

وسائل الاعلام في الوقاية من الامراض المزمنة السرطان نموذجا لامية طالة جامعة الجزائر 3

المخلص:

تعد وسائل الإعلام – سواء كانت التقليدية (كالصحف أو التلفزيون أو الإذاعة) أو الوسائل الحديثة كالصحافة الإلكترونية ومواقع الأخبار والمعرفة المختلفة على شبكة الانترنت، وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر والتي تعد الآن أحد وسائل نقل الأخبار والأكثر شهرة في العالم، وكل هذه الوسائل لها تأثير كبير على تشكيل البناء الإدراكي والمعرفي للفرد أو المجتمع ويساهم هذا البناء في تشكيل رؤية الفرد والمجتمع تجاه قضايا مجتمعة والقدرة على تحليلها واستيعابها لاتخاذ السلوك المناسب حول هذه القضايا، فوسائل الإعلام أيضا قادرة على تغيير سلوك وأنماط المجتمع، من خلال تثقيف الناس وزيادة وعيهم بالمخاطر المحدقة بالدولة والمجتمع؛ فالمجتمعات تغفل أحيانا عن استشعار المخاطر حولها ويكون للإعلام دورٌ كبير في إيقاظ المجتمعات للتنبّه باستمرار لما يحيط بها من مخاطر وتهديدات وضرورة الاستعداد لمواجهةها والتّصدي لها، خصوصا في الجانب الصحي.

في هذا السياق، يعتبر مرض السرطان أحد الأسباب الرئيسية للوفاة في العالم، لكن احتمالات الشفاء منه أخذة في التحسن باستمرار في معظم الأنواع، بفضل التقدم في أساليب وخيارات علاج السرطان من جهة، وبفضل التوعية والتحسيس التي تتم عبر مختلف وسائل الإعلام بضرورة إجراء فحوصات طبية دورية للكشف المبكر عنه من جهة ثانية.

يتمتع الإعلام بتأثير كبير على طريقة نظرنا إلى العالم، مما يجعل له دورا حيويا للإسهام في تشكيل الصورة الذهنية نحو مختلف القضايا، وفي العمل على تشجيع الحكومات والشعوب والمجتمع المدني على إجراء التغييرات الفعالة، ذلك أن مكافحة مرض السرطان لا تقتصر على توفير العلاج في المستشفيات، إنما هي مسئولية مؤسسات المجتمع بأكمله – وعلى رأسها المؤسسات الإعلامية- للرقى بالوعي الصحي والتنبية لخطورة هذا المرض، وأهمية الكشف المبكر عنه وكيفية التعامل معه، وتوضيح تداعياته الاجتماعية والنفسية.

الكلمات المفتاحية: الاعلام/ الوقاية/ الامراض المزمنة/ السرطان

مقدمة:

نعيش اليوم في عصر المعلومات، وتبرز الحاجة بذلك إلى وسائل إعلامية لنقل ونشر هذه المعلومات، إذ يعتمد المجتمع المعلوماتي الحديث المنظم على الاتصالات الفورية من كل الأنواع، عبر الإذاعة والتلفزيون...، ومع تعدد أساليب وسائل الإعلام الحديثة وتعدد خدماتها، تلعب هذه الأخيرة دورا مهما في المجتمعات الحديثة، كما هي وسيلة فعالة تستخدمها الدول في نقل ونشر المعلومات وتوجيه الإرشادات والتعليمات والنصائح والأخبار والبلاغات.

لقد تعاضم دور وسائل الإعلام في هذا العصر الذي اكتسب ملامحه من تنوع تقنيات الاتصال وتطورها بما جعلها تشكل حضوراً فعالاً داخل التيارات الاجتماعية وتحدث تأثيرها الايجابي أو السلبي فيها بدءاً بالفرد ومروراً بالأسرة والمجتمع وانتهاء بالمجتمع الدولي.

وإزاء هذا التطور التقني في إمكانات هذه الوسائل فإننا نتوقع منها دوراً حيوياً وملموساً في مجال التوعية والتثقيف نظراً لقدرتها في الوصول إلى فئات متعددة ومختلفة من المجتمع وقيادة برامج التوعية

المنظمة من خلال بثها في وقت واحد لملايين البشر، مما يمكنها من ربط المجتمع صحياً واجتماعياً وثقافياً مع بعضه البعض وتحقيق أهداف تحديد الأولويات الاجتماعية وتعزيز القيم والثوابت في المجتمع والتنسيق والتعاون مع المؤسسات ذات الأهداف المتماثلة.

