

دور وسائل الاعلام الجديدة لتوعية المرأة المصرية بالمبادرات الرئاسية الصحية

غدير رمضان عبد العاطي ساس باحث ماجستير كلية التربية النوعية - جامعة طنطا	ا.م.د/ وليد العشري إبراهيم أستاذ الصحافة المساعد كلية التربية النوعية -جامعة طنطا
ا.م.د/ وفاء السيد خضر أستاذ الصحافة المساعد كلية التربية النوعية - جامعة طنطا	د/ علا عبد الجواد حسن مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة طنطا

المستخلص:

هدفت الدراسة إلي التعرف علي مدي اعتماد المرأة المصرية علي وسائل الإعلام الجديدة في نشر الوعي بالمبادرات الرئاسية الصحية ورصد التأثيرات المختلفة المترتبة عن هذا الاعتماد، وتنتمي إلي الدراسات الوصفية، واعتمدت الباحثة علي منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الباحثة أداة الاستبيان لعينة عمدية مكونة من ٤٠٠ مفردة من النساء المستفيدات من المبادرات الرئاسية.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها:

١. توصلت نتائج الدراسة إلي ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون وسائل الإعلام الجديدة أحياناً حيث أن نسبة ٣٧٪ من أفراد العينة يتصفحون وسائل الإعلام الجديدة دائماً، ونسبة ٣٩٪ منهم يتصفحونها أحياناً، ونسبة ٢٤٪ نادراً.
٢. اهتمام أفراد العينة بالموضوعات التي تتناول المبادرات الرئاسية الصحية علي الفيس بوك بدرجة متوسطة بمتوسط ٢.٢٦، واهتمام أفراد العينة بالموضوعات التي تتناول المبادرات الرئاسية الصحية علي اليوتيوب بدرجة قليلة ١,٦٦.

٣. أهم المبادرات الرئاسية التي يتم متابعتها من خلال الفيس بوك هي مبادرة ١٠٠ مليون صحة وأهم المبادرات التي يتم متابعتها من خلال اليوتيوب هي مبادرة صحة الأم والجنين .

٤. توصلت نتائج الدراسة إلي أن أهم التأثيرات التي تحدث لمستخدمي الفيس بوك واليوتيوب أنها جعلتهم يثقون في كل ما يقدم من معلومات عن المبادرات الرئاسية وساعدتهم في كل المشاكل الصحية التي تواجههم وشجعتهم علي تبادل الآراء حول مختلف القضايا المتعلقة بالمبادرات ودفعتهم لمتابعة المعلومات عن المبادرات علي الوسائل الأخرى للتأكد من مصداقية المحتوى المقدم.

الكلمات المفتاحية :

وسائل الإعلام الجديدة - الوعي الصحي - المرأة - المبادرات الرئاسية الصحية •

“The Role of the New Media to Raising the Consciousness of Egyptian Women about Presidential Health Initiatives .

Abstract:

The study aimed to identify the extent to which Egyptian women rely on new media to spread awareness of presidential health initiatives and monitor the various effects resulting from this reliance. This study belongs to descriptive studies, The researcher relied on the media survey approach, and the researcher used the questionnaire tool for a deliberate sample of 400 women who benefited from presidential initiatives.

The most important findings of the study:

1-The results of the study revealed a high percentage of the sample members who browse new media sometimes, as 37% of the sample individuals browse new media outlets always, 39% of them browse them sometimes, and 24% rarely browse them.

2-The interest of the sample members in topics that deal with presidential health initiatives on Facebook is to a moderate degree, with an average of 2.26, and the interest of the sample members in topics that deal with presidential health initiatives on YouTube is to a low degree, with an average of 1.66.

3-The most important presidential initiatives that are followed through Facebook are the 100 Million Health Initiative, and the most important initiatives that are followed through YouTube are the Maternal and Fetal Health Initiative.

4-The results of the study concluded that the most important effects that occur to Facebook and YouTube users are that they made them trust all the information provided about presidential initiatives, helped them with all the health problems they face, encouraged them to exchange opinions on various issues related to the initiatives, and pushed them to follow up on information about the initiatives through other means. To ensure the credibility of the content provided.

Key Words : New media - health awareness - women - presidential health initiatives.

مقدمة

أثرت التطورات السريعة للثورة الرقمية على نمط الحياة بشكل كبير، حيث ظهرت وسائل الإعلام الجديدة التي ساهمت في تحقيق رفاهية الأفراد وزيادة قدرتهم على الاتصال وتداول المعلومات والمعارف، كما ساهمت في تسهيل التعارف والتواصل بين البشر وتكريس الاختيار الفردي دون وصاية، فضلاً عن نشر الوعي والتداول السريع للمعلومات وصقل المعارف والثقافات والتعبير عن الذات.

فالتطور الكبير لوسائل الإعلام الجديد أحدث تأثيراً كبيراً في المجتمعات من خلال ما توفره من معلومات عن القضايا والمشكلات المختلفة، فمع ظهور وسائل الاتصال الحديثة وما تمتلكه من أدوات تفاعلية، أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة بأنشطة أكثر فاعلية في العملية الاتصالية، وأصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار الوقت المناسب لتبادل الرسائل بعد ما كان دوره فقط هو التلقي.

جاءت وسائل الإعلام الجديدة لتحل محل سيطرة وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع بتكلفة معقولة، لقد أسهمت تطبيقات التكنولوجيا الحديثة في تقصير المسافات بين الأفراد، وإلغاء الحواجز الجغرافية والمكانية، وتقليص الوقت والجهد، فقد سهلت هذه التكنولوجيا الحديثة نقل المعارف والمعلومات بسهولة ويسر، متخطية حاجز الزمان والمكان.

ولقد تعددت في الآونة الأخيرة وسائل الإعلام الجديدة؛ فمنها مواقع التواصل الاجتماعي بشتى أنواعها، فيسبوك وانستجرام ويوتيوب وتيك توك، وغيرها من المواقع العديدة التي تبث فيديوهات عن موضوعات مختلفة - منها الهادف ومنها غير الهادف - التي أصبحت أكثر تأثيراً على الشباب العربي، وتدخلت في اتجاهاتهم وقيمهم وعاداتهم وثقافتهم، وأيضاً في مبادئهم، فهناك من تأثر بالإعلام الجديد تأثيراً سلبياً بدرجة كبيرة، إذ أثرت في قيمه وأخلاقه وأفكاره، وأسهمت في انحرافه، وهناك من تأثر تأثيراً إيجابياً وأسهمت في تطور البنية الفكرية لديه، وعملت على زيادة وعيه بالقضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية والبيئية والصحية والتربوية .

