مجلة معالم
للدراسات الاعلامية والاتصالية

مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي
كلية علوم الاعلام والاتصال-
جامعة الجزائر3

المجلد الأول/ العــدد الأول
ديسمبر 2019
ISSN 2716-9111
EISSN: 2800-0846

وسائل الاعلام ودورها في نشر الوعي والتثقيف الصحي

Media and its role in spreading awareness and health education

الزهرة بريك*

جامعة الجزائر3 : كلية علوم الإعلام والاتصال
الإيمايل المهني: brik.zohra@univ-alger3.dz

تاريخ الإستلام: 2019/11/12 تاريخ قبول النشر: 2019/12/22 تاريخ النشر: 2019/12/01

ملخص:

تعتبر الصحة من بين الأولويات التي يجب الاهتمام بها في الحياة بالنسبة للأفراد والمجتمعات، نظرا لما قد ينجر عن تدهور الصحة من أمراض تؤدي الى عدم الاستقرار النفسي والمجتمعي بصفة عامة، ويعتبر الوعي الصحي أحد العوامل الأساسية لتطور المجتمعات، لأجل ذلك أصبحت الدول وكذا المنظمات الحكومية وغير الحكومية تسعى إلى إعداد استراتيجيات بهدف المساهمة في الوعي الصحي ، ويعتبر الاعلام والاتصال من بين أهم السبل التي أصبح يتم الاعتماد عليها لتحقيق ذلك، من هنا تأتي هذه الدراسة للتعرف على دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي وعملية التثقيف الصحي.

الكلمات المفتاحية: الصحة ؛ وسائل الاعلام ؛ الوعي الصحي ؛ التثقيف الصحي ؛ الاعلام الصحي

Abstract:

Health is one of the priorities that individuals and communities must pay attention to for best life,because the deterioration of health can lead to diseases that cause psychological and societal instability in general.

Health awareness is a key factor in the development of societies.

For this reason, countries, as well as governmental and non-governmental organizations, are seeking to develop strategies to contribute to health awareness

Media and communication are considered among the most important ways that are being used for health awareness,

The aim of this study is to identify he role of the media in raising awareness of health and health education

Keywords: Health; media; health awareness; health education.; health information

* المؤلف المرسل: .الزهرة بريك

1. مقدمة:

نظرا لتطور المجتمعات بفعل التحولات الهامة التي حصلت في شتى المجالات الاجتماعية والعلمية والتكنولوجية... تعقدت الحياة بها، ما أدى الى بروز العديد من المشاكل والأمراض الصحية التي أصبحت تهدد أمن واستقرار المجتمعات وتشكل مصدر قلق للأفراد و الحكومات.

ان الامراض الصحية التي اصبحت في انتشار مستمر اليوم ترجع في غالب الاحيان الى غياب المعلومات لدى الافراد حول الاسباب المؤدية للمرض وطرق الوقاية منه، وحتى الطريقة الصحيحة الواجب اتباعها لأجل العلاج، من هنا يلعب التثقيف الصحي دورا هاما في رفع مستوى الصحة العامة لدى الافراد، ونظرا لأهميته فقد اعتبره العلماء والأطباء بأنه الوسيلة الفعالة والرئيسية التي تساهم في توعية المجتمع من جهة وتحسين مستوى صحة المجتمع من جهة أخرى.

وتعتبر وسائل الاعلام خصوصا مع التطورات التي تشهدها المجتمعات في شتى المجالات العلمية وكذا التغيرات الحاصلة في العلاقات الانسانية، احد الدعائم الاساسية التي أصبحت ضرورية لنشر التوعية في شتى المجالات المجتمعية، بما في ذلك الصحية، وهذا لما اثبته من دور فعالية في تحقيق الاثر المرجو، فالعقل المستنير الواعي المدرك للمعارف والحقائق الصحية والأهداف الصحية للسلوك الصحي، يتصدى للأمراض الصحية حيث يتمكن من ترجمة المعلومات الصحية إلى سلوكيات صحية سليمة في المواقف الحياتية التي يتعرض لها، فيستطيع بالتالي المحافظة على صحته في حدود الامكانات المتاحة.

من هنا تبرز أهمية دور وسائل الاعلام خصوصا في وقتنا الحالي في تنشئة المجتمع من الناحية الصحية وفي الوعي ونشر الثقافة الصحية، للحد من الأمراض الصحية، ما يساهم في تقليص أعداد المرضى وبالتالي التخفيف من الضغط المتزايد على الأطباء بالمراكز الصحية المختلفة.

وهو ما ستحاول هذه الورقة البحثية تناوله والتعمق فيه، وهذا من خلال الاجابة على الاشكالية التالية:

ما هو دور وسائل الاعلام في نشر الوعي الصحي وتحقيق التثقيف الصحي في المجتمع؟

2. التثقيف الصحي ومتطلباته

عرف "بركنز" الصحة بأنها حالة التوازن النسبي لوظائف الجسم، وتنتج حالة التوازن هذه من تكييف الجسم مع العوامل الضارة التي يتعرض لها، وإن تكييف الجسم عملية ايجابية تقوم بها قوى الجسم للمحافظة على توازنه.

