



الموضوع

دور الحملات الإلكترونية في التوعية بسرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية
دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمات صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة
عبر الفيسبوك.

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الأستاذ المشرف:
د/ جميلة أوشن



إعداد الطلبة:
• توفيق هلال
• نسرین بنای

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	باي أمال		رئيسا	جامعة البويرة
2	أوشن جميلة		مشرفا	جامعة البويرة
3	حسين بوصالح		ممتحنا	جامعة البويرة



التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



أنا الممضي اسفله،

السيد(ة)..... هلال بـ فـ فـ (الصفة: طالب / ماستر / دكتوراه)
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية: 102986579 والصادرة بتاريخ 2017/01/23
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص: إلتزام وعلاقات عامة
والمكلف(ة) بإنجاز اعمال بحث (مذكرة، التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).
عنوانها: دور الحملات الإلكترونية عبر الفيس بوك في التوعية
بمخاطر التدخين لدى المرأة البزائيرية
أصرح بشرفي اني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة
في انجاز البحث المذكور أعلاه.

توقيع المعني (ة)

التاريخ: 14-06-2023

21 JUN 2023 البويرة في

هيئة مراقبة السرقة العلمية:

الامضاء

% 20

النسبة:





التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المسجد (ة) بنای نسریں الصفه: طالب (ماستر / دكتوراه)

الحامل (٥) لبطاقة التعريف الوطنية: 1213 900 39 والصلادة بتاريخ 2021/09/25

المسجل (ة) بكلية / معهد العلوم الإنسانية / قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اِتهال وعلاقات عامة

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكورة، المخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).

عنوانها: دور الحملات الإعلامية في التوعية بحقوق الإنسان

الشخص لدى المرأة الحزائية

أصريح بشرفي اني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة

في انجاز البحث المذكور أعلاه.

توقيع المعني (ة)

التاريخ: 2023/06/15

21 JUN 2023

هيئة مراقبة السرقة العلمية:

النسبة:

%

20



شكر و عرفان

نشكر الله عز وجل الذي ألهمنا الصبر والثبات وأمدنا
بالقوة والعزم على مواصلة مشوارنا الدراسي وتوفيقه
لنا في انجاز هذا العمل.

نحمدك اللهم ونشكرك على نعمتك وفضلك ونسألك البر
والتقوى، ومن العمل ما ترضى وسلام على الحبيب
رسول الله عليه أزكى الصلاة والسلام.

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير لأستاذتنا الفاضلة الدكتورة
أوشن جميلة لإشرافها على هذا البحث وسعة صدرها
وحرصها على أن يكون هذا العمل في صورة كاملة لا
يشوبه أي نقص

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى كل الأساتذة الذين درسونا
طيلة مرحلة الدراسة

والى كل من قدم لنا يد العون وكل من علمنا حرف
فلكم جزيل الشكر والعرفان جزاكم الله كل خير

إهداء

إلى صاحب السيرة العطرة، والفكر المُستنير فقد كان له الفضل الأول في
بلوغي التعليم العالي أستاذ اللغة العربية، الذي ربى أجيالا وأجيال
(والدي الحبيب)، رحمه الله.

إلى من وضعتني على طريق الحياة، وجعلتني رابط الجأش وراعتني حتى
صرت كبيراً (أمي الغالية)، طيب الله ثراها.

إلى إخوتي كل باسمه الأخوين الكبيرين محمد - ساعد وعائلتيهما وأخواتي
البنات إيمان وسارة وعائلتيهما،

إلى لؤلؤة العائلة ريماس، هم من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات
والصعاب.

إلى جميع أصدقائي وأساتذتي الكرام، ممن لم يتوانوا في مد يد العون لي
أهدي إليكم بحثي هذا
وفقني الله وإياكم.

توفيق

إهداء

إلى أجمل ابتسامة في حياتي إلى أروع امرأة في الوجود «أمي الحبيبة».
التي علمتني كيف أخطو الخطوة الأولى وكيف احلم
إلى صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة
إلى أعظم واعز رجل في الكون "أبي الغالي"
الذي لم يبخل عليا بأي شيء من أجل راحتي ونجاحي
"إلى من حبهم يجري في عروقي، و يبهج بذكرهم فؤادي"
إلى الذين ظفرت بهم هدية من الأقدار إخوة فعرفوا معنى الأخوة، أخي العزيز
"مصطفى " أخواتي الغاليات" ماسيسليا، هبة "
أقدم إهداء خاص إلى برعم العائلة "أدم حبيب قلبي"، وجدتي الغالية أطل الله في
عمرها وحفظها ورعاها "
إلى كل الذين اذكركم في قلبي ولم يكتبهم قلمي
"إلى جميع من مد يد العون لي من قريب أو من بعيد، اهدي إليكم بحثي وفقني الله
و إياكم.

نسرين

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وعرفان
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	ملخص الدراسة
	ABSTRACT
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة	
4	1-بناء إشكالية الدراسة
6	2-تساؤلات البحث
6	3-اهمية الدراسة
7	4-أسباب اختيار الموضوع
7	5-اهداف الدراسة
8	6-نوع الدراسة ومنهجها
9	7-أداة جمع البيانات
10	8-تحديد مجتمع البحث والعينة
11	9-تحديد المفاهيم والمصطلحات
14	10-مجالات الدراسة
15	11-الدراسات السابقة
19	12-المدخل النظري للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري	
	أولاً: دور الاتصال الصحي في تعزيز الصحة العامة
27	تمهيد
28	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الاتصال الصحي
28	1- مفهوم الاتصال الصحي
29	2- أشكال وأساليب الاتصال الصحي
32	3- أهمية الاتصال الصحي
33	4- دور وسائل الاعلام والاتصال في نشر الوعي الصحي بالجزائر
35	المبحث الثاني: الاعلام الصحي شكل من أشكال الاتصال الصحي
35	1- مفهوم الاعلام الصحي
36	2- نشأة الاعلام الصحي
37	3- أهمية الاعلام الصحي
38	4- أنواع الاعلام الصحي
39	5- أهداف الاعلام الصحي
40	خلاصة الفصل
	ثانياً: دور الحملات الالكترونية في التوعية الصحية
42	تمهيد
43	المبحث الأول: الحملات الالكترونية، خصائصها، أهدافها، مميزاتها وطرق ادارتها
43	1- مفهوم الحملات الالكترونية
44	2- خصائص الحملات الالكترونية
45	3- أهداف الحملات الالكترونية
45	4- مميزات الحملات الالكترونية

47	5-إدارة الحملات الالكترونية
48	المبحث الثاني: التوعية الصحية، أهميتها ومجالاتها
48	1-مفهوم التوعية الصحية
49	2-خصائص التوعية الصحية
49	3-أهمية التوعية الصحية
50	4-أهداف التوعية الصحية
51	5-مجالات التوعية الصحية
52	المبحث الثالث: سرطان الثدي مقارنة معرفية
52	1-مفهوم سرطان الثدي
52	2-أنواع ومراحل سرطان الثدي
55	3-أعراض سرطان الثدي
56	4-طرق العلاج والوقاية من سرطان الثدي
59	5-توعية المرأة بمرض سرطان الثدي من خلال الفيس بوك
61	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي
63	تمهيد
64	1-عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية.
90	2-النتائج الميدانية للدراسة.
93	خاتمة.
96	قائمة المراجع.
102	قائمة الملاحق.

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل توزيع العينة حسب العمر	64
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.	65
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.	66
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوضعية السوسيو مهنية.	67
05	يمثل مدى متابعة المرأة لصفحة مديرية الصحة لولاية البويرة	68
06	يمثل طبيعة الحملات و المواضيع التي تتابعها المرأة .	69
07	يمثل مدى متابعة المرأة للحملات التوعوية ضد سرطان الثدي	70
08	يمثل وتيرة عرض الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي.	71
09	يمثل دوافع اقبال المرأة على الحملات الالكترونية ضد سرطان الثدي.	72
10	يمثل طبيعة اللغة المعتمدة في حملات التوعية التي تتعرض لها المرأة	73
11	يمثل ان كان التشخيص المبكر لسرطان الثدي يزيد من فرص الشفاء	74
12	يمثل الفئة العمرية الاكثر عرضة للاصابة بمرض سرطان الثدي	75
13	يمثل سبب الاصابة بمرض سرطان الثدي	76
14	يمثل تجسيد مديرية الصحة للحملات توعوية في القرى و المداشر	77
15	يمثل اذ سبق للمرأة حضور حملة او نشاط متعلق بالتوعية الصحية ضد سرطان الثدي	78
16	يمثل مدى التزام المرأة بتطبيق الارشادات الوقائية ضد سرطان الثدي من خلال الحملات التوعوية	79
17	يمثل أهم السلوكيات الوقائية المتبعة ضد سرطان الثدي	80

18	يمثل تأثير الحملات التوعوية على سلوكيات و عادات المرأة للوقاية من سرطان الثدي.	81
19	يمثل ملائمة توقيت برمجة الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي.	82
20	يمثل ان كانت الاساليب المعتمدة في تقديم الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسبة .	83
21	يمثل ان كانت الشخصيات الموظفة في الحملة تجذب المرأة .	84
22	يمثل مدى الابداع و التجديد في الحملات الحالية مقارنة بالحملات السابقة	85
23	يمثل اذا كان شعار الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسب.	86
24	يمثل ان كان اللون الوردي المعتمد في حملات التوعية ضد سرطان الثدي مناسب.	87
25	يمثل الفئة المعرضة للاصابة بسرطان الثدي	88
26	يمثل التوصيات المقترحة لمديرية الصحة لولاية البويرة حول موضوع الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي لدى المرأة	89

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
64	يمثل نسبة توزيع أفراد العينة حسب العمر.	01
65	يمثل نسبة توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.	02
66	يمثل نسبة توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية.	03
67	يمثل نسبة توزيع أفراد العينة حسب الوضعية السوسيو مهنية.	04
68	يبين نسبة توزيع متابعات صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة.	05
-----	-----	06
70	يمثل نسبة توزيع متابعات الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي.	07
71	يمثل نسبة عرض الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي.	08
72	يبين نسبة دوافع اقبال المرأة على الحملات الالكترونية ضد سرطان الثدي.	09
73	يبين نسبة اللغة المعتمدة في حملات التوعية التي تتعرض لها المرأة.	10
74	يمثل نسبة الشفاء عند التشخيص المبكر لسرطان الثدي.	11
75	يبين توزيع الفئة العمرية الأكثر عرضة للإصابة بمرض سرطان الثدي.	12
-----	-----	13
77	يمثل نسبة تجسيد مديرية الصحة لحملات التوعية في القرى و المداشر.	14
78	يبين نسبة حضور العينة لحملة أو نشاط متعلق بالتوعية الصحية ضد سرطان الثدي.	15

79	يبين نسبة التزام المرأة بتطبيق الارشادات الوقائية ضد سرطان الثدي من خلال الحملات التوعوية.	16
80	يمثل نسبة توزيع أهم السلوكيات الوقائية المتبعة ضد سرطان الثدي.	17
81	يبين نسبة تأثير الحملات التوعوية على سلوكيات و عادات المرأة للوقاية من سرطان الثدي.	18
82	يمثل ملائمة توقيت برمجة الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي.	19
83	يبين نسبة هل الاساليب المعتمدة في تقديم الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسبة.	20
84	يبين هل الشخصيات الموظفة في الحملة تجذب المرأة.	21
85	يبين نسبة الابداع و التجديد في الحملات الحالية مقارنة بالحملات السابقة.	22
86	يبين نسبة هل شعار الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسب.	23
87	يبين نسبة هل اللون الوردي المعتمد في حملات التوعية ضد سرطان الثدي مناسب.	24
88	يبين نسبة اصابة سرطان الثدي بالنسبة للرجال و النساء.	25
-----	-----	26

ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع دور الحملات الالكترونية عبر موقع الفيس بوك في التوعية ضد سرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية، والتي تتدرج ضمن البحوث الوصفية، حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول: هل ساهمت الحملات الالكترونية عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة في موقع الفيس بوك في التوعية ضد سرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية؟

قد اعتمدنا على المنهج المسحي في هذه الدراسة التي أجريت على عينة من النساء من ولاية البويرة، حيث استخدمنا العينة القصدية على 139 مفردة، كما استعنا في دراسة هذا الموضوع على استمارة الاستبيان التي تكونت من 4 محاور وبعد المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة توصلنا إلى جملة من النتائج نذكر منها:

- تبين أن اغلب أفراد العينة يتراوح سنهم بين 15 و 25 سنة واغلبهم ذو مستوى جامعي.
- اتضح أن اغلب أفراد العينة يتابعون صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة.
- يرى أغلب المبحوثين أن دوافع إقبالهم على الحملات الالكترونية ضد سرطان الثدي من أجل الوقاية.
- اتضح أن الفئة العمرية الأكثر عرضة للإصابة بسرطان الثدي هي الفئة من 41 إلى 60 سنة.
- يرى اغلب أفراد العينة بأن التشخيص المبكر لسرطان الثدي يزيد من فرص الشفاء.
- تبين أن اغلب المفردات يرون بأن توقيت برمجة الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسب.
- اتضح أن جل المبحوثين اتفقوا على أن اللون الوردي المعتمد في الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسب، كما اتفقوا على أن سرطان الثدي يصيب النساء فقط.

الكلمات المفتاحية: الدور، الحملات الالكترونية، موقع الفيس بوك، التوعية، سرطان الثدي، المرأة

Abstract:

This study examined the role of electronic campaigns on Facebook in raising awareness about breast cancer among Algerian women. The study falls within the realm of descriptive research, with the research problem centered around the following question: Did the electronic campaigns through the Facebook page of the Health Directorate in Bouira contribute to raising awareness about breast cancer among Algerian women?

The survey method was employed in this study, conducted on a sample of women from Bouira. A purposive sample of 139 individuals was used, and a questionnaire consisting of four dimensions was employed to study this topic. After the statistical analysis of the study's data, several results were obtained, including:

- The majority of the sample's individuals were between 15 and 25 years old, and most of them had a university education.
- It became clear that the majority of the sample's individuals follow the Facebook page of the Health Directorate in Bouira.
- Most respondents stated that their motivation for engaging with the electronic campaigns was for prevention purposes.
- It was revealed that the age group most susceptible to breast cancer is the group between 41 and 60 years old.
- Most of the sample's individuals believed that early diagnosis of breast cancer increases the chances of recovery.
- The majority of respondents found the timing of scheduling awareness campaigns against breast cancer to be appropriate.
- It was evident that most participants agreed that the pink color used in awareness campaigns against breast cancer is suitable, and they also agreed that breast cancer affects only women.

Keywords: role, electronic campaigns, Facebook, awareness, breast cancer, women.

مقدمة

يشكل الاتصال والاعلام الصحي جوانب حيوية في تعزيز التوعية الصحية وتحسين الصحة العامة للأفراد والمجتمعات. يعمل الاتصال الصحي على نقل المعلومات الصحية الهامة والدقيقة إلى الجمهور، بينما يستخدم الإعلام الصحي وسائل الإعلام والتقنيات المختلفة لنشر هذه المعلومات والوصول إلى فئات واسعة من الناس، حيث يعتمدان على التوجيه بشكل استراتيجي للوصول إلى الجمهور المستهدف ويتضمن ذلك استخدام وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون والراديو والصحف والمجلات ووسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، يمكن أيضاً تنظيم الأحداث والندوات وورش العمل لنشر المعلومات الصحية وتوعية الجمهور.

في السنوات الأخيرة، شهدت الحملات الإلكترونية عبر الفيس بوك نموًا كبيرًا في الجزائر وحول العالم، وأصبحت واحدة من الأدوات الفعالة في التوعية والتثقيف الصحي، تعتبر هذه الحملات وسيلة مبتكرة ومنخفضة التكلفة للوصول إلى جمهور واسع وتوفير المعلومات والدعم للنساء المعرضات لخطر الإصابة بسرطان الثدي الذي يُعتبر من أكثر أنواع السرطان شيوعًا بين النساء على مستوى العالم، وهو يشكل تحديًا كبيرًا للصحة العامة. واكتشافه في مراحله المبكرة يمكن أن يؤدي إلى علاج ناجح وزيادة فرص النجاح في العلاج، ولذلك يكمن الدور الحاسم للتوعية والتثقيف حول سرطان الثدي في الحد من انتشاره وتأثيره السلبي.

كما تعتبر التوعية الصحية جزءًا أساسيًا من جهود الرعاية الصحية، التي تهدف إلى زيادة الوعي وتعزيز المعرفة لدى الأفراد بشأن الصحة والسلامة. وهي أداة قوية تمكن الأفراد والمجتمعات من اتخاذ القرارات الصحية السليمة وتبني السلوكيات الصحية، كما تشمل نشر المعلومات والتثقيف حول الأمراض والوقاية منها، وتعريف الناس بالعوامل المؤثرة في الصحة والعوامل الوقائية، وتوفير الإرشادات والنصائح الصحية العامة.

يتم تحقيق التوعية الصحية من خلال مجموعة متنوعة من الوسائل والأدوات، بما في ذلك حملات التوعية العامة، والتوجيهات الشخصية، والمواد المطبوعة، ووسائل الإعلام الاجتماعية والتقنية، والندوات والمحاضرات، والمشاركة في المجتمع والأنشطة الصحية.

باختصار، تعد هذه الأخيرة أداة أساسية لتمكين الأفراد والمجتمعات من اتخاذ قرارات صحية مستنيرة وتبني سلوكيات صحية، مما يساهم في تحسين الصحة العامة والوقاية من الأمراض وتعزيز الرعاية الذاتية ورفع وتنمية مستوى الوعي والثقافة الصحية لديهم.

وعلى ضوء ما سبق تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث جوانب، الجانب المنهجي، النظري والتطبيقي كالتالي:

- 1- **الجانب المنهجي:** يتضمن إشكالية الدراسة الذي يعتبر ضبطها أهم خطوة من خطوات البحث العلمي والتي تحدد موضوع الدراسة، كذلك يندرج تحت هذا العنوان تساؤلاتها، ثم أهمية الدراسة وأهدافها، إضافة إلى تحديد أسباب اختيار الموضوع ومفاهيم الدراسة وصولاً إلى نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات ومجتمع الدراسة وعينته، وأخيراً حدود الدراسة، وتحديد حدود الدراسات السابقة والمقاربة النظرية وصولاً إلى:
- 2- **الجانب النظري** الذي تناولنا فيه فصلين.

الفصل الأول: بعنوان دور الاتصال الصحي في تعزيز الصحة العامة

وتم التطرق فيه أولاً إلى مفهوم الاتصال الصحي على حدى، أشكاله وأساليبه وأهميته، ودور وسائل الاعلام والاتصال في نشر الوعي الصحي في الجزائر.

ثانياً: تطرقنا إلى مفهوم الاعلام الصحي ونشأته، أهميته، أنواعه وأهدافه.

الفصل الثاني: بعنوان الحملات الالكترونية في التوعية الصحية

حيث تناولنا فيه أولاً مفهوم الحملات الالكترونية وأهم خصائصها وأهدافها، مميزاتها وإدارتها.

ثانياً: تطرقنا إلى مفهوم التوعية الصحية، خصائصها، أهميتها، أهدافها وأهم مجالاتها.

ثالثاً وخيراً: تناولنا مفهوم سرطان الثدي، أنواعه ومراحله، أعراضه، أهم طرق العلاج والوقاية منه وتوعية المرأة بمرض سرطان الثدي من خلال الفيس بوك.

- 3- **الجانب التطبيقي:** تم التطرق فيه إلى عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة، النتائج الميدانية للدراسة، التوصيات والمقترحات.

الإطار المنهجي و المفاهيمي للدراسة

1-الإشكالية:

شهد العصر الحديث تطورا في المجالات العلمية التي طالت نواحي الحياة المختلفة، الأمر الذي سهل وتيرة الحياة و ممارسة الأعمال المختلفة، حيث تعتبر العولمة من أهم الظواهر التي أصبحت تفرض وجودها بقوة في أمور المجتمعات و تزامن مع هذا تطور الشبكة العنكبوتية أو ما يعرف بالإنترنت، التي حققت قفزة نوعية في مجال الاتصال فهي بطبيعتها لا تتطلب تكلفة عالية كما توفر الوقت و الجهد لمستخدميها من كافة أنحاء العالم للوصول إليها بسهولة، مما جعلها منصة للاتصال بين الأفراد وعامل مهم في زيادة الثقافة و انفتاح الشعوب لتصبح بذلك حيزا للحصول على المعلومات، منافسة في ذلك الوسائط التقليدية في نشر الأخبار و المعلومات.

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي احد المظاهر الرقمية التي أفرزتها الانترنت والتي ساهمت بشكل كبير في تطور فكر الفرد خصوصا موقع الفيس بوك، حيث تعتبر هذه الأخيرة هي الأكثر انتشارا على شبكة الانترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الالكترونية الأخرى حيث يعيش الفرد في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي، لأنها أتاحت سهولة الحصول على المعلومات في مختلف الميادين و النشاطات مع إمكانية تبادل الصور و مقاطع الفيديو، مشاركة الملفات و إجراء المحادثات بالتواصل و التفاعل بين الجمهور من خلال همزة الوصل هذه.

إن الاتصال الصحي يتمثل في الأنشطة والجهود الاتصالية التي تقوم على استهداف ونشر المعلومات الصحية وتطوير المعرفة بشأن قضايا الصحة العامة، والتوعية بالسلوكيات الصحية السليمة التي يجب إتباعها من اجل الحفاظ على صحة المجتمع والأفراد والإقناع بتبنيها والالتزام بها، فهو يعد استراتيجية اتصالية تهدف إلى إخبار الأفراد بالقضايا الصحية الهامة والعمل على إدراجها في أولوياتهم، فهو يشتمل على ما يتم تقديمه من معلومات وإرشادات للأفراد والمجتمعات عبر استراتيجيات اتصالية تعمل على تأثير في قرار الجمهور المستهدف وقرارات المجتمع من اجل تبني سلوكيات صحية سليمة، ويعمل أيضا على مواجهة انتشار الأمراض عبر التحذير و التوعية المستمرين بغرض حماية الأفراد، نتيجة لذلك فان الاتصال الصحي لا يرتبط بالجوانب الصحية فقط لكنه أيضا يرتبط بطبيعة المجتمع وثقافته ونمط حياته وسلوكياته اليومية فهو اتصال يعتمد على عرض الممارسات الصحية السليمة لذلك يقاس نجاحه بقدرته على تحقيق ذلك.

إن الاتصال الصحي الفعال يعتمد في بداية تخطيطه إلى التعرف على الاحتياجات الصحية للمجتمع والأخطار التي يمكن أن يتعرض لها والممارسات التي يجب عليه تغييرها، حتى يمكن التخطيط الحملات أو الأنشطة الاتصالية الصحية بصورة موجهة نحو تلبية هذه الحاجات.

يعتبر أيضا الاعلام الصحي شكل من أشكال الاتصال الصحي، يمكن تعريفه على أنه ذلك النوع من أنواع الإعلام المتخصص الذي يقوم بنقل الأفكار والحقائق عن الأمراض والصدمات والتشوهات وأسبابها وتطورها ومدى انتشارها وكيفية تشخيصها والوقاية منها وسبل علاجها، وكذا تقديم الأخبار حول مختلف القضايا والأحداث الطبية والصحية بهدف توجيه الأفراد وتوعيتهم وتنقيفهم وتعليمهم، إضافة إلى إسهامه في نقل الخبرات العالمية وتسليط الضوء على القضايا الصحية والتجارب الطبية للاستفادة منها في إكساب العلم والمعرفة، وتزويد المتلقي بالمعلومات الصحية الكفيلة بتوسيع آفاقه المعرفية، هذا فضلا عن تعامله مع الواقع الصحي بكل أبعاده من خلال رصد الانجازات الصحية التي تتحقق على المستوى الوطني والإقليمي والدولي.

أضحت الحملات الالكترونية عبر موقع الفيس بوك شكلا من أشكال الإعلام الصحي الذي تتبناه المؤسسات كمديرية الصحة لولاية البويرة عبر صفحتها الرسمية عن طريق الحملات التوعوية التي تقوم بها من اجل التوعية لمواجهة انتشار بعض الظواهر و السلوكيات الدخيلة و المضرّة بصحة الأفراد في مجتمعنا، وينال موضوع توعية الجماهير بكل ما يتعلق بالوضع الصحي أهمية كبيرة في مختلف حملات التوعية المطروحة من خلال التربية و التنقيف و التوعية الصحية الموجهة لجميع فئات المجتمع، خصوصا و أن موقع الفيس بوك يتم استخدامه من قبل أكثر من مليار نسمة حول العالم لهذا يعتبر الوسيلة الأنجع لمثل هكذا حملات.

من المواضيع الصحية التي أخذت حيزا مهما من الاهتمام نجد موضوع سرطان الثدي الذي أصبح يمثل تهديدا واضحا للنساء في حياتهم باعتباره احد أنماط الأورام الخبيثة شيوعا وينتج عن طريق نمو غير طبيعي لخلايا الثدي، حيث أشارت التقارير و الدراسات الصحية في الجزائر إلى إصابة النساء الجزائريات بشكل كبير في الآونة الأخيرة على مختلف أعمارهن عن طريق تسجيل حوالي أكثر من 14 ألف إصابة جديدة سنويا، والفئة الأكثر عرضة للإصابة بهذا المرض هي الأقل من 40 سنة، عكس الدول الغربية التي يظهر فيها بعد ال60 سنة فما فوق استنادا على معطيات السجل الوطني للسرطان.

في هذا السياق يسعى القائمون على الحملات التوعوية إلى نشر مواضيع سرطان الثدي، طرق الوقاية منه وعلاجه من خلال ما يسمى بحملات أكتوبر الوردي للتوعية بسرطان الثدي، وذلك من أجل تثقيف وتوعية المرأة الجزائرية أكثر حول أهمية هذا الموضوع، وضرورة الكشف المبكر عن هذا المرض والقيام بالفحوصات الضرورية واللازمة من أجل الوقاية منه، لهذا السبب من المهم أن تطلع النساء على الحملات الالكترونية على موقع الفيس بوك من أجل الاستفادة طبيا حول سرطان الثدي، مسبباته، أعراضه وطرق علاجه والوقاية منه.

