

## دور الاعلام الرقمي في التوعية الصحية دراسة تحليلية على موقعي صحيفة الاتحاد والبيان الإماراتيين

د. رفيف سمر الفيصل\*

### ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف دور الإعلام الرقمي في تعزيز التوعية الصحية في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال تحليل محتوى صحيفتي "الاتحاد" و"البيان". باستخدام منهج وصفي تحليلي، وجمع بيانات كمية من ٥٠٠ مادة إعلامية منشورة خلال عام ٢٠٢٣. أظهرت النتائج أن الإعلام الرقمي يلعب دوراً محورياً في تقديم رسائل صحية مبتكرة تستهدف الوقاية من الأمراض المزمنة، وتعزيز التطعيمات، وتشجيع أنماط الحياة الصحية. كما كشفت الدراسة عن اختلافات تحريرية بين الصحيفتين، حيث ركزت "الاتحاد" على الوسائط التوضيحية مثل الرسوم البيانية، بينما فضّلت "البيان" تقديم مقالات تحليلية متعمقة. أظهرت الدراسة كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يسد الفجوة بين السياسات الصحية والجمهور، مع تقديم توصيات لتعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي، والشراكات المؤسسية؛ لتحسين فعالية الرسائل الإعلامية الصحية.

### الكلمات الدالة:

الإعلام الرقمي، التوعية الصحية، الإمارات العربية المتحدة، الوقاية من الأمراض، الرسائل الصحية، الذكاء الاصطناعي.

# **The Role of Digital Media in Health Awareness**

## **An Analytical Study of the Emirati Newspapers Al-Ittihad and Al-Bayan**

**Dr. Rafeef Samar Al-Faisal\***

### **Abstract:**

This study aims to explore the role of digital media in promoting health awareness in the United Arab Emirates by analyzing the content of two leading newspapers, "Al-Ittihad" and "Al-Bayan." Using a descriptive analytical approach, quantitative data were collected from 500 media pieces published in 2023. The findings highlight the pivotal role of digital media in delivering innovative health messages focusing on chronic disease prevention, vaccination promotion, and healthy lifestyle encouragement. Editorial differences were noted between the newspapers, with "Al-Ittihad" emphasizing visual media such as infographics, while "Al-Bayan" prioritized in-depth analytical articles. The study demonstrates how digital media bridges the gap between health policies and the public, offering recommendations to enhance the use of artificial intelligence and institutional partnerships to improve the effectiveness of health media messages.

### **Keywords:**

Digital Media, Health Awareness, United Arab Emirates, Disease Prevention, Health Messages, Artificial Intelligence.

---

\* Assistant Professor, College of Media and Public Relations, University of Liwa, United Arab Emirates

## المقدمة

أصبح الإعلام الرقمي في عصر يتميز بالتقدم التكنولوجي الهائل، جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية، حيث يُعد من أبرز الأدوات التي تؤثر في تشكيل الوعي الاجتماعي والثقافي، وخاصة في مجالات الصحة العامة ومع تزايد الاعتماد على المنصات الرقمية كمصدر رئيسي للمعلومات، برز الإعلام الرقمي كأداة استراتيجية تُستخدم لتعزيز التوعية الصحية من خلال تقديم محتوى متنوع وسريع الوصول. يكتسب دور الإعلام الرقمي في القطاع الصحي أهمية مضاعفة في دولة الإمارات العربية المتحدة، التي تتميز بتبنيها للابتكار الرقمي وتطبيقه في مختلف القطاعات، بما في ذلك الإعلام والصحة العامة.

تُعد التوعية الصحية من أهم الركائز الأساسية لتحسين الصحة العامة، إذ تسهم في تثقيف الأفراد والمجتمعات حول أهمية الوقاية من الأمراض، وتشجيع السلوكيات الصحية، وتعزيز قدرة الجمهور على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن صحتهم. يلعب الإعلام الرقمي في هذا السياق دوراً محورياً في إيصال الرسائل الصحية بطرق مبتكرة وتفاعلية، تتيح الوصول إلى مختلف شرائح المجتمع دون قيود جغرافية أو ثقافية. ويُظهر هذا الإعلام الرقمي إمكانيات فريدة في تعزيز التفاعل بين الجمهور والمحتوى، مما يزيد من فعاليته كوسيلة لتحقيق أهداف التوعية الصحية.

تمثل صحيفتا "الاتحاد" و"البيان" الإماراتيتين نموذجين رائدين للإعلام الرقمي المحلي، حيث إنهما تقدمان محتوىً صحياً يركز على قضايا الصحة العامة ذات الأولوية، مثل الوقاية من الأمراض المزمنة، والتوعية بالتطعيمات، وتعزيز نمط الحياة الصحي. وقد جمعت هذه المنصات بين استخدام الوسائط المتعددة، مثل الرسوم البيانية والفيديوهات التوضيحية، وتقديم مقالات تحليلية مدعومة بالشهادات العلمية، مما يجعلها أدوات فعالة لنقل الرسائل الصحية. وأتاحت الديناميكية التي يتميز بها الإعلام الرقمي فرصة تقديم دراسة متعمقة لدوره في تعزيز التوعية الصحية في الإمارات، وكيفية استجابته للاحتياجات الصحية الوطنية والمجتمعية.

هناك دراسات سابقة تحدثت عن دور الإعلام الرقمي، وأبرزت تأثيره الإيجابي في السلوكيات الصحية، وأكدت الأطر النظرية، مثل أهمية نظرية الاتصال الصحي في تصميم الرسائل الإعلامية بعناية لضمان فعاليتها. وأظهرت الأدبيات أيضاً أن الإعلام الرقمي، عندما يتم توظيفه بطريقة استراتيجية، يمكن أن يسهم في تغيير السلوكيات الصحية من خلال تعزيز المعرفة، وبناء المواقف الإيجابية، وتحفيز الأفراد على تبني ممارسات صحية مستدامة. ومع ذلك، بقيت هناك فجوة تتعلق بالبحث في كيفية تفاعل الإعلام الرقمي مع السياقات الثقافية والمحلية، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى استكشافه.

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور المتنامي الذي يلعبه الإعلام الرقمي في دعم جهود التوعية الصحية في الإمارات، عبر تقديم محتوى متنوع وتفاعلي يتماشى مع أولويات الصحة العامة، من خلال تحليل محتوى صحيفتي "الاتحاد" و"البيان". تهدف الدراسة إلى فهم الأنماط الإعلامية والأساليب المستخدمة في تقديم الرسائل الصحية، بالإضافة إلى تحليل تأثير هذه الرسائل في الجمهور المستهدف. كما تُركز الدراسة على

الإجابة عن أسئلة رئيسية تتعلق بفعالية الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف الصحة العامة، ومدى توافق استراتيجيات الطرح مع أولويات الصحة الوطنية.

تتمثل مشكلة الدراسة في محدودية الفهم الأكاديمي لكيفية مساهمة الإعلام الرقمي المحلي في التوعية الصحية في دولة الإمارات، رغم تزايد استخدام هذه الوسائل في المجال الصحي. كما أن الدراسات السابقة ركزت في معظمها على السياقات الغربية أو الأطر العامة دون تحليل نوعي للمضامين الصحية الرقمية في السياق الإماراتي.

#### أهداف الدراسة:

١. تحليل طبيعة الرسائل الصحية الرقمية في صحيفتي "الاتحاد" و"البيان".
٢. الكشف عن الأساليب الإعلامية المستخدمة في تقديم التوعية الصحية.
٣. دراسة مدى توافق هذه الرسائل مع أولويات السياسات الصحية الوطنية.

