



جامعة المنصورة
كلية التربية



**الاستمالات المستخدمة لتعزيز الصحة النفسية في
منشورات الإنفوجرافيك (دراسة تحليلية لتطبيق قريبون
لعام ٢٠٢٣ بالمملكة العربية السعودية)**

إعداد

د. / صالح سفير الخثعمي

أستاذ علم النفس الإكلينيكي المساعد
كلية التربية- جامعة الملك خالد

د. / خديجة عبود ال معدي

أستاذ علم الإرشاد النفسي المشارك
كلية التربية- جامعة الملك خالد

مجلة كلية التربية – جامعة المنصورة

العدد ١٢٦ – إبريل ٢٠٢٤

الاستمالات المستخدمة لتعزيز الصحة النفسية في منشورات الإنفوجرافيك (دراسة تحليلية لتطبيق قرييون لعام ٢٠٢٣ بالمملكة العربية السعودية)

د. / صالح سيف الخنمي
أستاذ علم النفس الإكلينيكي المساعد
كلية التربية - جامعة الملك خالد

د. / خديجة عبود المعري
أستاذ علم الإرشاد النفسي المشارك
كلية التربية - جامعة الملك خالد

الملخص:

هدفت الدراسة الحالي إلى رصد وتحليل الاستمالات المستخدمة لتعزيز الصحة النفسية في منشورات الإنفوجرافيك لتطبيق قرييون لعام ٢٠٢٣ بالمملكة العربية السعودية. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ويتكون مجتمع الدراسة من منشورات الإنفوجرافيك في تطبيق قرييون للصحة النفسية، والبالغ عددها (١٧٥٦) منشوراً. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام أداة تحليل المضمون (المحتوى) المعتمدة على وحدة الفكرة والموضوع من إعداد الباحثين، على عينة من المنشورات (٩٨٨). وقد أسفرت نتائج الدراسة التحليلية اعتماد تطبيق قرييون لتعزيز الصحة النفسية على الاستمالة العقلية بنسبة (٣٤,٥٠%) وعلى الاستمالة العاطفية (٢٩,٣٥%) يليها الاستمالة المزدوجة بنسبة (١٨,٣٧%)، ومن ثم استمالة التخويف بنسبة (١٧,٧٧%). وتوصي الدراسة بتوسيع نطاق التوعية ببرامج تطبيقات تعزيز الصحة النفسية الرقمية لكافة الفئات والمراحل العمرية التي تساعد على تعزيز التعافي والصحة النفسية.

Abstract:

The current study aimed to monitor and analyze the prompts used to promote mental health in infographic publications for the Qariboon application for the year 2023 in the Kingdom of Saudi Arabia. The study relied on the descriptive analytical approach, and the study population consists of infographic publications in the Qariboon application for mental health, amounting to (1756) publications. To achieve the objectives of the study, a content analysis tool based on the unity of idea and topic prepared by researchers was used on a sample of publications (988). The results of the analytical study resulted in the adoption of the Qariboun application to promote mental health on mental grooming at a rate of (34.50%) and on emotional grooming at a rate of (29.35%), followed by double grooming at a rate of (18.37%), and then intimidation grooming at a rate of (17.77%). The study recommends expanding awareness of digital mental health promotion application programs for all age groups and stages that help promote recovery and mental health.

خلفية الدراسة:

إن التطبيقات والبرامج الرقمية لتعزيز الصحة النفسية؛ أصبحت اليوم سمة أساسية من سمات عصرنا الحالي، لما لها من أهمية كبيرة في نشر الوعي النفسي في جميع أنحاء العالم، والذي يحتاج إلى الترويج والإيصال الجماهيري لكافة الطبقات والفئات العمرية، والتي بدورها تقوم بتقديم وتوفير المعلومات اللازمة والموثوقة للمستفيد في الوعي الصحي على المستوى النفسي والاجتماعي.

فقد ظهرت مؤخرًا تطبيقات الصحة المتنقلة (mHealth) التي تركز على التدخلات الموجهة ذاتيًا لمعالجة ارتفاع معدل انتشار اضطرابات الصحة النفسية واحتياجات الصحة السلوكية بين عامة السكان. قد يساعد نشر تدخلات الصحة النفسية تقنيات الصحة المحمولة في التغلب على العوائق التي تحول دون الوصول إلى الرعاية ويكون له جاذبية واسعة بين المستهلكين. ومع ذلك، فإن تطوير واختبار تطبيقات الصحة النفسية في إعدادات الدراسة الرسمية محدود ويفوقه بكثير الاستخدام اليومي للمستهلك.

وأصبح للصحة النفسية حضورًا قويًا في رقمنة الرعاية الصحية بسبب حل بعض الصعوبات في الوصول إلى الخدمات وجهًا لوجه من خلال الخدمات الرقمية مثل تطبيقات الهاتف المحمول والبرامج المستندة إلى الويب عبر الإنترنت والتي تستهدف بشكل أساسي مشكلات الصحة النفسية. فقد أصبحت الهواتف الذكية وتطبيقاتها السريعة أجهزة تشارك في العديد من جوانب حياتنا، بما في ذلك مراقبة وتقييم وعلاج الصحة البدنية والنفسية (Santo et al., 2016). وفي هذا الصدد، من المهم أن ننظر أولاً إلى تطور مصادر الصحة النفسية الرقمية ككل وكيف انبثقت هذه المصادر من التطور الأوسع (المستمر) في الرعاية الصحية الرقمية. وفي هذا السياق، سيتم تقييم تطبيقات الصحة النفسية للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية (تطبيق قرييون أنموذجًا) للتأكد مما إذا كانت هذه التطبيقات قد أصبحت خيارًا محتملاً وقابلًا للتطبيق للوقاية والعلاج من الأمراض النفسية.