ومن هذا المنطلق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي:

- الى أي مدى ساهمت الحملات الالكترونية عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة في موقع الفيس بوك في التوعية بسرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية؟

2-التساؤلات الفرعية:

- ما طبيعة إقبال المرأة على الحملات الالكترونية الخاصة بسرطان الثدي من خلال صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة؟

- ماهي دوافع إقبال المرأة على الحملات الالكترونية الخاصة بالتوعية بسرطان الثدي من خلال صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة؟

- كيف تؤثر الحملات الالكترونية على المرأة الجزائرية معرفيا وسلوكيا من خلال صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة؟

3-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا لهذا الموضوع كونه من بين الموضوعات المهمة ألا وهي التوعية الصحية، باعتبار أن التوعية تلعب دورا فعالا في شتى المجالات خاصة في المجال الصحي مع الانتشار الهائل والواسع للأمراض، فهي أحد مقومات الرعاية الصحية الأولية، بل هي الخطوة الأولى نحو تثقيف الفرد والمجتمع بأمورهم الصحية، والعمل على كسر حواجز الجهل مع القضاء على الاعتقادات الخاطئة وبالذات التي يتبادلها الناس بشكل مبالغ فيه. و كون أن مرض سرطان الثدي أصبح في انتشار كبير حسب الإحصائيات التي تقدم كل سنة في الجزائر بمعنى ظاهرة اجتماعية وجب الحذر منها كونه احد اخطر أمراض العصر، وان التوعية مجال يهتم به المجتمع بصفة عامة وذلك من اجل رفع مستوى الوعي الصحي و التقليل من الإصابة بالأمراض المزمنة والمعدية، إضافة إلى هذا ضرورة إبراز أهمية هذه الدراسة في تبيان مضامين صحية حول سرطان

النّدي ضمن شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، أيضا إبراز العمل الذي تقوم به شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تنمية الوعي الصحي للمرأة الجزائرية حول موضوع سرطان الثدي، و دراسة الدور الذي تلعبه الحملات الالكترونية في التوعية الصحية على غرار الحملات الأخرى في المجتمع، لمعرفة مدى إقبال الأفراد على هذه الحملات و الاستفادة منها. تعتبر الصحة المحرك الأساسي لجميع الأنشطة، فإذا ما وقع خلل في المجال الصحي تتبعه جميع المجالات الأخرى في المجتمع، وباعتبار أن سرطان الثدي من بين أكثر الأورام الخبيثة انتشارا وجب علينا أن نبرز دور وأهمية التوعية الصحية في الحد من انتشار هذا المرض بنشر طرق علاجه والوقاية منه.

4-أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار أي موضوع بحث يتم دوما بأسباب متوفرة لدى الباحث، قد تكون أسباب ذاتية لرغبة الباحث في تجسيد فكرة ما أو لغرض يفرضه الواقع الاجتماعي الذي يدفع إلى اختيار مثل هكذا مواضيع، وقد تكون أيضا لأسباب موضوعية، فمرحلة اختيار الموضوع تساهم في إثراء المجال المعرفي وعلى هذا الأساس فإن الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع هي:

- الرغبة في دراسة مثل هذه المواضيع الحساسة والمهمة التي لم تلاقي أهمية كبيرة من قبل الطلبة والباحثين، خصوصا وأن المرض في تزايد مستمر وأيضا أغلب الطلبة قد اتجهوا إلى المواضيع المتعلقة بالسياحة.
- قابلية الموضوع للدراسة الميدانية.
- الرغبة في إيصال رسالة إلى كل الناس، خصوصا المرأة الجزائرية بضرورة الاطلاع على موضوع سرطان الثدي وطرق الوقاية منه وعلاجه خصوصا أهمية الكشف المبكر عنه.
- تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه الحملات الالكترونية عبر موقع الفيس بوك في نشر الوعي الصحي ومعرفة مدى تجاوب المرأة الجزائرية مع هاته الحملات حول موضوع سرطان الثدي وطرق الوقاية منه.

5-أهداف الدراسة:

إن قيمة أي بحث علمي أو دراسة ترتبط ارتباطا وثيقا بقيمة الأهداف والنتائج التي نسعى إلى تحقيقها أو الوصول إليها.

وعليه ترتبط دراستنا بقياس مدى تأثير ودور الحملات الالكترونية عبر موقع الفيس بوك في التوعية ضد سرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية، يعتبر هذا هو الهدف الرئيسي وهناك أيضا أهداف جزئية تتمثل في:

- معرفة مدى إقبال المرأة في ولاية البويرة على الحملات الالكترونية الخاصة بسرطان الثدي.
- معرفة أهم دوافع إقبال المرأة في ولاية البويرة على الحملات الالكترونية الخاصة بالتوعية ضد سرطان الثدي.
- معرفة تأثير الحملات الالكترونية الخاصة بالتوعية ضد سرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية معرفيا وسلوكيا.
- نشر الثقافة الصحية من اجل توعية المرأة الجزائرية.
- معرفة نسبة تصفح المرأة الجزائرية لموقع الفيسبوك خصوصا صفحات التوعية ضد سرطان الثدي.
- التعرف على آراء وتوجهات عينة الدراسة (المرأة الجزائرية) في محتوى هذه الحملات التوعوية الصحية.
- معرفة تأثير الحملات الالكترونية حول سرطان الثدي على المرأة الجزائرية.
- معرفة مدى مصداقية هذه الحملات التوعوية الصحية بالنسبة للمرأة الجزائرية.
- لفت انتباه الأفراد من خلال نشر مواضيع مهمة حول سرطان الثدي.

6-نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية الشائعة الاستخدام في بحوث الإعلام والاتصال، وهذا ما يستلزم منا استخدام **المنهج المسحي (المسح بالعينة)**، وقبل التطرق إلى المنهج المستخدم يجب أولا أن نتوجه إلى **مفهوم المنهج**: هو مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف ¹. ويعرف أيضا بأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج علمية وموضوعية ².

المسح لغة: هو: " إلقاء نظرة شاملة وفاحصة على موضوع معين بغرض فهمه وإدراك مختلف جوانبه وتداخلاته وأبعاده.

¹- منذر ضامن، أساسيات البحث العلمي، دار الميسرة، الأردن، 2007، ص160.
²- جمال زكي، أسس البحث الاجتماعي، دار الفكر العربي، ط2، 1996، ص10.

ويعرف **المنهج المسحي** على أنه: هو ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطته استجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط، دون أن يتجاوز ذلك دراسة العلاقة أو استنتاج الأسباب." و هو " عدد من مناهج البحث التي تشترك في هدف واحد هو الحصول على المعلومات من مجموعة من الأفراد بشكل مباشر، و يتميز المنهج المسحي بأنه أشبه ما يكون بالأساس لبقية أنواع البحوث في المنهج الوصفي، إضافة إلى قابليتها للتطبيق، وسهولة تطبيقه وتعدد مجالاته في التطبيق.¹

7- أداة جمع البيانات:

لقد تم الاستعانة في جمع البيانات على استمارة الاستبيان والذي يعرف على أنها: أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، وهو مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعاته للموضوع والإجابة تكون حسب توقعات الباحث التي صاغها في استفسارات محددة.

ويعرف أيضا على أنه: مجموعة من الأسئلة التي تعد بقصد الوصول إلى المعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، ويعد الاستبيان من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات.²

وعليه فقد اشتملت دراستنا على 26 سؤال موجه للمبحوثات، وكانت الأسئلة متنوعة من أجل تقادي بعض السلبيات.

تضمنت استمارة الدراسة 4 محاور، احتوت على 26 سؤال وهذه المحاور هي:

- المحور الأول: محور البيانات الشخصية ويضم 4 أسئلة.
- المحور الثاني: طبيعة إقبال المرأة في ولاية البويرة على الحملات الالكترونية الخاصة بسرطان الثدي عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة ويضم 6 أسئلة.

¹ جابر عبد الحميد، أحمد كاظم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار النهضة العربية، ط2، القاهرة، 1978م، ص140-145

² - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص6.

- المحور الثالث: تأثير الحملات الالكترونية على المرأة في المتابعة لصفحة مديرية الصحة في ولاية البويرة ويضم 8 أسئلة.

- المحور الرابع: رأي المرأة للحملات التوعوية الخاصة بسرطان الثدي عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة ويضم 8 أسئلة.

8-مجتمع البحث: يعرف على انه جمع المفردات التي تكون في إطار البحث المراد دراسته وهو جميع الأشخاص المكونين للدراسة.¹

لذا فان الباحث يسعى إلى اشتراك جميع أفراد المجتمع، لكن الصعوبة تكمن في أن عدد أفراد المجتمع قد يكون كبيرا، بحيث لا يستطيع الباحث إشراكهم جميعا، فمثال عند دراستنا للمشكلة التالية: (هل ساهمت الحملات الالكترونية عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة في موقع الفيسبوك في التوعية ضد سرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية)، نلجأ في هذه الحالة إلى اختيار مجموعة جزئية من مجتمع البحث وهي المرأة التي تسكن في ولاية البويرة المتصفحات للحملات الالكترونية التوعوية عبر الفيسبوك وتسمى هذه المجموعة عينة البحث.

عينة البحث: هي مجموعة جزئية من مجتمع البحث الأصلي، يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتضم عدد من الأفراد من المجتمع الأصلي.²

لذا تم اختيارنا لنوع من العينات الغير احتمالية نظرا لأنها انصب نوع يحقق جمع البيانات التي تدخل في إطار دراستنا، حيث عادة ما يستخدم هذا النوع في الحالات التي تكون فيها جميع مفردات جمهور البحث غير معروفة لدى الباحث ولا تتم حسب الأسس الاحتمالية ولكن يتم اختيارها بمعايير تحكمية يضعها الباحث طبقا لما يراه مؤديا إلى تمثيل العينة للمجتمع.

رغم ذلك لزم علينا أن نختار مفردات عينتنا بطريقة تحكمية تتوافق مع عينة تمثل مجتمع بحثنا وهنا التي تتمثل في **العينة القصدية:** هي التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وهذا لمعرفة المسبقة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثلها تمثيلا صحيحا.³

¹ - أحمد عارف العساف، محمود الوادي، **منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية**، دار الصفاء، عمان، 2011، ص221.

² - إبراهيم عبد العزيز دعليج، **مناهج وطرق البحث العلمي**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص91.

³ - أحمد بن مرسل، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005، ص197.

لذا قد تم اختيارنا للعيننة بطريقة قصدية من جملة النساء المصابات والغير المصابات بمرض سرطان الثدي وكذا اللواتي تتعرضن للحملات الالكترونية عبر موقع الفيسبوك، نتيجة للانتشار الواسع في أوساط النساء الجزائريات بالمرض، لذا قد تم حصرنا لفئة من نساء ولاية البويرة تتراوح أعمارهن من 15 إلى 60 سنة.

9-تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة: يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يجب بها الباحث في دراسته، بهدف الاتفاق على المحددات والتعريفات والتغيرات التي تقوم بها على المفاهيم حيث تظهر حاجتنا إلى هذه المرحلة لكي نحدد جملة من المفاهيم.

- الدور: -لغوياً: مصدر لجمع الأدوار يعني بالحركة، عودة الشيء إلى حيث كان، أو إلى ما كان عليه.¹

-اصطلاحاً: هو مجموعة السلوكيات المتوقعة من طرف أي شخص داخل التنظيم، له مكانة معينة في الهيكل التنظيمي من خلال المهام الذي يؤديها.²

- إجرائياً: يقصد بالدور في هذه الدراسة مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات التي تقوم بها الحملات الالكترونية عبر موقع الفيسبوك، من أجل زيادة الوعي الصحي للأفراد واكتساب معلومات صحية سليمة.

- الحملات الالكترونية:

الحملة لغة: حملة على الأمر حملاً فانحل: أغراه به وتحامل في الأمر وبه تكلف على مشقة وإعياء وتحامل عليه أي: كلف ما لا يطيق.³

المفهوم الاصطلاحي: تعرف الحملات عموماً على أنها: تصميم برنامج محكم يستهدف زيادة نسبة تقبل فكرة اجتماعية لدى الجماهير المستهدفة أخذين في الاعتبار (التخطيط والترويج).⁴

¹- لؤيس مَعلُوف، المنجد في اللغة والاعلام، المطبعة الكاثوليكية بيروت، 2003، ص228.

²- ناصر قاسيمي، دليل مصطلحات علم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص6.

³- ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، مصر، 2003، ص734.

⁴- فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملة الإعلامية، عالم الكتب، ط1، مصر، 2007، ص62.

- الحملة الإلكترونية:

يمكننا تعريف الحملة الإلكترونية بأنها: عمل فردي أو شبه فردي يتحول إلى عمل جماعي منظم يستهدف إحداث التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي داخل المجتمع، عن طريق استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط لحجم التفاعلات أو المزج بينه وبين فاعليات على أرض الواقع. وتحظى الحملات الإلكترونية بمواصفات تقنية وفنية لا تتوفر في الاعلام التقليدي من حيث الحالية في البث والتلقي والتفاعلية، وعوامل الجذب في الصوت والصورة والحركة والعديد من التقنيات الفنية المتطورة والمتجددة.¹

- الفيسبوك:

هو أحد أهم المواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت، فهو موقع يتم الدخول إليه من خلال إنشاء حساب خاص بالمستخدم يسمح بتكوين صداقات والردشة السمعية البصرية والمكتوبة، وكذا نشر وتحميل الصور والفيديوهات والمشاركة في الكثير من المواضيع وهو أيضا فضاء لتفعيل الكثير من الأعمال والنشاطات في مختلف المجالات.²

هو موقع اجتماعي استأثر بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، ويشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد أو مجموعة معينة.³

- التوعية:

تعرف التوعية لغة على أنها الوعي والفهم والسلامة، مصدر وعي، وهي التقييم والتوضيح والإرشاد، وهي مأخوذة من الفعل وعى، وهو الحفظ والفهم والإدراك للعمل.⁴

¹- عائشة قرة، حملات التوعية الإلكترونية الصحية ودورها في ترسيخ الثقافة الصحية دراسة سيمولوجية لحملة الوقاية من سرطان الثدي، جامعة محمد دباغين سطيف 2، ص115.

²- ياس خضير البياني، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، عمان 2014، ص390.

³- عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، الجزء الثاني، ط1، عمان، 2008، ص 218-219.

⁴ - فتيحة عقيل، مذكرة الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، ماجستير في الاعلام والاتصال، الجزائر، 2012، ص25.

أما اصطلاحاً يمكن تعريفها على أنها إيجاد الوعي واكتسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الاقتناع بفكرة معينة أو رأي معين واتخاذ منهج سلوكي معين، بقصد تحقيق نتائج القائم بالتوعية. والتوعية إجرائياً هي نشاط يهدف إلى تركيز انتباه مجموعة واسعة من الناس إلى مسألة أو قضية معينة، وعلى وجه الخصوص فئة نساء ولاية البويرة لتوعيتهن من خطر الإصابة بمرض سرطان الثدي من خلال الحملات الالكترونية على موقع الفيسبوك.¹

- سرطان الثدي:

تعرف جمعية السرطان الأمريكية سرطان الثدي: "بأنه ورم خبيث يسبب نمواً غير طبيعي لخلايا الثدي، وعادة ما يظهر في القنوات والغدد الحليبية للثدي، ويمكن أن ينتشر إلى الأنسجة المحيطة به أو إلى أي منطقة في الجسم، ويحدث سرطان الثدي غالباً لدى النساء، وقد يحدث أحياناً لدى الرجال.²

- المرأة الجزائرية:

إجرائياً: نساء ولاية البويرة اللواتي يتعرضن لحملات توعية ضد سرطان الثدي عبر موقع الفيسبوك قد تكون سليمة أم مصابة بهذا المرض.

¹- ياسين بودراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص 15.

²- حنان الشقران وياسمين الكركي، الدعم الاجتماعي المدرك لدى مريضات سرطان الثدي في ضوء بعض المتغيرات، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، المجلد 12، العدد 01، 2016، ص 86.

10-مجالات الدراسة:

يعتبر تحديد مجالات الدراسة من أهم الخطوات المنهجية المتبعة التي لا نستطيع أن نستغني عنها في أي دراسة، من خلالها يتم معرفة المكان التي أجريت فيه الدراسة، الأفراد المبحوثين وعينة الدراسة بالإضافة إلى الفترة الزمنية التي أجريت فيها، كونها تساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان وقد اتفق العديد من مستعملي منهج البحث العلمي الاجتماعي أن لكل دراسة حدود وهي: المجال الجغرافي، الزمني والبشري.

- المجال الجغرافي:

يتمثل المجال الجغرافي لدراستنا في ولاية البويرة التي تحتل موقعا استراتيجيا هاما، حيث تقع في المنطقة الشمالية الوسطى على بعد 120 كلم عن العاصمة الجزائرية، تتربع على مساحة قدرها 4454 كم وبتعداد سكاني يقارب 700 ألف نسمة تتميز بتضاريس متنوعة، تضم 45 بلدية موزعة على 12 دائرة وتعتبر أيضا همزة وصل بين الشرق والغرب.

إلا أن السبب الرئيسي لاختيارنا لولاية البويرة باعتبارها من الولايات التي انتشرت فيها حالات الإصابة بمرض سرطان الثدي، وكوننا ننتمي إلى نفس المكان الجغرافي للدراسة ستسهل علينا دراسة عينات البحث والوصول إليها.

- المجال الزمني:

يتمثل في الفترة الزمنية التي قمنا فيها بإجراء دراستنا و قد بدأت من شهر جانفي 2023 إلى غاية شهر ماي 2023، وجاء التقسيم الزمني على هذا الشكل:

المرحلة الأولى: خاصة بالإطار المنهجي للدراسة، استمر البحث فيها من الفترة الممتدة جانفي 2023 إلى غاية أواخر فيفري 2023.

المرحلة الثانية: خصصت للجانب النظري الذي يتضمن فصلين، استغرقنا فيه من بداية مارس إلى أواخر شهر ابريل 2023.

المرحلة الثالثة: هذه المرحلة خاصة بالإطار التطبيقي الذي استغرقنا في انجازه من بداية شهر ماي 2023 إلى أواخر نفس الشهر.

- المجال البشري: نساء ولاية البويرة اللواتي يتعرضن لحملات توعية ضد سرطان الثدي عبر موقع الفيسبوك قد تكون سليمة أم مصابة بهذا المرض.

11-الدراسات السابقة:

إن الدراسات والبحوث العلمية كلها مبنية على دراسات سابقة أو مشابهة فلا يمكن لأي باحث أن ينكر دور هذه الدراسات وأهميتها وكذلك الخدمة التي تقدمها، وقد اعتمدنا على بعض الدراسات السابقة المشابهة نظرا لقلّة الدراسات في هذا المجال الصحي والتي كانت على النحو التالي:

1-الدراسة الأولى:

هي دراسة لصوكو حسيبة وبحبح فاطمة الزهراء بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر

تبحث إشكالية الدراسة حول أهمية شبكة الانترنت والثورة التكنولوجية الهائلة في مجال الاتصال التي شهدتها البشرية بحيث جعلت العالم قرية صغيرة وقربت بين الشعوب البعيدة وأيضا مدى مساهمتها في التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إلمام الناس بالمعلومات والحقائق وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم.

كانت إشكالية هذه الدراسة من خلال طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي في الجزائر؟

بالنسبة للتساؤلات الفرعية لهذه الدراسة فقد اندرجت ضمن:

- ماهي عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري؟
 - هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق التوعية الصحية بالجزائر؟
 - هل لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي تأثير على المجتمع الجزائري؟
- اعتمدوا في دراستهم على **المنهج الوصفي** واستعملوا بخصوص جمعهم للمعلومات على الأداة التي تمثلت في استمارة الاستبيان، مستعملين في ذلك العينة **الطبقية** التي تعتمد على تقسيم المجتمع إلى طبقات مختلفة تمثلت في 822 فرد مقسمين على 6 فئات.
- بخصوص الحيز الذي أجريت فيه الدراسة هو جامعة محمد الصديق بن يحي (قطب تاسوست) الواقع ببلدية الأمير عبد القادر (طلبة قسم الاعلام و الاتصال).
- ومن بين **أهم النتائج** التي توصلت إليها الباحثتين من خلال دراستهم هذه أن:
- معظم الطلبة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية وذلك لحاجتهم للتوعية الصحية.

- أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة يهتمون بالوسائل الإعلامية بدافع الفضول واكتساب معلومات جديدة في حياتهم.
- بينت الدراسة انه كلما زاد إقبال الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي كلما زاد وعيهم الصحي مما يحقق لهم اشباعاتهم ورغباتهم في التحصيل المعرفي.

أوجه الاستفادة:

- إن الدراسة السابقة يتمثل موضوعها في دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر، حيث تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في استخدامها واعتمادها على أداة الاستبيان لجمع البيانات وكذا اندراج الدراستين في الحملات التوعوية والتحسيس وساعدتنا في بناء إشكالية دراستنا واختيار أهم الإجراءات المنهجية المناسبة.
- كل من الدراستين يحاولن تسليط الضوء على ظاهرة معينة من اجل نشر الوعي ولفت انتباه الجمهور وتنقيفه اتجاه ما يدور حوله.
- ساهمت كل من الدراستين في إبراز دور وسائل الاعلام في عملية التحسيس والتوعية وبيان قيمة وجود هذه الوسائل وساعدت في بناء الإطار النظري للدراسة وتشكيل هيكل عام لها.¹

¹ صوكو حسبيبة، بحبح فاطمة الزهراء، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بقسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة تاسوست، جيجل، 2019 - 2020.

الدراسة الثانية:

هي دراسة لإمرار فتحة بعنوان التناول الإعلامي لقضايا التوعية الصحية وتشكيل اتجاهات الجمهور في الإذاعات المحلية دراسة تحليلية وميدانية.

تبحث إشكالية الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الرسالة المسموعة على الجمهور في تشكيل اتجاهاته الصحية، وكيفية معالجة القضايا الصحية في إذاعتي البويرة وبومرداس المحليتين، ومدى اهتمامهما بالقضايا الصحية واستفادة الجمهور من البرامج الصحية، وكذلك أسباب عدم استفادته منها.

كانت إشكالية هذه الدراسة من خلال طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف تم التناول الإعلامي في إذاعتي البويرة و بومرداس لقضايا الصحة خلال موسم 2016 2017؟ وما أثر هذا التناول على تشكيل اتجاهات الجمهور المحلي؟

بالنسبة للتساؤلات الفرعية لهذه الدراسة فقد اندرجت ضمن:

الأسئلة الخاصة بالدراسة التحليلية:

- ما الفنون الإذاعية التي وظفتها كلتا الإذاعتين في تناول المضامين الصحية خلال موسم 2016-2017 ؟
- ما هو توقيت بث البرامج الصحية في كلتا الإذاعتين خلال موسم 2016-2017 ؟
- هل تختلف اللغة التي تستعملها الإذاعتين في تناول البرامج الصحية خلال موسم 2016-2017 ؟
- أهنالك اختلاف فيما يخص نوع القضايا الصحية المعالجة في الإذاعتين محل الدراسة خلال موسم 2016-2017 ؟

التساؤلات الخاصة بالدراسة الميدانية:

- ما درجة اعتماد الجمهور على إذاعتي البويرة وبومرداس المحليتين في اكتساب المعلومات الصحية؟
- ما طبيعة و دوافع استماع الجمهور إلى البرامج الصحية لإذاعتي البويرة و بومرداس المحليتين ؟
- هل ساهمت إذاعتي البويرة و بومرداس المحليتين في تشكيل اتجاهات الجمهور (المعرفية و الوجدانية والسلوكية) نحو القضايا الصحية المتناولة من خلال البرامج الصحية ؟

اعتمدت في حل إشكالية الدراسة على **مناهج** هي: **المنهج المسحي الوصفي**، لمسح الأدبيات الخاصة بكل مفهوم من مفاهيم الدراسة كالتناول الإعلامي، التوعية، الاتجاهات و ثانيا معرفة الوضع الحالي بظروفه واتجاهاته، فيما يتعلق بتأثير الإذاعة على المستمعين نحو القضايا الصحية التي تبث من خلال الإذاعة المحلية، كما استخدمت **المنهج المسحي التحليلي** الذي يحاول أن يصف و يشرح لماذا توجد اتجاهات محددة في وضع ما، و هذا من أجل اختبار فرضيات الدراسة من خلال تحليل العلاقة بين متغيري الاعتماد على الإذاعة و تكوين الاتجاهات نحو القضايا الصحية المعالجة في برامج الإذاعتين المحليتين.

المنهج المقارن: استعمل إلى جانب المنهج المسحي الوصفي، لإجراء مقارنات كمية وكيفية بسيطة، على مستوى شكل ومضمون البرامج، اعتمدت في جمع البيانات على (الملاحظة، المقابلة، تحليل المضمون، الاستمارة).

ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة من خلال دراستها هذه أن:

- ضرورة الاهتمام بالموضوع الصحي ومنحه الوقت الكافي وتكرار الرسالة الصحية حتى تترسخ في ذهن الجمهور.

- معالجة المواضيع الصحية ضمن قوالب استقصائية تفسيرية.

- ضرورة تكوين إعلامي صحي متخصص قادر على أن يقدم رسائل إعلامية تستجيب لمتطلبات المجال الصحي وتلائم خصائص الموضوع الصحي وتستطيع إشباع حاجات الجمهور الصحي.

أوجه الاستفادة: من خلال اطلاعنا على الدراسة السابقة التي يدور موضوعها حول التناول الإعلامي لقضايا التوعية الصحية و تشكيل اتجاهات الجمهور في الإذاعات المحلية، استطعنا تكوين خلفية معرفية حول موضوع دراستنا المتمثل في " دور الحملات الالكترونية عبر موقع الفيسبوك في التوعية ضد سرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية "، حيث سهلت علينا إتباع خطة منهجية واضحة وإثراء الجانب النظري وأيضاً الوصول إلى المراجع التي تساعدنا في موضوع دراستنا، استفدنا أيضاً من خلال وجود نقاط تشابه تتمثل في المنهج المستخدم، نوع الدراسة، عينتها و كذلك أدوات جمع البيانات.¹

¹ - أمرار فتيحة، التناول الاعلامي لقضايا التوعية الصحية وتشكيل اتجاهات الجمهور في الاذاعات المحلية دراسة تحليلية وميدانية لعينة من برامج وجمهور اذاعي البويرة وبومرداس المحليتين، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص علوم الاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2020-2021.

12- المدخل النظري للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في البيئة الرقمية:

تكمّن قوة وسائل الاعلام في سيطرتها على مصادر المعلومات، يعتمد عليها الأفراد و المجموعات و المنظمات و النظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم، وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد وإنما تعتمد وسائل الاعلام أيضا على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون، وترتكز هذه النظرية في البيئة الرقمية على دور المتلقي في عملية الاتصال و الاستخدام الإعلامي لأنه يعتبر شخص نشط في اختياره واستخدامه للوسائط الإعلامية و التكنولوجيا ويتم تطبيق هذه النظرية بتحليل دوافع وأهداف المستخدمين للوسائط الرقمية، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، المنصات التعليمية و التطبيقات المختلفة وغيرها، لفهم و تفسير دور الحملات الالكترونية في صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة عبر الفيسبوك في التوعية ضد سرطان الثدي عبر نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في البيئة الرقمية التي تعد من نظريات التأثير الإعلامي المعتمدة في هذا النوع من الدراسات تفترض أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الاعلام لتلبية حاجاته للحصول على المعرفة و بناء مواقفه السلوكية في ظروف معينة، وتتعاظم أهمية البعد الإعلامي بسبب تصاعد الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في المجتمع من خلال تقديم المعلومات المناسبة.

