

مقدمة

نظرا لاتساع مجال الاتصال الصحي، الذي من شأنه التأثير على مدركات الافراد وسلوكياتهم ووعيهم اتجاه الحفاظ على صحتهم، اتجهت المؤسسات الاجتماعية بصفة عامة والمؤسسات الصحية خاصة، الى الاهتمام بموضوع الوقاية من الأمراض عن طريق حملات التوعية الصحية التي تستهدف رفع مستوى الوعي لدى المواطنين، ونشر الثقافة الصحية من خلال تشجيع الأفراد والأسر والجماعات لتبني نمط حياة يؤدي الى تغيير او تعديل السلوك الصحي، خاصة اتجاه الامراض الخبيثة كسرطان الثدي الذي امتد انتشاره مؤخرا خاصة عند النساء والسيدات بعمر 40 عاما فاكثر والذي لا تظهر اعراضه مبكرا، وانما عندما يكبر و ينمو.

ففي عام 2020 شخضت إصابة 2.3 مليون امرأة بسرطان الثدي، وسجلت 685000 حالة وفاة على مستوى العالم حسب احصائيات منظمة الصحة العالمية، مما استدعى التحرك السريع من طرف المؤسسات الإعلامية للحد من خطر الإصابة به عبر التوعية والمشاركة الاجتماعية في المجال الصحي.

ونخص بالذكر منصات التواصل الاجتماعي التي ساهمت بشكل فعال في البحث عن الحلول للوقاية من خلال تجارب وخبرات المرضى والمختصين، إضافة الى تقديم معلومات كاملة وفورية حول المرض وكذا نشر مجموعة من المواد الصحية على الصفحات الالكترونية المختلفة لزيادة التفاعل مع المضمون الصحي علاوة على طريقة العرض عبر هذه المواقع، مما يميزها من جاذبية، بساطة ووسائط متعددة تفاعلية

إشكالية الدراسة

ان للدعم الاجتماعي دور كبير ومهم في تخطي ومواجهة الإصابة بسرطان الثدي، وذلك من خلال توفير الدعم للمرضى عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الصحي من خلال تجارب مماثلة، وكيفية التغلب على المرض بعد المعاناة عبر صفحات الدعم وهو ما لا توفره المراكز الصحية

فشبكات التواصل الاجتماعي مثل موقع فيسبوك او الفضاء الأزرق يوفر ومازال يوفر مساحة اجتماعية افتراضية تتيح للمرضى او المصابين بسرطان الثدي بالتواصل مع الآخرين والمؤسسات الصحية، كما يفتح لهم المجال للتعبير عن معاناتهم وتقاسمها معهم للحصول

حملات التوعية الالكترونية ودورها في إرساء الوعي الصحي
حول سرطان الثديElectronic awareness campaigns and their role in
establishing health awareness about breast cancer

معلم الزهراء

عبد الصمد يسرى

جامعة طاهري محمد - بشار

جامعة احمد بن بلة - وهران1

ملخص

تهدف الدراسة الى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي (الاعلام الرقمي) في تنمية الوعي الصحي حول سرطان الثدي لدى المرأة العربية، حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول انعكاسات الحملات الصحية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي الوقائي والثقافة الصحية لدى المصابات بسرطان الثدي. ولتحقيق هذا الغرض اعتمدنا على المنهج الوصفي وقمنا باستجواب مجموعة من النساء (عينة عشوائية)، كأداة لجمع البيانات والمعلومات لتحقيق اهداف الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الحملات الصحية الالكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي الصحي، سرطان الثدي.

Abstract

The study attempts to identify the function of social media platforms (digital media) in raising Arab women's awareness of breast cancer. The study's main issue centered on the effects of social media health campaigns on breast cancer survivors' preventative awareness and health behaviors. In order to accomplish the goals of the study, we relied on the descriptive technique and questioned a group of women (a random sample) as a tool for data and information collection.

Keywords : Social networks, Breast cancer awareness, e-health campaigns.

اهداف الدراسة

تسعى الدراسة الى معرفة مدى الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التوعية الصحية، والوقوف على الأساليب والاستمالات المستخدمة في مضامين الحملات الالكترونية عبر الفيسبوك والتي ترتبط أساسا بنشر التوعية الصحية حول الامراض الخبيثة، وكهدف رئيسي تسعى الدراسة الى إيجاد بعض التوصيات والمقترحات العملية التي شأنها زيادة تفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي في إرساء الثقافة الصحية والوقاية من خطر الامراض الخبيثة ومشاركة مضمونها والاستفادة من مميزاتها.

