



*Corresponding author:

**Mohammed Majeed
Ismael**

University of Baghdad
College of mass media

Email :

mohamedmediamc99@gmail.com

**Prof. Dr. Muhammad
Abdel Hassan Al-Amiri**

University of Baghdad
College of mass media

Email :

drmohammedalameri@comc.uobaghdad.edu.iq

Keywords:

Mental image, health centers,
the public

ARTICLE INFO

Article history:

Received 31 Mar 2024
Accepted 15 Jun 2024
Available online 1 Jul 2024



The mental image of health centers among the Iraqi people(a survey study)

A B S T R A C T

qi people about health centers is a positive mental image according to the data of the research results, according to the weighted arithmetic mean of the paragraphs in Table (4-5) according to which the image of health centers was measured, as the result of the weighted arithmetic mean of the paragraphs in (Table 4) 2.36, which is high, and also (Table 5) 2.35, which was high. *The results of the research This study is about everything you are looking for from this topic, which required a main question

With (What is the mental image formed by health centers?) and another sub-section including: How satisfied is he with these services? What are the sources of his mental image formation?

Including a basic study to know the chemical image formed by the Iraqi people about medical doctors through the services provided to the people, as well as knowing the sources of forming the people's mental image of health centers.

The research is considered a descriptive research in which the researcher adopted (the survey method) because it is the appropriate method for it, in addition to adopting the questionnaire and scale tools according to the (triple) Likert scale, as the research sample consisted of visitors to health centers in the city of Baghdad, with its two sides, Al-Karkh and Al-Rusafa, and amounted to 400 respondents, as The researcher relied on a multi-stage random sampling method.

The researcher reached a number of results, the most important of which are:

* The mental image formed by the Irashowed that respondents form their mental perceptions of health centers through personal contact (visiting the center) in the first place, with a rate of 49.19%, then friends and relatives in the second place, with a rate of 28.86%, followed by social networking sites in third place, with a rate of 6.30%.

* The results of the research confirmed that the treatment of medical and nursing staff in health centers with patients and visitors is humane, at a rate of (81%) of the total population of the study sample.

*The results indicated that health center administrations responded to the people's suggestions and complaints regarding all the services provided to them in order to work on developing them and improving their reality, at a rate of 49%.

© 2024 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.Vol3.Iss16.3528>

الصورة الذهنية للمراكز الصحية لدى الجمهور العراقي (دراسة مسحية)

محمد مجيد إسماعيل/ جامعة بغداد / كلية الاعلام
أ.د محمد عبد حسن العامري/ جامعة بغداد / كلية الاعلام
الخلاصة:

تبحث هذه الدراسة المتعلقات الخاصة بهذا الموضوع والذي كان يحمل تساؤلاً رئيساً تمثل

بـ (ما الصورة الذهنية المتكونة للجمهور عن المراكز الصحية؟) وأخرى فرعية منها : ما مدى رضاه عن هذه الخدمات؟ وما مصادر تشكيل الصورة الذهنية لديه؟

وتهدف الدراسة بشكل أساس الى معرفة الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور العراقي عن المراكز الصحية من طريق تقييم الخدمات التي تقدم للجمهور وكذلك معرفة مصادر تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور عن المراكز الصحية .

ويُعد البحث من البحوث الوصفية ، اعتمد فيه الباحث (المنهج المسحي) لكونه المنهج المناسب ، فضلاً عن اعتماد أداتي الأستبانة و المقياس على وفق مقياس ليكرت (الثلاثي) إذ تكونت عينة البحث من مراجعي المراكز الصحية في مدينة بغداد بجانبها الكرخ والرصافة وبلغت 400 مبحوث، إذ اعتمد فيها الباحث على أسلوب المعاينة العشوائية متعددة المراحل.

وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها :

* إن الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور العراقي عن المراكز الصحية هي صورة ذهنية ايجابية على وفق معطيات نتائج البحث، وذلك وفقاً للوسط الحسابي المرجح للفقرات في الجدول (5-4) التي تم قياس صورة المراكز الصحية وفقها، إذ كانت النتيجة للوسط الحسابي المرجح للفقرات في (جدول4) 2.36 وهي مرتفعة، وكذلك (جدول 5) 2.35 كانت مرتفعة.

*أظهرت نتائج البحث أن المبحوثين يكونون تصوراتهم الذهنية عن المراكز الصحية من طريق الإتصال الشخصي (مراجعة المركز) بالدرجة الأولى بنسبة بلغت 49.19 %، ومن ثمّ الاصدقاء والاقارب بالدرجة الثانية 28.86 % ، تلتها مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثالثة بنسبة بلغت 6.30 % .

* اكدت نتائج البحث أن معاملة الكادر الطبي والتمريضي في المراكز الصحية مع المرضى والمراجعين معاملة إنسانية بنسبة (81%) من مجموع افراد عينة الدراسة .

*اشارت النتائج إلى أستجابة إدارات المراكز الصحية لمقترحات وشكاوى الجمهور فيما يخص مجمل الخدمات المقدمة لهم من اجل العمل على تطويرها والإرتقاء بواقعها و بنسبة 49% .