والوعي الصحي أحد العوامل المهمة التي تساعد الإنسان على التمتع بصحة جيدة فهو يمثل الأساس في التغيير الإيجابي لسلوك الأفراد بالإضافة إلى دوره في حماية المجتمع من الأمراض

المزمنة، وتزايد اهتمام مصر في الفترة الأخيرة بتنمية الوعي الصحي لمختلف فئات المجتمع نظراً لانتشار الأمراض والفيروسات بشكل كبير، فالوعي الصحي لدى المرأة يعتبر حجر الأساس في سلوكياتها اليومية والحالة الصحية لها ولأفراد أسرتها.

ومن هذا المنطلق - ساهمت وسائل الإعلام الجديدة بشكل كبير في نشر الوعي بالمبادرات الرئاسية الصحية بدءاً من منظومة التأمين الصحي الشامل إلى حملة ١٠٠ مليون صحة ولم تكن تلك المبادرات ببعيدة عن صفحات وسائل الإعلام الجديدة التي حملت علي عاتقها توعية المواطنين بخطورة الأمراض والتشجيع علي النزول للكشف والفحص.

وكان دعم الرئيس عبد الفتاح السيسي للمبادرات الصحية مستمر في كل موازنة جديدة للدولة فتم زيادة الموارد المالية المخصصة لدعم مبادرة ١٠٠ مليون صحة بنحو ٦٠٠ مليون جنيه إلي جانب برامج التوعية للمواطنين المستهدفين بالمبادرة لتعريفهم كيفية الاستفادة منها بطريقة سهلة بما يساهم في رفع المعاناة عن المواطنين، الإشارات الدولية بالمبادرات المصرية للحفاظ علي الصحة العامة والدعوة إلي نقل الخبرة المصرية إلي الدول الأخرى لتحذوا حذو مصر صحياً أمر يدعوا إلي الفخر بما تم ويتم تحقيقه داخل الدولة، ولعل إشادة منظمة الصحة العالمية بالتأثير المباشر للمبادرة علي تحسين الأحوال الصحية للمصريين أكبر رد علي المشككين في حرص الدولة المصرية علي حماية أكبر حق من حقوق الإنسان وهي "الصحة".

الدراسات السابقة: دراسات تناولت وسائل الإعلام الجديدة والتوعية الصحية

١-دراسة تغريد أحمد الزهراني (٢٠٢٤) بعنوان "دور الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي(دراسة ميدانية)"هدفت إلى رصد وقياس دور الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي، وتأثيرها على مستوى وعي الأفراد بصحتهم النفسية، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي، وباستخدام أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من السعوديين المستخدمين للإعلام الرقمي عددها (٢٠٠) مفردة، وأظهرت نتائج الدراسة أن مواقع الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي هي الوسائل الرئيسية التي يستخدمها الأفراد في المجتمع السعودي؛ للحصول على معلومات حول الصحة النفسية، كما تبين أيضاً أن هناك حاجة لزيادة الوعي بالخدمات الصحية النفسية المتاحة عبر الإنترنت في المجتمع السعودي، وأن (٤٢٪) فقط من المشاركين كانوا على علم بهذه الخدمات، بينما (٥٨٪) لم يكونوا على علم بها، وهذا يُشير إلى أن هناك حاجة لمزيد من الترويج والتوعية بالخدمات النفسية المتاحة عبر الإنترنت لزيادة الوصول إليها واستخدامها.

٢-دراسة (Thapliyal, K., Thapliyal, M., & Thapliyal, D.2024) بعنوان "وسائل التواصل الاجتماعي والتواصل الصحي: مراجعة للمزايا والتحديات وأفضل الممارسات"سعت إلى التعرف على العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتواصل الصحي، والبحث في التقنيات الناجحة التي تعزز الصحة العامة والرفاهية على مستوى العالم. ومع وجود عدد هائل من المستخدمين في جميع أنحاء العالم، تعمل المنصات الرقمية مثل فيسبوك، وإنستجرام، وتويتر كأدوات قوية لتعميم المعلومات الصحية وتشجيع المشاركة المجتمعية. يتطلب التواصل الصحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي تكييف المحتوى وإعادة تشكيله ليناسب مختلف الجماهير. إن القدرة على الوصول إلى مجموعات سكانية كبيرة ومتنوعة في الوقت الفعلي تعزز نشر التدابير الوقائية، والتنظيف الصحي، والتواصل في الأزمات.

٣-دراسة إيناس حسن محفوظ (٢٠٢٣) بعنوان "تأثير أدوات التوعية الإلكترونية على تدعيم آليات تلقي رسائل الحملات الصحية"سعت إلى التعرف على تأثير استخدام المطوية الإلكترونية التفاعلية عبر وسائل الإعلام الجديد على تدعيم آليات تلقي خطاب التوعية الصحية، وتحديد كيفية فهم وتأويل محتوياته بالمقارنة باستخدام المطوية الورقية، وذلك من خلال دراسة شبه تجريبية تم تطبيقها على عينة بلغت (٦٠) مفردة من طلاب كلية الإعلام بجامعة جنوب الوادي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين مجموعتي الدراسة في متوسط فهم وتذكر محتوى التوعية

المقدم لصالح مجموعة المطوية الإلكترونية، بالإضافة إلى أن نظرية التلقي التي تناولتها الدراسة كان لها دور رئيس في تفسير علاقة التفاعل التي تحدث بين المتلقي والنص أثناء قيامه بعملية تفسير واستنباط المعنى، كما أن أسس النظرية ومقولاتها أصبحت متحققة أكثر في النص الرقمي نظراً للمزايا الإضافية التي يوفرها والتي عملت على تحفيز تفاعل المتلقي مع النصوص الإعلامية.

٤- دراسة (Youngrong Lee, , et al.(2022) بعنوان "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والصحة العقلية أثناء جائحة كوفيد-١٩ لدى الشباب: تحليل تلوي لـ ١٤ دراسة مقطعية" هدفت إلى تلخيص العلاقة بين الوقت الذي يقضيه على منصة التواصل الاجتماعي أثناء الحجر الصحي بسبب فيروس كورونا ونتائج الصحة العقلية (أي القلق والاكتئاب). تم فحص الدراسات من قواعد بيانات مكتبة PubMed وCochrane وEmbase. فيما يتعلق بمعايير الأهلية، كانت الدراسات التي أجريت بعد إعلان الجائحة، والدراسات التي قاست أعراض الصحة العقلية بأدوات تم التحقق من صحتها، والدراسات التي قدمت نتائج كمية، مؤهلة. قامت الدراسات بعد الاسترجاع بتقييم العلاقة بين الوقت الذي يقضيه على منصة وسائل التواصل الاجتماعي ونتائج الصحة العقلية (أي القلق والاكتئاب). توصلت إلى ارتباط الزيادة في الوقت المستغرق في استخدام منصات التواصل الاجتماعي بأعراض القلق في الدراسات الشاملة، ارتبطت الزيادة في وقت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً بأعراض الاكتئاب.

