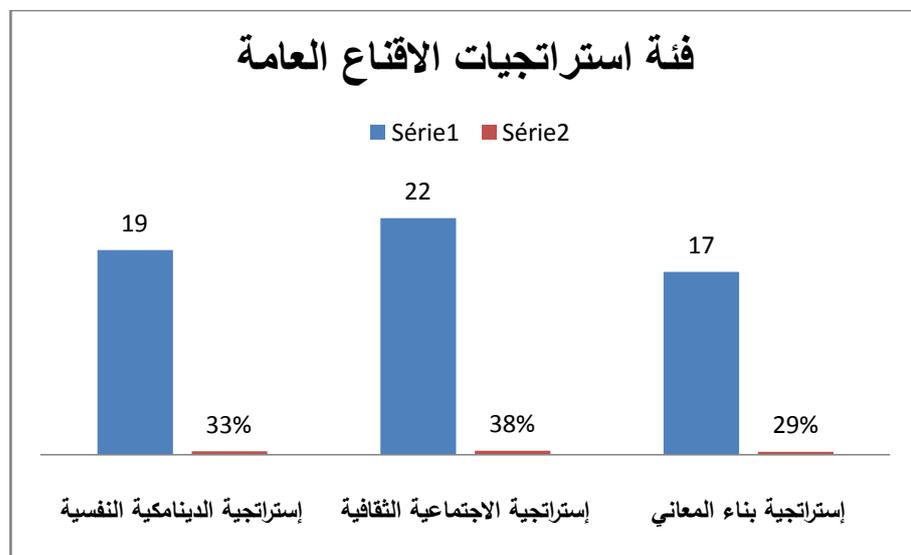
وهي مكانزيمات التي يستخدمها مصمم الحملة التوعوية للوقاية من الفيروس غير الصحية عبر صفحة فيسبوك للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية.

الجدول رقم 16 :يمثل فئة استراتيجيات الإقناع حسب عينة الدراسة العامة:

فئة استراتيجيات الإقناع	التكرار	نسبة%
إستراتيجية الدينامكية النفسية	19	33%
إستراتيجية الاجتماعية الثقافية	22	38%
إستراتيجية بناء المعاني	17	29%
المجموع	58	100%

نلاحظ من الجدول أعلاه إن الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 38% وتحتل الإستراتيجية الدينامكية النفسية 33% وتحتل إستراتيجية بناء المعاني 29% في المرتبة الأخيرة .

الرسم البياني رقم 16 :يوضح النسب المئوية لفئة استراتيجيات الإقناع العامة حسب عينة الدراسة :



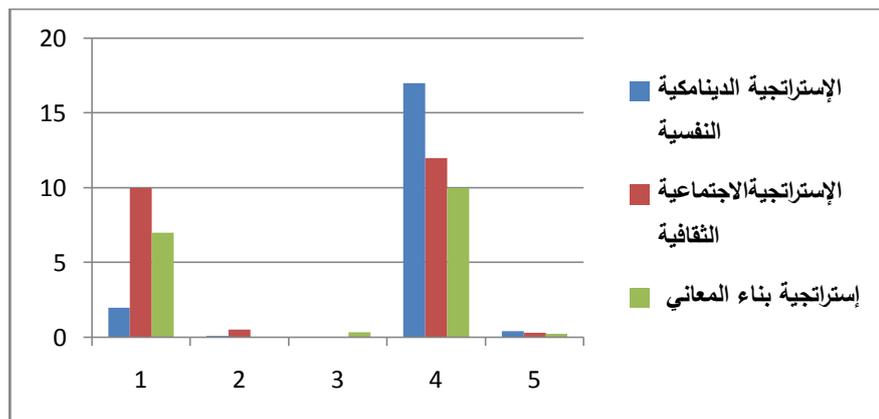
جدول رقم 17: يمثل فئة استراتيجيات الإقناع المفصلة :

الصفحة الرسمية		الموقع الإلكتروني		فئة استراتيجيات الإقناع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
43%	17	10%	02	الإستراتيجية الدينامكية النفسية
31%	12	53%	10	الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية
26%	10	37%	07	إستراتيجية بناء المعاني
100%	39	100%	19	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 53% وتحتل الإستراتيجية بناء المعاني بنسبة 37% ، وتحتل إستراتيجية الدينامكية النفسية 10% في المرتبة الأخيرة بالنسبة للموقع الإلكتروني .

ونلاحظ من الجدول أعلاه أن الإستراتيجية دينامكية النفسية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 43% وتحتل الإستراتيجية دينامكية نفسية بنسبة 31%، وتحتل إستراتيجية دينامكية بناء المعاني 26% في المرتبة الأخيرة بالنسبة للصفحة الفيسبوك الرسمية .

الرسم البياني رقم 17 :يمثلنسب فئة استراتيجيات الإقناع المفصلة :



الخلاصة :

وتشير هذه المعطيات الكمية إلى وجود نسبة ميول فئة واسعة من المبحوثين إلى المضامين الإعلامية الاجتماعية والثقافية في متابعتهم عبر الموقع الإلكتروني ، مقارنة بالنسبة لصفحة الفيسبوك يوجد نسبة الاستراتيجية ديناميكية نفسية هي الأكثر ميولا للمبحوثين.

التحليل الكيفي لفئة استراتيجيات الإقناع :

ولتفسيرنا لقراءة الكمية للجدول ، فإن ذلك نبرره من خلال مشاركتنا وملاحظتنا وتحليلنا لهذه النتائج المتحصل عليها بالموقع الإلكتروني للمضامين والمواضيع التي تهتم بالثقافة الاجتماعية والتوعية الصحية ،ومن خلال المشاركات التي تنشرها التي اخترناها للتحليل تركز بالدرجة الأولى على التنقيف الصحي والوعي بها ، حيث نجد ذلك من خلال المنشورات والحملات والمبادرات التي تعرض على الموقع الرسمي للمؤسسة .

أما بالنسبة لصفحة الفيسبوك من خلال دراستنا لها لاحظنا بأنها تهتم بالإستراتيجية الدينامكية النفسية وذلك من خلال التحليل لمنشوراتها تركز أيضا هي بالدرجة الأولى وتليها الإستراتيجية الإجتماعية الثقافية في المركز الثاني .

يضع "ملفين ديفلير" وساندرابول روكيتش " ثلاث استراتيجيات للاقناع هي بمثابة خطط توجيهية مما هي عليه هي الاستراتيجية السيكو دينامكية ، الاستراتيجية الثقافية- الاجتماعية ، إستراتيجية إنشاء المعاني ويقول "ملفين ديفلير" وساندرابول روكيتش "بينما تقوم الافتراضات الاساسية لعلم النفس على فكرة أن السلوك تتم سيطرة عليه في الداخل ،فان العلوم الاجتماعية تفترض أن قدرا كبيرا من السلوك الانساني تشكله قوى من خارج الفرد ،ويؤكد علم دراسة المجتمعات البشرية على تأثير القوى الثقافي

على السلوك ،بينما يؤكد علم السياسة ،أما علم الاجتماع فيدرس تأثير التنظيم الاجتماعي على سلوك الجماعة¹.

كما يقول ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش بينما تقوم الافتراضات الأساسية لعلم النفس على فكرة .

إن السلوك تتم السيطرة عليه في الداخل ، فإن العلوم الاجتماعية الأخرى تفترض قدرا كبيرا من السلوك الإنساني تشكله قوى من خارج الفرد ، وعليه ما تتطلبه إستراتيجية الثقافية لإجتماعية فعالة هي تحدي رسائل الإقناع للفرد .في الحقيقة لقد إستطاعت وسائل الإعلام أن تحدث تغيرات في السلوك ،وهذا لا ينفي وجود أسس كافية للاعتماد أيضا على إستراتيجية إنشاء المعاني بغرض تغير السلوك فالمعلومات التي تنقل إلى الجمهور تكون فعالة². تعمل الرسائل التوعية الصحية في المؤسسة على تعليم وإقناع الجمهور بإتباع سلوكيات صحيحة وإيجابية عن طريق تكوين صورة ذهنية سلبية أو ايجابية بحسب هدف هذه الرسائل ، تندرج ضمن حملات توعوية تتم عن طريق تسويق الأفكار أو الخدمات الصحية التي تستهدف تنمية المجتمع.³

إن المؤسسة إعتمدت نوعين من الاتصال على موقعها الإلكتروني وصفحة الفايسبوك :

الإتصال الإعلامي : يهدف إلى إعلام وتقديم المعلومات ، تشمل الإعلانات الإعلامية، ومنشورات نشاطات المؤسسة .

الإتصال الإقناعي : هدفه الإقناع والتأثير على اتجاه وسلوك الجمهور ،

حسب رأى الباحث الأهداف الحقيقية وراء نشر نوع المواضيع ، أن أغلب المنشورات التي وظفتها المؤسسة كانت بهدف إقناع الجمهور وتثقيفهم ورسم صورة ايجابية عن المؤسسة، حيث ترتبط

¹ ملفين -ديفلير ، روكيتش ،نفس مرجع ،ص ص 390 ، 386 .

² ملفين -ديفلير ،ساندرا بول -روكيتش :نظريات الاعلام ،تر ، جمال الاتاسي ، سامي الدرومي ،دمشق ،دار دمشق ص397 .

³ فؤاد عبد المنعم البكري :التسويق الاجتماعي والتخطيط الحملات الإعلامية ،دار عالم الكتب القاهرة ،2007،ص57 .

صورة المؤسسة وكسب المزيد من المعجبين لصفحة المؤسسة وزيادة تفاعل أكثر من الجمهور والتقرب منهم .

تعتمد المؤسسة في أغلب منشوراتها على الإستمالة العقلية ،حيث لاحظنا ذلك من خلال مضامين المعلومات والأخبار والفيديوهات وريورطاجات التي تقوم بها المؤسسة في توضيح خدماتها وسياستها .

تعتمد المؤسسة في المرتبة الأولى على مزج بين العقل والعاطفة في بعض نشاطاتها خاصة المتعلقة بالحملات التوعوية وجمع التبرعات بالدم.

أن أساس الإستمالة والإقناع الفعال يكمن في تعديل البنية النفسية الداخلية للأفراد بحيث تقود الحركية النفسية بين العمليات الداخلية الكامنة والسلوك الظاهري الصريح¹ هذا يعني أن الإقناع يستخدم اللغة اللفظية والرموز البصرية للثقافة ، فضلا عن التحليل الجمهور للتأثير على مواقفه وسلوكه ، والذي بدوره إلى تحديد طرفي الإقناع ، والتي تتمثل في القائم بالإقناع ، والجمهور المستهدف ، يتمثل الهدف الرئيسي الأهداف الآتية :

التعرف على إستراتيجيات الإقناع المستخدمة في الصفحات الإعلانية بموقع الفيس بوك ، إن أكثر الأساليب الإقناعية المستخدمة هو أسلوب ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة وتقديمها للمتلقي و يعتبر الاقناع من أهم التكتيكات التي يعتمدها القائم بالاتصال لتوصيل ما يريده من أفكار للآخرين .

