



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
المدرسة الوطنية العليا للصحافة و علوم  
الاعلام

استخدام شبكة الفيسبوك في الحملات الاعلامية التوعوية الخاصة  
بالصحة الانجابية في الجزائر:

"دراسة تحليلية وصفية للصفحة الرسمية للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي في  
الفترة الممتدة من: 1 نوفمبر الى 31 ديسمبر 2023"

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الصحافة و علوم الاعلام

تخصص: وسائل الاعلام مجتمع و ثقافة.

تحت اشراف الاستاذة:

د. سعدون نسرين

من اعداد الطالبة :

عزيزي جناة.

أعضاء لجنة المناقشة:

الرئيس: د. لعمودي مليكة

المشرف: د. سعدون نسرين

المناقش: د. لعجوزي سمية

السنة الجامعية: 2023\_2024.

**Ministère de l'enseignement supérieur et la  
recherche scientifique**

**Ecole nationale supérieur de journalisme et  
des sciences de l'information**



**L'utilisation du réseau Facebook dans les campagnes  
informatiques de sensibilisation sur la santé reproductive  
en Algérie :**

« Une étude analytique et descriptive de la page officiel de  
l'Association Algérienne pour la Planification Familiale sur la  
période du 1<sup>er</sup> novembre au 31 décembre 2023. »

**Mémoire de Master en Sciences de l'information et de la  
communication**

**Filière : médias société et culture.**

**Élaboré par:**  
Djanette.

**Sous la direction de:** Azizi  
Dr.saadoun nesrine.

**Membres des jurés:**

**Président : Dr. Laamoudi Malika.**

**Encadreur : Dr.Sadoune Nesrine.**

**Examineur : Dr. Laadjouzi Soumaia.**

**Année universitaire: 2023\_2024**

## شكر و عرفان

قال الله تعالى " لئن شكرتم لأزيدنكم " (سورة

ابراهيم، الآية 7)

الحمد لله حمدا يوافي نعمه ويكافئ مزيده، وشكره على توفيقه لنا في اتمام هذا العمل.  
أسجل جزيل شكري وتقديري الى أستاذتي المشرفة "د. سعدون نسرين" التي لم تبخل علي  
بارشاداتها وتوجيهاتها طول مدة انجاز هذه المذكرة، جزاك الله خيرا.  
وأثني كامل الثناء على كل من علمني حرفا أو كلمة، أستاذتي الكرام من بداية مشواري  
الدراسي الى غاية وصولي لهذه المرحلة.  
كما أشكر الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي وكل أعضائها الذين قمت بمقابلتهم كل باسمه  
ومقامه.

أود كذلك أن أعبر لزملائي وأصدقائي جميعا عن كلمات الشكر والتقدير العميقين لكل  
المساعدة والدعم الذي قدموه لي خلال عملية انجاز المذكرة.  
ولا يفوتني كذلك أن أتوجه بالشكر الى كل من ساهم في هذا العمل من بعيد أو من قريب.

## اهداء

# وآخر دعواهم ان الحمد لله رب العالمين

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على لذة الانجاز والحمد لله عند البدء والختام.

بعد تعب ومشقة دامت سبعة عشر سنة في سبيل الحلم والعلم، حملت في طياتها أمنيات الليلي، وأصبح عنائي اليوم للعين قررة، ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجني أقطف ثمار تخرجني وأرفع قبعتي بكل فخر، فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد اذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا، لأنك وفقنتني على اتمام هذا النجاح وتحقيق حلمي...

وبكل حب أهدي ثمرة نجاحي وتخرجني:

الى الذي زين اسمي بأجمل الالقاب، من كان لي عمودي الفقري من دعمني بلا حدود وأعطاني ولم يزل يعطيني بلا حدود، الى نور عيني وحظي الجيد، الى أول من انتظر هذه اللحظات ليفتخر بي، داعمي الأول في مسيرتي وسندي وقوتي وملاذي بعد الله فخري واعتزازي والدي.

الى من جعل الجنة تحت اقدامها، واحتضني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها، الى القلب الحنون والشمعة التي كانت لي في الليالي المظلمات سر قوتي ونجاحي، الى من لا يكتمل يومي بدونها، الى بهجة أيامي جنتي والدتي.

الى من ساندني بكل حب، عند ضعفي وازاح عن طريقي المخاوف زارعا الثقة بداخلي، الى من شد الله به عضدي فكان لي خير معي اخي "محمد داوود".

الى ملائكة رزقني الله بهن لأعرف من خلالهن طعم الحياة الجميلة، الى خيرة ايامي وصفوتها الى قررة عيني اخواتي " أميرة، جيهان".

الى من جاء الى حياتنا كشعاع أمل ونبع الفرح، الى من يضيء أيامنا بابتسامته البريئة وروحه النقية، حفيدنا الأول "رسيم".

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى استكشاف كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحملات الاعلامية التوعوية المتعلقة بالصحة الانجابية، من خلال تحليل صفحة الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي.

تمتد فترة الدراسة من 1 نوفمبر الى 31 ديسمبر 2023، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمنا تحليل المضمون كأداة رئيسية لتحليل المحتوى المنشور على الصفحة، واستخدام المقابلة كأداة مساعدة للحصول على معلومات من المشرفين على الصفحة أو أعضاء الجمعية، ولفهم السياق والتحديات التي تواجهها الجمعية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في حملات التوعية الخاصة بالصحة الانجابية.

من خلال تحليل المحتوى المقدم على الصفحة، ستقدم الدراسة تفاصيل شاملة حول توظيف الجمعية لشبكة الفيسبوك لنشر الوعي بقضايا الصحة الانجابية وتأثير هذه الحملات على الجمهور المستهدف.

أظهرت نتائج الدراسة أن الهدف الرئيسي للحملات الاعلامية هو التوعية ، لرغبة الجمعية في نشر المعرفة والوعي بقضايا الصحة الانجابية بين الجمهور، وتوصلنا من خلال بحثنا أن برغم نشاط الجمعية المكثف، بحيث تنشر بشكل يومي عن المواضيع التي تخص التوعية بالصحة الانجابية على صفحتها على الفيسبوك، لكن هناك نقص في التفاعل، ونقائص في استراتيجية الاتصال الرقمية المعتمدة من طرف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي أدى الى وجود تفاعل محدودة في الصفحة.

**الكلمات المفتاحية:** استخدام – الحملات الاعلامية التوعوية – شبكات التواصل الاجتماعي - الفيسبوك – الصحة الانجابية.

## Résumé :

Cette étude vise à explorer comment utiliser les réseaux sociaux dans les campagnes médiatique de sensibilisation sur la santé reproductive, en analysant la page Facebook de L'association algérienne pour la Planification Familiale.

La période de l'étude s'étend du 1<sup>er</sup> novembre au 31 décembre. L'étude a adopté une méthodologie d'enquête et a utilisé l'analyse de contenu comme principal outil pour analyser le contenu publié sur la page. Les entretiens ont également été utilisés comme outil complémentaire pour obtenir des informations auprès des administrateurs de la page ou du personnel de l'association, afin de comprendre le contexte et les défis liés à l'utilisation des réseaux sociaux dans les campagnes de sensibilisation à la santé reproductive.

En analysant le contenu présenté sur la page, l'étude fournira des détails complets sur la manière dont l'association utilise les réseaux pour sensibiliser aux questions de santé reproductive et l'impact de ces campagnes sur le public cible.

Les résultats de l'étude ont montré que l'objectif principal des campagnes médiatiques est la sensibilisation, en raison du désir de l'association de diffuser des connaissances et de sensibiliser le public aux questions de santé génésique. Nous avons conclu, à travers notre recherche, que malgré l'activité intensive de l'association, qui publie quotidiennement des sujets liés à la sensibilisation à la santé génésique sur sa page Facebook, il y a un manque d'interaction et des lacunes dans la stratégie de communication numérique adoptée par l'Association Algérienne pour la Planification Familiale, ce qui a entraîné une interaction limitée sur la page.

**Les mots-clés :** L'utilisation - les campagnes de sensibilisation médiatique - Les réseaux sociaux – Facebook - La santé reproductive.

# خطة الدراسة

## خطة الدراسة

### مقدمة

بناء الاشكالية الدراسة

الاسئلة الفرعية

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

مفاهيم ومصطلحات الدراسة

منهج الدراسة

مجتمع وعينة الدراسة

أدوات الدراسة

الدراسات السابقة

## الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للحملات الاعلامية

### تمهيد

#### المبحث الأول: مدخل الى الحملات الاعلامية

المطلب الأول: مفهوم الحملات الاعلامية.

المطلب الثاني: خصائص الحملات الاعلامية.

المطلب الثالث: مراحل الحملات الاعلامية.

## المبحث الثاني: مدخل الى شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الثالث: مميزات الحملات الاعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

## **الفصل الثاني: توظيف جمعيات المجتمع المدني لمواقع التواصل الاجتماعي**

**تمهيد**

### المبحث الأول: النشاط الجمعي: أنواعه و أهميته

المطلب الأول: مفهوم النشاط الجمعي.

المطلب الثاني: انواع النشاط الجمعي.

المطلب الثالث: وظائف وأهداف النشاط الجمعي.

### المبحث الثاني: آليات تأثير الفيسبوك في النشاط الجمعي

المطلب الأول: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترقية وتطوير أداء الجمعيات.

المطلب الثاني: نماذج عن استخدام بعض الجمعيات لمواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثالث: فعالية الفيسبوك في نجاح العملية الترويجية للنشاط الجمعي.

## **الفصل الثالث: توظيف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي لصفحة الفيسبوك في**

**التوعية بالصحة الإنجابية**

**تمهيد**

### المبحث الاول: مدخل الى الصحة الإنجابية

المطلب الأول: مفهوم الصحة الإيجابية.

المطلب الثاني: أهداف الصحة الإيجابية.

المطلب الثالث: العناصر المكونة للصحة الإيجابية.

### المبحث الثاني: تعريف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي

المطلب الأول: تعريف "الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي".

المطلب الثاني: أهداف "الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي".

المطلب الثالث: وصف صفحة الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي.

### المبحث الثالث: توظيف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي لصفحة الفيسبوك في التوعية

#### بالصحة الإيجابية

المطلب الأول: فئات الشكل.

المطلب الثاني: فئات المضمون.

تحليل ومناقشة نتائج الدراسة.

خاتمة.

قائمة المراجعة.

الملاحق.

## مقدمة:

تعتبر الرعاية الصحية حق من الحقوق الأساسية للإنسان، والرعاية الصحية وسيلة في حماية هذا الحق، ولذا يجب توفيرها للفرد بدون أية معوقات اجتماعية، اقتصادية، او تمييز ثقافي أو اجتماعي.

الصحة بمفهومها الإيجابي ركن رئيسي من أركان التنمية البشرية، حيث يعتبر الأمن الصحي من الدعائم الأساسية في الأمن البشري الذي يعتبر شرطا رئيسيا لتحقيق التنمية البشرية. وتمثل صحة الأسرة حجر الأساس في صحة المجتمع و أفرادها، وصحة الأسرة هي صحة كل فرد فيها، والحالة الصحية لأي فرد في الأسرة ومدى استجابته للمرض يؤثران في صحة بقية أفراد الأسرة الجسمية و النفسية، لذا فإن الاهتمام بصحة الأسرة و تعزيز دورها بالتوعية و الخدمات الصحية مسؤولية اجتماعية هامة، وفي هذا المجال تأتي أهمية الصحة الإنجابية الذي يكتنفها الكثير من الغموض ونقص في البيانات و الفهم الخاطئ.

فمفهوم الصحة الإنجابية انحصر بتوفير خدمات الأمومة والطفولة وتنظيم الأسرة ولم يتسع ليشمل شمولية المراحل العمرية فيما يتعلق بتوفير نوعية الخدمات والمعلومات المقدمة في مراحل العمر بما في ذلك مراحل ما بعد الإنجاب. وبعد المؤتمر الدولي للسكان و التنمية في القاهرة 1994، أصبح هذا المفهوم يعني قدرة الأفراد على التمتع بحياة جنسية مرضية وأمومة، القدرة على الإنجاب وحرية تقرير الإنجاب وموعده، الحق في الحصول على خدمات الرعاية الصحية المناسبة التي تمكن المرأة من أن تجتاز بأمان فترة الحمل والولادة وفترة النفاس، وهكذا بدأ مفهوم الصحة الإنجابية يتسم بالتغيير في مختلف الدول نظرا للدعم الذي قدم في هذا المضمار على الصعيد الدولي، إذ تم تبنى السياسات التي تدعو إلى توسيع نطاق المعلومات والخدمات المقدمة في هذا المجال.

ويعد الاعلام بمختلف أنواعه ووسائله من ابرز مكونات العالم المعاصر، فتتضح أهميته من خلال ما يطرحه من قضايا متنوعة قادرة على التأثير في المتلقي وخصوصا في الوقت الحاضر، والذي يشهد سيطرة الوسائل التكنولوجية على كامل معطيات الحياة، حيث اصبح العالم متصل رقميا يشهد تطورات سريعة واصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ومنها فيسبوك مساحة حيوية للتفاعل وتبادل المعلومات. وتبرز هذه المنصات كأدوات تواصلية فعالة تستخدمها المؤسسات و الجمعيات في الحملات الاعلامية التي تعمل على التوعية و التحسيس لتوجيه الانتباه نحو القضايا الاجتماعية والصحية الهامة.

ومن هذا السياق يتجلى الدور الهام للحملات الإعلامية التوعوية في نشر الوعي من خلال تقديم الحقائق ورفع مستوى الوعي، ومع ظهور وسائل الاعلام الجديدة التي من بينها مواقع التواصل الاجتماعي امتدت الحملات الإعلامية على غرار باقي الوسائل الإعلامية إلى القيام بها عبر مواقع التواصل

الاجتماعي كالتوتير والفيسبوك، كونها تعتبر أدوات سريعة الانتشار، قوية التأثير، قليلة التكلفة، فعالة في التأثير على الأفراد، ما جعل الحملات الالكترونية التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي كونها ظاهرة جديدة وحدثتها مقترنة بفعاليتها وتأثيرها على الأفراد مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.

ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على الجهود التي تبذلها الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي على شبكة الفيسبوك، والمحتوى الذي تنشره لتحقيق أهداف صحية وتوعوية، سيتم تحليل الاستراتيجيات المستخدمة، ونوعية المعلومات المشاركة، وتأثير هذه المبادرات على توجيه و توعية الجمهور نحو الموارد و الخدمات الصحية المتعلقة بالصحة الإنجابية.

ولمعالجة هذه الدراسة ارتأينا أن نقسم هذا العمل الى ثلاثة فصول :

الفصل الاول: جاء تحت عنوان شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للحملات الاعلامية، تم تقسيمه الى مبحثين، الأول تناولنا فيه مفهوم الحملات الاعلامية، خصائصها و مراحل انجازها، أما المبحث الثاني خصصناه لشبكات التواصل الاجتماعي من مفهومها و خصائصها، كما تم تسليط الضوء على مميزات الحملات الاعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني: الذي عنون بتوظيف جمعيات المجتمع المدني لمواقع التواصل الاجتماعي، تم التطرق الى مفهوم النشاط الجمعي، أنواعه وأهميته في المبحث الأول، و المبحث الثاني تناولنا فيه دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترقية وأداء الجمعيات، كما تطرقنا الى فعالية الفيسبوك في نجاح العملية الترويجية للنشاط الجمعي.

الفصل الثالث: تحت عنوان توظيف الجمعية الجزائرية للتنظيم العالي لصفحة الفيسبوك في التوعية بالصحة الانجابية، وقسم الى ثلاثة مباحث، الأول تناولنا فيه مفهوم الصحة الانجابية، خصائصها و العناصر المكونة لها، و المبحث الثاني خصصناه للتعريف بالجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي و تحديد أهدافها، كما قمنا بوصف وتقديم معلومات عامة لصفحتها على الفيسبوك، أما المبحث الثالث تم فيه عرض وتحليل البيانات و مناقشة تلك النتائج.

# الإطار المنهجي

## بناء اشكالية الدراسة:

تعد قضايا الصحة الإنجابية من القضايا السكانية والصحية الهامة، التي بدأت تنال اهتمام العديد من المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، نظرا لارتباط صحة وسلامة المرأة والطفل من جهة، وسلامة الأسرة والمجتمع من جهة أخرى، ونتيجة لهذه الأهمية بدأ البحث عن الوسائل المناسبة التي يمكن أن تسهم في زيادة الوعي بقضايا الصحة الانجابية، ومعالجة مشكلاتها، والتخفيف من حدة آثارها، والتي تؤثر على الفرد وعلى الاسرة والمجتمع.

ويمكن لمواقع التواصل الاجتماعي كوسائل فعالة لتحقيق التواصل بين الأفراد والمجتمعات ان تقوم بدور رائد ومميز في زيادة الوعي بالصحة الانجابية، من خلال الخدمات الكثيرة التي تقدمها هذه المواقع لمستخدميها، وزاد الأثر الكبير لتأثر هذه المواقع على المجتمع بزيادة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما الفيسبوك الذي أصبح حلقة لا غنى عنها في حياتنا، وصار له دور كبير في نقل الأخبار وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات، حيث صارت مختلف صفحات الفيسبوك تلعب دورا رئيسيا في مختلف مجالات التوعية، منها الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية والصحية على وجه خصوص.

ولما كن هذا الدور المهم الذي يستطيع أن يقوم به موقع الفيسبوك في زيادة الوعي الصحي، فقد جاءت هذه الدراسة لفهم كيفية استخدام الفيسبوك في الحملات الاعلامية التوعوية الخاصة بالصحة الإنجابية من طرف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، وذلك من خلال المنشورات التي تنشرها على صفحة الفيسبوك، للتعرف على مضمون وشكل هذه المنشورات المتعلقة بالحملات الاعلامية التوعوية الخاصة بالصحة الانجابية، المصممة من طرف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي. ومن هنا يبرز تساؤل رئيسي هو:

**كيف استخدمت الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي صفحة الفيسبوك في الحملات الاعلامية التوعوية الخاصة بالصحة الانجابية؟**

ويتفرع من هذا التساؤل عدد من الاسئلة الفرعية تتمثل في:

## تساؤلات الدراسة:

- ما هو مفهوم الصحة الإيجابية؟ وما هي عناصرها؟
- هل تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دور الوسيلة الفعالة لتعزيز التوعية بالصحة الإيجابية؟
- ما هي أشكال النشر التي تعتمد عليها الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي في نشر مواضيع الصحة الإيجابية؟
- ما هي مواضيع الصحة الإيجابية التي تركز عليها الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي؟
- ما هي أهداف الحملات الاعلامية المقدمة من طرف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي على صفحة الفيسبوك؟

## أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة فيما يلي:

- فهم دور شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة لتوفير المعلومات الصحية وتعزيز التوعية بالصحة الإيجابية.
- تقديم توصيات عملية لتحسين الاستراتيجيات الرقمية للجمعيات المشابهة لتحقيق تأثير أكبر في المجتمعات التي تخدمها.
- تحديد مدى تأثير المحتوى المنشور على الجمهور، وتحليل مدى تفاعل الجمهور واستجابته للمعلومات والنشاطات الخاصة بالصحة الإيجابية.
- التعرف على طبيعة الرسالة الاتصالية التي تتبناها صفحة الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي في مجال الصحة الإيجابية من حيث المضمون و الشكل و الهدف وطريقة التعبير عن المفاهيم و اللغة المستخدمة.
- التعرف على أكثر الموضوعات المهمة بالصحة الإيجابية.
- التعرف على مفهوم الصحة الإيجابية و أهميتها و العناصر المكونة لها.

## اهمية الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق ما يلي:

- وضع هذه الدراسة بأيدي المهتمين من أجل الاستئارة بمحتواها و نقدها وتنقيحها.
- جذب انتباه الباحثين و الدارسين للمواضيع الصحية و ادراجها ضمن السياق الاجتماعي.

- الاستفادة من نتائج هذه الدراسة كدليل لتحسين المعلومة الصحية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.
- استعمال شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الجمعيات للتوعية هو أمر مهم وجدير بالدراسة.

## اسباب اختيار الموضوع:

هناك اسباب لاختيار ودراسة هذا الموضوع وهي اسباب ذاتية و موضوعية تتمثل كالآتي:

### أولا اسباب موضوعية:

- اهمية الصحة الانجابية في تحقيق التنمية البشرية.
- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات في الجزائر.
- الرغبة في تسليط الضوء على الدور المهم للحملات الاعلامية التوعوية في تغيير سلوك الأفراد.
- محاولة التعرف على انعكاسات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي.
- اثرات المكتبة ببحث علمي جديد.

### ثانيا اسباب ذاتية:

- الرغبة الذاتية في دراسة و التعمق في مثل هذه المواضيع التي لم تلقى اهمية كبيرة من قبل الطلبة و الباحثين.
- الملاحظة الشخصية لأهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التنمية التوعوية.
- الاهتمام بمواضيع الصحة الإنجابية وأهمية التوعية بها.
- تأثري بتخصصي "وسائل الاعلام، مجتمع و ثقافة" دفعني لاختيار الموضوع.

## منهج الدراسة:

لإجراء بحث، من الضروري اختيار منهج مناسبة، حيث تقدم العلوم الإنسانية والاجتماعية مجموعة متنوعة من المناهج البحثية التي يمكن الاختيار من بينها. ومع ذلك، يعتمد اختيار المنهج الأكثر صلة

للباحث حسب الطبيعة المحددة لموضوع دراسته، وفقاً لموريس أنجر، المنهج أمر أساسي، والإجراءات المستخدمة خلال البحث تحدد نتائجه.<sup>1</sup>

حيث تلعب مناهج البحث العلمي دوراً مهماً وأساسياً في الكشف عن الظواهر التي يجهلها الإنسان و تساعده في فهم كل ما يحيط به و تحديد منهج الدراسة يرجع الى الهدف الذي نسعى للوصول اليه، ولذلك عرف الباحثين منهج البحث العلمي على انه أسلوب للتفكير و العمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول الى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة.<sup>2</sup>

اعتمدنا في دراستنا على **المنهج المسحي**، ويعتبر المنهج المسحي من المناهج الأساسية بل أكثرها شيوعاً في البحوث الوصفية، فهو دراسة شاملة مستعرضة، ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين. حيث يتم بواسطة 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.<sup>3</sup>

### أدوات الدراسة:

الأدوات التي اعتمدنا عليها في دراستنا هي: تحليل المحتوى والمقابلة.

**أ/ تحليل المحتوى:** يعرف تحليل المحتوى بأنه أسلوب كمي ونظامي يوصف ظاهرة ما، أو حدث ما، أو تحليل ظاهرة أو حدث أو شخصية أو كتاب أو قصيدة. وتستخدم تحليل المحتوى لأغراض متنوعة مثل:

- التعرف الى أسلوب مادة ما، قناة فضائية ما، كتاب... الخ؟
- كشف الدوافع التي تظهر خلف الأحداث، ومدى سلامتها أو تجيزها.
- التعرف الى القيم والاتجاهات المتضمنة في المواقف المحللة.<sup>4</sup>

قدم العديد من المؤلفين تعريفات لتحليل المحتوى، وهذه بعض الأمثلة:

وقال L. Albarelle، "تحليل المحتوى هو أسلوب بحث من خلال الوصف الموضوعي والمنهجي والكمي للمحتوى الواضح للاتصالات، بهدف تفسيرها"<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Maurice ANGERS, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines n. casbah éditions, 2015, Algérie, p264

<sup>2</sup> محمودي محمد سرحان علي، مناهج البحث العلمي، الطبعة الثالثة، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، 2019، ص35.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص51\_52.

<sup>4</sup> ذوقان عبيدات، كايد عبد الحق، عبد الرحمن عدس، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، الطبعة السابعة عشر، دار الفكر، عمان، 2015، ص132.

وفقا لبيريلسون، "تحليل المحتوى هو تقنية بحثية تستخدم للوصف الموضوعي والمنهجي والكمي للمحتوى الواضح للاتصالات"<sup>2</sup>

في دراستنا، سيركز تحليل المحتوى على صفحة فيسبوك الخاصة ب" الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي"، وبشكل أكبر تفاعل الجمهور مع الصفحة.

**ب/ المقابلة:** تعد المقابلة استبيانا شفويا يقوم من خلاله الباحث بجمع معلومات وبيانات شفوية من المفحوص، والفرق بين المقابلة و الاستبيان يتمثل في ان المفحوص هو الذي يكتب الاجابة عن اسئلة الاستبيان بينما يكتب الباحث بنفسه اجابات المفحوص في المقابلة.<sup>3</sup>

واعتمدنا خلال بحثنا على أسلوب المقابلة المقننة والتي تعتمد على الأسئلة المحددة والمتسلسلة من قبل الباحث فبالتالي تكون أسئلة ثابتة في كل مقابلة، حيث يكون لدى الباحث قائمة بالأسئلة التي سوف يطرحها لاستخدامها أكثر من مرة، وهذا لا يعني أن الباحث لا يمكنه الاستعانة بأسئلة أخرى إذا دعت الضرورة لذلك.<sup>4</sup>

### مجتمع الدراسة:

حسب موريس أنجريس فإن مجتمع البحث هو مجموعة من العناصر المشتركة في خاصية أو عدة خصائص والتي تميزها عن غيرها ويجرى عليها البحث أو التقصي.<sup>5</sup>

يتكون مجتمع البحث المرتبط بهذا الموضوع من 73 منشور خاص بصفحة الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي على موقع الفيسبوك، تم احصاءها خلال فترة الدراسة الممتدة من 1 نوفمبر إلى غاية 31 ديسمبر 2023، و حددنا هذه الفترة نظرا للنشاط المكثف الذي تقوم به الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي.

### عينة الدراسة:

<sup>1</sup> Modeste Muke Zihisire la recherche en sciences sociales et humaines, guide pratique, méthodologie et Concepts paris France, l'harmattan 2011 page 99

<sup>2</sup> Christian Leray, L'Analyse de Contenu De la Théorie à la Pratique, la Méthode Morin-Chartier Presses de l'université du Québec, canada, 2008 page 5<sup>9</sup>

<sup>3</sup> ذوقان عبيدات، كايد عبد الحق، عبد الرحمن عدس، نفس المرجع، ص116.

<sup>4</sup> احمد نفي، المقابلة الماهية الأهمية الأهداف الأنواع، مجلة أفانين الخطاب، كلية الآداب واللغات جامعة الجيلاتي بونعامة بخميس مليانة، المجلد: 01، العدد: 02، الجزائر، ديسمبر 2021، ص 93.

<sup>5</sup> موريس الجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيدي صحراوي، ط2، كمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص 298

العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي للدراسة.<sup>1</sup>

العينة القصدية: يتم من خلالها إجراء الدراسة على فئة معينة لاعتبارات علمية كوجود أدلة وبراهين مقبولة و منظمة تؤكد على أن هذه العينة تمثل المجتمع ككل<sup>2</sup>

والعينة التي اخترناها تتكون من 30 منشور.

تم تحديد البيانات الأولية لمنشورات صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك وشملت:

- تاريخ نشر المنشور ( اليوم، الشهر، السنة)، والجدول التالي يوضح تاريخ نشر كل منشور من عينة البحث:

المنشور	التاريخ
المنشور 1	2 نوفمبر 2023
المنشور 2	5 نوفمبر 2023
المنشور 3	5 نوفمبر 2023
المنشور 4	7 نوفمبر 2023
المنشور 5	7 نوفمبر 2023
المنشور 6	8 نوفمبر 2023
المنشور 7	12 نوفمبر 2023
المنشور 8	16 نوفمبر 2023
المنشور 9	20 نوفمبر 2023
المنشور 10	22 نوفمبر 2023
المنشور 11	26 نوفمبر 2023
المنشور 12	27 نوفمبر 2023
المنشور 13	27 نوفمبر 2023
المنشور 14	28 نوفمبر 2023
المنشور 15	30 نوفمبر 2023
المنشور 16	4 ديسمبر 2023
المنشور 17	5 ديسمبر 2023

<sup>1</sup> محمد در ، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، العدد9، دار المنظومة، الجزائر،، 2017 ، ص313

<sup>2</sup>كمال محمد المغربي، أساسيات البحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، ط4، دار الثقافة، الأردن، 2011، ص130.