٥- دراسة إبراهيم محمد التقي (٢٠٢١) بعنوان "دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز التوعية الصحية بالمتحور دلتا" :هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التوعية الصحية بالمتحور دلتا ومعرفة الدوافع التي توجه الجمهور لاستخدام الشبكات الاجتماعية، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واستخدمت منهج المسح، وبلغت عينة الدراسة ٣٢٠ مفردة من الجمهور السعودي، وتوصلت لعدد من النتائج المهمة منها تصدرت منصة تويتر شبكات التواصل الاجتماعي في الاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات يليها واتساب ثم يوتيوب ثم سناب شات، يعتقد غالبية الباحثين أن المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور كافية ويتقنون في هذه المعلومات ثقة كاملة، أن نسبة كبيرة من الباحثين يستفيدون من المحتوى المنشور ولا يتفاعلون معه بالمشاركة أو التعليق أو الإعجاب.

٦. دراسة صوكو حسيبة وبجح فاطمة الزهراء (٢٠١٩) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر" استهدفت الدراسة محاولة التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل في نشر التوعية الصحية ومعرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الفرد في زيادة وعيه الصحي، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الاجتماعي، وتم الاستعانة بإستمارة الإستبيان في جمع البيانات ومجتمع الدراسة متمثلاً في ٨٨٢ مفردة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست جيجل، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن : معظم الطلبة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية وذلك لحاجاتهم للتوعية الصحية، أغلب الطلبة يهتمون بالوسائل الإعلامية بدافع الفضول واكتساب معلومات جديدة في حياتهم، كلما زاد إقبال الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي كلما زاد وعيهم الصحي مما يحقق لهم إشبعاتهم ورغباتهم بما في ذلك التحصيل المعرفي باعتبارهم باحثين يحتاجون إلى مصادر موثوقة لتعزيز رصيدهم العلمي .

٢ دراسات تناولت توعية المرأة بالمبادرات الرئاسية الصحية

١. دراسة شيرين طلعت خضور (٢٠٢٤) بعنوان "اعتماد المرأة المصرية على الصفحات الخاصة بصحتها وانعكاسه على مستوى الوعي الصحي لديها" سعت لتحقيق هدف رئيس يتمثل في رصد الملامح التأثيرية لمضامين الصفحات الخاصة بصحة المرأة

على الفيس بوك على المستخدمين، وتحليل وتفسير تلك التأثيرات وخصائصها المختلفة، كذلك رصد وتحليل أشكال تفاعل المستخدمين مع تلك المضامين، معتمدة على منهج المسح، بتطبيق استبانة على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من متابعي الصفحات الخاصة بصحة المرأة على الفيس بوك، مستندة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها: اعتماد المبحوثات بدرجة متوسطة على الصفحات الخاصة بصحة المرأة على موقع " فيسبوك "، وفيما يتعلق بدوافع الاعتماد على الصفحات الخاصة بصحة المرأة على الفيس بوك في الحصول على المعلومات الصحية.

٢. دراسة محمد حسن خفاجي (٢٠٢٤) بعنوان "فاعلية المبادرة الرئاسية "مودة" في تدعيم المهارات الحياتية لدى الشباب الجامعي": هدفت الدراسة إلى تحديد مستوى فاعلية المبادرة الرئاسية "مودة" في تدعيم المهارات الحياتية لدى الشباب الجامعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات التقييمية واستخدمت منهج المسح الاجتماعي الشامل، واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على (استمارة قياس) للمستفيدين من المبادرة الرئاسية "مودة"، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مستوى فاعلية المبادرة الرئاسية "مودة" في تدعيم المهارات الحياتية لدى الشباب الجامعي جاء بمستوى مرتفع، من خلال المؤشرات التالية حسب ترتيبها تكاليف المبادرة الرئاسية مودة" يليها العلاقات الإنسانية ثم سرعة المبادرة الرئاسية "مودة"، وأخيراً الوقت الذي تستغرقه المبادرة الرئاسية "مودة"

١. دراسة سامية أبو العلا محمود (٢٠٢٣) بعنوان "الوعي النسوي بالمبادرات الصحية ودورها في الحد من النمو السكاني في صعيد مصر - دراسة ميدانية" بحثت هذه الدراسة في الوعي الاجتماعي بالمبادرات الرئاسية في مجال الصحة والسكان ودورها في الحد من النمو السكاني في صعيد مصر، اعتمد البحث على الأسلوب الوصفي بطريقة المسح الاجتماعي بالعينة وبإجراء الدراسة الميدانية على عينة بلغت (٢٤٤) من النساء المتزوجات ولديهن طفل واحد على الأقل في الفئة العمرية من ١٥-٤٥ وهو سن الانجاب عند الإناث والسن الذي استهدفته المبادرات الرئاسية وتم اختيارهم بطريقة عمدية قصدية، وقد تم تطبيق مقياس من تصميم الباحثان بعد إخضاعه للتحكيم. وقد توصل البحث الي وجود وعي لدي المبحوثات بالمبادرات الرئاسية التي استهدفتهن من حيث النطاق الجغرافي والخدمات المقدمة من هذه المبادرات، أن المبادرات الرئاسية استطاعت الوصول الي الريف المصري والنساء بها بصورة كبيرة فالنساء لديهن علم بالمبادرات التالية (حياة كريمة، تكافل وكرامة، ٢ كفاية، دعم صحة المرأة، ١٠٠ مليون صحة، خلفتك مسؤوليتك، طرق الأبواب، تطوير الريف المصري)، أن التليفزيون والإعلانات كانت المكون الأول لرفع الوعي لدي المبحوثات ولعل طبيعة خصائص مجتمع البحث من النواحي (التعليمية، والمهنية) تمثل عامل رئيس في اتجاه عينة البحث نحو المشاهدات العالية على التليفزيون، وهو ما يمثل دور فاعل للإعلام التقليدي.