¹ملفين ديفلير ،ساندرا بول روكيتش ،نظريات الإعلام ،تر ، محمد ناجي الجوهري ، ط1 ،الأردن ، دار الأمل ، 2010 ،ص315

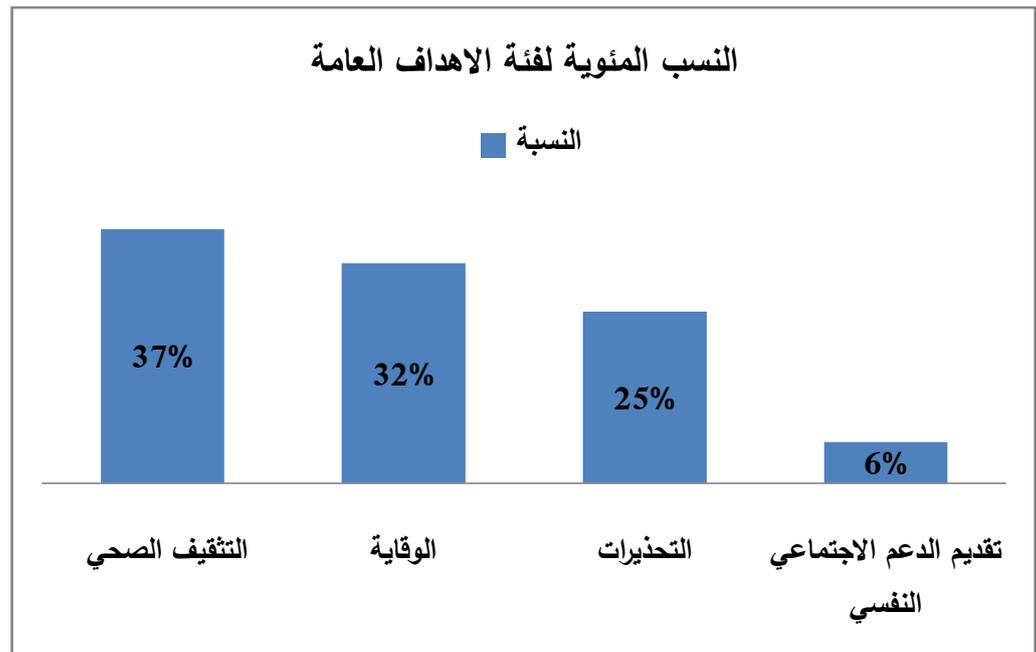
3. فئة الأهداف: الفكرة التي تسعى الصفحة إلى إيصالها للمستخدمين هي القيام بتثقيف كل أفراد المجتمع بالأمر الخاصة بالصحة والأمراض ومسبباتها، والتعرف على المعلومات المرتبطة بها وزيادة توعية الفرد والمجتمع بالطرق اللازمة للتوعية هي المعلومات التي تقوم الصفحة بتوجيهها للمواطنين من وجود مخاطر الأمراض وانتشارها .

الجدول رقم 18: يمثل فئة الأهداف حسب عينة الدراسة العامة

فئة الأهداف	التكرار	النسبة
التثقيف الصحي	51	37%
الوقاية	43	32%
التحذيرات	34	25%
تقديم الدعم الاجتماعي النفسي	08	6%
المجموع	136	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة هدف التثقيف الصحي كانت أعلى نسبة والتي قدرت بنسبة 37%، ثم تليها هدف الوقاية التي قدرت بنسبة 32% ثم بعدها التحذيرات بنسبة 25% وفي الأخير تقديم الدعم الاجتماعي بنسبة 6%.

الرسم البياني رقم 18: يوضح النسب المئوية لفئة الأهداف العامة



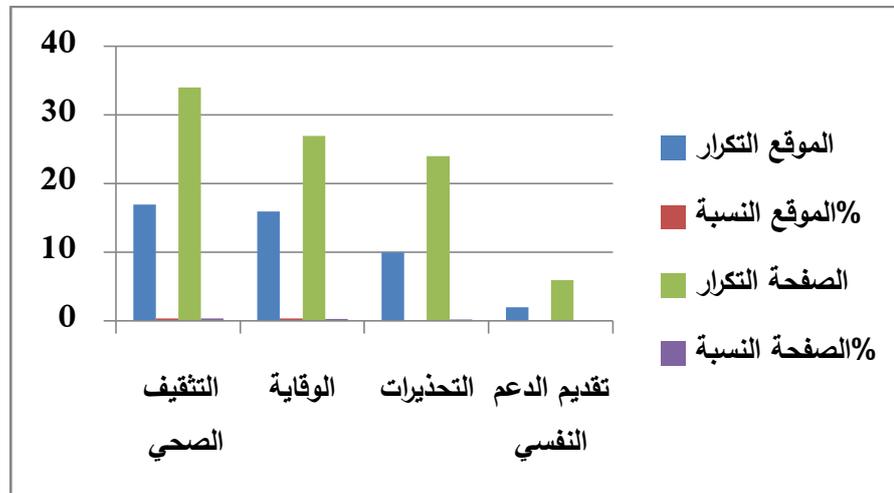
الجدول رقم 19: يمثل فئة الأهداف مفصلة:

فئة الأهداف		الموقع الإلكتروني		الصفحة الرسمية	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
التثقيف الصحي	17	38%	34	37%	
الوقاية	16	36%	27	30%	
التحذيرات	10	22.2%	24	26%	
تقديم الدعم النفسي	02	4.4%	06	7%	
المجموع	45	100%	91	100%	

من خلال الجدول أن نسبة فئة الأهداف التثقيف الصحي أعلى نسبة في الجدول والتي قدرت بنسبة 38% عبر الموقع الرسمي ثم تليها الوقاية بنسبة 36%، ثم تليها بعدها التحذيرات قدرت بنسبة 22%، أما بالنسبة لقيمة تقديم الدعم الاجتماعي النفسية فكانت نسبتها 4.4% .

من خلال الجدول صفحة الفايسبوك نلاحظ أن نسبة التثقيف الصحي تحتل المرتبة الأولى التي تقدر بنسبة 37% ، وتحتل في المرتبة الثانية الوقاية بنسبة 30%، وفي المرتبة الثالثة بنسبة 24% التحذيرات، وتحتل في المرتبة الأخيرة تقديم الدعم النفسي بنسبة 7%.

الرسم البياني رقم 19 :يمثل توزيع النسب المؤوية المفصلة لفئة الأهداف :



الخلاصة :

وبالتالي ما يمكن إستخلاصه هو أن أغلب المبحوثين الذين إستهدفتم الدراسة البحثية يتعرضون للصفحة الفايسبوك بكثرة مقارنة بالموقع الالكتروني، أن الموقع الالكتروني و صفحة الفايسبوك للمؤسسة كانت تهدف أكثر للتثقيف الصحي والتوعية الصحية من أجل الارتقاء بالمستوى الصحي ، فكانت مسؤولة على توعية الجمهور كلاهما ركزا على أهداف التثقيف الصحي والوقاية بالدرجة الأولى.

التحليل الكيفي لفئة الأهداف :

الملاحظة من أرقام الجدول إن هدف التثقيف الصحي هو الأكثر بروزا وهو هدف جد مهم ،وعليه كانت أكثر الأهداف الموقع الرسمي و صفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية، عشاشة هي تحقيق توعية صحية سليمة ،وتزويد أفراد المجتمع بالمعلومات الصحية، فالإنسان ليستطيع المحافظة على صحته إذ لم يكن لديه الوعي الصحي اللازم، جاءت بعد ذلك الوقاية هدفها للحد من

المشاكل الصحية وبعدها التحذيرات وتقديم الدعم النفسي ، ويعتبر أداة فعالة في تحسين مستوى صحة المجتمع وتغيير مفاهيمه فيما يتعلق بالصحة العامة ، فعندما يختار القائمون على الصفحة أسلوب إقناعي توعوي مميز مناسب للرسالة الصحية فقد يساعدون بذلك متصفح الرسالة الصحية بالتجاوب مع التوجيهات والإرشادات الصحية للرسالة، ومنها اتخاذ قرارات مستنيرة فيما يخص مستوى صحتهم . إن قيمة التثقيف الصحي عبر الموقع الرسمي والصفحة الرسمية للمؤسسة له قوة في المجتمع حيث يكون أفراد المجتمع ما يحتاجونه وما يسعون إليه ، ثم تأتي بعدها قيمة الوقاية بنسبة قريبة إستعنا بها في مضامينه إلى إرساء أساليب الوقاية داخل أفراد المجتمع وغرس فيهم سلوكيات سليمة وصحية ، أما بنسبة لتحذيرات قليلة، ثم تأتي في الأخير قيمة الدعم بنسبة ضئيلة جدا¹.

ومنه نستنتج أيضا أن الموقع الإلكتروني لصفحة الفاييبوك للمؤسسة كانت تهدف أكثر للتثقيف الصحي والتوعية الصحية من أجل ا لإرتقاء بالمستوى الصحي فكانت مسؤولة على توعية الجمهور كلاهما ركزا على أهداف التثقيف الصحي والوقاية بالدرجة الأولى.

ومنه نستنتج أن الموقع الرسمي ركز على أهداف التثقيف الصحي والوقاية بالدرجة الأولى من أجل رفع المستوى الصحي وتوعية الجماهير ورسم صورة حسنة عنها².

يتمثل الهدف النهائي الإقناعي في تحقيق أغراض محددة على مستوى السلوك وا لإتجاه كما تتمثل الخطوة الأخيرة في عملية الإقناع في تحديد أثر المتحقق فعليا، فالرسالة الإقناعية الفعالة هي التي تستطيع أن تغير من الوظيفة النفسية للأفراد بما يحقق إستجابة نحو موضوع الهدف ، والمتمثل في المضامين الرقمية الصحية للصفحة والموقع الرسمي للمؤسسة³.

¹ عبد الله بوجلال، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي المستقبل العربي، مرجع سابق ، ص 44 - 54.

² عبد الله بوجلال ، نفس المرجع، ص 45.

³ سمير محمد حسين : الإعلان، عالم الكتب ، القاهرة ، 1984 ، ص-ص 147 - 150 .

ومن بين أهم التقنيات المستخدمة في المجال الإقناعي يشير إلى إثارة مخاوف أفراد المجتمع من الآثار السلبية لقضية ما أو موضوع معين بهدف تغيير إتجاه نحوه ،وتعد إستمالات التخويف رسائل إقناعية توضح الأضرار الإجتماعية وتؤدي إستمالة التخويف إلى جعل المتلقي لإستجابة المحتوى¹ ومن خلال نتائج الجدول أعلاه نستطيع القول بأن الموقع الالكتروني وصفحة الفايسبوك للمؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة تهدف إلى نشر ثقافة صحية معرفية توعوية لجمهورها المستهدف ، ويعد الوعي الصحي أداة لتعزيز الصحة فهو أحد العوامل المهمة لمساعدة الإنسان على التمتع بالصحة ويمثل حجر الزاوية في التغيير الايجابي لسلوك الأفراد والمجتمعات خاصة ، وأن تحقيق الصحة للجميع ، ويرتكز على التنقيف الصحي قبل إعماده على إنجاز الطبي ، وبالتالي يزداد أهميته حدوث تغيير في الأنماط الحياتية وسلوك الأفراد².

تمكين الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعده في تغيير الظواهر الصحية وتجعله قادرا على البحث عن الأسباب الأمراض وعللها مما تمكنه من تجنبها وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم وتحديد سلوكه³.

¹ حسن عماد مكاوي ،إيلي حسين السيد :الاتصال ونظرياته المعاصرة ،صص 189- 190 .

² هويدا محمد السيدعزوز ،مقالة ،اعتماد الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحيأثناء كرونا،مجلة البحوث البيئية والطاقة كلية الآداب - جامعة المنوفية ،2020 ص 21 .

³ محمد الزكي ،جهود الصحافة في نشر المعرفة الصحية :دراسة تحليليةعلى صفحات الاقتصادية ، رسالة ماجستير عبر منشورة قسم الاعلام جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية 1427 ص 54.

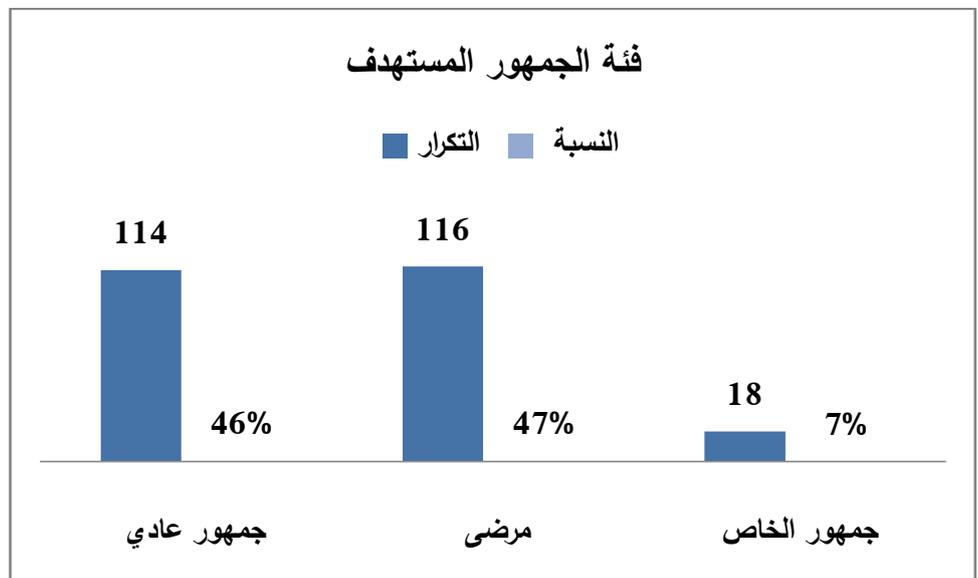
3. فئة الجمهور المستهدف : هو مجموعة من الأشخاص الذين يشتركون في إحتياجات وإهتمامات متشابهة تهدف المؤسسة إلى خدمة هؤلاء الأشخاص وتتكون من جمهور عاديهم عامة الناس جمهور فعال وهو جزء من الجمهور يتفاعل ويستجيب للرسالة الإعلامية من منشورات ومضامين صحية .

