

مواقع التواصل الاجتماعيّ أوعية جديدة لنشر الوعي الصحيّ - صفحة التفاح الأخضر على الفايسبوك أنموذجاً-

Social networking sites new pools to spread health Awareness Green Apple page on Face book model

تاريخ القبول: 2020-04-12

تاريخ الإرسال: 2019-02-11

نورالدين مبني، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2

mebni@hotmail.com

كترّة حامدي، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2

lasledj.kenza@gmail.com

المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة معرفة الأدوار التي أضحت تلعبها شبكات التواصل الاجتماعي (مواقع التشبيك الاجتماعي) بصفة عامة وموقع الفايسبوك بصفة أساسية، وعلاقته ببناء وتنمية الوعي الصحي وغرس المفاهيم الصحية، حيث تمحورت إشكالية دراستنا في مختلف الوظائف الاجتماعية التي يمكن أن تساهم بها مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الصحية. وتأسيساً على ما تقدم وبغية الوصول إلى نتائج محددة قمنا بأخذ عينة من صفحة البرنامج الصحي (التفاح الأخضر) على الفايسبوك، محاولين بذلك الكشف عن مختلف هذه الأدوار وفي ذلك قمنا باتباع المنهج الوصفي التحليلي واعتماد أداة استمارة تحليل المضمون.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الوعي الصحي، الفايسبوك، البرنامج الصحي.

Résumé

Le but de cette étude est d'essayer de comprendre le rôle joué par les réseaux sociaux (Sites des Réseaux sociaux), principalement le site Facebook, sa relation avec la sensibilisation aux questions de santé, son efficacité dans la diffusion et le développement et inculquer des concepts de sensibilisation à la santé. La problématique de notre étude a porté sur le rôle joué par les réseaux sociaux dans le développement de la sensibilisation vis-à-vis de la santé, et afin d'obtenir des résultats spécifiques, nous avons prélevé un échantillon de la page du programme de santé « Pomme Verte » sur Face book, en suivant l'approche analytique descriptive pour une analyse du contenu.

Mots clés: Sites des Réseaux sociaux, sensibilisation à la santé, Face book, programme de santé

Abstract

This study seeks to understand the role of social networks and mainly Facebook in establishing and developing health sensitization and implanting health concepts. It focuses on the various social functions that social media sites can contribute to spread health culture. In order to reach this objective, we took a sample from the health program page (Green Apple) on Facebook and we tried to reveal these various roles through the descriptive analytical approach and the content analysis form tool.

Keywords: Social Network Sites, health sensitization, Face book, health program

مقدمة

1946م كوكالة متخصصة بهدف وصول جميع الشعوب إلى أرفع مستوى صحي ممكن على أساس أن تتولى مسؤولية الإشراف على البرامج الصحية المطبقة على مستوى العالم، ودعم تلك البرامج في الدول النامية، خصوصاً المتعلقة بالوقاية من الأمراض، باعتبارها من الجوانب المؤثرة في المحافظة على صحة البشر. فالكثير من أسباب المرض ليست مرتبطة فقط بالتكوين الجسماني للإنسان، بل إن الكثير منها متصل اتصالاً وثيقاً بالمحيط الذي يعيش فيه الفرد، وكذلك بالأسرة والمجتمع، وهو ما يعرف بمفهوم الرعاية الصحية الأولية الذي يعد أفضل وسيلة لتحقيق هدف الصحة للجميع. وقد نادى مؤتمر -آلماتا العالمي الذي نظّمته منظمة الصحة العالمية بالاشتراك مع منظمة الأمم المتحدة للطفولة (اليونيسيف) في عام 1978م بالاتحاد السوفيتي (سابقاً) بأن تكون الخدمات الصحية شاملة متكاملة تعنى أولاً بتحسين صحة الناس وتطويرها ووقايتهم من الأمراض وتقديم العلاج لمن يحتاج إليه وتأهيل المصابين والمعاقين. كما حدد المؤتمر قائمة إرشادية من ثمانية عناصر تعتبر الحد الأدنى من مجموعة الخدمات المتكاملة التي تقدم للمواطنين وأولها التوعية والتثقيف الصحي للأفراد والمجتمع عن مشاكلهم الصحية والاجتماعية.¹

وقضية الصحة تعد من أهم القضايا اهتماماً في الآونة الأخيرة وأصبحت من الأولويات لأي مجتمع يصبو لوقاية الأفراد من الأمراض والهلاك والحرص على سلامتهم والحفاظ عليهم. خاصة في ظل ما يعاني منه المجتمع من انتشار للأمراض الذي يرجع بالدرجة الأولى إلى نقص الوعي الصحي وهذا ما أثبتته تقرير منظمة الطب institute of medicine الصادر عام 2004 أن ما يقرب من نصف البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية يعانون من مشكلات في فهم المعلومات الصحية واستخدامها وهو ما أدى إلى ارتفاع معدلات دخول المستشفيات والتردد على خدمات الطوارئ من المرضى محدودي الوعي الصحي.²

وهذا ما دفع إلى تكاثف الجهود لنشر الوعي الصحي الذي يؤدي دوراً هاماً في رفع مستوى الصحة العامة لدى أفراد المجتمع نظراً لأهميته، فقد اعتبره العلماء والأطباء بأنه الوسيلة الفعالة والرئيسية التي تساهم في توعية المجتمع من جهة وتحسين مستوى الصحة من جهة أخرى، ومنه يمكن

مع انتشار مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي بين الأفراد ومنظمات الأعمال بشكل كبير على مدى السنوات القليلة الماضية تنوعت أشكال تلك الشبكات الاجتماعية وأهدافها، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين كالمجال الصحي مثلاً.

ومن أهم هذه الفضاءات الشبكات الاجتماعية في المجال الصحي التي تُعد تطبيقات لها استعمال معتبر لتعدد وتنوع الخدمات التي توفرها، حيث تتيح التواصل مع الآخرين وتبادل المعارف والخبرات، وأصبحت مئات الصفحات على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي مرجعية يمكن الاعتماد عليها في تكوين الوعي الصحي وعليه فالدراسة الحالية تحاول البحث في الآثار النفسية والمعرفية والاجتماعية للشبكات الاجتماعية على اتجاهات وسلوكيات المستخدمين ودورها في نشر الوعي الصحي في الجزائر.

إشكالية الدراسة

تُعدّ شبكات التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالتشبيك الاجتماعي -أو social media عبر الانترنت وأشهرها على الإطلاق فيسبوك، تويتر، يوتيوب- من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، ورغم أنّ هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد لكن استخدامها امتدّ ليشمل مختلف النشاطات من خلال تداول المعلومات، إلا أنّ دور شبكات التواصل الاجتماعي لم يعد يقتصر على بث وتداول المعلومات وتبادل الآراء وربط وتكوين الصداقات في إطار المواضيع ذات الاهتمام المشترك، بل تعددت مبادئها ومجالاتها واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا أخرى ذات نطاقات وأبعاد مختلفة كتفعيل المشاركة السياسية ونشر وتنمية الوعي السياسي وتشكيل الرأي العام، بالإضافة إلى جوانب أخرى اقتصادية اجتماعية ثقافية وحتى إنسانية تهدف إلى التوعية والإرشاد كقضايا الصحة بصفة عامة والوعي الصحي بصفة خاصة باعتبار أنّ هذا الأخير أحد متطلبات التنمية في المجتمعات، فنظراً لأهميته أنشأت هيئة الأمم المتحدة منظمة الصحة العالمية في عام

ما الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي؟

ويندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي نوعية المضامين الصحية التي تعرضها صفحة التفاح الأخضر عبر الفايسبوك؟

- ما هي أساليب النشر في صفحة التفاح الأخضر على الفايسبوك؟

- فيم تتمثل أهداف منشورات صفحة التفاح الأخضر عبر الفايسبوك؟

- ما هي القيم التي تسعى منشورات التفاح الأخضر إلى ترسيخها عبر الفايسبوك؟

- ما هي الاستمالات الإقناعية المستخدمة في منشورات التفاح الأخضر؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع الذي يحظى بأهمية بالغة في عالمنا المعاصر ، خاصة بعد ارتفاع معدلات المشاكل الصحية وازدياد المخاطر الناجمة عنه ، هذا الوضع الذي فرض على المجتمع الدولي تضافر الجهود لمواجهة التحديات بما فيها وسائل الإعلام بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة ، والتي تسعى إلى نشر التوعية الصحية كأداة لتعزيز الصحة وأحد العوامل المهمة لمساعدة الإنسان على التمتع بها وحجر الزاوية في التغيير الإيجابي لسلوك الأفراد والمجتمعات.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- تأسيس إطار نظري عن الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالمجال الصحي.