المقدمة

تعدُّ الصحة من الاساسيات لكل فرد في المجتمع والإهتمام بهذه الصحة يعد شيئاً ضرورياً للحفاظ على السلامة البدنية والنفسية لهذا الفرد ، إذ تسعى المؤسسات الصحية في دول العالم كلها جاهدة لتقديم افضل الخدمات الصحية بانماطها المختلفة الاولية والتشخيصية والوقائية والعلاجية لافراد السكان الذين يسكنون ذلك البلد، إن تقديم الخدمات الصحية يعدُّ واجباً رئيسياً واسباساً تضطلع به المؤسسات الصحية وذا أهمية قيمة للحصول على مجتمع معافى وسليم من جميع الامراض البدنية والنفسية،

من هذا المنطلق توجه الباحث بهذا البحث إلى معرفة الانطباعات المتكونة لدى الجمهور العراقي عن مستوى الخدمات الصحية المقدمة له في مراكز الرعاية الصحية الأولية في محافظة بغداد على وجه الخصوص، والتعرف على الصورة الذهنية المتشكلة لديهم، ومصادر هذه الصورة، وكيفية تكوينها فقد أشتمل البحث أستعراض مفهوم الصورة الذهنية ومكوناتها وأنواعها فضلاً عن التطرق لمفهوم صورة المؤسسة

فضلا عن مفهومي الصحة والرعاية الصحية الأولية وأنواع الخدمات التي تقدمها مراكز الرعاية الصحية الأولية الرئيسية ، في حين تضمن البحث الدراسة الميدانية وعرض جداول التحليل وتفسيرها وأستعراض نتائج الدراسة بالإعتماد على أسلوب المنهج المسحي فضلاً عن التوصيات الخاصة بالبحث .

الاطار المنهجي للبحث :

أولاً: مشكلة البحث :

يشكل موضوع الصورة الذهنية اهتماماً بالغاً لدى اجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بشكل عام والمؤسسات الصحية بشكل خاص ؛ إذ يقترن الجانب الصحي بحياة الانسان، وتوفير بيئة صحية ملائمة له من الواجبات التي تسعى المؤسسات الصحية لتلبيتها وتوفرها للجمهور، وعلى وجه الخصوص تتميز المراكز الصحية لوجودها داخل الاحياء السكنية وتوفر خدمات الرعاية الصحية الأولية المجانية للافراد إذ هي على تماس مباشر بحياة الأفراد وصحتهم وترتبط بهم ارتباطاً وثيقاً، ويمكن تحديد هذه الانطباعات بالتساؤل الرئيس ، وهو (ما الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور العراقي عن المراكز الصحية؟)، ومن ثم يرى الباحث أن هناك تساؤلات عدة تنبثق من التساؤل الرئيس يمكن اجمالها على النحو الآتي :

1- ما مدى رضا الجمهور موضوع الدراسة عن الخدمات المقدمة في المراكز الصحية ؟

2- ما مصادر تشكيل الصورة الذهنية للجمهور العراقي عن المراكز الصحية ؟

3- ما دور وسائل الاتصال و الأنشطة الإتصالية في تشكيل الصورة الذهنية عن المراكز الصحية ؟

ثانياً : أهمية البحث .

تكمن أهمية البحث للمجتمع ؛ لأن عملية الحفاظ على المجتمع تبدأ بصورة أساسية من صحة أفراده والتمتع بصحة عالية المستوى مع توفير رعاية صحية ملائمة لهم؛ لأن هذه المراكز تشكل أهمية خاصة للمرأة الحامل والطفل وتقدم خدماتها لهم على وجه الخصوص، وفيما يخص أهمية البحث للمؤسسة فإن هذا البحث يخدم المؤسسات الصحية موضوع الدراسة بمعرفتها للصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور عنها وعن طبيعة جهودها الانساني من حيث تقديمها للخدمات الصحية المجانية لشرائح المجتمع ودفعهم إلى الاستفادة من هذه الخدمات، وفيما يخص الأهمية العلمية فإن هذا البحث يمثل إضافة نوعية إلى المكتبات العلمية برفدها بالدراسات في مجال المؤسسات الصحية والصورة الذهنية المتكونة عنها بوصفه بحثاً تطبيقياً؛ لأن المكتبات تفتقر إلى مثل هذا النوع من البحوث .

ثالثاً : أهداف البحث.

إن الهدف الرئيس للبحث هو (التعرف على الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي عن خدمات مراكز الرعاية الصحية الأولية المقدمة لهم)

وينبثق عن الهدف الرئيسي أهداف فرعية أخرى هي :-

1- تقييم الجمهور لمستوى أداء الخدمات المقدمة في المراكز الصحية .

2- معرفة مصادر تشكيل الصورة الذهنية عن المراكز الصحية لدى الجمهور .

3- معرفة أهم وسائل الاتصال والأنشطة الاتصالية التي لها دور في تشكيل الصورة الذهنية عن المراكز الصحية .

رابعاً : منهج البحث وأدواته .

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية ؛ إذ يعتمد المنهج المسحي ؛ لأن البحث يستهدف إجراء دراسة مسحية للجمهور لمعرفة الصورة الذهنية للمراكز الصحية لدى الجمهور العراقي، معتمداً على أداتي الأستبانة والمقياس ، وتم تصميم أستبانة و أستبانة مقياس على وفق مقياس (ليكرت) الثلاثي لجمع البيانات من الجمهور المستهدف .

خامساً: مجتمع البحث وعينته :

تم اعتماد العينة العشوائية (متعددة المراحل) من مراجعي المراكز الصحية في مدينة بغداد لقضائي الكرخ والرصافة وحُدّد حجم العينة بـ (400) مفردة وأختار الباحث المراكز الصحية الآتية بشكل عشوائي موزعة على دائرتي صحة بغداد الكرخ و صحة بغداد الرصافة بواقع (3) مراكز صحية من دائرتي صحة بغداد الرصافة و3 مراكز صحية من دائرة صحة الكرخ والتي مجموعها (6) مراكز صحية وعلى الشكل الآتي : قطاع الصدر الاول ، قطاع البلديات الاول وقطاع الشعب؛ إذ تم اختيار كل من : مركز صحي السابع عن قطاع الصدر الاول ومركز صحي سليمان الفيضي عن قطاع الشعب ومركز صحي البلديات عن قطاع البلديات الاول وعن جانب الكرخ تم اختيار كل من القطاعات الآتية :- قطاع الاعلام إذ تم اختيار مركز صحي الشباب وقطاع العامل حيث تم اختيار مركز صحي الجمعيات وقطاع سما الكاظمية حيث تم اختيار مركز صحي النور.