تعرف علاقة الاعتماد بأنها العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الاعلام مصدرا للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة، وتعمل وسائل الاعلام على تحقيق ثلاثة أهداف هي:

جمع المعلومات وتنسيقها ونشرها، ويعتمد الغرض الأساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الاعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة به، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الاعلام على المجتمع وعلى الأفراد.¹

نشأة وتطور نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في البيئة الرقمية:

لم يتشكل منظور الاعتماد على وسائل الاعلام من فراغ، وإنما بني على كثير من التراكمات المعرفية التي سبقته والتي أسست بداياته الأولى، فقد قدمت ساندرا بول روكيتش سنة 1974 ورقة بحثية بعنوان { منظور المعلومات } دعت من خلالها إلى التحول من النظر إلى وسائل الاعلام

¹ - ديفلير و روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر و التوزيع، ط3، القاهرة، 1999، ص485-510.

كنظام للمعلومات إلى نظام مشتق من إتمادات أجزاء الكيان الاجتماعي (أنظمة، منظمات، مجموعات) منذ ذلك الحين اخذ هذا التصور يتبلور في الدوائر البحثية خاصة منها الأمريكية إلى غاية 1976، أين وظف كل من ساندرا بول روكيتش و ميلفين ديفلر مفهوم عملية الاعتماد على وسائل الاعلام كإطار نظري لكثير من المشكلات البحثية من خلال التركيز على دراسة و تحليل المعلومات في شكل رسائل تنتشر عبر وسائل الاعلام، منذ هذا التاريخ تبلور منظور الاعتماد بشكل واضح وأصبحت فكرة نظرية الاعتماد تقوم على اعتماد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الاعلام.¹

محور هذه النظرية أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الاعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، والنقطة الهامة في هذه النظرية هي أن وسائل الاعلام ستؤثر في الناس لدرجة جعلهم يعتمدون على هذه الوسائل، ويعد هذا النموذج من أبرز التحولات في مجال بحوث التأثير ووضع ملامح محددة لبناء نظريات الاعلام التي تقدم نظرة شاملة لدور وسائل الاعلام في إطار ما يسمى بالنظريات المتكاملة **intergated theories**.² وذلك للأسباب التالية:

- تتضمن نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وبعض العناصر من علم الاجتماع وبعض المفاهيم من علم النفس.
- تفسر نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام العلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع مما يؤدي لتكامل هذه الأنظمة مع بعضها البعض.
- تجمع نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام بين العناصر الرئيسية لنموذج الاستخدامات والإشباع من جانب ونظريات التأثير التقليدية من جانب آخر.
- تقدم هذه النظرية نظرة فلسفية بين الاهتمامات التقليدية بمضمون الوسائل الإعلامية والتأثيرات التي تصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون.³

¹ - فرحي فيصل، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي، الاقتدار السياسي على عينة من الأساتذة الجامعيين، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2012-2013، ص90-91.

² - نضال فلاح الضالعين وآخرون، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص247.

³ - أماني السيد فهمي، الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد06، مصر، 1999، ص228-229.

يمكن القول أن نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام هي نظرية بيئية، والنظرية البيئية تنظر للمجتمع باعتباره تركيباً عضوياً وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة و كبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات، و المفترض أن يكون نظام وسائل الاعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات و المنظمات و النظم الاجتماعية الأخرى وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة و قد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة و ضعيفة، وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد على وسائل الاعلام و النظام الاجتماعي و الجمهور وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الاعلام جميعها أو احد أجزائها مثل: الصحف، المجلات، الراديو، التلفزيون.¹

- آثار الاعتماد على وسائل الاعلام:

يحدد كل من **ملفين ديفلر** و **ساندرا بول روكيتش** مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام من خلال ثلاث فئات رئيسية هي: الآثار المعرفية، الآثار الوجدانية و الآثار السلوكية:

أولاً: التأثيرات المعرفية: Effect Cognitive وتتضمن التأثيرات المعرفية ما يلي:

- الغموض: ترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية لوسائل الإعلام، والغموض عبارة عن مشكلة ناتجة إما عن نقص في المعلومات أو معلومات بما صراع وتناقض، فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلى معلومات كافية لفهم معنى الحدث، أو يفتقرون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام.

- تكوين الاتحاد: من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام أنهم يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، وقد حدث ذلك كثيراً في مساهمة وسائل الاعلام في تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا مثل: مشكلات البيئة وأزمات الطاقة، الفساد السياسي، ...

- ترتيب الأولويات: تلعب وسائل الاعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور في معرفة القضايا البارزة، والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.

¹ - مكاي حسن عماد و العبد عاطف عدلي، نظريات الاعلام، مركز بحوث الرأي العام، مصر، 2007، ص401-402.

- اتساع المعتقدات: تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور، لأنهم يتعلمون عن الناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات الأسرة أو الدين أو السياسة.

- القيم: مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل: الأمانة، الحرية، المساواة، التسامح وتقوم وسائل الاعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.¹

ثانيا: التأثيرات الوجدانية: Affective Effects ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل: المشاعر أو العطف، ويمكن التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار، ويحدد ديفلير و روكيتش هذه الآثار الوجدانية في: الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاعتراب، وهي كالتالي:

- الفتور العاطفي: يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام تؤدي إلى الشعور بالتبؤد أو اللامبالاة، وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين حين تقع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي، وتشير بعض الدراسات إلى أن الاستثارة الناتجة عن مشاهدة أعمال العنف في وسائل الإعلام تتعرض للنقصان التدريجي وتؤدي إلى الفتور العاطفي.

- القلق والخوف: عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاعتقالات، فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين، والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.

- الاعتراب والدعم المعنوي: من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد شعورهم بالاعتراب، كما يؤكد "كلاب" Klapp أن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية، ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج، وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد.²

¹- مكاي حسن عماد و العبد عاطف عدلي، نظريات الاعلام، مصر، مركز بحوث الرأي العام، 2007، ص412-413.

²- مكاي حسن عماد و العبد عاطف عدلي، نفس المرجع، ص414-415.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية Behavioral Effects:

من أهم التأثيرات العديدة للرسائل الإعلامية على السلوك نجد التنشيط والخمول، وهي كالتالي:

- التنشيط:

تعتبر التأثيرات السلوكية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، فحينما يتأثر الأفراد معرفياً وعاطفياً فإنه غالباً ما ينعكس ذلك على تصرفاتهم وسلوكياتهم، فقد يقوم هؤلاء بأعمال ما كنتيجة لاتجاهات تكونت جراء متابعتهم لمضامين إعلامية شكلت معارفهم وأثرت في مشاعرهم فوسائل الإعلام قد تدفع الأفراد إلى القيام بأعمال وسلوكيات ولاتخاذ مواقف معينة لم يكونوا يفكرون في القيام بها من قبل، وتأكيداً على ذلك فقد أثبت "آدم سيمون Simon Adam" في دراسة أجراها عن التغطية التلفزيونية الإخبارية للشبكات التلفزيونية الأمريكية NBC, CBS, ABC أن هناك علاقة إيجابية بين كثافة التغطية الإخبارية وقيام الجمهور والهيئات المسؤولة بتقديم مساعدات مالية للمنكوبين في هذه المناطق في المقابل قد يؤدي التنشيط الناتج عن وسائل الإعلام إلى نتائج سلبية ضارة بالمجتمع، كمثل التورط في أعمال ضد المجتمع ومحاكاة أعمال العنف والجرائم، أو تبني رؤى ومواقف غريبة وبعيدة عن المجتمع

- الخمول:

يقابل عملية التنشيط الخمول، فكما أن وسائل الإعلام قادرة على تنشيط وتحفيز الجمهور للقيام بأعمال ما، فإنها وبالمقابل قادرة أيضاً على أن تجعله يتقاعس عن القيام بها وأن يعزف عنها، فعلى سبيل المثال: في المواعيد الانتخابية تنحو بعض الوسائل الإعلامية نحو الدعوة للعزوف عن المشاركة السياسية وعدم الإدلاء بالصوت الانتخابي، وعدم المشاركة في الأنشطة العامة التي تفيد المجتمع.¹

النقد الموجه للنظرية:

على الرغم من تعدد السمات التي انفردت بها نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام، وعلى الرغم أيضاً من الإيجابيات والمميزات التي يتميز بها مدخل الاعتماد، والتي جعلتها تتميز عن غيرها من نظريات التأثير الإعلامي، فإن البعض يأخذ عليها أوجه القصور التالية:

- ليست نظرية مطلقة تقوم على نتائج قارة، بل تعتمد على متغيرات نفسية اجتماعية تحدد درجة

¹ - مكايي حسن عماد و العبد العاطف عدلي، نفس المرجع، ص 416.

قوتها أو ضعفها، وقد يكون المجتمع في حد ذاته أو الفرد نفسه أو النظم التي تعمل في إطارها وسائل الإعلام الجماهيري، ومهما يكون فقد أثبتت هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام يتوقف هو أيضا على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام ومكانة وعمل هذه الأخيرة وسط الأنظمة الاجتماعية الأخرى.¹

- لا تتيح النظرية فصلا واضحا بين التأثيرات المختلفة للاعتماد على وسائل الإعلام، حيث لا يمكن أحيانا تحديد الأثر الناتج عن كل وسيلة لوحدها، فأي أثر يتحقق يمكن أن يكون دالا على مجموع هذه الوسائل، فمثلا عندما يستخدم الاعتماد على التلفزيون كمقياس نسبي فإن حالة الاعتماد المرتفع على التلفزيون لا يمكن تمييزها من حالة الاعتماد المنخفض على الصحف، ويمكن بسهولة أن يصنف خطأ الشخص الذي لا يقرأ الصحف بأنه معتمد بالضرورة على التلفزيون، وهذا بالطبع لا يكون دائما صحيحا أو دقيقا.
 - وضعت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في إطار مفاهيمي غير متسق وغير ثابت أحيانا، مما أدى إلى وجود مشكلات في بناء المصداقية، وبالتالي إلى وجود صراع وفوضى في النتائج.²
 - **تقويم النظرية وكيفية تطبيقها على موضوع الدراسة:**
- أولا: تقويم النظرية:

تتطلب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من افتراضات عديدة منها ما يحاول الربط بين متغيرات النظم المختلفة للمجتمع بوسائل الإعلام، ومنها من يهتم بمتغيرات الأفراد وعلاقتهم بهذه الوسائل، ولأنه لا يمكن تفسير علاقة الاعتماد في إطارها الجزئي دون تحليلها على المستوى الكلي وربطها بأجزاء النظام الاجتماعي، فإن الدراسة ستنتقل بالأساس من الافتراضات التي تتخذ من المتغيرات الكلية دعامة لتفسير العلاقات الجزئية أي علاقة الأفراد بوسائل الإعلام.

¹ - تمار يوسف، **نظرية الأجندة سيتينغ**، دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2004-2005، ص 92.

² - فرحي فيصل، **الاتصال الجماهيري و النخبة في الجزائر** - دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي - الاقتدار السياسي على عينة من الأساتذة الجامعيين، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2010-2013، ص 113.

ثانيا: تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على موضوع الدراسة:
 بعد عرضنا الموجز للنظرية وما يندرج فيها من المتغيرات التي تقوم عليها، ارتأينا الاعتماد عليها في بناء الإطار النظري لموضوع الدراسة، كما اعتمدنا على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في بناء أسئلة الاستمارة حول طبيعة إقبال المرأة في الجزائر على الحملات الالكترونية الخاصة بسرطان الثدي عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة هذا من جهة، ومن جهة أخرى النظر في رأي المرأة حول الحملات التوعوية وتأثير الحملات الالكترونية عليها.

الفصل الثاني

دور الاتصال الصحي في تعزيز الصحة العامة

تمهيد:

يعتبر الاتصال الصحي والإعلام الصحي من الموضوعات الحيوية في مجال الصحة والطب، إذ يلعبان دوراً هاماً في توفير المعلومات الدقيقة والموثوقة للجمهور وتثقيفهم بشأن الأمراض والوقاية منها وعلاجها، كما أنهما يساعدان على تعزيز الوعي الصحي للفرد والمجتمع.

من أهم مكونات الاتصال الصحي والإعلام الصحي، هي التواصل الفعال بين الممارسين الصحيين والمرضى والجمهور، ونشر المعلومات الصحية الموثوقة والصحيحة، وكذلك توفير الدعم النفسي والاجتماعي للمرضى وأسرهم.

سنتناول في هذا الفصل أهمية الاتصال الصحي والإعلام الصحي في توفير الرعاية الصحية الجيدة وتحسين صحة الفرد والمجتمع، كما سيتم التركيز على أساليب الاتصال الصحي وكيفية تنفيذها بشكل فعال وكذلك دور وسائل الإعلام والاتصال في نشر الوعي الصحي. من جانب آخر سنتطرق إلى ذكر مفهوم الاعلام الصحي ونشأته خصوصاً أهميته الكبيرة وأهدافه في تحقيق الثقافة الصحية للأفراد والمجتمعات.

بشكل عام فإن هذا الفصل سيساعد في فهم الاتصال الصحي والإعلام الصحي في المجتمعات، وكيف يمكن تحسين التواصل بين الجمهور والممارسين الصحيين لتحقيق صحة أفضل للفرد والمجتمع بشكل عام.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الاتصال الصحي

1- مفهوم الاتصال الصحي:

يندرج الاتصال الصحي كنوع من أنواع الاتصال ضمن إطار الاتصال الاجتماعي الذي يقوم على ضرورة توعية أفراد المجتمع بمختلف المشاكل الاجتماعية التي يمكن أن تصيبهم أو تهددهم مثل: جرائم المخدرات، الأمراض والأوبئة، وغيرها.

تتضح أهمية الاتصال الاجتماعي من كونه المجال الذي يستهدف بناء الإنسان الواعي المتحضر في سلوكه، المتفهم لقضايا مجتمعه، قضيته هي قضية بناء الإنسان في ذاته وفي علاقته مع الآخرين في الإطار الضيق، وعلاقته مع المجتمع في الإطار الواسع.

تتضح هذه الأهمية كذلك من نوعية القضايا التي تشكل مراكز لاهتمامه كقضايا الأسرة والأمومة والطفولة، ومن تناوله لسلوكيات المجتمع في عاداته وتقاليده وقيمه وأخلاقياته، ومن دوره في مواجهة كل ما يعترض المجتمع من مشكلات وأمراض اجتماعية، ومن تصديه لمهمة نشر الآراء والأفكار الجديدة والمستحدثة ذات النفع للإنسان وللمجتمع، ومن مسؤوليته تجاه قضايا المساواة والعدل والتكافؤ والتضامن الاجتماعي.¹

يعد الاتصال الصحي نوعاً من أنواع الاتصال الاجتماعي فهو يشير: "إلى ذلك النوع من أنواع الإعلام الذي يهتم بتوصيل الأخبار والمعلومات والأفكار والحقائق حول المسائل الطبية والقضايا الطبية التمريضية والصحية والأحداث الصحية والطبية الطارئة التي يواجهها المجتمع، أو الأمراض المزمنة وكيفية التعامل معها وتقديم الإرشادات والنصائح بقصد توجيه الأفراد وليس بقصد الإعلان عن سلع أو منتجات أو خدمات أو ماركات أو غيرها وذلك من أجل التوعية الصحية والتنقيف الصحي.²

¹ - السيد احمد مصطفى عمر، الاعلام المتخصص دراسة وتطبيق، منشورات جامعة قار يونس، ط1، بنغازي ليبيا، 1997، ص141.

² - محمد أبو سمرة، الاعلام الطبي والصحي، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص29 - 30.

2-أشكال وأساليب الاتصال الصحي:

يشمل الاتصال الصحي عدة أشكال وأساليب تهدف إلى نشر الوعي الصحي وتعزيز السلوكيات الصحية بين الناس ولكن في الغالب هناك تقسيمين: الأول هو اتصال مباشر يتم بين القائم بالاتصال الصحي والجمهور مباشرة ويغلب عليه الطابع الشخصي، أما الثاني فهو اتصال غير مباشر وتستخدم فيه وسائل الاتصال الجماهيرية من صحف وإذاعة وتلفزيون ويتوجه إلى جمهور واسع.

- الاتصال المباشر: وهو الاتصال الذي يلتقي فيه المثقف الصحي بالشخص المستهدف وهو ذو تأثير هام وقوي، إذا أحسن المثقف الصحي أسلوبه ومهاراته ويستحسن أن يتبع فيه طريقة المناقشة ما أمكن ذلك حتى يتمكن المتلقي من التعبير عن ما في نفسه ويستفسر بالأسئلة ويقتنع بما يفيد، وتمتاز هذه الطريقة بالمشاركة والتوافق والتكيف والوضوح والمرونة.¹

وهناك نماذج كثيرة لهذا النوع من الاتصال إذ نجد مثلاً الزيارات التي يقوم بها الوفد الطبي إلى المنازل والقرى بهدف التوعية بمرض معين أو قصد التحسيس بحملة صحية معينة كالوقاية من مرض سرطان الثدي، وهنا يلتقي الطبيب بالشخص المعني مباشرة ويقنعه بضرورة التوجه إلى المركز الصحي قصد تلقي العلاج، أو يقدم معلومات صحية لهذه الأسرة كضرورة الكشف المبكر عن هذا المرض أو التوجه إلى المستشفى عند حدوث أعراض معينة.

من جهة أخرى هناك نموذج آخر لهذا النوع من الاتصال وهي الحملات التي تنظمها وزارة الصحة مثلاً في الأماكن العمومية عن طريق توزيع المعلومات والنشرات الصحية على المواطنين للتحسيس ضد مرض معين.

كما تشكل المؤسسات الاجتماعية مكاناً مهماً للاتصال الصحي ونجد أبرز مثال لذلك المدارس والمؤسسات التربوية.

وقد برز الاهتمام بالمدرسة كمكان للتثقيف الصحي إضافة لسهولة الوصول للأطفال، بحكم وجودهم بين جدران المدرسة ولعل خير مثال على نجاح التثقيف الصحي من خلال المدارس البرنامج العالمي (من الطفل للطفل) الذي برز إلى حيز الوجود في عام 1979 كأحد نشاطات العام الدولي للطفل المصادف للعيد العشرين لإعلان حقوق الطفل، وتم بالتعاون بين معهد صحة

¹ عبد العالي دبله، فضيلة صدراتي، واقع تطبيق التربية الصحية في الأوساط المدرسية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 06، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013، ص 21.

الطفل ومعهد التربية بجامعة لندن على أساس الاستفادة من طلاب المدارس كمتقنين صحيين وكمشاركين في تقديم العناية الصحية لأخواتهم الأصغر سناً ولأطفال المجتمع ككل وللآباء والأمهات، بحيث يقوم البرنامج على نشاطات وقائية وعلاجية مبسطة تلائم الوضع المحلي ثم شرحها وتعليمها للأطفال بواسطة معلمهم بحيث ينقلونها إلى بيوتهم وعائلاتهم في القرية أو الحي.¹

- الاتصال الغير مباشر:

يستهدف هذا النوع من الاتصال الصحي جمهوره عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية، وقد برز هذا النوع بفعل التطور التكنولوجي وظهور وسائل الإعلام. ويعرف بأنه: "اتصال يقوم به المثقف الصحي أو القائم بالإعلام الصحي مع الناس من غير مقابلة شخصية وإنما يكون من خلال استعمال أساليب ووسائل أخرى توصل المعلومات إلى الرأي العام من خلال استخدام وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية."² ومن أشكال هذا النوع نجد:

- الصحافة المكتوبة: تلعب الصحافة المكتوبة دوراً مهماً في الاتصال الصحي من خلال توعية المواطنين بمختلف الأمراض والأوبئة وإحاطتهم بمختلف المعلومات بدءاً من الأسباب التي أدت إلى ظهور هذه الأمراض مروراً بالأعراض المحتملة لذلك وصولاً إلى الإحصاءات بشأنها من عدد الضحايا أو المصابين بهذه الأمراض إلى التدابير المتخذة من طرف الدول كتوفير اللقاحات والأجهزة الطبية للكشف عن هذه الأمراض، وتتميز الصحافة بعدة خصائص تؤهلها لأن تلعب دوراً كبيراً في عملية التثقيف الصحي فهي تتعرض للأحداث المحلية والوطنية والعالمية، وتقدم تفسيرات معمقة عن مختلف الأحداث كما أنها تستند إلى تحليل إخباري يساعد على فهم الأخبار وتقييمها.³

¹ - أحمد ريان باريان، دور وسائل الاعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية الأدب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 1424 - 1425 هـ، ص57.

² - عبد العلي دبله، فضيلة صدراتي، واقع التطبيق التربوي الصحية في الأوساط المدرسية، مرجع سبق ذكره، ص21.

³ - حنان حسن صالح الكسواني، دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية دراسة في تحليل المضمون، رسالة ماجستير في الاعلام، قسم الاعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، 2009، ص34.

ونجد في غالب الأحيان بعض الصحف التي تخصص ركنا ثابتا بالقضايا الصحية ويوفر المعلومات اللازمة لذلك، بالإضافة إلى تغطية مختلف النشاطات الصحية داخل المجتمع. وتتمتع الصحافة بنفوذ قوي على تشكيل آراء الناس وسلوكهم، حيث تستوعب الصحف اليومية والمجلات كثيرا من أساليب وطرق التثقيف الصحي، فهي تنشر المحاضرة والقضية و الحوار وغيرها من التثقيف الصحي و تخصص اغلب صفحاتها للتوعية الصحية و أعمدة للسؤال و الجواب عن كل ما يتعلق بالصحة.¹

• الراديو:

يعد الراديو وسيلة إعلام جماهيرية نظرا لما يتميز به من خصائص فريدة على غرار الانتشار الواسع للرسالة الإذاعية وتغطي حواجز الأمية داخل المجتمع، فهو يصل إلى كل الفئات سواء المتعلمة منها أو الأمية بالإضافة إلى توفر خيار استقبال البث داخل كل البيوت وسهولة حمله من مكان إلى آخر، كل هذه الخصائص جعلت الراديو وسيلة مميزة في عملية الاتصال الصحي من خلال إعداد برامج وخصص في مجال الصحة وبثها للجمهور المستهدف بالإضافة إلى الحملات الصحية عبر الإذاعة. يعد الراديو من أسرع وسائل الاتصال في نقل المعلومة المرغوب إيصالها إلى فئات وأعداد كبيرة مع استعمال لغة بسيطة وسهلة واختيار أنسب الأوقات.²

يستعمل الراديو لأهداف تثقيفية صحية عن طريق إيصال رسائل صحية تتطرق إلى حدث يتعلق بالصحة في أي موجز إخباري عادي، أو عن طريق حصص تربوية في شكل بحوث، حوارات أو مناقشات مع مختصين تسمح للمستمع بطرح تساؤلاته أو اقتراحاته ويتمكن من سماع الإجابات التي تريده، أو عن طريق المواضيع المختلفة التي تتناول جانبا من جوانب الصحة (الغذاء والدواء، السلوكيات) كما أن الإعلانات الإذاعية لها دور كبير في التوعية الصحية عن طريق القصص والتمثيلات والأغاني الراديوفونية، واستنادا إلى خصائص الراديو فإن الفرد بطريقة غير مباشرة نجده يتعلم و يتثقف صحيا بكل مرونة، فهو يتلقى الرسالة بلباقة دون إرغامه على تغيير رأيه.³

¹- احمد ريان باريان، مرجع سبق ذكره، ص57.

²- عبد العالي دبة، فضيلة صدراتي، مرجع سبق ذكره، ص23.

³- ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004 - 2005، ص77.

• التلفزيون: هناك اعتقاد بأن التلفزيون والفيلم لهما فاعلية فريدة لأنها من الوسائل التي تعتمد على حاسة السمع وحاسة البصر، وقد لوحظ أن هاتين الوسيطتين تستحوذان على اهتمام كامل من جانب الجماهير نظر لتوفرها على الصوت والصورة والحركة، وهو ما يدفع المتلقي للمتابعة ويؤثر عليه في نفس الوقت.

ولقد تمكنت هذه الوسيلة من نشر بعض السلوكيات الإيجابية التي خدمت الصحة وفي أوساط مختلفة (الأرياف أو المدن) ونظرا لقوة هذه الوسيلة تم تسخيرها من طرف الحكومات لخدمتها وذلك بإدماجها بعض البرامج الصحية والإرشادات الطبية والحصص والمناقشات الجدلية حول الأمراض المنتشرة وكيفية الوقاية منها على الهواء مباشرة أو غير مباشرة، فقد تمكنت من تصحيح بعض السلوكيات غير السليمة التي طالما أثرت بالسلب على الصحة.¹

3-أهمية الاتصال الصحي:

يلعب الاتصال الصحي دورا مهما في عملية التحسيس ضد مختلف الأمراض والأخطار التي يمكن أن تتعرض لها صحة الفرد فهو عامل إيجابي في التنبيه ضد السلوكيات المضرة بحياة الإنسان، كما أنه يزود الفرد ثقافة صحية من خلال إحاطته بنصائح وتوجيهات في هذا المجال، أو دفعه لتبني اتجاه أو سلوك معين كالإقلاع عن التدخين أو القيام بالتلقيح...الخ.

فوسائل الإعلام والاتصال تستخدم في ذلك إستراتيجيات عاطفية (التخويف، الترغيب، التحذير) أو عقلية (الحجج، البراهين). واعتبر باحثون من مركز الاتصال بكلية بلومبيرغ للصحة العامة في جامعة جونز هوبكنز الأمريكية أن الاتصال مفتاح عملية تغيير المعرفة والاتجاهات، وتبني أفكار جديدة وصولا إلى سلوك صحي إيجابي، فالإتصال لديه قدرة على نشر القيم الاجتماعية على سبيل المثال في مسألة تنظيم النسل لابد أن يتم تعريف الأسرة بالوسائل المستخدمة وكيفية استعمالها².

إن المتفحص للمضمون التثقيفي لوسائل الإعلام يلاحظ بوضوح الدور الأساسي للمعلومة، فالمعلومة هي اللبنة الأساسية للبرامج التثقيفية والتعليمية وغيرها من المواد التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية وما المعلومة إلا عن بيانات موضوعية تهدف إلى تعريف الواقع وشرحه وتفسيره، ومن خلالها يقوم الأفراد بممارسة نوع من السيادة والسيطرة على البيئة المحيطة بهم، كما أن المعلومات تقدم نوعا من

¹- ذهبية سيدهم، نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.