الجدول رقم 20: يمثل فئة الجمهور المستهدف حسب عينة الدراسة :العامة

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
جمهور عادي	114	46%
مرضى	116	47%
جمهور الخاص	18	7%
مجموع	248	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الجمهور العادي يحتل المرتبة الأولى بنسبة 46 %، والتي كانت أعلى نسبة لفئة الجمهور المستهدف وأيضا تحتل فئة المرضى المرتبة الثانية والتي قدرت بنسبة 47% ثم تليه الجمهور الخاص التي قدرت بنسبة 07% في المرتبة الأخيرة .

الرسم البياني رقم 20 :يمثل توزيع النسب المئوية لفئة الجمهور المستهدف

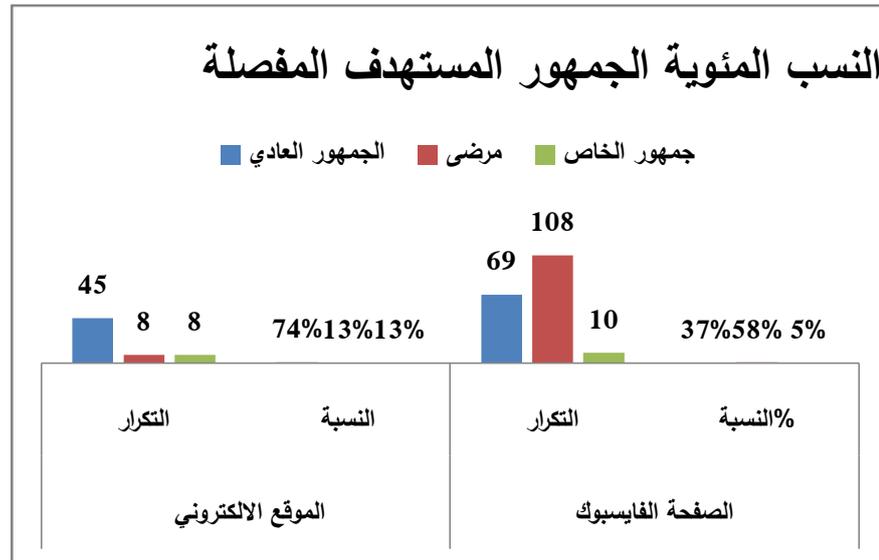


الجدول رقم 21: يمثل فئة الجمهور مفصلة:

الصفحة الفيسبوك		الموقع الالكتروني		فئة الجمهور
النسبة %	التكرار	النسبة	التكرار	
37%	69	74%	45	الجمهور العادي
58%	108	13%	08	مرضى
5%	10	13%	08	جمهور الخاص
100%	187	100%	61	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الموقع الالكتروني أن نسبة نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الجمهور العادي يحتل المرتبة الأولى بنسبة 74% التي كانت أعلى نسبة لفئة الجمهور المستهدف وأيضاً تحتل فئة المرضى المرتبة الثانية والتي قدرت بنسبة 8% ، ثم تليه الجمهور الخاص التي قدرت بنسبة 8% ، وفي المرتبة الأخيرة ، أما بنسبة لصفحة الفيسبوك نجد أن نسبة مرضى أعلى نسبة بنسبة 58% ، وتحتل المرتبة الأولى وسبة الجمهور العادي تقدر بنسبة 37% ، وفي الأخير تقدر بنسبة 5% ، بالتالي يتبين فرق الكبير بين نسبة فئة الجمهور العادي وفئات الأخرى خاصة الجمهور الخاص بالأطباء وعمال المؤسسة .

الرسم البياني رقم 21 : يوضح النسب المئوية للجمهور المستهدف المفصلة



الخلاصة :

وقد كشفت النتائج الكمية المبحوثين وفي أغلبيتهم يتعرضون لصفحة الفايسبوك ، وهذا ما عبرت عنه النسب الكمية المسجلة والظاهرة في الجدول ، وتشير هذه النتائج الكمية إلى الإقبال المرضى بشكل مكثف على الصفحة الفايسبوك وما تنشره من مضامين توعية وتثقيفية .

التحليل الكيفي لفئة الجمهور المستهدف:

نلاحظ أن الرسالة الإعلامية بحكم طبيعتها تصل إلى فئات مختلفة ونوعيات مختلفة من الجماهير، فهي رسالة علنية، يستطيع الفرد أن يراها أو يسمعها أو يتعرض لها ، إن الصورة التي تتكون لدى القائم بمضمون الرسالة الإعلامية.

و تفسير ذلك أن الفئة الأكثر استهدافا هي الجماهير بالنسبة للموقع هو جمهور عادي وبالنسبة للصفحة المرضى تسعى نحوه معرفة معلومات صحية مفيدة.

إن ردود الفعل في العمل الإقناعي سيحددها ليس فقط المتحدث أي شخص التي تصدر عنه الرسالة وما يقال إنما تحددها الخصائص الاجتماعية والشخصية للأفراد التي توجه إليهم الرسالة ، إن

الأفراد يختلفون في خصائصهم الأولية التي تؤثر على عادات إتصالهم من خصائص إجتماعية ونفسية من ميولات وإتجاهات فاحترام حاجات الجمهور يزيد من فاعلية الرسالة الإقناعية للجمهور¹

4. فئة المصدر: أن المعرفة مصدر أو مصادر الرسالة يمكن أن ينعكس على طبيعة المعلومة ومصادقتها فهي ضرورية لتحديد حجم أهمية المعلومات التي يحتويها المضمون محل التحليل وقد تكون مؤشرات هذه الفئة مثل وكالات الأنباء ، وزارة الصحة ، المواقع الالكترونية .

وتفيد هذه الفئة في معرفة الشخص أو جهة مصدر المعلومة بمعنى تجيب على السؤال إلى ما هو مرجع أو مصدر المعلومة المتداولة في المحتوى الإعلامي.

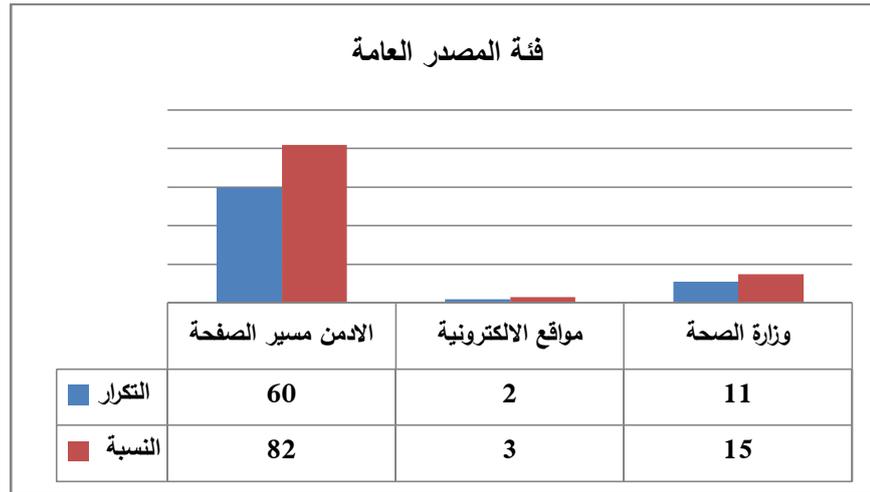
الجدول رقم 22: يمثل فئة المصدر حسب عينة الدراسة العامة:

فئة المصدر	التكرار	النسبة
الادمن مسير الصفحة	60	82%
مواقع الالكترونية	02	03%
وزارة الصحة	11	15%
المجموع	73	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة مسؤول و مسير الصفحة كانت أعلى نسبة والتي قدرت بنسبة 82% ، ثم تليه وزارة الصحة التي قدرت بنسبة 15% ، ثم بعدها المواقع الالكترونية 3% وفي الأخير .

¹ذهبية سيدهم: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية ، رسالة ماجستير: معهد الإعلام والاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة 2005، ص 101 .

الرسم البياني رقم 22: يمثل النسب المئوية فئة المصدر العامة:



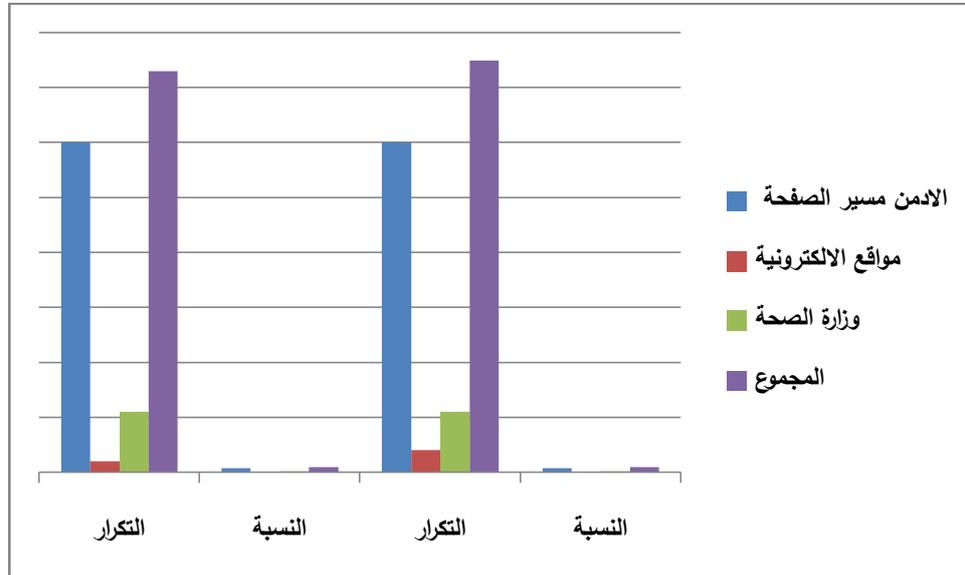
الجدول رقم 23 : يمثل فئة المصدر المفصلة :

فئة المصدر		الموقع الالكتروني		الصفحة الفايسبوك	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الادمن مسير الصفحة	60	60	%82	60	%80
مواقع الالكترونية	02	02	%03	04	%05
وزارة الصحة	11	11	%15	11	%15
المجموع	73	73	100%	75	%100

من خلال معطيات الجدول أعلاه يمكننا تسجيل مايلي :نلاحظ من خلال الجدول إن نسبة مسؤول الصفحة كانت أعلى نسبة وتقدر ب 60 % وهي المرتبة الأولى، ووزارة الصحة التي قدرت بنسبة 11 % ثم بعدها المواقع الالكترونية 04 % بالمرتبة الأخيرة وهي أقل نسبة.

أما الموقع الرسمي نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الايمن بنسبة للموقع الرسمي التي قدرت أيضا بنسبة 60% ، ثم تليه وزارة الصحة التي قدرت بنسبة 15%، وتحتل في المرتبة الأخيرة مواقع الإلكترونية بنسبة 11%.

الرسم البياني رقم 23 يمثل النسب المئوية مفصلة لفئة المصدر:



الخلاصة :

وما يمكن إستنتاجه من خلال النتائج الكمية هو الإعتماد الكبير للمبوحثين على مسؤول الصحة كمصدر للأخبار والمضامين التي تنشر عبر الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك .

التحليل الكيفي لفئة المصدر:

نلاحظ من خلال الجدول أن الادمن هو المسؤول الأول لنشر المعلومات والمضامين سواء كانت مطبوعة أو صور أو شفرات أو أي من أوعية المعلومات سواء وثائق أو إخبارات أو إعلانات أو حملة، فهو يعتبر مصدر مهم بالنسبة للموقع الرسمي للمؤسسة وصفحتها الرسمية عند قيام مسؤول بتقديم معلوماته قد يشير إلى هيئة أو شخص مصدر الخبر، كما يلجا إلى إخفاء هوية المصدر ما يعرف بتجهيل المصادر.¹

وما يفسر ذلك إن الصفحة والموقع عينة الدراسة تعتمد في جمعها ونشرها للمضامين الصحية على مختصين في الآلام الصحي، وهذا من أجل مصداقية الرسالة فكلاهما ينشران معلومات إرشادية تثقيفية، وهذا يبين أنه كلما كان مصدر الرسالة الصحية أكثر تخصصا وتثقيفا ودراية بالمحتوى الذي ينشره كلما زاد من مصداقيته وإقتناع متصفحه بها، وهذا هو ما تسعى إليه صفحة عينة الدراسة.²

إن كل من المواقع الالكترونية والصفحة الرسمية تهتمان بإرفاق المنشورات والمواضيع التي يكون مصدرها وهي ووزارة الصحة يصور بنسبة عالية.

الملاحظة مقارنة فيما يتعلق بمصادر أكثر تأثير في المتلقي هي المحتويات والمنشورات التي يتم الحصول عليها من الصفحات الرسمية للمؤسسة العمومية لأنها تخدم توجهاتهم لإهتماماتهم، لأنه من المصادر التي تسهل الإتصال بها والتعامل معها، ونجد أيضاً أن الصحة تعتمد الصفحة بيانات الوزارات وذلك عن طريق زيارة المكلفين بالإعلام لصفحة الرسمية لوزارة الصحة.

¹ حسني محمد نصر، سناء عبد الرحمان، ظاهرة تجهيل مصادر الأخبار في الصحافة العربية لعينة من الصحفيين والصحف اليومية والأسبوعية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام المجلد الخامس 2004 ص 14، 20.

² الدكتورة أمينة مزيان: أطروحة دكتوراه علوم الإعلام واتصال، الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لصفحة ويب طب عبر شبكة الفايبروك، 2020 - 2021 ص 132.

عرض نتائج تحليل المضمون

النتائج العامة لتحليل المضمون :

من خلال تحليلنا لمضامين صفحة الفايسبوك والموقع الرسمي للفايسبوك للمؤسسة العمومية الإستشفائية للصحة الجوارية بعشعاشة "الصور ، النص المكتوب ، الفيديوهات ، إعلانات ... الخ " ، وبعد تحليلنا وقراءتنا الكمية والكيفية للجداول توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي الآتي :

❖ فئات الشكل :

1. الموقع :

- 1- اعتماد الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك على موقع أعلى لشاشة الكمبيوتر من أجل عرض المضامين الحملة ، من خلال القراءة الكمية لفئة الموقع تبين لنا أن أعلى نسبة رجعت إلى موقع وسط أعلى ، حيث يرمز موقع أعلى إلى التفكير المثالي ، ومن هنا نستنتج أن مصمم الموقع حاول دفع المستخدمين إلى التفكير المثالي مما ساعد هذا الأسلوب على عملية الإقناع .
- تمركز جل مضامين الموقع الإلكتروني وصفحة الفيسبوك مؤسسة في الأعلى لعرض المواضيع والمنشورات التوعوية .
- تمركز الصور الثابتة ، والنصوص المكتوبة والفيديوهات في الموقع أعلى الشاشة الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك .
- اعتماد الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك بنسبة قليلة وضئيلة على موقع الأسفل والوسط لعرض المنشورات والحملات التحسيسية ، نستنتج أن المصمم الحملة لم يستغل الموقع ، أما فيما يخص تمركز وتموقع المضامين الرئيسيين لكلا من الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك فقد لاحظنا أن أعلى نسبة سجلت لمضامين المؤسسة هي موقع أعلى الصفحة الشاشة الكمبيوتر .
- لاحظنا من خلال التحليل أن المضامين الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك تمركزت في الأعلى نستنتج من هذه الفئة أن موقع المادة محل التحليل ، ودلالاته ليعتبار له مكانة دلالية في تقديم

المعنى الذي تحاول الرسالة إيصاله للمتلقي ،و تهتم بموقع الرسالة "نص ، صوت ، فيديو "في الموقع الرسمي للفليسيوك .

2. فئة اللغة :

- أن اللغة الأكثر بروزا وتوظيفا من قبل الموقع والصفحة الفاييسبوك هي اللغة العربية ،ذلك أنها رسمية للبلاد وهي لغة الأم، كما يتم الاعتماد عليها أمرا مهما في البلاد مثل الجزائر حيث تعيش التعريب كافة مؤسساتها لاسيما المؤسسات الأخرى.
- استخدام اللغة العربية في جميع منشورات الصفحة عينة الدراسة .
- و نستنتج أن المؤسسة العمومية الإستشفائية عشعاشة تعتمد في تحريرها المواضيع عبر صفحة الفاييسبوك والموقع الرسمي على اللغة العربية ،وذلك لكونها صفحة عربية تصدر في بلاد العرب .
- كما إتضح لنا من خلال التحليل أن اللغة الأكثر توظيف هي اللغة العربية بالنسبة للموقع الرسمي و صفحة الفيسبوك للمؤسسة ، وهي اللغة المستخدمة بشكل كبير جدا وواسع يقوم المكلف بالإعلام الاعتماد عليها .
- لقد إستعان الموقع الإلكتروني و صفحة الفاييسبوك على توظيف اللغة العربية ،لأنها أساس عملية التأثير والإقناع وتوعية المواطنين وهي أكثر تفاعلا ونشاطا ، فإن القائم أو المكلف بالإعلام يعتني كثيرا باللغة العربية .

3. فئة الوسائط الإلكترونية :

- إعتدالموقع علناالصور والنصوص المطبوعة بشكل واسع ، بينما لم يستعن بالفيديو والصوت بشكل كبير وينسب قليلة جدا شبه منعدمة ، وهذا ما إستبطناه من جدول إتضح لنا من خلال النتائج الجدول أن الموقع كان ليس نشطا مثل صفحة الفاييسبوك .
- لقد وظف الموقع الإلكتروني الصور لتغطية حملات تحسيسية ،وذلك لرسم صورة في ذهن المتلقي للمواطنين لأنه يستخدم حاسة العين .

- كما أن الموقع الإلكتروني إستعان بتوظيف الصور الثابتة والنص المطبوع أكثر من الفيديو.
- لكن صفحة الفايسبوك وظفت أيضا نسبة كبيرة الصور الثابتة والنص المطبوع مقارنة مع الوسائط الأخرى.

4. فئة المتفاعلين:

نستنتج من خلال التحليل أن عدد إعجاب الجمهور بالمنشورات أكثر من ردود الأفعال الأخرى وذلك بنسبة 70% ، ردود فعل إعجاب الجمهور كان بالدرجة الأولى حول المواضيع المتعلقة بالتهاني وإعلانات التوظيف ،نادرا ما يقوم الجمهور بردات فعل الغضب أو تعجباً أو ضحك .

وعليه فإن صفحة شبكة الفايسبوك تعتمد أكثر على المنشور المكتوب المرفق بالصور، ذلك أن توظف الصورة عموما وعلى شبكة الانترنت فنحن نعيش في عصر الصورة الرقمية،ولهذا فإن أهمية الصورة في صفحات الشبكات الاجتماعية تأتي من إعتبارها عنصرا مهما يجذب المتصفح لها ،وتقع عليه أعينهم قبل النص ،ولذلك يجب أن تستغل المساحة التي تحتلها أفضل استغلال ،ويكتب عليها المحتوى المناسب .

كماأنوعمن هذا المنشور قد يزيد من عدد المتابعين والمشاركين والمعلقين في الصفحة ،لأن المتصفح لا يقرأ النص كلمة بكلمة ،بل يبحث عن العناصر البارزة داخله ،فالصورة تحمل شعارات ودلائل وتعليقات يجب أن تتضمن المعلومة التي يريد إبرازها في المنشور،وهذا ما يركز عليه القائمون بالصفحة والموقع الإلكتروني ، بإرفاق منشوراتهم المكتوبة بصور مدعمة .

وهذا ما توصلنا إليه من خلال الصفحة الفايسبوك الرسمية والموقع الإلكتروني بأن القائم عليهما يرتكزان على المناشير التي تعتمد على صور مرفقة بنص ،وتتمثل غالبية هذه المناشير في المعلومات ونصائح تثقيفيه توعيته، وهذا ما عبر عليه مؤسس موقع.

5. فئة وسائل الإقناع :

إن العلاقة القائمة بين المؤسسة والقائم بالاتصال يرتبط مباشرة بإنتاج الرسالة الإعلامية وصياغتها وصنعها ، فهو يعد مسؤولاً مسؤولية مباشرة ومسؤولية عن إسهامه في صياغة الرسالة الإقناعية وإنتاجها أو نشرها حتى تصل للمتلقي ونقل الرسالة بصورة سليمة ،ويمكن فهم الذات وتنميتها ويتطلب ذلك وضع الفرد نفسه مكان الآخرين والإحتكاك بالمجتمع الذي يعيش فيه لكي يستطيع مخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم وهو قادر على توعية وتبصير الجماهير وتوجيههم مستخدماً أساليب الإقناع المختلفة مثل ما تم ذكره في فئة وسائل الإقناع أولاً تقديم الهدف الذي إعتمده المسؤول عن الموقع الإلكتروني والصفحة عكس هذه الأساليب ، الهدف من إنشاء المؤسسة مساندة هذه القوانين الداخلية للمؤسسة تمر الرسالة الإقناعية بمراحل عديدة لتصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف ونشرها.

❖ فئات المضمون :

1. فئة الموضوع :

نستنتج أن الموقع الإلكتروني يستخدم في نشر مواضيعه على موضوع الحملات التحسيسية بالدرجة الأولى وتليها المعلومات الصحية بأكثر نسبة ، وفي الأخير المواضيع المتعلقة بالتعليمات والإرشادات، وذلك من أجل الحد من مخاطر الأوبئة والأمراض.

تبين من خلال النتائج المتحصل من النسب المئوية من فئة الموضوع فإن الحملات التحسيسية هي الأكثر بروزاً مقارنة بين كلتا الموقع الإلكتروني والصفحة الفيسبوك خاصة في الآونة الأخيرة بسبب الأوضاع الحالية لجائحة كورونا ومخاطرها ،لأنه يعتبر موضوع جد مهم وتليها التعليمات والإرشادات .

ومن هنا نستنتج أن المؤسسة العمومية عبر موقعها و صفحة الفيسبوك تعتمد بالدرجة الأولى حملات التحسيس والتعليمات والإرشادات بنسبة أكبر، وهذا ما استخلصناه من الجدول أعلاه .

2. فئة استراتيجيات الإقناع :

ولتفسيرنا لقراءة الكمية للجدول فإن ذلك نبرره من خلال مشاركتنا وملاحظتنا وتحليلنا لهذه النتائج المتحصل عليها بالموقع الالكتروني للمضامين والمواضيع التي تهتم بالثقافة الاجتماعية والتوعية الصحية ومن خلال المشاركات التي تنشرها التي اخترناها لتحليل تركيز الدرجة الأولى على التثقيف الصحي والوعي بها ،حيث نجد ذلك من خلال المنشورات والحملات والمبادرات التي تعرض على الموقع الرسمي للمؤسسة.

3. فئة الأهداف :

إستنتجنا بأن هدف التثقيف الصحي هو الأكثر بروزا ،وهو هدف جد مهم وعليه كانت أكثر أهداف الموقع الرسمي للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية- بعشعاشة - في تحقيق التوعية الصحية السليمة ، وتزويد أفراد المجتمع بالمعلومات الصحية ، فالإنسان لا يستطيع المحافظة على صحته إذ لم يكن لديه الوعي الصحي اللازم ، لذلك جاءت الوقاية هدفها الحد من المشاكل الصحية وبعدها التحذيرات وتقديم الدعم النفسي .

ومنه نستنتج أن الموقع لصفحة الفايسبوك للمؤسسة كانت تهدف أكثر للتثقيف الصحي والتوعية الصحية من أجل الإرتقاء بالمستوى الصحي فكانت مسؤولة على توعية الجمهور .