- تحديد مدى وجود وعي بأهمية الشبكات الاجتماعية واستخداماتها في المجال الصحي باعتبارها أوعية جديدة في نشر الوعي الصحي.

هيكلية البحث: للإجابة عن تساؤلات الدراسة تم تقسيم البحث إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول: مدخل مفاهيمي نظري

القول إنَّ الوعي الصحي يعتمد على وسائل الاتصال بشكل مباشر من أجل التأثير على المجتمع وتخليص الناس من العادات والتقاليد القديمة غير السليمة وتحريرهم من الجهل والتخلف العلمي والاجتماعي وخلق أفراد ذوي مستوى عال من الوعي والمعرفة بالحقائق العلمية الخاصة بالصحة من أجل عدم الوقوع في المشاكل الصحية والأمراض.

فقد شهد الوعي الصحي تطورا مستمرا من حيث الوسائل والأشكال فتغير بتغير وسائل الاتصال والنظم الاجتماعية فأصبحت عملية الوعي الصحي تستخدم وسائل الاتصال الجماهيرية مثل التلفزيون والإذاعة والإعلام الإلكتروني والذي تمثل شبكات التواصل الاجتماعي جزءا منه.³

وتعدّ هذه الأخيرة أي مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي اثبتت إمكانيتها في نشر الوعي الصحي وهذا انطلاقا مما توصلت إليه بعض الدراسات حول دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور. فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت دعائم يعتمد عليها كوسيلة منفردة أو كدعامة لوسائل اتصالية أخرى (التلفزيون ، الإذاعة ...)، خاصة في المنافسة الكبيرة التي تشهدها البرامج الصحية في القنوات الفضائية التي تفرض عليها مواكبة التطور الحاصل في ظل طغيان الانترنت كوسيلة حديثة عن باقي الوسائل التقليدية الأخرى من حيث نسبة المشاهدة وهذا بهدف الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور. ويمكن القول إنَّ هذا ما دفع ببعض البرامج الصحية كبرنامج التفاح الأخضر الذي يعرض على قناة mbc إلى النظر في ضرورة تواجده على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والموقع الأكثر شعبية الفايسبوك بصفة خاصة ، ومنه تكمن إشكالية دراستنا في معرفة إمكانية هذه المواقع في تنمية الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع في ظل الوضع الصحي الذي يشهده العالم ككل والوطن العربي خاصة.

وسنحاول في هذه الدراسة تسليط الضوء على دور صفحة البرنامج الصحي العربي التفاح الأخضر على مواقع التواصل الاجتماعي(الفايسبوك)في تنمية الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع. وبناءً على ما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي:

تعريف الفيسبوك

يعرف قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media and communication بأنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي، أُسس سنة 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.⁶

وعرفه sherry kinkophgunfer بأنه أحد مواقع الشبكات الاجتماعية، يمثل مجتمعا دوليا على الانترنت، وهو كل مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو وغيرها من المعلومات، والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وغيرهم.⁷

تعريف الوعي الصحي

يعرفه الدكتور عبد الله بن عبد العزيز الشلهوب بأنه جملة التصورات والمعتقدات والرؤى التي تعين الإنسان في حياته وتحدد سلوكه، ويقصد به إمام الناس بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي هو الممارسة عن قصد نتيجة الفهم والإقناع.⁸

ويقصد هنا بالوعي الصحي الإدراك القسدي من طرف الأفراد بالمعلومات الصحية التي تساعدهم على المحافظة على صحتهم وامتلاك نوع من المسؤولية تجاه أنفسهم وغيرهم.

الإعلام والاتصال الصحي: هو نمط اتصالي موضوعه الأساس الطب والصحة يتم عبر وسائل اتصالية مختلفة ويتوجه إلى جمهور يجمع بين المتخصصين في المجال الطبي وعامة الناس سواء كانوا مرضى أو لا، ويقوم مركزا على المعلومات الطبية الصحيحة التي يتم تعميمها وتبسيطها وإتاحتها على نطاق واسع بهدف توسيع المعرفة الطبية ونشر الثقافة الصحية التي من شأنها تعديل أو تغيير سلوكيات الأفراد نحو ما يحفظ سلامتهم ويحقق رفاهيتهم.⁹

فالإعلام الصحي هو شكل من أشكال الإعلام المتخصص الذي يهتم بدراسة القضايا المرتبطة بالصحة وتقديم الأخبار حول مختلف القضايا والأحداث الطبية والصحية بهدف توجيه الأفراد وتوعيتهم وتثقيفهم وتعليمهم.

* مفاهيم الدراسة.

* مواقع التشبيك الاجتماعي والوعي الصحي.

* منظور الدراسة.

المحور الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

المحور الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة.

المحور الأول: مدخل مفاهيمي نظري

مفاهيم الدراسة

يمثل المفهوم العنصر الأساسي الذي تتكون منه المعرفة العلمية بأشكالها ومستوياتها المختلفة والمفهوم عبارة عن رمز أو فكرة تعبر عن أشياء في الواقع أو الذهن وعليه فإنّ المصطلحات التي تضمنتها دراستنا تستوجب تحديدا لدلالاتها.

مواقع التشبيك الاجتماعي (Social Networking Sites):

هي مواقع تسمح للمستخدمين بامتلاك صفحة شخصية، ونشر ما يرغبون من مضامين (صور، وتسجيلات، ونصوص... الخ) وقد تزايد استعمال هذه المواقع بشكل مذهل، فهناك دراسة أعدها "ديوان الاتصالات البريطاني" تؤكد أنّ نموها السريع وانتشارها الحالي يشيران إلى أنها تقنيات الاتصال السائدة حاليا لكثير من الناس، إلى درجة أنّ من لا يملك صفحة خاصة يبدو منعزلا عن العالم.⁴

ويعرفها Danahm Boyd Nicole B Ellison بأنها

مواقع الكترونية تسمح للأفراد بإنشاء صفحة خاصة بهم يعرضون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام عدد كبير أو محدد من الأفراد وفقا لنظام معين يوضح فيه قائمة المستخدمين المشاركين في الاتصال مع إتاحة إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة ومعلوماتهم المتاحة.⁵

فالشبكات الاجتماعية إذن هي مواقع على الإنترنت يلتقي عبرها أشخاص أو جماعات أو منظمات تتقاطع اهتماماتهم عند نقطة معينة أو أكثر سواء تعلق الأمر بالقيم، الرؤى، الأفكار، الصداقة العلاقات، القرابة، الهواية، التجارة أو غيرها. فهي إذن مجموعة من العلاقات الاجتماعية المتنوعة، تربط أفرادا أو جماعات بروابط ثقافية أو اجتماعية أو تجارية، وغيره.