سادساً : إجراءات البحث وأدواته :

1-الصدق: اعتمد الباحث في توظيف إجراءات الصدق بعرض أستمارة الأستبانة لمجموعة من الخبراء تم الوصول إلى نسبة (80%) بعد اجراء معدلات الأختبار للصدق فتبين أن الأداة صالحة وصادقة وتقيس الغرض والاهداف البحثية .
2-الثبات: أعتمد الباحث بقياس الثبات بحسب الإجراءات العلمية باعتماد البرامج الإحصائية بطريقة ألفا كرونباخ وتبين بوجود نسبة ثبات عالية للنتائج التي حققها الأختبار الاحصائي .

طريقة (ألفا- كرونباخ):-

تم اعتماد طريقة ألفا كرونباخ لحساب معامل ثبات المقياس، والحصول على قيمة معامل ألفا للمقياس ككل ، والجدول التالي يوضح ذلك:-

جدول (3) يبين قيم معامل ثبات ألفا كرونباخ لمقياس الصورة الذهنية للمراكز الصحية لدى الجمهور العراقي.

المتغيرات	عدد الأفراد	ألفا كرونباخ
الصورة الذهنية للمراكز الصحية لدى الجمهور العراقي	400	.987

يتضح من الجدول (3) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة، وهذا يدل على أن مقياس الصورة الذهنية للمراكز الصحية لدى الجمهور العراقي يتمتع بدرجة عالية من الثبات مقبولة احصائياً وتخدم أهداف البحث. وهو معامل ثبات يمكن الاعتماد عليه بواسطة المعادلة الآتية (الكبيسي، 2010، صفحة 64).

$$\text{الثبات} = \frac{\text{مج 2ع ف} \times 4}{\text{مج 2ع م}} \times \frac{\text{ك}}{1 - \text{ك}}$$

إذ يمثل: ك = عدد الفقرات للمقياس.

مج 2ع ف = مجموع تباينات الفقرات.

مج 2ع م = التباين الكلي للمقياس

ثامناً : دراسات سابقة

1-دراسة رضوان إنساعد (رضا المرضى عن سياسة الخدمات الصحية في المستشفيات الخاصة بمدينة الشلف) الجزائر (إنساعد, 2010)

تركز مشكلة الدراسة في سياسة الخدمات الصحية وتأثيرها في معدلات رضا المرضى ، وهدفت الدراسة الى تحليل مستوى رضا المرضى لدى المستشفيات الخاصة، أما المنهج الذي أعتمد في الدراسة فهو المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاحصائي لتحليل نتائج الدراسة الميدانية . وتم تصميم أستمارة الاستبيان ، واطهرت نتائج الدراسة ارتفاع درجة رضا المرضى عن كفاءة الكادر الطبي والاداري وارتفاع درجة رضا المرضى عن حجم المستشفى وتجهيزها بالمستلزمات الاساسية ، فيما أنخفضت درجة رضا المرضى عن سياسة تطوير الخدمة في المستشفى .

2-دراسة فاطمة شفاعي ، خديجة بلجيلالي ((دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الصحية)) (بلجيلالي، 2019).

تمثلت مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية: ما طبيعة الوسائل والاساليب التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في داخل المؤسسة الصحية ؟ وما العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة ؟

وتمثلت اهداف الدراسة في التعرف إلى الوسائل التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة ، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على ادوات المقابلة والملاحظة ، وتوصلت الدراسة الى جملة من النتائج من أهمها أن العلاقات العامة لا تزال مهملة ولا تحظى بأهمية كبيرة ولا تحتل المكانة التي تستحقها بعدّها إدارة

ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية والحاجة الماسة الى قسم العلاقات العامة كقسم مستقل لتحقيق التكامل الوظيفي بين الأقسام المبنية على إستراتيجيات وبرامج فعالة وهذا كله بهدف الوصول الى صورة ذهنية ايجابية عن المؤسسة .

3-دراسة رؤى فاضل فليح ((الصورة الذهنية للمؤسسات الصحية الحكومية والاهلية لدى الجمهور العراقي (دراسة مقارنة) (فليح، 2021).

إن مشكلة الدراسة كانت في تساؤل رئيس مفاده: ما الصورة الذهنية المتشكلة عن المؤسسات الصحية الحكومية والاهلية العراقية عند الجمهور؟ وهدفت الدراسة الى معرفة الصورة الذهنية المتشكلة عن المؤسسات الصحية الحكومية والاهلية العراقية عن الجمهور، وعدت الدراسة من الدراسات الوصفية وتم استخدام المنهجين: المسحي والمقارن ، واعتمدت الدراسة في الحصول على المعلومات الخاصة بالبحث عن أداة المقياس على وفق مقياس (ليكرت) الثلاثي وتوصلت الدراسة الى جملة من النتائج اهمها : ان الصورة الذهنية المتشكلة عن المستشفيات الحكومية ، هذه المستشفيات تتعرض الى رقابة حكومية وزيارات تفتيشية وهي من أكثر الأسباب المفضلة عند المبحوثين في تلقىهم للعلاج في المستشفيات الحكومية .

4-دراسة حسين صباح عكار ((الصورة الذهنية للمرأة العاملة في المؤسسات الصحية الحكومية اثناء جائحة كوفيد 19)) (عكار، 2022).