٢. دراسة خلود ماهر محمود، مها شبانه الوحش (٢٠٢٣) بعنوان "التماس جمهور المرأة المصرية للمعلومات الصحية الواردة بمبادرة "رئيس الجمهورية للكشف المبكر لسرطان الثدي" وعلاقته بمستوي الوعي الصحي لديهن: دراسة ميدانية": اهتمت الدراسة بالتعرف على الدور الذي قامت به هذه المبادرة في نشر المعرفة الصحية للمرأة وعلاقة ذلك بمستوي وعيها الصحي حيال هذا المرض، تنتمي الي الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت علي منهج المسح الإعلامي مستخدمة أداة الاستبيان لجمع البيانات الخاصة بالدراسة والتي طبقت علي عينة عمدية قوامها (٣٠٠) مفردة من السيدات المصريات من سن ٢٠ سنة فأكثر، وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج أهمها : ارتفاع وعي

المبحوثات اتجاه مرض سرطان الثدي نتيجة التماسهن المعلومات الصحية المتعلقة به و التي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية ، هذا الي جانب أن أكثر من نصف المبحوثات أكدن رغبتهن الكاملة في إجراء الكشف المبكر عن سرطان الثدي بعد تعرضهن للمبادرة

٣. دراسة دنيا محمد المصرى (٢٠٢٢) بعنوان "دور البرامج الطبية في تنمية الوعي الصحي للمرأة الريفية وعلاقته بالتنمية الشاملة- دراسة ميدانية": يهدف للوقوف على دور البرامج الطبية في تنمية الوعي الصحي للمرأة الريفية وعلاقته بالتنمية الشاملة عبر قياس الوعي الصحي لدى المرأة الريفية نتيجة مشاهدة البرامج الطبية وايضا التعرف إلى دور البرامج الطبية في تنمية الوعي الصحي للمرأة الريفية، ومدى تأثيرها بهذه البرامج. واعتمد البحث على منهج المسح الميداني عن طريق مسح جمهور البرامج الطبية المتمثل في المرأة الريفية التي تشاهد هذه البرامج. وتوصلت أهم نتائج البحث الى ان الغالبية العظمى من المبحوثين يرون أن التليفزيونية يوعي صحيا، لكن الأمر يقف على مستوى الاقتناع، وان أفراد العينة يتعاملون مع المعلومات الصحية لإشباع حاجاتهم.

٦.- دراسة رشا عبدالرحمن حجازي(٢٠٢٠) بعنوان "دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية": هدفت الدراسة إلي تسليط الضوء علي الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة وطبقت علي حملة ١٠٠ مليون صحة وذلك عن طريق الكشف المبكر عن سرطان الثدي والأمراض غير المعروفة. واعتمدت هذه الدراسة علي منهج المسح الإعلامي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع المعلومات والتي طبقت علي عينة عمدية (٤٠٠) مفردة من السيدات المصريات من سن ١٨ فأكثر، واستغرقت مدة الدراسة ٣ شهور وذلك من سبتمبر إلي نوفمبر ٢٠١٩، وتوصلت نتائج الدراسة إلي: أكدت عينة الدراسة وجود دور مؤثر لحملة ١٠٠ مليون صحة علي رفع الوعي لديهن، كما أكد أفراد العينة أن الحملة جعلتهن يمارسن نشاطات صحية، كان أبرزها اتباع نظام غذائي صحي كما وافق المبحوثات علب أن الحملة تؤكد علي اهتمام الدولة بصحة المرأة .

التعليق علي الدراسات السابقة

من حيث الهدف: هدفت الدراسات السابقة إلي معرفة العلاقة بين وسائل الإعلام والتوعية بالمبادرات الصحية واتجاه المرأة نحوها

من حيث العينة -العدد: كان عدد مفردات العينة مختلفاً من دراسة لأخري فاعتمدت دراسة (تغريد الزهراني) علي ٢٠٠ مفردة اما دراسة(إيناس محفوظ) اعتمدت علي ٦٠ مفردة اما دراسة(ابراهيم الثقفي) اعتمدت علي ٣٢٠ مفردة اما دراسة (شيرين خضور) اعتمدت علي ٤٠٠ مفردة اما دراسة (خلود ماهر ومها شبانه) اعتمدت علي ٣٠٠ مفردة - نوع العينة: تنوعت العينات المستخدمة في الدراسات بين (العشوائية والعمدية) فاعتمدت أغلب الدراسات علي عينة عشوائية ماعدا دراسة خلود ماهر ومها شبانه الوحش ودراسة ورشا عبد الرحمن ودراسة سامية أبو العلا فاعتمدت علي عينة عمدية .

من حيث المنهج: اعتمدت بعض الدراسات علي منهج المسح الإعلامي والبعض الآخر علي المنهج الوصفي .

من حيث الأدوات: اعتمدت اغلب الدراسات علي (الاستبيان) في جمع المعلومات كدراسة تغريد الزهراني ودراسة صوكو حسبية و فاطمة الزهراء بحبح ودراسة شيرين خضور والبعض الآخر اعتمد علي (الاستبيان وتحليل المضمون)

من حيث النتائج: توصلت نتائج الدراسات السابقة لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين التعرض لوسائل الإعلام الجديدة وتوعية المرأة بالمبادرات الصحية .

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: ساهمت في تحديد مشكلة البحث وصياغة الفروض والتساؤلات، واستفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد الاطار النظري للبحث وتحديد المنهج ومحاوَر أداة جمع البيانات كما أكدت علي أهمية المعلومات الصحية التي تقدم علي وسائل الإعلام الجديدة.

الاطار النظري للبحث

نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام: وضع كل من ساندرنا بول وروكتيش وميلفين ديفلير ١٩٧٦ إطار لنظرية الاعتماد علي وسائل الاتصال وتتبع نظرية الاعتماد العديد من الجذور الفكرية المشابهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات فكلا النظريتين تركز علي العلاقة بين الأهداف الفردية والنظام الإعلامي، وهما نظريتان تتبعان مداخل وظيفية اجتماعية لذا فإن نظرية الاعتماد هي نظرية بيئية تنظر إلي المجتمع باعتباره مركب تسود بين أجزاءه ارتباطات، ومن ثم تحاول تفسير هذه الارتباطات .

أهداف نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام تحدد أهداف النظرية في الآتي :

١. السعي للتعرف علي كيفية إتّمام علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور .
 ٢. معرفة الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً أثراً مباشراً وقوية وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة .
 ٣. البحث عن كيفية ارتباط أجزاء من النظم الإجتماعية صغيرة وكبيرة فيما يتعلق بهدف العلاقات، فنظام وسائل الإعلام جزء هام من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات الإجتماعية الأخرى .
- ركائز نظرية الاعتماد علي وسائل الاتصال(أ)الأهداف :** هناك أهداف للأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات .
- ب) المصادر:** يسعي الأفراد والمنظمات إلي مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم، وتعد وسائل الاتصال نظام معلومات يسعي اليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم .

فروض النظرية

١. تزداد احتمالية أو امكانية ان تحقق الوسائل الإعلامية نطاق واسع من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية وعندما توفر النظم الإعلامية خدمات اعلامية أساسية تزداد امكانية التأثير الي درجة كبيرة عندما يكون هنالك عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع .
٢. توجد اختلافات بين أفراد الجمهور من حيث اعتمادهم علي وسائل الاعلام فجماعات الصفوة مثلا يمكن أن تعتمد علي وسائل أخرى للمعلومات وعي ذلك فلا تصبح وسائل الاعلام هي الوحيدة التي تعتمد عليه .
٣. يزداد الاعتماد علي وسائل الإعلام في حالة الغموض والالتباس، المتسبب من نقص المعلومات أو عدم كفايتها .