4. فئة الجمهور المستهدف :

إستنتجنا أن الرسالة الإعلامية بحكم طبيعتها تصل إلى فئات مختلفة ونوعيات مختلفة من الجماهير،فهي رسالة علنية ،يستطيع الفرد أن يراها أو يسمعها أو يتعرض لها إن الصورة تتكون لدى القائم بمضمون الرسالة الإعلامية.

5 . فئة المصدر :

إستنتجنا أن معرفة مصدر أو مصادر الرسالة يمكن أن ينعكس على طبيعة المعلومة ومصادقتها فهي ضرورية لتحديد حجم أهمية المعلومات التي يحتويها المضمون محل التحليل. وقد تكون مؤشرات هذه الفئة مثل وكالات الأنباء ، وزارة الصحة ، المواقع الالكترونية ، وتفيد هذه الفئة في معرفة الشخص ، أو جهة مصدر المعلومة بمعنى تجيب على السؤال إلى ما هو مرجع أو مصدر للمعلومة المتداولة في المحتوى الإعلامي.

وإستنتجنا أن المسؤول الأول لنشر المعلومات والمضامين سواء كانت مطبوعة أو صور أو شفرات أو أي من أوعية المعلومات سواء وثائق أو أخبار أو إعلانات أو حملات فهو يعتبر مصدر مهم بالنسبة للموقع الرسمي للمؤسسة وصفحتها الرسمية عند قيام مسؤول بتقديم معلوماته قد يشير إلى هيئة أو شخص مصدر الخبر ، كما يلجا إلى إخفاء هوية المصدر .

ونستنتج أن المصادر التي ينشرها مسؤول الموقع الأكثر تأثيرا في المتلقي هي المحتويات والمنشورات التي يتم الحصول عليها من الصفحات الرسمية للمؤسسة العمومية لأنها تخدم توجهاتهم وإهتماماتهم ، لأنها من المصادر التي تسهل الاتصال بها والتعامل معها ، ونجد أيضا وزارة الصحة تعتمد صفحة بيانات الوزارات وذلك عن طريق زيارة المكلفين بالإعلام للصفحة الرسمية لوزارة الصحة .

النتائج العامة

النتائج العامة :

- إن أكثر ما تتسم به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفايسبوك هي ميزة تنوع مصادر
- هناك إهتمام من قبل منشورات الشبكة الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك بموضوعات تتصل بالثقافة الصحية والصحة العامة والإكتشافات الطبية .
- أهم المواضيع التي تقدمها شبكة الفايسبوك من وجهة نظر فئة الموضوع في سبيل التوعية الصحية .
- الأهداف المحققة من شبكة الفايسبوك في التوعية الصحية كانت في الثقافة الصحية لإكتساب العادات الصحية السليمة ، والتوقف عن ممارسة العادات السيئة الصحية .
- إن المؤسسة إعتمدت نوعين من الإتصال على موقعها الإلكتروني وصفحة الفايسبوك :
- **الإتصال الإعلامي** : يهدف إلى إعلام وتقديم المعلومات ،يشمل الإعلانات الإعلامية،ومنشورات نشاطات المؤسسة .
- **الإتصال الإقناعي** :هدفه الإقناع والتأثير على إتجاه وسلوك الجمهور .
- إن الأهداف والحقيقية وراء نشر المواضيع أو أغلب المنشورات التي وظفتها المؤسسة كانت بهدف إقناع الجمهور وتثقيفهم ورسم صورة إيجابية عن المؤسسة.
- إستخدام اللغة العربية في جميع منشورات الصفحة والموقع الإلكتروني عينة الدراسة ،وهذا راجع إلى إختيار اللغة قائم عليها معايير خاصة من الجانب الإقناعي للرسالة الموجهة للجمهور المتلقي .
- تنوع وسائل للإيضاح والشرح في الصفحة والموقع كالصور،النصوص،الفيديوهات ،الألوان...الخ. والتي هي نوع من أساليب الإقناع والتوعية الصحية.
- الهدف العام من منشورات الصفحة والموقع هو تثقيفه توعويته بالدرجة الأولى.
- الجمهور المستهدف في الموقع وصفحة الفايسبوك عينة الدراسة هو الجمهور العام.

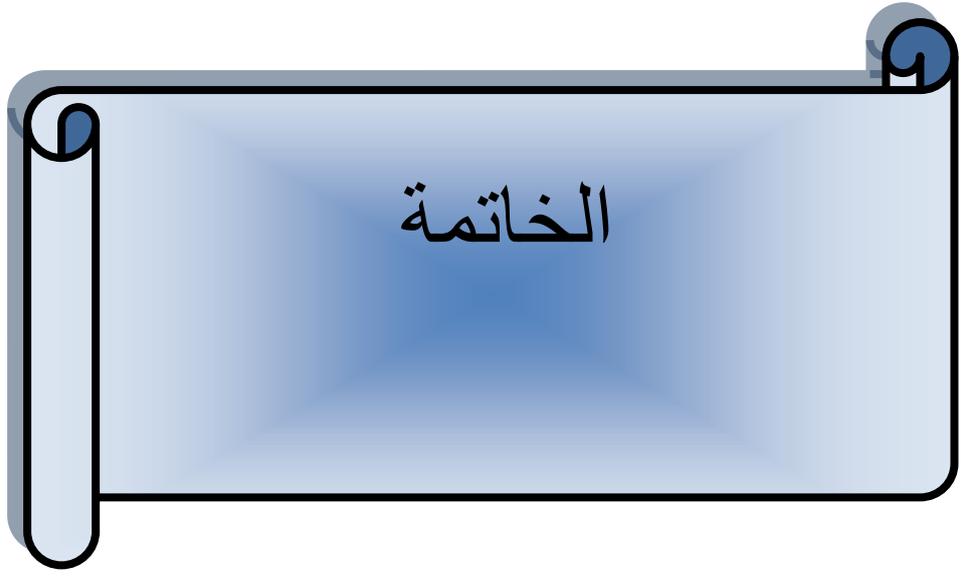
- نادرا ما تقوم المؤسسة بتحديث صفحتها على موقع الفايسبوك .
 - قلة تفاعل المؤسسة على الصفحة نظرا لقلّة منشوراتها خصوصا و أن فترة تحليل المحتوى قصيرة جدا.
 - تعتمد المؤسسة على إرفاق النص مع كل الأساليب الأخرى ،أي نص مع صورة أو نص مع فيديو روبرتاجاتالخ .
 - تركز المؤسسة على نشر المواضيع المتعلقة بنشاطات المؤسسة أكثر من المواضيع الأخرى.
 - إهتمام المؤسسة بالأنشطة والإعلانات يساعد في تكوين الجانب المعرفي لدى جماهيرها .
 - تسعى بالدرجة الأولى على التأثير في السلوكيات من خلال الإعلانات الترويجية و الحملات التحسيسية التوعوية.
 - العمل على تحسين إتجاهات الجمهور نحوها بما يتوافق مع الأهداف العامة للمؤسسة .
 - التفاعل مع المبادرات الصحية على وسائل التواصل كان كبيرا بغض النظر عن طريقة التفاعل ، وهو ما يدل على الوعي الصحي بدا المبحوثين وإهتمامهم بالمبادرات الصحية .
 - كان أهم مقترحات المبحوثين تطوير المضامين الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي هو تحري الصدق والدقة والموضوعية .
- ومن النتائج التي توصلنا إليها بعد إجرائنا لهذه الدراسة يمكن القول بأن من الأهداف الأساسية لأي موقع الكتروني ومنها الصفحة الرسمية عبر شبكة الفايسبوك هو إقناع الأفراد بأهدافها ، وذلك من خلال جودة التصميم ودقة اختيار المعلومات الصحية التي تقدمها في موقعها عبر شبكة الانترنت بقوالب وأنماط تحريرية فنية الكترونية ، وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة فالمعلومة التي تحمل الفائدة وتكون مرفقة بصورة أو فيديو أو رسومات مع المزيج من الألوان تساعد في استقطاب الجماهير والمتصفحين وعدد المتابعين، والتأثير فيهم وتغيير أفكارهم واتجاهاتهم نحو ما يتم نشره .

أهم توصيات الدراسة :

إستنادا إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة نقدم بعض التوصيات نتمنى أن تجد صداها ، وذلك للنهوض بالقطاع الصحي وتحقيق الوعي الصحي من خلاله ، وهذا لا يكون إلا من خلال الإهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي نظرا لفعاليتها في نشر الوعي الصحي وخدمة القطاع الصحي وتتمثل هذه التوصيات فيما يلي :

- استغلال شبكة التواصل الاجتماعي في مجال الصحة خاصة الفايسبوك لأنه الموقع الاجتماعي الأكثر انتشارا وفعالية لنشر الوعي الصحي وتنشيط الحركة الصحية .
- تكثيف حملات التوعية الصحية في وسائل التواصل الاجتماعي ، باعتبارها وسيلة قادرة على التأثير على سلوك المجتمعات .
- ضرورة الدقة ووضوح المعلومات الصحية المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي .
- زيادة الاعتماد على المصادر الخاصة بالصحة والحرص على تقديمها بموضوعية .
- التنوع في المواضيع الصحية المستخدمة وعدم الاقتصار على نوع واحد .
- الاهتمام أكثر في العملية التوعوية على كشف الأسباب و النتائج خاصة المواضيع المرتبطة بالأمراض المستعصية والأوبئة والفيروسات الخطيرة مع طرح طرق الوقاية والاحتياطات اللازمة لكل شخص لمواجهتها والحد منها .
- التنوع في الأساليب المتبعة لعرض الحملات التوعوية بشتى الوسائط الإلكترونية والوسائل من أجل إعطاء الجمهور وجهة قوية وصور حقيقية لإبداء رأيه حول الموضوع.
- تكثيف حملات التوعية الصحية في وسائل التواصل الاجتماعي ، باعتبارها وسيلة قادرة على التأثير على سلوك المجتمعات .
- ضرورة التأكيد على الدقة ووضوح المعلومات الصحية المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي حتى لا تكون منفذا للشائعات .

وفي الأخير لابد الاهتمام أكثر في المجال الصحي الإلكتروني خاصة في عملية التثقيف والتوعية الصحية لما له من أهمية جوهرية في توجيه الرأي العام للمواطنين.



الخاتمة:

مع ازدياد الحاجة الماسة نحو التوعية الصحية و الرغبة الملحة في إيجاد السبل لعلاج الأمراض المزمنة المتفاقمة ،والتي أصبحت الشغل الشاغل للعام والخاص وطرق الوقاية منها ،أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي هدف كافة أفراد المجتمع وخاصة منهم الشباب في الآونة الأخيرة لإطلاع على آخر المستجدات عالميا ومحليا ، وما يحدث من قضايا صحية ،من شأنها تعمل الوسائط الإلكترونية على تعزيز الوعي الصحي بالبحث عن طرق الوقاية للوقوف أمام تيار الأمراض والتعرف على مواطن انتشارها وأسباب ظهورها وكيفية التعامل معها .

يتبين مما سبق ذكره في هذه الدراسة أن هذا الموضوع شديد الأهمية لما له علاقة بحياة الإنسان، وتلعب الوسائط الإلكترونية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي منها المواقع الإلكترونية وصفحة الفيسبوك دورا هاما في تنمية الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع ، وتزويدهم بالمعلومات الصحية في القضايا والمواقف المختلفة وتعزيز المعرفة لدى الأفراد من خلال إقامة حملات صحية توعوية ،تهدف إلى زيادة الوعي الصحي لدى المواطنين وتقليل المخاطر الأوبئة والأمراض وتحسيس مختلف الشرائح المجتمع بالوقاية والإطلاع على أهم النصائح من أجل تفاديها ويساعد في إيجاد الخطط والبرامج لتفعيله وتطويره ومما يساهم في رفع مستوى الوعي عبر الوسائط الإلكترونية .

وبهذا وجدنا أن الفيسبوك الخاص بأي مؤسسة استشفائية أضفى ميزة جيدة على مفهوم الصحة وأدخل ثقافة جديدة للمواطن من ناحية الإهتمام بصحته ،وتعتبر المؤسسات الصحية هي ركيزة أو أساس التي من خلالها المحافظة على الصحة وزيادة الوعي والتثقيف الصحي لعدد كبير من المواطنين .