مواقع التشبيك الاجتماعي والوعي الصحي

إنّ ثنائية الإعلام والصحة تمثّل القاعدة التي يتأسس عليها الوضع الصحي في يومنا هذا، فالصحة مطلب إنساني مشروع والإعلام هو الوعاء الملائم الذي يساهم في الترويج لهذا المطلب الإنساني والتأكيد عليه على أرض الواقع حيث يدرك القائمون مسؤوليتهم اتجاههم، فعالم اليوم هو عالم الثورة الإعلامية حيث أصبح الإعلام بكلّ وسائله على اختلافها (المقروءة، المسموعة، المرئية) ملازماً لنا في كلّ لحظة من لحظات حياتنا وفي كلّ مكان، بل أصبح المشكّل والمهيمن على قيمنا وأفكارنا وقناعاتنا وعاداتنا وسلوكياتنا فهو المصدر الأول والأساسي لما يجري من أحداث ووقائع تدور حولنا (في كوكبنا)، ويساهم في توعيتنا لسلامة صحتنا فالمؤسسات الصحية أصبحت تعتمد بشكل كبير على الإعلام بوسائله على اختلافها كأوعية تحمل رسائلها التوعوية من خلالها إلى جمهورها وذلك بإدراكهم أنّ الإعلام هو الوسيط الأهمّ في تشكيل الرأي العام ونشر الوعي وغرس القيم وبناء عادات واتجاهات وبثّ المعلومات بصورة أسرع ومدى أوسع وتأثير أقوى¹⁰

أي أنّ وسائل الإعلام تقوم بممارسة الدور الحقيقي والفاعل في عملية التوعية الصحية ويستهدف الدور الذي تقوم فيه وسائل الإعلام على تنوعها- الإنسان في المقام الأول بوصفه المحرك لكل عناصر التنمية بهدف إعادة صياغة وتشكيل كثير من الأنماط السلوكية لدى الأفراد المكونين للمجتمعات-، وقد مثلت وسائل الإعلام الجديد محورا لعملية التواصل بالنسبة للأفراد والمؤسسات المعنية بالصحة،¹¹ حيث أكد الكثير من الخبراء التقنيين أنّ وسائل التواصل الاجتماعي تسيطر في الوقت الراهن على نحو 71 % من السوق الإعلامية والاتصالية عالميا، ولكل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي خصائصها ومميزاتها وتفرداها في نقل المحتوى المطلوب بثّه، ولكنها جميعا تتفق في سمة واحدة هي القدرة على تحقيق التواصل بين البشر دون حدود مكانية أو زمنية أو قيود على الحرية، وكذلك إمكانية نقل محتوى أي رسالة، سواء كانت مرئية أو صوتية أو مكتوبة ومعظم وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الخاصة بها يمكن الوصول إليها من أي مكان في العالم بعد أن تطورت شبكة الانترنت وأتاحت قدرا كبيرا من التفاعلية بين المستخدمين في

التواصل وإمكانية مناقشة العديد من القضايا. وقد أوضحت تتربع بحسب المتخصصين على وسائل التأثير الإقناعي أيا كان الهدف منها.¹²

فبالنسبة للأفراد مكنتهم هذه الوسائل من تحقيق إشباعات وحاجات في الحصول على المعلومات الصحية والوقائية لم يكن ممكنا الحصول عليها من أماكن أخرى وتحقيق التوعية الصحية من خلال المساحات الواسعة لتبادل الآراء والمناقشة التي وفرتها شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وهو أمر عجزت عن تحقيقه وسائل الإعلام التقليدية، وقدمت بيئة ملائمة لظهور التفاعلية وانتشارها، وأتاحت فرصة أكبر للمشاركة وبالتالي انعكس ذلك على مستوى الوعي الصحي من جانب الجمهور، كذلك مكنت الأفراد وبشكل عملي من اكتشاف اهتماماتهم، والبحث عن حلول لمشكلاتهم مع أشخاص آخرين مشابهين لهم، أو مروا بتجارب مشابهة فيقدموا خبرتهم وتجاربهم لهؤلاء الأشخاص، وإمكانية إرسال الرسائل الالكترونية عبر الشبكات الاجتماعية، وتقديم معلومات كاملة وفورية عن قضية من قضايا الصحة أو مرض من الأمراض، وبالتالي تسهيل عملية متابعة ما ينشر أو يبيث على المواقع الالكترونية عن هذا الموضوع.¹³

منظور للدراسة

للإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها قمنا بالاستعانة بمقاربتين نظريتين هما:

نظرية انتشار المبتكرات

يذكر "روجرز" أنّ الانتشار عبارة عن انتقال الأفكار والتكنولوجيات والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس، والانتشار مرتبط بالتجديدات والابتكارات، ويقاس مدى حداثة الفكرة بالبعد الزمني الذي استخدمت فيه لأول مرة، كما أنّ حداثة الفكرة هي التي تحدّد ردّ فعل الشخص اتجاهها.

ويحلل المهتمون عملية الانتشار إلى أربعة عناصر رئيسية، أولها التجديد والابتكار، ثانيها مجرى الاتصال ثالثها التنسيق الاجتماعي الذي يشير إلى مجموعة الأفراد المتباينين وهم معنيون بتحقيق هدف جمعي ويمثل الأفراد المؤسسات والمنظمات، والعنصر الرابع هو الزمن.

وتبحث هذه النظرية في ترتيب الأولويات أو وضع الأجنحة أو ترتيب الاهتمامات وتنطلق من قضية هامة وهي " أن وسائل الإعلام هي من يقوم بترتيب اهتمامات الجمهور من خلال إبراز القضايا التي تستحق، وإهمال قضايا أخرى. فيبدي الجمهور اهتمامه بهذه القضايا دون غيرها.¹⁶

وتقودنا هذه النظرية إلى التساؤل المتعلق بنوعية مضامين صفحة البرنامج التي يقوم القائم بالاتصال بإعداد أجنحتها بالتركيز على قضايا صحية معينة، وبناءً عليه وظفت هذه النظرية في إدراج بعض الفئات كفضة الموضوع، فئة التعليقات، فئة الأسئلة التفاعلية.

المحور الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

منهج الدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل مضمون عينة من برنامج صحي بهدف التعرف على الدور التوعوي الذي تلعبه الصفحة في المجال الصحي.

عينة الدراسة

عينة الدراسة هي: "جزء من مجتمع البحث الأصلي، يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الأصلي، وتحقق أغراض البحث وتعني الباحث عن مشقات دراسة المجتمع الأصلي"¹⁷

ونوع عينتنا في هذه الدراسة هي برنامج التفاح الأخضر كعينة قصدية وذلك يرجع إلى وجود البرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)، وشهرة الصفحة والتي ترجع إلى شهرة البرنامج واعتبارها مرجعا صحيا لعدد من الأشخاص وهذا ما يثبت عدد المتابعين الذي يصل إلى 16 مليون متابع.

وفي هذا الإطار قمنا بتحليل 59 منشور لبرنامج التفاح الأخضر على صفحته على الفايسبوك خلال شهر فيفري 2018.