ويرى (Eisenstadt et al., 2021) أن هناك أدلة متزايدة تشير إلى أن الحالة العاطفية للجمهور قد تأثرت سلبًا في العام الماضي. ونتيجة لذلك، زاد الطلب على دعم الرفاه النفسي. وعلى الرغم من وجود دعم تجريبي كبير لتطبيقات الصحة النفسية التي تستهدف الحالات المشخصة، إلا أن هناك أبحاثًا أقل حول تطبيقات الرفاهية العاطفية. ومن بين تطبيقات الرفاهية الحالية، تم إجراء القليل من الدراسات على التطبيقات التي تعتمد على التجارب الحية وتلك التي تسعى إلى تعزيز فهم المستخدمين لأنماطهم العاطفية. وبالتالي، فإن قبول هذه التطبيقات الجديدة يتطلب المزيد من التقييم قبل الارتقاء بها.

وقد تناولت الدراسات السابقة أهمية الوعي والتوعية النفسية عبر التطبيقات الرقمية المختلفة؛ إلا أنها لم تتناول الاستمالات كأسلوبًا في المتلقي لإحداث الاستجابة. كدراسة (Domhardt et al., 2021) التي هدفت إلى إجراء تقييم منهجي للتدخلات القائمة على تطبيقات الهاتف المحمول لعلاج القلق والاكتئاب واضطراب ما بعد الصدمة لدى الشباب. حيث قامت الدراسة بتحديد التطبيقات المصممة لاستهداف القلق أو الاكتئاب أو اضطراب ما بعد الصدمة لدى الشباب من خلال إجراء عمليات بحث منهجية في متجر Apple App Store و Google Play حيث تم تقييم تطبيق واحد فقط وأشارت النتائج إلى ضعف جودة التطبيق وغياب التطوير القائم على أسس علمية، ونقص التقييم المنهجي للسليم للتطبيقات، الأمر الذي يؤكد الحاجة الماسة إلى أفضل الممارسات المؤسسية التي توفر معلومات مركزية حول جوانب مختلفة من تطبيقات الصحة النفسية مثل الفعالية والسلامة وأمن البيانات.

وتعرف الاستمالات بأنها العملية التي يتم فيها التأثير في أفكار الآخرين عن طريق الأدلة والشواهد والأمثلة والبراهين المختلفة، والنوازع النفسية والميول والرغبات لغرس عادات صحية سليمة وبناء مجتمع متماسك (عبد خليفة والعامري، 2022، 94). وتعد الاستمالات جزءًا من أساليب الاقتناع الذي يعتمد على استراتيجيات رمزية تثير العاطفة لدى المستهدف، أو استراتيجيات رمزية تستميل العقل والمنطق، كما أن هناك الاستراتيجية التي تعتمد على الدمج بين الاستمالتين معًا (الحديدي وعلي، 2010، 68).

ففي دراسة (ليبب، ٢٠٢٢) تناولت الاستمالات المستخدمة في الأخبار الزائفة حول فايروس كورونا- دراسة تحليلية لصفحة التقنية من أجل السلام في الفيسبوك، وكان الهدف معرفة الأساليب التي تم استخدامها في الاستمالات التي تضمنتها المنشورات، والتقصي عن أهم الاستمالات المنطقية والعاطفية والتخويفية المستخدمة في المنشورات. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي التحليلي لعينه بلغت (٦٠) منشور من منشورات صفحة التقنية من أجل السلام، وقد اقتضت منهجيتها استخدام أداة تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: حققت الاستمالات التخويفية المرتبة الأولى في الاستخدام بنسبة (٤١,٨%) من مجموع الاستمالات البالغة (١٥٨) استمالة، يليها الاستمالة العاطفية بنسبة (٣٨%)، تليها في المرتبة الثالثة الاستمالة المنطقية بنسبة (١٩,٦).

فالاستمالة هي نوع من المحاولات لتغيير آراء الجمهور وقناعاته؛ تبدأ من الكلمة التي تعد من أهم أدوات الخطاب، وعن طريقها تأتي قوة التحكم بالناس، أو إقناعهم من غير اللجوء إلى استخدم القوة المادية، فهناك عدة تصنيفات منها الاستمالة العقلية، واستمالة التخويف، والاستمالة العاطفية. وجميعها تعتمد على الإقناع فهو عملية تؤثر على الشخص لفعال شيء ما، أو تعديل القيم والرغبات والإجراءات الخاصة بالآخرين، وغالبا الرسالة الإقناعية تبدأ بالمرسل الذي يريد توصيل رسالة ذات هدف معين إلى المستقبل، فالرسالة كلمات وصور يتم إرسالها عبر التطبيق الرقمي من خلال منشورات الانفوجرافيك (علة، ٢٠٢٠).