كما عرفت منظمة الصحة العالمية الصحة بأنها: "حالة السلامة والكفاية البدنية والنفسية والاجتماعية وليست الخلو من الأمراض أو العجز". وبالتالي فهناك ارتباط بين الصحة البدنية والعقلية والاجتماعية. (المشاقبة، 2012، صفحة 37)

فالحفاظ على الصحة مرتبط في الغالب بالوقاية، وهذه الاخيرة لا يمكن ان تتم الا اذا توفرت لدى الفرد مجموعة المعلومات والمعارف حول الامراض الصحية واسبابها، وهذا عن طريق عملية نشر الوعي الصحي والتثقيف التي تتم بشتى الوسائل والتي من أهمها وسائل الاعلام.

إن التثقيف الصحي له دورا هاما في رفع مستوى الصحة العامة لدى الافراد، ونظرا لأهميته فقد اعتبره العلماء والأطباء بأنه الوسيلة الفعالة والرئيسية التي تساهم في توعية المجتمع من جهة وتحسين مستوى صحة المجتمع من جهة أخرى.

ويعتبر التثقيف الصحي أحد الفروع الرئيسية ومجال هام من مجالات الصحة، وهو لا يعني مجرد انتشار المعلومات الصحية المتضمنة في ندوة صحية أو فيلم سينمائي، وإنما هدف التثقيف الصحي هو تغير العادات والاتجاهات والمفاهيم والممارسات الصحية (شعباني، 2005، 2006،، صفحة 193).

ويعرف التثقيف الصحي بأنه "عملية تعليم تزويد الأفراد أو المجتمع بالخبرات اللازمة بهدف التأثير في معلوماتهم واتجاهاتهم وسلوكهم فيما يتعلق بأمور الصحة تأثيرا ايجابيا نحو الأفضل" (المشاقبة، 2012، الصفحات 43-44).

ان التثقيف الصحي هو علم وفن التاثير في رغبات وسلوك الأفراد في المجتمع، وهو أداة لكسب ثقتهم واستقطابهم نحو الأجهزة الصحية وتعاونهم مع المسئولين في مجال التثقيف في سبيل وقاية المجتمع من مختلف العلل والأمراض والحصول على القدرة لتجنب هذه العلل والأمراض ورصدها ومقاومتها في حال تعرضهم لها، وهذا من شأنه أن يرفع المستوى الصحي والاجتماعي معا مع تنمية الكفاءات وتحقيق الحياة السعيدة (المشاقبة، 2012، صفحة 44).

ان التثقيف الصحي اذن هو تزويد الأفراد عن طريق وسائل الاعلام والاتصال بالمعلومات حول الممارسات الصحية والتي ترفع من مستواهم الثقافي ووعيهم الصحي، وبالتالي حثهم على تغيير آرائهم واعتقاداتهم حول المفاهيم الخاطئة لديهم في المجال الصحي، وبفضل التثقيف الصحي يمكن تغيير السلوكيات الصحية غير السليمة

ويشتمل التثقيف الصحي :

- اعلام الناس عن الصحة والمرض إضافة إلى تعريفهم بطرق حماية صحتهم.
- مساعدة الناس على تعلم المهارات الضرورية لتبني ممارسات ونظم حياة صحية وكيفية المحافظة عليها وتغيير بعض السلوكات المضرة بالصحة عن اقتناع بمدى خطورتها.
- يمس التثقيف الصحي المسؤولين عنه، وذلك بتدعيم التعليم ومهارات الاتصال لديهم لأن الاتصال الفعال يجب أن يكون وفق شروط محددة. (بلبليدية ، 2018، الصفحات 147-148)إن الهدف من التثقيف الصحي هو تحقيق السعادة والرفاهية للمجتمع عن طريق بث الحس الصحي في نفوس الناس وتحفيزهم للنهوض بمحض إرادتهم للعمل على تحسين أحوالهم الاقتصادية والصحية والاجتماعية وترسيخ الشعور بالمسؤولية وتقويم سلوكيات الأفراد ورغباتهم وتوجيههم نحو الافضل وتطوير آفاق تفكيرهم وفرض شخصياتهم واحترامهم لتحقيق السلامة الصحية والعقلية والنفسية والاجتماعية للوصول إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي تندرج فيما يلي:
- توجيه المعلومة الصحية المستهدفة أو الصادقة لحماية المجتمع والأفراد من الأمراض والمشاكل الصحية.

- تعديل الأنماط السلوكية غير الصحيحة.
- القضاء على العادات السيئة.
- الوصول إلى قاعدة الفرد السليم يؤدي الى مجتمع سليم.
- التذكير باستمرار في كل موسم بالعادات والسلوك الصحي والمخاطر الموسمية مثل امراض الصيف والشتاء.
- تغيير مفاهيم المجتمع وقيمه فيما يتعلق بالصحة والمرض والمساعدة على ادراك مفهوم الصحة الحديث لكي يأخذوا على عاتقهم مسؤولية الاشتراك والمساهمة بالفعاليات والنشاطات الصحية بأنفسهم دون تحريك خارجي.
- تقويم السلوكيات والعادات غير المرغوب بها إلى عادات وسلوكيات مرغوب بها، وتوضيح أهمية وجود وجهود السلطات الصحية ومؤسساتها في مجال السهر على رفع المستوى الصحي والاجتماعي للمواطنين (المشاقبة، 2012، الصفحات 45-46).