أداة الدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون لدراسة ووصف وتحليل محتوى صفحة التفاح الأخضر على الفايسبوك. واعتمدنا على فئات تحليل المضمون التالية:

ويركز هذا النموذج على دراسة الرسائل الإعلامية ذات المضامين التنموية التي تهدف إلى مساعدة أفراد المجتمع لتغيير أنماط حياتهم، فمؤدج الابتكار يحتوي على فكرة أو ممارسة أو موضوع يدركه المتلقي على أنه شيء جديد. ويستند هذا النموذج على فكرة أساسها أن وسائل الإعلام "تستطيع في ظل ظروف معينة أن تؤثر تأثيرا مباشرا على الأفراد الذين يتعرضون لها، أو تستطيع أن تحدث التغيير المطلوب في معارفهم ومواقفهم واتجاهاتهم ومن ثم سلوكهم العلمي لتغيير أنماطهم المعيشية في الحياة، فالأفكار المستحدثة هي جوهر الاتصال التنموي كونها تستهدف تطوير عقلية المجتمع وتكوين الاتجاهات الإيجابية نحو برامج التنمية، على أن تتفق هذه الفكرة الحديثة والقيم والعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع، سواء كانت الفكرة في مجال الصحة أو تنظيم النسل أو الزراعة أو السياسة، كما أنها تُعدّ الاختبار الحقيقي لمعرفة ما إذا كان الفرد يقبل أسلوبا للحياة أكثر تعقيداً ومتقدماً تكنولوجيا وسريع التغيير.¹⁴

وتتمّ توظيف هذه النظرية في دراستنا للكشف عن أنواع المبتكرات الصحية والأفكار الصحية التي تمّ التركيز عليها.

نظرية ترتيب الأولويات

تتلخص فكرة نظرية ترتيب الأولويات بأنّ هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على قضية ما ودرجة الأهمية التي يبديها الجمهور لنفس القضايا، وهناك عوامل عديدة تؤثر في وضع المواد الإخبارية أو الموضوعات الصحفية على الصفحة أو الصفحات أو في إطار المساحات الزمنية أو الخرائط البرمجية في الراديو والتلفزيون أو عبر الوسائط الاتصالية الحديثة. بحيث يمكن أن نقرر نظريا وتطبيقا أنه اختبار مقصود وهادف للموقع والمساحة والشكل أو عوامل الإبراز المختلفة التي تضع حدودا تعبر عن مستوى اهتمام الوسيلة الإعلامية بإخبار إعلامية معينة أو قضايا أو موضوعات بذاتها.

وتفترض هذه النظرية أنّ وسائل الإعلام على تنوعها لا تستطيع أن تقدم جميع المواضيع التي يختارها فيها المجتمع، إنما يقوم القائم بالاتصال باختيار بعض هذه المواضيع التي يتمّ التركيز عليها والتحكم في محتواها وطبيعتها.¹⁵

ما هو ملاحظ في الجدول أعلاه وجود بعض العناصر التعريفية من اسم البرنامج (التفاح الأخضر) وألوان البرنامج (اللون الأخضر والأبيض) والهوية البصرية (تفاحة) في حين لم تبرز بعض العناصر الأخرى كالشعار رغم أهميته باعتباره من الانطباعات الأولى في تكوين الصورة الذهنية لدى الجماهير.

الجدول رقم 2: يوضح علامة التوثيق للصفحة.

التفاح الأخضر	البرنامج علامة التوثيق الزرقاء
✓	متوفرة
X	غير متوفرة

من إعداد الباحث

يوضح الجدول أعلاه توفر علامة التوثيق الزرقاء في الصفحة الرسمية لبرنامج التفاح الأخضر، أي أن الصفحة معترف بها من طرف الموقع وأنها صفحة رسمية يمكن الاعتماد عليها.

- فئة عدد مرات النشر في اليوم:

الجدول رقم 3: يوضح عدد مرات النشر في الصفحة

التفاح الأخضر		البرنامج عدد مرات النشر
النسبة %	التكرارات	
22.58%	7	مرة واحدة
61.29%	19	مرتين
6.45%	2	ثلاث مرات
0%	0	أربع مرات
9.67%	3	أكثر من أربع مرات
100%	31	المجموع

من إعداد الباحث

من خلال معطيات الجدول المتعلق بعدد مرات النشر نلاحظ أن فئة النشر مرة واحدة جاءت بنسبة 22.58% وفئة النشر مرتين بنسبة 61.29% وفئة النشر ثلاث مرات بنسبة 6.45%، وفئة النشر أربع مرات 0% وجاء عدد النشر أكثر من أربع مرات في اليوم بنسبة 9.67%.

وهذا راجع إلى حرص صفحة البرنامج على نشر المعلومات الصحية ومقتطفات من البرنامج الذي يبث مرة في الأسبوع والوقت المخصص للبرنامج والذي يستغرق مدة ساعة، وتنوع المواضيع التي يطرحها البرنامج في الحصة الواحدة المقسمة على فقرات مثل فقرة الكشف المبكر، فقرة التنمية الذاتية، فقرة التمارين الرياضية، فقرة التغذية.

*فئة الشكل (كيف قيل؟): فئة تصميم الصفحة،

فئة عدد مرات النشر في اليوم، فئة أسلوب عرض محتوى منشورات برنامج التفاح الأخضر، فئة اللغة المستخدمة في نص المنشورات، فئة عدد الصور المرافقة للمنشورات، فئة نوع الصور من حيث الديناميكية.

*فئة المضمون (ماذا قيل؟): فئة مواضيع

المنشورات، فئة الأسئلة التفاعلية في المنشورات، فئة أهداف المنشورات، فئة القيم المنشورة، فئة الفاعلين في الصفحة، فئة الاستمالات الإقناعية، فئة عدد التعليقات، فئة عدد الإعجابات بمنشورات الصفحة.

المحور الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1- الصفحة الرسمية لبرنامج التفاح الأخضر

- رابط الصفحة:

<http://www.mbc.net/greenappl>

- أهم مكونات الصفحة:

اسم الصفحة، علامة التوثيق الزرقاء، صورة غلاف الصفحة معلومات عن البرنامج، أعجبي، مقاطع الفيديو، عدد المعجبين، الصور، دعوة الأشخاص للإعجاب بالصفحة، الصورة المصغرة للصفحة، أداة بحث عن المنشورات، رسالة الملاحظات، صفحات تم تسجيل الإعجاب بها بهذه الصفحة شريط الأحداث.

2- التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل في

الصفحة:

فئة الشكل- كيف قيل

- فئة تصميم الصفحة

الجدول رقم 1: يوضح العناصر التعريفية لصفحة

التفاح الأخضر

التفاح الأخضر	البرنامج العناصر التعريفية
✓	اسم البرنامج
X	شعار البرنامج
✓	ألوان البرنامج
✓	الهوية البصرية

من إعداد الباحث

البرنامج وبالتالي يتم ربط ما يقدم في البرنامج بالصفحة ومنه زيادة عدد المتابعين للبرنامج.

وعليه يمكن القول إنه تمّ اعتماد استراتيجية قائمة على استخدام كل من الأساليب الثلاث الصورة+النص+الرابط بهدف تقديم التوعية الصحية الكافية لمستخدمي الصفحة باختلاف مستوياتهم التعليمية أو العمرية وتحقيق التأثير المطلوب.

• فئة اللغة المستخدمة في نص المنشورات

الجدول رقم 5: يوضح اللغة المستخدمة في

المنشورات

التفاح الأخضر		البرنامج	اللغة المستخدمة
النسبة %	التكرارات		
74.57%	44		عربية فصحي
0%	0		فرنسية
0%	0		انجليزية
15.25%	9		عربية عامية (اللهجة المصرية، اللهجة اللبنانية)
8.47%	5		ازدواج اللغة (عربية عامية+انجليزية)
1.69%	1		عربية فصحة+انجليزية
100%	59		المجموع

من إعداد الباحث

من خلال الجدول رقم 5 نلاحظ أنّ أغلب منشورات الصفحة سواء في النصوص أو الفيديوهات كانت بالعربية الفصحى بنسبة 74.57 %، وتلتها المنشورات بالعربية العامية بنسبة 15.25 %، وفيما يخص ازدواج اللغة بين العربية العامية والانجليزية فجاءت بنسبة 8.47 %، وما نسبته 1.69 % جاءت في فئة عربية فصحة+انجليزية، أما الفرنسية فلم ترد إطلاقاً في كل منشورات صفحة البرنامج.