المنهجية المتبعة في الدراسة

عملا بالمرتكزات العلمية والمنهجية، اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي، لأنه الأنسب لوصف وقراءة وتفسير الظاهرة في الموقف الراهن من خلال التعرض لكل ابعاد الدراسة نظريا وتحليل خصائصها بقصد الوصول الى استنتاجات تسهم بشكل جلي في معالجة المشكلات وإيجاد حلول لها من خلال الدراسة الميدانية.

أولاً: التوعية الصحية ودور وسائل الاعلام في بناء الوعي الصحي

1. مفهوم التوعية الصحية وأهدافها

1-1 مفهوم التوعية الصحية

تعرف التوعية الصحة بانها مجموعة الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة لخلق وإرساء ثقافة الوعي الصحي من خلال التحذير من مخاطر الأوبئة والامراض الخبيثة المحدقة بالإنسان من اجل تربية فئات المجتمع على القيم الوقائية والصحية.

وتعرف بانها العملية التي تستهدف تعليم الناس سلوك صحي جديد، وعادات صحية سليمة، وكذا مساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم باتخاذ وسائل الاتصال الجماهيرية. ووردت في تعريف اخر "التوعية الصحية هي مجموعة الخدمات والإجراءات الوقائية التي تقدمها الرعاية الصحية

الأساسية والمؤسسات التابعة لها لجميع افراد المجتمع عامة، بهدف رفع المستوى الصحي للمجتمع والحيولة دون وقوع الامراض وانتشارها. (مزا، 2001، صفحة 67) اما بالنسبة لبسام عبد الرحمان المشاقبة، فالتوعية الصحية هي "أداة للتأثير على الرغبات وسلوك الافراد في المجتمع، لكسب ثقتهم واستقطابهم نحو الأجهزة الصحية وتعاونهم مع المسؤولين في مجال

على الدعم النفسي والاجتماعي في أي وقت، إضافة الى تسهيل تقديم وتبادل المعلومات وتداولها عبر مجموعات المتعافيات من سرطان الثدي حيث ان التوعية الصحية تتمثل في الحماية والامن من الإصابة بهذه الامراض الخبيثة، ومعرفة الارشادات الصحية من خلال الحملات التوعوية حول طرق العلاج والوقاية من قبل المختصين، فالتوعية الصحية لا تقتصر فقط على الطبيب بل حتى على المؤسسات الإعلامية التقليدية والحديثة، فهي قوة داعمة للمرضى عامة والمصابات بسرطان الثدي خاصة .

انطلاقا مما سبق ذكره تطرقنا الى الإشكالية الآتية:

ما هو دور الحملات الإعلامية الالكترونية في نشر الثقافة والوعي الصحي لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي؟

وينبثق على السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما مدى الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للتوعية الصحية للوقاية من خطر سرطان الثدي.
- ما مدى فعالية الحملات التوعوية الصحية الالكترونية في التأثير على السلوك الصحي لدى المصابات بسرطان الثدي.
- ما هو دور شبكة الفاسبوك في دعم أنشطة وبرامج التوعية الصحية حول سرطان الثدي.

فرضيات الدراسة

- توجد علاقة ارتباطية بين تعرض المرأة المصابة بسرطان الثدي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- توجد علاقة ارتباطية بين ثقة المرأة المصابة بسرطان الثدي في مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم ومستوى معرفتهم بمضمون الحملات الصحية.

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من كونها تعطي نتائج واضحة عن أثر الحملات الصحية الالكترونية، في نشر الوعي الصحي للوقاية من سرطان الثدي، ومدى فعاليتها في نشر وترسيخ الثقافة الصحية، إضافة الى معرفة ان كانت مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) كوسيلة فعالة وذات دور في التوعية الوقائية والصحية بالنسبة للمرأة حول مرض سرطان الثدي.

فان التوعية الصحية تمكن الافراد من التمتع بنظرة صحية تساعدهم في تفسير الظواهر الصحية وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الامراض وعملها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها. كما تساهم في مشاركة افراد المجتمع في الثقافة وجعل الثقافة أهمية كبرى في توصيل الحقائق الجديدة الى جميع الشرائح، وكذا اتخاذ القرارات الصحية المناسبة لتجنب مخاطر الامراض والوقاية منها. (بدح، 2012، صفحة 16)

2. دور استراتيجيات الاعلام في بناء الوعي الصحي

2-1 دور وسائل الاعلام في نشر الوعي الصحي

يؤكد علماء الاجتماع والنفس بان الاعلام يعتبر من أكثر الوسائل تأثيراً على عقول وأفكار الافراد، وتشكيل اتجاهاتهم وتغيير وتعديل سلوكياتهم نحو المواقف الحياتية المعيشية. فلأعلام دور فعال في التنظيم والبناء الاجتماعي المتكامل، وجزء لا يتجزأ من الخطط التنموية الهادفة لتحقيق مصلحة العامة في شتى مجالات الحياة، مثلما أشار اليه المفكر الاجتماعي المعاصر "انتوني جيدنز" ان لوسائل الاعلام أهمية تعادل ما للمدارس والجامعات في إقامة مجتمع المعرفة وفرض منافسة قوية على أدوار كل من الاسرة، المدرسة والمؤسسات الاجتماعية الثقافية التربوية الأخرى.