جاءت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي : ما الصورة الذهنية التي تكونت لدى جمهور المحافظات الجنوبية عن المرأة العاملة في المؤسسات الصحية الحكومية في أثناء جائحة كوفيد 19 ، وتمثل الهدف الرئيس للدراسة في معرفة الصورة الذهنية التي يكونها الجمهور العراقي في المحافظات الجنوبية عن المرأة العاملة في المؤسسات الصحية ومعرفة مصادر تشكيل الصورة الذهنية المتشكلة عن المرأة العاملة في المؤسسات الصحية، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي بوساطة اداة المقياس (ليكرت) الثلاثي، ومن النتائج التي توصلت اليها الدراسة : ان الصورة الكلية التي يحملها الجمهور عن المرأة العاملة في المؤسسات الصحية الحكومية بمحاورها وفقراتها المتعددة هي ايجابية في الغالب .

التعليق على الدراسات السابقة :

إن الدراسات السابقة لها الدور الاكبر في دعم البحث الحالي وتطويره بشكل علمي سليم؛ لما أضافت اليه من جمع لمعلومات وأدوات البحث والمناهج المستخدمة على الرغم من وجود بعض الاختلافات بينها إلا أنها اسهمت في رقد الجانب النظري للبحث، فضلاً عن مساعدة الباحث في صياغة التساؤلات والأهداف ، وكذلك

في إعداد الأستبانة و المقياس الخاص بالصورة الذهنية للبحث، وهي بذلك تعد أساساً لبناء بحث علمي رصين يقدم إضافة علمية جديدة ومغايرة لتلك الدراسات للوصول إلى نتائج دقيقة على وفق تساؤلات وأهداف تم إعدادها بالشكل العلمي المناسب .

الإطار النظري للدراسة :

أولاً : الصورة الذهنية

يمكن تعريف الصورة الذهنية بأنها الأنطباعات المتحققة في ذهن الافراد نتيجة التعرض للمعلومات (عجوة، 2003، الصفحات 9-10)، ولم تقتصر دراسات الصورة الذهنية على الافراد فحسب وإنما أخذت بالتوسع وخاصة في العقدين الأخيرين لتعنى بدراسة صورة المؤسسة بشكل موسع لما تميزت به هذه الحقبة من ظهور شركات ومؤسسات كثيرة أخذت تتنافس فيما بينها، وأصبح من الضروري معرفة الصورة الذهنية للجمهور عن كل مؤسسة أو شركة ما (العقابي، 2014، صفحة 431) .

- مكونات الصورة الذهنية

هناك ثلاثة مكونات أساسية للصورة الذهنية يمكن إجمالها في الآتي :-
مجلة لارك للفلسفة والسياسيات والعلوم الاجتماعية

1. المكون المعرفي :

يقصد بهذا المكون المعلومات التي يدرك بها الفرد موضوعاً، أو قضية، أو شخصاً ما، وتعدُّ هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين، وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، إذ تقترن دقة هذه الصورة الذهنية التي يكونها هؤلاء الأشخاص بدقة المعلومات التي نحصل عليها ولذلك على وفق المكون الإدراكي فإن الأخطاء التي تحدث للأفراد عند تكوين الصورة الذهنية يكون سببها بالدرجة الأولى تلك المعلومات التي حصل عليها هؤلاء الأشخاص والعكس صحيح . (الحماد خ.، 2020، صفحة 56).

2. المكون الوجداني :

يقصد بالمكون الوجداني ردود الافعال العاطفية للأفراد إزاء موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصورة الذهنية التي يكونها الأفراد سواء سلبيًا أو ايجابيًا كانت تلك ردود الافعال ، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي . (نسيمة، 2015، صفحة 190).

3. المكون السلوكي:

ويمثل هذا المكون مشاعر الفرد وأنفعالاته نحو شخصية معينة أو دولة أو شعب معين يمتد من التقبل الى الرفض ويتدرج في الشدة بين الإيجابية والسلبية (الجنابي، 2019، صفحة 18)

- أنواع الصورة الذهنية :

للصورة الذهنية أنواع وتصنيفات عدة، يمكن إيجازها في الآتي :

- الصورة المرآة : هي الصورة التي ترى المؤسسة نفسها بها وهي تكون عاكسة لجمهور المؤسسة نفسها .
- الصورة الحالية : هي الصورة التي يرى بها الجمهور المؤسسة .
- الصورة المرغوبة : هي الصورة التي ترغب المؤسسة في بنائها لنفسها في أذهان الجماهير (الجواري، العلاقات العامة والصورة الذهنية، 2016، صفحة 17).
- الصورة المثلى : هي افضل صورة للمؤسسة لدى جمهورها عنها مع الاخذ بالحسبان المنافسة بين المؤسسات المختلفة والتي تسعى للتأثير في الجماهير (عقيلان، 2015 ، صفحة 43).
- الصورة المتعددة : تتكون هذه الصورة في المؤسسات التي لديها اقسام مختلفة وتمتلك لنفسها صورة خاصة بها بحيث يقدم الجمهور الداخلي لهذه المؤسسة بتقسيماته المختلفة رسائل مختلفة إلى جمهور المؤسسة الخارجي لدرجة امكانية انفصالها عن الصورة الاصلية للمؤسسة ومن ثم يؤدي ذلك إلى حدوث إرباك بين هذا الجمهور، (Henslowe, 2003, p. 7).

ويرى الباحث أن هذه الأنواع يتم الاستعانة بها وفقاً لنظام كل مؤسسة وما تقتضي تحقيقه بجملة من القرارات والبرامج الاتصالية التي يتم في ضوئها الاستعانة لتكوين الصورة المراد تحقيقها لها .

ويمكن الإشارة إلى أن صورة المؤسسة مفهوم جديد يتم الاستعانة به في دراسة اتصالات المؤسسة ، وهذا المفهوم تطور حتى اصبح شائعاً في لغة الاتصال والإعلام (شعبان، 2021، الصفحات 249-250).

وعرفت صورة المؤسسة بأنها: إجمالي الأنطباعات الذاتية التي تكونها الجماهير عن المؤسسة ، وهي أنطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد لآخر (العزاوي، 2020، صفحة 24).