²- حنان صالح الكسواني، مرجع سبق ذكره، ص28.

الدعم الاجتماعي للإنسان، فعندما يواجه الإنسان تهديدا صحيا فإن الحصول على المعلومات المناسبة يساهم في تخفيف حدة القلق والمعاناة لدى ذلك الإنسان.¹

وللإعلام الصحي دور كبير في حياة الإنسان والمجتمع، ويتمثل ذلك في طرح القضايا الاجتماعية المتعلقة بحياة الإنسان وصحة الأسرة والطفولة والأمومة والمرض وغيرها من القضايا التي استفحلت وتحولت إلى أمراض اجتماعية تمارس بسلوكيات متخلفة تركت أثارا واضحة على حياة الإنسان وتطور المجتمع.²

4- دور وسائل الاعلام والاتصال في نشر الوعي الصحي بالجزائر:

لقد شهدت السنوات الأخيرة من حياة المجتمع الجزائري بعض النمو والإنجازات في ميادين عديدة بما في ذلك تحسين صحة الناس، فقد شهدنا إنجازات هامة في مجال تخفيض معدلات الوفيات وسوء التغذية لدى الأطفال وتمكين الناس من الوصول إلى المياه العذبة والسكن اللائق وغيرها، كما شهدنا إحراز كبير في الهياكل الصحية والوسائل التابعة لها، ومن جانب آخر طرحت تغييرات جذرية كمية نوعية على المشهد الصحي من حيث عدد الهياكل والإمكانات وكذا المعنيين العاملين في المجال الصحي على مدى العقد الماضي، خاصة مع ولوج القطاع الخاص مجال الصحة وأصبح سندا داعما لجهود الدولة لترقية المستوى الصحي في الجزائر.³

ولكن هل الجانب المادي وحده كفيل في رفع المستوى الصحي؟

إن الجانب المادي وحده بطبيعة الحال غير كاف للنهوض بالمستوى الصحي وتحقيق تنمية صحية داخل المجتمع الجزائري، إذ أن إكساب المواطن الجزائري ثقافة صحية والرفع من وعيه الصحي لا بد أن يكون من أولوية الأولويات، لأن نشر الوعي الصحي يساهم إلى حد كبير في القضاء على بعض السلوكيات غير الصحية والتي تضر بصحة الفرد هذا من جهة ومن جهة أخرى يساهم الوعي الصحي في التقليل من حجم الإصابة بالأمراض والأوبئة، ومهمة نشر الوعي الصحي هي من مهام وسائل الإعلام والاتصال، فهذه الأخيرة لا بد أن تلعب دورها في ذلك.⁴

¹- احمد ريان باريان، مرجع سبق ذكره، ص52.

²- السيد احمد مصطفى عمر، مرجع سبق ذكره، ص141.

³- بومعروف الياس، عماري عمار، من اجل تنمية صحية مستدامة في الجزائر، مجلة الباحث، العدد07، جامعة

قاصدي مرياح ورقلة، 2009 - 2010، ص27.

⁴- نبيلة بوخيزة، الاتصال الاجتماعي الصحي دراسة نظرية وميدانية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر، 1997، ص160.

حقيقة يمكن القول أن الإعلام الصحي في الجزائر شهد تقدما ملحوظا منذ الاستقلال إلى وقتنا الحالي، كما أن الدولة أعطته اهتماما ملحوظا لأنه يخدم برامجها الوطنية التي سبق وأن ذكرنا بعضها منها، حيث ساعد الإعلام على تثقيف وتوعية المواطنين بأهم النقاط الواردة فيها بتبسيطه المواطنين تارة وحثهم تارة أخرى.

والجزائر بقنواتها الثلاث ومحطاتها الإذاعية المحلية منها والوطنية، فقد أبدت مجهودا يمكن ملاحظته من خلال تتبعها للأخبار الصحية خاصة منها الوطنية (مرض الطاعون، الرمد... الخ) أو العالمية (كمرض السارس، جنون البقر) أو عن طريق الحصص سواء الدائمة وفي مواعيد محددة كحصة الإرشادات الطبية (كل يوم جمعة في الساعة الرابعة على القناة الوطنية الأولى) أو الحصص غير الدائمة المواكبة للأحداث العالمية أو المتعلقة بمواسم محددة، كالأيام الصحية العالمية أو الوطنية لبعض الأمراض كالسيدا، كما يبث التلفزيون الجزائري قبل النشرة الرئيسية (نشرة الثامنة) وهي وقت الذروة بالنسبة للمشاهد الجزائري إعلانات متنوعة منها ما يخص صحة الأطفال (كنوع الحليب المميز، الحفاظات المناسبة، معجون الأسنان، صابون الغسيل... الخ)، إضافة إلى بعض الحصص القصيرة التي تستهدف تعديل السلوك كحصة (سعادتي هي عائلتي) التي يبث قبل النشرة وتم الاستعانة في تقديم هذه الحصة بإحدى الممثلات، لأن عنصر الشهرة يدفع المتلقي إلى التعرض للرسالة والعمل بها، كما يتم تخصيص حيز لأخبار الصحة في نشرة الأخبار منها ما هو متعلق بالجانب التوعوي كالتحسيس ببعض الأمراض كسرطان الثدي أو الاستراتيجيات المتبعة من طرف الدولة للحد من نقص الأدوية مثلا، أو الاهتمام بالفئات التي تعاني من الأمراض المزمنة، وتغطية حملات التبرع بالدم والأيام الدراسية والندوات المنعقدة في الجزائر المنظمة من طرف وزارة الصحة أو البرلمان أو حتى بعض الجمعيات المتخصصة في هذا الميدان. أما من جانب الإذاعة فتساهم الإذاعة الجزائرية بمختلف حواملها سواء الوطنية منها أو المحلية في نشر الوعي الصحي وتزويد المواطن بثقافة صحية ونذكر على سبيل المثال تلك الإعلانات التي تبث عبر أمواج القناة الإذاعية الأولى الخاصة بتلقيح الأطفال، غسل الأيدي عند الأكل، إجراء الفحوصات الطبية، إضافة إلى برامج الأسرة التي تتطرق إلى الجانب الصحي.¹

¹ - نبيلة بوخبرة، نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.

زيادة على الوسائل السمعية البصرية فإن للوسائل المطبوعة دور لا يمكن أن ننكره ويتعلق الأمر بالصحافة المكتوبة كمنشورات وزارة الصحة والمعهد الوطني للصحة العمومية وتصدر بصفة ظرفية عندما تستعد الوزارة إلى إعداد حملات التلقيح، أو مصادفة للأيام الدراسية والأيام العالمية لمكافحة بعض الأمراض وتتناول على سبيل المثال البرنامج الموسع للتلقيحات، الوقاية من الكساح، كيفية استعمال أملاح إعادة التمييه، بعض النصائح للمرأة أثناء فترة الحمل والرضاعة كما تتضمن توضيحات حول بعض الأمراض كالحساسية والسرطان والسيدا وغيرها.

إضافة إلى الحديث عن الانجازات في مجال الصحة والتطرق إلى أهم النشاطات الصحية كالقوافل التحسيسية الخاصة بالمخدرات وبمرض إنفلونزا الطيور والخنازير، كما تخصص بعض الصحف ركنا خاصا على صفحاتها للحديث عن ذلك فنجد مثلا جريدة الخبر تخصص أسبوعيا صفحة بعنوان " عيادة الخبر" تتطرق فيها للحديث عن بعض الأمراض (الأمراض التنفسية، الحساسية، ضعف البصر).¹

المبحث الثاني: الاعلام الصحي شكل من أشكال الاتصال الصحي

1- مفهوم الاعلام الصحي:

هو شكل من أشكال الاعلام التي دخلت ساحة الدراسات والأبحاث الإعلامية والاتصالية وخاصة لمنطقة دول العالم الثالث، يتناول القضايا الطبية والصحية والتمريضية والعلاجية والصيدلانية والإرشاد والتثقيف الصحي بالحقائق الصحيحة والمعلومات الصادقة من خلال الإرشاد والنصح وتقديم الأخبار والمعلومات.

كما يعرف أيضا بأنه إعلام موجه للجماهير والرأي العام لتوجيه سلوكهم نحو صحة جيدة لمقاومة الأمراض وإرشادات حول كيفية التعامل مع الحالة المرضية أو مواجهة مرض معد أو سار أو مزمن مثل السرطان والسكري والضغط.²

يعتبر أيضا نمط اتصالي موضوعه الأساسي الطب والصحة يتم عبر وسائل اتصالية مختلفة ويتوجه الى جمهور تجمع بين المختصين في المجال الطبي وعامة الناس سواء كانوا مرضى أو لا، ويقوم مرتكزا على المعلومات الطبية الصحيحة التي تم تعميمها وتبسيطها وإتاحتها على نطاق واسع بهدف

¹ - نبيلة بوخبرة، مرجع سبق ذكره، ص160.

² - محمد أبو سمرة، الاعلام الطبي والصحي، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2010، ص8.

توسيع المعرفة الطبية ونشر الثقافة الصحية التي من شأنها تعديل أو تغيير سلوكيات الأفراد نحو ما يحفظ سلامتهم وتحقيق رفاهيتهم.¹

بتعريف آخر يعتبر الاعلام الصحي هو الاعلام الذي يهتم بالموضوعات والأمراض الشائعة والمزمنة والنادرة وقضايا الصحة، ويعبر هذا الأخير عن وجهة نظر الأكاديميين والأطباء في المعلومات والقضايا الصحية التي تنشر على المواطنين عبر وسائل الاعلام، ومدى مناسبتها من حيث المضمون والشكل مع الجمهور المستهدف.²

هو أيضا ذلك النوع من الإعلام المتخصص الذي يقوم بتقديم الأخبار والحقائق حول مختلف القضايا الصحية والطبية والأحداث والمستجدات الصحية الأساسية والثانوية والتطورات الطبية والتمريضية الطارئة، التي يواجهها المجتمع أو الأمراض المزمنة وكيفية التعامل معها وتقديم الإرشادات بهدف توجيه وتوعية الرأي العام بالقضايا الصحية من خلال التثقيف الصحي.³

نلخص بالقول أن مفهوم الاعلام الصحي هو مفهوم متشابك و متداخل يمتاز بالشمولية و التكامل يعني مجموعة من التداخلات البرمجية التي تتميز بالشمول و التكامل، والتي تهدف إلى تعزيز وتحقيق عملية تغيير المواقف والسلوكيات لدى جمهور معين باستخدام مزيج التقنيات والمنهجيات والعمليات الإعلامية بطريقة مرنة تتسم بالمشاركة من خلال طرق بحثية منظمة ودقيقة.

2-نشأة الاعلام الصحي: نشأ الإعلام الصحي كجزء من تطور الإعلام العام، ويهدف إلى نشر المعلومات والأخبار المتعلقة بالصحة والطب بشكل عام. ويتضمن الإعلام الصحي تغطية الأخبار المتعلقة بالأمراض والعلاجات والتوعية بالوقاية من الأمراض وتوفير المعلومات الصحية الهامة للمجتمع. تطور الإعلام الصحي بشكل كبير خلال العقود الأخيرة، حيث يعتمد الكثير من المرضى على المعلومات الصحية المتاحة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. كما أن الإعلام الصحي يلعب دوراً مهماً في التوعية بالأمراض المزمنة مثل السكري والسرطان وأمراض القلب، ويوفر المعلومات اللازمة لتحسين نوعية الحياة والوقاية من الأمراض.

¹ - أمال توهامي، الاعلام الصحي والتنمية الشاملة قراءة في المفهوم وتحديات العلاقة، مجلة العلوم الإنسانية، العدد47، جوان 2017، ص300.

² - مي عبد الواحد الخاجة، الاعلام الصحي في دولة الإمارات من المنظورين الأكاديمي والطبي دراسة استطلاعية ميدانية، مجلة جامعة الشارقة، العدد2، ديسمبر 2018، ص108.

³ - محمد أبو سمرة، نفس المرجع السابق، ص29.

جاء الاهتمام الصحي من خلال مركز الاتصال بجامعة (جونز هوبكنز) الأمريكية من خلال الصحة العامة بكلية (بلومبيرغ) حيث اعتبر الباحثون بها أن الاعلام والاتصال هو مفتاح المعرفة والاتجاهات من خلال تبني أفكار جديدة وصولاً إلى سلوك صحي إيجابي على اعتبار أن العملية الاتصالية والإعلامية برمتها ليست عملية تغير معرفة الاتجاهات فقط، بل لديها القدرة على نشر القيم الاجتماعية، فعلى سبيل المثال في عملية تنظيم الأسرة لابد من أن يتم تعريف الأسرة على أهم الوسائل المستخدمة وكيفية استعمالها. ومن هذا المنطلق فقد ابتدأ الخبرة في الاعلام الصحي بصفته علماً وفيما يدرج للألفاظ سلوكية سليمة مما يتطلب خلق بيئة داعمة لهذه السلوكيات بهدف التخفيف من الإصابة بالأمراض.¹ مع التأكيد على أنه تغير سلوك كثير من الممارسات والعادات الصحية السليمة لا يمكن أن يتم تحقيقه في وقت قصير.

ومن هنا و لمواجهة ذلك يستدعي من القائمين على الاعلام الصحي ومن مخططي الإعلامية أن تكون مبنية على الأبحاث المنهجية العلمية من خلال التركيز على تسليط الضوء على السلوكيات الصحية السليمة والإيجابية، على اعتبار أن الاتصال موجه لتغيير سلوك العملية التفاعلية، تستخدم وسائل مختارة يتم تصميمها بدقة لتتغلب على العوامل التي تعوق هذا التغيير بالابتعاد عن أسلوب الإكراه ودفع المتلقين إلى التفكير معها لضمان نجاح الحملات الإعلامية.²

3- أهمية الاعلام الصحي:

للإعلام الصحي أهمية بالغة في عملية التحسيس ضد مختلف الأمراض والأخطار التي يمكن أن تتعرض لها صحة الفرد، فهو عامل ايجابي في التنبيه ضد السلوكيات المضرة بحياة الإنسان، كما انه يزود الفرد بثقافة صحية من خلال إحاطته بنصائح وتوجيهات في هذا المجال، أو دفعه لتبني اتجاه أو سلوك معين كالوقاية من سرطان الثدي ويمكن أن يلعب دوراً حاسماً في الحفاظ على الصحة العامة للمجتمع.

إن المتفحص للمضمون التثقيفي لوسائل الإعلام يلاحظ بوضوح الدور الأساسي للمعلومة، فالمعلومة هي اللبنة الأساسية للبرامج التثقيفية والتعليمية و الصحية وغيرها من المواد التي تبثها وسائل الاعلام الجماهيرية وما المعلومة إلا عبارة عن بيانات موضوعية تهدف إلى تعريف الواقع وشرحه وتفسيره، ومن خلالها يقوم الأفراد بممارسة نوع من السيادة والسيطرة على البيئة المحيطة به، كما أن المعلومات تقدم

1- شوق أسعد محمود، علم الاجتماع الطبي، دار البداية موزعون و ناشرون، مصر، 2012، ص129 – 130.

2- شوق اسعد محمود، نفس المرجع السابق ، ص129-130.

نوعاً من الدعم الاجتماعي للإنسان، فعندما يواجه الإنسان تهديداً صحياً فإن الحصول على المعلومات المناسبة يساهم في تخفيف حدة القلق والمعاناة لدى ذلك الإنسان.¹

وللإعلام الصحي دور كبير في حياة الإنسان و المجتمع ويتمثل ذلك في طرح القضايا الاجتماعية المتعلقة بحياة الإنسان، و صحة الأسرة و الطفولة و الأمومة و المرض وغيرها من القضايا التي استقطبت و تحولت إلى أمراض اجتماعية تمارس بسلوكيات مختلفة تركت آثار واضحة على حياة الإنسان و تطور المجتمع.²

4-أنواع الاعلام الصحي:

تنوعت و تعددت الصحافة الطبية إلى ثلاثة أنواع هي كالتالي:

1-الصحف الطبية ذات التخصص العميق: و هذه الصحف تصدر غالباً عن طريق الجمعيات الطبية و الهيئات الأكاديمية الطبية وتتضمن المقالات ودراسات و أبحاث علمية متخصصة بالأطباء و الأكاديميين وتنتشر هذه الصحف أهم الاكتشافات الطبية الحديثة، وجمهور هذه الصحف من الدارسين و الباحثين من الأطباء، وتوزيع هذه الصحف لا يتم إلا في نطاق محدود، وهي تملأ غالباً من الفنون الصحفية.

2-صحف طبية عامة: وهذه الصحف تصدر عن بعض المؤسسات الصحفية أو وزارة الصحة أو نقابات الأطباء الفرعية أو النقابة العامة للأطباء أو بعض الجمعيات الطبية، بغرض توزيعها على الجمهور العام لتحقيق عدة أهداف هذه الأهداف مرتبطة بنشر الثقافة الصحية، ومن ثم فهي تسعى إلى تبسيط المادة العلمية وتقديمها في أسلوب ولغة صحفية مقبولة و مفهومة لدى القارئ العادي.

3-الأبواب و الصفحات الطبية في الصحف العامة و اليومية و الأسبوعية و الدوريات بصفة عامة: تحرض معظم الدوريات على تخصيص صفحات متخصصة لتناول الموضوعات الطبية، وفي ضوء أزمة الصحف الطبية واختفاء العديد منها وعدم انتظام الكثير من هذه الصحف أصبح لتلك الصفحات الطبية دور مهم وأساسي في تزويد القارئ بالمعرفة الطبية ومحاولة ربطه بما يدور حوله من أحداث واكتشافات طبية حديثة.³

¹- أحمد ريان باريان، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض: دراسة ميدانية،

رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود بالرياض، 1424-1425 هـ، ص52.

²- محمد قارش، مختار جلوي، أساليب الاتصال الصحي في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد11، جوان 2015، ص42.

³- محمد الحفناوي، الصحافة و التوعية الصحية، دار العلم والإيمان للنشر و التوزيع، دمشق، 2014، ص160.

5-أهداف الاعلام الصحي:

- نقل الخبرات الصحية و الطبية العالمية وتسليط الضوء على التجارب و القضايا ذات الاختصاص و العلاقة للاستفادة منها.
- استثمار وسائل الاعلام المختلفة لتحسين نوعية الحياة في المجتمع من خلال نشر الوعي الصحي و الوقائي ونشر المعلومات الصحية.
- إشعار المجتمع بالأخطار الصحية المحدقة بها و التحذير منها، وتمكين أفراد المجتمع من تحديد المشاكل الصحية و الإسهام في طرح الحلول.
- غرس العادات و التقاليد الاجتماعية التي من شأنها تدعيم الجانب الصحي و تطوره مثل ممارسة الرياضة و التغذية الصحية و العادات السليمة وذلك لترسيخ السلوك و الاتجاهات الصحية السليمة و تغيير الخاطئة.
- تربية الأطفال على السلوك الصحي السليم و تغيير سلوكهم و عاداتهم الخاطئة خاصة في حالة انتشار الأمراض داخل المجتمع.
- تحسين الصحة على مستوى الفرد و المجتمع، وخفض حدوث الأمراض و الإعاقات و الوفيات.
- تحسين و تطوير مهارات العاملين في المجال الصحي.¹

¹- وائل حامد الهجلة، ماهو الاعلام الصحي و ماهي فائدته للمجتمع ، 3 فيفري 2020، تاريخ الاطلاع عليه 10 - 3 - 2023 ، www.nok6a.net .

خلاصة الفصل:

يتناول هذا الفصل موضوع الاتصال الصحي والإعلام الصحي باعتباره موضوعاً مهماً يتعلق بتحسين الصحة العامة للأفراد والمجتمعات. ويسلط الضوء على الأهمية الكبيرة للاتصال الصحي والإعلام الصحي في توعية الناس بالمخاطر الصحية وكيفية الوقاية منها وتشجيعهم على اتخاذ القرارات الصحي، وقد تم استعراض العديد من الدراسات والأبحاث التي تؤكد أن الإعلام الصحي يمكن أن يكون أداة فعالة في التوعية بالمخاطر الصحية وتعزيز السلوكيات الصحية، كما أن الاتصال الصحي يمكن أن يساعد في تحسين التواصل بين المرضى والمهنيين الصحيين وبالتالي تحسين جودة الرعاية الصحية.

نستنتج من خلال هذا الفصل بأن الاتصال الصحي والإعلام الصحي يمكن أن يكونا أدوات فعالة لتعزيز الصحة العامة، ولكن يجب أن يتم تنفيذهما بشكل صحيح ومن خلال استخدام القنوات الصحيحة والتقنيات الحديثة. وتوصي المذكرة بضرورة المزيد من البحوث والدراسات في هذا المجال والعمل على تعزيز الاتصال الصحي والإعلام الصحي في المجتمعات المختلفة، وذلك من خلال توفير المعلومات الصحيحة والمناسبة للجمهور المستهدف وبأساليب تواصل فعالة ومن خلال شراكات متعددة بين القطاعين العام والخاص.

في النهاية، يعكس فصل المذكرة المهمة الحيوية للاتصال الصحي والإعلام الصحي في تعزيز الصحة العامة، ويشدد على ضرورة مواصلة الجهود المستمرة لتحسينهم وتوسيع نطاقهما وتعزيز تأثيرهما على المجتمعات المختلفة.

الفصل الثالث

دور الحملات الالكترونية في التوعية الصحية

تمهيد:

تعد الحملات الالكترونية والتوعية الصحية جزءًا هامًا من الجهود الرامية إلى الوقاية والكشف المبكر عن سرطان الثدي، وهو المرض الذي يؤثر على العديد من النساء في جميع أنحاء العالم. تهدف هذه الحملات التوعوية إلى تثقيف الجمهور بشأن سرطان الثدي وطرق الوقاية منه والكشف المبكر عنه، كما تساعد على تعزيز الوعي الصحي للفرد والمجتمع وتشجيع النساء على إجراء فحوصات دورية للثدي.

و تستخدم هذه الحملات الالكترونية والتوعية الصحية العديد من الوسائل والأدوات، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية التي تساعد على تحقيق أقصى قدر من الانتشار والتأثير. بشكل خاص، سيتم في هذا الفصل التركيز على دور الحملات الالكترونية والتوعية الصحية في التوعية بسرطان الثدي وتشجيع النساء على إجراء فحوصات دورية للثدي. في الأخير، يمكن أن يعمل هذا الفصل كدليل للممارسين الصحيين والمتخصصين في المجال الصحي على كيفية تنفيذ الحملات الالكترونية والتوعية الصحية بشكل فعال، وكيفية تصميم الحملات الناجحة والفعالة في التوعية بسرطان الثدي والكشف المبكر عنه.

المبحث الأول: الحملات الإلكترونية، خصائصها، أهدافها وأهميتها

1- مفهوم الحملات الإلكترونية:

تعدُّ الحملات الإلكترونية إحدى الأدوات الإعلامية المهمة، والتي تُحقِّق نجاحاً كبيراً في كافة المجالات خصوصاً المجال الصحي. ظهر مصطلح الحملات الإلكترونية بعد انتشار الإنترنت، وتزايد عدد مستخدميه على مستوى العالم، وعندما أصبحت شبكة الإنترنت مجتمع متكامل للتواصل مع الآخرين، وأصبح متاح لدى الأفراد، أو المجموعات المختلفة تصميم حملات إعلامية حول مختلف الموضوعات، ووضعها على شبكة الانترنت.

كذلك اعتمدت معظم المؤسسات والمنظمات المختلفة، الحكومية وغير الحكومية، على الشبكات الاجتماعية، والموقع الإلكتروني لعرض حملاتها الإعلامية، على اختلاف خصائص، وأهداف، ووظائف تلك الحملات الإعلامية و التي أطلق عليها حملات إلكترونية نظراً لاعتمادها على كافة أساليب وتقنيات الإعلام الجديد.¹

تعني أيضاً الحملات الإلكترونية استخدام الوسائل الإلكترونية والرقمية لتوجيه رسائل وإعلانات وترويج منتجات أو خدمات لجمهور مستهدف على الإنترنت، وتشمل هذه الحملات استخدام البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات على الإنترنت ومواقع الويب وغيرها من الوسائل الإلكترونية. يمكننا تعريف الحملة الإلكترونية عموماً بأنها: « نشاط على الإنترنت يهدف إلى التأثير على الرأي العام والتسويق للأفكار باستخدام كافة أدوات التكنولوجيا الرقمية، وإمكانات الشبكات الاجتماعية. والفرق الرئيس بين الحملات الإلكترونية، والحملات الإعلامية التقليدية هو الأدوات؛ فأدوات الحملات الإلكترونية تقنية وساحتها الإنترنت. أمّا الحملات الإعلامية التقليدية، فأدواتها الإعلام التقليدي (صحف، مجلات، تلفزيون، راديو).²

1- حنان احمد سليم، الحملات الإعلامية عبر الاعلام الجديد، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 12، العدد 1، يناير 2013، ص303.

2- محمد سيد ريان، ثقافة ما بعد الكورونا، تاريخ النشر 25 أبريل 2022، تاريخ الاطلاع 23 مارس 2023، www.mominoun.com.

2-خصائص الحملات الإلكترونية:

للحملات الإعلامية التي تعتمد علي تقنيات وتطبيقات الإعلام الجديد العديد من الخصائص التي تتوافق مع كونها حملات إلكترونية، وهي كما يلي:

- أن تكون الحملة الإعلامية ذات رسالة واضحة تلمس احتياجات واهتمامات الجمهور المستهدف.
- تحتوي بداخلها على عناصر تفاعلية لبناء مزيد من العلاقات التي تزيد من فهم الناس للحملة.
- تتضمن عبارات موجزة قوية ومؤثرة لكي تحقق التأثير على الجمهور بدلاً من العبارات الفضفاضة التي تشعر الجمهور بالملل فينصرف عنها.
- مخططة و مرتبة بشكل دقيق ومحكم، وفي ذات الوقت تتسم بالمرونة لكي تستوعب أي تغيرات تطرأ على مسارها.

- محددة بأهداف واضحة، وفترة زمنية معينة.
- تنتشر بسهولة وسرعة، وإلا ستكون غير فعالة.
- لها شعار يعبر عنها، يوضع على الموقع الخاص بالحملة.
- تتوافق مع قيم ومعايير المجتمع وإلا ستواجه صعوبة في انتشارها.
- تعتمد على هيكل تنظيمي مكون من فرق عمل ذات خبرة ولها مسئوليات محددة ومنظمة، تكون مسئولة عن تطور مسار الحملة بدءاً من تصميمها والتخطيط لها، ومروراً ببثها على المواقع والمنشآت والمدونات وانتهاء برفعها من على الإنترنت.
- تنتقل من المجتمع الافتراضي إلى أرض الواقع، لتصبح أكثر تأثيراً وواقعية.
- تعتمد على توظيف كافة الوسائط الإعلامية المتعددة، لتحقيق التواصل والتفاعل مع الجمهور.¹

¹- حنان أحمد سليم، مرجع سبق ذكره، ص304.