المنشور 18	5 ديسمبر 2023
المنشور 19	6 ديسمبر 2023
المنشور 20	7 ديسمبر 2023
المنشور 21	10 ديسمبر 2023
المنشور 22	10 ديسمبر 2023
المنشور 23	11 ديسمبر 2023
المنشور 24	12 ديسمبر 2023
المنشور 25	13 ديسمبر 2023
المنشور 26	18 ديسمبر 2023
المنشور 27	19 ديسمبر 2023
المنشور 28	24 ديسمبر 2023
المنشور 29	27 ديسمبر 2023
المنشور 30	28 ديسمبر 2023

### جدول 1 يوضح عينة البحث

- أشكال النشر: (نص، صورة، فيديو، رابط).
- المواضيع المنشورة.
- عدد الإعجابات للمنشور.
- عدد التعليقات للمنشور.
- عدد المشاركات للمنشور.
- اللغة المستعملة ( العربية، الفرنسية، الانجليزية).

وبناء على البيانات الأولية تم اعتماد فئات تحليل المضمون التالية:

**1/ فئات الشكل (كيف قيل):** هي المتعلقة بشكل عرض المنشورات الموجودة الى صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك ، وهي كما يلي:

فئة اللغة المستخدمة: تحدد نوع طبيعة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك، وفئاتها الفرعية كالتالي: اللغة الفرنسية ، اللغة العربية ، مزيج بين الدارجة واللغة العربية، اللغة الإنجليزية.

فئة اشكال النشر: تدرس الأشكال الاي تم بها عرض المعلومات المنشورات ان كانت على شكل: نص+ صورة، نص+ فيديو، نص+ رابط الكتروني ، نص+ صورة+ رابط الكتروني.

فئة المساحة: ويقصد بها المساحة المخصصة للمنشورات هل هي: قصيرة، متوسطة، طويلة.

فئة عناوين المنشورات: تحدد كيف يبدأ عنوان المنشورات على صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك، اذا كانت تبدأ ب اسم الولاية، أو AAPF Officiel، او ب Réunion Zoom، او مباشرة بدون عنوان.

**2/ فئات المضمون (ماذا قيل):** هي الفئات المتعلقة بالبحث ضمن تفاصيل محتوى المنشورات التي تم نشرها في صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك ، وهي كما يلي:

فئة المواضيع المنشورة: ويقصد بها أنواع المواضيع التي تناولتها صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك، وجاءت فئاتها الفرعية كما يلي: \_ فيديوهات مخصصة لشرح مواضيع عناصر الصحة الانجابية \_ روابط الكترونية لخصص عبر تطبيق زوم لشرح عناصر الصحة الانجابية \_ منشورات للحملات الاعلامية التوعوية الخاصة بالصحة الإنجابية المطبقة على أرض الواقع.

فئة الأهداف: ويقصد بها الأهداف التي يسعى القائم بالإتصال الى نشرها وفئاتها الفرعية هي: اعلامي، توعوي.

فئة أشكال تفاعل الجمهور مع المنشورات: ويقصد بها مدى تفاعل الجمهور مع المنشورات التي تنشرها صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك، وشملت: الاعجابات، عدد التعليقات، عدد المشاركات.

### **حدود الدراسة:**

#### الحدود المكانية:

الجمعية الجزائرية للتنظيم الجزائري ، المتواجدة في بئر خادم الجزائر العاصمة.

#### الحدود الزمانية:

من 1 نوفمبر الى 31 ديسمبر 2023.

## مصطلحات الدراسة:

### الصحة:

لغة: صحّ يصحّ صُحًا وصحة وصحاحا، كان سليما خاليا من المرض أو العيب أو الشك.<sup>1</sup>

اصطلاحا: تعرفها منظمة الصحة العالمية عبر موقعها الرسمي على شبكة الأنترنت بأنها حالة من اكتمال السلامة بدنيا وعقليا واجتماعيا، لا مجرد انعدام المرض أو العجز.<sup>2</sup>

كما تعرف الصحة أيضا بأنها حالة التوازن النسبي لوظائف أعضاء الجسم والتي تنتج عن تكيف الجسم مع نفسه ومع العوامل الضارة التي يتعرض لها.<sup>3</sup>

### التعريف الاجرائي:

الصحة هي حالة الازدهار الشامل للجسم والعقل والروح. تتضمن الصحة الجيدة الغذاء المتوازن، والنشاط البدني، والنوم الكافي، والتوازن العاطفي، والعلاقات الاجتماعية القوية.

### الانجاب:

لغة: مأخوذ من نجب، وأنجب الرجل والمرأة إذا ولدا ولداً نجيباً أي: كريماً.<sup>4</sup>

اصطلاحا: إن الإنجاب في اصطلاح أهل العصر له مدلول أوسع من استعماله في مدلوله اللغوي إذ يطلقونه على حصول الذرية مطلقا، بغض النظر عن كيفية تحصيل هذه الذرية في عملية تبدأ بالتلقيح مروراً بالحمل وانتهاء بالولادة.

وقد تعارف الاطباء على أن عملية الإنجاب تبدأ بالتقاء عضوي التناسل للزوجين، حيث يعلق الحيوان المنوي بالبويضة في رحم الزوجة، وتنمو البويضة حتى تحدث الولادة.<sup>5</sup>

التعريف الاجرائي: يشير مصطلح "الإنجاب" إلى القدرة على تحقيق الحمل بطريقة طبيعية وصحية، ويشمل ذلك القدرة على التلقيح ونمو الجنين في رحم الأم والولادة السليمة.

<sup>1</sup>مسعود جبران، رائد الطلاب، ط 18، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 2000، ص 498.

<sup>2</sup>موقع منظمة الصحة العالمية متاح على الرابط: <https://www.who.int/about/ar> تمت زيارة الموقع بتاريخ: 2024/01/01 الساعة: 20:30.

<sup>3</sup> مصطفى محمد علي و أحمد إبراهيم هلال محمديه، الصحة العامة، جامعة المنوفية كلية الاقتصاد المنزلي قسم التغذية وعلوم الأطعمة، القاهرة، 2003، ص 1.

<sup>4</sup> أمل لطفى إبراهيم عمر، التخلص من الإنجاب في ميزان الشريعة، مجلة كلية الدراسات الإسلامية بنين بأسوان، العدد 4، جامعة الأزهر، مصر، 2021 ص 2808.

<sup>5</sup> نفس المرجع، ص 2810.

## الصحة الانجابية:

عرفت منظمة الصحة العالمية الصحة بأنها: "حالة من الكمال البدني والنفسي والاجتماعي للفرد والأسرة والمجتمع، وليست فقط الخلو من الأمراض أو الإعاقة"<sup>1</sup>

- وعرف مفهوم الصحة الانجابية في مؤتمر القاهرة للتنمية والسكان عام 1414هـ\_1994م:

"تعني الصحة الانجابية قدرة الناس على التمتع بحياة جنسية مرضية ومأمونة، وقدرتهم على الانجاب، وحريةهم في تقرير الانجاب وموعده وتواتره"<sup>2</sup>.

التعريف الاجرائي: الصحة الانجابية ترتبط بالرعاية الصحية والتثقيف حول الجوانب الطبية والاجتماعية والثقافية المتعلقة بالإنجاب، بما في ذلك التخطيط الأسري، والرعاية الصحية للأم والجنين، وصحة الاسرة، ومشاكل الصحية المتعلقة بالإنجاب و الخصوبة والعقم.

## مواقع التواصل الاجتماعي:

تسمى ايضا مواقع التشبيك الاجتماعي، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الافراد من أجل التواصل واقامة العلاقات، التعارف، بناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستعمل ان ينشئ صفحته الخاصة عبرها، وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الخاصة ويكتب فيها ما يريد و ينشر تسجيلات الفيديو الخاصة به.<sup>3</sup>

- وتعرف بأنها: خدمة متوفرة على الإنترنت تعمل على ربط عدد كبير من شتى انحاء العالم و مشاركتهم و تشبيكهم في موقع الكتروني واحد، يتواصلون معا مباشرة ويتبادلون الافكار والمعلومات ويناقشون قضايا لها أهمية مشتركة بينهم، ويتمتعون بخدمات الأخبار والمحادثة الفورية ومشاركة الملفات النصية و المصورة وملفات الفيديو والصوتيات.<sup>4</sup>

التعريف الاجرائي: تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر المعلومات والتوعية حول مواضيع مختلفة مثل الصحة، والبيئة، وحقوق الإنسان، وغيرها، بهدف زيادة الوعي وتثقيف الجمهور حول قضايا هامة ومهمة.

<sup>1</sup> تعزيز الصحة النفسية المفاهيم-البيانات المستجدة- الممارسة، الصادر عن منظمة الصحة العالمية بالتعاون مع جامعة مليون، شركة توشكي للنشر، القاهرة، 2005، ص13.

<sup>2</sup> Jacobs s. siegel and david a. swanson, Elsevier academic, the methods and materials of demography, press united states of America 2004 page 371.

<sup>3</sup> ابراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص174.

<sup>4</sup> عيد المولى و ابو خضوة و احمد نصحي، الشريبي الباز انيس، شبكة التواصل الاجتماعي و اثارها على الامن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، العدد 15، المجلد7، البحرين، 2011، ص192.

## الفيسبوك :

يعرف على انه موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول اليه مجانا، تديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة، فالمستخدمون في هذا الموقع بإمكانهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة او جهة العمل او المدرسة او الاقليم وذلك من اجل الاتصال بالأخرين والتفاعل معهم، ويمكن اضافة اصدقاء الى قائمة اصدقائهم، او ارسال الرسائل اليهم، وتحديد ملفاتهم الشخصية وتعريف الاصدقاء بأنفسهم.<sup>1</sup>

التعريف الاجرائي: هو موقع يتيح لمختلف الجمعيات نشر نشاطاتها، والتعريف بجل الأعمال التي تقوم بها في مختلف المجالات حيث يمكن من إنشاء صفحات ناطقة عن الجمعيات فمن خلال هاته الصفحات تنشر الجمعيات المعلومات الصحية والتوعوية لفائدة المستخدمين.

## الحملة:

لغة: الحملة تعني كما جاء في لسان العرب لابن منظور ما يلي: حمل قوله حمل عليه في الحرب، وحمل عليه حملة منكرة وشد شدة منكرة وحملت على بني فلان، أي: أرشت بينهم. ولذلك عرفت عند العرب بمعنى الهجوم والشدّة.

اصطلاحا: جمعها الحملات وهي ما يجمل دفعة واحدة "حملة عيدان" حملة عسكرية وهي كل عملية ذات مدة معينة وهدف دعائي معين.<sup>2</sup>

التعريف الاجرائي: الحملة هي الاستخدام المخطط لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية و الاساليب الابتكارية، لحث المجتمع عامة أو بعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة أو أفكار تتبناها تعتمدها، وذلك باستخدام استراتيجية أو كثر عن طيق جهود متواصلة في طار زمني ممتد و محدد.

## الحملة الاعلامية:

تعرف الحملة الإعلامية أنها تلك الجهود المنظمة التي يقوم بها المختصون في العمل الإعلامي بوسائله المختلفة، بهدف تحقيق غاية معينة أو مجموعة من الغايات والأهداف المحددة سلفا، التخاطب فئة معينة

<sup>1</sup> شعبان عبيدة و فواد صبطي ، تارسخ وسائل الاتصال وتكنولوجياه الحديثة، ط1، ، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2012، ص179-180.  
<sup>2</sup> باديس مجاني ، غالبية غضبان ، الحملات الانتخابية في الإعلام، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر، 2017، ص 50

بلغتها التي تعرفها ومن خلال أطر ثقافية تعيش من خلالها وذلك لفترة زمنية محددة، كما تعتمد على تحديد الجمهور المستهدف تحديدا دقيقا واختيار الوسائل الإعلامية التي تناسب معه <sup>1</sup>. ويقصد بها تقديم معلومات من شأنها منفعة الفئة المقصودة بها وعادة ما يكون محاسبا تعليمي أو تثقيفي وخالية من الأبعاد الأيديولوجية والانحياز لفئة أو جماعة دون أخرى. <sup>2</sup>

وتعرف أيضا أنها: "عملية إقناعية منظمة ومتناسقة تقوم بها عادة وسائل الإعلام الجماهيرية، وتتوجه إلى الرأي العام من أجل تحقيق أهداف محددة ويمكن أن تقوم بها المؤسسات الأفراد سعيا منهم إلى تحقيق مصالحهم الخاصة. <sup>3</sup>

التعريف الاجرائي: الحملة الاعلامية هي استخدام وسائل الاعلام لتوجيه الجمهور نحو اتجاه معين يقدم هدف معين.

## التوعية:

لغة: هي التفهيم والتوضيح.

اصطلاحا: النشاط الذي يطلع به الإنسان من أجل اكتساب المجتمع والأفراد فكرا ووعيا إزاء موضوع أو قضية معينة، ومحاولة تبصيره بالنواحي المختلفة المحيطة بهذه القضية أو الموضوع، تهدف بالدرجة الأولى إلى توجيهه والإرشاد للتزويد بالمعرفة واكتساب الخيرة.

وهي عملية حضارية شاملة مستمرة تمثل التقدم في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والبيئية، والحركة إلى الأمام بمعنى اكتشاف واستخدام وسائل وطرق أفضل للوصول إلى الغايات والأهداف المثلى للإنسان. <sup>4</sup>

ويقصد بالتوعية إيجاد الوعي واكتسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الإقتناع بفكرة معينة أو رأي محدد، واتحاد منحي سلوكي معين بقصد تحقيق نتائج يهدف إليها القائم بالتوعية. <sup>5</sup>

## التعريف الاجرائي:

<sup>1</sup> صابر سليمان عسران، تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية، مجلة الفن الإذاعي، العدد 179، والقاهرة، الاتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، 2005، ص31

<sup>2</sup> محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 149.

<sup>3</sup> مي عبد الله، العجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2014، ص 159.

<sup>4</sup> مي عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص124

<sup>5</sup> عبد الفتاح علي، علم الاجتماع الإعلامي، دار الأيام، عمان، 2014، ص111

نشاط يهدف لتركيز انتباه مجموعة واسعة من الناس إلى مسألة أو قضية معينة. ومثال ذلك التوعية بمرض سرطان الثدي، والإيدز، والاحتباس الحراري

## الجمعية:

لغة: يقابلها في اللغة الفرنسية association وترجمت في اللغة العربية الى كلمات مختلفة في المبنى ومتقاربة في المعنى.

والجمعية مشتقة من "جمع"، "يجمع"، "جماعة"، ونعني بها مجموعة من الافراد يتجاوز عددهم الثلاثة أما الجمعية فكلمة تعني جماعة من الاشخاص يجتمعون لغرض خاص.

اصطلاحا: هي اي هيئة مؤلفة من مجموعة من الأشخاص غرضها الاساسي تنظيم مساعيها لتقديم الخدمات الاجتماعية للمواطنين دون أن تستهدف أو تجني من عملها ربح مادي او تحقيق المنفعة الشخصية أو تحقيق أية أهداف سياسية<sup>1</sup>

التعريف الاجرائي: هي مؤسسة يتضمنها مجموعة من الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين ويوقعون على نظامها الاساسي، تجمعهم أهداف ومصالح مشتركة ويسعون لتحقيق أهداف دون مقابل مادي أو معنوي ونقصد بها في هذه الدراسة الجمعيات ذات طابع والنشاط التوعوي.

## الدراسات السابقة:

1/ دراسة خديجة موسى علاوين، بعنوان الصحة الانجابية للمرأة في برامج التلفزيون الاردني لعام 2002، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، الاردن، 2002.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الرسالة الاتصالية التي تتبناها برامج التلفزيون الاردني في مجال الصحة الانجابية للمرأة من حيث المضمون و الشكل بالإضافة الى التعرف على مفهوم الصحة الانجابية للمرأة واهميتها والعناصر المكونة لها.

## نتائج الدراسة: توصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج:

- لا يوجد مفهوم واضح و محدد للصحة الانجابية للمرأة في برامج التلفزيون الاردني.

<sup>1</sup> خير الله العوير ومحيي الدين، الجمعيات الخيرية: تعريفها وأصلها وصلتها بالمؤسسة الوقفية، مجلة الاحياء 17\_18، كلية الشريعة، جامعة دمشق، سوريا، 2015\_2014، ص300.

• قدم التلفزيون الاردني من خلال برامجه معلومات حول الصحة الانجابية للمرأة و الطفل معا.

• اقترحت عددا من التوصيات كان من ابرزها ضرورة زيادة البرامج التلفزيونية المهمة بالمرأة و الأسرة.

**مجال الاستفادة من الدراسة:** ان تقاطع هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في احد المتغيرات الاساسية "الصحة الانجابية" جعلنا نعتمد عليها كدراسة سابقة.

2/ محمد فاضل علي، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، 2017.

هدفت هذه الدراسة الى معرفة رأي المختصين في وزارة الصحة الاردنية بما تنشره شبكة الفيسبوك من معلومات صحية، وما هي اكثر المواضيع جذبا وأهم هذه المواضيع من وجهة نظرهم ورصد الاشباع المتحققة نتيجة ذلك، واهمية هذه الدراسة تمثلت في معرفة اهم الموضوعات لصحية المنشورة على شبكة الفيسبوك ومدى تأثيرها على متصفح الشبكة في تعزيز وعيهم الصحي.

**نتائج الدراسة:** ومن اهم النتائج الذي توصل اليها الباحث:

• ان اكثر ما تتسم به موضوعات الاعلام الصحي في شبكة الفيسبوك هي ميزة التنوع التي تصدرت النتائج.

• الاشباع المتحققة من شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية كانت حسب الترتيب: زيادة الثقافة الصحية، زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، اكتساب العادات الصحية السليمة، الفحص الدوري المبكر، التنقيف بالجراحات التجميلية، المهارات في الاسعافات الاولية، ترسيغ العادات الغذائية المنتظمة، التوقف عن ممارسة العادات الصحية السيئة.

**مجال الاستفادة من الدراسة:** ان تقاطع هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في احد المتغيرات الاساسية "شبكات التواصل الاجتماعي" جعلنا نعتمد عليها كدراسة سابقة.

# الإطار النظري

## الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للحملات الاعلامية.

## تمهيد:

في هذا العصر الرقمي المتسارع، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مركزية في حياة الناس وأنشطتهم اليومية، حيث تمثل هذه الشبكات بيئة تفاعلية تمتد عبر العالم، حيث يتبادل الأفراد والمؤسسات المعلومات والآراء بسرعة وسهولة. وفي هذا السياق يتناول هذا الفصل دور شبكات التواصل كوسيلة مهمة وفعالة لتنظيم وتعزيز الحملات الإعلامية، سواء كانت لأغراض توعوية، أو اعلامية، سنبدأ بمقدمة عن مفهوم الحملات الإعلامية وأهميتها و مراحل تصميمها ثم سننتقل الى مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي و التعرف على مميزات التي تتميز بها الحملات الاعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

## الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للحملات الإعلامية.

### المبحث الأول : مدخل إلى الحملات الإعلامية.

خلال الفترة القادمة، تتبوأ الحملات الإعلامية مكانة بارزة في الساحة الإعلامية، حيث تتنوع هذه الحملات في مفهومها، وأهميتها، وفعاليتها، ومميزاتها، بالإضافة إلى كيفية تصميمها وتنفيذها عبر وسائل الإعلام الجديدة بشكل مختلف عن الوسائل التقليدية. وقد أصبحت الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتمتع بخصائص وسمات فريدة، مما يجعلها تبرز بشكل ملحوظ في المشهد الإعلامي.

### المطلب الأول: تعريف الحملات الإعلامية.

تعتبر الحملات الإعلامية من الأنشطة الاتصالية البارزة التي تثير تعدد واختلاف وجهات النظر حيالها، حيث تختلف التعريفات المحددة لها وفقاً لوظائفها المتعددة وأهدافها المتنوعة، بالإضافة إلى خصائصها وعناصرها المتعددة، وهذا ما يجعل الباحثين يواجهون صعوبة في وضع تعريف دقيق للحملات الإعلامية.

لقد عرف جاسير براحت الحملات الإعلامية بأنها : " سلسلة من الرسائل الإعلامية المتصلة والموظفة بمقاييس محددة تحقق أهداف بينها، معتمدة على ذلك على وسائل إعلامية متعددة، والتركيز على استخدام تقنيات متطورة وضرورية لتتبع مسارات الحملة الإعلامية مع ضرورة أن تنسق وسائل الحملة مع الوسائط الإعلامية التي تقوم ببثها، وذلك بهدف الوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق أكبر قدر من التأثير".<sup>1</sup>

وعرفها ناجي المعل في كتابه استراتيجية الإعلان : بأنها نشر المعلومات الخاصة بفكرة أو خدمة أو سلعة، وذلك الصورة مخططة مستمرة ولفترة متواصلة بهدف الحصول على ردة فعل تتلاءم مع هدف معلن.<sup>2</sup>

وتعد الحملات الإعلامية شكلا من أشكال الاتصال الاجتماعي يتأسس على استخدام المخطط المجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية والأساليب الابتكارية لحث المجتمع عامة أو بعض فئاته بشل خاص لقبول فكرة أو أفكار تتبناها وتدعمها بذلك باستخدام استراتيجية أو لأكثر من استراتيجية عن طريق جهود

<sup>1</sup>حنان احمد سليم، "الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد" مجلة الرأي العام، المجلد 12، العدد 1، 2013، القاهرة، مصر، ص303.  
<sup>2</sup>عبد الله بدران، الحملات الإعلامية الاعلانية : التخطيط، التنفيذ، التقويم، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، الامارات، 2013، ص15.

متواصلة في إطار زمني ممتد ومحدد، وهذه الجهود الاتصالية المخطط لها تهدف إلى إحداث تغييرات إدراكية واتجاهية أو سلوكية لدى جمهور محدد في مكان محدد خلال مدة محددة<sup>1</sup>.

تُعتبر الحملات برامج إعلامية مُوجَّهة لفئات معينة من الجمهور، تهدف إلى تحقيق أهداف اتصالية مُحددة من خلال جهود مُخطَّط لها ومدروسة بعناية. وغالبًا ما تمتد الحملات على فترة زمنية مُحددة يُركز فيها على مجموعة من الوسائل المُختلفة.

## المطلب الثاني: خصائص الحملات الإعلامية

تتميز الحملات الإعلامية بجملة من الخصائص كمنشآت اتصالي على أساس أنها تختلف عن غيرها من الأنشطة الاتصالية الأخرى وهذا التميز هو الذي جعلها تكتسب الكثير من المصداقية لدى جماهيرها لارتباطها الوثيق بالقضايا الاجتماعية وعلاجها للعديد من الظواهر.

1. التثقيف: يهدف إلى نقل المعرفة والمعلومات المتعلقة بالمشكلة أو القضية المركزية للحملة.
2. التكرار: تهدف الحملة الإعلامية إلى تحقيق ثلاثة أهداف عبر عملية التكرار في نقل الرسائل:
  - الهدف الأول: تثبيت الرسائل في ذهن الجمهور المستهدف لضمان استرجاعها عند الحاجة.
  - الهدف الثاني: الإلحاح على قبول الرسائل والتحفيز لتغيير السلوك.
  - الهدف الثالث: توسيع دائرة المعرفة بالرسائل بحيث يصل إلى فئات أو جماهير أخرى.
3. التدبير: يركز على الإجراءات التوجيهية والتثقيفية التي تهدف إلى تعزيز فهم الناس للقضية أو المشكلة المعنية بالحملة. تتخذ هذه الإجراءات شكل مخطط مستمر ومستمر لفترة زمنية محددة بهدف تحقيق رد فعل محدد يتماشى مع هدف الحملة.<sup>2</sup>
4. الاستمرارية: يعني الاستمرار هو عدم التوقف المؤقت أو النهائي عن بث الرسائل ضمن المدة الزمنية المحددة للحملة لمجرد نشر الرسائل أو بثها في أحد الوسائل حتى لا تنقطع الصلة بين القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية والجمهور المستهدف لأن الاستمرار في تنفيذ ومتابعة الأنشطة والبرامج دون انقطاع من شأنه أن يؤدي إلى تحقيق الهدف المنشود.
5. التعزيز أو التدعيم: يقوم على إصدار القوانين والتعليمات التي تلزم الجمهور بالتعامل الإيجابي مع القضية المطروحة.

<sup>1</sup> عيسى بوكروموش، استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، فرع اتصال استراتيجي، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013، ص63.  
<sup>2</sup> زكرياء بن صغير، الخدمة الاجتماعية ط1، دار العلوم العربية، لبنان، 2013 ص1.

6. كثافة التغطية: تعني الجهود المتزايدة التي يتم من خلالها توجيه تدفق مستمر من الرسائل إلى الجمهور المستهدف في إطار الحملة الإعلامية. يمكن تمييز نوعين من هذه الحملات:

- الحملة الإعلامية المكثفة: تركز على التكرار بهدف ترسيخ الرسائل وتحقيق الأثر الإعلامي المطلوب، وهي الأكثر استخداماً.
- الحملات الإعلامية الموسعة: تركز على توسيع مجال التغطية بهدف وصول الرسالة إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور دون النظر إلى التأثير، وتستخدم عادة في حملات التوعية العامة مثل التلقيح ضد الأمراض الموسمية أو تعزيز سمعة شخص ما.

7. منهج العملية: يشمل عمليات التخطيط للرسائل والوسائل الإعلامية المناسبة في ضوء خصائص الجمهور المستهدف، إضافة إلى وضع خطط لإدارة الحملة وتقييم نتائجها.

8. مدة محددة: تتعلق بتحديد فترة زمنية محددة لبداية ونهاية الحملة الإعلامية، حيث تكون هذه الفترة غير طويلة المدى. يهدف ذلك إلى زيادة تركيز الجهود لتحقيق الأهداف بأسرع وقت وبتكاليف أقل، وذلك لتجنب إحساس الجمهور بالملل جراء الرسائل المتكررة، والتي قد تعيق تحقيق الأهداف المرجوة للحملة الإعلامية.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: مراحل إعداد الحملات الإعلامية

يعد تصميم الحملات الإعلامية وفق خطة مدروسة وعلمية من بين أهم المرتكزات الأساسية التي تعتمد عليها في نجاح الحملات الإعلامية وتحقيقها الأهداف المنشودة وفق المراحل العشرة التي تم إعدادها انطلاقاً من تحديد المشكلة وصولاً إلى آخر مرحلة تقييم وتقييم الحملة الإعلامية

#### 1/مرحلة جمع المعلومات وتحديد المشكلة:

تعتبر الخطوة الأولى لوضع حملة إعلامية عن أي موضوع وهي تحليل الموقف الحالي والارتباط بالواقع المراد التوجه إليه ومراجعته وجمع المعلومات عن الجمهور وخصائصه ووقائعه الاجتماعي والاقتصادي ومدى تعرضه لوسائل الإعلام إلى جانب معرفة نظام القيم والعادات و التقاليد السائدة المرتبطة بهم وبالجملة أو المشكلة موضوع الحملة.<sup>2</sup>

يقصد بها جميع البيانات التي تتيح لمصممي الحملة اتخاذ أنسب القرارات بشأنها وتشمل:

<sup>1</sup> زكرياء بن صغير، مرجع سبق ذكره، ص2

<sup>2</sup> عبد المنعم ثابت، المنهج التخطيطي لمهارات الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2010، ص243.