تعد وسائل الاعلام بمختلف اشكالها من أبرز الوسائل المستخدمة من قبل المؤسسات الصحية وفتات المجتمع للاطلاع على اخر المستجدات الطبية وقضايا الصحة محلياً وعالمياً، وتعزيز الوعي بالبحث عن أسباب انتشار الامراض والتعرف على مواطنها، وشرح وتفسير سبل العلاج والوقاية منها من خلال تقديم برامج ومحتوى اعلامي صحي، كالبرامج الطبية، او عن طريق الاعلام الصحي لدراسة وتفسير القضايا المتعلقة بالصحة العامة للأفراد من خلال تزويدهم بالمعلومات الدقيقة والحقائق الثابتة، بغية ارشادهم وتثقيفهم وتعديل عاداتهم الخاطئة وتبني سلوكيات صحية.

فوسائل الاعلام تقوم بتدعيم العملية التثقيفية الصحية وتعزيز المعايير الصحية وترسيخها، من أسس التغذية الصحية السليمة والاهتمام بالنشاط البدني الرياضي والممارسة المنتظمة للرياضة، وتقديم الاستشارات الطبية والاقتراحات الضرورية والاجابات العلمية. (الدين، 2020، صفحة 447).

التثقيف في سبيل وقاية المجتمع من مختلف العلل والامراض ورصدها ومقاومتها في حال تعرضهم لها، وهذا من شأنه ان يؤدي الى رفع المستوى الصحي والاجتماعي معاً وتنمية الكفاءات وتحقيق الحياة المستقرة المتوازنة. (المشاقبة، 2012، صفحة 44).

فالتوعية الصحية في حقيقتها هي عملية اتصال حيث يتم فيه نقل الرسالة (المعلومات، المعارف والبيانات الصحية) من المرسل الى المستقبل والمستهدف بالتثقيف الصحي عن طريق قناة اتصال (وسيلة التثقيف الصحي) ومن اهم عناصره:

— الرسالة الصحية: وهي مجموع المعلومات الصحية التي يشترط فيها الوضوح والبساطة التي توافق مستوى المتلقي.

— المثقف الصحي: وهو المستهدف بالتوعية الصحية، ويجب تحديد درجة فهمه وثقافته وان تتوفر فيه الرغبة في التغيير والتعديل مع التركيز على حاجته الصحية.

— وسيلة التثقيف الصحي: تتنوع وسائل التثقيف الصحي المستخدمة في نشر المعلومات الصحية من وسائل تقليدية غمطية الى تقنيات عصرية حديثة، فكلما كانت وسيلة الاتصال تفاعلية تخاطب أكثر من حاسة كلما كان تأثيرها أكثر فاعلية. (مصطفى العيد، 2018، صفحة 167).

1-2 اهداف التوعية الصحية واهميتها

يعد الهدف الرئيسي من التوعية الصحية هو نشر وإدخال تعاليم وسلوكيات سليمة وانماط حياة تتوافر فيها الصحة والسلامة التي تتماشى مع المجتمعات بما فيها من خصوصيات وتقاليد وعادات خاصة بها، وذلك بهدف تعزيز الخدمات الصحية وزيادة الاستفادة منها من قبل الافراد والجماعات، نذكر:

— نشر المعلومات الصحية وغرس السلوكيات الصحية لدى الافراد والجماعات من خلال توجيههم نحو الأسلوب السليم المبني على القواعد الصحية السليمة، لمساعدتهم على تجنب مخاطر الامراض الخبيثة والوبئة وإيجاد حل لمشاكلهم الصحية.

— تغيير السلوكيات غير الصحية وخلق قيادات التثقيف الصحي عبر خطاب صحي لتحقيق الغايات والاهداف المنشودة من الحملة الإعلامية.