3-أهداف الحملات الالكترونية:

تسعى الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد، إلى تحقيق العديد من الأهداف التي تتوافق مع سماتها وخصائصها الإلكترونية، وهي كما يلي:

- 1-التركيز على موضع بعينه، خلال فترة زمنية محددة، لتحقيق أهداف معينة.
 - 2-التأثير على اتجاهات الجمهور المستهدف بشأن موضوع الحملة.
 - 3-الوصول بالحملة إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف عبر الإعلام الجديد.
 - 4-التواصل مع جهات عديدة عبر الإنترنت، قد لا يستطيع القائم بالحملة الوصول إليها على أرض الواقع خلال فترة زمنية وجيزة.
 - 5-تجميع الآراء والمشاركات عبر شبكة الإنترنت، لتحقيق أهداف معينة.
 - 6-الانتقال إلى أرض الواقع، بعد أن تحقق انتشاراً لدى مستخدمي الإنترنت.
- وقد تكون للحملات الإعلامية أهدافاً إيجابية واضحة، كأن تهدف إلى إثراء قيم إيجابية معينة ككيفية الوقاية من بعض الأوبئة والأمراض، أو لتغيير سلوكيات سلبية ضارة بالبيئة، كالحملات التوعوية الاقناعية التي تهدف إلى إقناع الجمهور بتبني سلوكيات إيجابية معينة.¹
- 4-مميزات الحملات الالكترونية:** لقد أضفى الإعلام الجديد على الحملات الإعلامية العديد من المميزات، التي كان من المستحيل تحقيقها من خلال وسائل الإعلام التقليدية وتتمثل تلك المميزات فيما يلي:

- السهولة في إعداد وتنفيذ الحملة: في الماضي كان صاحب الحملة يلجأ إلى وسائل تقليدية كمحاولة منه لنشر حملته على عدد كبير من الجمهور، أما الآن ومع تطور تقنيات الإعلام الجديد أصبح لصاحب الحملة أن يعد حملته الإعلامية بنفسه دون الاستعانة بالخبراء لإعدادها.
- السرعة في الانتشار والتفاعلية: مع تطور الإعلام الجديد، ووسائله، أصبحت الحملات الإعلامية أسرع ظهوراً، وأكثر انتشاراً بين فئات الجمهور، فضلاً عن سرعة تفاعل الجمهور مع

¹- حنان احمد سليم، مرجع سابق، ص305.

الحملة من خلال التعليق، أو المشاركة بالرأي، أو المساهمة بإضافة معلومات، أو بطرح تساؤلات حول موضوع الحملة من خلال الشبكات الاجتماعية، كما مكننا الإعلام الجديد من إعادة تمرير الحملة الإعلامية، من خلال ضغطة زر واحدة لتصل إلى جميع من يتابعونك في تويتر أو في الفيس بوك.

- إمكانية حدوث التأثير على الجمهور: يمتلك الإعلام الجديد بوسائله التقنية المختلفة أن يقوم بإحداث بعض التأثيرات المباشرة على الجماهير المستهدفة للحملات الإعلامية، لعدة أسباب كمايلي :

- إتاحة الفرصة للجمهور في التفاعل والمشاركة في العملية الاتصالية حول موضوع الحملة.
- استخدام الإعلام الجديد للعديد من الوسائط التقنية التي تدعم قدرة الرسالة وتوصيلها إلى الجمهور مع إتاحة القدرة للجمهور على التحرك والتنظيم.
- محدودية دور حارس البوابة الإعلامية: يتميز الإعلام الجديد بتجاوزه لأدوار حراس البوابات الإعلامية، حيث تصمم رسالة الحملة وترسل من خلال القائم بالحملة عبر وسائط إعلامية، لتصل مباشرة إلى الجمهور المستهدف، دون مرورها عبر بوابات إعلامية متعددة يتعدد بداخلها حراس البوابات الذين يتحكمون فيما سيمررونه عبر بواباتهم الإعلامية سواء بحذف بعض أجزاء من الرسالة أو منعها نهائياً ولا تصل إلى الجمهور.
- انخفاض التكلفة المادية : تُعد الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد غير مكلفة مقارنة بالحملات عبر وسائل الإعلام التقليدية، ولعل ذلك من أهم الأسباب التي أدت إلى ازدياد وانتشار الحملات من خلال وسائط الوسائل الفائقة عبر الإعلام الجديد.¹

¹- حنان احمد سليم، مرجع سبق ذكره، ص319-323.

5- إدارة الحملات الإلكترونية: يمكن تلخيص ذلك في عدّة نقاط:

- 1- **فكرة الحملة:** الفكرة هي محرك الحملة الرصيص وعادةً ما تُعبّر عن مبادرة تُتخذ لإيجاد بديل أو نظام موازٍ للنظام القائم الذي يعاني من القصور، أو المشكلات، أو عدم تحقيق نتائج متميّزة.
- 2- **التخطيط:** لنجاح أيّ حملة إعلاميّة أو إلكترونيّة يجب وضع خطة لها، ويجب أن تكون الخطة محدّدة بجدول زمنيّ، وبرنامج للمهامّ، وتوزيع للأدوار، وتوضيح وإبراز للمسؤوليّات والصّلاحيّات والإمكانات والظُرُوف المحيطة.
- 3- **الدّعاية وجذب الانتباه:** تمثّل هذه المرحلة بداية جذب الأنظار للفكرة أو الشّخص، ويجب الاعتماد فيها أولاً على الدّعاية للصفحة على الفيس بوك مثلاً، ويجب أن تكون الصّفحة جذّابة باستخدام الصّور العالية الدّقة والبيانات (الشّعارات) الخاصّة بالحملة.
- 4- **الحشد:** تعد مرحلة الحشد و جمع المعجبين أهم مراحل الحملة، وتعتمد على نشر الصفحة لدى اكبر عدد من مستخدمي الفيسبوك، وذلك من خلال دعوة المنضمّين لان يدعوا أصدقائهم للصفحة، ويمكن فيها اللجوء لعمل إعلان مدفوع يساعد على الانتشار السريع للصفحة.
- 5- **الانضمام للحملة:** تأتي هذه المرحلة استكمالاً للمرحلة السّابقة، وذلك بإيجاد الآليّات للانضمام للحملة فعليّاً، وليس مجرد الإعجاب بالصفحة.
- 6- **صناعة وتأهيل الكوادر والنّاشطين:** من المبادئ الأساسيّة التي يجب أن يقوم عليها أيّ نشاط، هو خلق مُدرّج للصّعود من خلال الأشخاص النّاشطين، والّذين يمكن اكتشافهم من الصّفحة أو من خلال اللّقاءات مع النّاس، شيء مهمّ جدّاً.
- 7- **المتابعة والرّصد:** هذه الخطوة لها جانبان، الأوّل: على الصّفحة من خلال عمل استطلاعات وقياسات للرّأي العامّ الإلكترونيّ، والجانب الثّاني: في الواقع العمليّ من خلال المتابعة للاهتمام بالصفحة.¹

¹ - محمد سيد ريان، الحملات الإلكترونية في المجال الثقافي، تاريخ الاطلاع 14-4-2023،

www.mominoun.com.

8-اللّحظة الحرجة:

وهي أصعب المراحل، وأكثرها حساسية، ويقصد بها ساعة الحسم للحملة وينبغي في هذه المرحلة تكثيف الحملة الإلكترونية، ومن الممكن هنا اللجوء لزيادة الإعلانات، لزيادة تأثيرها و انتشارها.

9-التّقييم:

وهي المرحلة التي تبدأ فور انتهاء الحملة، وتعتمد على إبراز الإيجابيات والسلبيات للحملة الإلكترونية، وذلك بعرض أعداد المعجبين بالحملة، ومدى التطور والاستمرارية من المهتمين بالصفحة، وكذلك عدد التعليقات وضغوط الإعجاب بالمواد المعروضة بالصفحة

10-إعداد التقارير:

يعدّ التقرير النهائي عن حملة ما مرجعاً مهماً لكل المهتمين والمعجبين بالحملة، ويجب أن يتم إخراجها بصورة جيّدة وبصياغة سلسلة وواضحة، ليكون في متناول الجميع، ويتم فيه عرض كافة مراحل الحملة وكذلك التقييم.¹

المبحث الثاني: التوعية الصحية، أهميتها ومجالاتها**1-مفهوم التوعية الصحية:**

يقصد بالتوعية الصحية مجموع الخدمات والإجراءات الوقائية التي تقدمها الرعاية الصحية الأساسية والمؤسسات التابعة لها لجميع أفراد المجتمع عامة بهدف رفع المستوى الصحي للمجتمع والحيلولة دون وقوع الأمراض وانتشارها.²

وفي تعريف آخر: التوعية الصحية هي استعمال وسائل تعليمية لتوعية الأفراد على سلوكهم وتحذيرهم من المخاطر المحيطة بهم من أجل تربية المجتمع على القيم.³

¹ - محمد سيد ريان، نفس المرجع السابق .

² أحمد مزاهرة وآخرون: علم اجتماع الصحة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط2001، ص1، ص67 .

³ حليلة وسطاني، دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة باتنة الجزائر، 2009، ص54.

2- خصائص التوعية الصحية:

للتوعية الصحية مجموعة من الخصائص تتمثل في:

- توجيه جهود التوعية نحو جمهور متجانس في اهتماماته، ورغم هذا التجانس إلا أن هذا الجمهور يكون غير متجانس في بعض التغيرات الأخرى، مثل: العمر -الخبرة.
- تتم التوعية عادة في أماكن تجمع الجمهور .
- الجمهور في التوعية غير ملزم أو مقيد بإتباع نظام شكلي كمواظبة الحضور إنما يتم ذلك بمحض إرادته.
- مدة البرامج التوعوية غير محدودة، فقد تقصر أو تطول حسب الغرض منها، هناك الدورية والموسمية وهناك من تستمر لسنوات كراعاية الطفل والأم.
- التوعية الصحية عملية مكتسبة عن طريق التعليم وهي خاضعة للتغيير من شخص لآخر أو من مجتمع لآخر، ومن جيل إلى جيل آخر.¹

3 - أهمية التوعية الصحية:

- نتيجة لما تتصف به طبيعة المجتمعات في تجديد وتطور و ظهور حقائق جديدة عامة، دعا هذا بالضرورة مشاركة أفراد المجتمع في الثقافة وجعل للتوعية أهمية كبرى لنقل وتوصيل هذه الحقائق الجديدة إلى أفراد المجتمع بكل فئاته، وتبرز أهمية التوعية في:
- في تغير سلوك الأفراد واتجاهاتهم وعاداتهم، ولهذا التغير دور، إذ به تنمو المجتمعات وتتطور وتزدهر.
- تتعرض المجتمعات لعملية تغيير مستمر، وتظهر حقائق جديدة وتلغي أخرى كانت قائمة، لذلك تبرز أهمية التوعية في نقل هذه الحقائق الجديدة حتى يعلم الأفراد هذه التغيرات.

¹ - سمير محمود: الاعلام العلمي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2008، ص134.

- تعتبر التوعية عملية مكملة لعملية التربية ونقل الثقافة، غير أن الفرق بين التربية والتوعية هو أن التربية شاملة لجميع النواحي، فيما تتركز التوعية على جانب واحد السلوك.
- تمكن الفرد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعد في تغيير الظاهرة الصحية وتجعله يحقق عن أسباب المرض وكيفية معالجتها والوقاية منها.
- أنها رصيد معرفي يستفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة في اتخاذ القرارات الصحية المناسبة لها خلال ما يتعرض له من مشكلات صحية.¹

4-أهداف التوعية الصحية: هناك مجموعة من العناصر تبين لنا أهداف التوعية الصحية وهي كالآتي:

- فهم واستيعاب أفراد المجتمع أن حل مشكلاتهم الصحية والحفاظ على صحتهم وصحة مجتمعهم في مسؤولياتهم، قبل أن تكون مسؤولية الجهات الرسمية عن طريق إتباعهم الإرشادات الصحية ورغباتهم بها.
- إلمامهم بالمعلومات المتصلة بالمستوى الصحي في مجتمعهم للمشكلات الصحية والأمراض المعدية التي تنتشر في مجتمعهم بها وأسبابها وطرق انتقالها وأعراضها وطرق الوقاية منها.
- تعرف أفراد المجتمع على الخدمات الصحية الأساسية والمساندة في مجتمعهم وكيفية الانتفاع بها.²
- إيجاد مجتمع يكونوا أفرادهم قد أَلَمُوا بالمعلومات الصحية عن مجتمعهم ومعدل الإصابة بها وأسبابها وطرق انتقالها وأعراضها وطرق الوقاية منها ووسائل مكافحتها.
- إيجاد مجتمع يكونوا أفرادهم قد تعرفوا على الخدمات والمنشآت الصحية في مجتمعهم، وفهم الغرض من إنشائها وكيفية الانتفاع بها بطريقة منظمة و مجدية.³

¹- أحمد مزاهرة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص68.

²- أحمد محمد بدح وآخرون: الثقافة الصحية، دار المسيرة، ط4، عمان، 2012، ص15-16.

³- علي بن حسين الأحمد، مستوى الوعي الصحي لدى التلاميذ وعلاقته باتجاهاتهم الصحية، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس العلوم، قسم المناهج وطرق التدريس، جامعة أم القرى، الرياض، 2002-2003، ص36.

مجالات التوعية الصحية:

لا يقتصر الجانب الصحي على جانب معين من الأمور المتصلة بالصحة، ولكن الوعي يتسع مجاله ليشمل كافة العناصر الضرورية لكي يكون الإنسان متمتع بصحة جيدة، وهذه العناصر متداخلة بشكل يصعب فصلها لأنها متشابكة بطبيعتها وتؤثر بعضها في الآخر، ولتوسيع هذا التدخل تم تقسيمها كالتالي:

- الصحة الشخصية: وتشمل البيئة المنزلية الصحية، النظافة الشخصية والتغذية الصحية، ويشمل هذا المجال النظافة والمشاكل الناتجة عن قلة النظافة الشخصية، قلة نظافة المنزل، نظافة الطعام والشراب ونظافة الشارع.

- التوعية الصحية العامة: ونعني بها التثقيف الصحي الموجه للمجتمع ككل وبكافة قطاعاته، ويعد أهم مجالات التوعية الصحية، إذ أن الرسائل المتصلة فيه من مذياع أو تلفاز وغيرها من وسائل الاعلام والاتصال تصل إلى أغلب أفراد المجتمع، كما أن المخاطبة تكون لكل المجتمع.

- التوعية الصحية في المنزل: يعتبر البيت مكانا مثاليا للتوعية الصحية، ألن أصحابه من صغار وكبار يشعرون بالطمأنينة والأمن والراحة فيه، وتوفر التوعية الصحية في المنزل فرصة جيدة لإعطاء النصائح والتوجيهات للذين لا يحبون الذهاب للمستشفى والمراكز الصحية ككبار السن، كما توفر الظروف الواقعية للتوجيه. حيث تكمن ربط رسالة التثقيف الصحي بمستوى الأسرة الاجتماعي والاقتصادي.

- التوعية الصحية في مكان العمل: لكل مهنة أخطارها وتزداد هذه الأخطار تبعا لنوع العمل الذي يقوم به الفرد وتقع مسؤولية الوقاية من الأخطار على عاتق أصحاب المهنة، جزئيا على عاتق العاملين في المجال الصحي خاصة أخصائي الصحة المهنية.

- الصحة المدرسية: تمثل المدرسة مكان جيد للتوعية الصحية، حيث يشكل الأطفال في عمر المدرسة في البلدان حوالي ربع السكان، ويبرز الاهتمام بالمدرسة كمكان للتوعية الصحية إضافة لسهولة الوصول لهم بحكم وجودهم بين جدران المدارس.¹

¹ - عبد المجيد الشاعر وآخرون: الصحة والسلامة العامة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2001، ص 20-25.

المبحث الثالث: سرطان الثدي مقارنة معرفية

1- مفهوم سرطان الثدي:

تعرف جمعية السرطان الأمريكية سرطان الثدي: " بأنه ورم خبيث يسبب نموا غير طبيعي لخلايا الثدي، وعادة ما يظهر في القنوات والغدد الحليبية للثدي، ويمكن أن ينتشر إلى الأنسجة المحيطة به أو إلى أي منطقة في الجسم، ويحدث سرطان الثدي غالبا لدى النساء، وقد يحدث أحيانا لدى الرجال.¹

فمصطلح سرطان الثدي يشير إلى ورم خبيث يتطور من الخلايا في الثدي، والثدي يتألف من نوعين رئيسيين من الأنسجة: أنسجة غدية وأنسجة داعمة والأنسجة الغدية تغلف الغدد المنتجة للحليب وقنوات الحليب، بينما الأنسجة الداعمة تتكون من الأنسجة الدهنية والأنسجة الرابطة الليفية في الثدي، والثدي أيضا يحوي نسيج ليمفاوي (أنسجة جهاز مناعي تزيل النفايات و السوائل الخلوية).²

2-أنواع ومراحل سرطان الثدي: يوجد العديد من أنواع سرطان الثدي، ويتم تقسيم أنواع سرطان الثدي إلى مجموعتين رئيسيتين كما يلي:

- سرطان الثدي الغازي (بالإنجليزية: Invasive Breast Cancer): يتميز بانتشار الخلايا السرطانية إلى أجزاء أخرى من الثدي غير الذي ابتداء منها، وكذلك انتشاره إلى أجزاء أخرى من الجسم.

- سرطان الثدي غير الغازي (بالإنجليزية: Noninvasive Breast Cancer): يتميز ببقاء الخلايا السرطانية في مكان محدد من الثدي وعدم انتشارها إلى أي أجزاء أخرى من الجسم.³

¹- حنان الشقران، ياسمين رافع الكركي، الدعم الاجتماعي المدرك لدى مريضات سرطان الثدي في ضوء بعض التغييرات، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، المجلد 12 ، العدد 01، الأردن، 2016، ص68 .

² - E.fonderiere, E. gramelin , prise en charge et surveillance du patient cancéreux , 178 , 2003 .

³- مالكوم شوارتز، السرطان ماهو؟ أنواعه ومحاربه، ترجمة عماد أبو سعد، دار نور الهدى للنشر، الجزائر، ص18، 1995.

تصف الفئتين السابقتين من سرطان الثدي العديد من أنواع سرطان الثدي، والتي يتم تصنيفها بناء على شكل الخلايا السرطانية عند فحصها مجهرياً، وبناء على نوع الأنسجة التي بدء فيها سرطان الثدي.

و هناك أنواع نادرة من سرطان الثدي، ومن هذه الأنواع ما يلي:

- سرطان الثدي الالتهابي: يعتبر سرطان الثدي الالتهابي (بالإنجليزية: Inflammatory Breast Cancer) نوع نادر، حيث يمثل حوالي 1% إلى 5% من حالات الإصابة بسرطان الثدي.

- مرض باجيت في الثدي: يعتبر مرض باجيت لحمة الثدي (بالإنجليزية: Paget Disease Of The Nipple) أحد أنواع سرطان الثدي النادرة، والتي تتجمع فيه الخلايا السرطانية في أو حول حلمة الثدي، ويؤثر على جلد الحلمة والتهالة حولها.

- ورم فيلوديس: ينمو ورم فيلوديس (بالإنجليزية: Phyllodes Tumor) في النسيج الضام للثدي. و معظم هذه الأورام حميدة، إلا أن بعضها يكون سرطاني.

- الساركوما الوعائية: ينمو سرطان الساركوما الوعائية (بالإنجليزية: Angiosarcoma) في الأوعية الدموية أو الأوعية الليمفاوية في الثدي.

- سرطان الثدي الثلاثي السلبي: يعتبر سرطان الثدي الثلاثي السلبي (بالإنجليزية: Triple Negative Breast Cancer) نادراً، ويصيب حوالي 10-20 في المئة من المصابين بسرطان الثدي.

- سرطان الثدي المنتشر: يعرف سرطان الثدي المنتشر (بالإنجليزية: Metastatic Breast Cancer) أو النقيلي أيضاً بالمرحلة الرابعة من سرطان الثدي، وهو سرطان الثدي الذي انتشر إلى أماكن أخرى من الجسم، مثل الكبد، العظام، والرئتين.¹

¹ - مالكوم شوارتز، نفس المرجع السابق، ص18.

- مراحل سرطان الثدي:

- المرحلة صفر: 0 Stade ويعني أن السرطان لم ينتقل للأجزاء المحيطة، لذلك يسمى سرطان الثدي غير إنتشاري ويمثل حوالي 01-21% من مجموعات حالات سرطان الثدي، ولا يعتبر سرطانا حقيقيا ويوجد نوعان في هذه المرحلة :-النوع الأول: سرطان في القنوات الناقلة للحليب وتكون خطورة الإصابة بالسرطان مرتفعة لذلك يحتاج متابعة دقيقة لتطوره.

- النوع الثاني: سرطان في أنسجة الثدي: وفيه تخير المرأة بين إستئصال جزئي للثدي أو إزالة الثدي بالكامل وذلك بناء على حجم الثدي ومنطقة الإصابة.

- المرحلة الأولى: 1Stade وفيها لا يزيد طول الورم السرطاني عن سنتيمترين ولم ينتشر خارج الثدي .

-المرحلة الثانية: 2Stade لا يزيد طول الورم السرطاني عن سنتيمترين ولكنه منتشر في الغدد الليمفاوية أو يبلغ طول الورم السرطاني بين 2-5 سنتيمتر، وقد يكون منتشرا في الغدد الليمفاوية أو يزيد طول الورم السرطاني عن 5 سنتيمتر ولكنه لم ينتشر في الغدد الليمفاوية.

- المرحلة الثالثة: 3Stade و تنقسم هذه المرحلة إلى قسمين :-المرحلة الأولى: ويكون طول الورم السرطاني في الثدي أصغر أو اكبر من 5 سنتيمتر، ومنتشر في الغدد الليمفاوية.

- المرحلة الثانية: ويكون الورم السرطاني في الثدي منتشر في المنطقة المحيطة بالثدي وجدار وأضلاع وعضلات الصدر أو يكون الورم السرطاني منتشرا في الغدد الليمفاوية وجدار وعظم الصدر.

المرحلة الرابعة: يكون فيها الورم السرطاني منتشرا في اجزاء أخرى من الجسم مثل: العظام، الرئتين، الكبد و الدماغ ويكون منتشرا في الجلد و الغدد الليمفاوية وداخل الرقبة وقرب عظم الترقوة.¹

¹ - لين هارتمان تشارلز، لورنزي، دليل سرطانات النساء، الدار العربية للعلوم، ط1، 2005، ص48.

3- أعراض سرطان الثدي:

قد لا يعاني المرضى المصابين من أي أعراض سرطان الثدي في بداية المرض، وقد يكون الورم في بعض الأحيان صغيراً جداً بحيث لا يمكن الشعور به، إلا أنه يمكن الكشف عن وجود اعتلالات من خلال بعض الفحوصات.

يمكن أن تختلف علامات سرطان الثدي بشكل كبير باختلاف نوعه، إلا أن هناك بعض الأعراض العامة التي قد تكون مؤشراً على سرطان الثدي في حال ملاحظتها، والتي تشمل ما يلي:

- ظهور كتلة غير طبيعية على الثدي، أو زيادة في سمك أنسجة الثدي بحيث تبدو مختلفة عن الأنسجة المحيطة بها.

- تورم في أجزاء الثدي، أو تورم في كامل الثدي.

- آلام في الثدي، ألم في حلمة الثدي، احمرار أو زيادة في سمك حلمة الثدي أو ظهور بمظهر قشرة البرتقال.

- خروج إفرازات من حلمة الثدي غير الحليب، تهيج الثدي، أو الشعور بالحكة فيه.

- ظهور انبعاجات في الثدي (بشكل يشبه غمازات الوجه)، تغير لون الثدي أو سماكة جلده ومظهره.

- زيادة حجم الثديين أو ثدي واحد، أو تغير شكل الثدي خلال فترة قصيرة، تغير في الإحساس عند لمس الثدي، حيث قد يصبح قاسياً، أو طرياً، أو دافئاً، تقشر جلد حلمة الثدي، انقلاب حلمة الثدي أي دخول حلمة الثدي للداخل.

- ظهور كتلة أو حدوث تورم في منطقة الإبط.¹

¹ - ناجي صغير، ألف باء أمراض الثدي من وقاية إلى العلاج، الدار العربية للعلوم، ط1، بيروت، ص120، 2005.

4- طرق العلاج والوقاية من سرطان الثدي:

يعتمد علاج سرطان الثدي على عدد من العوامل المختلفة، مثل نوع السرطان ومرحلته، وحجم الورم، ودرجة السرطان، ومدى قدرته على النمو والانتشار، وحساسية السرطان للهرمونات، بالإضافة إلى عمر المريض، وصحته العامة، ورغباته وتفضيلاته لخيار العلاج.

يتضمن علاج سرطان الثدي الخيارات التالية:

- **علاج سرطان الثدي الجراحي:** يعتبر العلاج الجراحي لسرطان الثدي أكثر أنواع العلاج شيوعاً، ويوجد عدة أنواع من العمليات الجراحية المستعملة لعلاج سرطان الثدي، كما قد يتم أيضاً اللجوء إلى الأنواع الأخرى من العلاج بعد إجراء العمليات الجراحية.

تتضمن العمليات الجراحية التي تجرى لعلاج سرطان الثدي ما يلي:

- **استئصال الورم السرطاني (بالإنجليزية: Lumpectomy):** يتم في هذه العملية إزالة الورم وبعض الأنسجة الطبيعية المحيطة به لمنع انتشار الورم، وغالباً ما يتم اللجوء إلى هذا النوع من العمليات لعلاج الأورام الصغيرة التي يسهل فصلها عن الأنسجة الطبيعية المحيطة بها.

- **استئصال الثدي (بالإنجليزية: Mastectomy):** يتم إزالة كامل الثدي المصاب في هذه العملية، ويمكن إزالة كلا الثديين، كما قد يتم في بعض الأحيان إزالة العقد الليمفاوية والعضلات الموجودة في جدار الصدر.

- **خزعة العقدة الليمفاوية الحارسة (بالإنجليزية: Sentinel Node Biopsy):** وهي عملية جراحية تتضمن أخذ خزعة من العقدة الليمفاوية الحارسة، وهي أول العقد اللمفية التي يمكن للسرطان أن ينتشر إليها، وفي حال عدم وجود خلايا سرطانية في هذه الغدد الليمفاوية فإنه لا يوجد داعي لإزالة العقد الليمفاوية الأخرى.

- **تشریح العقدة الليمفاوية الإبطية (بالإنجليزية: Axillary Lymph Node Dissection):** يتم في هذا الإجراء إزالة عدد من الغدد الليمفاوية في منطقة الإبط في حال العثور على خلايا سرطانية في العقدة الحارسة، وذلك بهدف منع انتشار سرطان الثدي.