- ❖ دراسة الظروف والمتغيرات المؤثرة في الحملة من حيث مدى تقبل الفكرة ونوع الجمهور المرتقب والاتجاهات السائدة لديه.
- ❖ دراسة الفكرة أو الموضوع ذاته من كافة الجوانب والتركيز على ما يمس اهتمامات الجمهور وما يشبع احتياجاته ورغباته من خلالها.
- ❖ دراسة كل الوسائل الإعلامية المتاحة، من حيث التعرف على خصائص كل وسيلة ومدى ملائمتها لتوجيه رسالة معينة تمهيد الاختيار أنسب الوسائل بالإضافة إلى دراسة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام ومدى اعتماده على وسيلة أو أخرى<sup>1</sup>.

## 2/ مرحلة صياغة أهداف الحملة:

على القائمين بالحملة وضع أهداف واقعية وقابلة للتحقيق ومناسبة للفترة الزمنية المحددة كما أن القائم بالاتصال يجب أن لا يغفل عن أهمية الوضوح الأهداف، فقد يكون الهدف تغييرا في السلوك أو تنمية سلوكيات مرغوبة، أو تعديل خبرات سلبية وتحديد الأهداف تعد خطوة أساسية، ويؤدي تحديد هذه الأهداف بدقة إلى إمكانية قياس الأثر الاتصال وتقويم فعاليته، كما يجب أن تقسم إلى أهداف طويلة الأجل وأهداف قصيرة الأجل فضلا عن تقسيمها إلى أهداف جزئية أو تكتيكية وأهداف عامة، وأهدافا متخصصة<sup>2</sup>.

تعتبر خطوة تحديد أهداف الحملة من أهم خطوات ومراحل تصميم الحملات الإعلامية، ذلك أنه وفقا للهدف المراد وصوله إليه سيتم تحديد العديد من عوامل ومتغيرات الحملة الإعلامية مثل الرسالة والوسيلة والوقت وبالتالي، فإنه من الضروري توافر سلسلة من الأهداف المرحلية أو الثانوية التي تعكس في النهاية الوصول إلى الهدف العام أو الاستراتيجي للحملة.

### أهمية تحديد الأهداف :

تعد خطوة تحديد الأهداف مهمة حيث تحدد مهمة الحملة وتحصر الجهود لتحقيقها وعلى أساسها يتم اختيار الرسائل والوسائل والقيام بتقييم الحملة ومعرفة الانجازات التي تمت والإخفاقات التي يجب تجنبها مستقبلا:

ويمكن تلخيص أهمية الأهداف على النحو التالي:

<sup>1</sup> عيسى بو كرموش، مرجع سبق ذكره، ص68.  
<sup>2</sup> حسين سمير محمد، الاعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص375.

❖ توفر للقائم بالاتصال في الحملة الإعلامية الأسس لتوجيه أنشطته وبرامجه ويوضح للآخرين ما يهدف إلى تحقيقه.

❖ توفر أساسا تسليما يساعد القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية على انتقاء.

❖ تساهم الأهداف في تطوير الرسائل والوسائل بوجه عام وتوجيه القائم بالاتصال بوجه خاص.

❖ تساهم الأهداف إلى حد كبير في بعث الرضا والاطمئنان في نفوس القائمين بالاتصال، الناتج عن

سعادتهم وهم يرون من أهدافهم تتحقق الواحدة تلو الأخرى لذلك عندما تتبلور المشكلة وتتضح

الاحتياجات الخاصة بالمؤسسة أو الجمهور يصبح من السهل تحديد هدف الحملة وبصورة عامة

تهدف الحملة إلى تحقيق الأهداف التالية:

✓ تغيير في المعتقدات

✓ زيادة الوعي

✓ تغيير في السلوك

✓ تغيير اتجاه.

### 3/ تحديد الجمهور المستهدف:

تحديد الجمهور المستهدف خطوة سابقة لتحديد الوسيلة الإعلامية والإعلانية إذ بتحديدته نعرف على أي وسيط نجده وبأي طريقة تخاطبه فجمهور التلفاز ليس كجمهور الصحافة وجمهور الانترنت ليس كله على نمط جمهور شبكات التواصل الاجتماعي، ولو فرضنا أن شخصا واحدا يتابع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة فإنه في كل واحدة منها يتابع بذوق مختلف متأثرا بنمط الوسيلة الإعلامية.

نوع الرسالة المراد توصيلها أو المنتج والخدمة المراد ترويجها هو المحدد الرئيسي للجمهور المستهدف ومن أمثلة المعلومات التي يجب تحريها عند تحديد الجمهور بعد تحديد الرسالة:

- النطاق الجغرافي

- الفئة العمرية.

- الجنسية.

- الفئة الاجتماعية/ الفئة الاقتصادية. 1

<sup>1</sup>وائل مبارك خضر، دليل اعداد وتنفيذ الحملات الاعلامية، دار النشر وائل مبارك، الامارات العربية المتحدة، 2021، ص2.

يعتبر الجمهور هو الهدف النهائي من أي عملية اتصالية ويتوقف نجاح الحملات الإعلامية على تحديد الجمهور المستهدف بدقة، إذ يعتبر جمهور وسائل الإعلام شديد التنوع من حيث مستويات التعليم والمستوى الثقافي والاقتصادي والاجتماعي، ويتطلب لهذا الاختلاف الكبير للجمهور المستهدف ما يلي.

أ/ إجراء الدراسات والبحوث المستمرة للحصول على المعلومات المتصلة به وأصبح من المهم تقسيم الجمهور لسببين هما صعوبة مخاطبة كل الناس على اختلاف مستوياتهم بنفس المضامين الإعلامية، إضافة إلى اختلاف الطريقة والصياغة التي تصاغ بها الرسائل بين أهل اللهجات المختلفة وبين أهل الريف والحضر والأساليب الإقناعية تتغير بالطبع أيضاً، ولهذا يكون الاتصال الشخصي أكثر فعالية في عملية الإقناع من الاتصال الجماهيري لأن القائم بالاتصال جزء من الجمهور.

ب / تحديد الإستراتيجيات الإبتكارية وهو الأسلوب الذي يختاره مخطط الحملة لتوصيل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور المستهدف ويتطلب هذا تحديد المداخل الملائمة لعقل وقلب هذا الجمهور ويشتمل :

- المدخل الأفضل هذا الجمهور بين العاطفي أو المنطقي أو كليهما.
- جدوى استخدام وتر التخويف والتي استعمالات يمكن استخدامها.
- نوع القائم بالاتصال المناسبة لإيصال الرسالة وفئة الجمهور المستهدف في الحملة.<sup>1</sup>

#### 4/ صياغة وتصميم الرسالة:

الرسالة هي العنصر الثابت في العملية الاتصالية، فهي التي تحمل الرموز والدلالات والمعاني والأفكار. والرسالة هي محور العملية الاتصالية وقد تكون الرسالة معلومات متوفرة في مجال معين لدى شخص معين، أو قد تكون خبرات في عمل، ويوجد نوعان من الرسائل اللفظية: وتشمل كل ما ينطق به من كلمات أو ألفاظ، والرسائل غير اللفظية: وهي الإيماءات أو التغييرات.

ويجب على القائم بالاتصال أن يأخذ مضمون هذه الرسائل ومناسبتها من حيث اللغة، والشكل وإعداد المحتوى والمخاطب في حال الرسالة لفظية بعين الاعتبار لما لذلك من وقع أثر على العملية الاتصالية بشكل عام والحملة الإعلامية بشكل خاص. وفي الرسالة حتى تحدث التأثير المطلوب.

❖ ينبغي أن تصمم وترسل بطريقة تمكن من كسب انتباه المستقبل ويضم ذلك عناصر التوقيت والعناوين والكلمات التي تثير انتباه المستقبل.

❖ الرسالة يجب أن تثير حاجات المستقبل ثم تخلق لديه الحل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الديلمي، اشكالية التخطيط والممارسة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص56.

ومن أجل إنجاز رسالة إعلامية يجب مراعاة العناصر التالية:

- **تصميم الرسالة الإعلامية:** من أجل تصميم رسالة إعلامية يجب اختيار إطار لها، وهذا يستدعي التفرقة بين القضية الاجتماعية التي تحتاج إلى تخويف وبعض القضايا التي تحتاج إلى أساليب عديدة.
- **أسلوب الرسالة:** لقد أثبتت التجارب في هذا المجال أن الرسالة ذات الأسلوب المرح والجميل والإيجابي هي الرسالة المقبولة والأكثر فعالية لدى الجمهور.
- **مضمون الرسالة الإعلامية:** يتمثل المضمون في تحديد أشكال الرموز المناسبة للحملة والمستخدم في الرسالة الإعلامية، وعليه ينبغي اختيار الكلمات والرسومات والإشارات المناسبة والتي تتلاءم مع الحملة.
- **عرض الرسالة الإعلامية:** إذ يجب أن تعبر الرسالة عن فكرة واضحة وهذه الفكرة يجب أن تعكس انشغالا ما وتقديم الرسالة في حد ذاتها يتعين أن يكون مثيرا للانتباه ومقنعا بالحجة.
- **المؤثر الصوتي:** وهو عبارة عن قطعة موسيقية مميزة يختارها المرسل لترافق بث الرسالة من بدايتها إلى نهايتها فالمنبه الصوتي يجلب السمع ويدعم حاسة البصر لترسيخ الشعار في الدهن.
- **الشعار:** يختصر الشعار في جملة واحدة، فالشعار ينبغي أن يوضح في جملة مضمون الحملة ومن الضروري أن يخضع لقواعد أساسية تتمثل في الاختصار والتكرار.
- **الرمز:** هو الشكل الهندسي للشعار يتبين من خلاله شكل ومضمون الحملة وأهدافها ولاستراتيجياتها .

## 5/ تحديد وسائل وأساليب الحملة الإعلامية:

تقسم وسائل الاتصال التي يمكن من خلالها الوصول إلى الجمهور المستهدف في الحملة إلى 3 أنواع رئيسية:

**أولاً: وسائل الاتصال الجماهيري:** تتميز هذه الوسائل بقدرتها على توصيل الرسالة إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص في أكبر حيز جغرافي، وتشمل بصورة رئيسية وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمكتوبة، وبصورة خاصة الراديو والتلفزيون والصحف والمجلات إضافة إلى مواقع الانترنت والمنتديات والرسائل الهاتفية القصيرة.

1 فائق عبد الفتاح و محمد العبهري، دور الاتصال الشخصي في الحملة الاعلامية لمنظمة اليونيسيف، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الأردن، 2011، ص38.

**ثانيا: وسائل الاتصال الجمعي:** تستهدف هذه الوسائل جمهورا محدودا في مكان معين لكن تنسم بأنها أكثر تركيزا من حيث المعلومات والجمهور، باعتبارها تخافت جمهورا ذا مستوى معين أو مبول متشابهة أو ذا أعمار متقاربة.

ومن أمثلة هذه الوسائل الندوات العامة في المدارس والأسواق وأمكنة التجمع المختلفة إضافة إلى النوادي ودور العبادة.

**ثالثا: وسائل الاتصال الشخصي:** تنسم هذه الوسائل بقدرة كبيرة على التأثير وإحداث التغيير المطلوب، لكنها تقدم الجمهور محدود جدا، بصورة تقارب اللقاء الشخصي الفردي بين شخص وآخر، أو شخص رئيسي وعدد صغير من الجمهور المتلقي، وهذه الوسائل يمكن استخدامها في عدد من أمكنة العمل، وبعض التجمعات الصغيرة والجمعيات المتخصصة.<sup>1</sup>

## 6/ ادارة وتنظيم الحملة الإعلامية:

إن مفهوم إدارة وتنظيم الحملات الإعلامية لا يختلف في بعده النظري عن الإدارة الإعلامية ومفهومها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها الذي تعد هذه المرحلة جانبها التطبيقي هي إدارة كل الوحدات التنظيمية داخل الهيكل التنظيمي للحملة مع توزيع كل المهام والصلاحيات بكل مستقل وهذا ما يدفع بنا إلى إيجاد إدارة مستقلة متميزة لهدف تفعيل الحملة الإعلامية والوصول إلى تنفيذ مخطط للحملة

## 7/تحديد الموارد المادية والبشرية:

يتم تحديد الميزانية الإجمالية للحملة ثم الميزانية الفرعية للفعاليات المختلفة التي سيتم القيام بها في الوسائل الإعلانية، ويساعد تحديد هذه المخصصات في البداية على معرفة الاحتياجات وفقا للإمكانيات الموجودة ويرتبط بها أيضا اختبار الوسائل والاستراتيجيات وأشكال الجدولة وقد يتم تخصيص حوالي خمسة إلى عشرة بالمائة من ميزانية الاتصال جانبا كتمويل للطوارئ عند تنفيذ عمل تصحيحي في مسار الحملة.<sup>2</sup>

تحديد فريق العمل المكلف بالقيام بالحملة: المهام الرئيسية لهذا الفريق قيادة الحملة والتخطيط لها وتنفيذها ومتابعتها، يتوقف عدد عناصر الفريق ونوعية هذه العناصر على نوعية الحملة وحجمها، فمثلا عند إجراء حملة توعية مرورية تهدف إلى رفع مستوى المعرفة بأنظمة المرور وضرورة الالتزام بها تستخدم كل وسائل الاتصال وتتوجه إلى جميع الفئات العمرية فإن حملة من هذا النوع ستكون بحاجة إلى فريق

<sup>1</sup> عبد الله بدران، مرجع سبق ذكره، ص111 و112.

<sup>2</sup> موسى سويدان وعبد المجيد البداراوي، ادارة التسويق في المنظمات غير الربحية، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2009، ص299.

يضم اختصاصيين في مجالات المرور والعلوم الاجتماعية والنفسية والتربوية والقانونية والإعلامية ومن المؤكد أن تتوقف نوعية الفريق المكلف على الأهداف المسطرة والإمكانيات المادية والفنية المتوفرة .<sup>1</sup>

## 8/ إعداد الجدولة الزمنية:

ترتبط مدة استمرار أي حملة إعلامية ارتباطا وثيقا بالتخطيط السليم والدراسة الدقيقة بمراحلها ومفاهيمها ووسائلها وشعاراتها.

ويراعى في كل حملة إعلامية اختيار شعار خاص يتميز بتناسقه وتناغمه مع أهداف الحملة وغاياتها، مع الحرص على أن يكون واضحا يسهل حفظه وتذكره وتكراره ويبقى مدة زمنية طويلة في النفوس يترسخ من خلالها في الذاكرة .<sup>2</sup>

بعد أن يقوم المرسل باختيار الوسائل الإعلامية التي سيستخدمها فإنه بعد ذلك سيجهده الإستراتيجية التي ستسير عليها إذاعة الرسالة على مدار الحملة ويطلق على هذه الخطوة جدولة الحملة والتي تسعى للتأكيد على أن كل فعالية تبدأ في التاريخ المحدد وأن فرض التعاون بين الوسائل يتم استخدامها بشكل كامل وهناك عدة طرق في العرض الإعلامي.

## ❖ التوزيع بين الوسائل:

جدولة عرض الحملة بانتقاء وسائل معينة يستهدف التأثير من مدخل أنماط المشاهدة ومن خلال تفضيلات الوسائل عند الجمهور المستهدف لذلك إستراتيجيتان:

**إستراتيجية التكامل:** وتهدف هذه الطريقة إلى تكثيف النشاط الإعلامي الموجه للتوعية تكثيفا زمنيا، أو بالنسبة القطاعات معينة من الجمهور، أو بين فئات متعددة، أو مخاطبة قطاعات متنوعة من الجمهور من خلال استخدام مجموعة من الوسائل وتفيد هذه الطريقة في حالة الاحتياج إلى توعية وإرشاد سريع في بعض الموضوعات مثل: الأمراض الوبائية التي تنتشر فجأة.

**إستراتيجية التعاقب:** وتعني القيام بتنفيذ الحملة الإعلامية بكل مجموعة متجانسة من الوسائل ( كالصحف والمجلات ) أو ( الإذاعة والتلفزيون ) في توقيت معين، كأن تبدأ بالصحف والمجلات لفترة محددة ثم تعقبها باستخدام الإذاعة والتلفزيون، وتفيد هذه الطريقة في بعض الموضوعات التي تحتاج إلى توعية مستمرة مثل: التحسيس باحترام قوانين المرور .

<sup>1</sup> أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2007 ص 82\_83.

<sup>2</sup> عبد الله بدران، مرجع سبق ذكره، ص 116.

❖ **التوزيع الزمني:** بمعنى توزيع الإعلانات فترات الحملة والأيام الأسابيع، الشهور) كلها أو بعضها وتنقسم إلى:

- **التوزيع المستمرة:** بمعنى الاستمرار دون انقطاع المدة الحملة الزمنية ويستخدم بكثافة تبعاً للإمكانات.

- **التوزيع المنقطع:** أي الإعلان في فترات معينة كالأسابيع والأشهر ويتوقف الإعلان نهائياً في فترات أخرى ويناسب هذه الحملات التي تستهدف الوصول إلى الجمهور مع قلة الإمكانات.<sup>1</sup>

وترتبط جدولة الحملة الإعلامية لمجموعة من المتغيرات الأساسية التالية:

- الرغبة في تحقيق أقصى تغطية ممكنة للجمهور المستهدف.

- ضرورة إحداث أقوى تأثير ممكن.

- ضرورة استمرار حدوث هذا التأثير بشكل متواصل.<sup>2</sup>

### 9/ تنفيذ ومتابعة برامج الحملة:

بعد الانتهاء من الخطوات والمراحل السابقة والانتهاء من جزئية اتخاذ القرارات تصل الحملة إلى المرحلة التنفيذية التي يقصد بها إعداد التقرير النهائي وتحديد بداية ونهاية كل خطوة من برنامج العمل وغالباً ما تكون هذه المرحلة شديدة التعقيد ويتطلب تنفيذ الحملة الإعلامية توافر مجموعة معلومات وإمكانات تمكن القائمين على التنفيذ من أداء عملهم، مثل:

- الإمكانات البشرية والفنية والتجهيزات اللازمة لأداء العمل.

- خطة مفصلة تذكر فيها الاحتياجات والأهداف وطرق التنفيذ.

- قنوات مستمرة للمعلومات والتعديلات المطروحة في الأهداف والبدائل المتاحة لإجراء التعديل على الخطة وأسلوب تنفيذها

- أساليب علمية وعملية للتقويم المرحلي النهائي لعمليات تنفيذ الخطة.<sup>3</sup>

وتعد مرحلة التنفيذ هي مرحلة اختيار الجهود التي بذلت في مرحلة الإعداد، حيث يتم تقديم المضامين والموضوعات من خلال الوسائل الإعلامية التي تم اختيارها وانتقاؤها.<sup>4</sup>

1 سوزان القليني، التخطيط للحملات الإعلامية والاعلانية، ط2، دار لمنظومة، القاهرة، مصر، 2008، ص18.

2 مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص95.

3 مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص99.

4 صابر سليمان عمران، تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية، مجلة الفن الإبداعي، العدد 197، مصر 2005، ص34.

## 1/9/ مراحل تنفيذ الحملة الإعلامية:

**مرحلة العرض:** هي عبارة عن تحليل مواقف الجمهور قبل البدء في تنفيذ الحملة أي محاولة معرفة صورة موضوع الحملة لدى الجمهور المستهدف.

**مرحلة الانتشار:** ويبدأ القائم بالاتصال في هذه المرحلة بممارسة شتى أساليب ووسائل الاتصال المتاحة والملائمة لكل فئة من فئات الجمهور مستخدما كل الوسائل والرسائل المعبرة والمؤثرة.

**مرحلة التركيز:** تعتمد هذه المرحلة على دقة الملاحظة وعلى استطلاعات الرأي لتقييم المراحل السابقة محاولة بناء إستراتيجية جديدة في هذه المرحلة حتى يتم الوصول إلى الجمهور المستهدف.

**مرحلة الحسم:** وهي مرحلة الهجوم على المنتج المنافس ومحاولة التأثير في اتجاهات المعارضين وتحويلها إلى مؤيدين وتتميز هذه المرحلة بالمفاجآت<sup>1</sup>.

## 2/9/ المتابعة:

تبدأ مرحلة المتابعة والمراقبة منذ اليوم الأول لوضع الحملة، إن المتابعة تعد أهم الأمور المهمة، لأنها تساعد في الوقوف على النجاحات والإخفاقات والصعوبات والتعرف على الاحتياجات التي يتطلبها العمل التطبيقي خلال مراحل التنفيذ.

والرقابة عملية شاملة ذلك لأنها تنتصب في جميع الأنشطة الخاصة بالحملة الانتخابية وأهمها الأفراد العاملين والوسائل الدعائية وكيفية العمل وصرف الأموال<sup>2</sup>.

وبالتالي فالمتابعة عملية استشرافية تتم من خلال ملاحظة تنفيذ تجميع المعلومات التي توضح مدى فاعلية الأنشطة الخاصة بالتنفيذ والمتابعة في:

- ❖ التأكد من مدى مطابقة تنفيذ الحملة في مراحلها وفعاليتها المختلفة مع التحقيق للحملة.
- ❖ التحقق من التقيد بالبرامج الزمنية المحددة لإنتاج الموارد واستلامها والقيام بالفعاليات والأنشطة.
- ❖ تخليص عملية التخطيط من احتمال الثبات وربما الجمود وآثارهما و تحقيق أقصى قدر من المرونة للتنفيذ.
- ❖ رصد ردود الفعل والاستجابات إزاء فعاليات الحملة ونشاطاتها، وإبلاغ قيادة الحملة بها من أجل تحقيق المرونة وتقرير ما إذا كان ضروريا إجراء أية تعديلات في التنفيذ<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> زكريا بن صغير، الحملات الانتخابية مفهومها ووسائلها وأساليبها، دار الخلدونية، الجزائر، 2004، ص57.

<sup>2</sup>مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص102.

❖ تحديد المشكلات فور ظهورها، وإجراء التعديلات اللازمة على الرسائل الاتصالية أو قنوات الاتصال.

❖ إعادة توزيع الرسائل بالسرعة الممكنة من أجل إحداث التأثير المطلوب.<sup>2</sup>

## 10/تقييم وتقويم الحملة:

يعتمد تقييم أي حملة إعلامية على إجراء دراسات قبل الحملة وأثناءها وبعد الانتهاء من آخر مراحلها، لمعرفة النتائج التي تم التوصل إليها ومدى مطابقتها للأهداف المتوخاة منها والغايات المنشودة منها، والغاية من التقييم الذي يجري أثناء الحملة هي معرفة مدى التوافق بين الخطة الموضوعية لسير الحملة والخطوات التنفيذية، إضافة إلى المشكلات التي تعترض تنفيذها وكيفية تجاوزها والتخلص منها.

وثمة أمور يجب أخذها في الاعتبار عند إجراء عملية التقييم هي:

أولاً: لا يمكن إجراء التقييم من دون جمع وتوثيق كل المواد الإعلامية والإعلانية التي جسدت الحملة الإعلامية، لأنها تكشف إلى حد ما عن مؤشرات دالة على فاعلية الحملة، وتقدم عناصر تعزز التوجهات العامة للسياسة الإعلامية والاتصالية التي تنتهجها المؤسسة أو تصححها وتعيد توجيهها.

ثانياً: تحليل هذه المواد يتم في الأغلب على المستويين: الكمي والنوعي، حيث يسمح التحليل الكمي بتقديم معطيات إحصائية عن الحملة، ومن ذلك عدد المواد الإعلامية والجوانب التي ركزت عليها مواد الحملة الإعلامية، أما التحليل النوعي فإنه يقف عند الجانب الكيفي، أي دلالة الإحصائيات الكمية، من مثل موقع المادة الإعلامية، وجوانبها الفنية، ومرجعيتها الدلالية ولغتها.<sup>3</sup>

## المبحث الثاني : مدخل شبكات التواصل الاجتماعي.

### المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

تواصل البشر مع بعضهم البعض يعتبر أمراً أساسياً لصحتهم النفسية والاجتماعية، فالانعزال قد يؤدي إلى مشاكل صحية عقلية. مع تطور التكنولوجيا واستخدام الأشخاص للحواسيب ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل متزايد، ظهرت مشكلات نفسية جديدة، خاصة بين الذين يولون اهتماماً كبيراً للجوانب

<sup>1</sup> اديب محمد خضور، مرجع سبق ذكره، ص103.

<sup>2</sup> ابراهيم أبو عرقوب، الاتصال الانساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 1993، ص233.

<sup>3</sup> عبد الله بدران، مرجع سبق ذكره، ص116\_117.

المادية في الحياة. لذا، تمثل وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت محاولة لتعزيز الاتصال البشري في عصر التكنولوجيا.<sup>1</sup>

و شبكات التواصل الاجتماعي بدأت بالظهور منذ عام 1997، لكنها لم تلق الانتشار خارج الولايات المتحدة الأمريكية إلا بعد 2004، ابرز هذه الشبكات facebook موقع فيسبوك للتطبيقات الشاملة الذي ابتكره الطالب الجامعي "مارك زوكربرج" و موقع تويتر للتعليقات.<sup>2</sup>

و في ما يلي سنلقي الضوء على ابرز التعريفات لشبكات التواصل الاجتماعي:

– هي " مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد البديل التي تتيح للأفراد و الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذه الفضاء الافتراضي".<sup>3</sup>

يشير مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت فيما يعرف بالجيل الثاني للويب، حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم وانتماءاتهم (جامعة بلد شركة صحافة)، اذ يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات فبعضها عام يهدف إلى تكوين صداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين، مثل شبكات المحترفين وشبكات.<sup>4</sup>

و نجد العديد من التعريفات الأخرى منها :

عباس صادق: يصف الشبكات الاجتماعية كتركيبات اجتماعية إلكترونية تم تكوينها من فرادى أو جماعات أو مؤسسات، حيث يُطلق عليهم اسم "العقدة". يتم ربط هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات، مثل تشجيع فريق محدد أو الانتماء لشركة معينة، ويمكن أن تتعمق هذه العلاقات في طبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات. الشبكات الاجتماعية عبارة عن مواقع على الإنترنت تتيح لملايين الأشخاص

1 حمزة خليل، استخدامات الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لاطلاق ثورة 25 جانفي 2011 و الاشباع المحققة منها، رسالة مقدمة للحصول على درجة ماجستير في الاعلام التربوي تخصص صحافة، جامعة طنطا، مصر، 2012، ص143.

2 اعداد مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الامريكية الناعمة، نشر جمعية المعارف الاسلامية الثقافية، ط1، 2016، ص23. [www.softwar-1b.org](http://www.softwar-1b.org)

3 عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، الاردن، 2008، ص128.

4 بشرى جميل الروي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، كلية الاعلام، العدد 18، جامعة بغداد، العراق، 2012، ص96.

الذين لديهم مصالح مشتركة التواصل عبر الملفات والصور ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى إرسال الرسائل وإجراء المحادثات في الوقت الفعلي بين الأفراد.<sup>1</sup>

يعرفها زاهر راضي: بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.<sup>2</sup>

### **المطلب الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:**

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في إنتشارها على مستوى العالم منها :

**التفاعل والمشاركة:** يتميز التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية، حيث يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية بما يتعلق بمجالات مختلفة مثل الرياضة، والأزياء، والموسيقى، والأحداث السياسية، وغيرها، ويتيح للأعضاء مشاركة المنشورات، والتعليق عليها، وإبداء الإعجاب بها، مما يسهل على الأعضاء متابعة تفاعل الآخرين مع منشوراتهم والرد مباشرة.

**التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتلقائية وعدم الرسمية، حيث لا يوجد تخطيط مسبق أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء، ولا وجود لقواعد تنظيمية تحكم ذلك التواصل، بل يحدث التفاعل بشكل طبيعي بين الأطراف دون تدخل خارجي.

**قلة التكلفة:** يتيح التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للأفراد بدون تكلفة مالية، مما يجعلها متاحة للجميع بغض النظر عن الدخل الاقتصادي، حيث تعلن الشبكات الاجتماعية عن مجانيته بشكل واضح.

**سهولة الاستخدام:** لا يتطلب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مهارات متقدمة، بل توفر معظمها واجهات سهلة الاستخدام باللغة الرسمية لجميع المستخدمين دون الحاجة إلى معرفة تقنية متقدمة.

**الحضور الدائم غير المادي:** يمكن للأفراد التواصل والتفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم دون الحاجة إلى وجود مادي، حيث يمكن تبادل الرسائل النصية والصور والمعلومات بشكل سهل ومريح دون الحاجة إلى الحضور الجسدي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Abdullah al-daboubi : the impact of social networking sites on applied science university students, International Journal of Humanities and Social Science, Vol. 4, No. 10(1), August 2014, p253.

<sup>2</sup> على موفق فليح، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة آداب المستنصرية، جامعة المستنصرية كلية الآداب ، العراق، 2013، ص 9.

## المطلب الثالث: مميزات الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

لقد أضاف الإعلام الجديد على الحملات الإعلامية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي العديد من المميزات التي كان من المستحيل تحقيقها من خلال وسائل الإعلام التقليدية، والسابقة على هذا التطور، تلك المزايا التي جعلت الحملات الإعلامية تنطلق لتمام المجتمع الافتراضي، والتي قد تنطلق منه إلى أرض الواقع لتصل إلى جماهير متعددة قد لا يتخيلها صاحب الحملة ذاته، وتتمثل تلك المميزات فيما يلي:

### السهولة في إعداد وتنفيذ الحملة:

في الماضي، كانت الحملات الانتخابية تعتمد على الوسائل التقليدية مثل اللوحات الإعلانية واللقاءات العامة، كما كانت تواجه صعوبات في الوصول إلى وسائل الإعلام الجماهيرية وتتطلب تكاليف عالية. أما الآن، فتعتمد الحملات الانتخابية على الدعاية الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يسمح بوصول أكبر للجمهور بتكلفة أقل وبشكل مباشر، ويمكن للمرشحين الاعتماد على فرق من الخبراء في مجالات التكنولوجيا والتسويق لإعداد وتنفيذ الحملات الإلكترونية بشكل مستقل.<sup>2</sup>

### السرعة في الانتشار والتفاعلية:

مع استخدام الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت الحملات الإعلامية تنتشر بسرعة واسعة بين فئات مختلفة من الجمهور، ويتفاعل الناس معها بشكل سريع وفعال من خلال التعليقات والمشاركات، بل يمكن أن يسهم الجمهور في تطوير الحملة من خلال إضافة أفكارهم وآرائهم، شريطة أن يكونوا مقتنعين بأهمية الحملة وأهدافها، فبواسطة الوسائل الإلكترونية، يمكن بسهولة إعادة توجيه الحملة للجمهور عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي بضغط زر واحدة لتصل حملتك إلى جميع من يتابعونك في تويتر، أو لكل من هم في قائمتك في الفيسبوك.

### إمكانية حدوث التأثير على الجمهور:

<sup>1</sup> صالح العلمي، مهارات التواصل الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص107.  
<sup>2</sup> حنان أحمد سليم، الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 12، العدد 1، جامعة القاهرة، مصر، 2013، ص320.

يمتلك الإعلام الجديد بوسائله التقنية المختلفة أن يقوم بإحداث بعض التأثيرات المباشرة على الجماهير المستهدفة للحملات الإعلامية، لعدة أسباب، كما يلي:

- يتيح للجمهور التفاعل والمشاركة في الحملة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر، مما يسهل فهم الرسالة وتبادلها بين الأفراد.
- يستخدم الإعلام الجديد وسائط تقنية متعددة مثل الفيديو والصوت والنص، لنقل الحملة بشكل فعال إلى الجمهور.
- يمكن للأفراد تمرير الحملة لأشخاص آخرين، مما يعزز تأثيرها عبر خاصية التشبيك في وسائل التواصل الاجتماعي.

بهذه الطرق، يؤثر الإعلام الجديد بشكل غير مباشر على مسار الحملة عن طريق إتاحة الفرصة للأفراد لتمريرها لبعضهم البعض عبر مختلف شرائح المجتمع<sup>1</sup>

### إتاحة القدرة للجمهور على التحرك والتنظيم:

حيث يوفر الإعلام الجديد للقائم بالحملة إمكانية التواصل مع الجمهور المستهدف حول موضوع الحملة، فقد يرغب بعض الأفراد في الاستيضاح عن بعض النقاط أو يطرح بعض التساؤلات فيما يتعلق بموضوع الحملة وهنا تتيح الشبكات الاجتماعية للقائم بالحملة إمكانية التواصل معهم بشكل مباشر من خلال خاصية الردود في الفيس بوك والتويتر مع المهتمين أو المستهدفين من الحملة.

الإعلام الجديد يمنح الجمهور المستهدف فرصة لإدارة وتنظيم الحملة الإعلامية، والمشاركة في ترتيبها وإعادة تنظيمها، بفضل شبكات التواصل الاجتماعي، كما يمكن لأراء الجمهور أن تؤثر في تطور مسارات الحملة الإعلامية، وقد تكون لأصواتهم وزناً سياسياً يؤثر في الأحداث المهمة في المجتمع، كما حدث في ثورات الفيسبوك التي شهدتها تونس ومصر وليبيا وسوريا واليمن، حيث ساهمت شبكات التواصل في تنظيم وحشد الجماهير لتحقيق التغيير.

### محدودية دور حارس البوابة الإعلامية:

الإعلام الجديد يتجاوز دور حراس البوابات الإعلامية، حيث يمكن لصاحب الحملة إعداد ونشر رسالة حملته مباشرة للجمهور المستهدف دون التأثير من حراس البوابات، حيث يتولى صاحب الحملة كل

<sup>1</sup>حنان أحمد سليم، مرجع سبق ذكره، ص 321.

جوانب الحملة بنفسه، بدءاً من صياغة الفكرة وصياغة الرسالة ووضع الأهداف وتصميم الشعار واختيار الجمهور المستهدف ونشر الحملة على المواقع المختلفة، مما يعطيه التحكم الكامل في عملية الحملة.

### انخفاض التكلفة المادية:

تعد 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 وكذلك فيما يتعلق بتزايد الإعلانات عبر الإعلام الجديد، حيث تعد غير مكلفة مقارنة بتكاليف الإعلانات من خلال وسائل الإعلام التقليدية<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>حنان أحمد سليم، مرجع سبق ذكره، ص323

## الفصل الثاني: توظيف الجمعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

## تمهيد:

تعتبر الجمعيات والمؤسسات الاجتماعية أحد أهم اللاعبين في مجال تحقيق التغيير الاجتماعي وتعزيز الوعي بالقضايا الصحية والاجتماعية. وفي هذا الفصل، سنركز على توظيف الجمعيات لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف نشاطها وتوجيه رسائلها إلى الجمهور المستهدف. من خلال الكشف عن مفهوم النشاط الجمعي وأنواعه، والتعرف على آليات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في النشاط الجمعي ، بما في ذلك فيسبوك، في دعم وتعزيز النشاط الجمعي وزيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية والصحية.

**الفصل الثاني: توظيف جمعيات المجتمع المدني لمواقع التواصل الاجتماعي.**

**المبحث الأول: النشاط الجمعي ووظائفه الاجتماعي.**

**المطلب الأول: مفهوم النشاط الجمعي.**

**1/ تعريف الجمعيات:**

للجمعيات عدة تعريفات متعددة ومختلفة باختلاف جوانب الدراسة والتي يمكن حصرها كالآتي:

الجمعيات هي كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص طبيعيين أو اعتباريين بغرض الحصول على ربح مادي.<sup>1</sup>

تُعرف الجمعيات بأنها تكون اتحادات بشرية ومنظمات اجتماعية غير ربحية، حيث يقوم العمل فيها على أساس التطوع، وتهدف إلى تقديم خدمات متنوعة ومتعددة تحتاجها المجتمعات. يتعين على أعضاء هذه الجمعيات المشاركة في جميع مراحل العمل بها، ويُشار إليها في الولايات المتحدة بمصطلح "القطاع الثالث" نظرًا لأن الدولة تشكل القطاع الأول، والقطاع الخاص يُعتبر القطاع الثاني الذي يهدف إلى تحقيق الربح.<sup>2</sup>

و تعرف أيضا بأنها تشكيلات اجتماعية فاعلة و منظمة تقوم على أسس تطوعية غير مربحة لتحقيق أهداف عامة لمجموعة تعتمد أساليب الحكم الراشد ضمن أطر قانونية التي تضمن الشفافية وحرية التشكيل.<sup>3</sup>

في علم الاجتماع تعرف الجمعية بأنها: العملية الاجتماعية التي تنعكس في التفاعل والاتصال الذي يحدث بين مجموعة من الأفراد أو الجماعات بغرض تحقيق أهداف معينة".

**تعريف المجتمع المدني:**

تعريف برتراند بادبي: يعرفه بأنه " كل المؤسسات التي تتيح للأفراد التمكن من الخيرات و المنافع دون تدخل أو وساطة من الدولة".<sup>4</sup>

تعريف والزر (Welzer): يرى والزر المجتمع المدني بأنه: " ذلك الفضاء الذي ينطوي على ضمان الظروف الكاملة التي تكفل الحياة الاجتماعية الجديدة، فهو ذلك المجال الذي يكون البشر في إطاره شكلا

<sup>1</sup> علي رفاعي وندى صفاء المجتمع المدني ومستقبل التنمية، دار الوفاء ليبيا الطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2013، ص 24

<sup>2</sup> حسن توفيق، محمد فرج، مطر يحي، الاصول القانونية، الدار الجامعية، لبنان، بيروت، 1986، ص314.

<sup>3</sup> حسن ملحم، نظرية الجريات العامة، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981، ص75.

<sup>4</sup> B.Bertrand, Sociologie politique « presses universitaires », Paris, France, 1997, page 105.

اجتماعيا، يتواصلون فيه و يرتبطون ببعضهم البعض، بغض النظر عن ماهية هذا الشكل الاجتماعي سواء كان جماعة أو نقابة ... الخ، في إطار هذا المجال الذي يجتمع فيه الأفراد من أجل تحقيق هدف واحد سام ألا وهو حب الاجتماع الإنساني<sup>1</sup>

تعريف عبد الغفار شكر: يرى هذا الأخير بأن المجتمع المدني هو مجموعة التنظيمات التطوعية الحرة التي تملأ المجال العام بين الأسرة والدولة لتحقيق مصالح أفرادها ملتزمة في ذلك يقيم و معايير الاحترام والتراضي و التسامح و الإدارة السلمية للتنوع والاختلاف<sup>2</sup>

## 2- تعريف العمل الجمعي :

لا يوجد تعريف متفق عليه للعمل الجمعي ، فهو أساساً للنشاط والعمل الجمعي، وهذا المصطلح مستمد من فكرة الجمعية نفسها، حيث تدل كلمة "الحركة" على الجهود المتواصلة والديناميكية لأعضاء الجمعيات لتحسين أوضاعهم الحياتية. يتم ذلك من خلال المشاركة الواسعة والاختيارية في برامجها وأنشطتها دون انتظار تدخل الدولة، بالإضافة إلى ممارسة أشكال من الضغط السلمي عليها لتوفير الإمكانيات البشرية والمادية لحماية مصالحهم ومصالح المجتمع. ويتم تقييم حيوية وقوة الحركة الجموعية من خلال تفاعل أنشطة الجمعيات وتنسيقها في إطار حر ومنافسة، حيث يتم التحكم في الحركة الجموعية بناءً على نوعيتها واستجابتها للمطالب، وليس بناءً على عدد الجمعيات.<sup>3</sup>

والعمل الجمعي يعتبر رافدا رئيسيا من روافد العمل الجماهيري، سواء من حيث تشكيل إطارات ذلك العمل، أو من حيث حركيته ومساهماته من الموقع الخاص به في تغذية الصراع الاجتماعي في أبعادها الثقافية والإيديولوجية إضافة إلى كونه مجالا لتأطير المواطنين تأطير اجيدا يسهل عليهما امتلاك الوعي بنواتهم وبطبيعة الأدوار الموكلة لهم في معركة التغيير والتقدم<sup>4</sup>

العمل الجمعي يعتبر إحدى مظاهر الفعل المدني والمواطني، ويستند نظرياً إلى أفكار المجتمع المدني. وعندما ننظر إلى الجمعيات كمجموعات من المواطنين الذين اتفقوا على تنفيذ أنشطة وأعمال تعود بالنفع العام عليهم أو على محيطهم الاجتماعي، فإنهم يعملون ضمن إطار قواعد تنظم علاقاتهم الداخلية والخارجية.

1 أحمد حسين حسن، الجماعات السياسية الإسلامية و المجتمع المدني، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، مصر، 2000، ص51،50.  
2 عبد الغفار شكر، المجتمع الأهلي ودوره في بناء الديمقراطية، سلسلة حوارات القرن جديد، ط1 ، دار الفكر، دمشق، سوريا 2003 ، ص 37  
3 غنية شليغم، قضية تومي ، تطور الحركة الجموعية في المدن الصحراوية، حالة ورقلة، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية، العدد22، جامعة ورقلة، الجزائر، 2015، ص 8.  
4 نفس المرجع ، ص9.

يعتبر العالم الاجتماعي المعاصر الفرنسي رونيه غاليسو أن الانتقال من دراسة الحركات الاجتماعية إلى البحث في الحركات الجموعية أصبح سمة العصر، وذلك نظرا لأزمة الحركات الاجتماعية (الكلاسيكية التي كانت تركز على المطالب الاقتصادية والمهنية والمادية فحسب بواسطة النقابات، أما اليوم فقد ظهرت تنظيمات اجتماعية مستقلة جديدة تتميز بالأفعال الاجتماعية خارج الفضاء الاقتصادي والإنتاجي. في الوقت الحاضر، يُعتبر العمل الجموعي الممارسة اليومية التي يقوم بها أفراد مجتمع معين عبر الجمعيات، حيث يجتمع هؤلاء الأفراد بناءً على القناعة المشتركة حول قضية معينة أو مجموعة من القضايا الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية. يتمحور هذا العمل حول الجهود والمساعي المستمرة والديناميكية لأعضاء الجمعيات والمتطوعين بهدف تحسين وتغيير أوضاعهم الحياتية.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> عبد الله بوصنيورة، الحركة الجموعية في الجزائر ودورها في ترقية طرق الخدمة الاجتماعية في مجال رعية الشباب، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2010-2011، ص103.

## المطلب الثاني: انواع النشاط الجمعي

من بين النشاطات الجمعية نجد:

### ❖ الأنشطة ذات الطابع الديني و التربوي و العلمي:

تساهم الجمعيات بشكل كبير في ترقية الأنشطة ذات الطابع الديني والتربوي والعلمي ومن أهم المساهمات لهذا الشأن ذات الطابع الديني والتربوي والعلمي ومن أهم المساهمات لهذا الشأن:

- بناء المساجد وتنظيمها وتسييرها، تحفيظ القرآن مساعدة الفقراء والمساكين.

- في القطاع التربوي تخصص العديد من الجمعيات نشاطها في المساهمة في التوعية القضاء على الآفات الاجتماعية، إقامة المدارس التحضيرية للأطفال.

- تسهيل الاندماج الاجتماعي بالنسبة للأطفال المتشردين

- حماية الأطفال حيث تشكل الجمعيات التربوية فضاء لا يمكن الاستغناء عنه لما يمثله من هياكل لاندماج الأطفال التكفل بمشاكلهم الاجتماعية.

ومن أنشطة الجمعيات في هذا المجال نجد :

- الكشافة الإسلامية.
- جمعية أولياء التلاميذ.
- جمعية الجزائر الحماية الطفولة.
- جمعية الإصلاح والإرشاد.

### ❖ الأنشطة ذات طابع علمي:

توجد العديد من الجمعيات تهدف الى نشر العلم والمعرفة وترقية النشاط العلمي وتطويره وذلك يظهر من خلال نشاطها في هذا المجال بحيث بلغ عدد الجمعيات 40 جمعية وطنية و 873 محلية في مجال التربية والتعليم ومن أهم الأنشطة التي تقوم بها :

- فتح مراكز التعليم في مجالات المختلفة كالإعلام الآلي.
- عقد الندوات والمؤتمرات العلمية ومن ابرز الجمعيات النشطة نجد:

- جمعية التنمية الإعلام الآلي في الجزائر.
- الجمعية الجزائرية للتكوين الطبي المستمر.
- الجمعية الجزائرية للرياضيات.

### ❖ الأنشطة ذات الطابع الرياضي والثقافي:

تقوم الجمعيات الثقافية بادوار حيوية للنهوض بقطاع الثقافة عن طريق الأنشطة ومن أهمها :

- الأنشطة التقليدية للجمعيات:

نصت المادة الثانية من القانون 31.90 على ان الهدف من تأسيس الجمعيات هو اشتراك الأشخاص في ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي فهذه تمثل أغلب الأنشطة التي تسعى اليها الجمعيات.

### ❖ الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعي

حيث انه لم يعد التكفل بالانشغالات الموظفين من اختصاص الدولة وحدها بل ان الحركات الجمعوية تساهم في تطوير وترقية هذا القطاع حيث بلغ عدد الجمعيات ذات الطابع المهني حسب الإحصائيات المذكورة ب 192 جمعية ذات صيغة وطنية و 3013 جمعية محلية ابرز هذه الجمعيات نجد :

- الجمعية الفلاحية باعتبار هذا القطاع مصدرا حيويا لاقتصاد الوطني.
- تنمية القطاع الصيد البحري وتنظيم نشاطاته وهذا عن طريق القيام بدراسات وتقديم استشارات في مجال تحسين وضبط الموارد البحرية.
- مساهمة في تحسين ظروف العمل والتكفل بمشاكل الصيادين.
- الأنشطة ذات طابع الاجتماعي :

نجد فيها :

- حماية المراهقين.
- حماية المعوقين والتكفل بمصاريف علاجهم وكذا ضمان تعليم الطفل المعوق.

- ترقية شؤون المرأة حيث استطاعت الجمعيات أن تعطي للمرأة الجزائرية حقوق او دعما متميزا من خلال أنشطة متنوعة من تشجيع التعليم المرأة والقضاء على الأمية وتوسيع مشاركتها في مختلف مظاهر الحياة السياسية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: وظائف و أهداف النشاط الجمعي

- 1-تنظيم وتوجيه الجهود التطوعية للمواطنين بشكل جماعي للمشاركة في العمل الاجتماعي في مختلف المجالات.
  - 2- الشعور بالمشاكل الجماهيرية والعمل على حلها.
  - 3- سد الفجوات في الخدمات الحكومية وتوسيع نطاقها لتحقيق مبدأ الكفاية وضمان الوصول إليها في المناطق المحرومة، مع الالتزام بمبدأ العدل والمساواة.
  - 4- تعزيز التربية الاجتماعية للمواطنين وتطوير الشعور بالمسؤولية الجماعية والاستجابة للمصلحة العامة.
  - 5- تحويل الطاقات الخاملة أو العاجزة إلى طاقات منتجة وفعالة، سواء بشكل اختياري أو اضطراري.
- ويضيف لها البعض الآخر الأهداف المكملة التالية:

- 1- رفع مستوى معيشة المواطنين.
  - 2- إقامة علاقات تعاونية بين المنظمات العاملة بالمجتمع المحلي.
  - 3- تشجيع المشاركة لدى أفراد المجتمع لخدمة مجتمعه.<sup>2</sup>
- وتلعب جمعيات المجتمع المدني من ناحية أخرى وظائف عديدة فيما يخص التحديث وتنمية الديمقراطية والحكم الرشيد، حيث تحدد أماني قنديل تلك الوظائف في:

<sup>1</sup>سيد امير شينون ، شافية غليظ، النشاط الجمعي للجمعيات لخيرية ودوره في بناء روح التكافل الاجتماعي، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد7، العدد4، قسنطينة، الجزائر، 2018، ص459.

<sup>2</sup>فريد حسانين بخت ، التدخل المهني لطرية تنظيم المجتمع لتفهيل دور الجمعيات الأهلية في مناهضة سوء استغلال الاطفال العاملين، رسالة دوكتوراه، جامعة حلوان، مصر، 2006، ص142

- 1- تطبيق مبادئ الديمقراطية وتجسيدها في الواقع، سواء على مستوى الأعضاء أو المواطنين الذين يتبنون قيمها.
- 2- تعزيز المشاركة المركزية مع مراعاة احتياجات ومشاكل المواطنين المتنوعة، وتمكينهم من الوصول إلى جميع المعلومات.
- 3- التصدي للآثار السلبية لسياسات الإصلاح الاقتصادي والتعديل الهيكلي على النواحي الاجتماعية مثل البطالة والفقر والتحديات الاجتماعية الجسيمة.
- 4- التفاعل مع الفئات المهمشة ودمجها في الحياة الاجتماعية.
- 5- جذب المواطنين للمشاركة في عملية التنمية المستدامة والمستدامة<sup>1</sup>.

## المبحث الثاني: التفاعلية مع النشاطات الجموعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

### المطلب الاول: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترقية وتطوير أداء الجمعيات

يسهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مباشر في تحسين أداء الجمعيات والمنظمات الخيرية، حيث تكون العلاقة بين هذه المنصات والجمعيات قوية للغاية. تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي شريكاً أساسياً وداعماً رئيسياً للجمعيات في تنفيذ مشاريعها وبرامجها، من خلال تعزيز فرص الترويج لمشاريعها الخيرية عبر منشورات مخصصة على صفحاتها وحساباتها على هذه المنصات. نظرًا لتنوع وتعدد أهداف الجمعيات الخيرية، يتطلب الأمر الكثير من المشاريع والبرامج التي يعتمد نجاحها على وجود قنوات فعالة للتواصل مع الجمهور المستهدف، وهذا ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعال. لذلك، تبرز أهمية دور هذه المنصات الجديدة في تطوير وتعزيز أداء الجمعيات الخيرية، من خلال النقاط التالية<sup>2</sup>:

- تحسين جودة إدارة العمليات الداخلية للجمعيات الخيرية من خلال توفير أنظمة وآليات فعالة لأداء مختلف الوظائف الإدارية، بما في ذلك التخطيط والرقابة والتنظيم.
- تطوير وتعزيز عملية إدارة المعلومات للجمعيات الخيرية، بما يشمل جمعها وتسليمها وتخزينها واسترجاعها وتحليلها، وذلك لضمان توافرها وجودتها لتلبية احتياجات إدارة المشاريع والمبادرات بفعالية.
- استخدام التسويق الإلكتروني وإدارة وجذب المتطوعين لتحقيق الأهداف المرجوة من النشاط الخيري، سواء عبر الوسائط الاجتماعية أو بواسطة الاتصالات الإلكترونية.

<sup>1</sup> أماني قنديل ، المجتمع المدني في مصر في مطلع اللفية الجديدة، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، القاهرة، مصر، 2000، ص108.

<sup>2</sup> الحماذ خلف لافي، وسائل الاعلام ومنظمات المجتمع المدني، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص32.

- الاستفادة من التسويق الإلكتروني لتعزيز نشاط الجمعيات الخيرية وزيادة الوصول إلى شرائح متنوعة من المجتمع، من خلال تصميم حملات ترويجية مجانية وإنشاء صفحات وحسابات على منصات التواصل الاجتماعي.
- زيادة عدد المشتركين والمتابعين لنشاط الجمعيات الخيرية عبر المنصات الرقمية، وتشجيعهم على المشاركة الفعالة والمساهمة في الأنشطة الخيرية، لتعزيز سمعة وأداء الجمعيات.<sup>1</sup>

كذلك تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الاتصالية التي تستفيد منها معظم المنظمات والمؤسسات الاجتماعية، مثل: الجمعيات والتنظيمات الخيرية، حيث تقدم لها هذه المواقع الاتصالية طرقاً وأساليب مباشرة تساعد على توجيه وبت ونشر رسائلها لاستقطاب الجمهور المستهدف من برامجها ومشاريعها دون أية تكاليف مادية، فتواجه هذه الجمعيات وحضورها عبر هذه المواقع يساعدها على الترويج لنشاطاتها وحشد التأييد والدعم لمشاريعها وتسهيل عملية الحصول على المساعدات والتبرعات المادية التي تمكنها من تجسيد مختلف مشاريعها الخيرية. ومن أهم الفوائد التي قد تجنيها الجمعيات الخيرية من وراء استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:<sup>2</sup>

- متابعة نشاط الجمعيات الخيرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك، والتفاعل بسرعة من خلال الإعجاب أو المشاركة مع الأصدقاء عند نشر أي نشاط خيري.
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لنشر قصص وتجارب الأفراد الذين قاموا بأعمال تطوعية، سواء فردية أو جماعية.
- الاستجابة السريعة لأي تفاعل أو إعجاب أو مشاركة يتم تداولها عبر شبكات التواصل الاجتماعي لأنشطة خيرية.
- تسهيل الإجراءات القانونية للجمعيات الخيرية والمبادرات الفردية، خاصة إذا كانت تتعلق بمجالات حساسة مثل السجون أو رعاية الطفولة المسعفة، مما يُعرف بـ "رأس المال الثقافي" وما إلى ذلك.
- الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في نشر المعرفة النافعة والأخبار والأفكار الجديدة التي تشجع على العمل الإنساني، وتعزيز التعاون بين المواطنين والجمعيات الخيرية لبناء الدولة وتحقيق التنمية المستدامة.
- توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية.

<sup>1</sup> سلمى كوند، صليحة بن عباس، إسهامات الجمعيات الخيرية في تحقيق التنمية الاجتماعية بالمجتمع الجزائري- جمعية جزائر الخير نموذجاً- مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 02، العدد 03، الجزائر، 2022، ص 106

<sup>2</sup> مراد شتوان، نشاط الجمعيات الخيرية عبر موقع التواصل الاجتماعي ودوره في ترقية الخدمة الاجتماعية، اطروحة مقدمة للحصول على شهادة لدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وتسويق، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر، 2024، ص 168.

- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتبادل المعلومات والملفات والصور والفيديوهات، وكذلك لخلق بيئة اجتماعية تتميز بوحدة الأفكار والرغبات والتعارف والصدقة.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: نماذج عن استخدام بعض الجمعيات لمواقع التواصل الاجتماعي

**1/ المملكة العربية السعودية:** انطلقت في السعودية مبادرات العطاء الرقمي لنشر الوعي الرقمي وهي تجربة مثالية في عالم الإعلام الرقمي الجديد وهي جديرة للاحتذاء بها، إنها مبادرات عطاء التطوع الرقمي التي بدأت في السعودية برعاية وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات تهدف هذه المبادرة لتعزيز فكرة التطوع لدي جميع المواطنين السعوديين لنشر الوعي والمعرفة التقنية تم وضع خطة لتعليم وتدريب مليون شخص في كافة أرجاء المملكة وقسمت المبادرة في أربع مجالات وهي:

- التدريب المباشر / عبر الحقائب التدريبية المتخصصة بمستويات معرفية مختلفة.
- التدريب عن بعد بإيصال المعرفة والمعلومات عبر منصة إلكترونية للتدريب عن بعد بأقل التكاليف.
- إثراء المحتوى العربي حيث يمثل 1% من إجمالي المحتوى في شبكة الانترنت لذلك مهمتنا رفع هذه النسبة ودعمه بجودة علمية عالية باللغة العربية.
- التطوع في القطاع الثالث المؤسسات غير الربحية تعزيز التطوع في هذه المؤسسات.<sup>2</sup>

**2/ مصر:** اطلقت جمعية رسالة للأعمال الفنية يوم 26 فيفري 2024 حملة لإفطار كل صائم محتاج، تحت شعار رمضان يجمعنا في الخير، حيث تقوم هذه الحملة على جمع قفة رمضان وتوزيعها على كل بيت محتاج خلال طيلة شهر رمضان، كما انها نشرت على صفحتها على الفيس بوك اسعار قفة رمضان وحددتها ب300 جنيه وسعر وجبة إفطار ب75 جنيه و وجبة سحور ب30 جنيه. وتقوم بنشر صور التبرعات على الصفحة قبل و طيلة شهر رمضان من اجل تحفيز الناس على التبرع وكذلك طمأنة المتبرع على ان تبرعاته وصلت الى المحتاجين.