— تعريف افراد المجتمع بمجمل الخدمات الأساسية، المساندة الاجتماعية عبر الانتفاع بها وتقديم الدعم النفسي لمحاربة الامراض الخبيثة والوبئة بصفة عامة. (العوضي، 1997، صفحة 72)

2-2 استراتيجيات وسائل الاعلام في بناء الوعي الصحي

تعمل وسائل الاعلام على تسهيل الممارسات والسلوكيات الصحية للأفراد، ومساعدتهم على اتخاذ القرارات الصحية السليمة فعناصر استراتيجيات وسائل الاعلام من خلال ما يلي:

الاعلام

والذي يجب ان يتضمن الحصول على المعلومات والحقائق اللازمة حول قضية معينة ونشرها بهدف تكوين درجة من الوعي بالتطورات الهامة التي تحدث حول القضايا الصحية لدى المؤسسات الصحية والإدارية والجمهور.

التعليم

من خلال الاخذ بعين الاعتبار المعرفة الصحية وتوسيع نطاق انتشارها وبثها، وتطوير الاتجاهات وتحفيز الافراد من اجل تبني سلوكيات صحية وقائية جديدة وطريقة تصحيح الممارسات غير الصحية واستخدام الأدوات المنهجية لتحقيق التفاعل والتكامل.

الاتصال

ويشمل عمليات مخططة تهدف الى وحته على الاستفادة والإفادة من الخدمات المقدمة، لتحقيق تأثيرات قصيرة وطويلة المدى بحيث تصبح الممارسات الصحية المرغوبة جزءا من الثقافة الصحية وتطبيق الاتصال الاجتماعي.

فوسائل الاعلام تلعب دورا محوريا في تعزيز التثقيف الصحي وبناء الوعي الوقائي في المجتمع من خلال إقامة حملات صحية، بغرض زيادة توعية المواطنين من مختلف الفئات العمرية والمؤهلات العلمية، والطبقات الاجتماعية بالقضايا الصحية المختلفة، وهي بذلك تساعد المجتمع من افراد ومؤسسات على اتخاذ دور فعال في التعامل مع القضايا الصحية التي تشغل بال افراد المجتمع عبر مستويين:

— مستوى تعاوني

توظيف الاعلام بغية تحقيق تنمية الثقافة الصحية والتعريف ببرامج الاعلام الصحي والوقائي.

— مستوى وظيفي

تبني سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته من خلال معرفة الخبر الصادق والاحاطة بالقضايا الصحية ونشر القيم الصحية بين افراد المجتمع. (سلوغة، 2017، الصفحات 98-114)

ثانيا: الحملات الإعلامية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

1. مفهوم الحملات الإعلامية

هي سلسلة من الإعلانات المختلفة او اعلان واحد في واحدة او اكثر من وسائل الاعلام، يجمعها هدف واحد، وتستهدف جمهورا محددا وتقوم على الامتداد لفترة قد تطول وتقتصر حسب هدف المعلن من هذه الحملة، وغالبا تستخدم التكرار المكثف لتحقيق الهدف المرجو والمراد تحقيقه في المستقبل، وكيفية الوصول اليه انطلاقا من واقع الوضع الحالي فتعد الحملات الإعلامية من النشاطات الاتصالية المهمة التي تعددت واختلفت بشأنها وجهات النظر لاختلاف الوظائف التي تؤديها، فقد عرفها " داي براين " على انها موضوعات مخططة ومتنوعة، يتم تصميمها بشكل متقن وتقوم على مجموعة من الاستراتيجيات الإعلامية المصممة بدقة لتحقيق اهداف معينة، كزيادة الوعي او تغيير السلوك واحداث تأثير بعينها لدى الجمهور خلال فترة زمنية معينة. (Monroe, 2000, p. 81)

فالحملات الإعلامية تتطلب تسطير مجموعة من الأهداف التي تعتبر من اهم خطوات تصميم هذه الحملات، وبالتالي فانه من الضروري توافر سلسلة من الاهداف المرحلية او الثانوية تعكس في النهاية الوصول الى الهدف العام او الاستراتيجي للحملة الإعلامية حسب موضوع الحملة ودرجة تأثيرها في الجمهور وهي كالآتي:

— هدف معرفي

هناك العديد من القضايا المجتمعية التي يهتم بها القائم بالاتصال في الحملات الإعلامية فيعد لها العدة، لكن ما يجب ان يدركه المصمم هو ان الكثير من هذه القضايا يجهلها الجمهور او لا يعرف الكثير عنها، لذلك أصبح لزاما عليه اعداد حملة إعلامية هدفها الأول والأخير هو توعية الجمهور بهذه القضايا كمرحلة أولى.

— هدف سلوكي

من خلال ارشاد الحملات الإعلامية التي تبني سلوك سوي إزاء قضايا معينة من خلال تعزيز الاستجابات المقبولة وتدعيمها، ويهدف تعديل السلوك الى زيادة السلوك المقبول وتشكيل السلوك الجديد المراد تعلمه، واضعاف السلوك غير المقبول.