أوجه الاستفادة من هذه النظرية في هذا البحث

تعد نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام مدخلاً ملائماً للدراسة الحالية وذلك للأسباب الآتية - استكشاف مدى اعتماد المرأة المصرية علي وسائل الاعلام الجديدة للتوعية بالمبادرات الصحية.

- التعرف على مدى التأثيرات المترتبة على اعتماد المرأة المصرية على وسائل الاعلام الجديدة كمصدر للتوعية بالمبادرات الصحية، وقد تكون تلك التأثيرات معرفية أو وجدانية أو سلوكية، حيث تختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية للمواطنين.

واستعانت الباحثة بفروض النظرية عند إعداد استبيان دور وسائل الإعلام الجديدة في توعية المرأة المصرية بالمبادرات الرئاسية الصحية واتجاهاتها نحوها، وتم الاستفادة من النظرية في الفكرة الرئيسية للدراسة، حيث أنه كلما زاد اعتماد المرأة علي الفيس بوك واليوتيوب زادت معرفتها بالمبادرات الرئاسية الصحية.

مشكلة الدراسة

في اطار توجه الدولة لتحقيق التنمية المستدامة، وفي ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠، حرصت الدولة علي تنفيذ العديد من المبادرات في المجالات الصحية التي استهدفت نشر الوعي الصحي وتصحيح العديد من الموروثات الخاطئة، وعلاج العديد من الامراض والكشف المبكر وغيرها من المبادرات الصحية التي استهدفت الحفاظ علي صحة المواطن وتقديم الرعاية الصحية الجيدة. والاعلام الجديد بمختلف وسائله، أصبح أبرز تطبيقات العصر الحديث، إذ يحصل الفرد علي معلومات وآراء ومواقف من هذه الوسائل، التي أصبحت تساعده في تكوين تصور للعالم الذي يعيش فيه، وأصبح للإعلام الجديد دوراً كبيراً في التوعية الصحية.

من هنا - تقوم وسائل الإعلام الجديدة بدور مؤثر في التوعية الصحية فهي تلعب دوراً كبيراً خاصة في مجال توعية المرأة بالمبادرات الصحية نشر كافة المعلومات والأخبار والنشاطات المتعلقة بها. في ضوء ذلك يمكن تحديد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيس التالي:

ما دور وسائل الاعلام الجديدة لتوعية المرأة المصرية بالمبادرات الرئاسية الصحية ؟

أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة الحالية إلي ما يلي:

أ) الأهمية النظرية:

١. أهمية المبادرات الرئاسية الصحية ودورها في المجتمع.
٢. أهمية صحة المرأة لأسرتها والمجتمع كله .
٣. توضيح مدى تفاعل المرأة مع المبادرات الرئاسية الصحية.
٤. أهمية الدور الذي تلعبه المبادرات الرئاسية في تنمية الوعي الصحي للمرأة

ب) الأهمية التطبيقية :

١. أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في توعية المرأة بالمبادرات الصحية.
٢. توفر هذه الدراسة معرفة وسائل الإعلام الجديدة الأكثر تأثيراً في مجال التوعية الصحية وأكثر استخداماً بينهم .
٣. اهتمام الدولة ببناء الإنسان وتحقيق جودة الحياة للمواطن من خلال المبادرات الرئاسية الصحية .

٤. تهتم هذه الدراسة برصد المبادرات المعنية بالمرأة واتجاهات المرأة نحوها

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو:

"التعرف علي دور وسائل الاعلام الجديدة لتوعية المرأة المصرية بالمبادرات الرئاسية الصحية **"وفي ضوء هذا الهدف الرئيسي هناك مجموعة من الأهداف الفرعية وهي :١- رصد أهم وسائل الإعلام الجديدة التي تحصل منها عينة الدراسة علي معلومات عن المبادرات الصحية الرئاسية .**

٢-الكشف عن معدل اعتماد المرأة علي وسائل الإعلام الجديدة في الحصول علي المعلومات عن المبادرات الرئاسية .

٣-التعرف علي درجة اهتمام المرأة بقضايا التوعية الصحية من خلال المبادرات الرئاسية في وسائل الإعلام .

- ٤-الكشف عن دوافع إعتقاد المرأة علي وسائل الإعلام الجديدة للحصول علي المعلومات عن المبادرات الصحية الرئاسية .
- ٥-رصد درجة ثقة المرأة في مصداقية وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات عن المبادرات الصحية الرئاسية .
- ٦-الكشف عن التأثيرات الناتجة (معرفية – وجدانية – سلوكية) عن إعتقاد المرأة علي وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات عن المبادرات الصحية الرئاسية.
- ٧-الكشف عن مدي تأثير اختلاف المتغيرات الديموجرافية للمرأة (العمر – الحالة الاجتماعية – المؤهل) علي كثافة الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديدة في الحصول علي المعلومات عن المبادرات الرئاسية .

تساؤلات الدراسة

- ١- ما أهم وسائل الإعلام الجديدة التي تحصل منها عينة الدراسة علي معلومات عن المبادرات الرئاسية .
- ٢- ما معدل اعتماد المرأة علي وسائل الإعلام الجديدة في الحصول علي معلومات عن المبادرات الرئاسية
- ٣- ما درجة اهتمام المرأة بقضايا التوعية الصحية من خلال المبادرات الرئاسية في وسائل الإعلام
- ٤- ما دوافع اعتماد المرأة علي وسائل الإعلام الجديدة للحصول علي المعلومات عن المبادرات الرئاسية
- ٥- ما درجة ثقة المرأة في مصداقية وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات عن المبادرات الصحية الرئاسية .
- ٦- ما التأثيرات الناتجة (معرفية – وجدانية – سلوكية) عن اعتماد المرأة علي وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات عن المبادرات الصحية الرئاسية.
- ٧- ما مدي تأثير اختلاف المتغيرات الديموجرافية للمرأة (العمر – الحالة الاجتماعية – المؤهل) علي كثافة الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديدة في الحصول علي المعلومات عن المبادرات الرئاسية .

فروض الدراسة

١. توجد علاقة إرتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين درجة إهتمام المرأة بقضايا التوعية الصحية من خلال المبادرات الرئاسية ومعدل إعتقادها علي الفيس بوك واليوتيوب للحصول علي المعلومات عن هذه القضايا.
٢. توجد علاقة إرتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين أهداف إعتقاد المرأة علي الفيس بوك واليوتيوب كمصدر للمعلومات عن قضايا التوعية الصحية وكثافة هذا الإعتقاد .
٣. توجد علاقة إرتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين كثافة إعتقاد المرأة علي الفيس بوك واليوتيوب كمصدر للمعلومات عن القضايا الصحية والتأثيرات الناتجة عن هذا الإعتقاد .
٤. توجد علاقة إرتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين درجة ثقة عينة الدراسة في مصداقية الفيس بوك واليوتيوب ومعدل إعتقادها عليها في الحصول علي المعلومات عن القضايا الصحية .
٥. تختلف كثافة إعتقاد المرأة علي الفيس بوك واليوتيوب كمصدر للمعلومات عن القضايا الصحية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لها.
- نوع البحث :ينتمي إلي البحوث الوصفية وذلك لوصف علاقة الإعتقاد علي وسائل الإعلام بمستوي الوعي بالمبادرات الصحية لدي المرأة .