#### تساؤلات الدراسة:

١. ما طبيعة الموضوعات الصحية التي تناولتها الصحيفتان؟
٢. ما الأساليب الإعلامية والتوعوية التي تم استخدامها؟
٣. كيف تختلف استراتيجيات كل صحيفة في عرض المحتوى الصحي؟
٤. كيف تتفاعل هذه الرسائل مع السياقات الثقافية المحلية؟

تتضح أهمية الدراسة من خلال توفيرها رؤى جديدة حول كيفية تحسين استخدام الإعلام الرقمي كأداة للتوعية الصحية، إضافة إلى تقديم توصيات عملية لتعزيز فعالية الرسائل الإعلامية. كما تسعى إلى سد الفجوة البحثية المتعلقة بالسياق الإماراتي، مما يُضيف بعداً جديداً للأدبيات الموجودة حول الإعلام الرقمي والصحة العامة. وبناءً على التحليل الكمي لمحتوى الصحيفتين تقدم الدراسة نموذجاً يمكن أن يُستخدم لفهم دور الإعلام الرقمي في دعم الجهود الصحية على المستوى الوطني، مع إمكانية تطبيق هذه الاستنتاجات على سياقات أخرى إقليمية وعالمية.

#### الإطار المعرفي والنظري للدراسة:

تستند الدراسة إلى مزيج من الإطار المعرفي المستمد من الأدبيات المعاصرة في الإعلام الصحي، إلى جانب الإطار النظري القائم على نظرية الاتصال الصحي، ونظرية السلوك المخطط. نشأت نظرية الاتصال الصحي (Hornik, 2002) في إطار حملات التوعية الجماهيرية، وتفترض أن تكرار الرسائل الصحية، وتنوعها عبر وسائل الإعلام، يمكن أن يؤدي إلى تغيير معرفي وسلوكي لدى الجمهور.

أما نظرية السلوك المخطط فترتكز على أن نية الفرد في تغيير سلوكه ترتبط بموقفه من السلوك، وتأثير البيئة الاجتماعية فيه، وإدراكه لقدرته على السيطرة. لقد وُظفت هذه النظريات لتحليل ما إذا كانت الرسائل الصحية في الصحيفتين تتماشى مع عناصر التأثير الفعال في سلوك الجمهور.

أصبح الإعلام الرقمي جزءاً لا يتجزأ من المنظومة الإعلامية الحديثة، حيث يُتيح إمكانيات متقدمة لصياغة الرسائل الصحية ونقلها إلى جمهور متنوع بطرق تفاعلية مبتكرة. ذلك أنه

يتميز بخصائص فريدة تجعله أداة فعالة لنشر التوعية الصحية، مثل القدرة على تخصيص المحتوى، والتفاعل الفوري مع الجمهور، وإمكانية الوصول إلى شريحة واسعة من الأفراد دون قيود جغرافية أو زمنية (Ouchene et al., 2024).

تُتيح هذه الخصائص للإعلام الرقمي تقديم رسائل صحية تدعمها وسائط متعددة، مثل الفيديوهات التوضيحية، والرسوم البيانية، والتقارير النصية، التي تُسهّل عملية إيصال المعلومات إلى الجمهور بمختلف فئاته العمرية والتعليمية. فعلى سبيل المثال، توفر منصات مثل "الاتحاد" و"البيان" محتوى صحياً موجهاً يتماشى مع احتياجات السكان في الإمارات، مما يجعلها وسيلة موثوقة لتثقيف الجمهور حول القضايا الصحية الملحة (Al-Dmour et al., 2020).

بالإضافة إلى ذلك، يعزز الإعلام الرقمي من قدرة المؤسسات الصحية على الاستجابة للأزمات بشكل أسرع وأكثر تأثيراً. وقد أظهرت الدراسات خلال جائحة كوفيد-١٩، على سبيل المثال، أن الإعلام الرقمي كان الأداة الأساسية لنشر المعلومات حول الفيروس، وطرق الوقاية منه، وأهمية الالتزام بالإجراءات الاحترازية (Anwar et al., 2020) ووفقاً لـ (Merchant & Lurie 2020)، فإن المنصات الرقمية كانت أساسية في تقديم معلومات دقيقة وتحديثات يومية حول تطورات الجائحة، مما ساعد على تقليل الهلع بين السكان وزيادة الامتثال للتوجيهات الصحية.

علاوة على ذلك، يتمتع الإعلام الرقمي بميزة التفاعلية التي تُعزز من مشاركة الجمهور مع المحتوى الصحي. إذ يمكن التفاعل الأفراد من طرح أسئلتهم، والحصول على إجابات فورية عنها، والمشاركة في النقاشات الصحية، مما يُعمّق فهمهم للقضايا الصحية المطروحة. وهناك، على سبيل المثال، بعض المواقع الإلكترونية توفر أقساماً مخصصة للأسئلة الشائعة أو المنتديات التفاعلية التي تُمكن المستخدمين من التواصل مع الخبراء، مما يُسهم في تعزيز الثقة بالمعلومات المقدمة (Laranjo et al., 2019).

مع ذلك، يبقى التحدي الرئيسي أمام الإعلام الرقمي هو ضمان دقة المعلومات ومصداقيتها، حيث يمكن انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات غير الموثوقة عبر الإنترنت، مما يُربك الجمهور، ويؤدي إلى تبني ممارسات صحية خاطئة (Anwar et al., 2020). ولهذا السبب، يجب أن تركز المنصات الرقمية على تقديم محتوى صحي قائم على الأدلة العلمية، وعلى مراجع من خبراء الصحة؛ لضمان تحقيق الأثر الإيجابي المطلوب.

أخيراً، يشكل الإعلام الرقمي في الإمارات نموذجاً فعالاً لاستخدام التكنولوجيا في تحسين الصحة العامة. فبفضل السياسات الوطنية الداعمة، تمكّنت المنصات الرقمية المحلية من تقديم محتوى صحي يعزز جودة الحياة، ويستجيب لاحتياجات الجمهور بمرونة وكفاءة. ومع التطور المستمر في التكنولوجيا الرقمية، يُتوقع أن يلعب الإعلام الرقمي دوراً أكبر في مواجهة التحديات الصحية المستقبلية، مما يجعله أداة لا غنى عنها لتحقيق أهداف الصحة العامة على المستوى الوطني والعالمي.

## التوعية الصحية: مجالها وأهدافها

تهدف التوعية الصحية، من حيث إنها عملية مستمرة، إلى تثقيف الأفراد وتمكينهم من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن صحتهم وسلامتهم. وتتنوع أهداف التوعية الصحية بين رفع مستوى المعرفة حول الأمراض والوقاية منها، وتعزيز السلوكيات الإيجابية، وتحفيز المجتمعات إلى اعتماد نمط حياة صحية. كما تسعى هذه الأهداف إلى تحقيق تغييرات ملموسة ومستدامة على مستوى الأفراد والمجتمعات، مما ينعكس إيجابياً على الصحة العامة (Ouchene et al., 2024).