من هنا تبرز أهمية التثقيف الصحي ودور وسائل الاعلام ، حيث تلعب وسائل الاعلام ونظرا للوظيفة الاعلامية والاقناعية التي تقوم بها دورا مهما في غرس هذه الثقافة الصحية، باعتبار أن المعلومات الصحية في الغالب ونظرا لدقة مصطلحاتها تحتاج الى التوضيح والتفسير لتكون مفهومة من قبل أفراد الجمهور المتنوع الشرائح العمرية والمستويات التعليمية، فيأتي الاعلام بمفرداته البسيطة لتحقيق وتنمية الوعي الصحي لأفراد المجتمع.

3. وسائل الاعلام ونشر ثقافة الوعي الصحي

تعتبر وسائل الاعلام باختلاف انواعها أحد أهم الوسائل التي يمكنها ان توفر أكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة والسليمة والتي تساعد الأفراد على تكوين آراء صائبة حول الامراض الصحية، فتمارس بالتالي تأثيرات مختلفة، ما يسهم في عملية التثقيف الصحي وعملية التوعية الصحية.

وفي هذا الاطار يعرف الاتصال الصحي بانه دراسة واستخدام استراتيجيات الاتصال الشخصية ، التنظيمية والاعلامية والتي تهدف الى الاعلام والتاثير على قرارات الافراد والجماعات بغية تحسين الصحة (Lise Renaud & Carmen Rico de Sotelo, 2007, p. 23).

ويرى العديد من الباحثين أن "التأثيرات الأساسية لوسائل الاعلام في الوقت الراهن تكمن في الجانب المعرفي عند الفرد بتقديمها معلومات جديدة تختلف عن معلوماته السابقة، وتغيير أو خلق صورة ذهنية عنده عن الأحداث أو المواقف أو الدول أو الأشخاص. وقد أصبح لوسائل الاعلام تأثير في الطريقة التي يدرك بها الناس الأمور، والطريقة التي يفكرون بها وفي سلوكهم نحو العالم الذي يعيشون فيه (سليماني و بلعسلة ، 2015، صفحة 171).

ونظرا لهذه التاثيرات التي اكدها الباحثون من خلال مجموعة من الدراسات، أصبح الاعلام في الوقت الحالي يميل الى التخصص، ما جعله أكثر تأثيرا ،حيث يكون مضمونه متخصصا فيما يتعلق بالمجال التخصصي الذي يتحدث عنه كالمجال الصحي، و يتوجه إلى جمهور محدد.

"من هنا فان الاعلام الصحي باعتباره ذلك النوع من الاعلام المتصف بالدقة والهادف الى نشر الثقافة الصحية ، يكون له دور مهم في تشكيل الوعي الصحي. وفي هذا الاطار "تعرف ناهد عبد الفتاح (2000) الوعي الصحي بأنه: قدرة الفرد على ترجمة المعلومات الصحية إلى سلوكيات صحية سليمة في المواقف الحياتية التي يتعرض لها، والتي من خلالها يستطيع المحافظة على صحته في حدود الامكانات المتاحة" (سليماني و بلعسلة ، 2015، صفحة 171).

يمكن الاعلام الصحي إذن الأفراد بالإلمام بالمعلومات السليمة والحقائق المتعلقة بالأمراض الصحية التي قد يتعرضون لها طيلة حياتهم وكيفية الوقاية منها، ما يسهم في التأثير على اتجاهاتهم.

فوفقا لتقرير معهد الطب institute of Medicine الصادر عام 2004 أن ما يقرب من نصف البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية (حوالي 90مليون فرد) يعانون من مشكلات في فهم المعلومات الصحية واستخدامها، وهو أدى إلى ارتفاع معدلات دخول المستشفيات والتردد على خدمات الطوارئ من المرضى محدودي الوعي الصحي. (سليماني و بلعسلة ، 2015، صفحة 170).

من هنا يبرز دور وأهمية وسائل الاعلام من خلال اللغة البسيطة والشرح البسيط والمتعمق في ذات الوقت في جعل افراد المجتمع، بمختلف شرائحهم العمرية ومستوياتهم التعليمية، يفهمون المعلومات الصحية، فيستخدمونها جيدا ما يجعلهم يرتقون صحيا وبالتالي أكثر وعيا .

لكن ما يجب الاشارة اليه هنا، ان توعية المجتمع في المجال الصحي لا يتوقف فقط عند عملية تزويد الأفراد بالمعلومات التي تفيدهم في الحفاظ على صحتهم، بل يتطلب الامر اعداد استراتيجيات اتصالية مدروسة تهدف الى جانب الاعلام تحقيق الاقناع ودفع المتلقين الى تغيير سلوكياتهم الصحية الضارة لصالح سلوكيات صحية ايجابية.