المنهج المستخدم : منهج المسح لأنه يتجه لتجميع الحقائق والمعلومات عن الظواهر كما هي في الواقع الذي نقوم بدراسته بهدف الوصول إلي النتائج المتعلقة بما يفيد فهم هذه الظواهر وتقديم حلول للمشكلات البحثية .

أدوات الدراسة : استمارة استبيان:

في إطار منهج المسح تم تصميم صحيفة استبيان لجمع المعلومات الخاصة بالدراسة الميدانية في شكل أسئلة تتضمن متغيرات الدراسة القابلة للقياس، وتم إعداد الصحيفة بصورة أولية وفقاً للخطوات المنهجية المتعارف عليها في إعداد صحائف الاستبيان، لقياس الصدق تم عرضها على مجموعة من المحكمين والخبراء في مجال الدراسات الإعلامية والتربوية لمعرفة آرائهم في مدى فاعليتها في عملية جمع البيانات، ثم تم تعديل الاستمارة وفقاً لتوجيهات الأساتذة المحكمين وهيئة الإشراف على الرسالة.

- صدق استمارة الاستبيان : ويعني مدى اتساق جميع فقرات الاستبيان مع المحور الذي ينتمي إليه أي أن العبارة تقيس ما وضعت لقياسه، وللتأكد من صدق الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق قامت الباحثة بإعدادها في صورتها الأولية، من خلال تحديد إطار البيانات المطلوبة ونوعية الأسئلة وعرضها على عدد من المحكمين من أساتذة الصحافة بكليات الإعلام في الجامعات المصرية، وبلغ عددهم (٨) محكمين، من أجل الوقوف على مدى دقتها وصلاحياتها للتطبيق .

- ثبات استمارة الاستبيان : ويقصد بالثبات إمكانية تكرار أو تطبيق استمارة الاستبيان والحصول على نتائج ثابتة في كل مرة، وقد قامت الباحثة باختبار الثبات في صحيفة الاستبيان باستخدام (طريقة إعادة الإختبار)، حيث قامت بإعادة تطبيق الاستمارة مرة أخرى على عينة قوامها ١٠٪ من نفس عينة الدراسة (٤٠٠) مفردة بعد أسبوعين من جمع البيانات، ثم تم حساب قيمة معامل الثبات (الإرتباط) بين إجابات المبحوثين في المرتين، من خلال المعادلة التالية : نسبة الثبات = عدد الإجابات المطابقة من جملة أسئلة الاستمارة / مجموع الأسئلة، وقد جاءت نسبة الثبات مرتفعة ٩٢٪ مما يدل على ثبات أداة الإستقصاء وصلاحياتها للتطبيق .

مجتمع وعينة البحث

أ- مجتمع البحث : يتمثل مجتمع البحث في النساء المستفيدات من المبادرات الرئاسية الصحية علي وسائل الإعلام الجديدة .

ب- عينة البحث : تم اختيار عينة عمدية عددها (٤٠٠) مفردة من النساء المستفيدات من المبادرات الرئاسية.

المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science .

المفاهيم الإجرائية للدراسة

الإعلام الجديد: الوسائل الجديدة التي تستخدم في نشر المعلومات والتواصل وتسمح للمستخدمين إرسال واستقبال المضامين الاتصالية والتفاعل معها، وهي متغيرة باستمرار مع التحديثات التي تطرأ علي التكنولوجيا .

الوعي الصحي: حث الناس علي تبني نمط حياة وممارسات صحية سليمة من أجل الحفاظ علي سلامتهم وتعريفهم بالأمراض وإرشادهم إلي وسائل الوقاية .

المبادرة: هي عبارة عن الإسراع لتقديم اقتراح أو فكرة معينة، ورؤية تحمل في مضمونها تغيير الوضع الحالي بهدف تحقيق التنمية المستدامة .

- نتائج البحث

مدي تصفح عينة الدراسة ووسائل الإعلام الجديدة

جدول (١) يوضح مدي تصفح عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة

مستوى المعنوية د ح ٢	كأ	الاستجابة		مدي تصفح عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة
		ك	%	
٠,٠٠١	١٥,٩٢٠	١٤٨	٣٧	دائما
		١٥٦	٣٩	أحيانا
		٩٦	٢٤	نادرا
		٤٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٧٪ من أفراد العينة يتصفحوا وسائل الاعلام الجديدة دائما، ونسبة ٣٩٪ منهم يتصفحونها أحيانا، ونسبة ٢٤٪ منهم نادرا ما يتصفحونها وكذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدي تصفحك لوسائل الإعلام الجديدة، حيث كانت قيمة ك^٢ = ١٥,٩٢٠ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، وهذا يعني ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتصفحوا وسائل الاعلام الجديدة أحيانا.

- أهم المواقع الإلكترونية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول علي معلومات عن المبادرات الصحية

جدول (٢) يوضح أهم المواقع الإلكترونية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول علي معلومات عن المبادرات الصحية

مستوى المعنوية د ح ٤	كأ	الاستجابة		أهم المواقع الإلكترونية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول علي معلومات عن المبادرات الصحية
		ك	%	
٠,٠٠١	١٦٠,١٧٥	٨٦	٢١,٥	موقع وزارة الصحة المصرية
		١٤٧	٣٦,٨	مواقع التواصل الاجتماعي
		١١٨	٢٩,٥	مواقع الصحف الإلكترونية
		٤٣	١٠,٨	مواقع شخصيات عامة مؤثرة
		٦	١,٥	اخرى تذكر
		٤٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٦,٨٪ من أفراد العينة يعتمدوا على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي معلومات عن المبادرات الصحية، ونسبة ٢٩,٥٪ منهم يعتمدوا على مواقع الصحف الإلكترونية، ونسبة ٢١,٥٪ منهم يعتمدوا على موقع وزارة الصحة المصرية وكذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم المواقع الإلكترونية التي تعتمد عليها في الحصول علي معلومات عن المبادرات الصحية، حيث كانت قيمة ك^٢ = ١٦٠,١٧٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة هاجر الحمامي (٢٠٢١) في أن ترتيب المبحوثين المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول علي المعلومات عن المبادرات الصحية تمثلت في أن (مواقع التواصل الاجتماعي) جاءت في مقدمة هذه المصادر بوزن مئوي ٢٣,٣٧٪ ثم جاء المواقع

الإلكترونية بوزن مؤوي ٢٠,٨١٪ ثم (جاء المواقع الإلكترونية الصحية) بوزن مؤوي ٢٠,٢٦٪ وأخيراً جاء (المحيطون بي) بوزن مؤوي ١٦,٥٢٪ واتفقت أيضاً هذه النتيجة مع نتيجة إيناس محمود حامد (٢٠١٨) والتي توصلت إلي أن شبكات التواصل الإجتماعي تأتي في المرتبة الأولى كمصدر لمعرفة المبادرات الرئاسية بينما اختلفت هذه النتيجة مع نتيجة رشا حجازي (٢٠٢٠) التي توصلت إلي أن أكثر المصادر التي حصلت منها العينة البحثية علي معلومات خاصة بالحملة (الإعلانات المذاعة بالتلفزيون بنسبة ٧٨٪ بينما وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٠٪).