وأهتمت نسبة كبيرة من الدراسات بالبحث في صورة الشخصيات والمؤسسات المختلفة للتعرف على نظرة الجمهور لها وانطباعاته عنها ، فضلاً عن معرفة العناصر الإيجابية والسلبية لتدعيم هذه الإيجابية ومعالجة الاسباب التي أدت إلى تكوين الاتجاهات السلبية والتي تعمل على رصانة صورة المؤسسة والحفاظ على أن تكون إيجابية لدى الجمهور على الدوام (Al-Amiri & Abraham, 2022, pp. 9-10).

ثانيًا : مراكز الرعاية الصحية الأولية : يقصد بالصحة على وفق ما تراه منظمة الصحة العالمية: بأنها ارتباط كل من الجوانب البدنية والعقلية والاجتماعية بمعنى عن كل واحد من هذه الجوانب يكون مكملاً للجوانب الأخرى ، وإن أي نقص في اي واحد منها يعني أن هناك خلافا في صحة الانسان . (كماش، 2015، صفحة 19)، إذ تعتمد فلسفة الخدمات الصحية في المراكز الصحية على الجانب العلاجي والوقائي من الأمراض لمنع وقوعها ومعالجتها والحد من أنتشارها ، وتقوم المؤسسات الصحية المتمثلة بالمراكز الصحية والموجودة سواء في المدن او في الريف الجانب العلاجي والوقائي في آن واحد ، ولكن بدرجات مختلفة فهي تركز على الجانب العلاجي اكثر من تركيزها على الجانب الوقائي ، (الشاعر، 2000، صفحة 115).

وتعرف الرعاية الصحية بأنها مجموع الخدمات والاجراءات والرعاية الصحية التي تقدمها مديرية الرعاية الصحية الاساسية والمؤسسات التابعة لها لجميع أفراد المجتمع عامة بهدف رفع المستوى الصحي للمجتمع والحيلولة دون حدوث الامراض وانتشارها مثل الأهتمام بصحة البيئة من مسكن ومياه وغذاء ، وكذلك حملات التحصين والتطعيم التي تنظمها ضد الامراض المعدية والخطيرة مثل مطعوم شلل الاطفال والكزاز والسعال الديكي والخانوق والكوليرا وغيرها (قطاش ، الشاعر ، و الصفدي ، 2020، صفحة 11).

وتمثل الرعاية الصحية الاولى المستوى الأول في تواصل الأفراد والأسرة والمجتمع ، وهي المدخل الأساسي للنظام الصحي العلاجي والذي يجعل من الرعاية الصحية اقرب ما يمكن لأماكن معيشة وعمل الأفراد، وهي تمثل أول عنصر اساسي لعملية الرعاية الصحية المستمرة (وزارة الصحة العراقية، 2013، صفحة 5).

وفيما يخص أنواع الخدمات التي تقدمها مراكز الرعاية الصحية الأولية الرئيسية وهيكلتها فيمكن الإشارة إليها بأنها مؤسسات تدار من قبل ملاكات طبية وتقدم الخدمات إلى مجموعة من السكان الذين يزيد عددهم عن (10000) عشرة آلاف نسمة ، وتوفر هذه المراكز مجموعة واسعة من الخدمات الوقائية والعلاجية بما في ذلك بعض الحالات المعقدة نوعا ما والحالات الصعبة لأمراض الطفولة وغيرها من الخدمات العلاجية ويقصد بالمركز الصحي الرئيسي هو ذلك المركز الذي تتاح فيه خدمات الطب العام، وخدمات الأسنان، ورعاية الأم والطفل والصحة العامة (الدويكات و طلافحة ، 2018، صفحة 125)، وتشمل خدمات مراكز الرعاية الصحية الرئيسية ما يأتي :- (وزارة الصحة -دائرة الصحة العامة -قسم المراكز الصحية وصحة الاسرة ، 2021، الصفحات 10-11)

- خدمات التحصين (برنامج اللقاحات)، الأمراض الانتقالية، الأمراض غير الانتقالية، خدمات الطوارئ، خدمات الأسنان، خدمات الفحوصات المختبرية، الأدوية الأساسية .

المحور الأول: المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين :

1-الجنس. جدول (1) توزيع المبحوثين بحسب الجنس

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
الأولى	59%	236	إناث
الثانية	41%	164	ذكور
-	100%	400	المجموع

بينت نتائج الجدول أعلاه ان فئة (الإناث) كانت أعلى نسبة من فئة (الذكور) المشاركين في هذه الأستبانة من عينة البحث بفارق نسبي بين الفئتين مقداره (18%) اذ حلت فئة الإناث بالمرتبة الأولى بنسبة (59%) تليها بالمرتبة الثانية فئة الذكور بنسبة (41%)، ونستنتج من نتائج الجدول أعلاه أن فئة الإناث أكثر من فئة الذكور لمراجعة المراكز الصحية في بغداد في جانبي الكرخ والرصافة.

مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية

2- الحالة الاجتماعية:

جدول (2) يبين توزيع المبحوثين بحسب الحالة الاجتماعية.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية	ت
الأولى	77.5%	310	متزوج	1
الثانية	15.25%	61	أعزب	2
الثالثة	4%	16	مطلق	3
الرابعة	3.25%	13	أرمل	4
-	100%	400	المجموع	

كشفت بيانات الجدول اعلاه أن فئة (متزوج) كانت هي الأكثر؛ إذ جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (77.5%)، بينما حلت فئة (أعزب) بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت (15.25%)، في حين حلت فئة (مطلق) بالمرتبة الثالثة

بنسبة قدرها (4%)، أما فئة (أرمل) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (3.25%). افادت النتائج الى أن فئة متزوج شكلت أعلى ترتيباً بين الفئات.