فالانفوجرافيك مصطلح تقني يشير إلى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة يسهل على من يراها؛ استيعابها من دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص. فهو مجموعة من الصور الثابتة أو المتحركة، والرسومات والأسهم ولقطات الفيديو، المدعمة باللغة اللفظية والمدمجة في تصميم واحد (دليل الوقاية، ٢٠٢٠). كما ينقسم الانفوجرافيك إلى ثابت وهو عبارة عن محتوى ثابت يشرح بعض المعلومات عن موضوع معين يختاره صاحب الانفوجرافيك، ومتحرك كمقطع فيديو يحتوي على بيانات ومعلومات بشكل متحرك كامل. وهناك عدة تصاميم مستخدمة للانفوجرافيك؛ كالانفوجرافيك الاحصائي، والمعلوماتي الخبري، والتسلسل الزمني، وانفوجرافيك نتائج الأبحاث والدراسات، وانفوجرافيك المقارن، والخرائطي الجغرافي، والفوتوغرافي. حيث يعد الانفوجرافيك وسيلة مهمة في مساعدة المتلقي على فهم وإدراك المعلومات بشكل واضح، وبطريقة تشويقية غير مملة، لتعزيز فهم الجمهور حول المعلومات المتعلقة بالوعي النفسي، كما يمكن استخدامها على نطاق واسع عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الصحة النفسية ونشر الوعي الصحي.

ويعد موضوع تعزيز الصحة النفسية من المواضيع الرئيسية الهامة التي تجعل الفرد قادرا على إيجاد التوازن بين ضغوطات الحياة والقدرات اللازمة لمواجهتها؛ لتلبية متطلباته النفسية والاجتماعية والقدرة على التوافق مع الأشخاص الآخرين. ولا تقتصر أهمية تعزيز الصحة النفسية على الفرد وحده؛ فهو جزء من المجتمع وإذا أصيب هذا الفرد بأي نوع من الاعتلالات النفسية حتما سيؤثر على المجتمع ككل؛ فالاضطرابات النفسية تتسبب في انتشار الجريمة والفساد والكثير من المشكلات المجتمعية، فلا بد من تكثيف الإجراءات المعززة للصحة النفسية من أجل تعزيز ثقة الأفراد بأنفسهم ورفد المجتمع بالمخرجات الاجتماعية الإيجابية، مما يعكس أهمية موضوع تعزيز الصحة النفسية بشكل أو بآخر وهذا ما أشارت إليه نتائج الدراسات السابقة في موضوع تعزيز الصحة النفسية كدراسة كلاً من (شهباز، ٢٠٢٢؛ حسين وعبدالله، ٢٠٢٢؛ مجيد، ٢٠٢٣؛ بادى وخرياطه، ٢٠٢٣).

إن موضوع الاستمالات المستخدمة في التطبيقات والبرامج الرقمية للصحة النفسية من بين الموضوعات التي لم يتم تناولها بصورة واسعة، وهذا ما يفسر قلة الدراسات السابقة - في حدود علم الباحثين- حول هذا الموضوع على مستوى الدراسات العربية والأجنبية. ففي العراق هناك دراسة (ناظم، ٢٠٢١) التي هدفت إلى رصد طبيعة الاستمالات المستخدمة في منشورات الانفوجرافيك حول جائحة كورونا في صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة العراقية للوقاية من فيروس كورونا ونشر التوعية الصحية. وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وكانت العينة تشتمل على حصر جميع منشورات الانفوجرافيك لعام ٢٠٢٠ منذ بداية أول إصابة حتى تلقي أول جرعات لقاح كورونا، وجاءت نتائج الدراسة لتؤكد استخدام صفحة وزارة الصحة العراقية الأنواع الأساسية من الاستمالات في منشورات الانفوجرافيك وهي العقلية والعاطفية والتخويف، وكان الاعتماد على الاستمالة العقلية. كما اعتمد الموقع على استخدام منشورات الانفوجرافيك لإيصال رسالتها بطرق سهلة ومفهومة.

وكما أشارت دراسة (Lau et al., 2021) إلى تقييم الجودة الموضوعية والذاتية للتطبيقات الناجحة في كل من قطاعي الدراسة والمستهلكين، والعلاقات بين جودة التطبيق الموضوعية، وتقييمات المستخدم الذاتية، وتقنيات تغيير السلوك القائمة على الأدلة. سيساعد ذلك في إعلام الباحثين في مجال الصحة المحمولة باعتباريات التصميم التي تركز على المستخدم لتعظيم عناصر التصميم والميزات المرتبطة بجاذبية المستهلك والمشاركة والاستدامة. حيث اعتمدت الدراسة على منهجية تحليل تصميم يركز على المستخدم لتطبيقات المستهلك الشائعة بدعم علمي باستخدام مقياس تقييم تطبيقات الهاتف المحمول (MARS) الذي تم التحقق من صدقه وثابته. تم تحديد تطبيقات المستهلك الشائعة التي تدعمها الأبحاث من خلال الدراسة المنهجية في App Store و iOS (Apple Inc) و Google Play (Google LLC) كما قامت الدراسة بتقييم مقاييس الجودة لـ ١٩ تطبيقاً للصحة النفسية من خلال ٤ مقاييس فرعية لـ MARS، وهي المشاركة والوظيفة والجماليات وجودة المعلومات. وتوصلت النتائج الى وجود ارتباط لتقييمات المستهلك بشكل كبير مع المقياس الفرعي للوظيفة، والمقياس الفرعي الجمالي، والنتيجة الإجمالية. حيث كانت جودة التطبيق الموضوعية وتقييمات المستهلك الذاتية مرتفعة بشكل عام. وكانت وظائف التطبيق وجمالياته متنسقة إلى حد كبير مع جاذبية المستهلك.

كما هدفت دراسة (Eisenstadt et al., 2021) إلى وصف القبول والمشاركة والنتائج الأولية لاستخدام تطبيق مصمم لتعزيز الرفاهية العاطفية والصحة النفسية الإيجابية. حيث أكمل ما مجموعه ١١٥ مشاركاً خط الأساس، منهم ٩١ مستخدماً قاموا بتنزيل التطبيق. ووجد عدد كبير من المشاركين أن التطبيق سهل الاستخدام، ويشعرون بتحسناً في الصحة النفسية. كما أشارت التحليلات اللاحقة التي أجرتها الدراسة إلى انخفاض في درجات الاكتئاب خلال فترة المتابعة وزيادة في مستويات الرفاهية النفسية.