ويرجع استخدام اللغة العربية الفصحى في المنشورات إلى طبيعة الصفحة باعتبارها مرتبطة ببرنامج تلفزيوني وبالتالي ترجع إلى طبيعة القناة التي يعرض فيها البرنامج وهي قناة 1 mbc وهي اختصار لمركز تلفزيون الشرق الأوسط هي شركة تلفزيونية عربية سعودية خاصة، تقوم ببث قنوات تلفزيونية متنوعة ترفيهية وغير ترفيهية، مقرها الرئيسي يتواجد حالياً في مدينة دبي بالإمارات العربية المتحدة وتحديداً في مدينة دبي للإعلام¹⁹.

وبالتالي يمكن القول إنّ هذه القناة موجهة للجمهور العربي في الشرق الأوسط والذي تجمعه اللغة العربية رغم

• فئة أسلوب عرض محتوى منشورات برنامج

التفاح الأخضر

الجدول رقم 4: يوضح أسلوب العرض في منشورات

الصفحة

التفاح الأخضر		البرنامج	أسلوب العرض
النسبة %	التكرارات		
0%	0		نص
0%	0		نص+صورة
0%	0		نص+رابط
64.40%	38		نص+رابط+صورة
0%	0		نص+رابط+فيديو
35.59%	21		نص+فيديو
0%	0		نص+فيديو+رمز تعبيرية
0%	0		نص+رمز تعبيرية
0%	0		نص+رابط+صورة+رمز تعبيرية
0%	0		نص+رابط+فيديو+رمز تعبيرية
0%	0		نص+صورة+رمز تعبيرية
0%	0		صورة
100%	59		المجموع

من إعداد الباحث

يوضح الجدول أعلاه أسلوب عرض محتوى منشورات برنامج التفاح الأخضر، حيث يعتمد البرنامج على عرض منشوراته على نوعين اثنين من العرض فقط، حيث اعتمدت بنسبة مرتفعة على أسلوب نص+رابط+صورة قدرت بنسبة 64.40 %، واعتمدت على أسلوب نص+فيديو بنسبة 35.59 %، يرجع اعتماد المؤسسة على أسلوب نص+رابط+صورة بدرجة كبيرة على إلى طبيعة البرنامج باعتباره برنامج تلفزيوني يعتمد على الصورة والصوت ولهذا دفع إلى وضع رابط لمتابعة مقتطفات من البرنامج.

تلعب الصورة دوراً كبيراً في العملية التوعوية حيث يعتقد كثير من المحللين التربويين أنّ نسبة 80% إلى 90% من خبرات الفرد يحصل عليها عن طريق حاسة البصر، كما أنّ مبدأ سيكولوجيا يقول: إنّ الفرد يدرك الأشياء التي يراها إدراكاً أفضل وأوضح مما لو قرأ عنها أو سمع شخصاً يتحدث عنها، فالصورة كفيلة بتطوير كافة عناصر العملية التوعوية، وجعلها أكثر فاعلية وكفاية¹⁸

وتكمن أهمية استخدام الرابط في هذا النوع من الصفحات إلى ارتباط الصفحة ببرنامج تلفزيوني يبث في الفضائيات ومنه يعتبر الرابط البوابة التي يتمّ منها الولوج إلى

ويمكن تفسير توظيف القائمين على الصفحة للصور الثابتة إلى سهولة تحميلها ومن ثم سهولة مشاركتها.

التحليل الكمي والكيفي لفئات ماذا قيل في صفحة

• فئة مواضيع المنشورات

الجدول رقم 8: يوضح المواضيع المنشورة في

صفحة التفاح الأخضر

التفاح الأخضر		المواضيع المنشورة
النسب %	التكرارات	
16.94%	10	الرشاقة
1.69%	1	الطب التجميلي
18.64%	11	التغذية
6.77%	4	الطب البديل
15.25%	9	الطب النفسي
11.86%	7	الرياضة
6.77%	4	الأمراض
10.16%	6	الوقاية
8.47%	5	نصائح طبية
1.69%	1	تدابير منزلية
1.69%	1	ملخص
100%	59	المجموع

مصدر الجدول

تمّ التركيز في الصفحة على تقديم مجموعة من المواضيع الصحية على اختلاف أنواعها واحتلّ كل من موضوعي الصحة والرشاقة الصدارة في الطرح وذلك بنسب متقاربة تمثلت في 18.64% في التغذية، و16.94% في الرشاقة ويليهما الطب النفسي بنسبة 15.25%، والرياضة بنسبة 11.86%، واحتلّ موضوع الوقاية ما نسبته 10.16%، ويليه موضوع النصائح الطبية بنسبة قدرت بـ 8.47%، أما كل من موضوع الطب البديل وموضوع التعريف بالأمراض جاء بنسبة متشابهة قدرت بـ 6.77%، ونسبة ضئيلة قدرت بـ 1.69% مثلت كل من تدابير منزلية، وموضوع الطب التجميلي، ملخص عن كل ما تمّ تناوله في البرنامج.

ويمكن تفسير هذه النتائج على ضوء أهمية الغذاء في حياة الفرد فهو الأساس الذي يعتمد عليه في بناء جسمه وعقله ونومه عموماً، ونقص الغذاء يؤدي إلى نقص المناعة ومن ثمّ الإصابة بمختلف الأمراض. لهذا يُعدّ من أهمّ مواضيع التوعية الصحية.

أما التفضيل الثاني والذي جاء بنسبة متقاربة للتفضيل الأول فيمكن تفسيره بناءً على اتجاهين الاتجاه

اختلاف اللهجات بين مختلف جماهير دول الشرق الأوسط وحتى اختلاف اللهجة بين الجمهور في الدولة الواحدة.

ويشير في هذا السياق "إبراهيم أبو عرقوب" أنه يجب

أن نخاطب المستقبل بلسانه وإلا فلا يمكن أن يتم الاتصال بنجاح فمخاطبته بغير لغته تضع حواجز بينه وبين المرسل.²⁰

هذا ويؤكد على أنّ منشورات الصفحة تعرض بلغة

مفهومة ومتفق عليها من مختلف المتابعين وتشجع على التواصل معها ومتابعتها والاستفادة من مادتها.

• فئة عدد الصور المرافقة للمنشورات

الجدول رقم 6: يوضح عدد الصور المرافقة

للمنشورات

التفاح الأخضر		عدد الصور المرافقة للمنشورات
النسب %	التكرارات	
100%	38	صورة واحدة
0%	0	صورتين
0%	0	ثلاثة صور
0%	0	أكثر من ثلاثة صور

مصدر الجدول

يشير الجدول رقم 6 إلى أنّ عدد الصور المرفقة في

كل المنشور هي صورة واحدة في كل المنشورات أي مثلت نسبة 100% ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنّه تمّ اعتماد صورة واحدة مرافقة لكل منشور بدل من صورتين أو ثلاث كان مقصوداً لهدف التركيز وعدم التشويش على المتابعين.