**3/ الجزائر:** إطلاق منصة "شارك" الإلكترونية من قبل جمعية "سيدرا" كجزء من مشروعها الجموعي الرائد، تُعتبر هذه المنصة ماثقة للإجابة على جميع استفسارات الشباب المهتمين بالحركة الجموعية، بدءًا من مرحلة التأسيس وحتى طرق التسيير. تم إنشاء هذه المنصة كنتيجة لبرنامج "شارك الشبابي" الذي تم العمل عليه منذ عام 2017، والذي يضم أكثر من 70 جمعية في ست ولايات باللغتين الفرنسية

<sup>1</sup> فاروق بوخلخال ، باية بوزغاية ، استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي وانتقالها من الواقع الى الفضاء الافتراضي- دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المتقف- المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 09، العدد03، الجزائر، 2022، ص422.

<sup>2</sup> فاروق بوخلخال ، باية بوزغاية، مرجع سبق ذكره، ص 423.

والإنجليزية، بهدف تعميم الاستفادة منها حيث تم ترجمة المصطلحات إلى العربية لاحقاً. وفي إطار إطلاق المنصة بمقر الجمعية في بلوزداد ، أشار رئيس الجمعية نسيم فيلالي إلى أن مشروع "شارك" الشباب يعتبر مشروعاً تنموياً، يهدف إلى تعزيز المشاركة الفعالة والمستدامة للمنظمات الشبانية في تطوير ورصد السياسات والبرامج المحلية والوطنية، لزيادة فعالية مشاركة الشباب في الحياة العامة في الجزائر.

وأوضح لمين زلاق، المكلف بالإعلام على مستوى الجمعية، في تصريح لصحيفة المساء، أن النتائج المحددة للبرنامج تتضمن تعزيز القدرات التنظيمية والبرامج للمنظمات الشبانية، وتطوير قدراتها على دعم قضايا الشباب ورصد البرامج والسياسات العامة. يستهدف البرنامج منظمات المجتمع المدني التي تعمل في مجال الشباب في ولايات أدرار والجزائر وباتنة وجاية وهران وسطيف مع التركيز الخاص على الشباب والشابات من ذوي الاحتياجات الخاصة.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> فاروق بوخلخال ، بوزغاية بابة، مرجع سبق ذكره، ص424.

## المطلب الثالث: فعالية الفيس بوك في نجاح العملية الترويجية للنشاط الجموعي

### أ/ ايجابيات استخدام الفيس بوك في نجاح العملية الترويجية للنشاط الجموعي:

يُعتبر موقع فيسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الانتشار، حيث تم إنشاؤه عام 2001 من قبل مارك زوكربيرغ لربط أصدقاء الجامعة وضمان استمرارية التواصل بينهم. وباليوم الحالي، يتجاوز عدد المشتركين فيه نصف مليار مشترك، مما يجعله من بين أكثر المواقع انتشاراً بسبب الخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التواصل الاجتماعي التي يتيحها. حيث استخدام هذه المنصات يعكس تقدماً تكنولوجياً، وقد ساهم بشكل كبير في ربط العلاقات الإنسانية والاجتماعية بعد إلغاء الحواجز الزمانية والمكانية، مما يبرز الدور الكبير للإنترنت في تواصل أفراد المجتمع وتقريب المسافات بينهم. ومن جهة أخرى، يُعتبر العمل التطوعي مظهرًا من مظاهر التعاون الإنساني والخير، الذي ارتبط بكافة المجتمعات على مر العصور، ولكن يختلف في حجمه وشكله ودوافعه من مجتمع إلى آخر ومن حملة تطوع إلى أخرى، ومن بين الكثير من حملات التطوع والمبادرات الإنسانية.<sup>1</sup>

حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في تربية النشء واكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات التعليمية ليست مجرد تلقين للدارس فقط وانما هي عملية مفيدة لبناء شخصية الطالب من جميع التغيير الاجتماعي وقد اهتمت المؤسسات الاجتماعية والتربوية في الجزائر بذلك بقصد الاستفادة من إشغال وقت الشباب بما يقدمهم، وكذلك بقصد زرع جوانب وأمور مهمة وتنميتها في شخصية الطالب، فالعملية النواحي، والمسؤولية الاجتماعية والاعتداد بالذات، وتحمل المسؤوليات في الحياة، ومحاولة إيجاد التوازن المتكامل في جميع جوانب الشخصية عن طريق تعزيز ثقافة العمل التطوعي والذي هو ممارسة إنسانية ارتبطت بكل معاني الخير عند كل المجموعات البشرية منذ الأزل.<sup>2</sup>

و يعتبر امتلاك منصة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك من أفضل الطرق لترويج نشاطات وخدمات وفعاليات الجمعيات التي تقدمها وترعاها خصوصا للجمعيات التي لا تمتلك ميزانيات إعلانية كبيرة، وبغية تحقيق أعلى فائدة ممكنة ولتفعيل العمل الجموعي ينبغي القيام ب:

- التفاعل مع الجمهور.
- القيام بحملات إعلانية تسويقية توعوية حسب النشاط وفعالية الجمعية.
- الاهتمام بالتصميم المشوق والمبسط للرسائل التي تمررها الجمعية.

<sup>1</sup> حلمي سارس ، ثقافة الانترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار المدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2005، ص20  
<sup>2</sup> خالد غسان المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية التواصل الاجتماعي وابعادها- دار الفانص للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2014، ص36، 35.

- متابعة كلما يكتب ضد الجمعية والرد فورا مع إبراز إنجازات التي تتحقق بصورة مستمرة.
- التحدث عن قصص نجحت الجمعية في حلها، أو إنجازات اجتماعية أو خدماتية تعزز بها.
- ومن طرق زيادة التفاعل مع نشاطات الجمعيات القيام بما يلي:
  - الانضمام إلى المواضيع التي لها علاقة مع نشاطات الجمعيات.
  - البقاء مع تواصل دائم مع الأفراد الداعمين لنشاط الجمعية.
  - تتبع المحادثات التي تتعلق بنشاط الجمعية الخيرية.
  - القيام باستفتاءات واستطلاعات تخص نشاط الجمعية.
  - إعداد رسائل شكر لجميع المتابعين لنشاطات الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي.<sup>1</sup>

### **ب/ سلبيات ونقائص استخدام الفيسبوك في نجاح العملية الترويجية للنشاط الجمعي:**

بالرغم من الخدمات الكثيرة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها تواجه الكثير من الصعوبات التي تنعكس سلبا على المستخدم :

**تقليل الإنتاجية:** يعتمد الأفراد بشكل متزايد على استخدام المواقع الإلكترونية لتوسيع دائرة علاقاتهم الاجتماعية، ولكن ذلك يأتي على حساب الإنتاجية والعمل، مما يجعله غير محبب من قبل أرباب العمل.

**صعوبة الانفصال:** على الرغم من وجود خيارات للحذف في مواقع التواصل الاجتماعي، يجد العديد من المستخدمين أنه من الصعب بشكل كامل إزالة بياناتهم من هذه المواقع، مما يثير قلقاً بشأن استخدام المواقع وتوفير بياناتهم الشخصية.

**نقص الخصوصية وضعف الأمان:** يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي تتبع معلومات المستخدمين الشخصية وتهديد الملكية الفكرية، وقد يجعل ضعف مستوى الأمان على الخصوصية من السهل على المجرمين الإلكترونيين الوصول إلى هذه المعلومات.

**فقدان الهوية الحقيقية:** يصعب التعرف على الهوية الحقيقية للأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدون لقاء شخصي، مما يجعل العلاقات الاجتماعية عبر هذه المنصات أقل صحة.

قد تستغل مواقع التواصل الاجتماعي لخداع المستخدمين بأشكال مختلفة مثل النصب والاحتيال.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص73-74.

**تزييف المحتوى:** تقييم مصداقية المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي يكون أكثر تعقيداً من وسائل الإعلام التقليدية بسبب تعدد مصادر المحتوى عبر الشبكة.

**المراقبة والحجب:** تمتلك بعض الحكومات قدرة كبيرة على مراقبة وحجب مواقع التواصل الاجتماعي، مما يجعلها أدوات استخبارية يمكن استغلالها لجمع المعلومات.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> عبد الله محمود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي، جامعة الشرق الأوسط، الاردن، 2012، ص50-51.

## الفصل الثالث: توظيف جمعية التنظيم العائلي لشبكة الفيس بوك للتوعية الاعلامية بالصحة الانجابية

## تمهيد:

تعتبر الجمعيات والمؤسسات الاجتماعية أحد أهم اللاعبين في مجال تحقيق التغيير الاجتماعي وتعزيز الوعي بالقضايا الصحية والاجتماعية. وفي هذا الفصل، سنركز على توظيف الجمعيات لمواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف نشاطها وتوجيه رسائلها إلى الجمهور المستهدف. من خلال الكشف عن مفهوم النشاط الجمعي وأنواعه، والتعرف على آليات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في النشاط الجمعي، بما في ذلك فيسبوك، في دعم وتعزيز النشاط الجمعي وزيادة الوعي بالقضايا الاجتماعية والصحية.

## الفصل الثالث: توظيف جمعية التنظيم العائلي لشبكة الفيس بوك للتوعية الاعلامية بالصحة الانجابية

### المبحث الاول: مدخل الى الصحة الانجابية

#### المطلب الأول: مفهوم الصحة الانجابية

عرف مفهوم الصحة الإنجابية تغييرا كبيرا بعد انعقاد المؤتمر الدولي للسكان والتنمية بالقاهرة سنة 1994 ، ولقي اهتماما كبيرا من الخبراء والباحثين في مجال الصحة والسكان، حيث شكل محورا أساسيا من الدراسات والأبحاث المختلفة، سناحول القيام بعرض وتقييم أهم تعاريف الصحة الإنجابية المقدمة قبل وبعد انعقاد المؤتمر.

#### تعريف محمود فتح الله (1988)

عرف محمود فتح الله الصحة الإنجابية بأنها "الحالة التي تتم فيها العملية الإنجابية في رفاه كامل بدنيا وعقليا واجتماعية، وليس فقط مجرد الخلو من المرض أو الإعاقة في العملية الإنجابية تم التركيز في هذا التعريف على الجوانب الجسدية والعقلية والاجتماعية للرفاه الشامل، لكنه لم يلق الضوء على الجوانب الجنسية وأهميتها في تحقيق الحمل الصحي والولادة الآمنة.

#### تعريف جرمان وأوردواي (1989)

حسب هذين الباحثين فإن الصحة الإنجابية تعني قدرة الرجال والنساء على تنظيم خصوبتهم بطريقة آمنة وفعالة على الحمل وبقائه إن كان مرغوبا فيه، والتخلص منه إن كان غير مرغوب فيه، كما تمكنهم من البقاء بمنأى عن الأمراض والوفيات المصاحبة للإنجاب والجنس، والقدرة على الحمل وإنجاب أطفال أصحاء.<sup>1</sup>

تجاهل هذا التعريف أهمية فهم الصحة الجنسية، حيث قد يتعرض الزوجان الذين لا يدركان أهميتها للإصابة بأمراض قد تؤثر سلبًا على حياتهما.

و**عرف مفهوم الصحة الإنجابية صراحة في مؤتمر القاهرة للتنمية والسكان عام 1414هـ-1994م**

<sup>1</sup> عزت فهيم و محروس الشيشني، أثر العوامل السكانية والاجتماعية على معرفة الشباب واتجاهاته نحو الصحة الانجابية في مصر، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، معهد الدراسات والبحوث الاحصائية، قسم الاحصاء الحيوي والسكاني، القاهرة، 2000، ص24.

"وتعني الصحة الإنجابية قدرة الناس على التمتع بحياة جنسية مرضية ومأمونة، وقدرتهم على الإنجاب وحريرتهم في تقرير الإنجاب وموعده وتواتره".

هذا التعريف يميز بالنضج والشمول والوضوح حيث يعتبر الصحة الإنجابية حالة السلامة الشاملة للإنسان على الصعد البدنية والعقلية والاجتماعية ويهدف إلى تحسين جودة الحياة والعلاقات الشخصية، بدلاً من تقديم المشورة والرعاية الطبية فقط فيما يتعلق بالإنجاب، والتي تشكل جزءاً من الصحة الإنجابية وتتضمن الاعتراف بالحق الأساسي لجميع الأزواج في إطار الرباط الأسري الشرعي والقانوني، بأن يقرروا بحرية كاملة ومسؤولية عدد الأطفال وفترة التباعد بينهم وتوقيت الإنجاب، وأن تتوفر لهم المعلومات والوسائل اللازمة لذلك. كما تشمل الحق في بلوغ أعلى مستوى ممكن من الصحة الجنسية والإنجابية، وحق اتخاذ القرارات المتعلقة بالإنجاب دون تمييز أو إكراه أو عنف.

إن الصحة الإنجابية تعتبر جزءاً لا يتجزأ من الصحة العامة بمعناها الشامل، حيث تهتم بالسلامة الجسدية والعقلية والاجتماعية، وليست مجرد انتقاء للمرض، بل تشمل عملية الإنجاب والخصوبة على مدار جميع مراحل الحياة. وتعنى الصحة الإنجابية بممارسة جنسية مسؤولة وصحية ومتوازنة، وتتضمن حرية القرار والإطلاع على الوسائل الفعالة لتنظيم الأسرة. كما تتضمن الحق في رعاية صحية تؤمن للمرأة حملاً وولادة سليمة، وللعائلة طفلاً معافى. وتمتد أهمية الصحة الإنجابية لتشمل فترة ما بعد سنوات الخصوبة، وتتأثر بعوامل متعددة مثل التغذية والبيئة والمجتمع، وبالتالي، تصبح ضرورة واجبة في الخدمات الصحية الأولية لجميع الأعمار.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: أهداف الصحة الإنجابية:

تهدف الصحة الإنجابية إلى تحقيق ما يلي:

1. تخفيض معدلات وفيات الأطفال الرضع والوفيات الناتجة عن الأمومة والولادة.
2. زيادة نسبة الولادات التي تتم تحت إشراف مدربي الإنجاب والتي تؤدي إلى ولادة أطفال سليمين وصحيين.
3. تعزيز الاستفادة من الرعاية الصحية الإنجابية، ومكافحة الأمراض الجنسية المعدية، وتقليل معدلات الأمراض لدى النساء في سن الإنجاب.
4. تشجيع ممارسة العلاقة الجنسية بشكل آمن ومسؤول.

<sup>1</sup> احمد درديش ، العفريت مسعودة، ماهية الصحة الإنجابية والعوامل المحددة لها، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد 16، جامعة بليدة، الجزائر، 2016، ص6.

5. توفير وسائل تنظيم الأسرة للراغبين فيها بأفضل الطرق المناسبة.
  6. زيادة التغطية الصحية للنساء الحوامل وتوفير خدمات تنظيم الأسرة في المراكز الصحية.
  7. الوقاية من الإجهاض والعمق لدى الزوجين.
  8. تقديم الخدمات الصحية الأساسية والرعاية الطبية قبل، أثناء، وبعد الحمل بشكل شامل ومتاح.
  - 9 تطوير قدرات وتعزيز مهارات جميع العاملين في مجال تقديم خدمات الصحة الإنجابية.
  10. توفير المعلومات والخدمات ذات الجودة في مجال الصحة الإنجابية للفئات المحرومة في المناطق النائية، خاصة للمراهقين والشباب.
  11. ضمان حق المرأة في التمتع بأعلى مستويات الصحة طوال حياتها، والحفاظ على الصحة الإنجابية من الأمراض الضارة.
  12. توفير المعلومات والخدمات المتعلقة بالوقاية من الأمراض المنتقلة جنسيًا، بما في ذلك فيروس نقص المناعة البشرية (الإيدز).
  13. الوقاية من الأمراض الوراثية والتشوهات الخلقية.
  14. تعزيز خدمات التوعية والتنقيف الصحي في المرافق الصحية.
- ينبغي توفير الرعاية الصحية الإنجابية لجميع الأفراد في الفئات العمرية المناسبة من خلال نظام الرعاية الصحية الأولية لتحقيق الأهداف المحددة. يتضمن ذلك تقديم خدمات تنظيم الأسرة، والرعاية الصحية قبل وبعد الولادة، والوقاية والعلاج من العمق والإجهاض وعدوى المسالك التناسلية والأمراض المنقولة جنسيًا، بالإضافة إلى الحالات الأخرى للصحة الإنجابية. ينبغي تصميم برامج الرعاية الصحية الإنجابية لتلبية احتياجات النساء، بما في ذلك إشراكهن في قيادة وتخطيط وصنع القرار وإدارة وتنفيذ وتنظيم وتقييم الخدمات الصحية<sup>1</sup>

<sup>1</sup> احمد درديش ، العفريت مسعودة، مرجع سبق ذكره، 6-7.

## المطلب الثالث: العناصر المكونة للصحة الانجابية

### 1/ الرعاية قبل الزواج:

يبدأ الاهتمام بمفهوم الصحة الإنجابية في الأعمار المبكرة وخاصة لدى الإناث فلا يد من تهيئة الفتاة للزواج والانجاب في مرحلة الطفولة والبلوغ وليس فقط بعد الزواج، فهناك مشاكل صحية متعلقة بفترة ما قبل الزواج ومشاكل بعد الزواج.

لتوفير رعاية صحية ممتازة، يجب مراعاة المشاكل التالية:

- نقص النمو وسوء التغذية: يحتاج الجسم إلى غذاء متوازن و طاقة كافية للنمو السليم، حيث يكون الفتيات الناقصات في النمو عُرضة لخطر إنجاب أطفال ذوي وزن منخفض.
- أمراض الروماتيزم: ناتجة عن التهابات متكررة في البلعوم واللوز، وتؤثر على القلب بشكل مزمن وخاصةً على صماماته، مما يزيد من خطورة الحمل على صحة الأم.
- مرض السكري: يصيب الأطفال ويحتاجون إلى جرعات يومية من الأنسولين، ويتطلب متابعة دقيقة أثناء الحمل لحماية صحة الجنين.
- الإعاقة البدنية: مثل شلل الأطفال أو نتيجة لحوادث المرور، والتي قد تسبب مشاكل نفسية وجسدية للنساء، مما يؤثر على حياتهن الزوجية وقدرتهن على الإنجاب.<sup>1</sup>
- الزواج والحمل المبكر يعرض الفتيات لخطر كبير بسبب عدم اكتمال النضج من الأفضل صحيا عدم حدوث أول حمل قبل سن الثامنة عشرة لما فيه من أضرار على المرأة والجنين، والزواج المبكر له عدد من العواقب:

- النساء اللاتي يتزوجن مبكرا ينزعن عن التوقف عن الدراسة ويكون معزولات اجتماعيا.
- يتم الضغط عليهن لبدأ الحمل والولادة بعد الزواج مباشرة.
- غالبا يعرفن القليل عن تنظيم الاسرة والامراض المنقولة عن طريق الاتصال الجنسي.
- يفتقد القدرة على أخذ قرارات خاصة بصحتهن وخاصة اذا كان ازواجهن أكبر سنا.
- الزواج المبكر يؤدي الى صعوبة تجنب الأسرة الحلقة المفرغة من الأمية، والعدد الكبير من الاطفال و الفقر.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مفهوم الصحة الانجابية، موقع وارة الصحة السورية متوفر على: [yomgedid.kenanaonline.com](http://yomgedid.kenanaonline.com)، اطلع عليه يوم 2024/05/03، 20:30.

<sup>2</sup> فرزانه رودي فهيبي، لوري آشفوردي، الصحة الانجابية والجنسية، دليل الاعلاميين، مكتب المراجعة السكانية، 2008، واشنطن، الولايات المتحدة الأمريكية، ص8، متوفر على: [www.prb.org](http://www.prb.org)، اطلع عليه يوم: 2024/05/03، 22:23.

- زواج الأقارب التلاقي إصابات بالأمراض الوراثية التي تنتقل بين العائلات التي تستمر في التزاوج من بعضها فلا بد من إجراء فحوصات طبية قبل الزواج خاصة في العائلات التي تكثر فيها أمراض وراثية مثل التلاسيميا.
- السلوكيات غير الحميدة تؤثر سلباً على الصحة مثل التدخين الكحول الأمراض التناسلية.
- كما لا بد من التركيز على أهمية النظافة الشخصية وضرورة إتباع سلوك صحي سليم .

من هنا نرى مدى أهمية الرعاية والتوعية الصحية والفحص الطبي قبل الزواج.

## 2- رعاية الحامل:

يمتد الحمل الطبيعي (40) أسبوع وهو الفترة الزمنية من اليوم الأول لآخر دورة طمثية وحتى بداية المخاض يرافق العمل تغيرات فيزيولوجية وغدية تشريحية وتختلف هذه العلامات تبعاً لسن الحمل.

على الحامل مراجعة المركز الصحي أثناء فترة الحمل (8) زيارات منذ بدأ تشخيص الحمل وذلك لإجراء فحص طبي يتضمن ( تحاليل الدم والبول جرعات كزاز فحص أسنان تهيئة الأم للإرضاع الطبيعي فيجب التأكيد على أهمية البدء بالإرضاع بعد الولادة مباشرة وعدم استعمال المحاليل السكرية).

يجب أن تراجع الحامل الطبيب فوراً لدى حدوث أي حالة طارئة ويجب التأكيد على الحامل على الولادة في مؤسسة صحية وعلى أيدي مدربة للوصول إلى ولادة آمنة ولا بد للمرأة من الحصول على رعاية صحية أثناء فترة النفاس وضرورة الاهتمام بتغذيتها ونظافتها الشخصية.

## 3/ تنظيم الأسرة:

هو سلوك حضاري يوفر الزوجين خيار مناسب للتحكم بموعد البدء بإنجاب الأطفال وعددهم والفترة الفاصلة بين الواحد والآخر ومتى يجب التوقف عن الإنجاب كل حسب ظروفه ومقدرته وموافقة الزوجين ضمن الإطار الصحي الذي يركز على صحة الأم والطفل

## فوائد تنظيم الأسرة:

- ✓ لو كانت كل الفترات بين الولادة سنتين على الأقل لنقصت نسبة وفيات الرضع.
- ✓ خفض إصابة النساء بفقر الدم.
- ✓ خفض معدل نمو الأسرة وهذا يساعد على تحسين مستوى الحياة والصحة.
- ✓ الحد من الصعوبات الاقتصادية المصاحبة لكثرة الأولاد.

- ✓ حماية الشابات أو النساء العليلات من أخطار الولادة.
- ✓ الحد من الإصابة من سوء التغذية للأم والطفل.
- ✓ خفض احتمال لجوء السيدات للإجهاض غير المشروع الذي يكون خطراً عليهن.<sup>1</sup>

**وسائل تنظيم الأسرة تتوفر مجاناً في المراكز الصحية وهي:**

### ➤ الوسائل المزروعة:

هي كبسولات صغيرة وهرمونية توضع تحت جلد الذراع العلوي، تحتوي على هرمون البروجسترون فقط وتتبع تقنية أقرص البروجسترون الفموية. يتم زراعتها ونزعها من قبل أحد مقدمي خدمات الرعاية الصحية وتستخدم لمدة تتراوح بين 3 و5 أعوام حسب نوع الأداة المزروعة.

فعالة في أكثر من 99% من الحالات، تحتاج لتذكير ويمكن أن تسبب تحسس في مكان وضعها.<sup>2</sup>

### ➤ الحقن:

عبارة عن حقنة في العضل تحتوي على هرمون البروجيسترون، وينبغي أخذها كل ثلاثة أشهر. فهي تمنع حدوث الحمل عن طريق زيادة كثافة افرازات عنق الرحم، وبالتالي تحول دون وصول الحيوانات المنوية الى قناتي فالوب، ووقف الإباضة وتغيير بطانة الرحم.<sup>3</sup>

### ➤ الاجهزة التي توضع داخل الرحم ( اللولب):

اللولب النحاسي: جهاز بلاستيكي صغير ومرن يحتوي على لولب / سلك نحاسي يوضع داخل الرحم وتتراوح مدة فعاليته حسب نوعه من 3 إلى 10 أعوام

اللولب الهرموني: يعمل على منع وصول الحيوانات المنوية إلى البويضة، كما يعمل على منع البويضة من الاستقرار أو الالتصاق ببطانة الرحم. يجب أن يتم استبداله كل 5 سنوات.

✓ يتم تركيب اللولب بعد 40 إلى 60 يوماً من الإنجاب، أما في حالات الإجهاض فإن اللولب يوضع بعد أول دورة شهرية.

<sup>1</sup> مفهوم الصحة الانجابية، مرجع سبق ذكره، اطلع عليه يوم 2024/05/03، 20:50.

<sup>2</sup> دليل تدريبي حول مواضيع في الصحة الانجابية سلسلة انت هي، الهيئة الوطنية لشؤون المرأة اللبنانية، 2017، ص 24. متوفر على [The-Manual-V0.3-Family-Planning.pdf](http://The-Manual-V0.3-Family-Planning.pdf) (nclw.gov.lb) اطلع عليه يوم: 03/05/2024، 18:00.

<sup>3</sup> وسائل منع الحمل، الادارة العامة للعناية الشخصية والصحة والرفاهية، رومانيا، 2019، ص 25، متوفر على: [https://www.saperidoc.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/1%252Fc%252F2%252FD.e36725d6883\\_aebd8fd0c/P/BLOB%3AID%3D1175/E/pdf?mode=download](https://www.saperidoc.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/1%252Fc%252F2%252FD.e36725d6883_aebd8fd0c/P/BLOB%3AID%3D1175/E/pdf?mode=download) اطلع عليه يوم 2024/05/03، 21:15.

- ✓ يزيد من القوات العدوى وأمراض الالتهاب الحوضي والأمراض الالمهبلية، كذلك الأمراض.
- ✓ يمكن أن يسبب تقلصات أو نزيف أو ثقب في بطانة الرحم أو عنقه إذا ما تحرك من مكانه.
- ✓ يمكن استخدامه أيضا لمنع الحمل الاستدراكي.

### ➤ العوازل الذكرية:

أغلفة تغطي العضو الذكري، تشكل حاجزاً يحول دون اتصال الحيوانات المنوية للرحم. فعالة في أكثر من 89% من الحالات إذا ما تم استخدامها بشكل صحيح و 85% إذا ما تم استخدامها بالطرق الشائعة. تحد من عدوى الأمراض المنقولة جنسياً، بما في ذلك عدوى فيروس الأيدز / السيدا .