وفيما يتعلق بالتوعية الصحية، فإن الصحة مطلب إنساني واجتماعي نسعى جميعاً لتحقيقه أفراداً ومجتمعات ودولاً، وتعد الصحة السليمة أحد الأهداف الرئيسية التي تسعى المجتمعات لتحقيقها في سبيل توفير تنمية اجتماعية شاملة، وهي إحدى المعايير الرئيسية التي تضعها المنظمات والهيئات الدولية لتحديد الرفاهية الاجتماعية للدول والمجتمعات، حيث تبقى أهم احتياجات التوعية الصحية هي وسائل الإعلام بوصفها أداة تعليمية يتم تسخيرها للنهوض بمستوى الصحة.

أهمية الإعلام في المجال الصحي:

يعد الإسهام في زرع الوعي الصحي لدى الناس من القضايا الهامة، وذلك لأن الصحة من أهم القضايا التي تشكل أولوية بالنسبة لجميع أفراد المجتمع مع ارتفاع مستوى الوعي الصحي لدى الأفراد، وإن الوعي الصحي يعد حجر الأساس في الأنماط السلوكية اليومية التي تؤثر بشكل كبير في الحالة الصحية للأفراد.

وتعتبر وسائل الإعلام المصدر الرئيسي للمعلومات، وتؤدي دوراً حيوياً في التكوين المعرفي والوجداني والسلوكي للفرد، وذلك عبر زيادة رصيده من المعلومات والخبرات التي تكون مواقفه وآرائه وسلوكه فيما بعد، ومن خلال اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أصبحت وسائل الإعلام أداة مؤثرة في استحداث وتغيير السلوكيات والممارسات¹.

كما أصبح لوسائل الإعلام قوة كبيرة من خلال إحكام سيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليه أفراد المجتمع بكافة أطيافه من أجل اتخاذ القرارات وتحقيق الأهداف، ولأجل ذلك يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام في تحقيق ثلاثة أهداف هي:

- 1. الفهم:** ويتمثل ذلك في معرفة الذات عبر التعلم والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعي ومعرفة أشياء عن العالم وتفسيرها.
- 2. التوجيه:** ويشتمل على توجيه العمل مثل ماذا تقرر أن تشتري وكيف تحتفظ بصحة جيدة، وتقديم نصائح حول كيفية التعامل مع موقف جديد أو صعب.
- 3. التسلية:** وتتضمن استخدام وسائل الإعلام في الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ². وعلى الرغم من أهمية وسائل الإعلام في التوعية، إلا أنها ليست الوحيدة لتحقيق وبلوغ تلك الأهداف، فهناك جماعات مؤثرة أخرى مثل الأصدقاء وأفراد الأسرة والنظم التربوية والسياسية، ولكن قوة وسائل الإعلام هي في السيطرة على مصادر معلومات معينة يحتاجها الأفراد لتحقيق أهدافهم الشخصية، وكما تطور المجتمع ازدادت احتياجاته لمصادر المعلومات من وسائل الإعلام المختلفة.

مفهوم التوعية الصحية:

يمكن تعريفها بأنها: " مجموعة من الأنشطة الإعلامية والتواصلية التحسيسية، والتربوية، والتي عادةً ما تهدف إلى خلق وعي صحي بين مختلف أفراد المجتمع، بالإضافة لتحذير الناس من خطر الإصابة بالأمراض، والأوبئة، وتربية فئات المجتمع على القيم الصحية المستوحاة من ثقافة المجتمع وعقيدته، وتقليل نسبة حدوث الأمراض، والوفيات، والإعاقات، بالإضافة إلى تحسين نوعية الحياة لكل من الفرد والمجتمع، وفي هذا المقال سنعرفكم على الإعلام والتوعية الصحية بشكلٍ موسّع"3.

وُعرف أيضاً بأنها: " العملية التي تستهدف تعليم الناس عادات صحية سليمة، وسلوك صحي جديد، ومساعدتهم على نبذ الأفكار والاتجاهات الصحية الخاطئة واستبدالها بسلوك صحي سليم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية"4.

من خلال كل ما سبق يمكن القول بأن التوعية الصحية يقصد بها إلمام المواطنين بالمعلومات والحقائق الصحية وأيضاً إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو الممارسة عن قصدٍ نتيجة الفهم والإقناع، وبمعنى آخر أن تتحول الممارسات الصحية إلى عاداتٍ تمارس بلا شعورٍ أو تفكيرٍ، وهو الهدف الذي يجب أن تسعى إليه وتتوصل إليه لا أن تبقى المعلومات الصحية كثافةً صحيةً فقط.