وترى الباحثة أن وسائل التواصل الاجتماعي تحتل المرتبة الأولى لما لها من دور كبير في التأثير علي المجتمع وتتميز أيضاً بسرعة نقل المعلومة والقدرة علي الوصول لأكثر عدد من الجمهور

أهم المبادرات الرئاسية التي تتابعها عينة الدراسة من خلال الفيس بوك واليوتيوب جدول (٣) يوضح أهم المبادرات الرئاسية التي تتابعها عينة الدراسة من خلال الفيس بوك واليوتيوب

مستوى المعنوية د ح ٧	ك ^٢	يوتيوب		مستوى المعنوية د ح ٧	ك ^٢	فيس بوك		الاستجابة العبارات
		ك	%			ك	%	
٠,٠٠١	٥٩,٠٤٠	٤٣	١٠,٨	٠,٠٠١	١١١,٢٠٠	٨٧	٢١,٨	١٠٠ مليون صحة
		٦٢	١٥,٥			٥٥	١٣,٨	دعم المرأة صحة
		٥٨	١٤,٥			٤٢	١٠,٥	نور لمرضي العيون حياة
		٦٦	١٦,٥			٨٤	٢١	التأمين الصحي الشامل
		٦٠	١٥			٤١	١٠,٣	حياة كريمة
		٧١	١٧,٨			٦٤	١٦	العناية بصحة الأم والجنين
		٢٧	٦,٨			١٥	٣,٨	الكشف عن الأنيميا والتقرم والسمنه
		١٣	٣,٣			١٢	٣	علاج ضعف وفقدان السمع عند الأطفال
		٤٠٠	١٠٠			٤٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٢١,٨٪ من أفراد العينة يروا ان أهم المبادرات الرئاسية التي تتابعها من خلال الفيس بوك مبادرة ١٠٠ مليون صحة، ونسبة ٢١٪ منهم يروا

انها مبادرة التأمين الصحي الشامل ، ونسبة ١٦٪ منهم يروا انها مبادرة العناية بصحة الأم والجنين وكذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم المبادرات الرئاسية التي تتابعها من خلال الفيس بوك، حيث كانت قيمة كا^٢ = ١١١,٢٠٠ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ وأن نسبة ١٧,٨٪ من أفراد العينة يروا ان أهم المبادرات الرئاسية التي تتابعها من خلال اليوتيوب مبادرة العناية بصحة الأم والجنين، ونسبة ١٦,٥٪ منهم يروا انها مبادرة التأمين الصحي الشامل، ونسبة ١٥,٥٪ منهم يروا انها مبادرة دعم صحة المرأة وكذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدي أهم المبادرات الرئاسية التي تتابعها من خلال اليوتيوب، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٥٩,٠٤٠ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ .

اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة السيد السعيد عبد الوهاب (٢٠٢٠) حيث جاءت مبادرة ١٠٠ مليون صحة أكثر المبادرات متابعة من المبحوثين وذلك بوسط مرجح ٢,٥ أهمية نسبية ٨٢٢. وإنحراف معياري ٦٣٧. ومستوي متابعة قوي ،يليه مبادرة صندوق تحيا مصر لتمويل المبادرات الصحية يليها مبادرة التأمين الصحي للجميع ثم مبادرة دعم صحة المرأة واتفقت أيضاً مع نتيجة هاجر الحمامي (٢٠٢١) حيث جاءت مبادرة ١٠٠ مليون صحة في مقدمة حملات التوعية الصحية التي تابعها المبحوثين علي وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت ٨٣,٣٪ ثم جاءت حملات التوعية ضد شلل الأطفال بنسبة ٥٣,٣٪ ثم مبادرة صحة المرأة المصرية ٤٧,٧٪ ثم مبادرة التأمين الصحي الشامل بنسبة ٣١,٤٪. في حين اختلفت هذه النتيجة مع نتيجة مني جمال بيوضة (٢٠٢٢) حيث جاء الترتيب الأول مبادرة حياة كريمة حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٧,٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة ،وجاء في الترتيب الثاني مبادرة ١٠٠ مليون صحة حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٢,٥٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة وجاء في الترتيب الثالث مكافحة فيروس سي بنسبة ٣٧,٥٠٪.

وتري الباحثة أن مبادرة ١٠٠ مليون صحة تحتل المرتبة الأولى ضمن المبادرات التي يتابعها المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لوجود صفحات علي الفيس بوك بإسم المبادرة وأيضاً علي مواقع التواصل الأخرى كالانستجرام واليوتيوب وأيضاً كثرة الإعلانات عن المبادرة وعن كيفية التسجيل وأهداف المبادرة .

- نمط تفاعل عينة الدراسة مع مضامين المبادرات الصحية الالكترونية

جدول (٤) يوضح نمط تفاعل عينة الدراسة مع مضامين المبادرات الصحية الالكترونية

الدالة د ح	كا ^٢		الإجمالي		نمط تفاعل عينة الدراسة مع مضامين المبادرات الصحية الالكترونية
			ك	%	
٠,٠٠١	٧٢,٢٥٠	٣	١١٥	٢٨,٨	اعجاب
٠,٠٥	٥,٧٦٠	١	١٧٦	٤٤	تعليق
٠,٠٠١	١٤,٤٤٠	٢	١٦٢	٤٠,٥	مشاركة محتوى
٠,٠٠١	٨٤,٦٤٠	٤	١٠٨	٢٧	تصفح فقط
٠,٠٠١	٣٥٣,٤٤٠	٥	١٢	٣	أخرى

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٤٪ من أفراد العينة يتفاعلوا مع مضامين المبادرات الصحية الالكترونية بالتعليق، ونسبة ٤٠,٥٪ منهم يتفاعلوا معها بمشاركة المحتوى، ونسبة ٢٨,٨٪ منهم يتفاعلوا معها بالإعجاب ويتضح وجود فروق في نمط تفاعل مع مضامين المبادرات الصحية الالكترونية، حيث كانت قيمة كا^٢ دالة عند مستوى دلالة اقل من ٠,٠٥ و اختلفت هذه النتيجة مع نتيجة ابراهيم محمد الثقفي (٢٠٢١) حيث جاء نمط التفاعل (أستفيد من المحتوى ولا أشركه) في المرتبة الأولى بين أنماط التفاعل حيث حصلت الطريقة علي متوسط

٢,٦٧ وتأتي نمط التفاعل (مشاركة المحتوي عبر شبكات التواصل الأخرى في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,٢٧. وهذا يشير للتشبيك بين الوسائل الإجتماعية والمرتبة الثالثة جاءت طريقة التفاعل بالاعجاب بمتوسط ٢,١١.