وتعتمد هذه الاستراتيجية على وسائل الاعلام بالدرجة الاولى، لكونها لها دورا مهم في خلق هذا الوعي وتكوين ثقافة صحية سليمة لدى افراد المجتمع. كما تعتمد ايضا على اعداد حملات اعلامية ذات منفعة عامة تكون معدة بطريقة مدروسة؟

فوسائل الاعلام متعددة ومتنوعة ولكل وسيلة اعلامية خصائص ومميزات تنفرد بها عن الأخرى، كما أن لكل وسيلة اعلامية خصائص هامة تكون أكثر تأثير إذا ما استعملت بطريقة صحيحة. وتعتبر وسائل الاعلام من أهم الوسائل التثقيفية والمساهمة في نشر الوعي، كما أن لها دور رئيسي وجوهري في غرس القيم والتأثير على السلوك الإنساني.

3. 1. الصحف والوسائل المطبوعة:

تسمح الكلمة المطبوعة بأن يتحكم في وقت وفرصة القراءة وبإمكانه إعادة الإطلاع على مضامينها بتأني، ولكنها تحتاج إلى مستوى ثقافي ومهارات معينة، وهذه الوسائل كان لها دور في التعبئة ومساعدة صانعي القرار، فمن خلال الجرائد الوطنية والجهوية وغيرها من المجلات، تمكنت بعض الدول من دعم

البرنامج الوطني لرعاية الصحة وتنميتها، وقد لعبت دورا كبيرا وذلك بنشرها للأخبار ، إعلانات، القصص والرسوم المتحركة لدعم الحملات الوطنية للتلقيح (شعباني، 2005، 2006،، صفحة 243).

إن الصحف المكتوبة تعتبر من أهم الوسائل والدعائم التي يمكنها أن تساهم في عملية التوعية الصحية، وهذا نظرا لخصائصها (اتساع التوزيع والكلمة المكتوبة) التي تمكنها من الوصول الى شرائح مختلفة في المجتمع، والى جانب الصحف تعتبر المجلات نظرا لتوجهها الى جماهير متخصصة (النساء، الرجال...الخ)، ونظرا لخصائص مقالاتها التي تكون بطريقة تحليلية وكذا توفر الالوان به بالاضافة الى طبيعة الورق الذي حرر عليه من بين الوسائل المساهمة في التوعية والتثقيف الصحي.

والى جانب الصحف والمجلات تعتبر الملصقات من بين احسن الوسائل الاعلامية التي يمكنها بكل سهولة وسرعة تحقيق التوعية والتثقيف الصحي، نظرا لما تتميز به من حضور مكاني دائم لفترات معينة، ما يجعل رسائلها اكثر قابلية لان يتم تلقيها من طرف الافراد بالمقارنة مع غيرها من الرسائل التي تعرض عبر الوسائل الاعلامية الاخرى.

3. 2. السينما:

والسينما ونظرا لخصائص العروض السينمائية من جهة وخصائص اللغة السينمائية من جهة أخرى، تعد هي الاخرى من بين اهم الوسائل التي يمكن التعويل عليها في عملية التثقيف الصحي والتوعية الصحية، بفضل مقدرتها الاقناعية النابعة من عملية التلقي التي يفرضها تتبع العرض السينمائي، حيث تجعل المتلقي يستغرق في مشاهدته للعرض، ما يجعله ينتبه لاغلب الرسائل المبثة.

3. 3. الإذاعة:

تسهم الاذاعة لاعتمادها على الكلمة المسموعة في نشر المعلومات وعملية التثقيف، وهذا راجع "لخصوصية البث الإذاعي الذي يسمح للمتلقي بالتعرض للراديو دون انقطاعه بغض النظر عما يؤديه من مهام وانشغالات، ونظرا لقوة الاستثارة الصوتية المستعملة في الإذاعة، فان تمرير الرسالة يكون سهل هضمه من قبل المتلقي لأنها تصبح جزءا من البرنامج الذي يتابعه لكنه ايضا يقلل من فرص الإقناع لانخفاض الانتباه، لذلك لا يكون فعالا إلا إذا كررت الرسالة لعدة مرات" (L.DEMONT, A.KEMOF, M.RAPIDEL, & C.SCIBETTA, 2000, p. 302)

وهناك عدة طرق لاستعمال الراديو لايصال رسائل صحية، كأن يتم التطرق الى المواضيع الخاصة بالصحة في الاخبار او عن طريق الحصص التربوية او الحوارات او المناقشات...

3. 4. التلفزيون:

يسهم التلفزيون بدرجة كبيرة في التوعية الصحية وعملية التثقيف الصحي، بفضل خاصيتي الصورة والكلمة المسموعة التي يرتكز عليها المضمون التلفزيوني . فمن خلال البرامج الاخبارية يتمكن القائم بالاتصال بمعالجة المواضيع المتعلقة بالمجال الصحي بنوع من التحليل الامر الذي يساعد في تبسيط المعلومات الصحية ما يسهل عملية استيعابها وبالتالي تبني السلوكيات الصحية السليمة.