• فئة نوع الصور من حيث الديناميكية

الجدول رقم 7: يوضح ديناميكية الصور المنشورة

التفاح الأخضر	نوع الصور من حيث الديناميكية
✓	ثابتة
X	متحركة

مصدر الجدول

تبين من الجدول أعلاه الخاص بنوع الصور التي

تعرض في صفحة التفاح الأخضر من حيث الديناميكية أنّ كل الصور ثابتة. مما يعني هيمنة الصورة الثابتة وسيادتها لتكون إحدى أهم أدوات تقديم المعرفة، ووسيلة اتصال قائمة بذاتها تفوق على الكلمة في أحيان كثيرة خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمعرفة الصحية، فقد تستطيع صورة واحدة أن تخلق فضاءات دلالية وإيحاءات رمزية ترسم أفاقاً فكرية ومعرفية.

الأسئلة المتعلقة بمعتقدات الجمهور عن السلوكيات الممارسة ، أو الأغذية ، أو تجارب الأفراد ، الوصفات المفضلة لديهم ، عادات التي يمارسها الجمهور .

ويمكن تفسير توفر الأسئلة التفاعلية إلى فتح المجال أمام متابعي الصفحة إلى تحديد أولويات الموضوعات الصحية التي تثير اهتمامه .

• فئة أهداف المنشورة

الجدول رقم 10: يوضح أهداف منشورات الصفحة

أهداف المنشورات	التفاح الأخضر	
	التكرارات	النسبة %
اكتساب مهارات صحية	20	33.89%
التعريف بالبرنامج والترويج له	3	5.08%
التثقيف الصحي	26	44.06%
حل المشكلات الصحية	10	16.94%
المجموع	59	100%

من إعداد الباحث

يبين الجدول أعلاه فئة الأهداف التي تسعى صفحة التفاح الأخضر إلى تحقيقها ، حيث احتل هدف التثقيف الصدارة بنسبة 44.06% الصدارة باعتباره السعي المتواصل لتعزيز صحة الفرد والمجتمع ، ومحاولة المنع أو التقليل من حدوث الأمراض وذلك من خلال التأثير على المعتقدات ، الاتجاهات ، والسلوك فردياً ومجتمعياً .

وهي عملية يتحقق عن طريقها رفع الوعي الصحي عن طريق تزويد الفرد بالمعلومات والخبرات بقصد التأثير في معرفته وميوله وسلوكه من حيث صحته وصحة المجتمع الذي يعيش فيه.²² وقد يُعدّ من أهم أسباب تواجد برنامج التفاح الأخضر على الفيسبوك .

ويليه هدف إكساب ممارسات صحية بنسبة قدرت ب33.89% ونفسر اهتمام الصفحة بهذا الهدف يعود إلى أنّ الممارسة الصحية السليمة يمكن أن تتحول إلى عادة تؤدي بلا شعور نتيجة كثرة التكرار ، ويعتبر ذلك من مسؤوليات الأسرة وتبيان دورها الهام في مجال تحسين الصحة ورعايتها.²³

وهذا ما يتم تفسيره على ضوء ما جاءت به نظرية انتشار المبتكرات في مساعدة المتابعين وتشجيعهم لتبني مبتكرات جديدة تساعدهم في تغيير سلوكياتهم السلبية وتدعيم الإيجابية منها .

الأول على أنّ الرشاقة الحلم الذي يسعى وراءه العديد من الأفراد وهذا ما جعل الصفحة تركز على طرحها كثيراً بهدف الجذب والوصول إلى أكبر عدد من المتابعين ، والاتجاه الثاني يكون ضمن هدف الصفحة في نشر التوعية ومحاورة المعتقدات الصحية المتعلقة بالرشاقة المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي والتي بتناقلها الناشطون دون معرفة الأضرار بصفتهم غير مؤهلين لتقديم مختلف الاستشارات المتعلقة بالرشاقة .

وفيما يخص الصحة النفسية وهذا راجع إلى الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة في منح ممارسي الصحة النفسية مسارات جديدة لتوفير الدعم وعلاجات مبتكرة من خلال المنصات الاجتماعية وهذا دفع بالبرنامج إلى التركيز على طرح المواضيع النفسية وتجنب أي سلوكيات نفسية خاطئة تعرض على المواقع .

ويمكن تفسير هذه النتائج بأنّ القائمين على الصفحة لديهم وعي

بأهمية القضية لدى الجمهور التي تُعدّ من المتغيرات التي تؤثر في ترتيب الأولويات . حيث افترض "كاتر وزملاؤه" ، أنّ هناك علاقة إيجابية تربط ما بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وبين أولوياته الشخصية . فعلى سبيل المثال ، يتابع الجمهور المواضيع التي تشكل تهديداً مباشراً له ، مثل مرض نقص المناعة المكتسبة (الايدز) ، بيد أنّه يبتعد عن متابعة القضايا التي ليس لها تهديد مباشر عليه ، مثل الخوف من الحرب النووية.²¹

• فئة الأسئلة التفاعلية في المنشورات

الجدول رقم 09: يوضح توفر الأسئلة التفاعلية في

صفحة التفاح الأخضر

التفاح الأخضر	البرنامج	
	الأسئلة التفاعلية	متوفرة
✓		متوفرة
X		غير متوفرة

من إعداد الباحث

يشير الجدول رقم 09 إلى توفر الأسئلة التفاعلية في منشورات برنامج التفاح الأخضر ، ونقصد بالأسئلة التفاعلية الأسئلة التي تطرح من طرف القائمين على إعداد الصفحة على الجمهور بغرض إثارة تفاعل متابعي الصفحة وإبداء آرائهم فيما يخص السؤال المطروح والإجابة عنه ، وتطرح الصفحة بعض

الضارة لمنع المرض والوقاية منه وتحسين أحوالهم الصحية وينبغي إشراكهم إيجابيا للقيام بذلك وهي مكملة للخدمات الصحية والوقائية والعلاجية التي تقدمها الدولة.²⁵

ويمكن تدعيم هذا التوجه بالانطلاق من مقولة الوقاية خير من العلاج فالوقاية تغني الفرد عن التعرض إلى أي مرض قد يستدعي العلاج وبالتالي يمكن القول إن الوقاية هي أحد أهم المساعي التي يهدف الوعي الصحي لتكريسها في الأفراد.

• فئة الفاعلين

الجدول رقم 12: يوضح الفاعلين في صفحة التفاح

الأخضر

الفاعلين	التفاح الأخضر	
	التكرارات	النسب %
مقدمي البرنامج	20	40.81%
ممثلين	9	18.36%
مواطن عادي	8	16.32%
أخصائيين	12	24.48%
المجموع	49	100%

من إعداد الباحث

ما يبينه هذا الجدول هو مختلف الفاعلين في مواضيع الصحة لصفحة الالكترونية لبرنامج التفاح الأخضر هم مقدمو البرنامج وهذا راجع إلى طبيعة البرنامج والذي يصنف ضمن البرامج التلفزيونية ولهذا فهو يعتمد على مقدمين لتنشيط الحصة وبالتالي فالصفحة هي جزء من البرنامج التي تعرض مقتطفات منه وبالتالي فإن مقدمي البرنامج بصفة عامة وهويدا أبو هيف بصفة خاصة هي أكثر الفاعلين في الصفحة وذلك بنسبة 40.81% وتليها في الدرجة الثانية فئة الأخصائيين بنسبة 24.48% ويمكن تفسير هذه النسبة إلى توجه الصفحة الصحي والذي يعتمد بالدرجة الأولى على أخصائيين كل في مجاله لتقديم الاستشارات الصحية، وما نسبته 18.36%، كانت من نصيب الممثلين والذي تم الاستعانة بهم لتجسيد بعض السلوكيات الصحية التي تحتاج إلى تطبيقات وبالتالي تسهيل عملية فهم واستيعاب تلك السلوكيات بشكل جيد، والمواطنون بنسبة 16.32%، وهذا لإضفاء صفة الواقعية على النصائح المقدمة من جهة وتبسيط المعلومة الصحية المقدمة من جهة أخرى.