- **الاستئصال الوقائي للثدي المقابل (بالإنجليزية: Contralateral Prophylactic Mastectomy):** وهي عملية جراحية يتم فيها إزالة الثدي السليم¹

¹ - مايك ديكسون، سرطان الثدي، ترجمة هنادي مزبود، دار المؤلف الرياض، ص89، 2013.

بعد إزالة الثدي المصاب بالسرطان، وهو أمر تقوم به بعض النساء للتقليل من خطر تطور السرطان مرة أخرى في الثدي السليم.

- إعادة البناء (بالإنجليزية: Reconstruction): بعد استئصال الثدي، قد يقوم الجراح بإعادة بناء الثدي عن طريق زراعة ثدي أو استخدام أنسجة من جزء آخر من الجسم ليبدو أكثر طبيعية، حيث قد يساعد هذا الأمر الشخص على التعامل مع الآثار النفسية الناتجة عن استئصال الثدي مثل الاكتئاب.

- استئصال المبيض الوقائي (بالإنجليزية: Prophylactic Ovary Removal): وهي عملية وقائية تساعد على التقليل من مستويات هرمون الأستروجين في الجسم، مما يزيد من صعوبة تحفيز هرمون الأستروجين لتطور سرطان الثدي.

- العلاج بالتبريد (بالإنجليزية: Cryotherapy): وهي عملية تتضمن استعمال درجات حرارة شديدة البرودة لتجميد وقتل الخلايا السرطانية، إلا أن هذه الطريقة لا تزال طريقة تجريبية لعلاج سرطان الثدي.

-العلاج الإشعاعي لسرطان الثدي:

العلاج الإشعاعي هو طريقة فعالة ودقيقة لتدمير الخلايا السرطانية التي قد تبقى في الثدي بعد إجراء العمليات الجراحية، والذي يتضمن استعمال أجهزة تصدر إشعاعات ذات طاقة عالية لقتل الخلايا السرطانية، كما يمكن علاج سرطان الثدي في بعض الحالات باستخدام ما يعرف باسم العلاج الإشعاعي الموضعي (بالإنجليزي: Brachytherapy)، والذي يتضمن وضع مواد مشعة تشبه البذور أو الكريات داخل الجسم بالقرب من موقع الورم، بحيث تبقى هذه المواد المشعة بالقرب من الورم لفترة قصيرة تعمل خلالها على تدمير الخلايا السرطانية.

قد يسبب العلاج الإشعاعي بعض المخاوف حول أمان استعماله لدى المرضى، إلا أنه في الحقيقة من أنواع العلاج سهلة التحمل، والتي تقتصر أعراضه الجانبية على المناطق المعالجة.

-العلاج الكيميائي لسرطان الثدي:

العلاج الكيميائي (بالإنجليزية: Chemotherapy)، هو علاج يتضمن استعمال الأدوية لإضعاف وتدمير الخلايا السرطانية في الجسم، سواء في موقعها الأصلي، أو في الأماكن التي انتشرت إليها، وهو علاج جهازى يؤثر على كامل الجسم، وغالباً ما يتم استعمال هذا النوع من العلاج¹

¹ - مايك ديكسون، نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.

مع غيره من الأنواع، لا سيما مع العلاج الجراحي، إلا أن هذا النوع من العلاج يمتلك العديد من الأعراض الجانبية.

يستعمل العلاج الكيميائي أو الكيماوي في علاج المراحل المبكرة لسرطان الثدي الغازي للتخلص من أي خلايا سرطانية قد تكون موجودة بعد العلاج الجراحي، والتقليل من خطر عودة السرطان، بالإضافة إلى استعمال العلاج الكيميائي في المراحل المتقدمة من سرطان الثدي لتدمير وإلحاق الضرر بالخلايا السرطانية بقدر المستطاع.

-العلاج الهرموني لسرطان الثدي:

يتم اللجوء إلى العلاج الهرموني للمرضى الذين يعانون من سرطان الثدي الحساس للهرمونات، وذلك لمنع سرطان الثدي في المراحل المبكرة من العودة بعد العلاج الجراحي، أو للمساعدة على تقليص أو إبطاء عملية نمو سرطان الثدي المنتشر في المراحل المتقدمة. يعمل العلاج الهرموني عن طريق منع الجسم من إنتاج الأستروجين و البروجسترون، وهما هرمونان أنثويان يحفزان نمو أورام سرطان الثدي. أو قد يعمل العلاج الهرموني عن طريق منع مستقبلات الهرمونات في الخلايا السرطانية من القيام بوظيفتها.

- طرق الوقاية من سرطان الثدي:

لا يوجد طريقة معينة يمكن أن تحمي أو تمنع من الإصابة بسرطان الثدي بشكل كامل، إلا أن الفحص المبكر وبعض التغييرات في أسلوب الحياة يمكن أن يساعد بشكل كبير على التقليل من خطر الإصابة بسرطان الثدي، وغيره من أنواع السرطان، تتضمن بعض الأمور التي يمكن إتباعها للتقليل من خطر الإصابة بسرطان الثدي ما يلي:

- إتباع نظام غذائي صحي يحتوي على الكثير من الخضروات والفواكه.
- ممارسة التمارين الرياضية بانتظام.
- الحفاظ على وزن صحي مناسب.
- العمليات الجراحية الوقائية عند النساء المعرضات بشكل كبير لخطر الإصابة بسرطان الثدي مثل استئصال المبيض.¹

¹ - مايك ديكسون، نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.

5-توعية المرأة بمرض سرطان الثدي من خلال الفيسبوك:

في ظل وجود الأمراض المزمنة و انتشارها بشكل كبير، خاصة في لدول العربية لعدم نقص في معرفة و كيفية التوعية الصحية منها، و كذا بلوغها لنسب متفاوتة من سنة لأخرى كما هو عليه بالنسبة لمرض سرطان الثدي، أصبح لوسائل الاعلام دور وظيفي و فعال في نشرها للثقافة الصحية و تحقيق التوعية، لهذا تعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين وسائل الاعلام الجديد الأكثر استخداما و اهتماما في مجال التوعوي بقضايا الصحة، و من بين استخدامات من قبل الهيئات و المؤسسات الحكومية التي تسعى جاهدة للتقليل و إيجاد حلول لعدم تفاقم حجم المرض و الذي أصبح يشكل ظاهرة في وقتنا الحالي.

ومع التطورات التي يشهدها قطاع الاعلام و الاتصال انتقلت الحملات التوعية من الاعلام التقليدي كالتلفزيون، و الإذاعة، الصحف، المجلات و الملصقات و صولا إلى الاعلام الجديد و ما توفره من وسائل مختلفة ومن بين ميزاتها السرعة الفائقة و الانتشار الواسع و التفاعلية، لم تعد تقتصر مواقع التواصل الاجتماعي في عملياتها التقليدية التي نشأت من خلالها للتواصل عبر العالم و معرفة آخر المستجدات، بل أصبحت تتخطى ذلك و اختراقها لجميع مجالات الحياة، من بينها المجال الصحي.¹

وعليه تتضمن التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" خاصة لعدة أساليب مختلفة في تقديمها للنصائح و الإرشادات التوعوية ، و التي تكون من خلال إنشاء لمجموعات من طرف مستخدمي هذا الموقع ، بحيث تتكون من عدة أشخاص سواء أخصائيين لأمراض معينة كمرض سرطان الثدي مثال و أطباء و حتى أصحاب التجربة الذين مروا بهذا المرض ، و التي تكون للمرأة السليمة أو حتى المصابة بالمرض ، وذلك من أجل تقديمهم لنصائح و كيفية التغلب عليه ، و كذا التشخيص المبكر لعدم تفاقم المرض و القضاء عليه قبل فوات الأوان ، و معرفة أعراضه ، بحيث تكون عن طريق دمجها لوسائل متنوعة من فيديوهات أو صور و حتى منشورات التي تبث من خلال هذه المجموعات ، بغض النظر على صحة و سلامة المعلومات التي يقدمونها ، و كذا قلة التكلفة ، مما أدى إلى كثرة استعمالها و الاعتماد عليها بشكل كبير و ملحوظ ، كمثال هنالك مجموعة " رحلة المليون حملة ، التوعية ضد سرطان الثدي " التي تضم حوالي 40000

¹- نفيسة نايلي، سلمى مساعدي، حملات التوعية الالكترونية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر - التوعية المرورية عبر الفيسبوك - نموذجا-، المجلة الجزائرية للأبحاث العلمية و الدراسات، العدد الرابع: أكتوبر 2018، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، ص 186.

ألف عضو و من بين المنشورات التي تخص المصابات بمرض سرطان الثدي و التي تهدف إلى حمايتهم و الاعتناء بهم من قبل المجتمع خاصة ، و المتمثلة في شعار " لا تلمس ذراعي " و التي تكون مكتوبة في أساور توضع في الأيدي .حيث إذا تم خدش أو لمس ذراعها بالخطأ قد يتم استئصال الغدة الليمفاوية في الإبط و إذا حدث أي خدش بذراعها لا يشفى . وكذا ممنوع أن تحقن أو يقاس ضغطها، فهذا السوار أيضا صنع لمساعدة المريضة و كذا لمعرفة الممرضين و الأطباء بوضعها الصحي في حال إذا نقلت إلى المستشفى.¹

¹ - نفيسة نايلي، سلمى مساعدي، نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.

خلاصة الفصل:

يتناول هذا الفصل المتعلق بالحملات الإلكترونية والتوعية الصحية وسرطان الثدي موضوعاً مهماً يتعلق بتحسين الوعي بسرطان الثدي وكيفية الوقاية والكشف المبكر عنه. كما تناول أيضاً التوعية الصحية ودورها في تعزيز الوعي بسرطان الثدي والكشف المبكر عنه، وذلك من خلال توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة عن المخاطر والأعراض والطرق الفعالة للكشف المبكر والوقاية من هذا المرض وتوصي المذكرة بأن يكون للتوعية الصحية جزءاً من الجهود الشاملة للتحكم في سرطان الثدي، وأن يتم توفير المزيد من الموارد لتنفيذ برامج توعية صحية فعالة وشاملة من خلال تعزيز الشراكات المجتمعية لتحسين وعي النساء بسرطان الثدي وتحسين معدلات الكشف المبكر والعلاج المناسب لهذا المرض الخطير.

وأخيراً تم التطرق في الفصل إلى دور الحملات الإعلامية الإلكترونية في نشر الوعي بسرطان الثدي والتوعية الصحية المتعلقة به وتم التأكيد على أن الحملات الإعلامية الإلكترونية تلعب دوراً كبيراً في نشر الوعي بسرطان الثدي وتحسين معدلات الكشف المبكر والعلاج المناسب، وأنه يجب الاستثمار في هذه الحملات وتنظيمها بشكل فعال لتحقيق الأهداف المنشودة.

ونستنتج من خلال هذا الفصل بأن الحملات الإلكترونية يمكن أن تكون أدوات فعالة في التوعية بسرطان الثدي وتشجيع الكشف المبكر، ولكن يجب أن تتم هذه الحملات بشكل مدروس ومن خلال استخدام القنوات الصحيحة والتقنيات الحديثة. وتوصي المذكرة بضرورة المزيد من البحوث والدراسات في هذا المجال وتوسيع النطاق والتأثير للحملات الإلكترونية لتحسين الوعي بسرطان الثدي وتحقيق تأثير إيجابي على المجتمع.

إجراءات الدراسة الميدانية

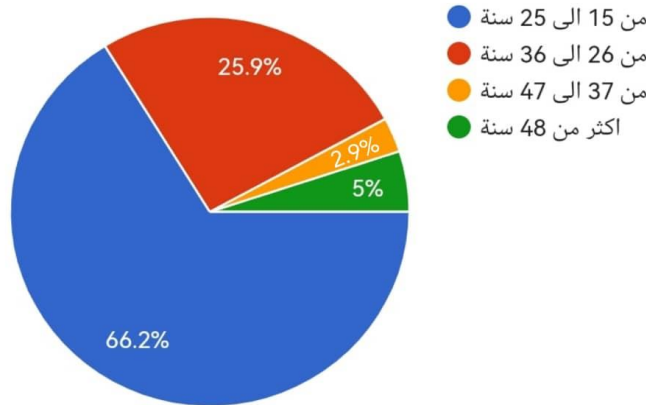
تمهيد:

يعد الجانب التطبيقي مرحلة مهمة من مراحل البحث العلمي فمن خلاله يتمكن الباحث من جمع المعلومات حول موضوع بحثه، من خلال الإجراءات الميدانية التي يقوم بها، إذ سنتطرق من خلاله إلى تحليل بيانات الدراسة بالاستناد إلى استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة قوامها 139 مفردة، حيث تم تجميع المادة الخام في جداول تكرارية لنتمكن من قراءتها بموضوعية، وبما يخدم أهداف الدراسة ويجب على التساؤلات الفرعية التي انطلقنا منها، ولذلك يأتي هذا الفصل لتقديم رؤية واقعية حول التساؤلات المطروحة بطريقة علمية وممنهجة.

– المبحث الأول: تحليل البيانات الشخصية لمستخدمات صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة:
الجدول رقم 1 يمثل توزيع العينة حسب العمر:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
من 15 إلى 25 سنة	92	66.2 %
من 26 إلى 36 سنة	36	25.9 %
من 37 إلى 47 سنة	4	2.9 %
أكثر من 47 سنة	7	5 %
المجموع	139	100 %

الشكل رقم 01: يمثل نسبة توزيع أفراد العينة حسب العمر.

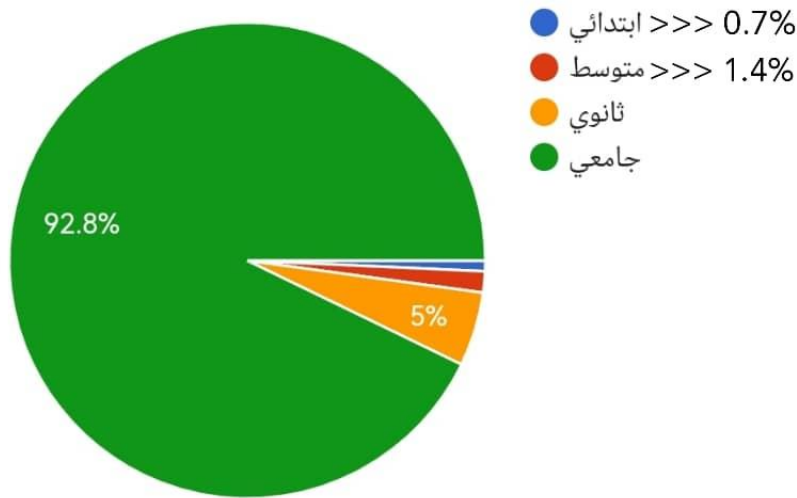


يمثل الجدول رقم 01 و الشكل البياني رقم 01 ادناه ان نسبة المبحوثين الذين يتراوح سنهم بين 15 الى 25 سنة قدرت ب 66.2% هذا يبين لنا ان مستخدمات الفيسبوك يتراوح سنهم بين 15 و 25 سنة ، اما نسبة المبحوثين الذين يتراوح سنهم بين 26 الى 36 قدرت ب 25.9% في حين الفئتين من 37 الى 47 سنة و اكثر من 47 سنة فقد قدرت نسبتهما ب 2.9% و 5% على التوالي . هنا نستنتج ان اغلب مستخدمات الفيسبوك يتراوح سنهم بين 15 الى 26 سنة، بسبب ان هذه الفئة تجيد استعمال هذه الوسيلة و تصفحها .

الجدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
ابتدائي	1	0.7%
متوسط	2	1.4%
ثانوي	7	5 %
جامعي	129	92.8%
المجموع	139	% 100

الشكل رقم 02: يمثل نسبة أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

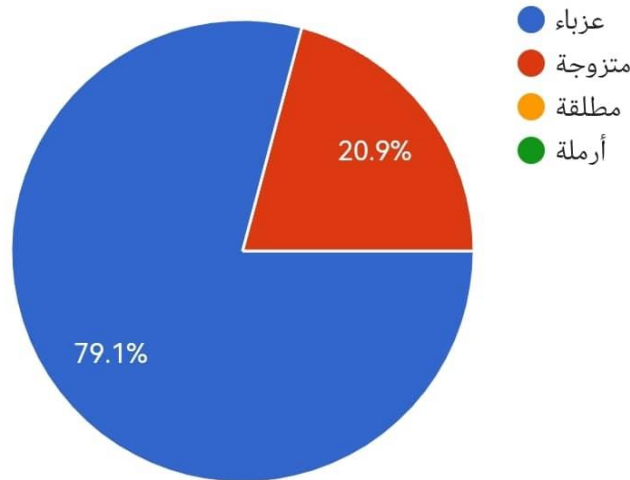


يمثل الجدول رقم 02 و الشكل البياني رقم 02 ادناه ان نسبة المتحصلين على المستوى جامعي قدرت ب 92.8% وهي اكبر نسبة ، لياتي بعدها المستوى ثانوي ب 5% ، اما فيما يخص المستوى المتوسط و الابتدائي اتوا كالتالي : 1.4% متوسط و 0.7% ابتدائي ، وعليه نستنتج ان مستوى المبحوثين اغلبه مستوى جامعي وهذا ما يعكس على ان هذه الفئة مهتمة بموضوع التوعية بسرطان الثدي عبر الفيسبوك.

الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
عزباء	110	79.1%
متزوجة	29	20.9%
مطلقة	0	% 0
أرملة	0	% 0
المجموع	139	% 100

الشكل رقم 03: يمثل توزيع نسبة أفراد العينة حسب الحالة العائلية.

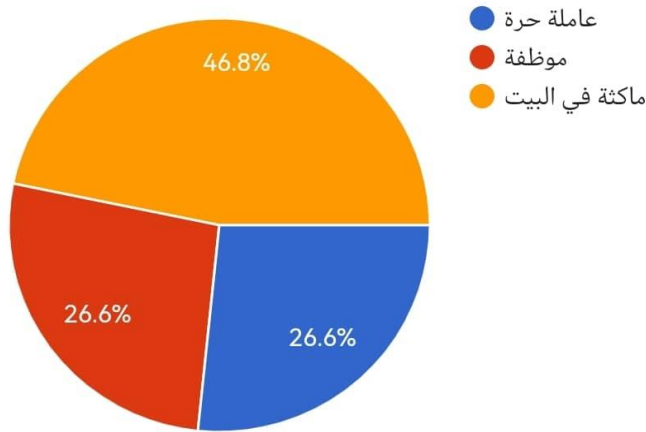


يمثل الجدول رقم 03 و الشكل البياني رقم 03 ادناه ان نسبة المبحوثين اغلبهم عازيات حيث قدرت ب 79.1% حيث بلغ عددهم 110، في حين نسبة المتزوجات قدرت ب 20.9% وبلغ عددهم 29، أما فئتي المطلقات والأرامل لم نسجل فيهما أي إجابة. وذلك لان اغلب المبحوثين لديهم انشغالات بالدراسة و البحث عن العمل جعلهم يبتعدون عن الزواج.

الجدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوضعية السوسيو مهنية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
عاملة حرة	37	26.6%
موظفة	37	26.6%
ماكثة في البيت	65	46.8%
المجموع	139	% 100

الشكل رقم 04 : يمثل نسبة أفراد العينة حسب الوضعية السوسيو مهنية :

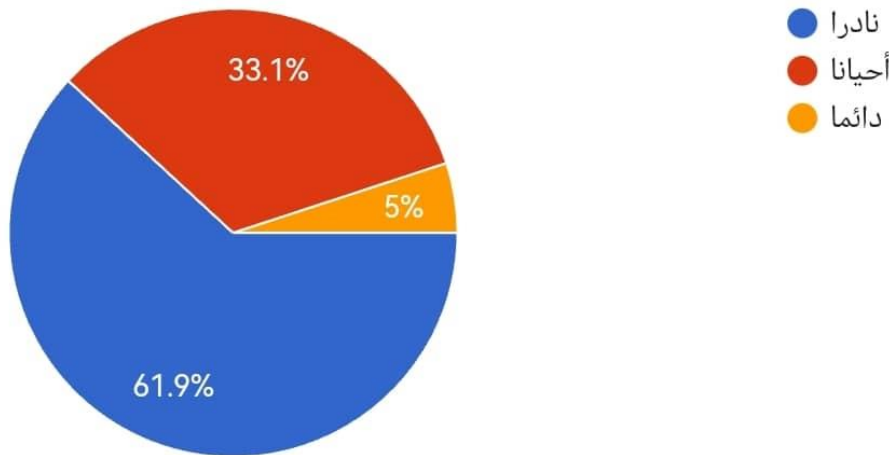


يمثل الجدول رقم 04 و الشكل البياني رقم 04 ادناه ان معظم المبحوثين ماكثات في البيت بنسبة قدرت ب 46.8% ، كما قدرت نسبة الموظفات و العاملات الاحرار ب 26.6% على التوالي. هنا نستنتج أن اغلب أفراد العينة هن الماكثات في البيت ب 65 مفردة وهذا راجع لقلة مناصي العمل.

- المبحث الثاني: طبيعة اقبال المرأة في ولاية البويرة على الحملات الالكترونية الخاصة بسرطان الثدي عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة .
الجدول رقم 05 : جدول يمثل مدى متابعة المرأة لصفحة مديرية الصحة لولاية البويرة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نادرًا	86	61.9%
أحيانًا	46	33.1%
دائمًا	7	5%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 05 : يبين نسبة و عدد متابعات صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة

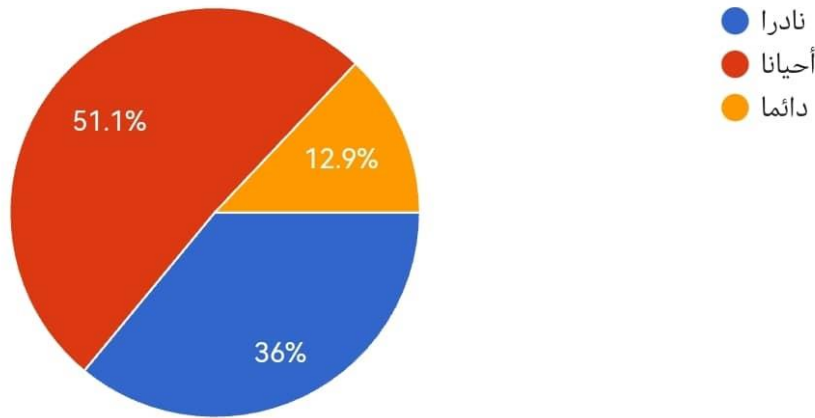


يمثل الجدول رقم 05 و الشكل البياني رقم 05 ادناه ان متابعات صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة نادرًا قد استحوذت على اكبر نسبة حيث قدرت ب 61.9 ، ثم تليها أحيانًا ب 33.1 ، و اخيرا اقل نسبة هي دائما ب 5 ، من هنا نستنتج ان اغلبية المبحوثين يتابعون صفحة مديرية الصحة نادرًا .

الجدول 07 : جدول يمثل مدى متابعة المرأة للحملات التوعوية ضد سرطان الثدي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نادرًا	50	36%
أحيانًا	71	51.1%
دائمًا	18	12.9%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 07: يمثل نسبة متابعات الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي

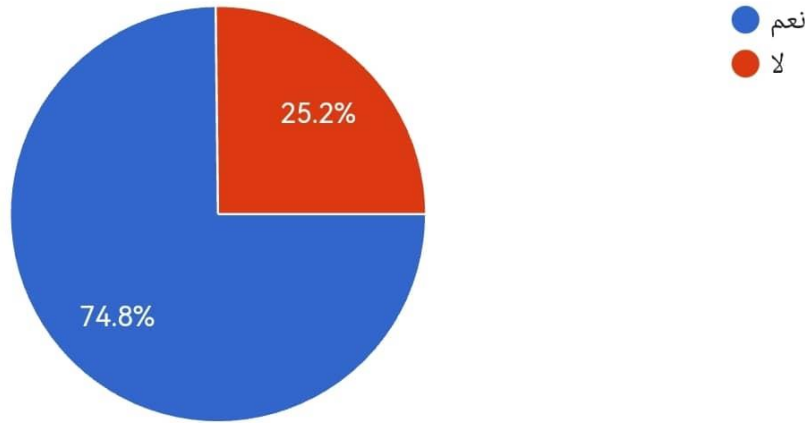


يمثل الجدول رقم 07 و الشكل البياني رقم 07 ادناه ان متابعات الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي تكون **أحيانًا** حيث حازت على أكبر نسبة قدرت ب 51.1 %، في حين 50 مفردة اجابوا ب نادرًا و قدرت النسبة ب 36% ، اما المتابعات **دائمًا** فقد قدرت النسبة ب 12.9% ، هنا نستنتج بأنه أحيانًا ما تتابع النساء الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي .

الجدول رقم 08: يمثل وتيرة عرض الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	104	74.8%
لا	35	25.2%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 08 : يمثل نسبة عرض الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي

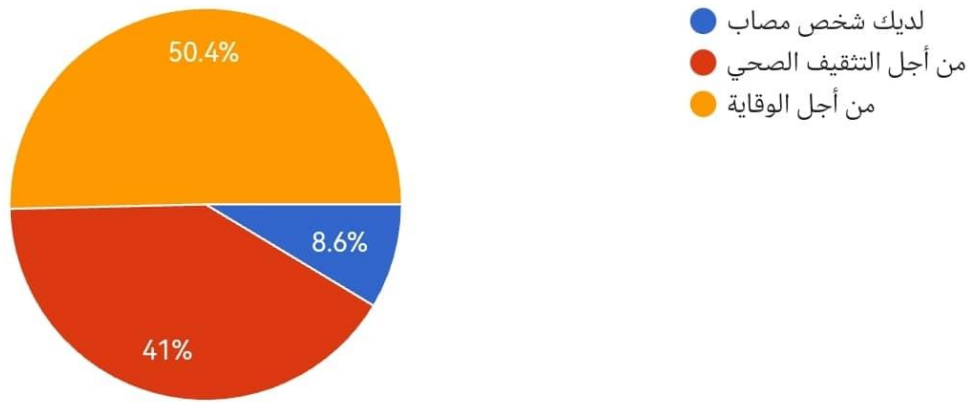


يمثل الجدول رقم 08 و الشكل البياني رقم 08 ادناه ان 104 مفردة بنسبة قدرت ب 74.8% قد اجابوا ب نعم تعرض الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي بكثافة ، في حين 35 مفردة بنسبة 25.2% اجابوا ب لا تعرض الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي ولا تعطى لها اهمية بالغة بسبب انها تعرض فقط في شهر أكتوبر وليس طيلة العام وايضا بسبب نقص الدعم المادي و الطبي ، من خلال هذه المعطيات هنا نستنتج ان اغلب المبحوثين و النسبة الاكبر اجابوا بان الحملات التوعوية تعرض بشكل مكثف و كاف.