تُعد التوعية الصحية في السياق العملي بتقديم معلومات دقيقة وموثوقة حول القضايا الصحية الأكثر إلحاحاً، مثل الوقاية من الأمراض المزمنة والمعدية، والتغذية السليمة، وأهمية ممارسة النشاط البدني. كما تسلط الضوء على أهمية الفحوصات الطبية الدورية كأداة للكشف المبكر عن الأمراض (Al-Hamami, 2021). ويلعب الإعلام الرقمي دوراً مركزياً في تحقيق هذه الأهداف من خلال تمكين الأفراد من الوصول إلى محتوى تعليمي متنوع وشامل يعكس أحدث التطورات في المجال الصحي.

علاوة على ذلك، لا تقتصر التوعية الصحية على الوقاية وحدها، بل تمتد أيضاً إلى تمكين الأفراد من التعامل بفعالية مع التحديات الصحية التي يواجهونها. ذلك أن الإعلام الرقمي يُقدم منصات يمكن من خلالها نشر قصص النجاح وتجارب الأفراد، مما يعزز من وعي الجمهور، ويساهم في خلق بيئة داعمة للصحة (Laranjo et al., 2019). هذا الجانب التفاعلي يشجع الأفراد على المشاركة النشطة في تحسين صحتهم وصحة أسرهم.

## خصائص الإعلام الرقمي في نشر الوعي الصحي

تمتاز وسائل الإعلام الرقمية بخصائص تجعلها وسيلة مثالية للتوعية الصحية في العصر الحديث؛ لأنها تتيح التفاعلية للمستخدمين، وتمكنهم من التفاعل المباشر مع المحتوى ومع الخبراء، سواء عبر التعليقات، والاستطلاعات، أو عبر المحادثات المباشرة. يزيد هذا النوع من التفاعل مستوى الثقة بالمعلومات المقدمة، ويعزز من فهم الجمهور للرسائل الصحية (Laranjo et al., 2019).

يُعد تحديث المحتوى في الوقت نفسه بالإضافة إلى التفاعلية، أحد أبرز مزايا الإعلام الرقمي خلال الأزمات الصحية مثل جائحة كوفيد-١٩ حيث وفرت المنصات الرقمية تحديثات مستمرة حول الفيروس، تدابير الوقاية، وأماكن التطعيم، مما ساعد في إدارة الأزمة بكفاءة. هذا وقد برزت مواقع مثل "الاتحاد" و"البيان" في الإمارات كمصادر رئيسية للمعلومات الصحية، حيث قدمت تقارير وتحليلات دقيقة ساعدت في توجيه الجمهور (Al-Dmour et al., 2020).

من ناحية أخرى، تتميز وسائل الإعلام الرقمية بقدرتها على تخصيص المحتوى وفقاً لاحتياجات الجمهور المستهدف، حيث يمكن للمنصات الرقمية استخدام تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات المستخدمين وتقديم محتوى يتماشى مع احتياجاتهم الصحية. فعلى سبيل المثال، يمكن للمواقع الإخبارية تخصيص إعلانات أو مقالات تتعلق بالصحة العامة

لفئات عمرية معينة، أو مواقع جغرافية محددة، مما يعزز من تأثير الرسائل الصحية (Merchant & Lurie, 2020).

### التفاعل بين الإعلام الرقمي والجمهور

التفاعل بين الإعلام الرقمي والجمهور يُعتبر من أبرز مميزات الإعلام الحديث. هذا التفاعل ليس مجرد وسيلة لتقديم المعلومات، إنما هو عملية ديناميكية تُسهم في تعزيز فهم الجمهور للقضايا الصحية، وتبنيهم للسلوكيات الصحية الصحيحة. وقد أشارت الدراسات إلى أن المنصات التي توفر أدوات تفاعلية مثل التعليقات، والاستطلاعات، والمحتوى التفاعلي مثل الفيديوهات والأسئلة الشائعة، تحقق مستوى أعلى من التفاعل مع الجمهور، مما يُعزز من تأثير الرسائل الصحية (Abuhashesh et al., 2021).

على سبيل المثال، توفر مواقع مثل "الاتحاد" و"البيان" منصات تتيح للجمهور طرح الأسئلة وتلقي الإجابات من خبراء الصحة. ويسهم هذا النوع من التفاعل في تقليل الفجوة بين الخبراء والجمهور، ويعزز من الثقة في الرسائل المقدمة (Al-Dmour et al., 2020)، علاوة على ذلك، يمكن للإعلام الرقمي تعزيز التفاعل من خلال الحملات الصحية التشاركية التي تُشرك الجمهور في النقاشات الصحية، مثل حملات التوعية بأهمية التطعيمات، أو الوقاية من الأمراض المزمنة.

### التحديات المرتبطة باستخدام الإعلام الرقمي في التوعية الصحية

يواجه الإعلام الرقمي، رغم المزايا الكبيرة، تحديات رئيسية تهدد فعاليته. ويعد انتشار المعلومات المغلوطة أو المضللة من أبرز هذه التحديات، فقد تؤدي المعلومات غير الموثوقة في بعض الحالات إلى خلق حالة من الهلع، أو إلى تبني سلوكيات صحية خاطئة. وفقاً (Dhanashree et al., 2021). وبهذه الحالة يمكن للإعلام الرقمي أن يكون سلاحاً ذا حدين؛ إما أن يكون مصدراً موثقاً للمعلومات الصحية أو وسيلة لنشر الإشاعات.

يجب على المؤسسات الإعلامية والصحية، لحل هذه التحديات، التركيز على تعزيز مصداقية المحتوى من خلال تقديم معلومات تستند إلى الأدلة العلمية والتعاون مع خبراء الصحة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل المحتوى والكشف عن المعلومات المضللة، مما يُساعد على تحسين جودة الرسائل الصحية المقدمة عبر الإعلام الرقمي (Dhanashree et al., 2021).

### الإعلام الرقمي والصحة العامة في الإمارات

يُمثل الإعلام الرقمي في الإمارات العربية المتحدة، جزءاً حيوياً من استراتيجية الدولة لتعزيز الصحة العامة وتحقيق أهداف التنمية المستدامة، خاصة فيما يتعلق بجودة الحياة والرفاه الصحي. ذلك أن الإمارات تملك بيئة إعلامية رقمية متطورة، تلعب المنصات الرقمية فيها دوراً رئيسياً في إيصال الرسائل الصحية إلى فئات المجتمع جميعها، بما في ذلك المواطنون والمقيمون من خلفيات ثقافية ولغوية متنوعة. وهذا التنوع يجعل من الإعلام الرقمي أداة فعالة في نشر المعلومات الصحية بشكل متنسق وشامل (Abuhashesh et al., 2021).

تُعد مواقع الصحف المحلية مثل "الاتحاد" و"البيان" نماذج رائدة في استخدام الإعلام الرقمي لتعزيز التوعية الصحية. حيث تُقدم محتوى صحياً متعدد الأشكال، يشمل الأخبار العاجلة، والتقارير التحليلية، والمقالات التعليمية، والمقابلات مع الخبراء الطبيين. على سبيل المثال، خلال جائحة كوفيد-١٩ قدمت هذه المنصات تحديثات مستمرة حول الوضع الوبائي، وأماكن الفحوصات والتطعيمات، وأهمية الالتزام بالإجراءات الاحترازية، مما ساعد الجمهور على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن صحتهم (Al-Dmour et al., 2020).