وهدفت دراسة (Kaveladze et al., 2022) إلى التحقق من العلاقة بين المقاييس الذاتية لتجربة المستخدم، والمشاركة في تطبيقات الصحة النفسية. حيث أجرى الباحثين تحليلاً للبيانات الثانوية المسجلة مسبقاً في عينة مكونة من ٥٦ تطبيقاً للصحة النفسية بغرض قياس تجربة المستخدم. ثم استخدمت تقييمات الخبراء على مقياس تقييم تطبيقات الهاتف المحمول (MARS) وتقييمات المستهلكين من متجر تطبيقات Apple و Google Play. ولقياس التفاعل حصلت الدراسة على تقديرات للمستخدمين النشطين شهرياً. كانت النتيجة الإجمالية لـ MARS مرتبطة بشكل إيجابي إلى حد ما بالإيرادات على مستوى التطبيق والتنزيلات. ومع ذلك، أظهرت النتيجة الإجمالية لـ MARS وكل من مقاييسها الفرعية (المشاركة والوظيفة والجماليات والمعلومات) ارتباطات صغيرة للغاية.

إن فهم كيفية ارتباط تجربة المستخدم بالتفاعل مع تطبيقات الصحة النفسية وشعبيتها يمكن أن يوضح العلاقة بين المقاييس الذاتية والموضوعية لاستخدام التطبيق. وهذا بدوره قد يفيد الجهود المبذولة لتطوير تطبيقات أكثر فعالية وجاذبية للصحة النفسية ويضمن وصولها إلى جماهير واسعة. وغالبًا ما يكون الوصول إلى العلاجات المدعومة تجريبيًا للاضطرابات النفسية الشائعة محدودًا. وقد تعمل تطبيقات الصحة النفسية على توسيع نطاق إمدادات الخدمة، حيث تعتبر فعالة من حيث التكلفة وقابلة للتطوير وجاذبة للمستخدمين. ومع ذلك، لا يُعرف سوى القليل عن جودة التطبيقات المتاحة. لذلك، تهدف الدراسة الحالية إلى إجراء تقييم منهجي للاستمالات والتدخلات الحالية القائمة على تطبيق قرييون الذي يقدم الاستشارات النصية النفسية. وهي الدراسة الأولى – على حد علم الباحثين – التي تناولت تحليل الاستمالات المستخدمة لتعزيز الصحة النفسية في منشورات الإنفوجرافيك لتطبيق قرييون للصحة النفسية بالمملكة العربية السعودية لعام ٢٠٢٣، ومن هنا تتلخص مشكلة الدراسة الحالية في التساؤلات التالية:

- ما الأقسام والموضوعات التي تناولها منشورات الإنفوجرافيك في تطبيق قرييون لتعزيز الصحة النفسية؟

- ما نوع الاستمالات المستخدمة في منشورات الإنفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية؟

- ما الأساليب الإقناعية الأكثر استخدامًا في منشورات الإنفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية؟

أهداف الدراسة:

- التعرف على الأقسام والموضوعات التي تناولها منشورات الإنفوجرافيك في تطبيق قرييون لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣.

- التعرف على نوع الاستمالات المستخدمة في منشورات الإنفوجرافيك في تطبيق قرييون لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣.

- التعرف على الأساليب الإقناعية الأكثر استخدامًا في منشورات الإنفوجرافيك في تطبيق قرييون لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣.

أهمية الدراسة:

١- تعد هذا الدراسة من باكورة البحوث والدراسات التي تهدف إلى تحليل الاستمالات المستخدمة لتعزيز الصحة النفسية في منشورات الإنفوجرافيك لتطبيق قرييون لعام ٢٠٢٣ بالمملكة العربية السعودية - في حدود ما تم التوصل إليه من مسح للدراسات العربية والأجنبية في موضوع الدراسة.

٢- تبرز أهمية الدراسة الحالية من موضوعها وهو إلى تحليل الاستمالات المستخدمة لتعزيز الصحة النفسية في منشورات الإنفوجرافيك في تطبيق قرييون.

٣- ندرة الدراسات التي تناولت بالدراسة والبحث متغير الاستمالات لتعزيز الصحة النفسية في البيئة العربية، مما يسهم في فتح آفاق بحثية مستقبلية في هذا الموضوع سواء كانت وصفية أو تجريبية.

٤- في ضوء نتائج الدراسة الحالية يمكن تقديم عدد من التوصيات للاستفادة منها في تخطيط برامج إرشادية وعلاجية لدى فئات المجتمع في تعزيز الصحة النفسية.

٥- قد تفيد نتائج الدراسة الحالية في توجيه انتباه المسؤولين في المركز الوطني لتعزيز الصحة النفسية بالمملكة العربية السعودية؛ لأهمية تضمين الخطة الاستراتيجية لتطوير التطبيقات الرقمية، مجموعة من الخدمات النفسية الإرشادية والعلاجية لتنمية وتعزيز الصحة النفسية المجتمعية.

مجالات الدراسة:

المجال الزمني: انحصرت المدة الزمنية الخاضعة للتحليل في تطبيق قرييون الرقمي لتعزيز الصحة النفسية من بداية عام ٢٠٢٣ حتى نهايته. ويعود السبب في اختيار المدة إلى أنها المدة التي اتجهت فئات المجتمع السعودي في التعامل مع التطبيقات الرقمية النفسية.