الجدول رقم 09 : جدول يمثل دوافع اقبال المرأة على الحملات الالكترونية ضد سرطان الثدي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لديك شخص مصاب	12	8.6%
من أجل التثقيف الصحي	57	41%
من أجل الوقاية	70	50.4%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 09 : يبين نسبة دوافع اقبال المرأة على الحملات الالكترونية ضد سرطان الثدي

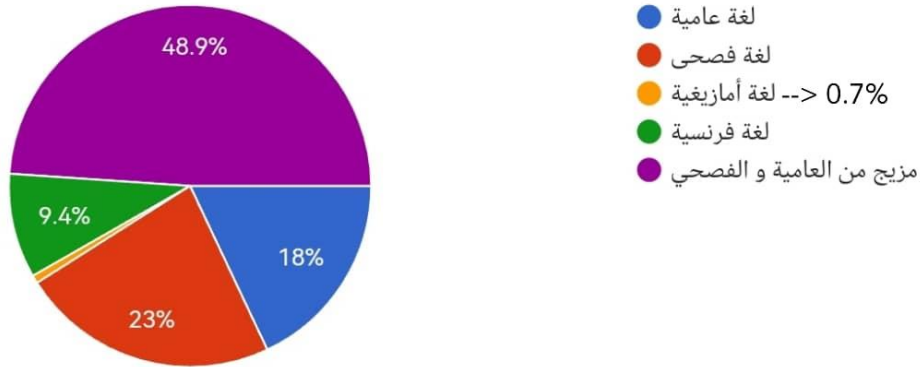


يمثل الجدول رقم 09 و الشكل البياني رقم 09 ادناه ان سبب اقبال المبحوثين على الحملات الالكترونية ضد سرطان الثدي هو من أجل الوقاية حيث قدرت النسبة ب 50.4% ، في حين 41% اجابوا من اجل التثقيف الصحي ، والفئة الاخيرة اجابوا من اجل شخص مصاب بنسبة قدرت ب 8.6% ، هنا نستنتج ان اغلب المبحوثين يقبلون على الحملات الالكترونية ضد سرطان الثدي من اجل التثقيف الصحي .

الجدول رقم 10: جدول يمثل طبيعة اللغة المعتمدة في حملات التوعية التي تتعرض لها المرأة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لغة عامية	25	18%
لغة فصحي	32	23%
لغة أمازيغية	1	0.7%
لغة فرنسية	13	9.4%
مزيج بين العامية و الفصحي	68	48.9%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 10 : يبين نسبة طبيعة اللغة المعتمدة في حملات التوعية التي تتعرض لها المرأة



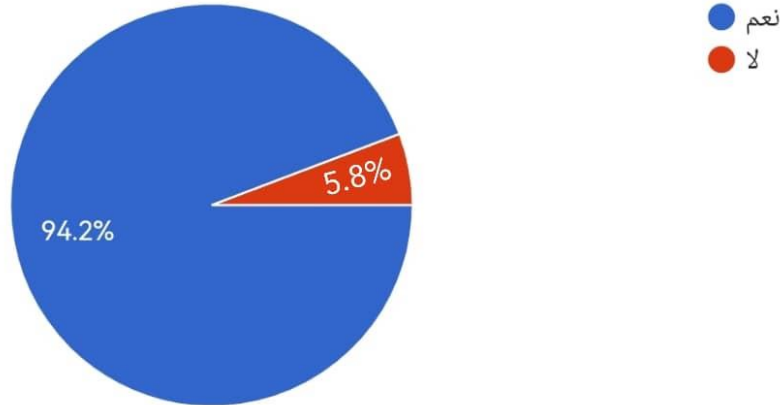
يمثل الجدول رقم 10 و الشكل البياني رقم 10 ادناه ان طبيعة اللغة المعتمدة في حملات التوعية التي تتعرض لها المرأة هي مزيج بين اللهجة العامية و اللغة الفصحي بنسبة قدرت ب 48% ، في حين تليها اللغة الفصحي فقط ب 23% ، ثم اللهجة العامية فقط ب 18% ، واخيرا اللغتين الفرنسية و الامازيغية ب 9.4% و 0.7% على التوالي .

المبحث الثالث : تأثير الحملات الالكترونية على المرأة في المتابعة لصفحة مديرية الصحة في ولاية البويرة

الجدول رقم 11 : جدول يمثل ان كان التشخيص المبكر لسرطان الثدي يزيد من فرص الشفاء.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	131	94.2%
لا	8	5.8%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 11 : يمثل نسبة هل التشخيص المبكر لسرطان الثدي يزيد من فرص الشفاء

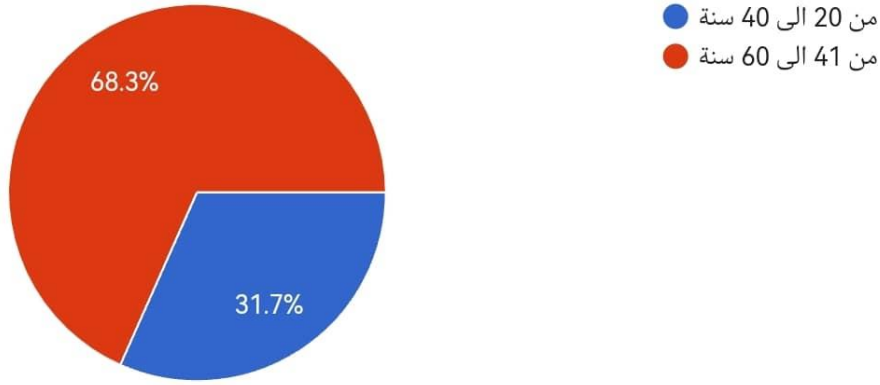


يمثل الجدول رقم 11 و الشكل البياني رقم 11 ادناه ان نسبة 94.2% اجابوا بنعم التشخيص المبكر لسرطان الثدي يزيد من فرص الشفاء عن طريق الحد من انتشاره و القضاء عليه بالعلاج و الادوية اللازمة و اجراء الفحوصات الدورية من حين لآخر ، في حين 5.8% فقط ما يعادل 8 مفردات اجابوا ب لا، هنا نستنتج ان اغلب المبحوثين يرون ان التشخيص المبكر لسرطان الثدي يزيد من فرص الشفاء .

الجدول رقم 12: جدول يمثل الفئة العمرية الأكثر عرضة للإصابة بمرض سرطان الثدي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
من 20 الى 40 سنة	44	31.7%
من 41 الى 60 سنة	95	68.3%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 12 : يبين نسبة الفئة العمرية الأكثر عرضة للإصابة بمرض سرطان الثدي.



يمثل الجدول رقم 12 و الشكل البياني رقم 12 ادناه ان الفئة العمرية الأكثر عرضة للإصابة بسرطان الثدي في فئة من 41 الى 60 سنة حيث قدرت نسبتها ب 68.3% ، تليها فئة من 20 الى 40 سنة ب نسبة 31.7% ، هنا نستنتج ان الفئة الأكثر عرضة للإصابة بمرض سرطان الثدي هي فئة من 41 الى 60 سنة .

الجدول رقم 13 : جدول يمثل سبب الإصابة بمرض سرطان الثدي .

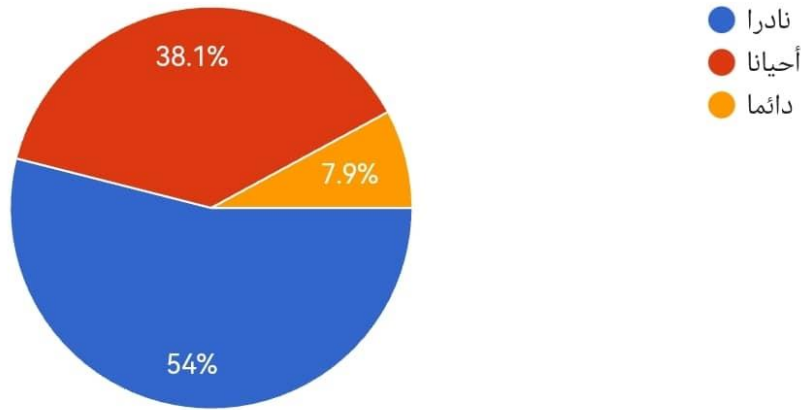
الاحتمالات	التكرار	النسبة
اسباب وراثية	94	67.6%
مواد معطرة	31	22.3%
نظافة شخصية	14	10.1%
اخرى اذكريها	13	9.35%

يمثل الجدول رقم 13 ان خيار سبب الإصابة بمرض سرطان الثدي عن طريق اسباب وراثية حاز على نسبة قدرت ب 67.6% ، تليها مواد معطرة ب 22.3% ، واخيرا بسبب النظافة الشخصية ب 10.1% . في حين اللواتي ذكرن اسباب اخرى مثل الاسباب النفسية ، القلق ، الاكل الغير صحي ، السحر ، التلقيح الاصطناعي اكثر من مرة في فترات متقاربة ، عوامل البيئة الفيزيولوجية ، تجنب الرضاعة الطبيعية تمثلت في 13 مفردة بنسبة قدرت ب 9.35% . هنا نستنتج ان اكبر نسبة لسبب الإصابة بمرض سرطان الثدي هو لاسباب وراثية .

الجدول رقم 14: جدول يمثل تجسيد مديرية الصحة للحملات توعوية في القرى و المداشر.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نادرا	75	54%
أحيانا	53	38.1%
دائما	11	7.9%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 14: يمثل نسبة تجسيد مديرية الصحة لحملات التوعية في القرى و المداشر.

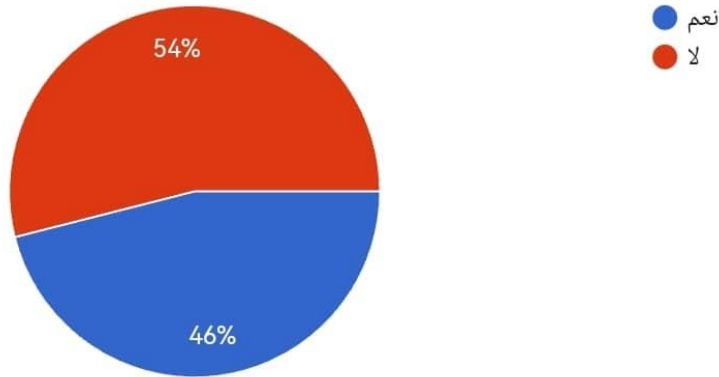


يمثل الجدول رقم 14 و الشكل البياني رقم 14 ادناه ان تجسيد مديرية الصحة لحملات التوعية في القرى و المداشر يكون نادرا هذا ما تم اختياره من قبل المبحوثين ب نسبة قدرت ب 54% ، يليها الاختيار أحيانا بنسبة 38.1% ، و اخيرا الاختيار دائما بنسبة قدرت ب 7.9% ، هنا نستنتج ان نادرا ما تقوم مديرية الصحة بحملات توعوية في القرى و المداشر.

الجدول رقم 15: جدول يمثل اذ سبق للمرأة حضور حملة او نشاط متعلق بالتوعية الصحية ضد سرطان الثدي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	64	46%
لا	75	54%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 15: يبين نسبة حضور العينة لحملة لو نشاط متعلق بالتوعية الصحية ضد سرطان الثدي.

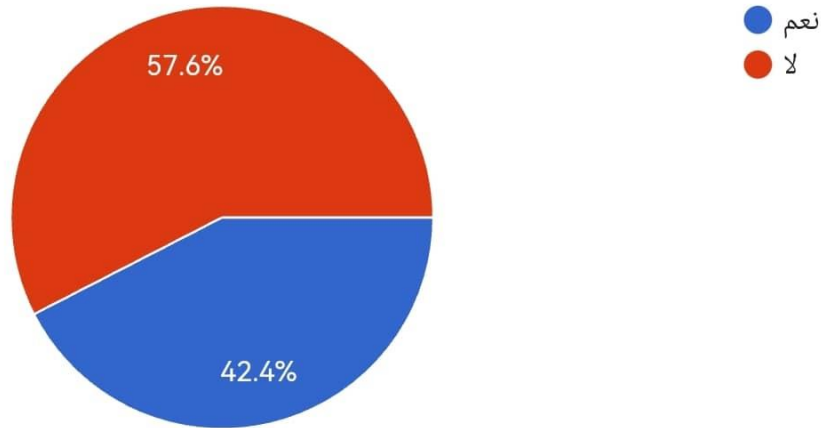


يمثل الجدول رقم 15 و الشكل البياني رقم 15 ادناه ان نسبة 54 % من المبحوثين اي ما يعادل 75 مفردة قالو لا لم يحضروا حملة او نشاط متعلق بالتوعية الصحية ضد سرطان الثدي ، في حين ان 46% اي ما يعادل 64 مفردة قالو نعم حضروا حملة او نشاط متعلق بالتوعية الصحية ضد سرطان الثدي ، نستنتج هنا ان عدد المبحوثين الذين حضرو حملة تتعلق بالتوعية الصحية اقل من الذين لم يحضروا .

الجدول رقم 16: جدول يمثل مدى التزام المرأة بتطبيق الارشادات الوقائية ضد سرطان الثدي من خلال الحملات التوعوية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	59	42.4%
لا	80	57.6%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 16 : يبين نسبة التزام المرأة بتطبيق الارشادات الوقائية ضد سرطان الثدي من خلال الحملات التوعوية.

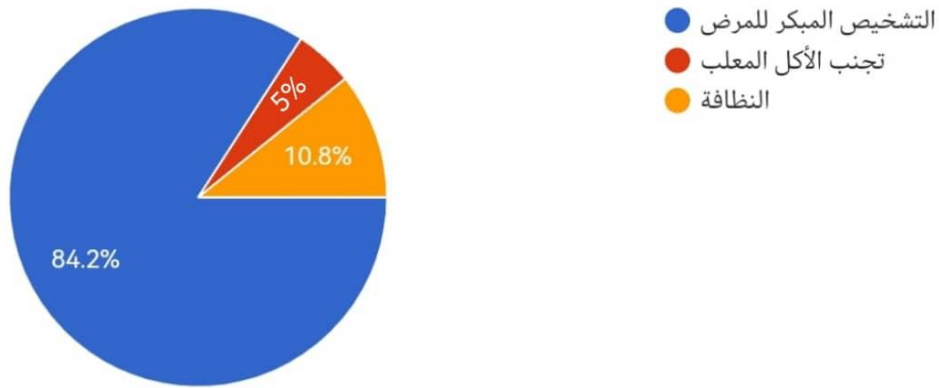


يمثل الجدول رقم 16 و الشكل البياني رقم 16 ادناه ان 42.4% بما يعادل 59 مفردة ممن قالوا انهم التزموا بتطبيق الارشادات الوقائية ضد سرطان الثدي حيث تمثلت في الكشف كل 3 اشهر مع الاكل الصحي ، التشخيص المبكر عند الطبيب ، الابتعاد عن المواد المسرطنة واتباع حمية غذائية وممارسة الرياضة ، في حين ان النسبة الاعلى المقدرة ب 57.6% ما يعادل 80 مفردة لم يلتزموا بتطبيق الارشادات الوقائية .

الجدول رقم 17: أذكر أهم السلوكيات الوقائية المتبعة ضد سرطان الثدي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
التشخيص المبكر للمرض	117	84.2%
تجنب الأكل المعب	7	5%
النظافة	15	10.8%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 17: يمثل نسبة لاهم السلوكيات الوقائية المتبعة ضد سرطان الثدي.

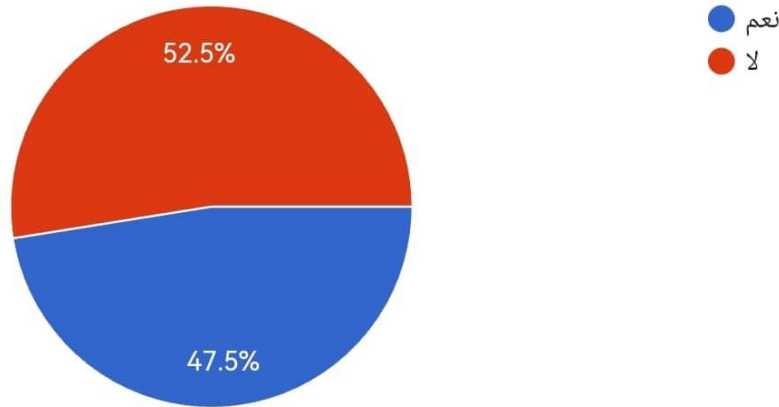


يمثل الجدول رقم 17 و الشكل البياني رقم 17 ادناه ان اهم السلوكيات الوقائية المتبعة ضد سرطان الثدي هي التشخيص المبكر للمرض بنسبة قدرت ب 84.2% بما يعادل 117 مفردة وهي اكبر نسبة ، في حين انت النظافة ثانيا ب 10.8% بما يعادل 15 مفردة ، واخيرا تجنب الاكل المعب بنسبة 5% بما يعادل 7 مفردات ، نستنتج هنا ان التشخيص المبكر للمرض هو اهم السلوكيات الوقائية المتبعة ضد سرطان الثدي في نظر المبحوثين .

الجدول رقم 18: يمثل تأثير الحملات التوعوية على سلوكيات و عادات المرأة للوقاية من سرطان الثدي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	66	47.5%
لا	73	52.5%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 18: يبين نسبة تأثير الحملات التوعوية على سلوكيات و عادات المرأة للوقاية من سرطان الثدي.



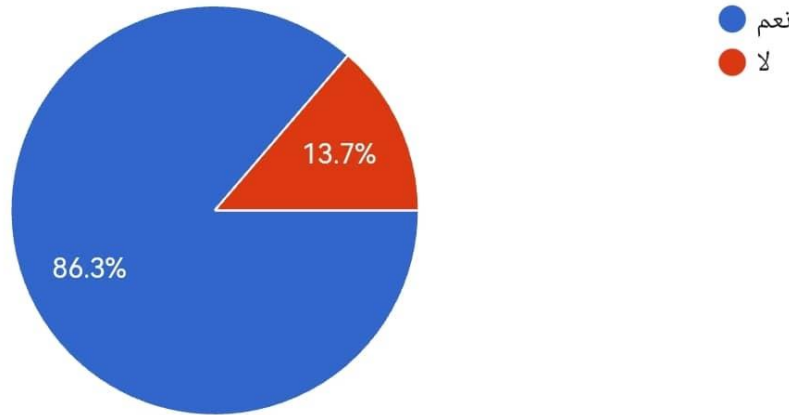
يمثل الجدول رقم 18 و الشكل البياني رقم 18 ادناه ان نسبة 52.5% بما يعادل 73 مفردة قالوا انهم من خلال متابعتهم للحملات التوعوية ضد سرطان الثدي في الصفحة الرسمية لمديرية الصحة في ولاية البويرة لم تترسخ لديهم سلوكيات و عادات ايجابية للوقاية من المرض ، في حين 47.5% بما يعادل 66 مفردة اجابوا بانهم ترسخت لديهم عادات ايجابية للوقاية من سرطان الثدي من خلال متابعتهم لصفحة مديرية الصحة لولاية البويرة وتمثلت هاته العادات في الاكل الصحي و النظافة الشخصية ، الابتعاد عن كل ما له علاقة بالمواد المسرطنة و الرضاعة الطبيعية .

المبحث الرابع : رأي المرأة بالحملات التوعوية الخاصة بسرطان الثدي عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة

الجدول رقم 19: يمثل ملائمة توقيت برمجة الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	120	86.3%
لا	19	13.7%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 19: يمثل نسبة ان كان توقيت برمجة الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسباً.

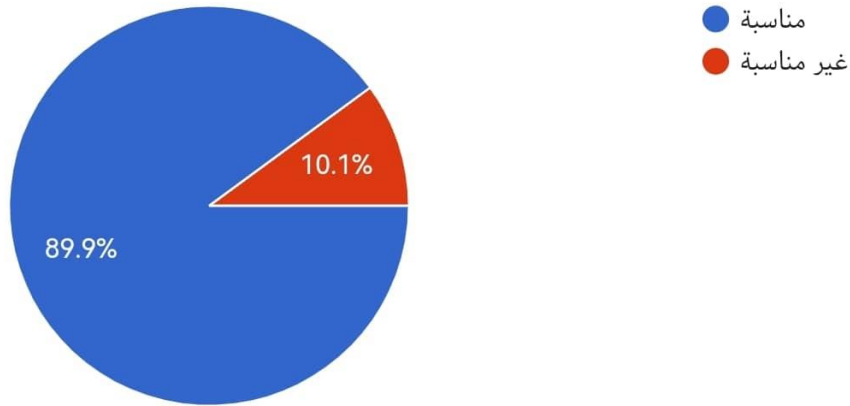


يمثل الجدول رقم 19 و الشكل البياني رقم 19 ادناه ان 120 مفردة بنسبة 86.3 % اجابوا بان توقيت برمجة الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسب ، في حين 13.7 % بما يعادل 19 مفردة اجابوا بان توقيت برمجة الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي غير مناسب بسبب عدم الترويج لهاته الحملات فلا تصل للمهتمين بهذا الامر ، ايضا يجب ان تكون الحملات التوعوية طيلة السنة وليس شهر أكتوبر فقط . من هنا نستنتج ان اغلب المبحوثين يرون بان توقيت برمجة الحملات التوعوية مناسب .

الجدول رقم 20: جدول يمثل الاساليب المعتمدة في تقديم الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
مناسبة	125	89.9%
غير مناسبة	14	10.1%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 20: يبين نسبة هل الاساليب المعتمدة في تقديم الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسبة.

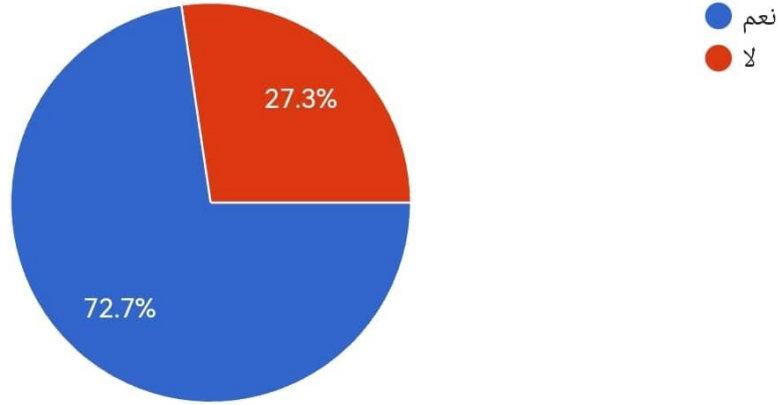


يمثل الجدول رقم 20 و الشكل البياني رقم 20 ادناه ان 125 مفردة بنسبة 89.9% اجابوا بان الاساليب المعتمدة في تقديم الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسبة ، في حين 14 مفردة فقط بنسبة 10.1% اجابوا بانها غير مناسبة .

الجدول رقم 21: جدول يمثل ان كانت الشخصيات الموظفة في الحملة تجذب المرأة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	101	72.7%
لا	38	27.3%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 21: يبين هل الشخصيات الموظفة في الحملة تجذب المرأة.

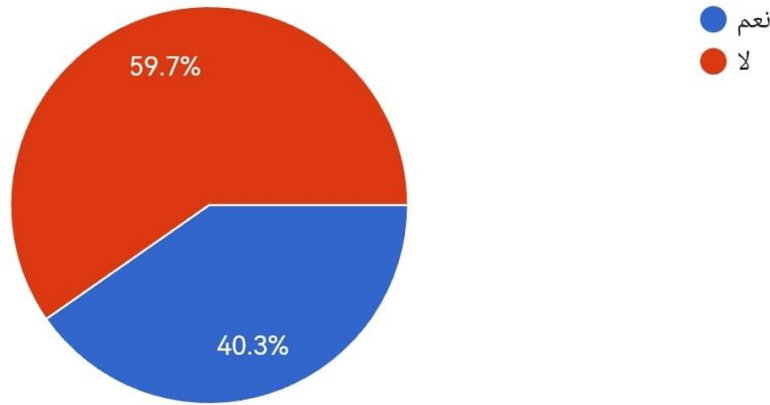


يمثل الجدول رقم 21 و الشكل البياني رقم 21 ادناه ان 72.7 % بما يعادل 101 مفردة جذبتهم الشخصيات الموظفة في حملات التوعية ، في حين 38 مفردة بما يعادل 27.3% لم تعجبهم هاته الشخصيات .

الجدول رقم 22 : جدول يمثل مدى الابداع و التجديد في الحملات الحالية مقارنة بالحملات السابقة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	56	40.3%
لا	83	59.7%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 22: يبين نسبة الابداع و التجديد في الحملات الحالية مقارنة بالحملات السابقة.

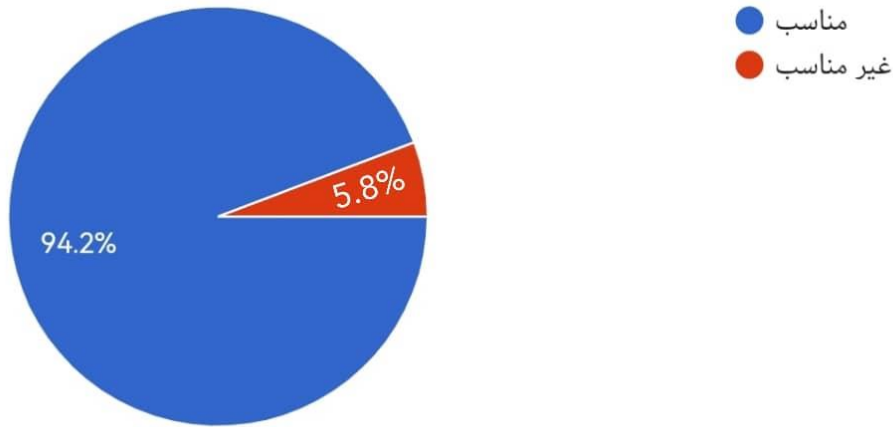


يمثل الجدول رقم 22 و الشكل البياني رقم 22 ادناه ان 59.7% قالو بانه لا يوجد ابداع و تجديد مقارنة بين الحملات التي تعرض حاليا و الحملات السابقة ، في حين ان 40.3% قالو بان هنالك تغيير و تجديد في طريقة بث الحملات حاليا مقارنة بالحملات السابقة عن طريق اضافة معلومات جديدة حول الموضوع ، استخدام شخصيات معروفة و محبوبة ، كما ظهرت وسائل جديدة من شأنها ايصال الرسالة بابداع و بافضل جودة .

الجدول رقم 23: جدول يمثل اذا كان شعار الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسب.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
مناسب	131	94.2%
غير مناسب	8	5.8%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 23: يبين نسبة هل شعار الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسب.