لقد أصبح الفيسبوك له تأثير ودورا مهما على الفرد والمجتمع من خلال الصفحات والمنشورات والمضامين التي تنشر عبر الموقع الإلكتروني وصفحة الفيسبوك التابعة للمؤسسة الإستشفائية .

من خلال ما تطرقنا إليه، نرى في الحقيقة أنه لا يمكننا إدراج الحكم المطلق على نوع ومدى الوظيفة والتأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع.

ويعتبر استخدام موقع وصفحة الفيسبوك ضرورة مهمة من أجل خلق وعي وتنقيف المواطنين من أي خطر صحي وتحسيس مختلف الشرائح المجتمع بالوقاية والإطلاع على أهم النصائح من أجل تفاديها ، كما يمكن أن تكون هذه الدراسة نقطة انطلاق للاهتمام بالمواضيع الجديدة المتعلقة بالإعلام الجديد والقضايا المتعلقة بالوعي الصحي والأساليب الإقناعية في المضامين الصحية عبر صفحات الفيسبوك.



قائمة المراجع

قائمة المراجع

اللغة العربية :

أ/ القواميس :

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

ب / الكتب :

1. أحمد عبد الحميد ، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، ط1 ، مصر ، عالم الكتب ، 2010.

2. أحمد عياد ، مدخل إلى منهجية البحث الاجتماعي ، ط1 ، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2007.

3. أحمد جرار ، الفليسبوك والشباب العربي ، ط1 ، دار الفلاح ، الكويت ، 2012 .

4. بسام عبد الرحمن المشاقبة ، الرقابة ، دراسة مقارنة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان 2013.

5. إحسان علي المحاسنة ، التربية وأثرها في رفع المستوى الصحي ، الكويت ، دار الفرح 1991.

6. السويدي جمال سند ، من قبيلة إلى الفيسبوك وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية ، 2013 .

7. السيد مرعي ، الوسائط المتعددة ودورها في مواجهة الدروس الخصوصية ، مكتبة لأنجلو المصرية القاهرة - مصر ، 2009.

8. السيد بخيت ، "الانترنت كوسيلة اتصال جديدة ، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية ، ط2 ، دار الكتاب الجامعي ، الإمارات العربية المتحدة ، 2010 ،

9. توفيق أحمدخوجة ، الرعاية الصحية الأولية التاريخ وإنجازات ومستقبل مطابع الفرزدق ، الرياض ، السعودية 2007 .

10. حسن السوداني - محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين ، بلد عمان وسط بلد الأردن 1061.

11. خالد غسان يوسف مقد ادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية ، دار النفائس للنشر وتوزيع ط1 ، عمان 2013. ريتاج محمد ، التثقيف الصحي منشورات ، مكتب التثقيف الصحي للنشر والتوزيع ، لندن 2001 ، انجلترا.

12. ريتاج محمد ، التثقيف الصحي منشورات ، مكتب التثقيف الصحي للنشر والتوزيع ، لندن 2001 ، انجلترا.

13. زهير بن احمد السباعي ، حسن بن أمين التثقيف الصحي ومبادئه وأساليبه ، الرياض دار خرجي للنشر والتوزيع، 1996 .
14. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام ،عالم الكتب :القاهرة، 2006 .
15. عبد المجيد الشاعر ،رشدي قطاس ،التغذية الصحية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان 2004 .
16. عبد المجيد وآخرون ، الشاعر، الصحة والسلامة العامة ، ط 1 ، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن 2001.
17. عبد الوارث الرزحي ، تطوير أداة للتقييم العادات غير الصحية لدى التلاميذ المرحلة الأساسية -مجلة المؤتمر العلمي الرابع عشر : منها العلوم في ضوء مفهوم الأداء ، مجلد 2 ، يوليو كلية التربية جامعة عين شمس ،مصر 2002 .
18. عصام موسى ،الإعلام والمجتمع العربي الدولي الثقافة ناشرون ، عمان، الأردن، دراسات في الإعلام الأردني 2003.
19. علاء الدين علاوي، الصحة في مجال الرياضي ، منشأة المعارف ،مصر الإسكندرية ،1999 .
20. عبد النور هامل دور المواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب ،ط،جامعة احمد بن بلة ،وهران .
21. عبد الحافظ سلامة ، أساسيات في تصميم التدريب ، ط 1 ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان 2013.
22. عامر قنديلجي ،البحث العلمي واستخدام معلومات التقليدية والالكترونية، د ط، دار الميسرة والتوزيع والطباعة .
23. عبد الرزاق دلمي ،الإعلام المتخصص ،ط عربية ،اليازوري عمان عبد المالك بن عبد العزيز الشلهوب ،دور الإعلام في تحقيق الوعي الصحي ،الدار المصرية اللبنانية ،مصر للنشر والتوزيع ،1998 .
24. عبد ألهة إبراهيم الفقي ، إنتاج برامج الوسائط المتعددة دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان - الأردن 2011.
25. عبد الله بن إسحاق عطار ، وإحسان بن محمد كسارة ، الحاسوب وبرمجيات الوسائط مؤسسه بها دور الإعلام المتطور ،جدة - السعودية 2009.
26. عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ،رام الله دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط 1 2008.
27. عبد الله بوجلال،الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي المستقبل العربي ،مركز الدراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع ،بيروت العدد 1991 .

28. فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الفيسبوك للقاهرة العربية، للنشر والتوزيع 2010 .
29. فؤاد عبد المنعم البكري : التسويق الاجتماعي والتخطيط الحملات الإعلامية ، دار عالم الكتب القاهرة للنشر والتوزيع، 2007 .
30. لؤي الزعبي ، الوسائط المتعددة ، الإجازة في الاعلام والاتصال ، منشورات الجامعة الافتراضية السورية العربية ، 2020 .
31. محمد حسين بصوص، الوسائط المتعددة تصميم وتطبيقات ، دار اليازوري العلمية عمان ،الأردن ، ط، العربية، 2004 .
32. محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي ، مختار صحاح ، ط1 دار الغد الجديد للنشر والتوزيع ، القاهرة 2007 .
33. محمد لعقاب ، مهارات الكتابة للإعلام الجديد ، لجزائر ، دار هومة ، 2013 .
34. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في البحوث الإعلام، دار الشروق ومكتبة الهلال للنشر والتوزيع :بيروت 2009 .
35. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية للنشر والتوزيع ،القاهرة 2003،
36. مرا دشلباية - نهلة درويش ماهر جابر - نائل حرب ، تطبيقات الوسائط المتعددة ، النشر : عمان الأردن دار المسيرة والتوزيع والطباعة 2002 ط1 .
37. مصعب حسام الدين قتلوني ، ثورات الفايسبوك مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير ، ط1 ، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، لبنان 2014 .
38. ملفين - ديفليير ، ساندرابول - روكيتش : نظريات الإعلام ، تر ، جمال الاتاسي ، سامي الدرومي ، دمشق ، دار دمشق .
39. ندى عبد الرزاق الخميس ، مبادئ التربية الصحية، ط1، الكويت ، دار السلاسل للنشر والتوزيع ، 1999 .
40. ناهدة عبد الكريم حافظ مقدمة في تصميم البحوث الاجتماعية، بغداد مطبعة المعارف 1981 .
41. نجم عبود نجم :الإدارة والمعرفة الالكترونية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،الأردن ، عمان 2009 .
42. وائل مبارك خضر ، فضل الله أثر الفايسبوك على المجتمع ، ط1 ، مصر مدونة الشمس ، النهضة ، 2010 .
43. يوسف تمار ، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعين ، ط1 ، تكسيح ، كوم للدراسات والنشر والتوزيع ،الجزائر 2007،

ت/ المجالات :

1. حسني محمد نصر ، سناء عبد الرحمان ، ظاهرة تجهيل مصادر الأخبار في الصحافة العربية لعينة من الصحفيين والصحف اليومية والأسبوعية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام المجلد الخامس 2004 .
2. خالد بن فيصل العزم ، إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في توعية الصحة لمرض كورونا دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومة بمدينة الرياض السعودية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدنان، يوليو - ديسمبر، 2012 .
3. مأمون المومني ، دلالات سيكولوجية الألوان مجلة الأردنية للفنون المجلة الأردنية للفنون ،مجلد 2، عدد ،لدى عينة من الأولياء أمور طلبة المدرسة النموذجية في جامعة اليرموك ،كلية التربية ،الأردن 2009 .
4. مجلة أفاق للدراسات والبحوث - العدد الأول جانفي 2018.
5. محمد قارش ، مختار جلوي ،مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية 47-536 page 02 ، أساليب الاتصال الصحي في الجزائر ، دراسة لعينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر ، جامعة الحاج لخضر باتنة 2012 .
6. محمد مصطفى ،تقييم جودة المواقع الالكترونية ،مجلة للعلوم الإدارية والاقتصادية ، ع 18 المجلد 6 العراق ، 2010.
7. هويدا محمد السيدعزوز ،مقالة ،اعتماد الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي أثناء الـتورونـا ، مجلة البحوث البيئية والطاقة كلية الآداب - جامعة المنوفية ،2020 .
8. ث / الرسائل الجامعية :
1. انس عبد المجيد ،الإعلان عبر الوسائط المتعددة بالمواقع الالكترونية ، رسالة ماجستير ، جامعة امدرمان الإسلامية 2009 .
2. أمينة مزيان ، الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لصفحة ويب طب عبر شبكة الفيسبوك ، أطروحة دكتوراه علوم الإعلام واتصال 2020 - 2021 .
3. إيمان حنين ، لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الجذب السياحي للفيسبوك ،مذكرة ماجستير جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر 2015 .
04. باربان احمد ، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي المرأة السعودية ، بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك مسعود السعودية 2005 .
- تركي بن عزيز ،توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الأمنية ضد خطر الشائعات ، درجة ماجستير الدراسات الامنية ،الرياض 2014 .
- 04 ذهبية سيدهم :الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية ،رسالة ماجستير :معهد الإعلام والاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة 2005 .

- 05 عبد الله بن ناصر بن احمد ، العمري ، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض 2010 .
- 06 محمد الزكي ، جهود الصحافة في نشر المعرفة الصحية : دراسة تحليلية على صفحات الاقتصادية ، رسالة ماجستير عبر منشورة قسم الإعلام جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية 1427.
- 07 مأمون المومني ، دلالات سيكولوجية الألوان مجلة الأردنية للفنون المجلة الأردنية للفنون ، مجلد 2 ، عدد ، لدى عينة من الأولياء أمور طلبة المدرسة النموذجية في جامعة اليرموك ، كلية التربية ،الأردن ،2009 .
- 08 محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ،الدار العالمية للنشر والتوزيع القاهرة ،2003 .
- 09 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 2014.2013 .
- 10 نبيلة بوخبزة، الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر ، دراسة نظرية ميدانية ،رسالة لنيل درجة الماجستير في الإعلام ، ديسمبر 1995.
- 11 نومان نريمان مريم ،استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في العلاقات الاجتماعية ، مذكرة ماجستير ،الجزائر ،2012.
- 12 هاجر مجدي عبده أحمادي طالبة ماجستير ، دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية ،قسم الإعلام كلية الآداب ،جامعة دمياط ،جمعية الآداب 2021 ، .
- خ / المواد والنصوص القانونية :
1. وردت هذه المادة ضمن القانون الاتحادي ،المعدل والمتمم للقانون الاتحادي رقم 11 لسنة 1992 المتضمن لقانون الإجراءات المدنيةية والتجارية لدولة الإمارات رقم 10 لسنة 2014 .
- ج/ الوبوغرافيا :
1. بن زعيط عبد الرحمان مكلف بالإعلام في المؤسسة العمومية الاستشفائية لصحة الجوارية عشعاشة
2. قادوش عبد الحق ، مدير المؤسسة العمومية الصحة الجوارية - عشعاشة - و مستغانم على ساعة 10:00 ، 2021/12/07 .
3. بن زعيط عبد الرحمان ،مكلف بالإعلام في المؤسسة العمومية الاستشفائية لصحة الجوارية ، عشعاشة 09:30 ، 2021/12/12

<http://www.asjp.cerist.dz/en/presentationRevu>.