يدعم الإعلام الرقمي في الإمارات السياسات الصحية الوطنية، مثل استراتيجية الإمارات للصحة ٢٠٢١ التي تهدف إلى تحسين جودة الخدمات الصحية، وتعزيز الوقاية من خلال نشر التوعية حول أهمية الفحوصات الدورية، ونمط الحياة الصحي، وبرامج الوقاية من الأمراض المزمنة، وهو يُساهم في تحقيق هذه الأهداف بفعالية. بالإضافة إلى ذلك، تُعزز هذه المنصات من قدرة الجهات الصحية على التواصل مع الجمهور بشكل مباشر وسريع، مما يُحسن من استجاباتهم للتحديات الصحية الطارئة (Abuhashesh et al., 2021).

من أبرز مميزات الإعلام الرقمي في الإمارات قدرته على تلبية احتياجات السكان المتنوعين ثقافياً ولغوياً بفضل الطبيعة التعددية للمجتمع الإماراتي، فالمنصات الرقمية توفر محتوى صحياً بلغات متعددة مثل العربية والإنجليزية والأوردية، مما يُعزز من وصول الرسائل الصحية إلى شرائح كثيرة من السكان. وهذا التوجه يتماشى مع رؤية الإمارات في تقديم خدمات صحية شاملة تراعي التنوع الثقافي واللغوي لسكانها (Abuhashesh et al., 2021).

لا يقتصر دور الإعلام الرقمي في الإمارات على تقديم المعلومات الصحية فحسب، بل يتعداه إلى تشكيل سلوكيات الأفراد والمجتمعات. وقد استطاع هذا الإعلام المحلي من خلال الحملات الرقمية الموجهة، تعزيز وعي الجمهور بقضايا صحية حيوية مثل الوقاية من الأمراض المزمنة، وأهمية التغذية الصحية، واللياقة البدنية. علاوة على ذلك، تُشجع المنصات الرقمية التفاعل بين الجمهور والخبراء من خلال جلسات حوارية مباشرة واستطلاعات رأي، مما يُعزز من ثقة الجمهور بالمعلومات الصحية المقدمة (Laranjo et al., 2019).

كما يتماشى الإعلام الرقمي في الإمارات مع رؤية الدولة للابتكار، حيث يُستخدم لدعم مبادرات الصحة الرقمية، مثل السجلات الصحية الإلكترونية، وخدمات الاستشارات الطبية عن بُعد، ومنصات التوعية التفاعلية. على سبيل المثال، أسهمت حملات التوعية الرقمية التي أُطلقت عبر مواقع الصحف الإماراتية في رفع معدلات المشاركة في برامج التطعيم الوطني، مما يعكس الدور المحوري للإعلام الرقمي في تحقيق الأهداف الصحية للدولة (AI-Dmour et al., 2020).

### نظريات الاتصال الصحي

تُعد نظرية الاتصال الصحي من أبرز الأطر النظرية في كيفية تأثير الإعلام الرقمي في السلوكيات الصحية للأفراد والمجتمعات. وفقاً لـ (Hornik, 2002)، حيث يسهم الاتصال الصحي بشكل مباشر في تغيير سلوكيات الأفراد من خلال تحسين معرفتهم بالمخاطر

الصحية، وزيادة وعيهم بطرق الوقاية والعلاج. تعتمد هذه النظرية على مفهوم التأثير التراكمي، حيث تتراكم الرسائل الإعلامية وتكرر لتؤدي إلى تغيير في الاتجاهات والمواقف.

تُعزز نظرية الاتصال الصحي في السياق الرقمي أهمية استخدام الوسائط المتعددة مثل الفيديوها، والرسوم التوضيحية، والمحتوى النصي الموجز لجذب انتباه الجمهور وتحفيزه إلى التفاعل مع الرسائل الصحية. وقد أظهرت دراسة لـ (Laranjo et al., 2019) أن التفاعل الإعلامي بين الجمهور ومنصات الإعلام الرقمي يُضيف بعداً جديداً للنظرية، حيث يؤدي إلى تعزيز استيعاب الرسائل الصحية وزيادة فعاليتها. هذا التفاعل يُساعد أيضاً في تقليل الفجوة بين المعلومات المقدمة وسلوكيات الأفراد من خلال تقديم ردود فورية وشخصية على استفساراتهم.

علاوة على ذلك، تؤكد نظرية السلوك المخطط (Theory of Planned Behavior) على أن الإعلام الرقمي يمكن أن يعزز نية الأفراد لاتخاذ قرارات صحية من خلال التأثير في مواقفهم، ومعاييرهم الاجتماعية، ومدى إدراكهم لقدراتهم على التحكم بسلوكياتهم. وهذا التوجه يتماشى مع أهداف المنصات الرقمية في "الاتحاد" و"البيان"، حيث يتم تقديم محتوى صحي متنوع يعزز من قدرة الأفراد على اتخاذ قرارات مستنيرة (Hornik, 2002).

#### دراسات مقارنة: الإعلام الرقمي محلياً ودولياً

أثبتت الإعلام الرقمي على المستوى الدولي، أنه أداة حيوية في نشر التوعية الصحية، خاصة خلال الأزمات. أظهرت دراسة (Dhanashree et al., 2021) في الهند أن ٧٠% من السكان اعتمدوا على الإعلام الرقمي للحصول على المعلومات الصحية خلال جائحة كوفيد-١٩، مما يبرز دوره الحاسم في تقديم المعلومات بشكل سريع وفعال. ومن الأمثلة الأخرى، دراسة (Merchant & Lurie, 2020) التي أكدت على دور الإعلام الرقمي في توجيه سلوكيات الجمهور نحو الالتزام بالإجراءات الوقائية.

كما يمكن الإشارة إلى تجربة المملكة المتحدة، حيث استخدمت هيئة الصحة الوطنية (NHS) الإعلام الرقمي لدعم حملات التوعية بلقاحات كوفيد-١٩، وكذلك تجربة سنغافورة في تطوير تطبيقات إعلامية رقمية موجهة للجمهور ضمن سياسات التوعية بالوقاية المجتمعية. وقد أظهرت هذه التجارب أن الدمج بين التكنولوجيا والرسائل الثقافية الملائمة هو ما يحقق أعلى درجات الفعالية.

يمتاز الاعلام الرقمي في السياق الإماراتي بمستوى عالٍ من الموثوقية والتكامل مع السياسات الصحية الوطنية. حيث أوضحت دراسة (Al-Dmour et al., 2020)، أن مواقع مثل "الاتحاد" و"البيان" تُعد مصادر رئيسية للمعلومات الصحية في الدولة، حيث تجمع بين السرعة، والدقة، والتنوع في تقديم المحتوى. وقد أصبحت الإمارات، بالمقارنة مع دول أخرى، نموذجاً ناجحاً يجمع بين التكنولوجيا الرقمية والاستراتيجيات الصحية المتقدمة. فعلى سبيل المثال، بينما تعتمد بعض الدول على وسائل تقليدية في نشر التوعية، تُظهر الإمارات تفوقاً في استخدام الحملات الرقمية الموجهة، مثل تلك المتعلقة بالتطعيمات والفحوصات الدورية.