ومن خلال البرامج الترفيهية يمكن أيضا تنمية الثقافة الصحية، وهذا ما اكدته الكثير من الدراسات، من بينها دراسة" حول دور الدراما التلفزيونية في تنمية الوعي الصحي" (نايلي، 2015-2016،

صفحة 66) التي توصلت الى كون الدراما الطبية قد ساهمت بشكل كبير في تنمية الثقافة الصحية، نظر لاستخدامها مصطلحات بسيطة مفهومة لدى عامة الناس، كما جعلتهم يستفيدون منها في مجالات عدة كالاسعافات الأولية والارشادات والتعليمات الطبية والتعرف على بعض الأمراض والوقاية من بعضها".

كما خلصت دراسة ميدانية أخرى حول "أثر التلفاز في التوعية بأخطار تعاطي المخدرات وإدمانها، إلى أن 82,6% من أفراد العينة يعتبرون التلفاز وسيلة توعية جيدة" (الشهري، 2004، صفحة 73).

3. 5. الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي:

"أدت الإنترنت إلى تطوير أنواع معينة من طرق الاستقبال، من الناحية التقنية، وذلك من خلال الجمع بين الصور الثابتة، الصور المتحركة والنصوص والأصوات، وكذا المشاركة السلوكية للمستخدم من خلال استخدامه للفارة ولوحة المفاتيح هذه الخاصية التي تنفرد بها الانترنيت عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى، ومن ناحية أخرى وعلى المستوى السيميائي، فانه على عكس التلفزيون والسينما أو الراديو،فان الشخص المبحر على النت والذي يستقبل ويحلل المضمون الذي يتعرض له " (Didier Courbet، Marc Vanhuele، و Frederic Lavigne، 2012)

ان الانترنيت حاليا أصبحت من بين أهم الفضاءات الاتصالية المستخدمة للاتصال مع الجماهير المختلفة، باعتبارها وسيلة اتصالية شاملة، حيث ساعدت في تقريب المسافات، وجعلت المعلومة متاحة أمام الجميع بسهولة ودون تفرقة. وتعتبر ايضا من بين أهم الدعائم الضرورية لتحقيق التوعية في المجال الصحي والتوعية بالحقوق.

4. الحملات الاعلامية والوعي الصحي

الى جانب المضامين المختلفة لوسائل الاعلام (من مقالات وأفلام، ومسلسلات، وبرامج...)، والتي غالبا ما تستهدف التوعية والتحسيس بالامراض الصحية، تعتبر الحملات الاعلامية أحسن وسيلة للتوعية، حيث أصبحت خصوصا منذ سنوات السبعينات من بين الوسائل المهمة في التوعية من الأمراض الاجتماعية، وتغيير السلوكيات الضارة، بعد أن أثبتت هذه الحملات امكانية إحداثها تأثيرات على الأفراد المتلقين، و تغييرات على المستويات السلوكية والانفعالية والمعرفية لديهم.

وللاشارة فقد تم الانطلاق في الاعتماد على الحملات الاعلامية الوقائية في مجال الصحة بشكل تدريجي منذ عدة عقود كأحد طرق التدخل الرئيسية في الصحة العامة. هذا في كل من البلدان المتقدمة والنامية، حيث تضطلع بها السلطات الصحية و الجمعيات والمنظمات غير الحكومية الوطنية والدولية، مثل وحدة التسويق الاجتماعي داخل وزارة الصحة الكندية عام 1981 ، والمركز الوطني للتسويق الصحي في المراكز الأمريكية لمكافحة الأمراض عام 1984 ، ومركز التسويق الاجتماعي الوطني في إنجلترا عام 2006 وحتى المنظمة العالمية للصحة (Arwidson, 2014, p. 25).

ومن الناحية التاريخية فان عملية تقييم أوائل الحملات تمت من خلال مقارنة مناطق تم تعريضها للحملات الاعلامية مع مناطق غير متعرضة للحملات، ومن بين هؤلاء الباحثين الذي قاموا بذلك الاسترالي "إيغر Egger" وهو أحد الرواد في هذا المجال، والذي قام بمقارنة حملة اعلامية مناهضة للتبغ وهذا في العديد من المدن، حيث عرض مدينة الى الحملة، وعرض مدينة اخرى الى الحملة واضاف

اليها نشاطا مجتمعيا داعما لها ، وترك مدينة احرى دون اي تعريض لمراقبة النتائج. لاحظ "ايغر" انخفاظ في استهلاك التبغ بنسبة حوالي 12% في المدينة الاولى وهذا بعد ثلاث سنوات من تعريضهم للحملة، وبنسبة 16% في المدينة الثانية وهو ما ابرز اهمية التعاون ما بين وسائل الاعلام والانشطة المحلية لتحقيق احسن نتائج ، هذا ولاحظ ذات الباحث انخفاض بنسبة 5 % في المدينة الضابطة اي المدينة الاخيرة (Arwidson, 2014, p. 27).