Mathide ALa communication multilingue sur facebook beelingwa blog consulter sur 12/11/2020/disponibie

فهرس

فهرس الموضوعات :

الصفحة	فهرس الموضوعات
أ.....	مقدمة.....
	الإطار المنهجي :
6.....	1. الدراسة الاستطلاعية.....
8.....	2. الإشكالية وتساؤلات الدراسة.....
9.....	3. أسباب اختيار موضوع الدراسة.....
10.....	4. أهداف الدراسة.....
10.....	5. أهمية الدراسة.....
11.....	6. مفاهيم الدراسة والمصطلحات.....
14.....	7. نوع الدراسة ومنهجها.....
15.....	8. أدوات جمع البيانات.....
19.....	9 مجتمع الدراسة وعينة.....
22.....	10. الدراسات السابقة.....
29.....	خلاصة الفصل.....
	الإطار النظري.
	الفصل الأول: الوسائط الإلكترونية وتوعية الصحية.

32.....المبحث الأول: ماهية الوسائط الإلكترونية.

32.....1. مفهوم الوسائط الإلكترونية.

34.....2. أنواع الوسائط الإلكترونية.

40.....3. خصائص الوسائط الإلكترونية.

41.....4. أهمية الوسائط الإلكترونية وأهدافها.

43.....المبحث الثاني: ماهية الوعي الصحي.

44.....1. مفاهيم الوعي الصحي.

46.....2. أنواع الوعي الصحي.

47.....3. مجالات الوعي الصحي.

48.....4. أهداف التوعية الصحية وأهميتها.

50.....خلاصة الفصل.

.....الفصل الثاني : دور الوسائط الإلكترونية في التوعية الصحية.....

53.....المبحث الأول : أثر استخدام الوسائط الإلكترونية ودورها في تنمية الوعي الصحي.

53.....1. دور الوسائط في تحقيق التوعية الصحية للمواطنين.

54.....2. أثر استخدام الوسائط الإلكترونية في تنمية الوعي الصحي.

55.....المبحث الثاني: أهمية استخدام الوسائط الإلكترونية وأهدافها في نشر الوعي الصحي.

55.....1. أهمية استخدام الوسائط الإلكترونية في نشر الوعي الصحي.

- 56..... 2. أهداف الوسائط الالكترونية في نشر الوعي الصحي
- 57..... خلاصة الفصل.
- الإطار التطبيقي.
- الفصل الثالث: عرض نتائج تحليل المضمون .
- 59..... المبحث الأول :التعريف بالمؤسسة ومهامها.
- 60..... 1. التعريف بالمؤسسة العمومية الاستشفائية للصحة الجوارية - عشعاشة.
- 61..... 2. التعريف بمصالح المستشفى.
- 66..... المبحث الثاني :عرض نتائج تحليل المضمون.
- 66..... التحليل الكمي.
- 68..... 1. الفئات التي تجيب على سؤال كيف قيل؟
- 68..... 1 فئة الموقع.
- 69..... التحليل الكمي لفئة الموقع.
- 71..... التحليل الكيفي لفئة الموقع.
- 72..... 2- فئة اللغة.
- 72..... التحليل الكمي لفئة اللغة.
- 75..... التحليل الكيفي لفئة اللغة.
- 77..... 3. فئة وسائل الإقناع.
- 80..... التحليل الكيفي لفئة وسائل الإقناع.
- 83..... 4. فئة الوسائط المتعددة.

83.....	التحليل الكمي لفئة الوسائط المتعددة.....
87.....	التحليل الكيفي لفئة الوسائط المتعددة.....
89.....	5- فئة المتفاعلين.....
90.....	التحليل الكمي لفئة المتفاعلين.....
92.....	التحليل الكيفي لفئة المتفاعلين.....
93.....	II. الفئات التي تجيب على سؤال ماذا قيل ؟.....
93.....	1- فئة الموضوع.....
94.....	التحليل الكمي لفئة الموضوع.....
97.....	التحليل الكيفي لفئة الموضوع.....
99.....	2- فئة استراتيجيات الإقناع.....
101.....	التحليل الكيفي لفئة استراتيجيات الإقناع.....
105.....	3- فئة الأهداف.....
107.....	التحليل الكيفي لفئة الأهداف.....
109.....	4- فئة الجمهور المستهدف.....
111.....	التحليل الكيفي لفئة الجمهور المستهدف.....
112.....	5- فئة المصدر.....
114.....	التحليل الكيفي لفئة المصدر.....
116.....	استخلاص نتائج تحليل المضمون.....

116.....	فئات الشكل.....
119.....	فئات المضمون.....
123.....	النتائج العامة.....
125.....	خاتمة.....
130.....	قائمة المراجع.....
137.....	الفهرس.....
146.....	الملاحق.....

فهرس الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	جداول رقم
21.....	الخاص بتوزيع العينة أيام التحليل.....	01
66.....	الخاص بتوزيع العينة التحليلية للدراسة حسب الفترة الزمنية.....	02
69.....	الخاص بفئة الموقع حسب عينة الدراسة-العامة.....	3
70.....	الخاص بفئة الموقع - المفصلة.....	4
72.....	الخاص بفئة اللغة :- العامة.....	5
74.....	الخاص بفئة اللغة المفصلة.....	6
77.....	الخاص بفئة وسائل الإقناع العامة.....	07

- 78.....الخاص بفتة الألوان المستخدمة عبر وسائل الإقناع العامة.
- 79.....الخاص بفتة وسائل الإقناع المفصلة.
- 83.....الخاص بفتة الوسائط المتعددة حسب عينة الدراسة - العامة -
- 84.....الخاص بفتة الوسائط المتعددة المفصلة
- 85.....الخاص بفتة الوسائط المقارنة بين الموقع وصفحة الفايسبوك.
- 90.....الخاص بفتة المتفاعلين حسب عينة الدراسة العامة.
- 91.....الخاص بفتة المتفاعلين المفصلة.
- 84.....الخاص بفتة الموضوع حسب عينة الدراسة العامة
- 96.....الخاص بفتة الموضوع - المفصلة -
- 99.....الخاص بفتة استراتيجيات الإقناع حسب عينة الدراسة العامة.
- 100.....الخاص بفتة استراتيجيات الإقناع المفصلة
- 104.....الخاص بفتة الأهداف حسب عينة الدراسة العامة.
- 105.....الخاص بفتة الأهداف المفصلة.
- 109.....الخاص بفتة الجمهور المستهدف حسب عينة الدراسة العامة.
- 110.....الخاص بفتة الجمهور المفصلة.
- 112.....الخاص بفتة المصدر حسب عينة الدراسة العامة.
- 113.....الخاص بفتة المصدر المفصلة

فهرس الرسومات البيانية

رقم الرسم البياني	عنوان الرسم البياني	الصفحة
01	توزيع الخاص بأيام التحليل	67.....
02	توزيع النسب الخاصة بفئة الموقع العامة	69.....
03	توزيع النسب الخاصة بفئة الموقع المفصلة	71.....
04	توزيع نسب الخاصة بفئة اللغة - العامة -	73.....
05	توزيع النسب الخاصة بفئة اللغة المفصلة	75.....
06	توزيع النسب الخاصة بفئة الوسائل الإقناع العامة	78.....
07	توزيع النسب الخاصة بفئة الإقناع عبر الألوان	79.....
08	توزيع النسب الخاصة بفئة وسائل الإقناع المفصلة	80.....
09	توزيع النسب فئة الوسائط المتعددة حسب عينة الدراسة العامة	84.....
10	توزيع النسب فئة الوسائط المتعددة المفصلة	85.....
11	توزيع النسب الخاصة بفئة الوسائط المقارنة بين الموقع الإلكتروني وصفحة الفايسبوك	86.....
12	توزيع النسب الخاصة بفئة المتفاعلين العامة	90.....
13	توزيع النسب الخاصة بفئة المتفاعلين المفصلة	91.....
14	توزيع النسب الخاصة بفئة الموضوع العامة	95.....

96.....	15 توزيع النسب الخاصة بفئة الموضوع المفصلة.
99.....	16 توزيع النسب الخاصة بفئة استراتيجيات الإقناع العامة.
101.....	17 توزيع النسب الخاصة بفئة استراتيجيات الإقناع المفصلة.
105.....	18 توزيع النسب الخاصة بفئة الأهداف العامة.
106.....	19 توزيع النسب المئوية المفصلة لفئة الأهداف.
109.....	20 توزيع النسب المئوية لفئة الجمهور المستهدف.
111.....	21 توزيع النسب الخاصة بفئة الجمهور المستهدف المفصلة.
113.....	22 توزيع النسب الخاصة بفئة المصدر العامة.
114.....	23 توزيع النسب المئوية المفصلة لفئة المصدر.

الملاحق

ملحق رقم 01

❖ استثمار تحليل المضمون:

نقدم هذه الاستثمار في إطار انجاز أطروحة ماستر في علوم إعلام واتصال تحت عنوان أهمية الوسائط الالكترونية في التوعية الصحية "صفحة فيسبوك" في مؤسسة عمومية الاستشفائية -عشعاشة - مستعملة بذلك أداة تحليل المضمون التي إختارنا فيها فئات الشكل فئات كيف قيل "وهي فئة أسلوب الإقناع ،فئة اللغة ،فئة الموقع صفحة فيسبوك ،فئة الوسائط المتعددة، كما اعتمدنا فئات المضمون فئات ماذا قيل حيث تمثلت في فئة استراتيجيات الإقناع ،حيث تعتبر هذه الأخيرة فئة رئيسية ،كما استعانا بفئة الموضوع وفئة التفاعل المعتمدين في ذلك على وحدة الفكرة سياق الفقرة ،وحدة الموقع).

1. لذلك نطلب من سيادتكم:

1.1 التمعن في تعار يفلجرائية (مدى موافقتها للفئات وعناصرها).

2.1 التمعن في الاستثمار والاطلاع على دليلها

3.1 كتابة الملاحظات التي ترونها في المكان المخصص كتابة (ص) وضع علامة (خ) أمام التعريفات التي ترونها أنها غير مقبولة لزوم تعديلها.

تحت إشراف الأستاذة: عيسى عبيدي

من إعداد الطالبتان: حمزة سامية وعابد عائشة

نوريه.

❖ دليل التعريف الإجرائية للفئات وعناصرها :

1. فئات الشكل : تدرس هذه الفئات الشكل الذي جاءت عليه المضامين محل التحليل ، هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون .

1.1 : فئة وسائل الإقناع : ونعني بها مجموعة الوسائل التي يوظفها مخطط حملة التوعية الصحية الإلكترونية عبر صفحة فيسبوك مؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة لتأثير على المواطنين المتصفحين ،ومن الوسائل التي يوظفها هي التكرار والاستشهاد بالأدلة وكيفية تقديم الهدف في الرسالة الإقناعية ،وحدة العبارة سياق الفكرة .

1.1.1 :تقديم الهدف في الرسالة الإقناعية :نقصد به تقديم الهدف بوضوح وهو تقديم الهدف ضمنا أي جعل مستخدم يستنتجه من حملة توعية

1.2.1 : طبيعة الألوان المستخدمة: هي الألوان المستخدمة إذا كانت باردة أو ساخنة أو مزيج أو معتدلة.

2.1 : فئة الموقع:هي فئة التي تهتم بالموقع الرسالة "نص ،صوت ،فيديو "في موقع الرسمي فيسبوك الموقع إلى الصفحة البدء وصفحة المحتوى ،الوحدة أفقيا اعلي ،مركز أسفل ،الوحدة أفقيا يمين ،وسط،يسار

1.2.1 : صفحة البدء :هي صفحة الرئيسية التي تحتوي على عنوان وقائمة محتويات وفهرس ومقدمة وهي صفحة الأولى في الموقع وعادة ما تحتوي على المواد استهلاكية كالتعريف

2.2.1 : صفحة المحتوى :بينما تصف الصفحة البدء المعلومات التي يحتويها الموقع بقوائم وعناوين ،تحمل صفحة المحتوى المعلومات نفسها ، ولكل صفحة محتوى وصلة عودة إلى صفحة البدء أو الى صفحة السابقة.

3.1: فئة المتفاعلين: تفاعل المستخدمين مع أي منشور على مواقع التواصل الاجتماعي هو إن يقوم المستخدم بالضغط على مؤشر الإعجاب أو إعادة المنشور حيث يؤدي هذا التفاعل إلى زيادة انتشار المنشور مما يجعله يصل أسرع إلى المستخدمين الآخرين.