ويستخدم مفهوم التوعية الصحية في أدبيات الاتصال كمرادفٍ لعملية التثقيف الصحي فقد تم تعريف التوعية الصحية على أنها العملية التي تؤثر وتغير في الممارسات بالإضافة إلى المعلومات والمواقف المتعلقة بتلك التغيرات.

أهمية التوعية الصحية:

إن التوعية الصحية تُمكن الأفراد من التمتع بنظرة صحية تساعد في تفسير الظواهر الصحية وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها، كما أن التوعية الصحية بمثابة رصيد معرفي يستفيد منه أفراد المجتمع من خلال توظيفهم لها في وقت الحاجة في اتخاذ قرارات صحيحة صائبة إزاء ما يعترضهم من مشكلات صحية، كما تخلق التوعية الصحية روح الاعتزاز والتقدير والثقة بالعلم كوسيلة من وسائل الخير وبالعلماء المتخصصين في الصحة، إضافة إلى ذلك تولد التوعية الصحية لدى أفراد المجتمع الرغبة في الاستطلاع وتغرس فيهم حب اكتشاف المزيد منها كونها نشاط غير جامد يتسم بالتطور المتسارع5.

أهداف التوعية الصحية:

التثقيف الصحي أو التربية الصحية هي عملية إيصال المعلومات والمهارات الضرورية لممارسة الشخص حياته وتغيير بعض السلوكيات لتحسين نوعية هذه الحياة الأمر الذي ينعكس على صحة الفرد والجماعة والمجتمع.

والهدف الأساسي منه هو إدخال تعاليم صحية وسلوكيات سليمة وأنماط حياة تتوافر فيها الصحة والسلامة التي تتماشى مع المجتمعات بما فيها من خصوصياتٍ وتقاليدٍ وعاداتٍ خاصةٍ بها، وذلك بهدف تعزيز الخدمات الصحية وزيادة الاستفادة منها من قبل المستفيدين من هذه الخدمات ويتضمن ذلك الآتي:

- 1. نشر المعلومات العامة الصحية:** إن نشر المعلومات السليمة عن الصحة هو أهم عنصرٍ يجب أخذه بالاعتبار عند وضع برامج التثقيف الصحي، لأن خلق قاعدةٍ واسعةٍ من المفاهيم الصحية السليمة هو سر نجاح آلية برامج التثقيف الصحي لفئات محددة⁶.
 - 2. غرس السلوكيات الصحية:** من المسلم به أن هناك سلوكيات صحية يجب أن ندرب الناس عليها، وتتعلق هذه السلوكيات بالفرد بصورة خاصة – ونقصد بذلك كيفية تعامله بالأسلوب السليم المبني على القواعد الصحية السليمة، كأن يتعود الإنسان على أنماطٍ صحيةٍ تساعده على التمتع بحياته، كأن نعلمه اختيار المأكّل والمشرب النظيف مثلاً⁷.
 - 3. تغيير السلوكيات غير الصحية:** تنتشر في بعض المجتمعات سلوكيات غير صحيةٍ كالتدخين أو تعاطي المخدرات وغيرها الأمر الذي قد يعرض المجتمع إلى أمراضٍ خطيرةٍ والتي بدورها تحرم المجتمع من عطاء هذه الفئات المصابة وتكلف الدولة مبالغ باهظة، ومثل هذا الأمر يحتاج إلى برامج متخصصة ذات خطابٍ محددٍ لاختيار أساليب فعالة تصل إلى هذه الفئات لتغيير من سلوكها الخاطئ.
 - 4. خلق قياداتٍ للتثقيف الصحي:** إن أهم عنصرٍ في عمليات التثقيف الصحي هو العنصر البشري، وهذا العنصر له دورٌ فعال لتحقيق الغايات والأهداف المنشودة من الخطاب الصحي، ومن المؤسف جداً أن هذه الفئة من المتخصصين ليست متوفرة بالشكل المطلوب، وهذا الأمر يتطلب جهداً من قبل مراكز التعليم المختلفة لإعداد القيادات الصحية، كما يجب الحرص على تهيئة جميع مناهج التعليم بصورة خاصة حتى تتمكن من تحقيق التواصل بين القيادات المتخصصة في المهنة وبين القيادات القائمة على تعليم الأجيال المختلفة والفئات التي تقوم برعاية هذه الأجيال صحياً إضافة للعاملين في مجالات الإعلام بوسائلها المختلفة فمن دون ذلك لن يتحقق الهدف الأساسي من التوعية الصحية بصورة عامة⁸.
- علاقة التوعية الصحية بالإعلام:** يتم تحديد العلاقة بين التوعية الصحية والإعلام من خلال مستويين، وهما:

- ◀ **المستوى التعاوني:** حيث يهدف لتوظيف الإعلام بهدف تحقيق تنمية ثقافية صحية، بالإضافة للتعريف ببرامج الإعلام الصحي الوقائي.
- ◀ **المستوى الوظيفي:** يعرف بأنه سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته عن طريق معرفة الخبر الصادق، ونشر القيم الصحية بين أفراد المجتمع، والإحاطة بالقضايا الصحية⁹.
- ◀

دور وسائل الإعلام في التثقيف والتوعية الصحية:

تتميز وسائل الإعلام في العصر الحالي بقدرتها على التأثير في مختلف شرائح المجتمع، ولها قدرة على تغيير سلوك ونظرة وممارسة أفراد المجتمع، فمن خلال وسائل الإعلام يمكن إيصال الرسائل الإعلامية الصحية التي تتقف أفراد المجتمع وتزيد من وعيهم الصحي¹⁰.

إن لوسائل الإعلام ميزات عديدة أهمها الانتشار الواسع، فهي تتمتع بحكم هذا الانتشار بنفوذ قوي وأثر كبير في تغيير سلوك واتجاهات وممارسات الأفراد، إذ أن الإعلام الجيد يمكنه تنمية اتجاهات صحية تقيد في بناء البرامج والخدمات والتعريف بها، والتوعية بشأنها، ودعمها نفسياً واجتماعياً ومالياً وقومياً، فالإعلام عليه مسؤوليات قومية تجاه كل من الفرد، والأسرة، والمجتمع بوجه عام، ومن بين وسائل الإعلام التي تلعب دوراً حيوياً في التوعية بالقضايا الصحية:

الإذاعة والتلفزيون: إن التفاز من أجهزة الإعلام ذات التأثير الكبير، وله قدرة على تعديل سلوك الكبار والصغار بشكل واضح؛ ولذلك يمكن استخدامه في شتى مجالات وطرق التثقيف الصحي، فمن خلاله يمكن بث المحاضرات، والندوات، والعروض التوضيحية، والأفلام والمسلسلات التي تهدف إلى التوعية الصحية وإيصالها للمتلقي بطريقة مشوقة.

والمذيع بدوره يقوم بدور مماثل من خلال البرامج الإذاعية في ظل انتشار الإذاعات المحلية التي تستهدف مجتمعات معينة، ويمكن استخدام الإذاعة لتدني تكلفة البرامج المنتجة من خلاله، ولسهولة وصولها لأفراد المجتمع.

الصحف والمجلات: تتمتع الصحافة بانتشار كبير، ومن ثم تصل إلى معظم الفئات لاسيما المتعلمين والمتقنين، ومن المعروف أن الكلمة المكتوبة تؤثر في تشكيل آراء الناس وسلوكهم، ذلك أن هدف الصحافة المحوري هو نشر المعلومات والأخبار الصحية التي تهتم العاملين في المجال التوعوي الذي يهتم به قطاعات عريضة من المجتمع، وبعض الصحف قد تصل أعداد توزيعها إلى عشرات الآلاف من النسخ يومياً؛ مما يكسبها أهمية كبيرة، بخلاف المجلات التي تعد أقل في توزيعها من الصحف، وإن كانت لا تقل أهمية عنها في نشر الرسائل الصحية المهمة، وعلى الرغم من هذه الأهمية تواجه الصحف بعض الصعوبات والتي تقف حجرة عثرة في سبيل تنفيذ دورها التوعوي، ومن أهم تلك الصعوبات أهمية بعض المتلقين وعجزهم عن قراءتها.

وتحتوي الصحف اليومية والمجلات على الكثير من أساليب وطرق التثقيف الصحي فهي تنشر المحاضرات، والمناقشات العلمية، والأدبية، والقصة، والحوار، كما يمكن استخدام الصحف والمجلات كمادة للتثقيف الصحي، وذلك عن طريق توفيرها في المستشفيات، ومراكز الرعاية الصحية، ومختلف الأماكن العامة¹¹.