وحسب الباحث "سنيدر Snyder 2007" ،وذلك على خلفية دراسة أجراها لأجل التعرف على فعالية الحملات الاعلامية الخاصة بالتوعية الصحية، ارتكزت على تحليل حوالي 500 دراسة، فان جعل الافراد (من خلال الحملات الاعلامية) يتبنون سلوك جديد يكون أسهل من دفعهم الى التوقف عن سلوك يحمل خطورة، وأن تعديل العادات (التي يتم القيام بها يوميا وفي كل الاوقات) هو أكثر صعوبة من جعل الافراد يتبنون سلوكا يقومون به مرة واحدة , (Jean-Michel Costes & Aurélie Wellenstein 2014, p. 69).

من هنا يمكن القول أنه وان كانت الانشطة الاتصالية المختلفة عبر وسائل الاعلام المتعددة يمكنها توفير الكم المعرفي للأفراد المتلقين ما يدفع الى التغيير، فان الحملات الاعلامية ونظرا لارتكازها على العناصر الحجاجية المتضمنة بالرسائل الاتصالية المرسلة وذات الاهداف المحددة، هي من أنجع الوسائل التي تهدف الى تغيير السلوكيات، وبالتالي تحقيق التوعية في المجال الصحي.

ومن الجدير الاشارة هنا أن تحقيق التثقيف الصحي وكذا التوعية الصحية مرتبط بمجموعة من العوامل نذكر أهمها:

- عوامل مرتبطة بالرسالة الاتصالية الهادفة الى تحقيق التوعية والتثقيف الصحي، والتي يجب أن تكون معدة بطريق تتناسب مع خصائص الموضوع الصحي الذي تعالجه (التغذية السليمة، التدخين، المخدرات...) فكل موضوع يتطلب طريقة معينة في عملية الطرح هذا من جهة، ومن جهة اخرى يجب على لغة الرسالة الاتصالية ان تتناسب مع خصائص الجمهور المستهدف.
- عوامل مرتبطة بالجمهور المستهدف بالرسالة الاتصالية الهادفة الى التوعية الصحية، فهذا الجمهور متعدد الخصائص الديمغرافية والنفسية والثقافية... وهو ما يجب اخذه بعين الاعتبار عند توجيه أي رسالة اليه، لان ذلك سيؤثر بالإيجاب او السلب في تقبل مضمون الرسالة الاتصالية وتبني ما تدعو اليه.
- عوامل مرتبطة بالوسيلة الاعلامية حامل الرسالة الاتصالية، والتي يجب تكون كفئة لإيصال مضمون الرسالة الاتصالية الهادفة الى التوعية الصحية، وكذا متناسبة مع خصائص الجمهور المستهدف.
- عوامل مرتبطة بمصدر الرسالة الاتصالية والذي يجب ان يتمتع بالمصداقية والا فان الرسالة سيتم رفضها ولن تحقق الغرض الذي تسعى الى تحقيقه.

5. الحملات الاعلامية والوعي الصحي

برز مفهوم الاعلام الصحي بدأ من العقد التاسع من القرن الماضي، وقد جاء مفهوم الاعلام الصحي ليعكس مجموعة متداخلة من النشاطات والفعاليات المنظمة والمخططة التي تتضمن مزيجا متوازنا من العمليات الاعلامية والتعليمية والاتصالية بهدف خلق تغيير في اتجاهات وممارسات الجمهور المستهدف. (المشاقبة، 2012، صفحة 143)

وعلى العموم يتمثل دور الاعلام الصحي في:

- توفير المعلومات المتعلقة بالمجال الصحي لأفراد المجتمع، وبالتالي رفع المستوى المعرفي لديهم.
- توجيه آرائهم وتغيير مفاهيمهم الخاطئة حول الممارسات الصحية.
- رفع مستوى وعي الأفراد في المجال الصحي وهذا عن طريق التعريف بالامراض الصحية وكيفية الوقاية منها او علاجها.
- تفعيل دور الأفراد في المجتمع فيما يتعلق بكيفيات التعامل مع الامراض الصحية.

ويرى الباحث " محمد الحفناوي" أن هذا الاعلام الصحي "يمكنه أن يقوم بالحفاظ على صحة الانسان لاحداث التنمية الصحية المبتغاة وبالتالي التنمية الشاملة التي هي هدف المجتمع عن طريق: نشر الوعي الصحي(وذلك عن طريق ايجاد الوعي، المساعدة على اكتساب المعرفة والاتجاهات) وكذا التأكيد على تنمية الوعي الصحي (من خلال مساعدة الافراد على اعتناق وتبني أنماط جديدة من السلوك الصحي السليم، وتهيئة الفرصة لكل فرد ليكتسب المعارف والمعلومات والقيم والاتجاهات الصحية السليمة للحفاظ على صحته بالاضافة الى التاكيد على ضرورة التعاون والتنسيق بين الافراد والجماعات والوزارات والهيئات والمؤسسات المعنية بالصحة وكذا تنمية الاهتمام بمدى الترابط الموجود بين الصحة وبين مكونات كل جوانب الحياة المختلفة)." (الحفناوي، 2014، الصفحات 163-164)