## الإعلام الرقمي وتأثيره في السلوكيات الصحية

الإعلام الرقمي له دور كبير في التأثير في السلوكيات الصحية، فدوره لا يقتصر على نقل المعلومات فحسب، إنما يمتد إلى تشكيل اتجاهات الأفراد وتحفيزهم إلى تبني عادات صحية جديدة. أظهرت دراسة (Abuhashesh et al., 2021). اسهام الحملات الرقمية التي تستخدم تقنيات مبتكرة، مثل الذكاء الاصطناعي والتحليلات التنبؤية، في تحسين الالتزام بالإجراءات الصحية وزيادة الوعي بأهمية الوقاية. كما بينت دراسة ( محمد أبو رمان ، ٢٠٢١ ) مقدرة الحملات الإلكترونية التي تطلقها وزارة الصحة عبر الإعلام الرقمي على تعزيز الفحص المبكر والوعي الغذائي لدى المواطنين بالإضافة إلى ذلك أكدت دراسة (هالة عبد الله ، ٢٠٢٠ ) أن التصميم البصري للمحتوى (مثل الإنفوجرافيك والفيديوهات القصيرة) كان له تأثير أقوى من النصوص الطويلة في إيصال الرسائل الصحية . أما دراسة ( فهد المطيري ، ٢٠١٩ ) فقد بينت أن منصات الإعلام الرقمي (تويتر، يوتيوب، سناب شات) أسهمت في رفع وعي الشباب بالسلوكيات الوقائية خلال فترات انتشار أمراض مثل كورونا وإنفلونزا الخنازير.

يُظهر الاعلام الرقمي في الإمارات، تأثيراً قوياً في تحسين السلوكيات الصحية، خاصة من خلال الحملات التفاعلية التي تُشجع الجمهور على المشاركة الفعالة. على سبيل المثال، أظهرت حملات التوعية التي أُطلقت عبر "الاتحاد" و"البيان" حول أهمية اللياقة البدنية والتغذية الصحية زيادة ملحوظة في اهتمام الأفراد باتباع أنماط حياة صحية. ولم يقتصر هذا التأثير على الأفراد فحسب، إنما امتد إلى المجتمع الإماراتي بأكمله من خلال تعزيز الصحة العامة وتقليل العبء على النظام الصحي (Abuhashesh et al., 2021).

اتضح، من خلال استعراض الأدبيات، أن الإعلام الرقمي يُعد أداة فعالة وحيوية في تعزيز التوعية الصحية، خاصة في السياق الإماراتي الذي يُظهر تقدماً ملحوظاً في استخدام التكنولوجيا الرقمية لدعم الصحة العامة. ذلك أن المنصات الرقمية المحلية مثل "الاتحاد" و"البيان"، وفّرت محتوى صحياً موثقاً ومتعدد الأبعاد، ما جعلها نموذجاً يُحتذى به على المستوى الإقليمي والدولي. ومع ذلك، ظهرت الحاجة إلى مزيد من الدراسات التي تبحث في كيفية تحسين استراتيجيات الإعلام الرقمي لتوسيع نطاق تأثيره، وتعزيز دوره في تحفيز السلوكيات الصحية الإيجابية.

### منهجية البحث

تم تصميم هذه الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي القائم على جمع البيانات الكمية وتحليلها لتقديم رؤية شاملة حول طبيعة الرسائل الإعلامية الصحية المنشورة في صحيفتي "الاتحاد" و"البيان". وقد ركز التحليل على تقييم الأنماط الإعلامية، والفئات المستهدفة، والكلمات المفتاحية المستخدمة، بهدف توضيح كيفية مساهمة الإعلام الرقمي في تعزيز التوعية الصحية داخل دولة الإمارات العربية المتحدة. واعتمدت الدراسة على تحليل كمي لمحتوى ٥٠٠ مادة إعلامية تم اختيارها عشوائياً من الصحيفتين، مع التركيز على الموضوعات التي تعكس الأولويات الصحية الوطنية.

شمل مجتمع الدراسة جميع المقالات والتقارير المتعلقة بالصحة المنشورة على موقعي الصحيفتين خلال عام ٢٠٢٣. لضمان تمثيل شامل وموضوعي. وقد قُسمت العينة بالتساوي بين الصحيفتين (٢٥٠ مادة لكل صحيفة)، واختيرت المواد استناداً إلى تصنيف زمني يغطي أشهر السنة كلها. ثم جرى التركيز على الموضوعات ذات الأولوية، مثل الوقاية من الأمراض المزمنة، والتوعية بالتطعيمات، والتغذية الصحية، وأهمية نمط الحياة النشط. والهدف من هذا التوزيع هو تحليل الاتجاهات الموسمية ومعرفة كيفية استجابة الصحيفتين للأحداث الصحية الوطنية، مثل حملات التطعيم وبرامج الوقاية.

استُخدمت أداة تحليل المحتوى الكمي كأداة رئيسية لجمع البيانات وتصنيفها. وصُممت قائمة تصنيفية تضمنت الفئات الصحية، والأنماط الإعلامية، مثل الأخبار والمقالات التحليلية، والأساليب التوعوية، مثل الرسوم البيانية والشهادات الطبية. استُخدم برنامج NVivo لتحليل النصوص وتصنيفها وفقاً للكلمات المفتاحية الأكثر تكراراً، مما ساهم في تحديد الموضوعات الرئيسية والرسائل الأكثر تأثيراً.

استخدمت الباحثة برنامج NVivo الإصدار ١٢ كأداة لتحليل المحتوى النصي بشكل منظم. هذا البرنامج يُعد NVivo من البرامج الشائعة في البحوث النوعية، يتيح تصنيف النصوص وفقاً لفئات محددة، مع تحديد التكرارات وتوزيعها عبر المحاور الزمنية والموضوعية. وقد أُدخلت مواد البحث في البرنامج بصيغة نصية، وأنشئت رموز "codes" للفئات التي حددتها الباحثة يدوياً، ثم حُللت التكرارات والعلاقات بين الفئات.

أظهرت البيانات أن الكلمات المفتاحية الأكثر استخداماً شملت "التطعيمات"، و"الوقاية"، و"الصحة العامة"، و"التغذية الصحية" (انظر الشكل ١)، مما يعكس تركيز الصحيفتين على تعزيز الرسائل الوقائية. وعموماً، فقد ظهر أن صحيفة "الاتحاد" كانت تتوجّه إلى جمهور أوسع يشمل شرائح مهنية وشبابية، بينما مالت "البيان" إلى القراء الأكثر اهتماماً بالتحليل السياسي والاجتماعي. وهذا ما انعكس على أساليب الطرح ومضمون الرسائل الصحية في الصحيفتين. أقول بتفصيل أكثر: لقد ظهر في صحيفة "الاتحاد"، توجه قوي نحو استخدام الرسوم البيانية والإحصائيات لعرض المعلومات الصحية، حيث شكلت هذه الوسيلة ٣٥% من إجمالي المحتوى الصحي، بينما فضلت صحيفة "البيان" التركيز على المقالات التحليلية بنسبة ٤٠%، مما يعكس اختلافاً في التوجه التحريري بين الصحيفتين.