### ➤ العوازل الأنثوية:

- بعد الحجاب العازل الأنثوي نوعاً من الأقراص المصنوعة من السيليكون والتي توضع داخل المهبل قبل الجماع، ويغطي عنق الرحم بحيث لا يمكن للحيوانات المنوية الوصول إلى الرحم. ويستخدم مع كريم مبيد للنفط
- فعالة في أكثر من 90% من الحالات إذا ما تم استخدامها بشكل صحيح و 79% إذا ما تم استخدامها بالطرق الشائعة
- تحمي من الأمراض المنقولة جنسياً، بما في ذلك عدوى فيروس الأيدز / السيدا<sup>1</sup>

### ➤ حبوب منع الحمل:

تُستخدم عادة مصطلح "حبوب منع الحمل" للإشارة إلى الحبوب التي تُؤخذ عن طريق الفم، وتحتوي على مزيج من الهرمونات الأنثوية، مثل الإستروجين والبروجستيرون، والتي تمنع الحمل عن طريق إيقاف الإباضة وتغيير بطانة الرحم وقناتي الفالوب. تعطل تناول هذه الحبوب دورة الحيض الطبيعية يومياً، وعند التوقف عن تناولها، قد يحدث نزيف مشابه للحيض نتيجة انخفاض مؤقت في مستويات الهرمونات، إلا أن بعض الأنواع لا تسبب نزيفاً عند التوقف عن تناولها تماماً.

### ➤ لاصقة منع الحمل:

<sup>1</sup> دليل تدريبي حول مواضيع في الصحة الانجابية سلسلة انت هي، مرجع سبق ذكره، ص2، اطلع عليه يوم: 03/05/2024، 19:00.

ان لاصقة منع الحمل عبارة عن لاصقة صغيرة تحتوي على نفس الهرمونات الأنثوية المستخدمة في حبوب منع الحمل المركبة (الإستروجين والبروجسترون) تطلق اللاصقة جرعة يومية من الهرمونات عبر الجلد و تعمل تماما مثل حبوب منع الحمل، وتمنع الإباضة)

➤ وسائل منع الحمل الطبيعية: كانقطاع الخيص اثناء الرضاعة ، طريقة مراقبة الخصوبة المحسوبة،...<sup>1</sup>

من المهم ذكره أن لكل أسرة وسيلة تنظيم خاصة بها يتم اختيارها من الزوجين بعد التشاور مع المسؤول الصحي تبعا للوضع الصحي للسيدة .

#### 4/ الأمراض المنتقلة بالجنس أهمها:

العداوي المنقولة جنسيا التي تلي هي منتشرة عالميا وبالرغم من ذلك فإن معدلات الإصابة لكل نوع غير معروف في المنطقة لعدم توافر البيانات والتعرف على تشخيص وعلاج عدوى الجهاز التناسلي مهم جدا وذلك بسبب العواقب التي تقع على الرجال والنساء، وفي بعض الأحيان الأطفال.

- الكلاميديا Chlamydia: إذا لم يُعالج، تسبب التهابات في الحوض تؤدي إلى العقم وحدوث الحمل خارج الرحم.
- الهربس التناسلي (الحلا التناسلي) Genital Herpes : ينتقل بسرعة بين الشركاء، ومن الأم إلى الطفل، مما يجعله يشكل خطراً على الصحة العامة.
- السيلان Gonorrhea قد لا تظهر الأعراض في النساء، لكن يمكن أن يؤدي إلى التهابات في الحوض والعقم إذا لم يُعالج.
- فيروس البابلوسي البشري Human Papillomavirus (HPV) عدوى منقولة جنسياً شائعة، وبعض أنواعه قد تسبب سرطان عنق الرحم إذا لم يتم معالجتها.
- الزهري Syphilis: إذا لم يتم علاجه، يمكن أن يتسبب في تلف الجهاز العصبي والقلب ويؤدي في النهاية إلى الوفاة، ويزيد خطر حدوث تشوهات للجنين.
- التريكوموناس Trichomoniasis: عدوى بطفيلي تنتقل جنسياً، وتشكل خطراً على النساء الحوامل بسبب زيادة خطر ولادة أطفال ناقصي الوزن في حال فشل العلاج.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> وسائل منع الحمل، مرجع سبق ذكره، ص 21، اطلع عليه يوم 2024/05/03، 21:15.  
<sup>2</sup> فرزانه رودي فهيبي، لوري آشفور، مرجع سبق ذكره، ص 37، اطلع عليه يوم: 2024/05/03، 22:23.

- فيروس نقص المناعة البشرية (HIV): يسبب متلازمة نقص المناعة المكتسبة ((AIDS، وهي حالة تتطور في المرحلة المتأخرة من الإصابة بالفيروس، حيث يتم تدمير خلايا CD4 في الجسم، مما يؤدي إلى فقدان وظيفة النظام المناعي وتعرض الجسم للإصابة بأمراض خطيرة مثل التهاب الرئة المسبب للتكيس وداء المقوسات.

#### ➤ طرق العدوى:

- يمكن لفيروس نقص المناعة الأدمية أن يمر مباشرة من شخص لآخر عن طريق المباشرة الجنسية، نقل الدم ومشتقاته الانتقال من الأم إلى الجنين واستخدام ابر وحقن ملوثة. وتتضمن طرق الانتقال من الأم إلى الطفل:
- انتقال العدوى من الأم إلى الجنين داخل الرحم عبر المشيمة
- انتقال العدوى أثناء عملية الولادة عن طريق دخول أو ابتلاع الدماء أو السوائل الأخرى.
- انتقال العدوى بعد الولادة عن طريق رضاعة لبن يحمل العدوى<sup>1</sup>.

### 5/ الكشف المبكر من السرطانات النسائية:

#### ✓ سرطان الثدي:

الفحص الذاتي للثدي أن أكثر من 95% من أورام الثدي تكتشف من قبل المرأة نفسها لذلك لا بد من تثقيف النساء للقيام بالفحص الذاتي للذي الوقت المناسب له الأسبوع الذي يلي الدورة الطمثية للنساء في سن الإنجاب وفي مطلع كل شهر بعد سن الإنجاب.

لا بد من تحري أي تغيير في الثدي شكل أو حجم الثدي أو تغير بالحلمة ولا بد من تحر الكتل قد يكون معظم التغيرات ناتج عن كيسات أو كتل دهنية ويمكن معالجتها بسهولة.

على السيدة مراجعة المركز الصحي التعلم طريقة الفحص الذاتي للثدي وإجراء الصورة الشعاعية للثدي عند الحاجة<sup>2</sup>.

#### ✓ سرطان عنق الرحم:

سرطان عنق الرحم ينتج عن عدوى فيروس البابلوسي البشري (HPV)، وهو يؤثر على الإناث خاصة في البلدان الفقيرة، حيث يمكن أن تتحول التغيرات القبلية في الخلايا إلى سرطان في غضون 10-20 سنة، وبالتالي فإن تشخيصه وعلاجه في مراحل مبكرة يمكن أن يمنع الموت<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة، الدليل الطبي لتقديم خدمات الصحة الإنجابية والجنسية، ط4، لندن، المملكة المتحدة، 2004، ص 342.

<sup>2</sup> مفهوم الصحة الإنجابية، مرجع سبق ذكره ، اطلع عليه يوم 2024/05/03، 20:58.

## الحقوق الإيجابية:

- الحق في الحصول على أعلى مستوى من الصحة الأسرية والإيجابية. بما في ذلك إتاحة خدمات رعاية الصحة الإيجابية.
- الحق في اتخاذ القرارات المتعلقة بالإيجاب دون قسر أو عنف أو تمييز.
- الحق في الوصول الى المعلومات المتعلقة بالصحة الإيجابية وتلقيها ونقلها.
- الحق في اختيار الشريك و الزواج الرضائي .
- وتتطلب الممارسة المسؤولة لحقوق الإنسان أن يحترم جميع الأشخاص حقوق الآخرين.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> فرزانه رودي فهيمي، لوري آشفورد، مرجع سبق ذكره، ص 55، اطلع عليه يوم: 2024/05/03، 22:23.

<sup>2</sup> مفهوم الصحة الانجابية، مرجع سبق ذكره، اطلع عليه يوم 2024/05/03، 21:10.

## المبحث الثاني: تعريف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي

### المطلب الأول: تعريف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي

الجمعية الجزائرية لتنظيم العائلي (AAPF) هي منظمة غير حكومية غير ربحية، أنشئت في أكتوبر 1987، أول مؤسسها هو تيجاني هدان أول وزير صحة بعد الاستقلال، تعمل من أجل رفاهية وتنمية الفرد والأسرة، في مجتمع عادل ومتوازن ومهمتها هي تعزيز حقوق الصحة الجنسية والإنجابية، وتنظيم الأسرة.

عام 1990، انضمت الجمعية إلى الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة اقليم العالم العربي (IPPF)، الذي يضم 150 جمعية لتنظيم الأسرة حول العالم و أصبحت عضو فيه، لديها 38 مكتب ولائي (مقر في الشرق قسنطينة و مقر في الغرب وهران)، مقرها الرئيسي في بئر خادم الجزائر العاصمة.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أهداف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي:

- العمل مع الشباب: تزويد الشباب بمعلومات موثوقة حول حقوق الصحة الجنسية
- تحسين نوعية حياة الأفراد من خلال تعزيز حقوق الصحة الجنسية والإنجابية، من خلال الدعوة وتوفير الخدمات، وخاصة بين الفقراء والضعفاء.
- تعزيز الأمومة الآمنة ومكافحة العواقب الضارة لعمليات الإجهاض غير الآمنة على صحة المرأة.
- المساهمة في الكفاح من أجل القضاء على الأمراض المنقولة جنسيا والحمل غير المرغوب فيه وفيروس نقص المناعة البشرية/الإيدز.
- تعزيز المعلومات كوسيلة للوقاية، على وجه الخصوص مع الشباب.
- تسهيل خدمات الصحة الجنسية والإنجابية.
- ضمان الوصول إلى المعلومات للجميع وأكثر وخاصة بالنسبة للضعفاء والفقراء.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: تعريف صفحة الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي

هي صفحة رسمية للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، تنشر كل يوم على صفحتها معلومات توعوية اعلامية عن الصحة الانجابية، مثل النشاطات و الحملات الاعلامية التوعوية التي تقوم بها الجمعية في

<sup>1</sup> مقابلة مع مديرة البرامج للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، أسماء زيتوني، يوم 03/03/2024، 09:30.  
<sup>2</sup> مقابلة مع المديرة التنفيذية للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، صالحى سمية، يوم 03/03/2024، 10:00.

الواقع وكذلك التوعوية حول كل مواضيع الصحة الانجابية من خلال فيديوهات و صور او روابط  
لحصص على موقع الزوم منشورة على صفحة الفيسبوك.

أنشأت صفحة الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي في 21 ديسمبر 2020 بإسم AAPF  
Officiel و هو الاسم الحالي لحد الساعة، يتابعها حاليا الفان و ثلاثين متابع %66,90 منهم اناث و  
%33,10 ذكور. لها عدة منصات للتواصل كاليوتيوب، الفايفر، الواتساب و الموقع الالكتروني.

صفحة الفيسبوك تحمل المعلومات الاساسية الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي ، وتشمل موقع الجمعية  
(Birkhadem, Birkhadem, Alger,16000) ، رابط الموقع الإلكتروني (aapfdz.org) ، رقم  
الهاتف (023499824) و ايميل الخاص بالجمعية ([apfdz@yahoo.fr](mailto:apfdz@yahoo.fr)).

المبحث الثالث: توظيف الجمعية الجزائرية للتنظيم العالي لصفحة الفيس بوك في التوعية بالصحة الانجابية

المطلب الاول: فئات الشكل

1/ فئة اللغة:

• التحليل الكمي:

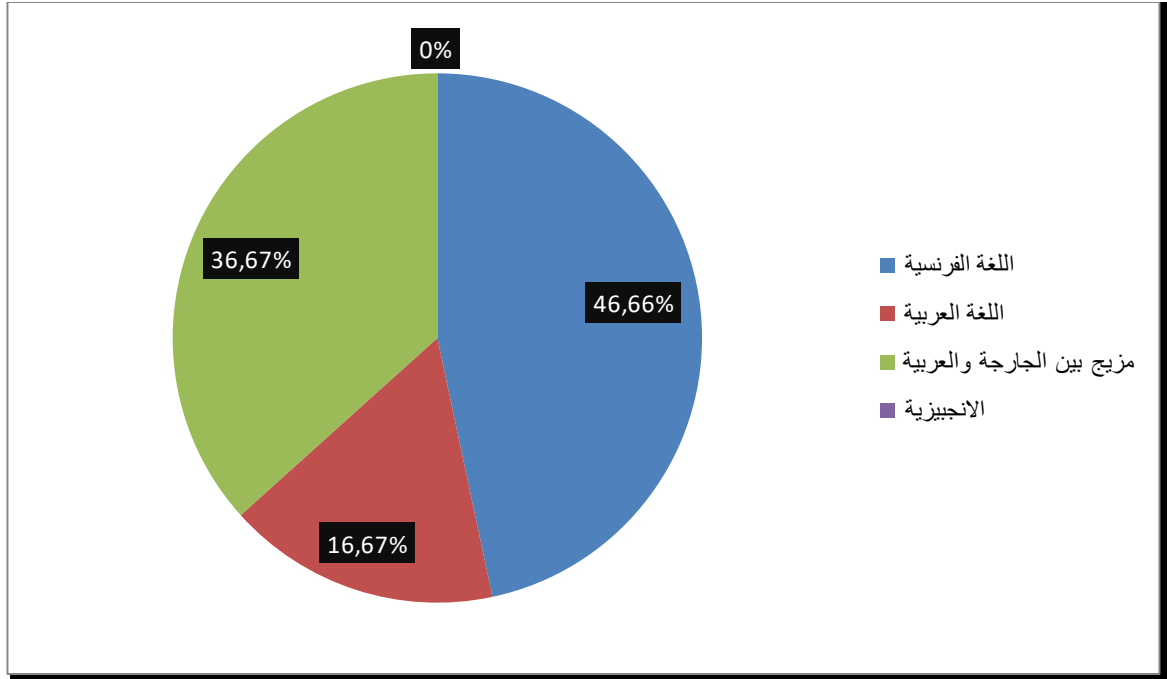
جدول 2: يوضح اللغة المستخدمة في عينة البحث.

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
العربية	05	16.67%
الفرنسية	14	46.66%
مزيج بين الدارجة و اللغة العربية	11	36.67%
الانجليزية	00	00%
المجموع	30	100%

• التحليل الكيفي:

يتبين من الجدول رقم 2 أن اللغة السائدة في عرض منشورات صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي هي اللغة الفرنسية والتي قدرت بنسبة 46.66% ، تليها مزيج بين الدارجة و اللغة العربية بنسبة 36.67%، ثم اللغة العربية بنسبة 16.67% ، وأما نسبة استعمال اللغة الانجليزية هي 00%، مما يفسح المجال للقول ان صفحة AAPF تعتمد بشكل اساسي على اللغة الفرنسية في نشر مضامينها، حيث صرحت مديرة البرامج زيتوني أسماء: "أن استعمال اللغة الفرنسية في لتقديم النشاطات راجع الى أن هناك فئة كبيرة من أصحاب المجال كأطباء وقابلات يقومون بالاطلاع على هذه المنشورات ، و لكن في تقديم معلومات عن مواضيع الصحة الانجابية سواء في الحصص على تطبيق زوم أو الفيديوهات المنشورة فإننا نمزج بين اللغة العربية والدارجة بشكل كبير ليفهمها كافة الناس بغض النظر عن مستواهم"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> مقابلة مع مديرة البرامج للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، أسماء زيتوني، يوم 13/05/2024، 09:15.



رسم توضيحي 1 يوضح اللغة المستعملة

2/ فئة أشكال النشر:

• التحليل الكمي:

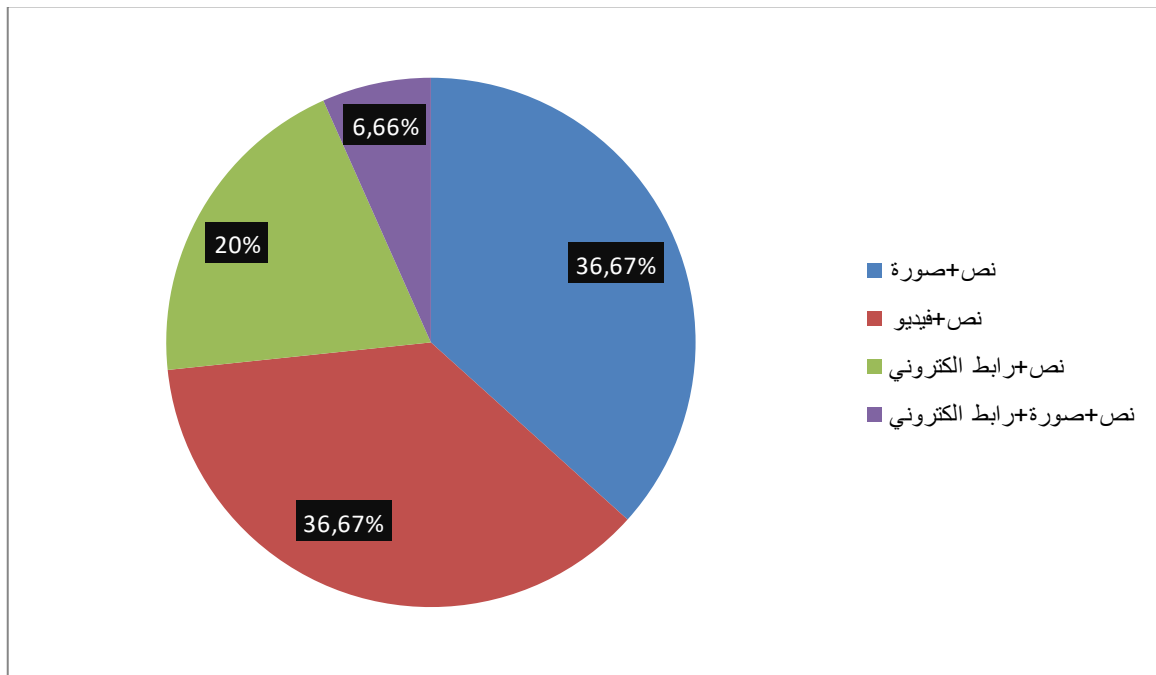
جدول 3: يوضح أشكال النشر

النسبة المئوية	التكرار	أشكال النشر
36.67%	11	نص + صورة
36.67%	11	نص + فيديو
20%	06	نص + رابط الكتروني
6.66%	02	نص + صورة + رابط الكتروني
100%	30	المجموع

• التحليل الكيفي:

تشير الأرقام المسجلة من خلال الجدول 3 أن الشكل المستخدم لعرض منشورات صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، هو نص + صورة و نص + فيديو، بنسبتين

متساويتين 36,67 % ويليها شكل نص+ رابط بنسبة 20 % حيث بلغت نسبة شكل نص+ رابط الالكتروني 20 % ، اما في ما يخص شكل نص+ صورة+ فيديو بلغت نسبته 6,66%، مما يدل ان صفحة الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي على الفايسبوك تعتمد في عرض منشورتها على نص مرفوق بصورة أو فيديو بدرجة أولى لسهولة استخدامها وتوظيفها و جذب انتباه المتابعين بما تنشره الجمعية حيث اضافت **مديرة البرامج زيتوني أسماء** "استخدام الفيديوهات لتقديم محتوى بطريقة بصرية ومبسطة لزيادة فهم الجمهور وتوسيع الوعي بقضايا الصحة الانجابية وأهميتها وتقديم معلومات بطريقة تفاعلية سهلة الفهم"<sup>1</sup>، وكذلك تستخدم الروابط بنسبة قليلة وهذا يدل على ان الجمعية تفضل مشاركة المحتوى مباشرة بدلا من توجيه المتابعين الى المواقع الخارجية "لكن استعمال الروابط الالكترونية لتسهيل الوصول الى المعرفة والتوعية بالصحة الانجابية بدلا من الاعتماد على الجلسات الحضورية التقليدية، حيث تعكس تطور الجمعية في استراتيجيات التوعية والتكيف مع التكنولوجيا والظروف الاجتماعية لتوفير الخدمات و المعلومات للجمهور دون الحاجة للتنقل و التعب" هذا ما اضافته **مديرة البرامج زيتوني أسماء** فيما يخص الروابط الإلكترونية المتعلقة بحصص الزوم.<sup>2</sup>



رسم توضيحي 2 يوضح أشكال النشر

### 3/ فئة أشكال عناوين المنشورات:

<sup>1</sup>مقابلة مع مديرة البرامج للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، أسماء زيتوني، مرجع سبق ذكره.  
<sup>2</sup>مقابلة مع مديرة البرامج للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، أسماء زيتوني، مرجع سبق ذكره.

• التحليل الكمي:

جدول 4: يوضح أشكال العناوين المستعملة في المنشورات

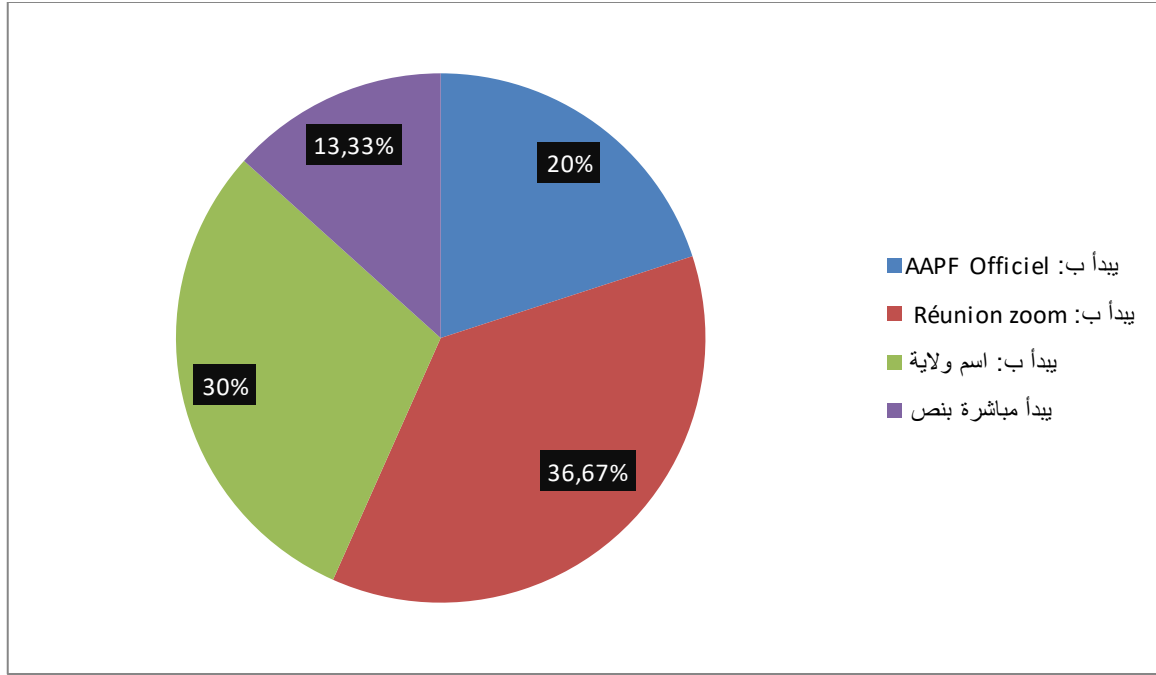
العنوان المستعمل	التكرار	النسبة المئوية
يبدأ ب: AAPF Officiel	06	20%
يبدأ ب: Réunion zoom	11	36,67%
يبدأ ب: اسم ولاية	09	30%
يبدأ مباشرة بنص	04	13,33%
المجموع	30	100%

• التحليل الكيفي:

نلاحظ من الجدول 4 الذي يوضح العناوين المستعملة في المنشورات على صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي ، أن العناوين التي تبدأ ب Réunion zoom كان لها النسبة الأكبر قدرت ب 36,67%، لتليها العناوين التي تبدأ ب اسم ولاية بنسبة 30% ، ثم العناوين التي تبدأ ب AAPF Officiel بنسبة 20% ، وأخيرا العناوين التي تبدأ مباشرة بنص بنسبة 13,33% .

حيث فسرت مديرة البرامج أسماء زيتوني هذه النتائج: "عندما يقدم المكتب الولائي نشاط معين نبدأ العنوان باسم الولاية يعني أن النشاط أقيم في تلك الولاية، و AAPF Officiel، يعني أن النشاط او المعلومة مقدمة من طرف مقر الجمعية بالجزائر العاصمة، اما Réunion zoom نستعملها للدلالة على أن هناك حصص عن بعد على تطبيق الزوم"<sup>1</sup>

<sup>1</sup>مقابلة مع مديرة البرامج للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، أسماء زيتوني، مرجع سبق ذكره.



### رسم توضيحي 3 يوضح أشكال عناوين المنشورات

4/ فئة مساحة المنشورات المتعلقة بالصحة الانجابية ( من خلال عدد الأسطر):

#### • التحليل الكمي:

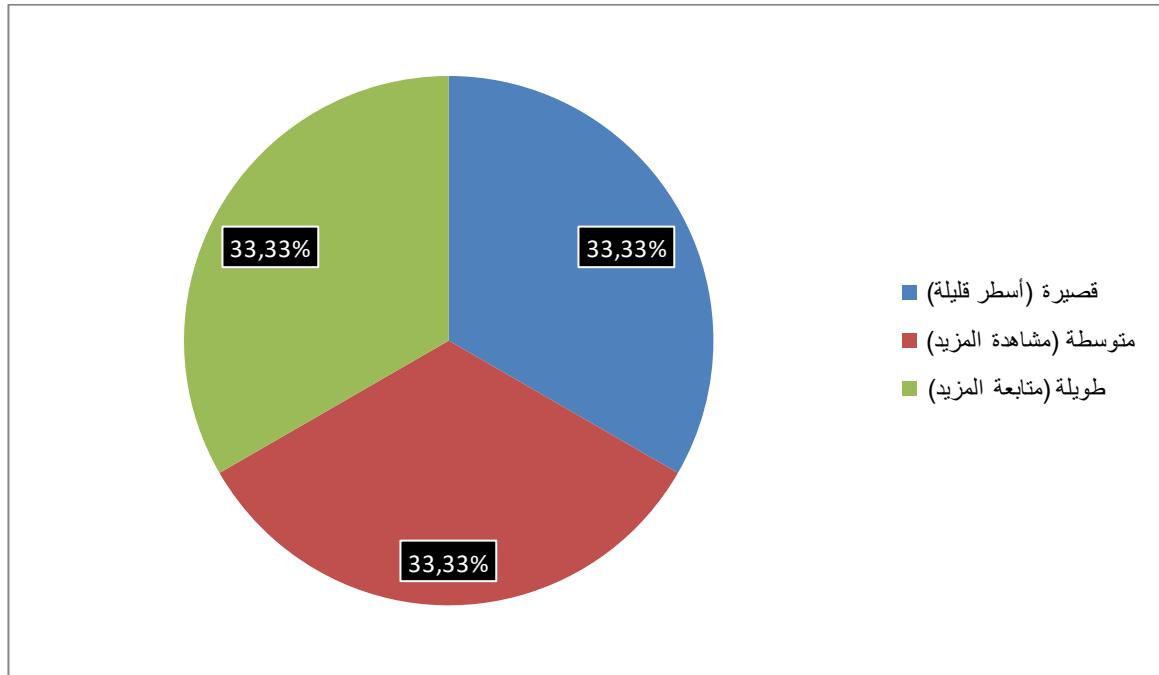
جدول 5 : يوضح مساحة المنشورات المتعلقة بالصحة الانجابية:

النسبة المئوية	التكرار	المساحة
33.33%	10	قصيرة (أسطر قليلة)
33.33%	10	متوسطة (مشاهدة المزيد)
33.33%	10	طويلة (متابعة المزيد)
100%	30	المجموعة

#### • التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال بيانات الجدول 5 الذي يوضح مساحة المنشورات المتعلقة بالصحة الانجابية على صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، أن هناك توزيع متساوي لمساحة المنشورات بين قصيرة (أسطر قليلة)، متوسطة (مشاهدة المزيد) والطويلة (متابعة المزيد) بنسبة

33,33% ، حيث يشير الى تنوع في طرق تقديم المعلومات على صفحة AAPF على صفحة الفيسبوك. ويهدف التوازن و التنوع في مساحة المنشورات الى جذب اهتمام واستقطاب جمهور متنوع ، حيث صرحت المديرية التنفيذية صالحى سمية: "المنشورات ذات الطول المتوسط و الطويلة أكثر جاذبية للقراءة والنقاشات العميقة، في حين المنشورات القصيرة أكثر جاذبية لبعض الاشخاص للتصفح السريع والتفاعل السريع نظرا لضيق الوقت القصير الذي يقضونه في التصفح"<sup>1</sup>



رسم توضيحي 4 يوضح مساحة المنشورات المتعلقة بالصحة الانجابية

المطلب الثاني: فئات المضمون

1/ فئة المواضيع المنشورة:

• التحليل الكمي:

جدول 6: يوضح المواضيع المنشورة

المواضيع المنشورة	التكرار	النسبة المئوية
السرطانات النسائية	2	6,66%
الجهاز التناسلي الأنثوي	3	10%
الجهاز التناسلي الذكري	2	6,66%

<sup>1</sup>مقابلة مع المديرية التنفيذية للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، صالحى سمية، يوم 13/05/2024، 11:00.