وما تجدر الاشارة اليه هنا ان عملية نشر الوعي الصحي لا تتم بطريقة واحدة من قبل القائمين على الاعلام، وانما من خلال أشكال تعبيرية مختلفة في اطار الوظائف العديدة التي يسعى الاعلام الى تحقيقها، فمن خلال الوظيفة الاخبارية يتم تشكيل ونشر الوعي الصحي من خلال تزويد الافراد بالمعلومات والاخبار الحقيقية، وتعتبر وظيفة الترفيه وعاء آخر لتقديم المعلومات والمعارف بطريقة تعبيرية غير مباشرة ولكن في الغالب فعالة، لأن الفرد وأثناء تلقيه للبرامج الترفيهية يكون في حالة نفسية متقبلة للاقناع ، لانه غالبا ما يبحث عن البرامج الترفيهية لاجل الترويح عن نفسه او هروبا من الواقع الذي يعيشه والمليئ بالمشاغل والضغوطات، وهكذا تكون مثل هذه البرامج الاحسن في عمليات التوعية والتثقيف في شتى المجالات بما في ذلك الصحية.

6. الوعي الصحي في ظل البيئة الاعلامية الجديدة

مع ظهور الانترنت، وتطورها، أصبحت الانترنت من بين أهم الفضاءات الاتصالية المستخدمة للاتصال مع الجماهير المختلفة، باعتبارها وسيلة الوسائل، حيث ساعدت في تقريب المسافات، وجعلت المعلومة متاحة أمام الجميع بسهولة ودون تفرقة.

وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت مع الجيل الثاني للانترنت من ضرورات الحياة الانسانية ، وحلقة وصل بين المؤسسات وجماهيرها، وهذا نظرا لخصائص هذه الفضاءات الجديدة المتميزة بالحرية في ابداء الاراء ومناقشتها، بالاضافة الى ميزتي التفاعلية والمشاركة والتي مكنت الفرد من تلقي المعلومات ومشاركتها مع غيره من أفراد ينتمون إلى جماعاتهم الافتراضية وحتى الحقيقية.

وتنبع أهمية هذه الشبكات في خصائصها وما تمتلكه من مميزات ، ما جعلها تنافس الوسائل الاعلامية التقليدية، وبسبب هذه الخصائص وأخرى تحضا شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها "الفايسبوك" بأهمية بالغة في الوقت الراهن من طرف أغلب أفراد المجتمع خصوصا الشباب منهم، فقد أصبحت الى جانب كونها فضاء لتبادل الاراء والافكار والحوار والنقاش تقوم بصناعة قيم جديدة أو تأييد قيم موجودة وتدعيمها ، كما اصبحت تساهم في تشكيل قضايا الراي العام وفي توعية المجتمعات من الأمراض الصحية والنفسية الاجتماعية المختلفة.

ولعل هذا الواقع الذي فرضته تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، أثر في المنظومة المجتمعية وفي شتى مجالات الحياة المختلفة، وغير طبيعة العلاقة التي كانت تربط الأفراد فيما بينهم، كما احدث تحولات كثيرة. فقد أدى إلى توجه جزء كبير من جمهور وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية إلى الانترنت وما تتيحه من خدمات وتطبيقات ومواقع للتواصل الاجتماعي.وقد أصبح هذا الجمهور يلجأ الى هذه المواقع للترفيه وللتزود بالاخبار والمعلومات وحتى من أجل التثقيف والتوعية حول المواضيع التي تهمه في شتى المجالات الحياتية، والتي تعتبر الصحة أحد أبرز القضايا التي يهتم بالاستعلام حولها عبر هذه الفضاءات الجديدة، بدليل كثرة الصفحات التي تتناول مواضيع خاصة بالصحة، وكذا ارتفاع عدد مشتركيها.

وتسعى المؤسسات القائمة على التوعية الصحية سواء كانت حكومية أو خاصة في شتى بلدان العالم، إلى استخدام شبكة الانترنت وما توفره من خدمات وتطبيقات من أجل تحقيق ذلك، وهذا بعد تأكد هذه المؤسسات من التأثيرات الهامة التي أصبحت تمارسها هذه الأخيرة، بحيث تسهم في حالة الإعداد الجيد لإستراتيجية الاتصال إلى إحداث تغييرات سلوكية ملحوظة.

وحاليا هناك العديد من الصفحات والمجموعات عبر موقع الفايسبوك التي تهتم بنشر المعلومات الصحية والتي أخذت على عاتقها مسؤولية رفع الوعي الصحي لأفراد المجتمع، كما توجد أيضا العديد من التطبيقات أطلقها أفراد عاديون وحتى أحيانا منظمات حكومية تعنى بالأمر ذاته، لكن ما يؤخذ على هذا الاعلام الجديد انه قد لا يؤدي الى تحقيق نتائج ايجابية كبيرة، نظرا لخصوصيات هذه المنصات أين يتطلب الامر للحصول على المعلومات ان يقوم الفرد بالاشتراك في الصفحة أو الانضمام الى المجموعة، أو تحميل التطبيق، وبالتالي فان تحقيق الأثر (سواء بالحصول على المعلومة أو التوعية وتغيير السلوك) يكون مرتبطا بالرغبة الأولية للفرد في المجتمع بتغيير السلوك الصحي غير السوي .