المجال المكاني: وهي الحدود المكانية التي تدور في إطارها الدراسة المتمثلة في تطبيق قرييون لتعزيز الصحة النفسية، وقد تم اختياره عينة لدراسة الاستمالات في منشورات الانفوجرافيك.

مجتمع الدراسة:

ويتمثل مجتمع الدراسة بمنشورات الانفوجرافيك المستخدمة في تطبيق قرييون الرقمي؛ بالمركز الوطني لتعزيز الصحة النفسية- المملكة العربية السعودية- لعام ٢٠٢٣. إذ بلغ عدد منشورات الانفوجرافيك في تطبيق قرييون خلال مدة الدراسة المذكورة (١٧٥٦) انفوجرافيك فيما يخص تعزيز الصحة النفسية.

منهجية الدراسة وإجراءاته:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وهو الأكثر ملائمة لطبيعة الدراسة؛ من أجل جمع البيانات والمعلومات، وجدولتها وتفسيرها وصولاً للإجابة على تساؤلات الدراسة.

الأداة المستخدمة:

اعتمد الباحثان على أداة تحليل المضمون (المحتوى) المعتمدة على وحدة الفكرة والموضوع، ويقصد بها الوقوف على عدد العبارات أو الأفكار الخاصة بموضوع معين. الخصائص السيكومترية للأداة:

اختبار صدق التحليل:

ولتحقق من درجة الصدق اتبع الباحثان الخطوات التالية:
التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته وتعريف كل فئة تعريفاً دقيقاً وواضحاً.
الاعتماد على مجموعة من المحكمين للحكم على مدى صلاحية فئات التحليل، ووحدات العد والقياس في عملية التحليل.

اختبار ثبات التحليل:

قام الباحثان بإعادة تحليل المضمون بعد مرور أسبوعين على إجراءات الدراسة واستخراج النتائج بتطبيق معادلة هولستي على المحاولتين خلال المدة المذكورة، وعند تطبيق المعادلة لقياس الثبات؛ حصل الباحثان على درجات ثبات عالية بين المحاولتين بنسبة اتفاق ٩٤%.

نتائج الدراسة وتفسيرها:

ما الأقسام والموضوعات التي تتناولها منشورات الانفوجرافيك في تطبيق قرييون لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣؟

جدول رقم (١) الأقسام والموضوعات التي تتناولها منشورات الانفوجرافيك في تطبيق قرييون

لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣.

المرتبة	النسبة	التكرار	الموضوعات	
السابعة	1.11%	11	المركز الوطني لتعزيز الصحة النفسية	1
الرابعة	9.31%	92	حياتنا والصحة النفسية	2
السادسة	3.74%	37	كبار السن	3
الخامسة	4.35%	43	المرأة	4
الثالثة	20.75%	205	تطوير الذات	5
الأولى	31.07%	307	الأطفال والمراهقين	6
الثانية	29.66%	293	الاضطرابات النفسية	7
7	100%	988	المجموع	

يتضح من الجدول رقم (١) الأقسام والموضوعات التي تناولها منشورات الانفوجرافيك في تطبيق قرييون لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣. حيث جاءت فئة الأطفال والمراهقين في المرتبة الأولى بنسبة (٣١,٠٧%)، يليها بالمرتبة الثانية موضوع الاضطرابات النفسية بنسبة (٢٩,٦٦%)، أما المرتبة الثالثة فكانت لموضوع تطوير الذات بنسبة (٢٠,٧٥%). في حين جاءت حياتنا والصحة النفسية بالمرتبة الرابعة، حيث بلغت بنسبة (٩,٣١%). وفي المرتبة الخامسة المرأة، وبنسبة (٤,٣٥%). والمرتبة السادسة فئة كبار السن بنسبة (٣,٧٤%)، وأخيراً جاء المركز الوطني لتعزيز الصحة النفسية في المرتبة السابعة بنسبة (١,١١%).

ما نوع الاستمالات المستخدمة في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية؟

جدول رقم (٢) الفئات الرئيسية للاستمالات المستخدمة في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣.

نوع الاستمالة	التكرار	المرتبة	النسبة
1 الاستمالة العقلية	3747	الأولى	34.50%
2 استمالة التخويف	1930	الرابعة	17.77%
3 الاستمالة العاطفية	3189	الثانية	29.35%
4 الاستمالة المزوجة	1996	الثالثة	18.37%
5 المجموع	10862	4	100%

يتضح من الجدول رقم (٢) الفئات الرئيسية للاستمالات المستخدمة في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣. فقد استخدمت الاستمالات بشكل متفاوت في تقديم منشورات الانفوجرافيك أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل؛ حيث كانت الاستمالات العقلية الأكثر استخداماً، إذا سجلت (٣٧٤٧) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٣٤,٥٠%). بينما جاءت الاستمالة العاطفية بالمرتبة الثانية بواقع (٣١٨٩) تكراراً وبنسبة مئوية (٢٩,٣٥%)، وجاءت الاستمالة المزوجة في المرتبة الثالثة بواقع (١٩٩٦) تكراراً، وبنسبة مئوية (١٨,٣٧%). وأخيراً جاءت استمالة التخويف بواقع (١٩٣٠) تكراراً وبنسبة مئوية (١٧,٧٧%).

جدول رقم (٣) الفئات الفرعية للاستمالات الرئيسية المستخدمة في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣.