المحور الثاني: الصورة الذهنية للنشاطات الخاصة بالمراكز الصحية:

أحصل على المعلومات الخاصة بالمركز الصحي الذي أراجعه عن طريق:

جدول (3) يبين حصول المبحوثين على المعلومات الخاصة بالمركز الصحي الذي يراجعونه عن طريق:

ت	العبارات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	الإتصال الشخصي (مراجعة المركز)	242	49.19%	الأولى
2	الاصدقاء والأقارب	142	28.86%	الثانية
3	مواقع التواصل الإجتماعي	31	6.30%	الثالثة
4	التلفاز	26	5.28%	الرابعة
5	الإعلانات في الطرق	20	4.06%	الخامسة
6	المواقع الإلكترونية (الويب سايت)	14	2.85%	السادسة
7	الصحف	9	1.83%	السابعة
8	الإذاعة	8	1.63%	الثامنة
	المجموع الكلي	492 ^(1□)	100%	-

كشفت لنا نتائج تحليل الجدول (3) الخاصة بالطريقة التي يحصل عليها المبحوثون على المعلومات الخاصة بالمركز الصحي الذي يراجعونه، وتبين أن فئة (الاتصال الشخصي (مراجعة المركز) احتلت المرتبة الأولى بنسبة بلغت (49.19%)، بينما حلت فئة (الأصدقاء والأقارب) في المرتبة الثانية محققة نسبة بلغت (28.86%)، في حين جاءت فئة (مواقع التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثالثة بنسبة (6.30%)، تلتها فئة (التلفاز) بالمرتبة الرابعة بنسبة بلغت (5.28%)، ثم فئة (الإعلانات في الطرق) بالمرتبة الخامسة بنسبة بلغت (4.06%)، أما فئة (المواقع الإلكترونية (الويب سايت)) فقد حلت بالمرتبة السادسة بنسبة بلغت (2.85%)، تلتها فئة (الصحف) في المرتبة السابعة بنسبة بلغت (1.83%)، وأخيراً جاءت فئة (الإذاعة) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (1.63%).

المحور الثالث: مقياس الصورة الذهنية للمراكز الصحية لدى الجمهور العراقي.
أسئلة المقياس.

- مدى إسهام صفحات المراكز الصحية على موقع الفيس بوك في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور
جدول (4) يُبين مدى إسهام صفحات المراكز الصحية على موقع الفيس بوك في تشكيل الصورة الذهنية لدى
الجمهور . ن=400.0

ت	العبارات	الاستجابات				الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المثوي	الترتيب	المستوى
		لا أتفق	غير متأكد	أتفق	ك					
1	تعزز صفحات الفيس بوك للمراكز الصحية الصورة الذهنية المتشكلة عنها	63	134	203	ك	2.35	.7374	78.33	4	مرتفع
		15.75	33.5	50.75	%					
2	تسهل صفحات الفيس بوك للمراكز الصحية في زيادة الوعي لدى الجمهور وحثهم على مراجعة المراكز الصحية	57	134	209	ك	2.38	.7224	79.33	1	مرتفع
		14.25	33.5	52.25	%					
3	تقوم صفحات المراكز الصحية على موقع الفيس بوك في زرع الثقة لدى الجمهور عن مراكزها	54	148	198	ك	2.36	.7082	78.67	3	مرتفع
		13.5	37	49.5	%					
4	تقوم صفحات المراكز الصحية على موقع الفيس بوك بنشر الاعمال المتميّزة التي تقوم بها المراكز	56	142	202	ك	2.365	.7143	78.83	2	مرتفع
		14	36.5	49.5	%					
مرتفع					المجموع	2.36	.7205	78.67	-	مرتفع

يوضح الجدول (4) أن إسهام صفحات المراكز الصحية على موقع الفيس بوك في تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور وفق ما يأتي: جاءت فئة (تقوم صفحات المراكز الصحية على موقع الفيس بوك بنشر الاعمال المتميزة التي تقوم بها المراكز) بالترتيب الأول بوسط مرجح (2.38) بوزن مئوي (79.33%)، يليها فئة (تقوم صفحات المراكز الصحية على موقع الفيس بوك بنشر الاعمال المتميزة التي تقوم بها المراكز) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (2.365) وبوزن مئوي (78.83%)، ثم فئة (تقوم صفحات المراكز الصحية على موقع الفيس بوك في زرع الثقة لدى الجمهور عن مراكزها) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (2.36) وبوزن مئوي (78.67%)، وأخيرًا جاءت فئة (تعزز صفحات الفيس بوك للمراكز الصحية الصورة الذهنية المتشكلة عنها) بالترتيب الرابع بوسط مرجح (2.35) وبوزن مئوي (78.33%).

- الصورة الذهنية للمراكز الصحية لدى الجمهور العراقي

جدول (5) يُبين الصورة الذهنية للمراكز الصحية لدى الجمهور العراقي . ن=400.0

ت	العبارات	الاستجابات			الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	الترتيب	المستوى
		أتفق	غير متأكد	لا أتفق					
1	يتعامل الملاك الطبي والتمريضي في المركز الصحي معاملة انسانية	ك	324	58	18	2.765	92.17	2	مرتفع
		%	81	14.5	4.5				
2	تستجيب إدارة المركز الصحي بسرعة عالية للمقترحات من قبل المرضى والمراجعين فيما يتعلق بجودة الخدمات	ك	272	93	35	2.59	86.33	7	مرتفع
		%	68	23.3	8.75				
3	يحترم موظفو المركز الصحي خصوصية المرضى	ك	322	52	26	2.74	91.33	3	مرتفع
		%	80.5	13	6.5				
4	لا يجب الملاك الطبي والتمريضي على تساؤلات المراجعين	ك	84	76	240	2.39	79.67	9	مرتفع
		%	21	19	60				