7. خاتمة

يعتبر الاعلام الصحي ونظرا لما يعيشه المجتمع اليوم من أمراض ومشاكل صحية تؤثر على باقي نواحي الحياة من جهة، ونظرا لتفشي الطرق التقليدية في العلاج لدى أفراد المجتمع والمضرة في الغالب بصحة الانسان من جهة أخرى، من بين أهم الوسائل التي يجب أن تحضا بالدعم من قبل صناع القرار والقائمين بالاتصال على مستوى وسائل الاعلام العمومية والخاصة على حد السواء، وهذا لا يكون الا من خلال ما يلي:

-السعي الى تكوين الصحفيين في مجال الصحة حتى يتمكنوا من نقل المعلومات المتعلقة بالمجال الصحي كما هي دون تشويه لها، وبالتالي يتمكنون من اقناع المتلقين للمضامين الاتصالية وحثهم على تغيير سلوكياتهم الصحية غير السوية.

- تخصيص مساحة معينة دائمة للاعلام الصحي والتوعية والتثقيف الصحي ضمن الشبكة البرامجية لوسائل الاعلام باختلاف انواعها (صحف، اذاعة، وتلفزيون).

- السعي الدائم الى اعداد حملات اعلامية للتوعية بالامراض الصحية وتعليم الافراد اسس الوقاية الصحيحة من الامراض، وتدعيمها بتنظيم محاضرات ومؤتمرات تجمع بين المختصين في الطب والمختين في الاعلام والاتصال وباقي المجالات العلمية تحقيقا للتوعية الصحية في أواسط أفراد المجتمع.

8. المراجع

1. بسام عبد الرحمن المشاقبة: **الاعلام الصحي**،ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012

2. بلبليدية فتيحة نور الهدى. (أكتوبر, 2018).**الاعلام المحلي ودوره في تثقيف وتنمية الوعي الصحي للجمهور المستهدف**، في/ مجلة الحكمة الاعلامية والاتصالية، جزء 6، رقم1، (https://www.asjp.cerist.dz/en/article/65394)

3. سليماني جميلة، بلعسلة فتيحة. (سبتمبر 2015). **مستوى الوعي الصحي بمخاطر متلازمة المباني المريضة لدى عينة من ربات البيوت (دراسة ميدانية)**، في/ مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 20، https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-20-ssh/2575-numer20

4. شعباني مالك. (2005، 2006) **دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي ، دراسة ميدانية بجامعتي قسنطينة وبسكرة**، رسالة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر،

5. طه عبد العاطي نجم. (2013).**الاعلام والمجتمع**، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية

6. ظافر بن سعد بن عبد الله الشهري. (2004). **دور الاتصال والاعلام في تشجيع المدمنين على التقدم طوعا للعلاج، دراسة ميدانية على المدمنين المتقدمين طوعا للعلاج في مستشفى الامل بمدينة الرياض**، مذكرة ماجستير في العلوم الشرطية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية

7. محمد الحفناوي. (2014). **الصحافة والتوعية الصحية**،ط1، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع

8. نايلي سماح. (2016). **دور الدراما التلفزيونية في تنمية الوعي الصحي لدى طلبة الجامعة، دراسة ميدانية بجامعة العربي التبسي –تبسة-** مذكرة ماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، شعبة اعلام واتصال، الجزائر

9. L.DEMONT- A.KEMOF- M.RAPIDEL- C.SCIBETTA (2000). **Communication des entreprises : stratégies et pratiques,** Nathan,

10. Pierre Arwidson .(2014) .**Communication et marketing en santé publique**, presses de sciences Po ; les tribunes de la santé,n 45, (https://www-cairn-info.www.sndl1.arn.dz/revue-les-tribunes-de-la-sante-2014-4-page-25.htm)

11. Lise Renaudet Carmen Rico de Sotelo .(2007). **communication et santé ; paradigmes concurrents**, en/santé Publique, vol 19 , (https://www-cairn-info.www.sndl1.arn.dz/resultats_recherche.php?searchTerm=communication+et+sant%C3%A9%3A+des+paradigmes+concurrents&searchTermStored=all) consulté le 25/03/2018

12. Didier Courbet, Marc Vanhuele et Frederic Lavigne : **Les effets persuasifs de l'e-publicité perçue « sans conscience »** en vision périphérique, Implications pour les recherches sur la réception des medias,(2012). Texte intégral en libre accès disponible depuis le 21 mars, , 13.10.2014http://questionsdecommunication.revues.org.www.sndl1.arn.dz/1100

13. Jean-Michel Costeset Aurélie Wellenstein .(2014/3). **LES CAMPAGNES DE COMMUNICATION SUR LES DROGUES SONTELLES EFFICACES ET UTILES ?**, De Boeck Supérieur| « Psychotropes » , Vol. 20Article disponible en ligne à l'adresse : https://www.cairn.info/revue-psychotropes-2014-3-page-55.htm (le 11/03/2019)