وتزود وسائل الإعلام أفراد المجتمع بالمعلومات الصحيحة عن القضايا والمواقف المختلفة وتحديد الاتجاهات، كما تلعب وسائل الإعلام دوراً بارزاً في تعزيز التنقيف الصحي لدى كافة الفئات في المجتمع، من خلال إقامة حملات صحية، بغرض زيادة توعية المواطنين من مختلف الفئات العمرية والمؤهلات العلمية، والطبقات الاجتماعية بالقضايا الصحية المختلفة، وهي بذلك تساعد المجتمع أفراداً ومؤسسات على اتخاذ دور فعال في التعامل القضايا الصحية التي تشغل بال أفراد المجتمع¹².

ومن الضروري لوسائل الإعلام تحري صحة الأخبار الصحية التي تنشرها والتحقق من مدى دقتها وسلامتها، وإيصال الحقائق دون تهويل، أو تهوين، مع ضرورة أن تراعي الموضوعية في طرح المعلومات بهدف تنوير وتنقيف المجتمع بالمعلومات الطبية المفيدة، وأن تعمل على تكوين رأي صائب في ما يتعلق بالقضايا الصحية المطروحة، من خلال الموازنة أثناء تحرير المعلومات بالاعتماد على التنوير في الأسلوب والطرح لجميع القضايا الصحية المختلفة¹³.

وهذا يعني أن الثقافة الصحية يجب ألا تفهم بصورة ضيقة تتعلق بوجود المرض أو غيابه بل يجب أن تكون أوسع من هذا المفهوم الضيق باعتبارها تتعلق بحياة الإنسان اليومية وتدرس كمنط من أنماطها وتحاول التأثير عليها بما يحقق للإنسان الصحة والعافية بمفهومها الواسع ويتضمن هذا الأمر العناصر التالية:

أولاً. العنصر المعلوماتي: يختلف أفراد المجتمع الواحد من حيث تعاطيهم وتعاملهم مع المعلومة إذ تختلف الطبقة المتعلمة عن الطبقة غير المتعلمة في كيفية بحثها عن مصادر المعلومات والطرق المستخدمة في تقييمها لمصداقية تلك المصادر، والمعلومة الصحية التي يقدمها التلفاز على نوعين هما:

◀ **الأول:** معلومات صحية متخصصة تقدم ضمن البرامج الصحية للتوعية التي قصد بها إمداد الأفراد بالمعلومات والتجارب والخبرات للمساهمة في حل مشكلاتهم الصحية، ومن أمثلة هذا النوع البرامج أو الصفحات الصحية المتخصصة سواء في الصحافة أو الإذاعة والتلفزيون مثل برنامج الطب والحياة وسلامتك وغيرها من البرامج الصحية.

◀ **الثاني:** معلومات صحية تقدم في ثنايا البرامج غير المتخصصة مثل برامج الأسرة والبرامج الصباحية، حيث تقدم فيها معلومات صحية حول أحدث المكتشفات الطبية وحول بعض الأمراض، وكيفية الوقاية منها، وتكون مصادرها عادة وكالات الأنباء والصحف والمجلات¹⁴.

ثانياً. خطاب الثقافة الصحية: لا بد أن يتم تحديد المعلومة المقصود طرحها على الناس ضمن خطاب واضح لا يؤدي إلى التسكين وعدم القدرة على فهم الخطاب، فمحتوى الخطاب يجب أن يكون محدداً والهدف من الخطاب معلوماً والنتائج المتوقعة مرسومة.

ثالثاً. الفئة المقصودة من الثقافة الصحية: بعد اختيار المعلومة وتحديد الخطاب المناسب، ينبغي التعرف على الفئة المقصودة من هذا الخطاب كذلك تكييف المعلومة والخطاب بما يتفق مع مفاهيم الفئة المقصودة، حيث أن هذه الفئات تختلف بمفاهيمها العلمية والثقافية والاجتماعية والدينية حتى اللغوية والناحية العمرية، فلكل فئة إذن وسيلة خاصة للنقاش ومحتوى مختلف عن الفئة الأخرى، وأهم عنصر في

هذا الموضوع هو عنصر التطابق والتقارب بين الخطاب وبين متلقي الخطاب، وهناك أيضا عامل اللغة التي يجب أن تتوافق مع الفئة المستهدفة¹⁵.