البلوغ	1	3,33%
الدورة الشهرية	4	13,34%
الحمل	4	13,34%
العنف ضد المرأة	5	16,66%
السيدا	7	23,34%
وسائل منع الحمل	2	6,66%
المجموع	30	100%

### • التحليل الكيفي:

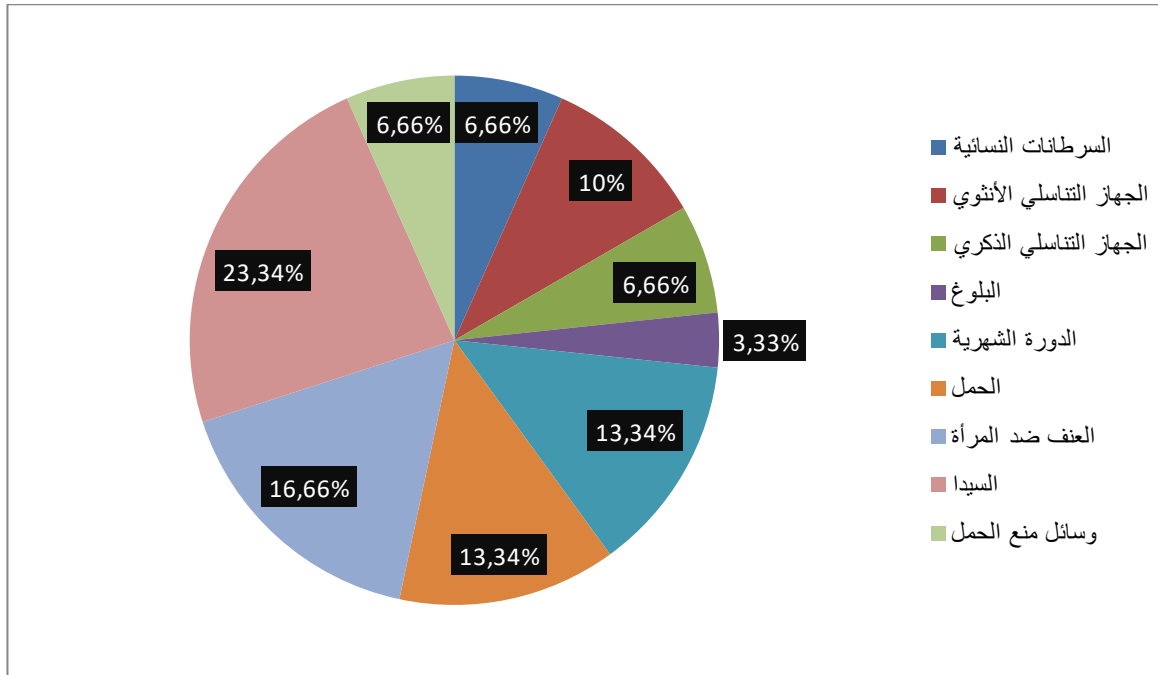
نلاحظ من خلال الجدول 6 الذي يوضح المواضيع المنشورة على صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي أن المواضيع الخاصة بالعنف ضد المرأة والسيدا تحظى بأعلى نسبة مشاركة على الإطلاق، بنسبة 16.66% و 23.34% على التوالي، مما يشير إلى أهمية كبيرة لهذه القضايا بالنسبة للمتابعين. حيث صرحت مديرة البرامج زيتوني أسماء " وجود إشكاليات اجتماعية صحية خطيرة تواجهها المجتمعات، وبالتالي تبرز الحاجة الماسة إلى الوعي والتوعية حول هذه القضايا هذا ما جعلنا نركز كثيرا علا هذه المحاور لأن شهر نوفمبر يصادف فيه اليوم العالمي ضد العنف، و شهر ديسمبر يصادف فيه اليوم العالمي للسيدا هذا ماجعلنا نركز على هذين الموضوعين على غرار باقي المواضيع"<sup>1</sup>.

أما بالنسبة لمواضيع الدورة الشهرية والحمل تظهر أن هذه المواضيع تستحوذ على نسبة مشاركة مرتفعة بين 13.34% و 13.34%، تشير النتائج إلى أن الأمور المتعلقة بالدورة الشهرية والحمل لديها اهتمام ملحوظ، مما يعكس الحاجة المستمرة للمعلومات والدعم في هذه المجالات.

السرطانات النسائية، الجهاز التناسلي الأنثوي، والجهاز التناسلي الذكري: يبدو أن هذه المواضيع تحظى بتركيز منخفض نسبياً في صفحة الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، حيث تتراوح نسبتها بين 6.66% و 10%. السرطانات النسائية والجهاز التناسلي، "ان قلة الوعي أو الاهتمام بالمسائل الصحية الخاصة بالتناسل والسرطانات، وهو مجال يحتاج إلى تعزيز التوعية والتثقيف"، هذا ما فسرت به مديرة البرامج زيتوني أسماء هذه النتائج<sup>2</sup>

<sup>1</sup>مقابلة مع مديرة البرامج للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، أسماء زيتوني، مرجع سبق ذكره.

<sup>2</sup>مقابلة مع مديرة البرامج للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، أسماء زيتوني، مرجع سبق ذكره.



رسم توضيحي 5 يوضح المواضيع المنشورة

2/ فئة الجمهور المستهدف:

• التحليل الكمي:

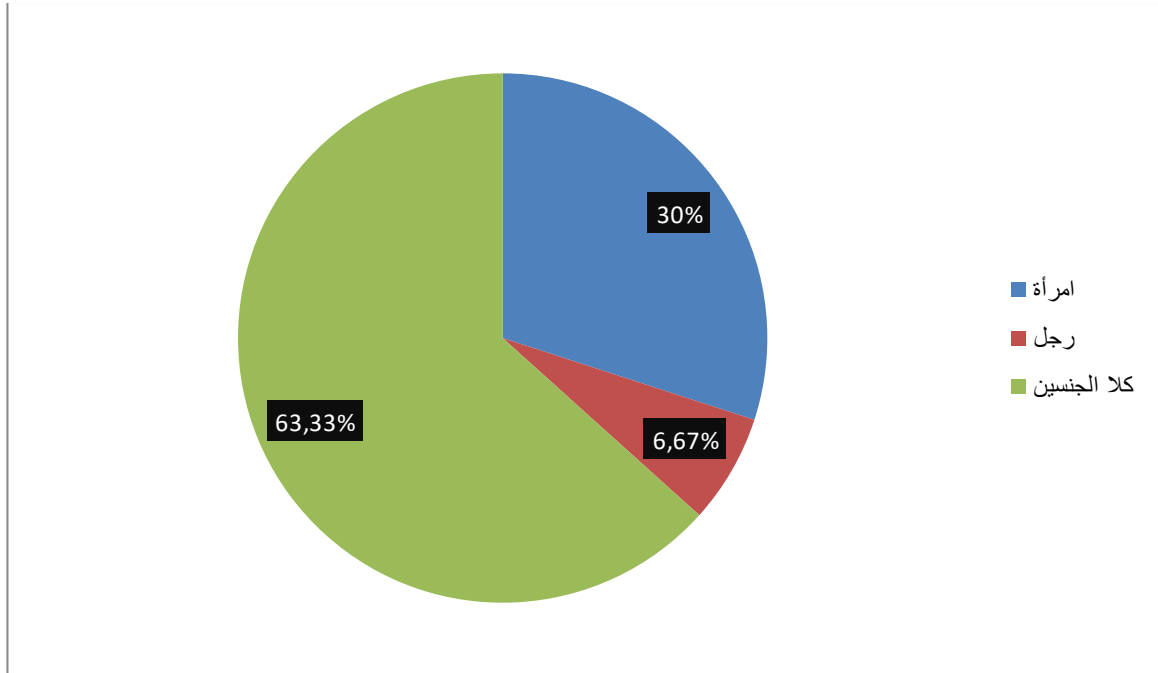
جدول 7 يوضح الجمهور المستهدف

النسبة المئوية	التكرار	الجمهور المستهدف
30%	9	امرأة
6,66%	2	رجل
63.33%	19	كلا الجنسين
100	30	المجموع

• التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول 7 الذي يوضح الجمهور المستهدف على صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، ان الاناث يشكلن الجزء الأكبر من الجمهور المستهدف

بنسبة 30% مقارنة بنسبة الذكور البالغة 6,66%، فيما يمثل الجمهور الذي يتكون من كلا الجنسين نسبة كبيرة تبلغ 63,33%، حيث ارتفع نسبة استهداف الاناث مرده الى الدور التقليدي الذي تلعبه المرأة في الرعاية الصحية داخل الأسرة و المجتمع، حيث أكدت رئيسة الجمعية براهيمى الخامسة وقالت " من المهم التوجيه الشامل للرسائل التوعوية لكلا الجنسين لأن الصحة الانجابية تهم الجميع بغض النظر عن الجنس، وهذا يعزز الشمولية في الحملات التوعوية مما يساهم في تعزيز الوعي الصحي وتحقيق التأثير الايجابي المطلوب على المجتمع بأسره"<sup>1</sup>



رسم توضيحي 6 يوضح الجمهور المستهدف

## 2/ فئة الأهداف:

### • التحليل الكمي:

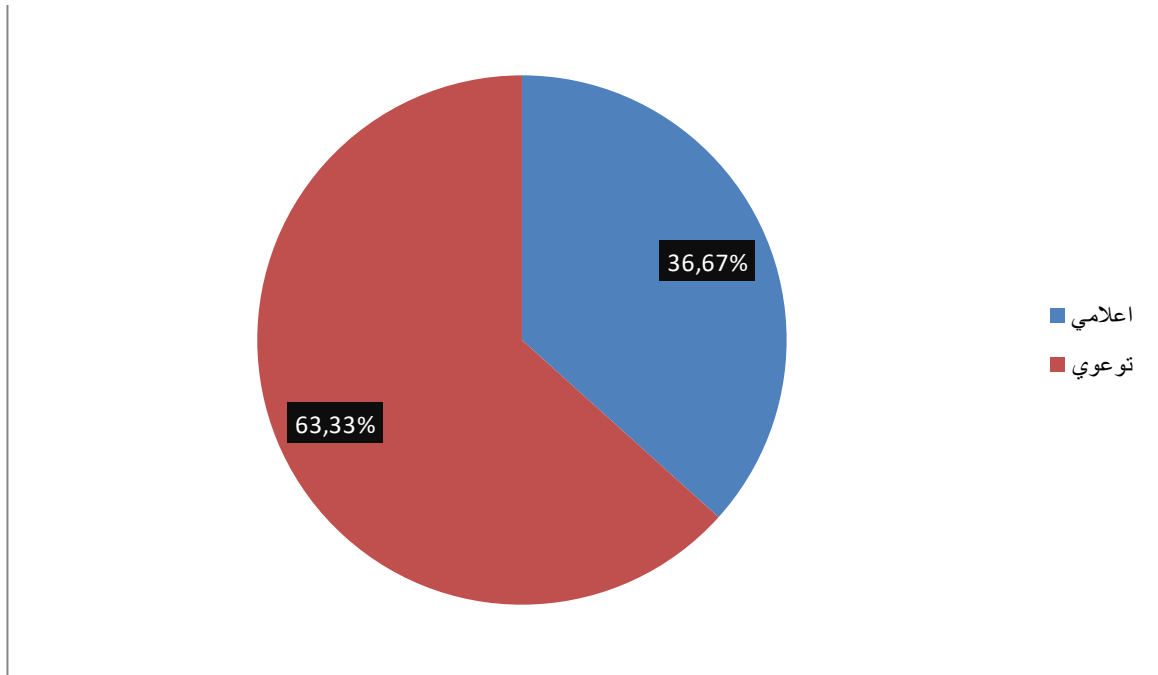
### جدول 8: يوضح الأهداف

الأهداف	التكرار	النسبة المئوية
اعلامي	11	36.67%
توعوي	19	63.33%
المجموع	30	100%

<sup>1</sup>مقابلة مع رئيسة الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، براهيمى الخامسة، يوم 13/05/2024، 10:30.

## • التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول 8 الذي يوضح الأهداف التي تسعى إليها صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي ، أن الهدف التوعوي كان له النسبة الأكبر قدرت ب 63,33% ، أما الهدف الاعلامي قدر بنسبة 36,67%، حيث يشير التركيز الكبير على الهدف التوعوي الى رغبة الجمعية في نشر المعرفة والوعي بقضايا الصحة الانجابية بين الجمهور حيث شملت المحتويات التوعوية المنشورة توجيهات حول التناسل والعناية بالصحة الانجابية وتثقيف الجمهور حول مواضيع الصحة الانجابية مثل التخطيط الأسري كوسائل تنظيم الانجاب وابرز الأمراض المنتقلة جنسيا، أما الهدف الاعلامي وضحت بشأنه المديرية التنفيذية صالحى سمية أنه مرتبط بنشر الأخبار والمعلومات الهامة المتعلقة بالصحة الانجابية، مثل التطورات الطبية الجديدة أو السياسات الصحية ذات صلة، وأيضا الحملات التوعوية التي تقوم بها الجمعية عبر العديد من ولايات الوطن، هذا ما يؤدي الى تعزيز التواصل الفعال وبناء الثقة بين الجمهور والجمعية وتوفير الشفافية حول أنشطة الجمعية ومشاريعها القائمة<sup>1</sup>.



## رسم توضيحي 7 يوضح الاهداف

### 4/ فئة اشكال تفاعل الجمهور مع المنشورات:

<sup>1</sup>مقابلة مع المديرية التنفيذية للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، صالحى سمية، مرجع سبق ذكره.

- فئة عدد الاعجابات:
- التحليل الكمي:

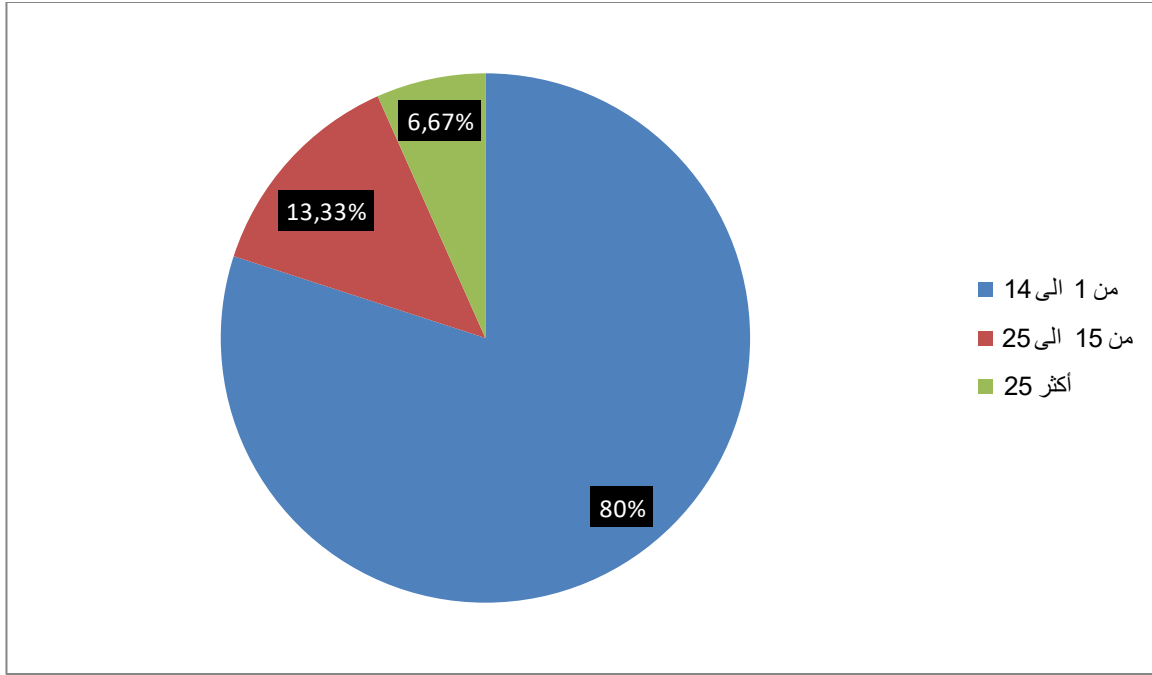
### جدول 9: يوضح عدد الاعجابات

عدد الاعجابات	التكرار	النسبة المئوية
من 1 الى 14	24	80%
من 15 الى 25	04	13.33%
أكثر 25	02	6.67%
المجموع	30	100%

- التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 9 الذي يوضح عدد الاعجابات على صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي أن عدد الاعجابات بالمنشورات التي تنشرها صفحة الفيسبوك AAPF الخاصة بالجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي كانت تتراوح بين 1 الى 14 اعجاب بنسبة 80% ، تليها الإعجابات التي تتراوح بين 15 الى 25 اعجاب 13,33%، ثم أكثر من 25 اعجاب بنسبة 00%، وذلك ما يدل على أن نسبة التفاعل من حيث فئة الاعجاب كانت محدودة بالنسبة لصفحة فيسبوك الخاصة بالجمعية ، وفي هذا الشأن تؤكد **المديرة التنفيذية صالحى سمية** خلال مقابلتنا لها: " هدفنا لم يكن التفاعل أو الأرقام بل نركز على نشر أكبر عدد من المعلومات للإعلام و للتوعية بشكل خاص"<sup>1</sup>

<sup>1</sup>مقابلة مع المديرة التنفيذية للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، صالحى سمية، مرجع سبق ذكره.



### رسم توضيحي 8 يوضح فئة عدد الاعجابات

● فئة عدد التعليقات:

● التحليل الكمي:

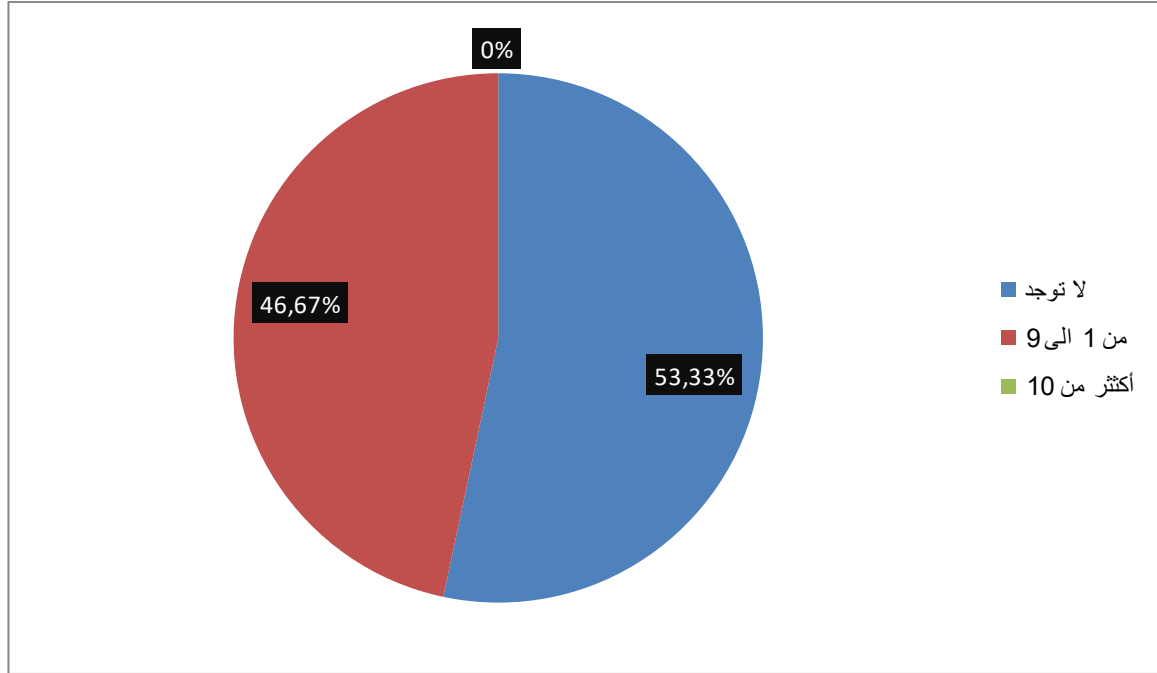
### جدول 10 يوضح عدد التعليقات

عدد التعليقات	التكرار	النسبة المئوية
لا توجد	16	53.33%
من 1 الى 9	14	46.67%
كثير من 10	0	00%
المجموع	30	100%

● التحليل الكيفي:

يظهر تحليل الجدول 10 الذي يوضح عدد التعليقات على صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي الذي يوضح عدد التعليقات أن 53.33% من المنشورات لم يتم التعليق عليها، في حين أن 46.67% من المنشورات تلقت بين 1 و 9 تعليقات، في حين عدم وجود أي مشاركة تلقت أكثر من 10 تعليقات مما يشير إلى نقص التفاعل الجماهيري الكبير، حيث صرحت مديرة

البرامج أسماء زيتوني "سنعمل على استراتيجية لتشجيع المشاركة والتفاعل مع المحتوى، مثل طرح أسئلة، ودعوة للتعليق، وتنظيم مسابقات المشاركات لكن دائما هدفنا ليس زيادة عدد التعليقات بل اوصول المنشورات الى اكبر عدد من الجمهور "1



رسم توضيحي 9 يوضح فئة عدد التعليقات

● فئة عدد المشاركات:

● التحليل الكمي:

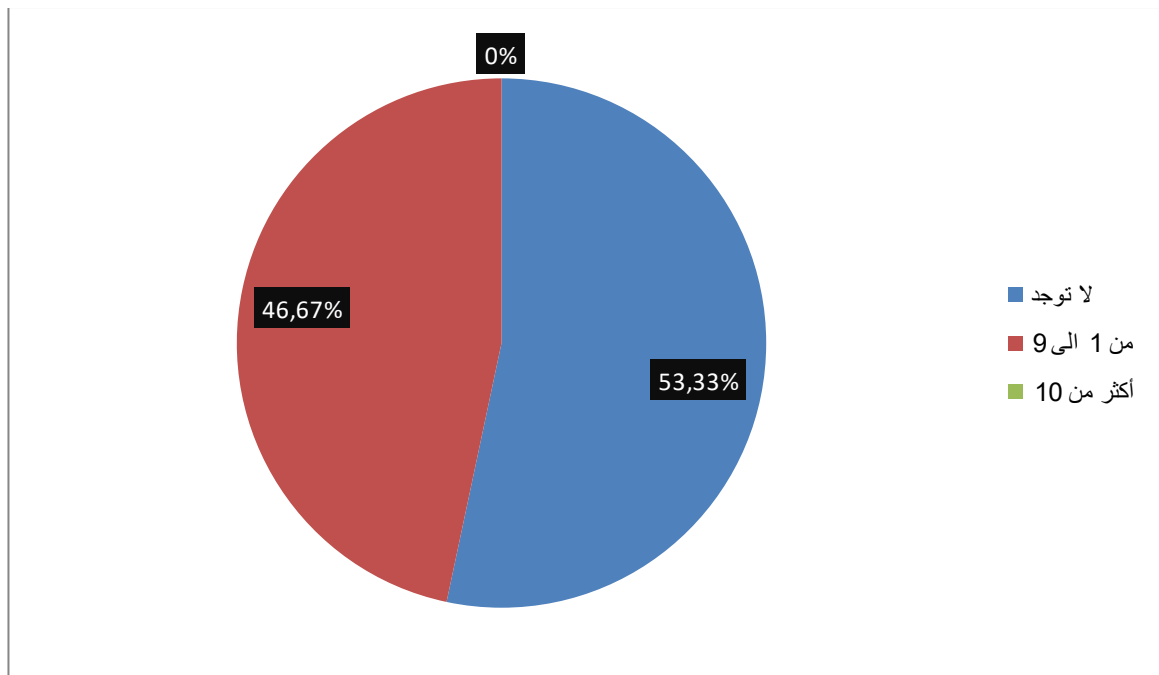
جدول 11 يوضح عدد المشاركات

عدد المشاركات	التكرار	النسبة المئوية
لا توجد	14	53.33%
من 1 الى 9	16	46.67%
أكثر من 10	00	00%
المجموع	30	100%

<sup>1</sup>مقابلة مع مديرة البرامج للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، أسماء زيتوني، مرجع سبق ذكره.

## • التحليل الكيفي:

يظهر تحليل الجدول 11 الذي يوضح عدد المشاركات على صفحة AAPF Officiel على الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي أن 53.33% من المنشورات لم تتلقى أي مشاركة، في حين أن 46.67% من المنشورات تلقت بين 5 و 9 مشاركات ونلاحظ عدم وجود أي منشورات تلقت أكثر من 10 مشاركات هذا ما يؤكد نقص التفاعل في صفحة الفيسبوك الخاصة بالجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي.



رسم توضيحي 10 يوضح فئة عدد المشاركات

## تحليل ومناقشة نتائج الدراسة:

من خلال تحليلنا لمضمون صفحة AAPF Officiel للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي في الفيسبوك نموذجاً، توصلنا الى جملة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

1/ صفحة AAPF Officiel للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي تعتمد بشكل أساسي على اللغة الفرنسية في نشر المنشورات ، لكن تعتمد على المزج بين اللغة العربية والدارجة على وجه الخصوص في تقديم مضامينها الخاصة بالتوعية بالصحة الانجابية لتسهيل الفهم على كافة الناس.

2/ أشكال و أنماط المادة الاعلامية التي تقدمها صفحة الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي عبارة عن نص مرفق بصورة أو فيديو بالدرجة الاولى بنسبتين متساويتين 36,67% باعتبار استعمالها يجذب انتباه الجمهور ويسهل عليه الفهم من خلال تقديم معلومات بطرق بصرية مبسطة و أكثر وضوحاً لأن الصورة والفيديو أبلغ من الكلمة.

3/ التنوع في مساحة المنشورات على صفحة AAPF Officiel للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي من قصيرة و متوسطة الى طويلة يدل على التوازن و التنوع لجذب اهتمام واستقطاب جمهور متنوع، حيث هناك من يفضل المنشورات ذات الطول المتوسط و الطويلة للقراءة والنقاشات العميقة، في حين البعض يفضل القصيرة للتصفح السريع نظراً للوقت القصير الذي يقضونه في التصفح.

4/ أغلب المواضيع المقدمة على صفحة AAPF Officiel للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي تستهدف كلا الجنسين من ذكر وأنثى بنسبة 63.33%، لأن الصحة الانجابية تهم الجميع بغض النظر عن الجنس، وهذا يعزز الشمولية في الحملات التوعوية مما يساهم في تعزيز الوعي الصحي وتحقيق التأثير الايجابي المطلوب على المجتمع بأسره.