وحلّ المشكلات الصحية بنسبة 16.94% ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الصفحة يُعتمد عليها كمصدر صحي لمتابعتها وهذا ما يعكس حاجاتهم المعرفية والشخصية للمعلومة الصحية خاصة في ضوء تطور المستجدات الطبية التي تسهل عليهم مشقة الذهاب إلى الطبيب.

وهذا التعريف والترويج لبرنامج التفاح الأخضر جاء بنسبة 5.08% وهو بطبيعة الحال من أبرز الأهداف التي تسعى إليها الصفحة وذلك لزيادة نسبة المشاهدة له وهذا يربط كل ما ينشر في الصفحة مع كل ما يعرض في التلفزيون.

• فئة القيم

الجدول رقم 11: يوضح قيم التي تسعى الصفحة إلى

ترسيخها

القيم	التفاح الأخضر	
	التكرارات	النسب %
المحافظة	2	10.52%
المشاركة	4	21.05%
التحفيز	5	26.31%
الوقاية	8	42.10%
المجموع	19	100%

من إعداد الباحث

يرى فهد بن علي الطيار أنّ القيم من أكثر سمات الشخصية تأثراً بشبكات التواصل الاجتماعي، وهي محصلة تفاعل الإنسان بإمكاناته الشخصية مع متغيرات اجتماعية وثقافية معينة (شبكات التواصل الاجتماعي)، وفي فترة زمنية معينة، حيث توجه سلوك الأفراد وأحكامهم، وهو ما يعطي لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيراً إيجابياً وسلبياً على القيم.²⁴

تبين نتائج الجدول أعلاه أنّ قيمة الوقاية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 42.10%، وقيمة التحفيز احتلت المرتبة الثانية بنسبة 26.31%، وتليها قيمة المشاركة بنسبة 21.05%، وما نسبته 10.52% لقيمة المحافظة.

وتفسر نتائج الجدول أعلاه انطلاقاً من أنّ الوقاية الصحية أهم ما يصبو إلى تحقيقه من خلال التوعية الصحية وهذا ما أشارت إليه ميرفت مرسي في تعريفها للتوعية الصحية حيث تقول إنّ التوعية الصحية هي عملية ذات فن ومهارة تحتاج إلى خبراء متخصصين للقيام بها وتستخدم وسائل الاتصال الجماهيري لتبصير أفراد المجتمع والتأثير عليهم لتغيير المفاهيم والاتجاهات والسلوك والإقلاع عن العادات

• فئة الاستمالات الإقناعية

الجدول رقم 13: يوضح الاستمالات الإقناعية في

الصفحة

التفاح الأخضر		الصفحة الاستمالات الإقناعية
النسبة %	التكرارات	
72.88%	43	العقلية
22.03%	13	العاطفية
5.08%	3	المزدوجة
100%	59	المجموع

من إعداد الباحث

يتضح من الجدول الخاص بالاستمالات العقلية في منشورات صفحة التفاح الأخضر أنّ الاستمالات العقلية احتلت الصدارة بنسبة 72.88 %، والاستمالات العاطفية بنسبة 22.03 %، أما المزدوجة فكانت ب 5.08 %.

وقد برزت الاستمالات العقلية أكثر في المواضيع المتعلقة بالأمراض والرياضة أكثر وذلك بالاستعانة بخبراء ومختصين في المجال، والاستمالات العاطفية برزت أكثر في مواضيع الرشاقة والتجميل وهذا لتحرك غريزة الجمال وفي هذا الصدد يقول جونفيري شاردي إنّ غريزة حبّ الجمال والغريزة الجنسية هي مصدر أساسي لسلوكيات البشر.²⁶

ويمكن تدعيم نتائج الجدول أعلاه باعتماد الاستمالات العقلية كأكثر نسبة في المواضيع الصحية على ضوء ما توصلت إليه الدراسة التي قامت بها الباحثة حنان حسن صالح الكسواني بعنوان دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية دراسة في تحليل المضمون حيث توصلت إلى أنّ مجمل المواد الإعلامية في المواضيع الصحية تعتمد على الاستمالات العقلية بنسبة 58.52%.²⁷

• فئة عدد التعليقات

الجدول رقم 14: يوضح عدد التعليقات الموجودة

في المنشورات

التفاح الأخضر		الصفحة عدد التعليقات
النسبة %	التكرارات	
15.25%	9	10 إلى 20
15.25%	9	20 إلى 30
23.72%	14	30 إلى 40
13.55%	8	40 إلى 50
32.20%	19	من 50 فما فوق
100%	59	المجموع

من إعداد الباحث

يقصد بالتعليقات هنا هو التعليق على الموضوعات والأخبار والصور التي تنشر على الموقع بالإضافة إلى التعليق على شكل الموقع وكيفية تقديمه للمعلومات وهذا بهدف التطوير من أداء الموقع والتحسين من منشوراته وفق ما يناسب مع المعلقين عليه، أي إتاحة للمستخدم إمكانية طرح أفكاره فيما تعلق بالمنشورات.

وتمثل التعليقات درجة اهتمام المتابعين للمواضيع التي تنشر في الصفحة بالرغم من اختلافها بين ما هو سلبي كاعتراض عن بعض المواضيع أو في طريقة العرض... الخ، وبين ما هو إيجابي كالتناء على المعلومات المقدمة في المنشور وبين ما هو عاد كالتعليق بعبارة تم وهذا لضمان وصول كل ما يكتب من تعليقات حول ذلك المنشور.

• فئة عدد الإعجاب

الجدول رقم 15: يوضح عدد الإعجابات بمنشورات

الصفحة

التفاح الأخضر		الصفحة الإعجاب
النسبة %	التكرارات	
23.72%	14	من 500 إلى 1000
32.20%	19	من 1000 إلى 1500
20.33%	12	من 1500 إلى 2000
13.55%	8	من 2000 إلى 2500
6.77%	4	من 2500 إلى 3000
3.38%	2	من 3000 إلى ما فوق
100%	59	المجموع

من إعداد الباحث

نلاحظ في الجدول رقم: 15 المتعلق بعدد الإعجابات بمنشورات صفحة التفاح الأخضر أنّ ما نسبته 32.20 % مثلت فئة من 1000 إلى 1500 إعجاب، وتليها فئة من 500 إلى 1000 إعجاب بنسبة 23.72 % وما نسبته 20.33 % كانت في فئة من 1500 إلى 2000، وفئة من 2000 إلى 2500 جاءت بنسبة قدرت ب 13.55 %، وفئة من 2500 إلى 3000 جاءت بنسبة 6.77 %، ونسبة ضعيفة قدرت ب 3.38 % كانت في فئة من 3000 إلى ما فوق من الإعجابات.

ويمكن تفسير هذه النتائج على ضوء عدد المشتركين في الصفحة والذين بلغوا 16 مليون متابع (abonnés) ومنه يمكن القول إنّ نسب الإعجاب بمنشورات الصفحة ضعيفة مقارنة بعدد المشتركين ويمكن إرجاع ذلك إلى أنّ المشتركين لا تظهر لديهم منشورات الصفحة أو لا يعجبهم ما يعرض من محتويات في الصفحة أو لا تهمهم المواضيع الصحية المتناولة.

نتائج الدراسة

نشاط اجتماعي أو تقدم إنساني يستدعي حتما هذا العنصر الهام.