دور وسائل الإعلام في التوعية ضد الأمراض السرطانية " سرطان الثدي نموذجا":

تعتبر الأورام السرطانية مشكلة كبيرة يعاني منها الكثيرون، وهي من الأمراض الخطيرة التي تؤدي بحياة الإنسان إذا لم يتم اكتشافها وعلاجها مبكراً، وقد ارتفعت نسبة الإصابة بهذا المرض في السنوات الأخيرة، وهناك حالات كثيرة لم تسجل بعد. كما أن مكافحة مرض السرطان لا تقتصر على توفير العلاج في المستشفيات، إنما هي مسؤولية المجتمع بأكمله للوعي الصحي والتنبيه لخطورة هذا المرض، وأهمية الكشف المبكر عنه وكيفية التعامل معه، وتوضيح تداعياته الاجتماعية والنفسية.

يتمتع الإعلام بتأثير كبير على طريقة نظرنا إلى العالم، مما يجعل له دورا حيويا للإسهام في تشكيل الصورة الذهنية نحو مختلف القضايا، وفي العمل على تشجيع الحكومات والشعوب والمجتمع المدني على إجراء التغييرات الفعالة.

شروط نجاح الرسالة الإعلامية الصحية:

لضمان وصول الرسالة الصحية، وما تحتويه من نصائح وتوصيات للجمهور من جهة، ولحصول الفعالية والتأثير المرغوب فيهما من جهة أخرى، لا بد من صياغتها وإعدادها بشكل متقن ودقيق، لذلك ينبغي على القائم بالاتصال أن يأخذ بعين الاعتبار بعض الشروط عند تصميم الرسالة الصحية وهي:

- 1. أن تكون واضحة:** بمعنى أن توضح السلوك الصحي المرغوب فيه، خاصة إذا كانت هذه الرسالة تحتوي على مهارات صحية جديدة، فلا بد من تحديدها جيدا وبشكل مفصل.
 - 2. أن تكون ذات بعد ثقافي واجتماعي:** لا بد أن تكون الرسالة متماشية وملائمة لمعتقدات الجمهور ومعارفه وعاداته، هذه الأمور أساسية، ولا بد من أخذها بعين الاعتبار عند إعداد الرسالة الصحية للوصول إلى أفضل شكل يمكن تطبيقه.
 - 3. سهولة الفهم:** لا بد من استخدام كلمات بسيطة، مفهومة لدى الجميع، فكثير من الكلمات المستخدمة في مجال الصحة، فلا بد من استعمال كلمات بسيطة لشرح تلك الأفكار مثل استخدام عبارة "نظف جيدا" بدلا من "تعقيم" لتكون أكثر وضوحا.
 - 4. مختصرة:** استخدام عبارات قصيرة، ومختصرة أي استخدام ما قل ودل، وضرورة تفادي العبارات الطويلة التي من شأنها أن تشعر الناس بالملل وتجعلهم ينسون الرسالة.
 - 5. أن تكون إيجابية:** بينت تجارب عديدة فعالية تقديم النصائح بصورة إيجابية، وضرورة الابتعاد كل البعد عن السلبية والكلمات غير الإيجابية، فالخوف والصور السلبية لذيها أثر كبير على نفسية الأفراد، ولكن الإعلانات الإيجابية بينت قوتها في إمكانيتها نقل المعلومات الجوهرية، وخاصة فيمل يتعلق بالمحفز، فقد حققت الإعلانات الإيجابية نجاحا كبيرا من عدة نواحي¹⁶.
- حملات التوعية الإعلامية ضد سرطان الثدي:

يعدّ مرض السرطان من أهم أسباب الوفيات في جميع أرجاء العالم، بمعدل نحو 14 مليون حالة جديدة و8.2 ملايين وفاة متعلقة بالسرطانات عام 2012، وفقاً لما نشرته منظمة الصحة العالمية، التي توقّعت ازدياد حالات الإصابة بنحو 70% خلال العقدين المقبلين.

كذلك اعتبرت المنظمة أنّ سرطان الثدي يتصدّر لائحة الأمراض التي تصيب نساء العالم، إضافة إلى سرطان القولون والرئة وعنق الرحم والمعدة، وأرجعت الأسباب إلى عوامل سلوكية وغذائية رئيسية، هي ارتفاع نسب كتلة الجسم، وقلة النشاط البدني، والتدخين، والكحول.

ووفقاً للجمعية اللبنانية لمكافحة سرطان الثدي، فإن امرأة من أصل 8 معرّضة للإصابة بسرطان الثدي خلال حياتها، في حين يعتبر هذا المرض الأكثر انتشاراً من بين أنواع السرطانات الأخرى لدى النساء، مشكّلاً 22% من الحالات، ولا تعدّ استثناء، إذ يكثر الحديث عن حالات الإصابة بسرطان الثدي، وغالباً ما يتمّ الكشف في هذه الدول والدول النامية بشكل عام، عن الإصابة في مراحل متقدّمة لغياب التوعية.