— هدف تغيير الاتجاه او الأفكار

تعد عملية تغيير الاتجاهات ليس سهلة خاصة إذا كانت هذه الاتجاهات من النوع القوي، لذا نرى الكثير من الدول تنفق الأموال الطائلة لتغيير اتجاهات مواطنيها في حملات

إعلامية للتدخين وتناول المخدرات أو الحفاظ على البيئة أو الوقاية من بعض الأمراض والآفات الاجتماعية دون أن تجني فائدة طائلة من ذلك، من خلال مجموعة من الخطوات والمتمثلة في الهدف العام للحملة، الجمهور المستهدف، الحملات الفرعية، طرق الوصول الإلكترونية، شركاء الحملة، المصاعب، تقييم الحملات. (موسى، 2021، صفحة 593)

2. اثر الحملات الإعلامية على تغيير سلوكيات الصحة العامة

تعمل الحملات الإعلامية الجماهيرية من خلال مسارات مباشرة وغير مباشرة لتغيير سلوك المجموعات السكانية بأكملها، للتأثير بشكل مباشر على المتلقين من خلال استدعاء الاستجابات المعرفية أو العاطفية، وتهدف هذه البرامج الى التأثير على عمليات صنع القرار على المستوى الفردي وتشمل إزالة وتقليل العقبات التي تحول دون التغيير و المساعدة في تبني معايير اجتماعية صحية وكذا التعرف على الأعراف الاجتماعية غير الصحية، و ربط المشاعر القديمة بتحقيق التغيير وزيادة احتمالية تحقيق سلوكيات جديدة وقد يأخذ التأثير شكلين:

– الأول

هو محاولة لزيادة كمية المعلومات المتاحة حول وضوح الاهتمام على سبيل المثال ستسعى حملة لتشجيع التصوير الشعاعي للثدي في نظام مجتمعي بالإضافة الى ما كان متاحا في المسار الطبيعي للأحداث.

– الثاني

ان مخططي الحملة سيحاولون ليس فقط زيادة كمية المعلومات حول موضوع معين، ولكن أيضا إعادة تعريف أو تأطير القضية كمسألة صحية عامة لجعلها بارزة تماما مع المثال السابق قد يلفت مخططو الحملة انتباه النساء الى الإصابة بسرطان الثدي كيف يمكن للاكتشاف المبكر من خلال الفحص ان ينقذ الأرواح وبالتالي فان الحملة الناجحة ستؤدي الى تلبية كلا المعيارين عبر: التأثير على بيئة المعلومات من قبل رعاة الحملة لضمان عرض كاف لرسائل الحملة وموضوعاتها كحملات مكافحة التدخين، ومخاطر التدخين وفوائد الإقلاع عنه أو تذكير المدخنين بالأعراف الاجتماعية الايجابية فيما يتعلق بالإقلاع وربط الإقلاع باحترام الذات، حملات زيادة الوعي حول فحص سرطان القولون والمستقيم برعاية مراكز السيطرة على الأمراض والوقائية منها.

فالحملات الإعلامية أدوات رئيسية في تعزيز التغيير الاجتماعي الصحي لتحسين الصحة على المستوى الداخلي والخارجي، قد بنت قاعدة عمل كافية يمكن ان تكون مساعدة لمهمة التخطيط لحملات جديدة. (المناقشي، 2021)

3. الحملات الإعلامية الالكترونية والتوعية الصحية حول سرطان الثدي

3-1 تنمية الوعي الصحي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

باتت المنظمات الصحية المعاصرة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها التوعوية الحديثة اتجاه قضايا الصحة العامة والثقافة الصحية، فقد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسة الصحية والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي من خلال انشاء المحتوى ونشر التوعية والثقافة الوقائية عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في الاستراتيجية العامة التوعوية وتعزيز تدفق المعلومات في اتجاهين بأقل تكلفة والوصول الى شرائح واسعة لتفعيل الطب الوقائي.

اذ تعمل شبكات التواصل الاجتماعي المتعددة دورا محوريا في تعزيز الوعي والثقافة الصحية في المواقع المحلية وعن بعد وهو ما يتيح فرصة تطوير الصحة العمومية والنظم الصحية عن طريق الصحة الإلكترونية عبر الخدمات الرقمية التي تعود بفوائد غير مقصودة على ايتاء خدمات الرعاية الصحية فحسب وانما تتعداه الى مجالات أخرى، للقيام بتصد وبائي أسرع وأشمل عبر سياسة وقائية وبرامج توعوية تساعد على زيادة المعرفة الصحية وتطوير مهارات البحث عن المعلومات المناسبة وسد الفجوة الصحية التي تعد موضوعا كبيرا في حقل لا التواصل الصحي وتحقيق أهداف التوعية للمنظمات الصحية، مما يستدعي من المؤسسات الصحية توظيف الخصائص التفاعلية للمنصات الالكترونية الجماهيرية (يوتيوب، تويتر، فايسبوك) وتفعيل برامج التوعية الصحية والوصول الى عدد كبير من المستخدمين على شبكة الانترنت وتعزيز البرامج الصحية الوقائية .