الاستمالة العقلية	التكرار	المرتبة	النسبة
1 استشهد بمعلومات وحقائق	988	الأولى ١	26.36%
2 بناء نتائج على مقدمات	988	الأولى ٢	26.36%
3 تعريف مفاهيم	988	الأولى ٣	26.36%
4 تقديم أرقام وإحصاءات	783	الثانية	20.90%
المجموع	3747	4	100%
استمالة التخويف	التكرار	المرتبة	النسبة
1 رسائل تحمل الفرد لتجنب الخطر	497	الثالثة	25.75%
2 نتائج غير مرغوبة	653	الثانية	33.83%
3 الاستشهاد بعوامل الخطورة	780	الأولى	40.41%
المجموع	1930	3	100%
الاستمالات العاطفية	التكرار	المرتبة	النسبة
1 شعارات ورموز	988	الأولى ١	30.98%
2 صور ورسوم	988	الأولى ٢	30.98%
3 دلالات الألفاظ	988	الأولى ٣	30.98%
4 صيغ أفعال التفضيل	988	الأولى ٤	30.98%
5 الاستشهاد بالحالات المرضية	225	الثانية	7.99%
المجموع	3189	5	100%

يتضح من الجدول رقم (٣) الفئات الفرعية للاستمالات الرئيسية المستخدمة في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣. وأظهرت نتائج التحليل اعتماد تطبيق قرييون على الاستمالات العقلية الفرعية كالأستشهاد بالمعلومات والحقائق، وبناء النتائج على المقدمات، وتعريف المفاهيم الحاضرة وبقوة في تقديم منشورات الانفوجرافيك أثناء المدة الزمنية للتحليل بواقع (٩٨٨) تكراراً وبنسبة مئوية (٢٦,٣٦%). يليها بالمرتبة الثانية تقديم الأرقام والإحصاءات بواقع (٧٨٣) تكراراً وبنسبة مئوية (٢٠,٩٠%).

كما أظهرت نتائج التحليل اعتماد تطبيق قرييون على الاستمالات العاطفية الفرعية كالشعارات والرموز، صور ورسوم، دلالات الألفاظ، صيغ أفعال التفضيل، وهي الأكثر استخداماً في تقديم منشورات الانفوجرافيك أثناء المدة الزمنية للتحليل بواقع (٩٨٨) تكراراً وبنسبة مئوية (٣٠,٩٨%). يليها بالمرتبة الثانية الاستشهاد بالحالات المرضية بواقع (٢٢٥) تكراراً وبنسبة مئوية (٧,٩٩%).

وأخيراً، أظهرت نتائج التحليل اعتماد تطبيق قرييون على استمالة التخويف الفرعية كالأستشهاد بعوامل الخطورة وجاءت في المرتبة الأولى بواقع (٧٨٠) تكراراً، وبنسبة مئوية (٤٠,٣١%). بينما جاءت النتائج غير المرغوبة في المرتبة الثانية بواقع (٦٥٣) تكراراً، وبنسبة مئوية (٣٣,٨٣%). يليها بالمرتبة الثالثة رسائل تحمل الفرد لتجنب الخطر بواقع (٤٩٧) تكراراً، وبنسبة مئوية (٢٥,٧٥%).

ما الأساليب الإقناعية الأكثر استخداماً في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية؟

جدول رقم (٤) الأساليب الإقناعية الأكثر استخداماً في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣.

النسبة	المرتبة	التكرار	فئة أساليب الإقناع	
20.23%	الثانية ٢	988	الوضوح والضمنية	1
20%	الثالثة	977	استخدام الاحتياجات الموجودة	2
20.23%	الثانية ١	988	التكرار بالتنوع	3
39.52%	الأولى	1930	تقديم الأدلة والبراهين	4
100%	4	4883	المجموع	
	المرتبة	التكرار	التكرار بالتنوع	
96.77%	الأولى	24611	الوقاية	1
3.22%	الثانية	820	العلاج	2
100%	2	25431	المجموع	

يتضح من الجدول رقم (٤) الأساليب الإقناعية الأكثر استخداماً في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣. وأظهرت نتائج التحليل اعتماد تطبيق قرييون على فئة أساليب الإقناع كتقديم الأدلة والبراهين والتي جاءت في المرتبة الأولى بواقع (١٩٣٠) تكراراً، وبنسبة مئوية (٣٩,٥٢%). يليها في المرتبة الثانية التكرار بالتنوع، والوضوح والضمنية بواقع (٩٨٨) تكراراً، وبنسبة مئوية (٢٠,٢٣%). وفي المرتبة الثالثة استخدام الاحتياجات الموجودة بواقع (٩٧٧) تكراراً، وبنسبة مئوية (٢٠%).

كما يتضح من الجدول السابق أسلوب التكرار بالتنوع ما بين الوقاية والعلاج الأكثر استخداماً في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣. فقد أظهرت نتائج التحليل اعتماد تطبيق قرييون على الوقاية وجاءت بالمرتبة الأولى بواقع (٢٤٦١١) تكراراً، وبنسبة مئوية (٩٦,٧٧%). وفي المرتبة الثانية العلاج بواقع (٨٢٠) تكراراً، وبنسبة مئوية (٣,٢٢%).