5/ الهدف الرئيسي للحملات الاعلامية هو التوعية بنسبة 63,33% ، لرغبة الجمعية في نشر المعرفة والوعي بقضايا الصحة الانجابية بين الجمهور، حيث شملت المحتويات التوعوية المنشورة توجيهات حول التناسل والعناية بالصحة الانجابية وتثقيف الجمهور حول مواضيع الصحة الانجابية مثل التخطيط الأسري كوسائل تنظيم الانجاب و ابرز الأمراض المنقولة جنسياً.

6/ تهتم صفحة AAPF Officiel للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، بكل مواضيع الخاصة بالصحة الانجابية من السرطانات النسائية، ، الدورة الشهرية، الحمل، العنف ضد المرأة، السيدا ، وسائل منع الحمل وتنظيم الأسرة، حيث يتزايد اهتمام الجمعية بموضوع معين حسب الشهر الذي يصادف اليوم

العلمي له، مثلا العنف له يوم عالمي في نوفمبر، والسيدا اليوم العالمي له في ديسمبر و سرطان الثدي شهر اكتوبر.

7/ رغم أن الجمعية تنشط بشكل مكثف وملحوظ، حيث تنشر بشكل يومي عن المواضيع التي تخص الصحة الإنجابية على صفحتها على الفيسبوك، لكن هناك نقص في التفاعل و هناك نقائص في استراتيجية الاتصال المعتمدة من طرف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، وعدم تخصيص أشخاص مكلفين بصفحة الفيسبوك للجمعية (مدير الوسائط الاجتماعية)، هذا ما أدى الى وجود تفاعل محدودة مع الصفحة وعدم تحقيق أهدافها الاعلامية التوعوية.

8/ زيادة عدد المشتركين والمتابعين يؤثر على مسار الحملة عن طريق اتاحة الفرصة للأفراد لتميرها لبعضهم البعض عبر مختلف شرائح المجتمع، مما يعزز خاصية التشبيك في شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما يؤدي الى توسع و نجاح الحملة التوعوية وتحقيق أهداف الجمعية.

## خاتمة

يعتبر الفيسبوك أحد أهم وأشهر المواقع التواصلية في الوقت الحالي، حيث يحتل صدارة شبكات التواصل الاجتماعي نظرا لنجاحه المذهل والكبير في احقاق التواصل بين الافراد والحفاظ على العلاقات، ومن هنا تبادرت فكرة توظيفه من قبل الجمعيات في مجال عملها خصوصا المجال التوعوي في مواضيع الصحة الإنجابية، بإعتبارها حق من حقوق الانسان وجزء من الصحة العامة كحالة من السلامة الجسدية والعقلية والاجتماعية وليست فقط انتفاء للمرض، فهي تخص شريحة واسعة من المجتمع، و لا تخص فقط الأزواج والزوجات في سن الإنجاب، وإنما تتعدى ذلك لتشمل الفتيات والفتيان في أعمار ما قبل الزواج، حيث للتوعية الصحية أثرا كبيرا على صحتهم خلال فترة حياتهم الإنجابية القادمة، وتشمل كذلك الأطفال الذين سينعمون بصحة جيدة نتيجة صحة أمهاتهم.

وقد حاولنا في دراستنا هاته التعرف على الدور الذي لعبه الاتصال الجمعي عبر موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي الصحي من خلال الدور الذي لعبته الحملات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتوعية بالصحة الإنجابية .

بناء على النتائج التي توصلت اليها الدراسة، نستنتج أن الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي، جعلت من الفيسبوك كوسيلة لتحقيق التواصل بينها وبين جمهورها، في نشر التوعية الصحية والتثقيف بقضايا الصحة الانجابية بين الجمهور، حيث شملت المحتويات التوعوية توجيهات حول التناسل والعناية بالصحة الانجابية وتثقيف الجمهور حول مواضيع الصحة الانجابية مثل التخطيط الأسري كوسائل تنظيم الانجاب وابرز الأمراض المنتقلة جنسيا.

و رغم نشاط الصفحة لاكن لم تعتمد الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي على استراتيجية اتصالية محددة في صفحتها على الفيسبوك هذا ما أدى الى نقص في التفاعل ، لان وجود استراتيجية اتصالية فعالة وناجحة وتخصيص أشخاص مختصين في المجال كمدبر الوسائط الاجتماعية يضمن تقديم محتوى جذاب ومتنوع يساهم في تواصل فعال مع المتابعين، مما يخلق جو تفاعلي في الصفحة.

بناء على هذه النتائج، يمكن القول أن الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي لم تستغل الاستراتيجيات الرقمية بشكل كامل أثر على وجود تفاعل في الصفحة، و هذا ما يعرقل تحقيق أهدافها الاعلامية التوعوية.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

### باللغة العربية

#### الكتب:

- أبو عرقوب ابراهيم ، الاتصال الانساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 1993.
- الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة، الدليل الطبي لتقديم خدمات الصحة الإنجابية والجنسية، ط4، لندن، المملكة المتحدة، 2004.
- بدران عبد الله ، الحملات الاعلامية الاعلانية : التخطيط، التنفيذ، التقييم، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، الامارات، 2013 .
- بعزیز ابراهيم ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية و الثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012.
- بن صغير زكريا ، الحملات الانتخابية مفهومها وسائلها وأساليبها، دار الخلدونية، الجزائر، 2004.
- بن صغير زكرياء ، الخدمة الاجتماعية ط1، دار العلوم العربية، لبنان، 2013.
- تعزيز الصحة النفسية المفاهيم-البيانات المستجدة- الممارسة، الصادر عن منظمة الصحة العالمية بالتعاون مع جامعة ملبون، شركة توشكي للنشر، القاهرة، 2005.
- توفيق حسن ، فرج محمد، يحيي مطر، الاصول القانونية، الدار الجامعية، لبنان، بيروت، 1986.
- ثابت عبد المنعم، المنهج التخطيطي لمهارات الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2010
- جبران مسعود ، رائد الطلاب ، ط 18 ، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 2000.
- الجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيدي صحراوي، ط2، كمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
- حسن أحمد حسين، الجماعات السياسية الإسلامية و المجتمع المدني، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، مصر، 2000.

- خضور أديب محمد ، حملات التوعية المرورية العربية، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2007.
- خلف لافي الحماد ، وسائل الاعلام ومنظمات المجتمع المدني، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، 2020.
- رفاعي علي و صفاء ندى، المجتمع المدني ومستقبل التنمية، دار الوفاء لبيا الطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2013
- سارس حلمي، ثقافة الانترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2005.
- سرحان علي محمودي محمد ، مناهج البحث العلمي، الطبعة الثالثة، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، 2019.
- سليمان عمران صابر ، تخطيط وتنفيذ الحملات الاعلامية، مجلة الفن الابداعي، العدد 197، مصر.
- سمير محمد حسين ، الاعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام ،عالم الكتب، القاهرة، 1984.
- سويدان موسى وعبد البداراوي المجيد ، ادارة التسويق في المنظمات غير الربحية ، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2009.
- شكر عبد الغفار، المجتمع الأهلي ودوره في بناء الديمقراطية، سلسلة حوارات القرن جديد، ط1 ، دار الفكر، دمشق، سوريا 2003 .
- عبد الله مي ، العجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2014.
- عبيدات ذوقان ، كايد عبد الحق، عبد الرحمن عدس، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، الطبعة السابعة عشر، دار الفكر، عمان، 2015.
- عبيدة شعبان، صبطي فؤاد ، تاريخ وسائل الاتصال و تكنولوجيااته الحديثة، ط1 ، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، 2012.
- العلمي صالح ، مهارات التواصل الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- علي عبد الفتاح، علم الاجتماع الإعلامي، دار الأيام، عمان، 2014.
- الفار محمد جمال، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

- القليني سوزان ، التخطيط للحملات الاعلامية والاعلانية، ط2، دار لمنظومة، القاهرة، مصر، 2008.
- قنديل أماني، المجتمع المدني في مصر في مطلع الالفية الجديدة، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، القاهرة، مصر، 2000.
- مبارك خضر وائل ، دليل اعداد وتنفيذ الحملات الاعلامية، دار النشر وائل مبارك، الامارات العربية المتحدة، 2021.
- مجاني باديس ، غضبان غالية، الحملات الانتخابية في الإعلام، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر، 2017.
- محمد الديلمي عبد الرزاق ، اشكالية التخطيط والممارسة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
- محمد علي مصطفى ومحمديه أحمد إبراهيم هلال ، الصحة العامة، جامعة المنوفية كلية الاقتصاد المنزلي قسم التغذية وعلوم الأطعمة، القاهرة، 2003 .
- محمود عبد الله ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي، جامعة الشرق الأوسط، الاردن، 2012.
- مصطفى صادق عباس ، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، الاردن، 2008.
- المغربي كمال محمد، أساسيات البحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، ط4 دار الثقافة، الأردن، 2011.
- المقدادي خالد غسان، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية التواصل الاجتماعي وابعادها، دار النفاص للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2014.
- ملحم حسن ، نظرية الجريات العامة، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981.

## باللغة الفرنسية:

### الكتب:

- ANGERS Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines n. casbah éditions, 2015, Algérie, p264
- Bertrand. B, Sociologie politique « presses universitaires », Paris, France, 1997.
- Leray Christian, L'Analyse de Contenu De la Théorie à la Pratique, la Méthode Morin-Chartier Presses de l'université du Québec, canada, 2008, page5
- Zihisire Modeste Muke, la recherche en sciences sociales et humaines, guide pratique, méthodologie et Concepts paris France, l'harmattan 2011 page 99

## باللغة الانجليزية:

### الكتب:

- Siegel Jacob and A. Swanson David, The methods and materials of demography, Elsevier academic press, United States of America 2004 page 371.

### المجلات:

- احمد سليم حنان ، "الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد" مجلة الرأي العام، المجلد 12، العدد1، يناير 2013.
- بوخلخال فاروق ، بوزغاية باية ، استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع التواصل الاجتماعي وانتقالها من الواقع الى الفضاء الافتراضي- دراسة ميدانية لصفحة جمعية الشباب المثقف- المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 09، العدد03، الجزائر، 2022.

- جميل الروي بشرى ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، كلية الاعلام، العدد 18، جامعة بغداد، العراق، 2012.
- حسانين بخيث فريد، التدخل المهني لطرية تنظيم المجتمع لتفهيل دور الجمعيات الأهلية في مناهضة سوء استغلال الاطفال العاملين، رسالة دوكتوراه، جامعة حلوان، مصر، 2006
- حنان أحمد سليم، الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 12، العدد 1، جامعة القاهرة، مصر، 2013.
- در محمد، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، العدد 9، دار المنظومة، الجزائر، 2017.
- درديش احمد ، العفريت مسعودة، ماهية الصحة الانجابية والعوامل المحددة لها، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد 16، جامعة بليدة، الجزائر، 2016.
- شليغم غنية، فضيلة تومي، تطور الحركة الجموعية في المدن الصحراوية، حالة ورقلة، مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية، العدد22، جامعة ورقلة، الجزائر، 2015.
- شينون سيد اعمر، شافية غليظ، النشاط الجموعي للجمعيات لخيرية ودوره في بناء روح التكافل الاجتماعي، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد7، العدد4، قسنطينة، الجزائر، 2018.
- عبد المولى و ابو خطوة و نصحي احمد ، الشربيني الباز انيس ، شبكة التواصل الاجتماعي و اثارها على الامن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، العدد 15، المجلد7، البحرين، 2011.
- عمران صابر سليمان ، تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية، مجلة الفن الابداعي، العدد 197، مصر، 2005.
- فليح على موفق ، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة آداب المستنصرية، جامعة المستنصرية كلية الآداب ، العراق، 2013.

- كونده سلمى، بن عباس صليحة، اسهامات الجمعيات الخيرية في تحقيق التنمية الاجتماعية بالمجتمع الجزائري- جمعية جزائر الخير نموذجاً- مجلة دراسات في علوم الانسان و المجتمع ، المجلد02، العدد03، الجزائر،2022.
- لطفي ابراهيم عمر أمل ، التخلص من الإنجاب في ميزان الشريعة، مجلة كلية الدراسات الإسلامية بنين بأسوان، العدد 4، جامعة الأزهر، مصر ، 2022.
- محيي الدين خير الله العوير ، الجمعيات الخيرية: تعريفها وتأصيلها وصلتها بالمؤسسة الوقفية، مجلة الاحياء 17\_18، كلية الشريعة، جامعة دمشق، سوريا، 2015\_2014.
- مدفوني جمال الدين ، مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد03، العدد02، الجزائر، 2020.
- نفي احمد ، المقابلة الماهية الأهمية الأهداف الأنواع، مجلة أفانين الخطاب، كلية الآداب واللغات جامعة الجيلاتي بونعامة بخميس مليانة ،المجلد01، العدد 02، الجزائر، ديسمبر 2021.

### المجلات:

- Al-daboubi Abdullah: The impact of social networking sites on applied science university students, International Journal of Humanities and Social Science, Volume 4, Number 10, August 2014, p253.
- Kamala Balasubramanian Prin., the significance of recruitment in an organization, Global Journal of Finance and Management ISSN 0975-6477 Volume 6, Number 8 , 2014, india, p 735

### المذكرات:

- بوصنبورة عبد الله ، الحركة الجموعية في الجزائر ودورها في ترقية طرق الخدمة الاجتماعية في مجال رعية الشباب، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتورا كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2010-2011.

- بوكرموش عيسى ، استراتيجية الاتصال في الحملات الاعلامية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، فرع اتصال استراتيجي، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013.
- حسانين بخيث فريد ، التدخل المهني لطريقة تنظيم المجتمع لتفعيل دور الجمعيات الأهلية في مناهضة سوء استغلال الاطفال العاملين، رسالة دوكتوراه، جامعة حلوان، مصر، 2006، ص142.
- خليل حمزة ، استخدامات الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 جانفي 2011 و الاشباع المحققة منها، رسالة مقدمة للحصول على درجة ماجستير في الاعلام التربوي تخصص صحافة، جامعة طنطا، مصر، 2012.
- شتوان مراد، نشاط الجمعيات الخيرية عبر موقع التواصل الاجتماعي ودوره في ترقية الخدمة الاجتماعية، اطروحة مقدمة للحصول على شهادة لدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وتسويق، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر، 2024.
- عبد الفتاح فاتن، العبهري محمد ، دور الاتصال الشخصي في الحملة الاعلامية لمنظمة اليونيسيف، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الأردن، 2011.
- فهيم عزت ، الشيشني محروس ، أثر العوامل السكانية والاجتماعية على معرفة الشباب واتجاهاته نحو الصحة الانجابية في مصر، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، معهد الدراسات والبحوث الاحصائية، قسم الاحصاء الحيوي والسكاني، القاهرة، 2000.

### المواقع الالكترونية

- اعداد مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الامريكية الناعمة، نشر جمعية المعارف الاسلامية الثقافية، ط1، 2016، [www.softwar-1b.org](http://www.softwar-1b.org) .
- دليل تدريبي حول مواضيع في الصحة الانجابية سلسلة انت هي، الهيئة الوطنية لشؤون المرأة اللبنانية، 2017. متوفر على [The-Manual-V0.3-Family-Planning.pdf](http://The-Manual-V0.3-Family-Planning.pdf) ([nclw.gov.lb](http://nclw.gov.lb))

- رودى فهيمى فرزانة ، آشفورد لورى ، الصحة الانجابية والجنسية فى الشرق الأوسط وشمال افريقيا، دليل الاعلاميين، مكتب المراجعة السكانية، 2008، واشنطن، الولايات المتحدة الأمريكية، متوفر على: [www.prb.org](http://www.prb.org) اطلع عليه يوم: 2024/05/03، 22:23.
- معجم المعاني الجامع، معجم عربى عربى، متوفر على <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%AA%D9%88%D8%B8%D9%8A%D9%81/> اطلع عليه يوم 16/03/2024، 22:30.
- مفهوم الصحة الانجابية، موقع وارة الصحة السورية ، متوفر على: [yomgedid.kenanaonline.com](http://yomgedid.kenanaonline.com)، اطلع عليه يوم 2024/05/03، 20:50.
- موقع منظمة الصحة العالمية متاح على الرابط <https://www.who.int/about/ar/>: تمت زيارة الموقع بتاريخ: 2024/01/01 الساعة: 20:30.
- وسائل منع الحمل، الادارة العامة للعناية الشخصية والصحة والرفاهية، رومانيا، 2019، متوفر على: <https://www.saperidoc.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/1%252Fc%252F2%252FD.e36725d6883aebd8fd0c/P/BLOB%3AID%3D1175/E/pdf?mode=download>، اطلع عليه يوم 2024/05/03، 21:15.

# الملاحق

## الملحق 01: استمارة تحليل مضمون

تم تقديم هذه الاستمارة في إطار إنجاز مذكرة ماستر تخصص وسائل الاتصال، مجتمع و ثقافة، حول  
توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في الحملات الاعلامية التوعوية الخاصة بالصحة الإنجابية دراسة  
خالة الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي.

إشراف الاستاذة:

د. سعدون نسرين

من اعداد الطالبة:

عزيزي جناة.

السنة الجامعية:

2024/2023

## 1/البيانات الأولية:

- تاريخ نشر المنشور: (اليوم - الشهر - السنة)
- أشكال النشر: (نص - صورة - فيديو - رابط الكتروني)
- موضوع للمنشور.
- عدد الإعجابات للمنشور.
- عدد التعليقات للمنشور.
- عدد المشاركات للمنشور.
- اللغة المستعملة (العربية الفرنسية، الإنجليزية)

## 2/ فئات الشكل (كيف قيل؟)

- فئة اللغة المستخدمة:

(العربية - الفرنسية - الإنجليزية )

- فئة أشكال النشر:

(نص + صور - نص + فيديو - نص فقط + رابط الكتروني، نص + صورة + رابط الكتروني)

## 3/ فئات المضمون (ماذا قيل؟)

- فئة المواضيع المنشورة:

(السرطانات النسائية - الجهاز التناسلي الأنثوي - الجهاز التناسلي الذكري - البلوغ - الدورة الشهرية - الحمل - العنف ضد المرأة - السيدا - وسائل منع الحمل)

- الجمهور المستهدف:

(امرأة، رجل - كلا الجنسين)

- فئة أشكال تفاعل الجمهور مع المنشورات:

(عدد الإعجابات - عدد التعليقات - عدد المشاركات)

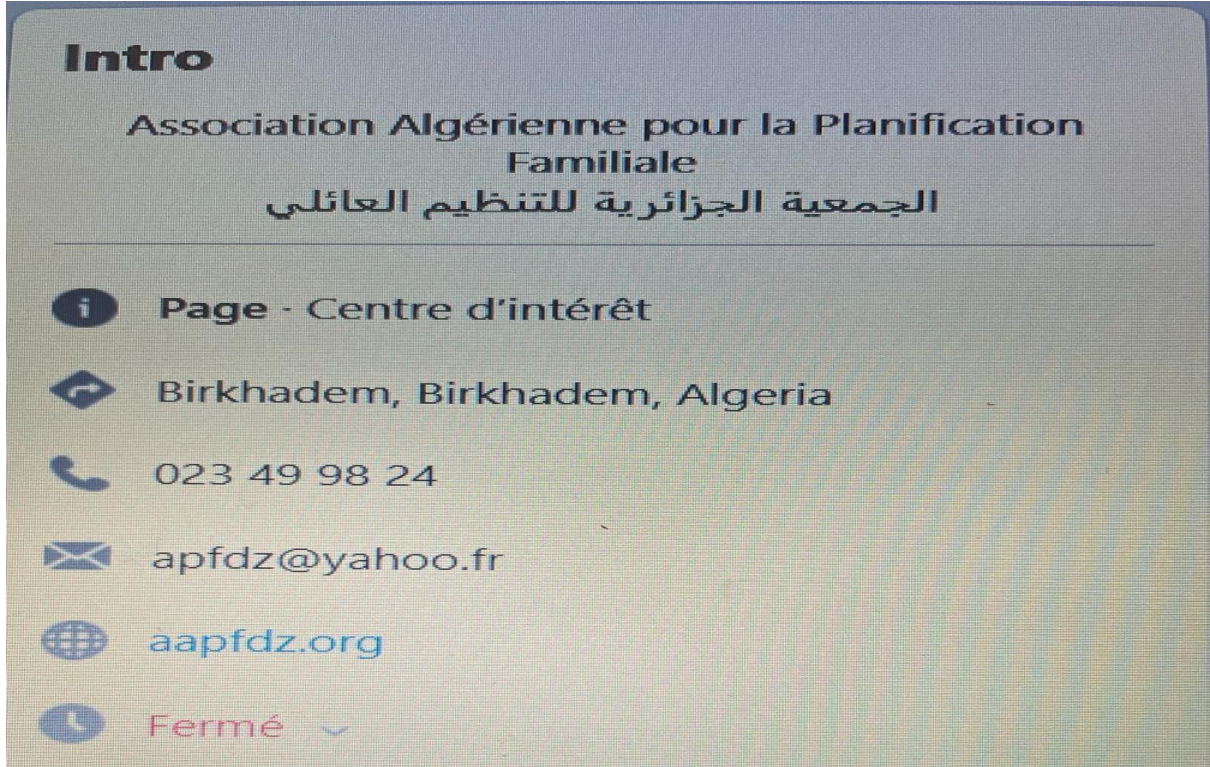
- فئة الأهداف:

( هدف إعلامي – هدف توعوي )

الملحق 02 صفحة الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي.



الملحق 03: معلومات عامة عن الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي



الملحق 04: منشور على صفحة الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم الجزائري.



AAPF Officiel  
2 nov. 2023 · 🌐

...

#المسيلة #msila

نظمت الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي المكتب الولائي المسيلة و بالتنسيق مع مديرية الصحة لولاية المسيلة أياما تحسيسية حول الكشف المبكر لسرطان الثدي بعيادة 300 مسكن بالمسيلة.



👍❤️ 15

2 commentaires 1 partage

الملحق 05: منشور على صفحة الفيسبوك الجمعية الجزائرية للتنظيم الجزائري.



AAPF Officiel  
27 nov. 2023 · 🌐

...

#Réunion #zoom : " Groupe de parole en ligne"  
Sujet de la 7ème Séance : La Violence.



👍❤️ 11

1 partage 93 vues

الملحق 06: منشور على صفحة الفيسبوك الجمعية الجزائرية للتنظيم الجزائري.



AAPF Officiel

5 déc. 2023 · 🌐

#Réunion #zoom : " Groupe de parole en ligne"  
Sujet de la 10ème Séance : Le SIDA et MST 2ème partie.



👍 6

44 vues

الملحق 07: منشور على صفحة الفيسبوك الجمعية الجزائرية للتنظيم الجزائري.



AAPF Officiel

4 déc. 2023 · 🌐

AAPF Officiel vous invite à une réunion Zoom

Sujet: La Grossesse (2)  
Le mardi 05 déc. 2023 à 11:00

Rejoindre Zoom Réunion  
[https://us04web.zoom.us/j/7904570354?  
pwd=ow5Q6KdLLHUoCOpJwazh8qFn39TGG1.1&om  
n=73310548002](https://us04web.zoom.us/j/7904570354?pwd=ow5Q6KdLLHUoCOpJwazh8qFn39TGG1.1&omn=73310548002)  
ID de réunion: 790 457 0354  
Code secret: AAPF23

👍 5

2 partages

الملحق 08: منشور على صفحة الفيسبوك الجمعية الجزائرية للتنظيم الجزائري.

19 dec. 2023

#Alger

Lundi 18 décembre 2023, Organisation d'une Journée de Sensibilisation et d'Information sur les IST/VIH SIDA par le Fonds des Nations Unies pour la Population UNFPA Algeria en partenariat avec AAPF Officiel et avec l'appui de ONUSIDA Algérie en présence de Solidarité AIDS , AIDS Algérie , Association IQRAA , Femmes en Communication et Association EL Hayat



24

2 commentaires 1 partage

# فهرس المحتويات:

## فهرس المحتويات

أ	شكر
ب	اهداء
ج	ملخص
ز	خطة البحث
1	مقدمة
<b>الاطار المنهجي</b>	
5	بناء الاشكالية الدراسة
6	تساؤلات الدراسة
6	أهداف الدراسة
7	أهمية الدراسة
7	أسباب اختيار الموضوع
8	منهج الدراسة
9	ادوات الدراسة
11	مجتمع البحث وعينته
11	حدود الدراسة
15	تحديد مفاهيم الدراسة
22	الدراسات السابقة
<b>الاطار النظري</b>	
26	<b>الفصل الاول: شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للحملات الاعلامية</b>
27	تمهيد
28	المبحث الاول: مدخل الى الحملات الاعلامية
28	المطلب الأول: مفهوم الحملات الاعلامية
29	المطلب الثاني: خصائص الحملات الاعلامية
31	المطلب الثالث: مراحل الحملات الاعلامية
44	المبحث الثاني: مدخل الى شبكات التواصل الاجتماعي
44	المطلب الاول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
46	المطلب الثاني: خائص شبكات التواصل الاجتماعي
47	المطلب الثالث: مميزات الحملات الاعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي
51	<b>الفصل الثاني: توظيف جمعيات المجتمع المدني لمواقع التواصل الاجتماعي</b>
52	تمهيد
53	المبحث الأول: النشاط الجمعي: أنواعه و أهميته
53	المطلب الأول: مفهوم النشاط الجمعي
57	المطلب الثاني: أنواع النشاط الجمعي
69	المطلب الثالث: وظائف و أهداف النشاط الجمعي

61	المبحث الثاني: آليات تأثير الفيسبوك في النشاط الجموعي
61	المطلب الأول: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترقية وتطوير أداء الجمعيات
64	المطلب الثاني: نماذج عن استخدام بعض الجمعيات لمواقع التواصل الاجتماعي
66	المطلب الثالث: فعالية الفيسبوك في نجاح العملية الترويجية للنشاط الجموعي
	<b>الاطار التطبيقي</b>
70	<b>الفصل الثالث: توظيف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي لصفحة الفيسبوك في التوعية بالصحة الانجابية</b>
71	تمهيد
72	المبحث الأول: مدخل الى الصحة الانجابية
72	المطلب الأول: مفهوم الصحة الانجابية
74	المطلب الثاني: أهداف الصحة الانجابية
76	المطلب الثالث: العناصر المكونة للصحة الانجابية
85	المبحث الثاني: تعريف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي
85	المطلب الأول: تعريف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي
85	المطلب الثاني: أهداف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي
86	المطلب الثالث: وصف صفحة الفيسبوك للجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي
87	المبحث الثالث: توظيف الجمعية الجزائرية للتنظيم العائلي لصفحة الفيسبوك في التوعية بالصحة الانجابية
87	المطلب الأول: فئات الشكل
94	المطلب الثاني: فئات المضمون
105	تحليل ومناقشة نتائج الدراسة
107	خاتمة
109	قائمة المراجع
121	الملاحق
129	فهرس المحتويات
133	فهرس الجداول
135	فهرس الأشكال

# فهرس الجداول

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
13	عينة البحث	01
87	فئة اللغة المستخدمة	02
89	فئة أشكال النشر	03
90	فئة أشكال العناوين المستخدمة في المشورات	04
92	فئة مساحة المنشورات المتعلقة بالصحة الانجابية	05
94	فئة المواضيع المنشورة	06
96	فئة الجمهور المستهدف	07
98	فئة الأهداف	08
99	فئة عدد الاعجابات	09
101	فئة عدد التعليقات	10
103	فئة عدد المشاركات	11

# فهرس الأشكال

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
88	فئة اللغة المستخدمة	01
90	فئة أشكال النشر	02
92	فئة أشكال العناوين المستخدمة في المشورات	03
93	فئة مساحة المنشورات	04
96	فئة المواضيع المنشورة	05
97	فئة الجمهور المستهدف	06
99	فئة الأهداف	07
101	فئة عدد الاعجابات	08
102	فئة عدد التعليقات	09
104	فئة عدد المشاركات	10