وقد باتت التوعية بشأن سرطان الثدي أكثر حضوراً في الأعوام الأخيرة في المنطقة العربية، لا سيما مع حلول شهر أكتوبر/تشرين الأول الوردي أو الحملة العالمية للتوعية بسرطان الثدي، التي بدأ العمل بها عالمياً عام 2006، والتي لا تقتصر على التوعية، بل توفر أيضاً الدعم والمعلومات لمكافحة المرض.

ومع تكاثر المؤسسات والجمعيات التي تُطلق، سنوياً حملات توعية عملاقة خصوصاً على شبكات التواصل الاجتماعي، للتركيز على ضرورة الخضوع لفحوص طبية وإجراء الصور الشعاعية، بالإضافة إلى صفحات خاصة على Facebook التي تسعى لأن تكون منصة لنشر الوعي، من خلال منح المرضى وعائلاتهم فرصة مشاركة تجاربهم والحصول على مساعدة الآخرين¹⁷.

وقد كشفت لعدد من الدراسات التي أجريت أن حملات التوعية تساهم في تغيير السلوكيات حيال الوقاية من السرطان، والكشف المبكر، فقد بيّنت دراسة في اسكتلندا أنّ عدد النساء اللواتي توجّهن إلى الطبيب النسائي قلقات حيال سرطان الثدي بعد حملة التوعية، ازداد 50%، وأشارت دراسة أميركية، إلى تزايد عدد النساء اللواتي خضعن لصورة شعاعية خلال شهر نوفمبر بعد حملات التوعية، في حين كشفت دراسة أخرى أن عدد الزيارات على الإنترنت للبحث عن موضوع "سرطان الثدي" غالباً ما تزداد خلال شهر أكتوبر.

علمًا بأن حملات التوعية زادت من عمليات الكشف المبكر، وهذا ما ساهم في إنقاذ حياة الملايين، وجمعت مبالغ كبيرة لدعم الأبحاث والدراسات، هذا الواقع يحثّ الحكومات والجمعيات على إطلاق حملات إعلامية مماثلة بشأن أمراض أخرى بالخطورة نفسها، كأمراض القلب والبدانة وسواها¹⁸.

في الأخير نؤكد أن هناك دائماً مجال للتقدّم والتحسين، خصوصاً أن الثقافة الشرقية ما زالت تواجه صعوبة في الحديث عن السرطان بشكل عام، حتى أن كلمة "سرطان" لا تُلْفَظ أحياناً أمام المريض، وعليه، لا بد من تغيير عقلية الناس ليفهموا أن هذا المرض لا يعني الموت المحتمّ، بل "كلما كان الكشف عنه مبكراً كان العلاج أفضل وأسهل".

خاتمة:

يرى بعض العاملين في المجال الصحي أن التثقيف الصحي هو أحد المجالات السهلة التطبيق والسريعة التأثير، فكل ما على المختصين القيام به هو تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة وأن يبنوا لهم ما عليهم أن يفعلوا وما هي الممارسات الصحية التي يمكن أن تساهم في تحسين وضعهم الصحي، ويفترض هؤلاء العاملون أن زيادة المعرفة سترفع من وعي الناس وبالتالي تغيير من قناعاتهم وميولهم ومن ثم تؤدي إلى تعديل سلوكهم وتبني المقترحات التي يقدمها المختصون، والواقع أنه رغم نجاح هذه الفرضية في بعض الأحيان إلا أنها أقل نجاحاً في أحيان كثيرة، فالمعرفة والسلوك لا يرتبطان دائماً وخير مثال على ذلك التدخين، بينما يعلم عدد كبير من الناس أن التدخين ضار بالصحة نجدهم يستمرون في التدخين.

ويبدو صعوبة تطبيق برامج التثقيف الصحي بشكل مؤثر وواسع في أنها تتعامل مع السلوك الإنساني المعقد الذي يحدده ويؤثر عليه عدد كبير جداً من العوامل البيئية والاجتماعية والثقافية والشخصية، فهو لا يكتفي فقط بإيصال المعرفة إلى الناس بل يجتهد للوصول للهدف الذي يسعى إليه وهو تغيير السلوك الخاطئ إلى سلوك صحي، ولكي تكون رسائلنا الصحية أكثر إقناعاً وأقدر على التأثير فإن اختيار الوسائل التي تقدم من خلالها المعلومة الصحية أمر هام جداً.