النتائج وتفسيرها:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي كالآتي:

أن الأقسام والموضوعات التي تتناولها منشورات الانفوجرافيك في تطبيق قرييون لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣. حيث جاءت فئة الأطفال والمراهقين في المرتبة الأولى بنسبة (٣١,٠٧%)، يليها بالمرتبة الثانية موضوع الاضطرابات النفسية بنسبة (٢٩,٦٦%)، أما المرتبة الثالثة فكانت لموضوع تطوير الذات بنسبة (٢٠,٧٥%). في حين جاءت حياتنا والصحة النفسية بالمرتبة الرابعة، حيث بلغت بنسبة (٩,٣١%). وفي المرتبة الخامسة المرأه، بنسبة (٤,٣٥%). والمرتبة السادسة فئة كبار السن بنسبة (٣,٧٤%)، وأخيراً جاء المركز الوطني لتعزيز الصحة النفسية في المرتبة السابعة بنسبة (١,١١%).

ويمكن تفسير ذلك؛ بناءً على الاحتياجات والأولويات لفئة الأطفال والمراهقين، وما تكتنفه المرحلة العمرية من مشكلات، وما تتطلبه الأولوية والحاجة الماسة من الفهم، والوعي النفسي والمجتمعي. كما يهدف التطبيق لتعزيز الجانب الوقائي للصحة النفسية؛ وإيصال رسالته التوعوية بطريقة التأثير والأفناع من خلال المعلومات والحقائق النفسية الصحيحة، ودعم عوامل ومقومات تعزيز الصحة النفسية بما يتوافق مع المتغيرات الاجتماعية والحضارية الدخيلة على المجتمع السعودي؛ وهذا ما أوصت به الدراسات السابقة كدراسة كلاً من (حسين وعبدالله ٢٠٢٢؛ مجيد، ٢٠٢٣؛ بادي، وخرباطه، ٢٠٢٣).

كما أن الفئات الرئيسية للاستثمارات المستخدمة في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣، استخدمت الاستثمارات بشكل متفاوت في تقديم منشورات الانفوجرافيك أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل؛ حيث كانت الاستثمارات العقلية الأكثر استخداماً، إذا سجلت (٣٧٤٧) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٣٤,٥٠%). بينما جاءت الاستثمارات العاطفية بالمرتبة الثانية بواقع (٣١٨٩) تكراراً وبنسبة مئوية (٢٩,٣٥%)، وجاءت الاستثمارات المزدوجة في المرتبة الثالثة بواقع (١٩٩٦) تكراراً، وبنسبة مئوية (١٨,٣٧%). وأخيراً جاءت استثمار التخييف بواقع (١٩٣٠) تكراراً وبنسبة مئوية (١٧,٧٧%).

ويمكن تفسير تلك النتيجة؛ وذلك بتغليب العقل على العاطفة في تقديم منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية، وتصحيح المفاهيم الخاطئة والمغلوطه في جوانب الصحة النفسية؛ كالاستشهاد بالمعلومات والحقائق، وبناء النتائج على المقدمات، وتعريف المفاهيم، تقديم الأرقام والإحصاءات في تقديم منشورات الانفوجرافيك؛ كما يعد ذلك إقناعاً قوياً لمضمون التطبيق، ويعكس جدية المركز الوطني لتعزيز الصحة النفسية ومصداقيته فيما ينشر من موضوعات؛ لتوصيل الرسالة الصحيحة وتوضيح معانيها لأكبر قدر من المتصفحين. حيث أن مصداقية المعلومات وصحتها تحفز المتصفحين على الاستمرار والتفاعل وهذا ما أشارت له نتائج الدراسات السابقة كدراسة كلاً من (الناظر، ٢٠١٨؛ شطناوي، ٢٠١٩؛ حسين، ٢٠١٩؛ ناظم، ٢٠٢١). وكما هو ملاحظ، جاءت استثمار التخييف بأقل نسبة؛ ويمكن إرجاع السبب في ذلك إلى أن هدف التطبيق هو التوعية النفسية، وتوضيح الاضرار النفسية والمجتمعية من خلال التفسير والشرح وتقديم الحقائق بموضوعية وواقعية وهذا ما يعرف بالتحصين النفسي والعاطفي.

كما توصلت النتائج إلى أن الأساليب الإقناعية الأكثر استخداماً في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣، هي فئة أساليب الإقناع كتقديم الأدلة والبراهين جاءت في المرتبة الأولى بواقع (١٩٣٠) تكراراً، وبنسبة مئوية (٣٩,٥٢%). يليها في المرتبة الثانية التكرار بالتنوع، والوضوح والضمنية بواقع (٩٨٨) تكراراً، وبنسبة مئوية (٢٠,٢٣%). وفي المرتبة الثالثة استخدام الاحتياجات الموجودة بواقع (٩٧٧) تكراراً، وبنسبة مئوية (٢٠%). كما أن أسلوب التكرار

بالتنوع ما بين الوقاية والعلاج الأكثر استخداما في منشورات الانفوجرافيك لتعزيز الصحة النفسية لعام ٢٠٢٣. فقد أظهرت نتائج التحليل اعتماد تطبيق قرييون على الوقاية وجاءت بالمرتبة الأولى بواقع (٢٤٦١١) تكراراً، وبنسبة مئوية (٩٦,٧٧%). وفي المرتبة الثانية العلاج بواقع (٨٢٠) تكراراً، وبنسبة مئوية (٣,٢٢%).

ويفسر الباحثان النتيجة من خلال توظيف المعلومات بآليات الإقناع المتعلقة بتوظيف الافكار والأمثلة والوجدان والصور والرسوم والتي لها دور في التأثير في إثارة المتلقي والتعامل معه بطريقة شاملة ومتنوعة لجميع جوانب الشخصية للتأثير على اتجاهات، وآرائه ومعتقداته وسلوكه؛ وهذا ما أشارت له دراسة (الناظر، ٢٠١٨؛ شطناوي، ٢٠١٩؛ خالد، ٢٠٢٠) بأن تلك الآليات يفضلها العقل البشري، ويعالجها بصورة أسرع من النصوص، وتسهم في جذب انتباه المتلقي وتعزز من تفاعله مع المحتوى الرقمي المنشور.