كما ان الاستراتيجيات الحديثة في استخدام شبكات الاعلام الجديد ترتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم الإدارة الحديثة وبناء صورة ذهنية إيجابية للمؤسسات الصحية لدى المجتمع المحلي حيث حاليا تلعب الوسائل الإلكترونية دورا فعالا في استراتيجيات إدارة الانطباع والسمعة عبر شبكات الانترنت مما يفعل الخدمات الصحية للمنظمات

ان من بين نساء المصابات واحتمال تعرضهن لمرض لسرطان الثدي من بين اللواتي ورثن جينا شادا، سواء من قبل امهاتهم او احد من العائلة و الاقي يمثلن 05 بالمائة من اجمالي الإصابات بهذا المرض.

في ظل وجود الامراض المزمنة وانتشارها بشكل خطير، خاصة في الدول العربية لعدم معرفة كيفية التوعية الصحية منها، وكذا بلوغها لنسب متفاوتة من سنة لأخرى كما هو عليه بالنسبة لسرطان الثدي، لهذا تعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين وسائل الاعلام الأكثر استخداما واهتماما بمجال توعية المرأة حول مخاطر سرطان الثدي على صحتها الفردية والصحة العمومية، من قبل الهيئات والمؤسسات الحكومية التي تسعى جاهدة للتقليل وإيجاد حلول لعدم تفاقم حجم الإصابات والذي أصبح ظاهرة في وقتنا الحالي.

فانتقلت الحملات التوعوية الصحية من الاعلام التقليدي الى المنصات الالكترونية، وما توفره هذه الأخيرة من ميزات في سرعة نقل المعلومات وتحقيق التفاعلية بين المنصات فيما بينها، وبينهن والمؤسسات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فايسبوك او الفضاء الأزرق، مجموعة من الأساليب مختلفة في تقديمها وطرحها للظاهرة، وتقييم النصائح والارشادات التوعوية من خلال انشاء مجموعات من طرف مستخدمي هذا الموقع من اخصائيين لأمراض المناعة وسرطان الثدي، وأصحاب تجربة مرو وعانو من المرض.

وذلك من اجل نشر ثقافة الوقاية وكيفية التغلب عليه وكذا التشخيص المبكر لعدم تفاقم المرض والقضاء عليه، ومعرفة اعراضه ودرجة انتشاره ومخاطره على المدى القصير والبعيد عبر الدمج لوسائل متنوعة من فيديوهات وصور وحتى منشورات تبث من خلال هذه المجموعات، بغض النظر على صحة وسلامة المعلومات التي يقدمونها، وكذا قلة التكلفة، مما أدى الى كثرة استعمالها والاعتماد عليها بشكل كبير وملحوظ، ومن بينها مجموعة «بالتواصل نحملنا من سرطان الثدي»، بحيث تتضمن حوالي 1763 مشاركة ومجموعة "سرطان الثدي يجمعنا" تحتوي على 2915 مشاركة فيها، ومجموعة "تجربتي مع السرطان" التي تتكون من 5549 مشاركة، ومجموعة "نساء التحدي ضد سرطان الثدي" من بينها 1917 مشاركة ومجموعة "رحلة المليون - حملة التوعية" ضد سرطان الثدي لاحتوائها على 30153 مشاركة.

ومن بين المنشورات التي تخص المصابات بمرض سرطان الثدي والتي تهدف الى حمايتهن والاعتناء بهن من قبل المجتمع المتمثلة في شعار " لا تلمس يدي " والتي تهدف

وتحسين مصداقيتها وزيادة الوعي حيا الامراض والبرامج الوقائية وتوليد انطباعات جيدة وكسب المزيد من اهتمام المستخدمين وبالتالي تحقيق الأهداف التوعوية للمنظمات الصحية. (علة، 2020، صفحة 504)