متوسط	17	61	.7848	1.83	95	143	162	ك	شرح التعليمات من قبل الصيدلي فيما يخص استخدام الدواء بطريقة غير واضحة	5
					23.75	35.75	40.5	%		
مرتفع	6	89.17	.6002	2.675	28	74	298	ك	يستمتع الطبيب لملاحظاتي وتساؤلاتي باهتمام	6
					7	18.5	74.5	%		
مرتفع	8	80	.7975	2.40	238	83	79	ك	تعامل موظفي الاستعلامات واستقبالهم بصورة غير جيدة	7
					59.5	20.75	19.75	%		
مرتفع	5	90.67	.5809	2.72	27	58	315	ك	يستمتع الممرض لملاحظاتي وتساؤلاتي باهتمام	8
					6.75	14.5	78.75	%		
مرتفع	4	91	.5627	2.73	24	59	317	ك	الخدمة المقدمة من قبل طاقم التمريض كانت جيدة	9
					6	14.75	79.25	%		
مرتفع	1	93	.5050	2.79	18	47	335	ك	تشخيص الطبيب المعالج للحالة المرضية كانت جيدة	10
					4.5	11.75	83.75	%		
متوسط	16	67.67	.8710	2.03	146	97	157	ك	عند زيارتي للمركز الصحي لاحظت زحامًا كبيرًا من قبل المراجعين	11
					36.5	24.25	39.25	%		
متوسط	12	75.33	.8487	2.26	210	85	105	ك	المدة التي يقضيها الطبيب مع المريض غير كافية	12
					52.5	21.25	26.25	%		
متوسط	10	77.5	.8480	2.325	195	95	110	ك	الحالة العامة لمبنى المركز الصحي غير جيدة	13
					48.75	23.75	27.5	%		
متوسط	13	74.17	.8462	2.225	198	94	108	ك	مكان انتظار المراجعين في المركز الصحي غير ملائم	14
					49.5	23.5	27	%		

متوسط	15	71.67	.8481	2.15	178	104	118	ك	النظافة في المرافق الصحية	1
					44.5	26	29.5	%	والمغاسل غير جيدة	5
متوسط	14	72.83	.8559	2.185	190	94	116	ك	عند مراجعتي رأيتُ واحدًا أو أكثر	1
					47.5	23.5	29	%	من المدخنين في المركز الصحي	6
متوسط	11	76.33	.8207	2.29	210	97	93	ك	نظافة المركز الصحي بشكل عام	1
					52.5	24.25	23.25	%	غير جيدة	7
مرتفع	-	80.67	.7244	2.42	المجموع					

يوضح الجدول (5) أن الصورة الذهنية للمراكز الصحية لدى الجمهور العراقي وفق ما يأتي:

جاءت فئة (تشخيص الطبيب المعالج للحالة المرضية كانت جيدة) بالترتيب الأول بوسط مرجح (2.79) وبوزن مؤوي (93%)، يليها فئة (يتعامل الملاك الطبي والتمريضي في المركز الصحي معاملة انسانية) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (2.765) وبوزن مؤوي (92.17%)، ثم فئة (يحترم موظفو المركز الصحي خصوصية المرضى) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (2.74) وبوزن مؤوي (91.33%)، وأخيرًا جاءت فئة (شرح التعليمات من قبل الصيدلي فيما يخص استخدام الدواء بطريقة غير واضحة) بالترتيب السابع عشر بوسط مرجح (1.83) وبوزن مؤوي (61%).

(النتائج و التوصيات)

اولا: النتائج

توصل الباحث الى جملة من النتائج يمكن استعراضها بالآتي :-

1- إن الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور عن المراكز الصحية هي صورة ذهنية ايجابية على وفق معطيات نتائج البحث، وذلك وفقاً للوسط الحسابي المرجح للفقرات في الجدول (5-4) التي تم قياس صورة المراكز الصحية وفقها، إذ كانت النتيجة للوسط الحسابي المرجح للفقرات في (جدول 4) 2.36 وهي مرتفعة، وكذلك (جدول 5) 2.35 كانت مرتفعة .

1- ظهر لنا من نتائج التحليل أن الصورة الذهنية المتشكلة لدى الجمهور عن المراكز كانت بالاتصال الشخصي (مراجعة المركز) بنسبة (49.19%) ، في حين جاءت عبارة الاصدقاء والاقارب بالمرتبة الثانية بنسبة (28.86%) ، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثالثة بنسبة (6.30%) من مجموع افراد عينة الدراسة .

2- اكدت نتائج تحليل الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي اسهمت في تعزيز الصورة الذهنية المتشكلة عن المراكز الصحية بصفتها على موقع (الفييس بوك) بنسبة (50.75%) تلتها فئة غير متأكد بنسبة (33.5%) من مجموع افراد عينة الدراسة .

3- اكدت نتائج الدراسة ان معاملة الكادر الطبي والتمريضي في المراكز الصحية مع المرضى و المراجعين معاملة إنسانية بنسبة (81%) من مجموع افراد عينة الدراسة .

4- توصلت نتائج التحليل الى أن مستوى الخدمات العلاجية والتشخيصية المقدمة من قبل الملاكات الطبية و التمريضية كانت جيدة من وجهة نظر المبحوثين كانت جيدة بنسب مئوية تراوحت بين (79%—83%) .

5- من نتائج التحليل ظهر لنا أن (49.5%) من المبحوثين يرون أن المكان المخصص لانتظار المراجعين في المراكز الصحية كان مقبولاً بنسبة (49.5)% بينما يرى (27%) أنها غير ملائمة ، في حين رأى (23.5%) انهم غير متأكدين .

6- اوضحت نتائج الدراسة أن نظافة المرافق الصحية (المجاميع الصحية) في المراكز الصحية كانت مقبولة الى حد ما، من وجهة نظر المبحوثين، إذ يرى (44.5%) أن المجاميع الصحية نظيفة ، بينما يرى (29.5%)، أنها غير نظيفة تلتها فئة (غير متأكد) بنسبة مئوية (26%).