لا شك أن "أكتوبر الوردي" لم يحلّ إلا قبل سنوات قريبة على المنطقة العربية، ما قد لا يسمح بقطف ثمار حملات التوعية بعد، لكن وتأتي هذه جهود الحملات الإعلامية التوعوية في محاولة لزيادة الوعي والوقاية من هذا المرض، الذي يصيب العديد من السيدات والرجال أيضاً، وكذا للحفاظ على صحة وسلامة أفراد المجتمع وتعزيزاً لأنماط الحياة الصحية والتخفيف من عبء المرض، ليبقى للكشف المبكر عن سرطان الثدي أهمية كبيرة جداً، حيث أنه يسهم في انخفاض معدل الوفيات، ذلك أن معدل الشفاء منه يصل إلى أكثر من 95%، كما أن 80% من أورام الثدي هي أورام حميدة وغير سرطانية.

هناك الكثير من النصائح والمعلومات والإرشادات التي يمكن أن تقدمها الحملات التوعوية الإعلامية لمريضات سرطان الثدي، لكن على المريضة أن تحاول التعايش معه وعدم اليأس من العلاج، خاصة مريضات سرطان الثدي اللاتي يتعرضن لجلسات الكيماوي، في الأخير يبقى أن نشير أن وجود معلومات دقيقة حول مرض سرطان الثدي يساعدك في اتخاذ الخيارات الحقيقية، لذلك قومي بالسعي للمعرفة من مصادر جديرة بالثقة للحصول على معلومات موثوقة عن المرض.

قائمة المراجع:

1. أحمر رياض: المراقب الصحي في الأردن مهامه وواجباته، دار آرام للنشر، اربد، الأردن، 2006.
2. السباعي زهير احمد: التثقيف الصحي مبادئه وأساليبه، دار السباعي، الرياض، 2006.
3. الموسى عصام: الإعلام والمجتمع: دراسات في الإعلام الأردني والعربي والدولي، منشورات وزارة الثقافة، عمان، 2003.
4. خوجة توفيق أحمد: الرعاية الصحية الأولية: تاريخ وإنجازات ومستقبل، مطابع الفرزدق، الرياض، 2001، السعودية.
5. ديكسون مايك: سرطان الثدي، ترجمة: هنادي مزبودي، سلسلة كتب طبيب العائلة، مكتبة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، الرياض، 2013.
6. مكاي حسن عماد، حسين السيد ليلي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.
7. الحجار بشير إبراهيم محمد، أبو اسحق سامي عوض: التوافق لدى مريضات سرطان الثدي بمحافظات غزة وعلاقته بمستوى الالتزام الديني ومتغيرات أخرى، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، المجلد الخامس عشر، العدد الأول، يناير 2007.
8. العوفي عبد اللطيف: مصادر المعلومة للمعرفة الصحية، مجلة جامعة أم القرى، عدد 11، السعودية، 1995.
9. العوضي عبد الرحمن عبد الله: التثقيف الصحي أداة تعزيز الصحة، مجلة تعريب الطب، المركز العربي للوثائق والمطبوعات، الكويت، العدد الثالث، 1997.
10. الزكري محمد: جهود الصحافة في نشر المعرفة الصحية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية 2007.
11. الشلهوب محمد بن عبد العزيز: فن التحقيق الصحفي في الصحف السعودية: دراسة تحليلية تقويمية على عينة من الصحف السعودية اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2005.
12. المعاينة مصعب عبد السلام: دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي، دراسة في برنامج "صحتك بالدنيا"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم، تخصص: الصحافة والإعلام، جامعة البتراء، الأردن، 2014.
13. باريان أحمد: دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، السعودية، 2005.
14. شعباني مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي: دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية،

قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري- قسنطينة ،
2006.

Marshall, MD: **Toward an educated Health Consumer : Mass** ,Carter, L
Communication and Quality in Medical care, Heathcare Journal, Vol (2),
No(6), 2007.

16. Lynn Morgan: **Community participation in health: perpetual Allure**
persistent challenge. Health policy and planning, Oxford University Press, N
16, 2001.

17. Merton Tomas, Duck Julie M. : **Communication Research : Health**
Beliefs, Mass and interpersonal Influence on perceptions of risk to self and
others, Communication Research, Vol. 28, No. 5, 2001.