كما ان هناك مجموع من التحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي والثقافة الوقائية، غياب او نقص الكوادر الطبية والصحية المتخصصة في الطب العام والمتخصص، فغالبا ما نجد اشخاص ليسوا بأطباء او ليسوا اخصائيين في مجال محدد مما يجعل الرسالة ضعيفة او غير كاملة لأنها غير صادرة عن اهل الاختصاص مما يستوجب زيادة المساحة والوقت في نشر المعلومة واشراف على هذه الصفحات كوادر متخصصة في الطب العام وفروعه واختصاصاته، كعلم التمريض والتشريح، ونقص مصداقيتها وموضوعيتها ما دخلت إشارة او اعلان استخدام المنتوجات والمستحضرات التي تحمل مواد كيميائية ولو بطريق التحايل او عن غير قصد في مواضيع صحية هادفة تناشد الجمهور بالرجوع الى كل ما هو طبيعي فالمعلومة الصحية هنا تفقد نوعا ما من مصداقيتها، إضافة الى نقص الدعم المالي لبلورة الرسائل الإعلامية، والذي يؤثر بشكل كلي على ما يلزم للرسالة او المعلومة المقدمة من وسائل الايضاح وأدوات تقنية لشرح المعلومة بكل تفاصيلها. ولهذا يجب ان يكون العمل ضمن فريق كامل لنشر الندوات والملتقيات وإصدار النشرات والملصقات الاشهارية. (النور، 2018، صفحة 73)

3-2 حملات التوعية الإعلامية الإلكترونية ودورها في ترسيخ الثقافة

الصحية حول سرطان الثدي

ان المرأة ذات بنية جسدية ضعيفة، وبذلك تكون عرضة للأمراض المزمنة وغيرها، كمرض سرطان الثدي خاصة، الذي أصبح يصيبها دون سابق انذار بحيث يشكل خطر على صحتها الجسدية وكذا النفسية، يقصد بسرطان الثدي خلل في خلايا الجسم اكثر من حجمها الطبيعي والتي تتكاثر بسرعة دون السيطرة عليها، أي وجود ورم بشكل أساسي كون ان الخلايا الطبيعية تكون موازية ما بين التي تتكاثر ما بين التي تموت وفي حال عدم الكشف المبكر عنها تستمر تلك الخلايا في الانتشار والتكاثر، والتي غالبا ما تعالج عن طريق استئصال الثدي الذي يعتبر العلاج الأكثر شيوعا، او عن طريق الاشعة للقضاء على الخلايا السرطانية، وفي حالة وصولها الى الاوعية الدموية تكون خلايا جديدة عبر مناطق معينة في الجسم والتي تعتبر من اهم الأعضاء كالرئتين والكبد والدماغ او حتى العظام مشكلة اعراض خطيرة، حيث انها تعيق الوظيفة الطبيعية للجسم.

— ضرورة تعزيز توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ ثقافة الوعي الصحي، وفق ضوابط توحد المعايير وجودة المحتوى من خلال التثقيف الصحي الصحيح والملائمة للفرد والمجتمع.

— ضرورة خلق اعلام صحي متخصص للمرأة، لا رشادها وتوعيتها اتجاه الامراض الخبيثة واتباع سلوك صحي سليم، باعتبارها عمود المجتمع ولدورها الفعال في التنمية الاجتماعية داخل اسرتها وخارجها.

خاتمة

يمكن القول في الختام ان مواقع التواصل الاجتماعي قد عرضتنا الى حقيقة لم نكن نعرفها من قبل، وهو نظام التوصيل الإعلامي الصحي عبر شبكة الانترنت الذي يتوافق مع احتياجات الافراد من حيث المعرفة والثقافة الصحية والتواصل الاجتماعي مع المؤسسات الاجتماعية الصحية، والمختصين في المجال وباقي افراد المجتمع حول الموضوعات الصحية والوضع الصحي الراهن، التي كان من الصعب تناولها على ارض الواقع من خلال استخدام العديد من الوسائط الإعلامية المتعددة كالنصوص والصور والصوت والفيديو.

من اجل تقديم العديد من المزايا للحملات الإعلامية والصحية والاستفادة الكاملة من عناصرها واشراك الجمهور المستهدف للتفاعل مع محتواها مما يتوافق مع احتياجاتها واهتماماته، نأخذ كمثال المرأة ودور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتها وثقافتها الصحية وتصحيح معلوماتها الصحية حول الإصابة بمرض سرطان الثدي من خلال اعلام شبكي متخصص صحي يعمل بالتوازي مع الوسائل الإعلامية الأخرى، مما ينعكس إيجابيا على الثقافة الصحية لدى المجتمع، وبذلك الحد من نسب الإصابة والحفاظ على صحة وسلامة الفرد.