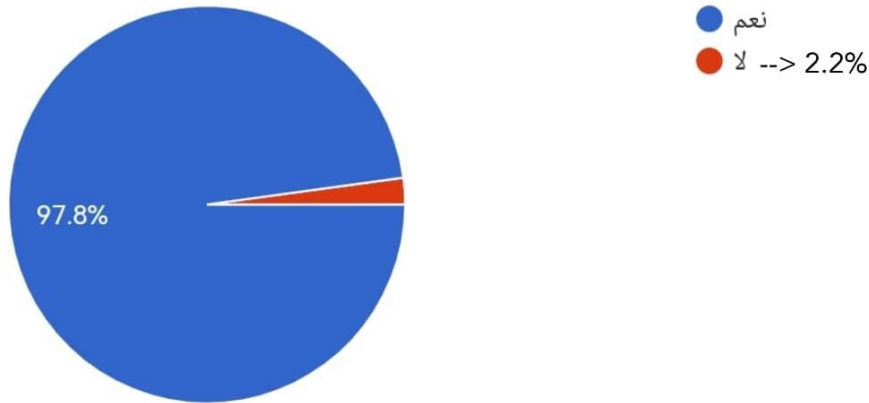


يمثل الجدول رقم 23 و الشكل البياني رقم 23 ادناه ان 131 مفردة من المبحوثين بنسبة 94.2% قالو بان شعار الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسب ، في حين 5.8% بما يعادل 8 مفردات قالو بان الشعار غير مناسب .

الجدول رقم 24: جدول يمثل ان كان اللون الوردي المعتمد في حملات التوعية ضد سرطان الثدي مناسب.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	136	97.8%
لا	3	2.2%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 24: يبين نسبة هل اللون الوردي المعتمد في حملات التوعية ضد سرطان الثدي مناسب.

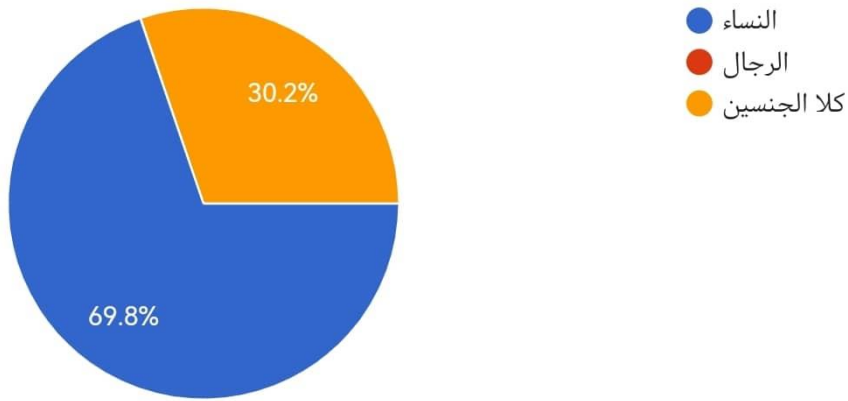


يمثل الجدول رقم 24 و الشكل البياني رقم 24 ادناه ان اكبر نسبة قدرت 97.8% اجابوا بان اللون الوردي المعتمد في حملات التوعية ضد سرطان الثدي مناسب ، في حين اقل نسبة قدرت ب 2.2% اجابوا بان غير مناسب لمثل هكذا حملات .

الجدول رقم 25: جدول يمثل الفئة الأكثر عرضة للإصابة بسرطان الثدي .

الاحتمالات	التكرار	النسبة
النساء	97	69.8%
الرجال	0	0%
كلا الجنسين	42	30.2%
المجموع	139	100%

الشكل رقم 25: يبين نسبة إصابة سرطان الثدي بالنسبة للرجال و النساء.



يمثل الجدول رقم 25 و الشكل البياني رقم 25 ادناه ان 97 مفردة بنسبة 69.8% اجابوا بان سرطان الثدي يصيب النساء فقط ، في حين 42 مفردة بنسبة 30.2% اجابوا بانه يصيب كلا الجنسين ، اما الرجال بنسبة منعدمة 0 .

الجدول رقم 26: التوصيات المقترحة لمديرية الصحة لولاية البويرة حول موضوع الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي لدى المرأة:

الاحتمالات	التكرار	النسبة
التشخيص المبكر	11	7.9%
التكثيف للحملات التوعوية بسرطان الثدي طيلة السنة	27	19.4%
الوقاية	8	5.7%
توفير طاقم طبي مع التشخيص المجاني	3	2.1%
التوعية الصحية	5	3.5%
التجديد و الإبداع في نشر الحملات و الإعلانات	4	2.8%
أخرى	14	10%

يمثل الجدول رقم 26 مجموعة من التوصيات المقترحة من قبل المبحوثين لمديرية الصحة لولاية البويرة حيث تمثلت في : تكثيف الحملات التوعوية طيلة السنة ب 27 مفردة بنسبة قدرت ب 19.4% ، في حين 11 مفردة بنسبة 7.9% اجابوا بالتشخيص المبكر و 8 مفردات قالوا الوقاية ، اما 5 مفردات اجابوا بالتوعية الصحية كتوصية ، كذلك ب التجديد و الابداع في نشر الحملات و الاعلانات مع توفير طاقم طبي و تشخيص مجاني ب 3 و 4 مفردات على التوالي ، واخيرا 14 مفردة بنسبة 10% اجابوا بتوصيات اخرى .هنا نستنتج ان اكثر التوصيات المقترحة لمديرية الصحة في ولاية البويرة تمثلت في تكثيف الحملات التوعوية بسرطان الثدي طيلة السنة كأكبر نسبة .

النتائج الميدانية للدراسة :

من خلال تحليل وتفسير المعطيات الواردة في استمارة الاستبيان الموزعة على مجموعة من نساء ولاية البويرة والخاصة بهذه الدراسة يمكننا أن نستخلص النتائج التالية:

➤ نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية

- كشفت الدراسة أن 66.2% من المبحوثين يتراوح سنهم بين 15 و 25 سنة.
- أظهرت الدراسة أن 92.8% من المبحوثين ذو مستوى جامعي.
- بينت الدراسة أن 79.1% من المبحوثين عازبات.
- أنهت الدراسة أن 46.8% من المبحوثين مأكثات في البيت.

➤ نتائج المحور الثاني: طبيعة إقبال المرأة في ولاية البويرة على الحملات الالكترونية

الخاصة بسرطان الثدي عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة

- كشفت الدراسة أن 61.9% من المبحوثين يتابعون صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة.
- أظهرت الدراسة أن 51.1% من المبحوثين يتابعون الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي أحيانا.
- توصلت الدراسة أن 74.8% من المبحوثين أجابوا بان دوافع إقبالهم على الحملات الالكترونية ضد سرطان الثدي هم من اجل الوقاية.
- بينت الدراسة أن 48.9% من المبحوثين قالوا أن اللغة المعتمدة في الحملات التوعوية التي يتعرضون لها هي مزيج من العامية و الفصحى.

➤ نتائج المحور الثالث: تأثير الحملات الالكترونية على المرأة في المتابعة لصفحة مديرية

الصحة في ولاية البويرة.

- بينت الدراسة أن 94.2% من المبحوثين أجابوا ب نعم التشخيص المبكر لسرطان الثدي يزيد من فرص الشفاء.
- كشفت الدراسة أن 68.3% من المبحوثين أجابوا بأن الفئة العمرية الأكثر عرضة للإصابة بسرطان الثدي هي فئة من 41 إلى 60 سنة.
- أظهرت الدراسة أن 67.6% من المبحوثين قالوا أن أسباب الإصابة بمرض سرطان الثدي هي أسباب وراثية.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن 54% من المبحوثين أجابوا ب نادرا ما تجسد مديرية الصحة لولاية البويرة حملات توعوية في القرى و المداشر.
- بينت الدراسة أن 54% من المبحوثين لم يسبق لهم الحضور إلى حملة أو نشاط متعلق بالتوعية الصحية ضد سرطان الثدي.
- توصلت الدراسة إلى أن 57.6% من المبحوثين لم يلتزموا بتطبيق الإرشادات الوقائية ضد سرطان الثدي من خلال الحملات التوعوية.
- أكدت الدراسة أن 84.2% من المبحوثين يعتبرون أن التشخيص المبكر لمرض سرطان الثدي يعتبر من أهم السلوكيات الوقائية المتبعة ضد سرطان الثدي.
- أنهت الدراسة إلى أن 52.5% من المبحوثين لم تترسخ لديهم سلوكيات و عادات ايجابية للوقاية من سرطان الثدي من خلال تتبعهم للحملات التوعوية حوله عبر الصفحة الرسمية لمديرية الصحو لولاية البويرة عبر الفيسبوك.

➤ نتائج المحور الرابع: رأي المرأة حول الحملات التوعوية الخاصة بسرطان الثدي عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة.

- أنهت الدراسة إلى أن 86.3% يرون بأن توقيت برمجة الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسب.

- كشفت الدراسة أن 89.9% من المبحوثين أجابوا بأن الأساليب المعتمدة في تقديم الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسبة.

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن 72.7% من المبحوثين جذبتهم الشخصيات الموظفة في حملات التوعية ضد سرطان الثدي.

- بينت الدراسة أن 59.7% من المبحوثين قالوا بأنه لا يوجد أي إبداع أو تجديد بين الحملات الحالية و الحملات السابقة.

- أظهرت الدراسة إلى أن 94.2% من المبحوثين أعجبوا بشعار سرطان الثدي الموظف في الحملات التوعوية.

- أكدت الدراسة بأن 97.8% من المبحوثين اتفقوا على أن اللون الوردي المعتمد في الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسب.

- اتفق المبحوثين على أن سرطان الثدي يصيب النساء فقط بنسبة قدرت ب 69.8%.

- أظهرت الدراسة بأن أكبر نسبة من التوصيات المقدمة من المبحوثين إلى مديرية الصحة لولاية

البويرة هي تكثيف الحملات التوعوية بسرطان الثدي طيلة السنة بنسبة قدرت ب 19.4%.

خاتمة

في ختام هذه المذكرة، يمكننا أن نستنتج أن الحملات الالكترونية عبر موقع فيسبوك تلعب دوراً حيوياً في التوعية ضد سرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية. تساهم هذه الحملات في زيادة الوعي بأهمية الكشف المبكر، وتقديم المعلومات الصحيحة والموثوقة، وتعزيز السلوكيات الصحية. بفضل قوة وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، يمكن للحملات الالكترونية الوصول إلى جمهور واسع من النساء في الجزائر وتوفير المعلومات الحيوية حول سرطان الثدي وطرق الوقاية والكشف المبكر كما توفر هذه الحملات منصة مرنة للتواصل مع المستخدمين، وتمكينهم من مشاركة القصص والتجارب الشخصية وتبادل المعلومات.

بالإضافة إلى ذلك، تظهر الدراسات أن الحملات الالكترونية تؤثر إيجابياً على المرأة المعنية بسرطان الثدي معرفياً وسلوكياً. تعزز هذه الحملات الوعي بأهمية الكشف المبكر والفحوصات الدورية، وتحفز النساء على اتخاذ إجراءات وإحترازاات صحية للوقاية من المرض. ومن أجل تحقيق تأثير أكبر، ينبغي تصميم الحملات الالكترونية بشكل مبتكر ومستهدف، مع توجيهها إلى الفئات العمرية والاجتماعية المستهدفة. يجب أيضاً توفير محتوى قابل للتفاعل والمشاركة، وتشجيع المشاركة الفعالة للمستخدمين وتعزيز التواصل والتفاعل الاجتماعي.

كما يجب أن تكون الحملات الالكترونية جزءاً من إستراتيجية شاملة لمكافحة سرطان الثدي وتعزيز الصحة النسائية. يجب أن تدعم هذه الحملات بالجهود الأخرى مثل التثقيف الصحي في المدارس والمستشفيات والمراكز الصحية، وتوفير الوصول إلى الفحوصات والعلاج المناسب، وتعزيز البحوث العلمية لفهم أفضل للمرض وتطوير استراتيجيات فعالة لمكافحته.

باختصار، يعد الدور المحوري للحملات الالكترونية عبر فيسبوك في التوعية ضد سرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية أمراً حاسماً. توفر هذه الحملات فرصاً للتواصل والتثقيف والتشجيع على الاهتمام بالصحة واتخاذ الإجراءات اللازمة للوقاية والعلاج. يجب أن تستمر الجهود المستمرة لتعزيز هذا الدور وتوسيع نطاق التوعية الصحية لمساهمة فعالة في الحد من انتشار سرطان الثدي وتحسين صحة المرأة.

و بناءً على نتائج دراستنا نتقدم ببعض التوصيات والاقتراحات التالية:

- تحسين محتوى الحملات الالكترونية عن طريق تصميم المحتوى بشكل مبتكر وجذاب لجذب انتباه المستخدمين.

- تشجيع المستخدمين على المشاركة والتفاعل مع محتوى الحملات الالكترونية عبر فيسبوك لتمكين التواصل بين المرضى والناجين وتبادل المعلومات والدعم.
- توجيه الحملات الالكترونية للفئات المستهدفة بشكل خاص، مثل النساء الجزائريات في فئة العمر المستهدفة لسرطان الثدي، يمكن استخدام الإعلانات المستهدفة على فيسبوك للوصول إلى هذه الجماهير بشكل فعال.
- تعزيز التعاون بين الحملات الالكترونية والمؤسسات الصحية والمراكز الطبية عن طريق توفير روابط وموارد مفيدة للمستخدمين للحصول على معلومات إضافية والحصول على الدعم والرعاية الطبية اللازمة.
- بالإضافة إلى فيسبوك ينبغي استكشاف واستغلال وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى مثل تويتر و إنستجرام ولينكد إن وغيرها، يتيح ذلك وصولاً أوسع وتنوعاً للجماهير وزيادة التواصل والتفاعل مع المستخدمين.
- تكوين شراكات مع الشخصيات المؤثرة على منصات التواصل الاجتماعي والمنظمات غير الربحية المعنية بسرطان الثدي، يمكن لهذه الشراكات أن تساهم في زيادة الوعي.
- مواكبة التطورات التكنولوجية والاستفادة منها في تعزيز الحملات الالكترونية. على سبيل المثال، يمكن استخدام تقنيات الواقع الافتراضي أو البودكاست أو البث المباشر لتوصيل المحتوى وتفاعل مع الجماهير بطرق مبتكرة.
- عند تنفيذ هذه التوصيات والاقتراحات، يمكن للحملات الالكترونية عبر فيسبوك أن تلعب دوراً فعالاً في توعية المرأة الجزائرية حول سرطان الثدي، وتشجيع الكشف المبكر والوقاية، وتعزيز الصحة النسائية بشكل عام.

قائمة المراجع

• الكتب:

- إبراهيم عبد العزيز دعليج، **مناهج و طرق البحث العلمي**، دار الصفاء للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2010.
- ابن منظور، **لسان العرب**، دار المعارف، مصر، 2003.
- احمد بن مرسل، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005.
- احمد عارف العساف، **محمود الوادي، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الإدارية**، دار الصفاء، عمان، 2011.
- احمد محمد بدح و آخرون، **الثقافة الصحية**، دار المسيرة، ط4، عمان، 2012.
- احمد مزاهرة و آخرون، **علم اجتماع الصحة**، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، ط1، الأردن ، 2001.
- السيد احمد مصطفى عمر، **الاعلام المتخصص دراسة و تطبيق**، منشورات جامعة قار يونس، ط1، بنغازي ليبيا، 1997.
- جابر عبد الحميد، احمد كاظم، **مناهج البحث في التربية و علم النفس**، دار النهضة العربية، ط2، القاهرة، 1978.
- جمال زكي، **أسس البحث الاجتماعي**، دار الفكر العربي، ط2، 1996.
- ديفلير و روكيتش، **نظريات وسائل الاعلام**، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر و التوزيع، ط3، القاهرة، 1999.
- سمير محمود، **الاعلام العلمي**، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، مصر، 2008.
- شوق اسعد محمود، **علم الاجتماع الطبي**، دار البداية ناشرون و موزعون، مصر، 2012.
- عباس مصطفى صادق، **الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات**، دار الشروق، الجزء الثاني، ط1، عمان، 2008.
- عبد المجيد الشاعر و آخرون، **الصحة و السلامة العامة**، دار اليازوري للنشر و التوزيع، ط1، الاردن، 2001.
- فؤاد عبد المنعم البكري، **التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملة الإعلامية**، عالم الكتب، ط1، مصر، 2007.

- لويس معلوف، المنجد في اللغة و الاعلام، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، 2003.
- لين هارتمان تشارلز، لورنزي، دليل سرطانات النساء، الدار العربية للعلوم، ط1، 2005.
- مالكوم شوارتز، السرطان ماهو؟ أنواعه و محاربته، ترجمة عماد أبو سعد، دار نور الهدى للنشر، الجزائر، 1995.
- مايك ديكسون، سرطان الثدي، ترجمة هنادي مزبود، دار المؤلف الرياض، 2013.
- محمد ابو سمرة، الاعلام الطبي و الصحي، دار الراية للنشر و التوزيع، ط1، عمان الأردن، 2010.
- محمد الحفناوي، الصحافة و التوعية الصحية، دسوق، دار العلم و الإيمان للنشر و التوزيع، 2014.
- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي " القواعد و المراحل و التطبيقات"، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 1999.
- مكايي حسن عماد و العبد عاطف عدلي، نظريات الاعلام، مركز بحوث الرأي العام، مصر، 2007.
- منذر ضامن، أساسيات البحث العلمي، دار الميسرة، الأردن، 2007.
- ناجي صغير، ألف باء أمراض الثدي من وقاية إلى العلاج، الدار العربية للعلوم، ط1، بيروت، 2005.
- ناصر قاسيمي، دليل مصطلحات علم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.
- نضال فلاح الضلاعين و آخرون، نظريات الاتصال و الاعلام الجماهيري، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2014.
- ياس خضير البياني، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون و موزعون، ط1، عمان، 2014.

• مراجع باللغة الفرنسية:

- E.fonderiere, E.gramlin, **prise en charge et surveillance du patient cancéreux**, 2003.

• الرسائل والأطروحات الجامعية:

- احمد ريان باريان، دور وسائل الاعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير، في علوم الاعلام و الاتصال، كلية الأدب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 1424-1425هـ.
- امرار فتيحة، التناول الإعلامي لقضايا التوعية الصحية و تشكيل اتجاهات الجمهور في الإذاعات المحلية دراسة تحليلية و ميدانية لعينة من برامج و جمهور إذاعي البويرة و بومرداس المحليتين، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص علوم الاتصال، كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2020-2021.
- تمار يوسف، نظرية الأجندة سيتينغ، دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية و الإعلامية في المجتمع الجزائري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2004-2005.
- حليلة وسطاني، دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، الجزائر، 2009.
- حنان حسن صالح الكسواني، دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية دراسة في تحليل المضمون، رسالة ماجستير في الاعلام، قسم الاعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، 2009.
- ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير في علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع و الديموغرافية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004-2005.
- صوكو حسيبة، بحبح فاطمة الزهراء، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بقسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة تاسوست، جيجل، 2019-2020.
- عائشة قرّة، حملات التوعية الالكترونية الصحية ودورها في ترسيخ الثقافة الصحية دراسة سيمولوجية لحملة الوقاية من سرطان الثدي، جامعة محمد دباغين سطيف 2، ب س.
- علي بن حسن الأحمد، مستوى الوعي الصحي لدى التلاميذ وعلاقته باتجاهاتهم الصحية، رسالة ماجستير في المناهج وطرق تدريس العلوم، قسم المناهج و طرق التدريس، جامعة أم القرى، الرياض، 2002-2003.

- فتيحة عقيل، مذكرة الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، ماجستير في الاعلام و الاتصال، الجزائر، 2012.
- فرحي فيصل، الاتصال الجماهيري و النخبة في الجزائر - دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي - الاقتدار السياسي على عينة من الأساتذة الجامعيين، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الاعلام، جامعة الجزائر، 2010-2011.
- نبيلة بوخبزة، الاتصال الاجتماعي الصحي دراسة نظرية و ميدانية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 1997.
- ياسين بودراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.
- مقالات:
- أمال توهامي، الاعلام الصحي و التنمية الشاملة قراءة في المفهوم و تحديات العلاقة، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، جوان 2017.
- أماني السيد فهمي، الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو و التلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 06، مصر، 1999.
- بومعراف إلياس، عماري عمار، من اجل تنمية صحية مستدامة في الجزائر، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 07، 2009-2010.
- حنان احمد سليم، الحملات الإعلامية عبر الاعلام الجديد، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 12، العدد 1، يناير 2013.
- حنان الشقران و ياسمين الكركي، الدعم الاجتماعي المدرك لدى مريضات سرطان الثدي في ضوء بعض المتغيرات، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، المجلد 12، العدد 1، 2016.
- عبد العالي دبله، فضيلة صدراتي، واقع التربية الصحية في الأوساط المدرسية، مجلة علوم الإنسان و المجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 06، 2013.
- محمد قارش، مختار جلولي، أساليب الاتصال الصحي في الجزائر، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، العدد 11، جوان 2015.
- مي عبد الواحد الخاجة، الاعلام الصحي في دولة الإمارات من المنظورين الأكاديمي و الطبي دراسة استطلاعية ميدانية، مجلة جامعة الشارقة، العدد 2، ديسمبر 2018.

- نفيسة نايلي، سلمى مساعدي، حملات التوعية الالكترونية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر- التوعية المرورية عبر الفيسبوك نموذجا، المجلة الجزائرية للأبحاث العلمية و الدراسات، العدد الرابع: أكتوبر 01-10-2018، ، جامعة العربي بم مهيدي أم البواقي.

• مواقع الكترونية:

- محمد سيد ريان، الحملات الالكترونية في المجال الثقافي، تاريخ الاطلاع عليه 14 أبريل 2023، www.mominoun.com.

- محمد سيد ريان، ثقافة ما بعد الكورونا، تاريخ النشر 25 افريل 2022، تاريخ الاطلاع عليه 23 مارس 2023، www.mominoun.com.

- وائل حامد الهجلة، ماهو الاعلام الصحي وماهي فائدته للمجتمع، 3فيفري2020، تاريخ الاطلاع عليه 10-03-2023، www.nok6a.net.

الملاحق



إستبيان حول موضوع دور الحملات الالكترونية عبر موقع الفيسبوك في
التوعية ضد سرطان الثدي لدى المرأة الجزائرية
دراسة ميدانية على عينة من نساء ولاية البويرة .

هذه الاستمارة خاصة بدراسة استطلاعية علمية لتحضير شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال و علاقات عامة، فالرجاء منكم القراءة المتأنية و الإجابة على الأسئلة حسب رأيكم
الخاص و المعلومات المقدمة من طرفكم لا تستعمل إلا لأغراض علمية.



إشراف الأستاذة:

د. جميلة أوشن

إعداد الطلبة:

توفيق هلال

نسرين بناي

ملاحظة:

- معلومات هذه الاستمارة سرية ولا تستعمل إلا لأغراض علمية.

2023-2022

المحور الأول:

1- بيانات شخصية:

1-العمر:

من 15 إلى 25 ☐ من 26 إلى 36 ☐ من 37 إلى 47 ☐ أكثر من 48 ☐

2-المستوى التعليمي:

ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

3-الحالة الاجتماعية:

عزباء ☐ متزوجة ☐ أرملة ☐ مطلقة ☐

4-الوضعية السوسيو مهنية:

عاملة حرة ☐ موظفة ☐

- المحور الثاني:

- طببعة إقبال المرأة في ولاية البويرة على الحملات الالكترونية الخاصة بسرطان الثدي عبر صفحة

مديرية الصحة لولاية البويرة

5- هل تتابعين صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

7- هل أنت من متتبعات الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

8- هل تعرض الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي بكثافة ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة ب لا لماذا:

9- ماهي دوافع إقبالك على الحملات الالكترونية ضد سرطان الثدي ؟

لديك شخص مصاب ☐ من أجل التثقيف الصحي ☐ من أجل الوقاية ☐
أخرى أذكرها :

10- ما هي طبعة اللغة المعتمدة في حملات التوعية التي تتعرضين لها ؟

لغة عامية ☐ لغة فصحي ☐ لغة أمازيغية ☐ لغة فرنسية ☐

مزيج بين العامية و الفصحي ☐

أخرى اذكرها :

- المحور الثالث:

تأثير الحملات الالكترونية على المرأة في المتابعة لصفحة مديرية الصحة في ولاية البويرة .

11- هل التشخيص المبكر لسرطان الثدي يزيد من فرص الشفاء ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة ب نعم كيف ذلك ؟

12- ماهي الفئة العمرية الأكثر عرضة للإصابة ؟

من 20 إلى 40 ☐ من 41 إلى 60 ☐

أخرى أذكرها

13- ما سبب الإصابة بمرض سرطان الثدي ؟

أسباب وراثية ☐ مواد معطرة ☐ نظافة شخصية ☐

أخرى أذكرها :

14- هل جسدت مديرية الصحة لولاية البويرة حملات توعوية في القرى و المداشر ؟

نادرا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐

15- هل سبق لكي حضور حملة أو نشاط متعلق بالتوعية الصحية ضد سرطان الثدي ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة نعم ماهي السلوكيات و الإرشادات التي اتبعتها ؟

16- هل التزمت بتطبيق الإرشادات الوقائية ضد سرطان الثدي من خلال الحملات التوعوية

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة بنعم ماهي هاته الإرشادات:

17- اذكر أهم السلوكيات الوقائية المتبعة ضد سرطان الثدي

التشخيص المبكر ☐ تجنب الأكل المعب ☐ النظافة ☐
- أخرى اذكرها :

18- هل متابعتك للحملات التوعوية ضد سرطان الثدي في الصفحة الرسمية لمديرية الصحة في ولاية البويرة عبر الفيسبوك رسخت لديكي سلوكيات و عادات ايجابية للوقاية من هذا المرض؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة نعم ماهي هذه السلوكيات:

- المحور الرابع:

رأي المرأة حول الحملات التوعوية الخاصة بسرطان الثدي عبر صفحة مديرية الصحة لولاية البويرة.

19- هل توقيت برمجة الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي ترينه مناسباً ؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة لا أذكر لماذا :

20- هل الأساليب المعتمدة في تقديم الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي مناسبة ؟

مناسبة ☐ غير مناسبة ☐

- إذا كانت الإجابة غير مناسبة أذكر لماذا :

21- هل الشخصيات الموظفة في الحملة تجذبك ؟

نعم ☐ لا ☐

22- هل هناك إبداع و تجديد في الحملات الحالية مقارنة بالحملات السابقة ؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة ب نعم كيف ذلك :

23- هل شعار الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي ترينه مناسباً ؟

مناسب ☐ غير مناسب ☐

24- هل اللون الوردي المستعمل في حملات التوعية ضد سرطان الثدي مناسب ؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة لا ماذا تقترحين :

25- هل سرطان الثدي يصيب ؟

النساء ☐ الرجال ☐ كلا الجنسين ☐

26- ماهي التوصيات المقترحة لمديرية الصحة لولاية البويرة حول موضوع الحملات التوعوية ضد سرطان الثدي لدى المرأة ؟