توصيات ومقترحات الدراسة:

التوصيات:

توسيع نطاق التوعية ببرامج تطبيقات تعزيز الصحة النفسية الرقمية لكافة الفئات والمراحل العمرية لتساعد على تعزيز التعافي والصحة النفسية.

البحوث المقترحة:

الأساليب الإقناعية المستخدمة لتعزيز الصحة النفسية في منشورات الإنفوجرافيك لبعض تطبيقات تعزيز الصحة النفسية.

اتجاهات طلاب وطالبات المرحلة الجامعية نحو استخدام تطبيقات الصحة النفسية.

المراجع العربية:

بادي، فاتيحة، خرباطه، خديجة (٢٠٢٣). المرأة غير العاملة في ظل الضغوط النفسية ومقومات الصحة النفسية- دراسة تحليلية. مجلة البسط، العراق، المجلد (٣)، العدد (١٣)، ١٠١-١١٠.

الحديدي، منى سعيد، وعلي، سلوى امام (٢٠١٠). الاعلام والمجتمع. الدار المصرية اللبنانية: القاهرة.

حسين، جمال ناصر، عبدالله، آمنه عامر (٢٠٢٢). عوامل تعزيز الصحة النفسية لدى طلبة الجامعة من وجهة نظر أساتذتهم. مجلة كلية التربية- الجامعة المستنصرية، العراق، العدد (٤)، ٧٤-٨١.

حسين، محمد حسن علي (٢٠١٩). استخدام الانفوجرافيك في تسويق خدمات المكتبات الجامعية: دراسة استكشافية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، مصر.

خالد، منافع حسن محمد (٢٠٢٠). مضامين صحافة البيانات في الصحافة العربية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة تكريت، العراق.

شطناوي، سري محمد خالد (٢٠١٩). توظيف الانفوجرافيك في المواقع الالكترونية للصحف الأردنية اليومية- دراسة تحليلية مقارنة للمواقع الالكترونية للرأي والغد والسبيل. رسالة ماجستير غير منشورة- جامعة اليرموك، الأردن.

شهباز، انتصار زين العابدين (٢٠٢٢). الصحة النفسية ودورها في تعزيز الثقة بالنفس والسلوك الإيجابي لدى طلبة الجامعة. مجلة البحوث التربوية والنفسية، العراق، العدد (٧٥)، المجلد (١٩)، ٤٤٨-٤٧٧.

عيشة، علة (٢٠٢٠). دور وسائل الأعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا- دراسة ميدانية. مجلة الدراسات الإعلامية- المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد (١١) ، ٤٥ - ٦٧.

ليب، منى سفيان (٢٠٢٢). الاستمالات المستخدمة في الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا- دراسة تحليلية لصفحة التقنية من أجل السلام في الفيسبوك. مجلة الاداب- جامعة تكريت، العراق، العدد (٤٩) ، ٣٣٩ - ٣٥٨.

مجيد، رند حميد (٢٠٢٣). مستوى دور الأسرة في تعزيز الصحة النفسية لدى طلبة الجامعة. مجلة كلية القلم الجامعة، العراق، (٧)، العدد (١٣) ، ٣٢٥ - ٣٥٠.

الناظر، هبة الله أحمد حسن (٢٠١٨). أثر استخدام الانفوجرافيك لتحسين الاتصال البصري في تصميم المواقع الالكترونية. رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، مصر.

ناظم، رشا مصطفى (٢٠٢١). الاستمالات المستخدمة في منشورات الانفوجرافيك حول جائحة كورونا- دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة العراقية على موقع الفيسبوك. مجلة آداب الفراهيدي، العراق، العدد (٤٦) ، ٣٢٣ - ٣٠٠.

المراجع الأجنبية:

- Domhardt, M., Messner, E. M., Eder, A. S., Engler, S., Sander, L. B., Baumeister, H., & Terhorst, Y. (2021). Mobile-based interventions for common mental disorders in youth: a systematic evaluation of pediatric health apps. *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health*, 15(1), 1-12.
- Eisenstadt, A., Liverpool, S., Metaxa, A. M., Ciuvat, R. M., & Carlsson, C. (2021). Acceptability, engagement, and exploratory outcomes of an emotional well-being app: Mixed methods preliminary evaluation and descriptive analysis. *JMIR formative research*, 5(11), e31064.
- Kaveladze, B. T., Wasil, A. R., Bunyi, J. B., Ramirez, V., & Schueller, S. M. (2022). User experience, engagement, and popularity in mental health apps: secondary analysis of app analytics and expert app reviews. *JMIR human factors*, 9(1), e30766.
- Lau, N., O'Daffer, A., Yi-Frazier, J. P., & Rosenberg, A. R. (2021). Popular evidence-based commercial mental health apps: analysis of engagement, functionality, aesthetics, and information quality. *JMIR mHealth and uHealth*, 9(7), e29689.
- Marshall, J. M., Dunstan, D. A., & Bartik, W. (2020). Clinical or gimmickal: The use and effectiveness of mobile mental health apps for treating anxiety and depression. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 54(1), 20-28. <https://doi.org/10.1177/0004867419876700>

Santo K, Richtering SS, Chalmers J, et al. (2016) Mobile phone apps to improve medication adherence: A systematic stepwise process to identify high-quality apps. *JMIR mHealth and uHealth* 4: e132.