تكون مكتوبة في اساور يد وردية اللون توضع في الايدي، إذا تم خدش او لمس ذراعها بالخطأ وقد يتم استئصال الغدة الليمفاوية في الابط وأيضاً معرفة الممرضين والأطباء بوضعها الصحي في حال إذا انتقلت الى المستشفى. (خيرة، 2020، صفحة 56)

فمن خلال دراستنا الميدانية حول الموضوع، واستجوابنا لعدد معين من افراد عينة البحث عن معرفتهم واستخدامهم وتعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من خدماتها التواصلية والاجتماعية في التوعية الصحية للمرأة عن مرض سرطان الثدي ومدى تعرضهم لمحتواهم الصحي والحالة الصحية لهن، حيث ظهر ان افراد عينة البحث بنسبة % 90.3 لسن مصابات بسرطان الثدي اما المصابات او واحد من افراد العائلة % 9.7 وان أغلبهن لديهن حسابات عبر الفاسبوك، ويتعرضن بصفة مستمرة للمضمون الصحي التوعوي عبر صفحاته خاصة خلال الشهر الوردي أكتوبر، ومدى تأثيره على سلوكياتهم وثقافتهم الصحية والتعرف على اخر مستجدات هذا المرض وتقديم الدعم النفسي للمرضى عبر التفاعل والتعليقات وكذا ثقتهم بمصادقية وموضوعية المعلومات الصحية المعروضة لان مصدرها من طرف اخصائيين في الصحة واتباعهم لإرشادات التوعية خاصة فيما يخص الكشف المبكر، كما انه ينتابعن أيضاً نشاطات الجمعيات الناشطة في المجال الصحي ومؤسسات المجتمع المدني عبر صفحاتهم على الفضاء الأزرق واهتمامهم بمحتواها ونشاطها الصحي و حملاتها الإعلامية المقدمة خاصة خلال الشهر الوردي.

نتائج وتوصيات الدراسة

— ان التوعية الصحية تقوم على تقديم النصح والتواصل الصحي مع افراد المجتمع بهدف امدادهم وتزويدهم بالمعرفة الصحية والأساليب السليمة لتبني سلوكيات صحية لمجابهة الامراض والوقاية منها وتجنب مخاطر انتشارها.

— تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا استراتيجيا وفعالا في نشر الحملات الإعلامية التحسيسية، للإرشاد المجتمع وتوعيته بأهمية الثقافة الصحية، وتعزيز القضايا الصحية للمساهمة في التنمية الشاملة.

— لا يمكن الاستفادة من المحتوى الرقمي الصحي الا بمراعاة مجموعة من العوامل: تحليل المعرفة الصحية، والانفتاح على مصادر الاعلام الصحي، وانتقاء مصادر المعرفة الوقائية الصادقة والناجحة.

قائمة المصادر والمراجع

- عبد الرزاق الديلمي (2005)، الاعلام المتخصص، دار اليازوري العلمية، ط3، عمان، الأردن.
- احمد مزاخر واخرون (2001)، علم الاجتماع الصحي، دار اليازوري العلمية للنشر، ط1، عمان، الأردن.
- بسام عبد الرحمان المشاقبة (2012)، الاعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، مصر.
- نادية مصطفى العيد (2018)، فاعلية وسائل التثقيف الصحي في بث ونشر المعلومات الصحية، المؤتمر 23 للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، الدوحة، قطر.
- عبد الله العوضي (1997)، التثقيف الصحي أداة تغيير الصحة، مجلة تعريب الطب، المركز العربي للوثائق والمطبوعات الصحية العدد 3 ، الكويت.
- احمد محمد بدح واخرون (2012)، الثقافة الصحية، دار المسيرة، عمان.
- مدفوني جمال الدين (2020)، التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة المعيار، مجلد، العدد 51.
- رانيا سلوغة (2017)، اعتماد الشباب الجزائري على وسائل الاعلام في التوعية الصحية، مذكرة لتيل شهادة الماستر كلية العلوم الاجتماعية، دامة العربي بن مهدي. الجزائر.
- رشا عبد الله موسى (2021)، دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية للمرأة المصرية دراسة مقارنة بين المرأة في الريف والحضر المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة للإعلان، العدد 22.
- الهام المناقشي (2021)، تأثير الحملات الإعلامية على تغيير سلوكيات الصحة العامة، مجلة الجودة الصحية الالكترونية، 09 يناير تاريخ الاطلاع 09 نوفمبر 2022. www.m-quality.net
- عيشة علة (2020)، دور وسائل الاعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الازمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا.
- هامل عبد النور (2018)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة.
- بالكحل خيرة (2020)، الوعي الصحي والمرأة في مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس. مستغانم.
- Brain.A .Day and Martha.c Monroe(2000), Enveronmental Education and communication for sustainable Id,USA Washington D.C,the Accademy for educational Development.