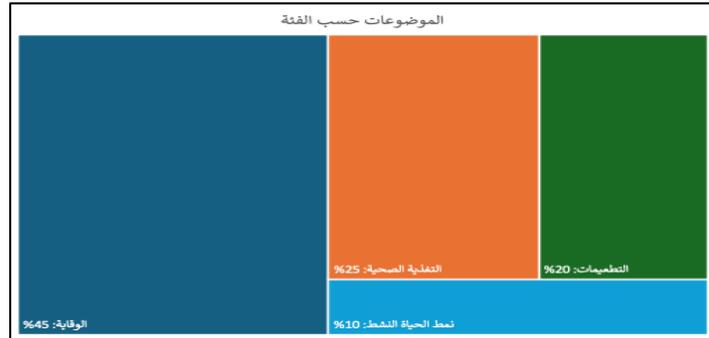
الشكل ١: خارطة تكرار الكلمات المفتاحية في مقالات الصحيفتين

### النتائج الرئيسية للتحليل

كشف التحليل الإحصائي عن عدة نتائج مهمة:

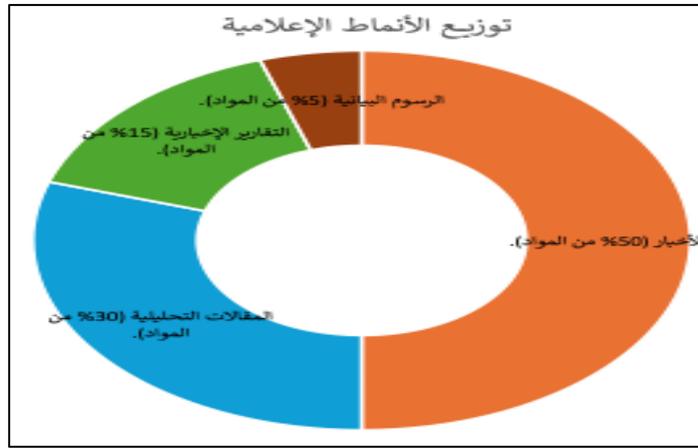
أولاً، تبين أن ٦٠% من المحتوى في صحيفة "الاتحاد" ركز على الوقاية من الأمراض المزمنة مقارنة بـ ٤٥% في صحيفة "البيان". من ناحية أخرى، كان ٣٠% من محتوى "البيان" موجهاً نحو التوعية بالتطعيمات، وهو ما يزيد على نسبة ٢٠% المسجلة في "الاتحاد". وهذا الفارق يعكس الأولويات التحريرية المختلفة بين الصحيفتين، حيث أظهرت "الاتحاد" توجهاً نحو تغطية القضايا الصحية العامة بأسلوب بصري تفاعلي، بينما ركزت "البيان" على تقديم تحليلات معمقة مدعومة بتفاصيل علمية.

ثانياً، أظهرت التوجهات الموسمية تزايداً في عدد المقالات المرتبطة بالتطعيمات خلال الأشهر التي شهدت حملات وطنية، مثل حملة التطعيم ضد الإنفلونزا. كما لوحظ ارتفاع في استخدام الكلمات المفتاحية المتعلقة بالتغذية الصحية خلال شهري رمضان وشوال، مما يعكس ارتباط الإعلام الرقمي بالمناسبات الاجتماعية والدينية.



الشكل ٢: تنوع الموضوعات بين الصحيفتين حسب الفئة

أظهرت المقارنة بين الصحيفتين فروقات واضحة في أساليب الطرح الإعلامي والموضوعات المهيمنة (انظر الشكل ٣). فقد اعتمدت صحيفة "الاتحاد" بشكل كبير على الوسائط التوضيحية مثل الرسوم البيانية والمخططات الإحصائية لشرح المفاهيم الصحية المعقدة، ما جعل المعلومات سهلة الفهم وسريعة التداول. في المقابل ركزت صحيفة "البيان" على المقالات التحليلية الطويلة التي تقدم عمقاً أكبر في التغطية، مدعومة بشهادات من خبراء وأطباء. بالإضافة إلى ذلك، كانت "الاتحاد" أكثر تفاعلية في طرح القضايا الصحية، حيث تضمنت بعض مقالاتها روابط لمصادر إضافية واستطلاعات رأي تفاعلية. من ناحية أخرى، ركزت "البيان" على بناء مصداقية محتواها من خلال الاعتماد على دراسات وتقارير طبية متخصصة. وهذا التباين يدل على استراتيجيات مختلفة للوصول إلى الجمهور وتلبية احتياجاته.



الشكل ٣: توزيع الأنماط الصحفية وأساليب الطرح الإعلامي بين الصحيفتين

#### الاتجاهات الرئيسية والموضوعات الصحية

تم تحديد ثلاثة اتجاهات رئيسية من خلال تحليل الكلمات المفتاحية والأنماط الإعلامية، هي:

١. التركيز على الوقاية باعتبارها الهدف الأساسي للرسائل الصحية، حيث احتلت مواضيع الوقاية من الأمراض المزمنة النسبة الأكبر من المحتوى.
٢. استخدام أساليب تعليمية مبتكرة، مثل الرسوم البيانية والشهادات التفاعلية لشرح المفاهيم الصحية المعقدة.
٣. توجيه الرسائل لتناسب مع المناسبات الموسمية والاجتماعية، مما يعكس مرونة الإعلام الرقمي في الاستجابة للاحتياجات المتغيرة للجمهور.

استناداً إلى الاتجاهات الرئيسية الثلاثة السابقة، وُسِّعت فئات تحليل المضمون لتشمل الجوانب الآتية:

١. مصادر المعلومات (رسمي، خبير، عام)
٢. هدف الرسالة (تعليمي، توعوي، تحذيري)

٣. إطار المعالجة (طبي، اجتماعي، ثقافي)

٤. أساليب الإقناع (بياني، عاطفي، علمي)

٥. نوع الوسائط المستخدمة (رسوم بيانية، صور، فيديو، نصوص)

يتيح هذا التوسع في الفئات فهماً أعمق لاستراتيجيات الإعلام الرقمي وتأثيرها في الجمهور، بدلاً من الاكتفاء بفئات عامة لا تعكس تنوع المحتوى.

#### ١. دلالات النتائج واستنتاجات منهجية

تشير النتائج أن الإعلام الرقمي الإماراتي، ممثلاً بصحيفتي "الاتحاد" و"البيان"، يلعب دوراً محورياً في دعم السياسات الصحية الوطنية وتعزيز وعي الجمهور. ذلك أن هذا الإعلام الرقمي استطاع من خلال التركيز على الموضوعات ذات الأولوية واستخدام أساليب طرح متنوعة أن يُشكل أداة فعالة للتواصل الصحي. ومع ذلك، ظهرت الحاجة إلى تعزيز التنسيق بين الوسائل الإعلامية والمؤسسات الصحية لضمان تحقيق أقصى تأثير للرسائل الصحية.

استخلصت الدراسة بعض النتائج الكيفية من خلال تحليل الفئات الرمزية التي تم ترميزها داخل برنامج NVivo بالإضافة إلى تفسير المضامين اعتماداً على الفئات كأسلوب الطرح - مصدر المعلومات - البنية التفاعلية للمادة - توقيت النشر - أبعاد المعالجة. ومن هذه النتائج:

#### ٢. اختلاف التوجه التحريري بين الصحيفتين

- تميزت صحيفة الاتحاد باستخدام وسائط مرئية مثل الرسوم البيانية والمخططات، مما يدل على تبني أسلوب تعليمي بصري يهدف إلى تبسيط المفاهيم الصحية.
- تركز صحيفة البيان على المقالات التحليلية المعمقة التي تعتمد على آراء الخبراء والتقارير الطبية، مما يعكس طابعاً نخبياً تحليلياً يهدف إلى بناء الثقة بالمعلومة من خلال التوثيق والعمق.

#### ٣. التفاعل الرقمي يعزز ثقة الجمهور

- تميزت بعض المواد الإعلامية التي تم تحليلها بإدراج روابط لمصادر إضافية أو استطلاعات رأي، ما يشير إلى وجود جهد تفاعلي من الصحيفتين لدمج القارئ في العملية التوعوية، وهو ما ينسجم مع نظرية الاتصال الصحي التشاركي.