مجلة لارك للفلسفة والعلوم الاجتماعية

ثانياً : التوصيات

- 1- الأهتمام بأماكن أنتظار المراجعين في المراكز الصحية وأستثمارها اعلامياً في التواصل مع المراجعين .
- 2- زيادة المتابعة والأهتمام بموضوع نظافة المراكز الصحية وخاصة المرافق الصحية فيها .
- 3- تفعيل وتعزيز دور فرق الرقابة الصحية ودور دائرة واقسام الصحة العامة في وزارة الصحة و دوائرها لمنع ظاهرة التدخين في المراكز الصحية.
- 4- تفعيل خط هاتف يخصص للأستشارات الطبية في المراكز الصحية .
- 5- الأستثمار الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي في تغطية نشاطات المراكز الصحية فضلاً عن توظيف وسائل الاعلام كالإذاعة والتلفاز والصحف لنشر كل ما يتعلق بالخدمات التي تقدمها تلك المراكز لجمهورها على أن يتولى مهمة هذه المسؤوليات مسؤول العلاقات العامة في المركز الصحي .

- 1- Al-Amiri, Mohammed Abd Hassan; Abraham, Mohammed Abbas Fadel(2022)The Mental Image of Educational institutions among the Iraqi Public regarding e-learning during the COVED-19, International Journal of Health Sciences.
- 2- Henslowe, P. (2003). *Puplic Relations a Practical guide to the basics* . United Kingdom - London: koganpage .
- 3- جاسم طارش العقابي . (2014). مبادئ العلاقات العامة المعاصرة . بغداد: دار و مكتبة عدنان .
- 4- حسين صباح عكار . (2022) الصورة الذهنية للمرأة العاملة في المؤسسات الصحية الحكومية اثناء جائحة كوفيد19 . رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام – جامعة بغداد.
- 5- حنان شعبان. (2021). إدارة صورة المؤسسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي (حتمية تكنولوجية في زمن الرقمنة. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 8 العدد 4.
- 6- رؤى فاضل فليح. (2021) الصورة الذهنية للمؤسسات الصحية الحكومية والاهلية لدى الجمهور العراقي. رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاعلام – جامعة بغداد.
- 7- رشدي قطاش ، عبد المجيد الشاعر ، وعصام الصفدي . (2020). الرعاية الصحية الاولية. عمان - الاردن: اليازوري للنشر والتوزيع.
- 8- رضوان إنساعد (2010). رضا المرضى عن سياسة الخدمات الصحية في المستشفيات الخاصة بمدينة الشلف بالجزائر. مجلة إقتصاديات شمال افريقيا . العدد(8).
- 9- سالم جاسم محمد العزاوي. (2020). اسس الكتابة للعلاقات العامة (الإصدار 1). عمان - الاردن: دار المعتز للنشر والتوزيع.
- 10- عبد الله احمد عقيلان. (2015). إدارة العلاقات العامة . عمان : دار المعتز للنشر والتوزيع .
- 11- عبد المجيد الشاعر. (2000). علم الاجتماع الطبي. عمان - الاردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- 12- علي عوجة . (2003) العلاقات العامة والصورة الذهنية . مصر القاهرة : عالم الكتب .
- 13- فاطمة شفاعي ، خديجة بلجيلالي (2019) دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الصحية. رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاجتماعية جامعة عبدالحميد ابن بادي.
- 14- AI, R. A. K. A. H . (2022). توظيف برامج العلاقات العامة الرقمية لتحقيق متطلبات التنمية المستدامة دراسة مسحية لصفحة United Nations Assistance Mission for Iraq-UNAMI/بعثة الأمم المتحدة العراق/Facebook: مؤتمر التنوع الثقافي أساس التكامل الوطني كلية الآداب/جامعة واسط ٢٠٢٢ . DOL , lark, 10.31185/lark.vol3.iss46.2472

- 15- م. م. رائد عبد الكاظم الوائلي. (2021). استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الازمة الصحية: دراسة تحليلية لخطابات خلية ازمة كورونا في واسط. *doi.org/10.31185/lark.Vol2.Iss41.1816lark, 13(2), 944-923.*
- 16- قاسم الدويكات ، و نيهال حسين طلافحة . (2018). تحليل وتقييم نمط التوزيع الجغرافي في محافظة اربد / الاردن. تحليل وتقييم نمط التوزيع الجغرافي في محافظة اربد / الاردن، مؤته لبحوث والدراسات ، المجلد 33 العدد 6.
- 17- لونيس نسيمه. (2015). التلفزيون وصناعة الصورة الذهنية. *المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 17، العدد 24.*
- 18- محمد الامين احمد عبد مرزوك الجنابي . (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل) (الإصدار 1). المانيا ، برلين: المركز الديمقراطي العربي.
- 19- ناهض فاضل زيدان الجواري. (2016). العلاقات العامة والصورة الذهنية. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- 20- وزارة الصحة العراقية. (2013). دليل ادارة المعلومات الصحية في مراكز الرعاية الصحية الأولية في العراق: بغداد.
- 21- وزارة الصحة -دائرة الصحة العامة -قسم المراكز الصحية وصحة الاسرة . (2021). حزمة الخدمات الصحية الاساسية في العراق. بغداد.
- 22- وهيب مجيد الكبيسي. (2010). القياس النفسي بين النظرية والتطبيق. بيروت: مؤسسة مرتضى للكتاب العراقي .
- 23- يوسف لازم كماش. (2015). الصحة والتربية الصحية (الصحة المدرسية والرياضية) (الإصدار 1). عمان - الاردن : دار الخليج للنشر والتوزيع.