وعطفا على ما سبق أمكن تلخيص محتوى هذه الدراسة في مختلف جوانبها في الاستنتاجات العامة التي تم التوصل إليها من خلال الوقوف على أهمية ومكانة شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع ككل كأوعية جديدة، وكذا من خلال تحليل الوعي بأهمية توظيف التكنولوجيا الحديثة متمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة الأهداف المجتمعية.

فهذه الدراسة ومن خلال محتواها قدمت تصورا عاما لمفهوم الوعي الصحي بمختلف أنواعه عبر دعائم اتصالية جديدة وكذا أهمية هذه الأخيرة في المحافظة على البيئة الصحية لضمان حياة الأجيال القادمة.

وفي نافذة الدراسة تمّ التوصل إلى الآثار النفسية والمعرفية والاجتماعية للشبكات الاجتماعية على اتجاهات وسلوكيات المستخدمين ودورها في نشر الوعي الصحي من خلال تنوع المواضيع التي تطرحها الصفحة في منشوراتها فهي مواضيع صحية مختلفة، بالإضافة إلى تعدد القيم التي تحاول الصفحة تكريسها من خلال منشوراتها، إلا أنه من أهم القيم التي ركزت عليها هي قيمة الوقاية الصحية، وأخيرا اعتمدت صفحة التفاح الأخضر في منشوراتها على المزج بين الاستمالات العقلية والاستمالات العاطفية بهدف تحقيق التأثير المنشود من نشر المواضيع الصحية.

1- ينشر برنامج التفاح الأخضر على حسابه عبر الفيسبوك معلومات عن البرنامج وتوقيت عرضه والقناة التي يعرض عليها وهذا للتعريف به وزيادة عدد المشاهدة له.

2- حساب برنامج التفاح الأخضر هو حساب رسمي لامتلاكه علامة التوثيق الزرقاء.

3- صفحة التفاح الأخضر هي صفحة صحية نشطة من حيث عدد مرات النشر في اليوم والتي تصل إلى معدل منشورين في اليوم.

4- تعددت أساليب العرض على صفحة التفاح الأخضر على الفيسبوك لكنها اعتمدت بشكل كبير على الأسلوب الثلاثي المتكون من نص+رابط+صورة.

5- اهتمام صفحة التفاح الأخضر في عرض منشوراتها على اللغة العربية الفصحى وهذا ما يؤكد توجه منشورات الصفحة إلى مختلف جماهير في الشرق الأوسط.

6- المواضيع التي تطرحها الصفحة في منشوراتها هي مواضيع صحية مختلفة تتمثل في الرشاقة، الطب التجميلي، التغذية، الطب النفسي، الرياضة، الأمراض، الوقاية، النصائح الطبية.

7- تفتح صفحة التفاح الأخضر المجال لمتابعتها لتعرف آرائهم واتجاهاتهم في المواضيع الصحية من خلال طرح الأسئلة التفاعلية.

8- الهدف الرئيسي للصفحة من خلال طرح المواضيع الصحية في منشوراتها هو التثقيف الصحي، واكتساب ممارسات صحية بشكل خاص والتوعية الصحية بشكل عام.

9- تعددت القيم التي تحاول الصفحة تكريسها من خلال منشوراتها إلى أنه من أهم القيم التي ركزت عليها هي قيمة الوقاية الصحية.

10- تعتمد صفحة التفاح الأخضر في منشوراتها على استمالات عقلية واستمالات عاطفية بهدف تحقيق التأثير المنشود من نشر المواضيع الصحية.

خاتمة

يُعدّ الاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعي ظاهرة اجتماعية جديدة، لازمت الإنسان في كل نواحي حياته المعاصرة، إذ أضحت تفعيل العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في مختلف المجتمعات عن طريق الاتصال الشبكي أمرا ضروريا ولازما في عملية التغير والتطوير الاجتماعي، لأنّ أي

الهوامش

- 1 أحمد ريان باريان: دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 2004/2003، رسالة منشورة، ص 16-17
- 2 عماد عيسى صالح، أماني مُجد السيد: دور المكتبات العامة في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية- دراسة استكشافية مقارنة لبرامج وأنشطة المكتبات في ضوء وباء الأنفلونزا-، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر العشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، آل سعود للدراسات الإسلامية والعلوم الإنسانية، 9-11 ديسمبر 2009، ص 1
- 3 مُجد فاضل علي: دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور (دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية)، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017، رسالة منشورة، ص 1-2.
- 4 إبراهيم بعززي: دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية، المجلة العربية للعلوم السياسية، (جامعة الجزائر)، ص 178
- 5 Danahm Boyd Nicole B Ellison, Social Network Sites; Definition, History and Scholarship, Journal of computer Mediated Communication, vol 13, 2010, p13
- 6 مريم نازيمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة حاج لخضر، باتنة، 2011-2012، منشورة، ص 55.
- 7 Sherry Kinkophunter, sams teach yourself Facebook in 10 minutes, pearson education, 3ed edition, usa 2012, p5
- 8 عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب: دور الإعلام في تحقيق الوعي الصحي، على الموقع الإلكتروني: <http://skinandallergy.org/wp> تم الاطلاع عليها في 2018/08/17 على الساعة 23:10
- 9 أمال توهامي: الإعلام الصحي والتنمية الشاملة...قراءة في المفهوم وتحديات العلاقة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة، عدد جوان 2017، المجلد أ، ص 301
- 10 هاشم أحمد النغميش الحمامي: الإعلام الصحي في التلفزيون، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 16، جانفي 2016، ص 11.
- 11 بشري داود السنجري: الإشباع المحققة من استخدام المرأة العراقية لشبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية (الفييس بوك انمودجا) مجلة الدراسات الإعلامية، (المركز الديمقراطي العربي)، العدد الرابع أوت 2018، ص 469
- 12 حنان احمد سليم، الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد، ط 2، د د ن، 2016، ص 31.
- 13 بشري داود السنجري: مرجع سابق، ص 469
- 14 حنان حسن صالح الكسواني: دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية: دراسة في تحليل المضمون، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، 2009، منشورة، ص 20
- 15 منال هلال الزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 327
- 16 Judith Lazar, Sociologie de la communication de masse, Paris, Armand colin, 1997, P 149
- 17 جودت عزت عطوي: أساليب البحث العلمي، د ط، دار الثقافة الدار العلمية الدولية للنشر، الأردن، 2000، ص 85
- 18 عبد المجيد العابد: أهمية الصورة في العملية التعليمية التعلمية على الموقع <http://www.m.ahewar.org> تم الاطلاع عليها في 2019/01/19 على الساعة 17:12
- 19 <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- 20 إبراهيم أبو عرقوب: الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، د ط، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 194
- 21 حسن مكاي، ليلي السيد: الاتصال ونظرياته، ط 2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 294
- 22 نادية مصطفى العيدروس احمد: فاعلية وسائل التثقيف الصحي في بث ونشر المعلومات الصحية لبناء مجتمع المعرفة الصحي السوداني، المركز القومي للبحوث- مركز التوثيق والمعلومات، السودان، 2012، ص 175-176
- 23 احمد ريان باريان: مرجع سابق، ص 48
- 24 فهد بن علي الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجا" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، على الموقع www.researchgate.net/ تم الاطلاع عليه في 2019/1/15 على الساعة 12: 18
- 25 مُجد الحفناوي: الصحافة والتوعية الصحية، د ط، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر، 2014، ص 134
- 26 عواج سامية: الإشهار التلفزيوني والسلوك الاستهلاكي للمرأة، ط 1، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 239
- 27 حنان حسن صالح الكسواني: مرجع سابق، ص 97