#### ٤. مراعاة السياق الثقافي والاجتماعي

- يظهر من التحليل أن تغطية المواضيع الصحية (مثل التغذية أو النشاط البدني) كانت متزامنة مع مناسبات دينية مثل شهر رمضان، مما يعكس حساسية الصحف للسياق الثقافي المحلي، وهي نقطة تُعزز فعالية الرسائل الإعلامية وتُظهر التكيف مع الجمهور المستهدف.

#### ٥. الرسائل التوعوية استخدمت خطاباً متعدد الأبعاد

- تم تحليل الرسائل بأنها لا تقتصر فقط على البعد الطبي (العلمي)، بل تداخلت معها أبعاد ثقافية واجتماعية وتحذيرية، مثل التشجيع على سلوك صحي في إطار جماعي أو أسري، مما يوضح اعتماد الصحيفتين على استراتيجيات متنوعة للإقناع (عاطفي، علمي، اجتماعي).

## ٦. التنوع في مصادر المعلومات

- تم رصد اعتماد الصحف على مصادر متنوعة ، الأمر الذي دعم مصداقية و ثراء في السرد، ويعزز من فاعلية الخطاب الإعلامي الصحي لدى شرائح متعددة من الجمهور مثل:

○ وزارات وهيئات صحية (رسمي).

○ أطباء وخبراء (خبير).

○ وأحياناً على تجارب شخصية لمواطنين (عام).

سلطت هذه الدراسة الضوء على أهمية استراتيجيات الإعلام الرقمي في دعم الصحة العامة، مع تقديم توصيات مستقبلية لتحسين استراتيجيات الطرح الإعلامي، بما في ذلك زيادة الاعتماد على البيانات التفاعلية، وتعزيز التغطية الموسمية، وتوسيع نطاق استخدام الوسائط المتعددة لجذب شرائح أكبر من الجمهور.

أشارت نتائج هذه الدراسة إلى الدور المحوري للإعلام الرقمي كأداة فعالة في تعزيز التوعية الصحية في دولة الإمارات. من خلال تحليل الأنماط والأساليب الإعلامية المستخدمة في صحيفتي "الاتحاد" و"البيان"، وأبرزت قدرتها على تقديم محتوى صحي يتماشى مع أولويات الصحة العامة، مدعوماً بالمرونة في الاستجابة للمناسبات الوطنية والاجتماعية.

## تفسير النتائج وتأثيراتها النظرية

أظهرت النتائج توافقاً مع الأطر النظرية السابقة، مثل نظرية الاتصال الصحي التي تشير إلى إمكانية الرسائل الإعلامية المتكررة والمدروسة في إحداث تغييرات إيجابية في مواقف الأفراد وسلوكياتهم الصحية (Hornik, 2002)، كما ظهرت في هذه الدراسة قدرة الإعلام الرقمي على دمج التفاعلية والوسائط المتعددة في تقديم رسائل صحية جذابة وسهلة الفهم، مما يعزز استيعابها وتأثيرها. على سبيل المثال، كان استخدام صحيفة "الاتحاد" للرسوم البيانية كأداة توضيحية لا يقدم المعلومات فحسب، إنما يفسرها بطريقة تفاعلية تُساعد الجمهور على فهم الرسائل الصحية بفعالية أكبر.

## ١. الأبعاد العملية: الفجوات والفرص

أبرزت الدراسة على المستوى العملي عدة فرص لتحسين استخدام الإعلام الرقمي في نشر التوعية الصحية. تمثل أبرزها في تعزيز التنسيق بين وسائل الإعلام والمؤسسات الصحية في تقديم محتوى متكامل ومبني على الأدلة العلمية. رغم نجاح الصحيفتين في تسليط الضوء على الموضوعات الصحية ذات الأولوية، فإن الحاجة تظل قائمة لتعزيز استراتيجيات طرح الرسائل بما يضمن الوصول إلى شرائح أوسع من المجتمع. إذ يمكن أن تستفيد الصحيفتان على سبيل المثال من تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل احتياجات الجمهور وتوجيه الرسائل بشكل أكثر تخصيصاً.

## ٢. التحديات والمقترحات المستقبلية

إن من أبرز التحديات التي واجهتها الرسائل الصحية الرقمية في الإمارات انتشار المعلومات المضللة، وغياب توحيد الخطاب الصحي عبر الوسائل المختلفة. كما ظهرت تحديات تتعلق بصعوبة الوصول إلى بعض الفئات السكانية نتيجة الحواجز اللغوية والثقافية، فضلاً عن غياب ميثاق موحد لضمان جودة الرسائل الصحية المنشورة رقمياً.

وفي هذا السياق، تواجه المنصات الرقمية رغم النجاح الملحوظ للإعلام الرقمي في دعم التوعية الصحية، تحديات جوهرية، أبرزها انتشار المعلومات المضللة. لذلك تقترح الدراسة تعزيز الشراكات بين وسائل الإعلام والجهات الصحية لتطوير آليات فاعلة للتحقق من المعلومات ونشر الرسائل القائمة على الأدلة. بالإضافة إلى ذلك، من المهم استثمار التكنولوجيا الرقمية لتحسين استجابة الإعلام للأزمات الصحية، مثل تقديم تحديثات فورية في أثناء تفشي الأوبئة.

تدعو الدراسة أيضاً إلى تعزيز التكامل بين الإعلام الرقمي التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي. إذ إن وسائل التواصل الاجتماعي بفضل انتشارها الواسع بين الفئات العمرية المختلفة، تُعد وسيلة فعالة للوصول إلى جمهور أكبر. ويمكن للصحيفتين استثمار هذا التكامل لتحسين التفاعل مع الجمهور، من خلال استخدام حملات رقمية تستهدف الشباب، أو إقامة ندوات تفاعلية عبر الإنترنت لتناول القضايا الصحية الملحة.

## ٣. التوجهات المستقبلية: البحث والتنفيذ

أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية تطوير أبحاث مستقبلية تستكشف دور الإعلام الرقمي في مجالات صحية أكثر تحديداً. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تضيف دراسة تأثير الرسائل الرقمية في السلوكيات الصحية المرتبطة بالتغذية أو النشاط البدني، رؤى جديدة. كما أن دراسة استجابات الجمهور للرسائل الصحية التفاعلية عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي قد يساعد على تحسين استراتيجيات الطرح الرقمي. وأخيراً أظهرت الدراسة أن التجربة الإماراتية تُعد متقدمة مقارنة ببعض التجارب العربية الأخرى، مما يعزز من أهمية تعميم النماذج الفعالة في الدول العربية.

توصي الدراسة على صعيد التنفيذ، بتطوير برامج تدريبية للصحفيين العاملين في المجال الصحي، تهدف إلى تحسين مهاراتهم في استخدام الوسائط الرقمية وتقديم المعلومات الصحية بأسلوب علمي ودقيق. كما يمكن للمؤسسات الإعلامية توسيع التعاون مع الخبراء الطبيين لتقديم محتوى يعزز مصداقية الرسائل الصحية.

## الخاتمة

أبرزت الدراسة الدور المحوري الذي يلعبه الإعلام الرقمي في تعزيز التوعية الصحية، مع تسليط الضوء على تجربة الإمارات كنموذج ناجح في توظيف التكنولوجيا لخدمة الصحة العامة. وقد أظهر تحليل محتوى صحيفتي "الاتحاد" و"البيان" نتائج تقول إن الإعلام الرقمي يمكن أن يكون وسيلة فعالة لنشر رسائل صحية تُسهم في تغيير السلوكيات الصحية وتعزيز

الوقاية من الأمراض. ومثل هذه الدراسة، بما توفره من رؤى نظرية وعملية، يسد فجوة بحثية مهمة في الأدبيات المتعلقة بدور الإعلام الرقمي في السياق الإماراتي.