وإن الهدف من هذه الفئة قياس مدى تفاعل المواطنين ومستخدمين موقع فيسبوك مع منشورات الصفحة و يراقبون المحتوى الذي يستجيب له الأشخاص أو يتفاعلون معه من خلال الإعجاب والتعليق والمشاركة وتم تقسيمها إلى فئات الفرعية الآتية :

1.3.2: فئة عدد الاعجابات بالمنشور: هو قياس مدى تفاعل المواطنين ومستخدمين موقع الفيسبوك مع منشورات الصفحة محدودة أو متوسط أو قويا.

2.3.2: فئة عدد المشاركة للمنشور: نقصد به عدد المرات التي قام بها مستخدمو الفايسبوك الذين ينتسبون" للمؤسسة عمومية للصحّة جواريهبشعاشة" بمشاركة المنشور على صفحاتهم الشخصية إما أن تكون محدودة أو متوسط أو قويا .

3.3.2: فئة عدد التعليقات المنشور: هي عدد مرات التي قام بها مستخدمو فيسبوك بالتعليق على المنشورات على صفحة وقسمت إلى فئات فرعية وهي محدودة أو متوسط أو قويا ويتم أخذ النسب كل من الإعجاب والمشاركات والتعليقات بناء على إعداد المتفاعلين على صفحة الفايسبوك والموقع الالكتروني للمؤسسة العمومية لصحّة جواريه -عشعاشة .

4.1 : فئة اللغة : نقصد بها اللغة المستخدمة في حملة توعية الصحية عبر الموقع الرسمي لصفحة فيسبوك للمؤسسة العمومية الاستشفائية بعشعاشة ، والتي تشمل على نصوص والصور والفيديوهات توعية حيث تنفرع إلى اللغة الفصحى ،اللغة الفرنسية وحدة سياق الفقرة.

1.4.1 :اللغة العربية: هي لغة خالصة سليمة من كل عيب لا يخالطها لفظ عامي.

2.4.1 : اللغة الفرنسية: نقصد بها اللغة الأجنبية المستخدمة على صفحة فيسبوك المؤسسة العمومية الاستشفائية -عشعاشة - .

5.1: فئة الوسائط المتعددة: ونعني بها طبيعة الحامل الاتصالي للمحتوى، إذ يتفرع إلى نص، وصورة ثابتة، صوت، وفيديو لها علاقة بالحملة توعية صحية عبر الموقع الرسمي لصفحة فيسبوك المؤسسة العمومية الاستشفائية- بعشعاشة- وهذا تقسيم راجع للطبيعة الحامل الالكتروني الذي يضم جميع أشكال الوسائط المتعددة، الوحدة النص، الصورة، الصوت، الفيديو.

1.5.1 النص المطبوع: وهي كل مطبوعة تشمل الرسائل والبيانات مكتوبة والنصوص المرافقة لصور والفيديوهات، والتي لها علاقة بمضمون الحملات توعية الصحية.

2.5.1 الصور الثابتة: وتشمل الصور الفوتوغرافية والرسومات الرقمية والكاريكاتي، والتي لها علاقة بمضمون الحملة صحية التوعية.

3.5.1 الصوت: هي كل التسجيلات الصوتية التي لها علاقة بمضمون الحملة التوعوية.

4.5.1 الفيديو: هي جميع التسجيلات السمعية البصرية التي لها علاقة بمضمون الحملة الصحية توعية

2. فئات المضمون: وهي الفئات التي تختص بالمحتوى، حيث تريد أن تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ معتمدة على منظومة من الأفكار لها سمات وصفات مشتركة، عن طريقها يمكن معرفة توجيهات أو طبائع ومعاني والمضمون .

1.2 فئة الموضوع "فئات ماذا قيل": يقصد بها المواضيع الأكثر تناولا في محتوى الحملة التوعوية

الصحية للمواطنين خلال أزمة كورونا عبر صفحة فايسبوك، خاصة بالمؤسسة العمومية الإستشفائية للصحة الجوارية بعشعاشة على أساسها نشر الوعي الصحي، وتثقيف المواطنين بالصحة، وأخذ إجراءاتهم للحد من انتشار الأمراض و الفيروسات، والتي على أساسها يبني مصدر "مصمم الحملة

"رسالة الافناعية ، حتى يستميل المستخدمين صفحة الفايسبوك والموقع الالكتروني "وحدة الفكرة في سياق الفقرة حيث تتفرع هذه الفئة إلى فئات فرعية:

1.1.2 فئة موضوع حملات التحسيسية : وهي الأنشطة والجهود التي تقوم بها المؤسسة لنشر الوعي، ورفع المستوى الصحي والثقافي للمواطنين ، ويتم من خلالها حث مجتمع على الالتزام بالتدابيرالإجراءات الوقائية للوقاية من فيروس كورونا ومكافحة ن مثل الحملات تحسيسية من أجل التوعية والوقاية من المرض والحد من انتشار العدوى ووضع الإعلانات لأخذ الاحتياطات

2.1.2 فئة موضوع التعليمات والإرشادات : وهي الضوابط التي يتم توجيهها للمواطنين للالتزام بالإجراءات الوقائية أو تقديم النصائح الصحية بش أن فيروس كورونا كوفيد 19، وكيفية الوقاية من انتشار العدوى ومكافحتها .

3.1.2 المعلوماتالصحية: ويقصد بها مجموعة البيانات والأخبار والحقائق التي ترتبط بالصحة والمرض لكافة المواطنين ،وتزويدهم الإدراك الحقائق حول مخاطر الفيروس،و الهدف منها الوقاية من الوقوع في الأمراض وتحذير وتنبيه المواطنين ، من مضاعفتها الخطيرة ، بما فيها مرض فيروس كورونا المستجد هو فيروس حديث وهو حالة جديدة من الفيروسات اجتاح العالم بأكمله وهو فيروس يتسبب في انتقال العدوى بين الناس عن طريق المخالطة والملامسق ببرامج صحية وضع قوانين و بروتوكلات صحية للوقاية من انتقال العدوى ومكافحتها.

2.2 فئةالاهداف : وهي الفكرة التي تسعى اليهاالمؤسسة إلى إيصالها للمستخدمين ، وتقييم حسب الفئات الفرعية التالية:

1.2.2 التثقيف الصحي: هو القيام بتثقيف كل أفراد المجتمع بالأمر الخاصة بالصحة والأمراض ومسبباتها، والتعرف على المعلومات المرتبطة بها وزيادة توعية الفرد والمجتمع بالطرق اللازمة للتوعية.

2.2.2 الوقاية: هي جميع الوسائل التي تتخذ للا نبقاء من أجل تفادي مخاطر الأمراض و الوقوع فيها وحد منها.

3.2.2 التحذيرات: هي المعلومات التي تقوم بها الصفحة الفايسبوك والموقع الالكتروني بتوجيهها للمواطنين من وجود مخاطر الأمراض وانتشارها.

4.2.2 تقديم الدعم الاجتماعي والنفسي

3.2 فئة استراتيجيات الإقناع: وهي النشاطات التوجيهية التي يستخدمها مصمم الحملة التوعوية للوقاية من الأمراض ، و الفيروسات ، وعادات غير الصحية عبر صفحة فيسبوك للمؤسسة العمومية للصحة جواريه بعشاشة ، حيث تختلف هذه الإستراتيجية في فئات فرعية رئيسيه وهي إستراتيجية ديناميكية النفسية ، الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية وإستراتيجية بناء المعاني.

1.3.2 الإستراتيجية الدينامكية النفسية: تعتمد هذه الإستراتيجية على إثارة الخوف والقلق والتأكد على الوقاية والرعاية الصحية، هي كل المعلومات التي تقوم بها الصفحة بهدف تخويف المواطنين من الوقوع في الأمراض بسبب الفيروسات وعدوى من طرف آخر.

2.3.2 الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية: تعتمد هذه الإستراتيجية على أخذ الاحتياطات والإجراءات الخاصة بالوقاية من العدوى ومكافحتها، والتركيز على سلامة الصحة .

3.3.2 إستراتيجية بناء المعاني: تعتمد هذه الإستراتيجية على الشعارات والتحدث عن أشكال ومواصفات مكان الحملة لتكوين معنى في فكر المستخدم.

4.2 جمهور المستهدف : هو مجموعة من الأشخاص الذين يشتركون في إحتياجات وإهتمامات متشابهة حيث تهدف المؤسسة إلى خدمة هؤلاء الأشخاص وتتكون من :

1.4.2 جمهور عادي : فهم عامة الناس منها شباب ،شيوخ، أطفال .

2.4.2 جمهور الفعال : وهو جزء من الجمهور يتفاعل ويستجيب للرسالة الإعلامية من منشورات ومضامين صحية .

3.4.2 مرضى : هو أي شخص يتلقى العناية الطبية أو الرعاية أو العلاج الطبي .

5.2 فئة المصدر المعتمدة في تقديم المضامين والمنشورات الصفحة : و أن المعرفة مصدر أو مصادر الرسالة يمكن أن ينعكس على طبيعة المعلومة ومصادقتها فهي ضرورية لتحديد حجم أهمية المعلومات التي يحتويها المضمون محل التحليل، وقد تكون مؤشرات هذه الفئة مثل وكالات الأنباء ، وزارة الصحة ، المواقع الالكترونية ، نقصد بها جميع المنابع التي تغذي المضمون، ومنشورات الصفحة محل الدراسة والتي نهدف من خلالها الكشف عن طبيعة المصادر التي تعتمد عليها الصفحة في تقديم مضامينها لجمهورها ، وتفيد هذه الفئة في معرفة الشخص أو جهة مصدر المعلومة بمعنى تجيب على السؤال إلى ما هو مرجع أو مصدر المعلومة المتداولة في المحتوى الإعلامي من فئات الفرعية لها :

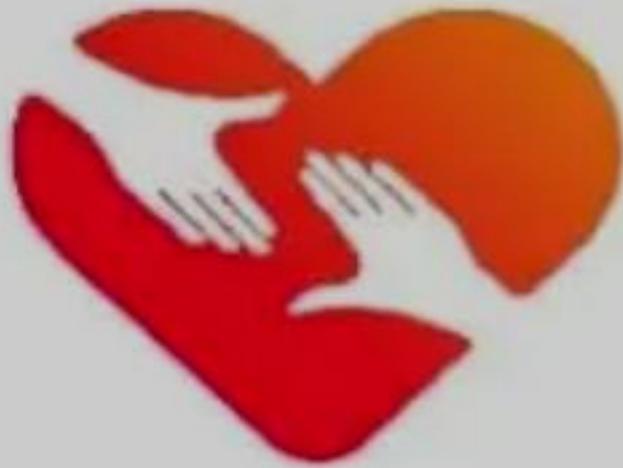
1.5.2 مسير الصفحة : مدير الصفحة الأدمن القائم على الصفحة الفايسبوك والموقع الالكتروني وتسييرهما.

2.5.2 وزارة الصحة : وهي جميع الأخبار والمعلومات التي قامت الصفح بنشرها .

3.5.2 منشورات من المواقع : اعتماد الصفحة على المواقع الالكترونية .

ملحق رقم 02





EPSP Achaacha



٤ 



...

المؤسسة العمومية للصحة الجوارية - عشعاشة



٢٠٢١ • ٠ / ١٢ / ١١

في ايطار حملات التبرع بالدم الدورية و تحت شعار : قطرة دم
تساوي حياة ... نظمت المؤسسة العمومية للصحة الجوارية -
عشعاشة - و بالتنسيق مع المؤسسة العمومية الاس... عرض المزيد



٢٠٢١ • /١١/٢٩

#اعلان

بمناسبة اليوم العالمي لمكافحة السيدا المصادف لتاريخ
01 ديسمبر من كل سنة. يشرف المؤسسة العمومي... عرض المزيد



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة الصحة
مديرية الصحة والسكان - ولاية مستغانم
المؤسسة العمومية للصحة الجوارية - عشعاشة



بمناسبة

اليوم العالمي لمكافحة السيدا

تنظم

المؤسسة العمومية للصحة الجوارية - عشعاشة

يوم تحسيسي تحت شعار



ساعدا لنستطيع حمايتك

ساعدا لنستطيع حمايتك