### إبراز المساهمات الجديدة

تُعد الدراسة مساهمة جوهرية؛ لأنها تقدم نموذجاً يُسلط الضوء على تميز النهج الإماراتي في استخدام الإعلام الرقمي لتعزيز الصحة العامة. إذ إن هذه التجربة تختلف عن مثيلاتها في دول أخرى في أنها تعتمد النهج الإماراتي في مزج الأساليب التفاعلية والتحليلية مقارنة بدراسات مشابهة أجريت في دول أخرى، مثل الهند أو الولايات المتحدة، حيث اتضح أن الإعلام الرقمي في الإمارات يركز على التكيف مع السياقات الثقافية والاجتماعية المحلية، مما يزيد من فعاليته. بينما تركز بعض الدول على سبيل المثال، على الرسائل العامة. كما تميز النهج الإماراتي بمرونته وتخصسه في تقديم محتوى يتماشى مع الاحتياجات الفعلية للجمهور مثل حملات التطعيم الموسمية والوقاية من الأمراض المزمنة.

علاوة على ذلك، أظهرت النتائج اندماج الوسائل الإعلامية التقليدية في الإمارات مع التكنولوجيا الحديثة في تقديم رسائل صحية متكاملة. وقد أبرز هذا التكامل كيفية سد الفجوة بين النظريات الإعلامية والتطبيق العملي، مما يُثري الأدبيات البحثية ببيانات جديدة وذات صلة.

### رؤية مستقبلية وتوصيات تنفيذية

#### توصي الدراسة بالأمر الآتية:

- تعزيز الشراكات بين وسائل الإعلام والجهات الصحية الرسمية؛ لتوحيد الرسائل وتدقيقها علمياً.
- تطوير منصات تفاعلية تدمج الإعلام الرقمي بالتواصل الاجتماعي؛ لتوسيع نطاق الوصول والتأثير.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل احتياجات الجمهور، وتصميم محتوى صحي مخصص لكل فئة.
- تطوير برامج تدريبية للصحفيين العاملين في المجال الصحي على آليات إنتاج محتوى علمي بصري ومقتنع.

#### أما على مستوى البحث المستقبلي، فتوصي الدراسة باستكشاف:

- تأثير الإعلام الرقمي في الصحة النفسية.
- فعالية الرسائل الرقمية في تعزيز الالتزام الصحي لدى الفئات الشبابية.
- تحليل السياسات التحريرية لكل وسيلة إعلامية وربطها بجمهورها المستهدف.

### الخاتمة العامة

أظهرت الدراسة بوضوح أن الإعلام الرقمي، إذا استُخدم بطرق استراتيجية، يمكن أن يُصبح أداة رئيسية لتحسين الصحة العامة وتعزيز جودة الحياة. ونتائج الدراسة تدعم فرضية أن الصحيفتين "الاتحاد" و"البيان" قدمتا نماذج فعّالة في إيصال الرسائل الصحية، سواء من خلال التفاعل مع الجمهور أو تقديم محتوى تحليلي متعمق. ومع ذلك، تظل هناك فرص كبيرة لتحسين هذه التجربة من خلال استثمار التكنولوجيا الحديثة وتعزيز التعاون بين وسائل الإعلام والجهات الصحية.

أخيراً، بالنظر إلى التطورات المستقبلية، يبرز الإعلام الرقمي كأداة لا غنى عنها لتحقيق أهداف التنمية المستدامة في مجال الصحة العامة. ويُعد هذا البحث خطوة أولى نحو فهم أعمق لدور الإعلام الرقمي في تعزيز التوعية الصحية، مع فتح المجال أمام مزيد من الدراسات التي يمكن أن تستكشف تطبيقات جديدة ومبتكرة لهذه الوسيلة الإعلامية الحيوية.

## المراجع:

١. عبد الله ، هالة ، (٢٠٢٠) فاعلية الحملات الرقمية الصحية على الفيسبوك في تغيير سلوكيات الشباب الصحية" مجلة علوم الإعلام، جامعة القاهرة، مصر .
٢. أبو رمان ، محمد ، ( الأردن ) ، الإعلام الصحي الرقمي ودوره في التوعية بالأمراض المزمنة في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، الأردن .
٣. المطيري ، فهد ( ٢٠١٩ ) دور الإعلام الجديد في التوعية الصحية ، المجلة العربية للإعلام والاتصال، مصر .
4. Abuhashesh, M. Y., Al-Dmour, H., Masa'deh, R., Salman, A., Al-Dmour, R., Boguszewicz-Kreft, M., & AlAmaireh, Q. N. (2021). The role of social media in raising public health awareness during the pandemic COVID-19: An international comparative study. *Informatics*, 8(80). <https://doi.org/10.3390/informatics8040080>
5. Al-Dmour, H., Masa'deh, R., Salman, A., Abuhashesh, M., & Al-Dmour, R. (2020). The influence of social media platforms on public health protection against coronavirus (COVID-19) pandemic disease via the mediating effects of public health awareness and behavioral change: An integrated model. *JMIR Preprints*. <https://doi.org/10.2196/19996>
6. Al-Hamami, H. M. (2021). دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية [The role of social media in raising citizens' awareness of health initiatives]. *المجلة العلمية [Scientific Journal of the Faculty of Arts, Damietta University]* , 10(3) , 187–214. Retrieved from <https://artdau.journals.ekb.eg/>
7. Anwar, A., Malik, M., Raees, V., & Anwar, A. (2020). Role of mass media and public health communications in the COVID-19 pandemic. *Cureus*, 12(9), e10453. <https://doi.org/10.7759/cureus.10453>
8. Dhanashree, H., Garg, H., Chauhan, A., Bhatia, M., Sethi, G., & Chauhan, G. (2021). Role of mass media and its impact on the general public during the coronavirus disease 2019 pandemic in North India: An online assessment. *Indian Journal of Medical Sciences*, 73(1), 21–29. [https://doi.org/10.25259/IJMS\\_312\\_2020](https://doi.org/10.25259/IJMS_312_2020)
9. Hornik, R. C. (Ed.). (2002). *Public health communication: Evidence for behavior change*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers. <https://doi.org/10.4324/9781410603029>
10. Laranjo, M., Potes, M. E., & Elias, M. (2019). Role of Starter Cultures on the Safety of Fermented Meat Products. *Frontiers in microbiology*, 10, 853. <https://doi.org/10.3389/fmicb.2019.00853>
11. Merchant, R. M., & Lurie, N. (2020). Social Media and Emergency Preparedness in Response to Novel Coronavirus. *JAMA*, 323(20), 2011–2012. <https://doi.org/10.1001/jama.2020.4469>
12. Ouchene, D., Boussalah, H., & Ziane, K. (2024). The role of the media in health awareness. *International Journal of Health Sciences*, 8(S1), 477–482. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v8nS1.14808>
13. Rehman, A. U., Zakar, R., Zakar, M. Z., Hani, U., Wrona, K. J., & Fischer, F. (2021). Role of the media in health-related awareness campaigns on perception of COVID-19: A pre-post study in the general population of Pakistan. *Frontiers in Public Health*, 9, Article 779090. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.779090>