وتري الباحثة أن تصدر نمط التفاعل (التعليق) في أنماط تفاعل المبحوثين مع مضامين المبادرات الرئاسية الصحية يدل علي اهتمام أفراد العينة بمعرفة معلومات أكثر عن المبادرات الرئاسية الصحية فلم يكتفوا يعمل اعجاب أو تصفح فقط .

- دافع عينة الدراسة للمشاركة في المبادرات الصحية

جدول (٥) يوضح دافع عينة الدراسة للمشاركة في المبادرات الصحية

مستوى المعنوية د ح ٢	كا	الاستجابة		دافع عينة الدراسة للمشاركة في المبادرات الصحية
		ك	%	
٠,٠٠١	٩٦,٣٠٣	٣٦	١١,١	التأكد من مصداقيتها
		١٠٧	٣٣,١	إنها مبادرات مجانية
		١٨٠	٥٥,٧	الاطمئنان علي الحالة الصحية
		٣٢٣	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٥,٧% من أفراد العينة دافعهم للمشاركة في المبادرات الصحية الاطمئنان علي الحالة الصحية، ونسبة ٣٣,١% منهم شاركوا لأنها مبادرات مجانية وكذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دافعك للمشاركة في المبادرات الصحية ، حيث كانت قيمة كا = ٩٦,٣٠٣ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١. اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة محمد كمال أحمد (٢٠١٩) حيث جاء متغير الاطمئنان علي الصحة في المرتبة الأولى مسجلاً نسب بلغت (٥٤,٧%)، (٥٨,٧%) للريف والحضر علي التوالي، وجاء في المرتبة الثانية كونها مبادرات مجانية مسجلاً نسب بلغت (٢٨,٨%)، (٢١,٣%) للريف والحضر علي التوالي، وأخيراً متغير التأكد من مصداقيتها في المرتبة الثالثة بنسب بلغت (١٦,٦%)، (١٠%) للريف والحضر علي التوالي .

وتري الباحثة أن زيادة عدد أفراد العينة الذين يقومون بالمشاركة في المبادرات بهدف الإطمئنان علي الحالة الصحية يرجع إلي أهمية الصحة فهي مبعث الطمأنينة والراحة النفسية والصحة سبب أساسي لتمتع الإنسان بعقل سليم .
- اتجاه عينة الدراسة نحو المبادرات الصحية:

جدول (٦) يوضح اتجاه عينة الدراسة نحو المبادرات الصحية ن=٤٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		الإستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق جدا	٤,٢٢	٠,٥	٢	٦,٣	٢٥	١٤,٣	٥٧	٢٨,٥	١١٤	٥٠,٥	٢٠٢	أثر الفيس بوك في سلوك الأفراد الصحي
موافق	٣,٥٩	١	٤	٧,٥	٣٠	٣١,٥	١٢٦	٥٢	٢٠٨	٨	٣٢	شجعت المبادرات الرئاسية علي إجراء الفحوصات الطبية اللازمة
موافق	٣,٤٥	٢,٥	١٠	٨,٨	٣٥	٤٤,٣	١٧٧	٣٠,٣	١٢١	١٤,٣	٥٧	يتيح اليوتيوب الوصول إلى ما تريد أن تعرفه عن المبادرات الصحية
موافق	٣,٥٤	٣,٣	١٣	١٤	٥٦	٢٩	١١٦	٣٣	١٣٢	٢٠,٨	٨٣	تقدم المبادرات الخدمات الطبية اللازمة
موافق	٣,٤٧	٢,٨	١١	١٥,٣	٦١	٣٢	١٢٨	٣٢,٨	١٣١	١٧,٣	٦٩	ساهمت المبادرات الرئاسية في تحمك في حالتك
محايد	٣,٣٨	٢,٥	١٠	١٩,٣	٧٧	٣١	١٢٤	٣٢	١٢٨	١٥,٣	٦١	ساهم الفيس بوك في تحسين فرص اشتراكك بالمبادرات

الصحية												
نجحت المبادرات الرئاسية في التقليل من حدة الأزمات الصحية	محاييد	٣,٣٤	٤	١ ٦	١٧	٦ ٨	٣٤	١٣ ٦	٣١, ٣	١٢ ٥	١٣, ٨	٥٥
نجحت المبادرات الصحية في تسهيل دخولك المرفق الطبي	محاييد	٣,٣٢	٣, ٣	١ ٣	٢٠, ٨	٨ ٣	٣١, ٥	١٢ ٦	٢٩, ٥	١١ ٨	١٥	٦٠
ساهمت المبادرات الرئاسي تقليل فترات انتظارك للحصول علي الخدمات الطبية	محاييد	٣,٣٢	٤, ٥	١ ٨	٢٠	٨ ٠	٢٧, ٣	١٠ ٩	٣٥, ٥	١٤ ٢	١٢, ٨	٥١
زادت المبادرات دعم روح الانتماء لدي الجمهور بجهود الدولة	محاييد	٣,٢٣	٦, ٨	٢ ٧	٢٠, ٥	٨ ٢	٢٩, ٣	١١ ٧	٢٩, ٨	١١ ٩	١٣, ٨	٥٥
ساهمت المبادرات الصحية في تقديم خدمات صحية تغطي جميع الامراض	محاييد	٣,١٨	٩, ٣	٣ ٧	٢٠, ٣	٨ ١	٢٦, ٨	١٠ ٧	٣١, ٣	١٢ ٥	١٢, ٥	٥٠
الجملة												متوسط عام ٣٨,٠٣ ومتوسط مرجح ٣,٤٦

*من ١-١,٨٠ معارض جدا ومن ١,٨١-٢,٦٠ معارض، ومن ٢,٦١-٣,٤٠ محايد، ومن ٣,٤١-٤,٢٠ موافق، ومن ٤,٢١-٥ موافق جدا يتضح من الجدول السابق: أن كان اتجاه عينة الدراسة موافق نحو المبادرات الصحية بمتوسط ٣,٤٦:

- أثر الفيس بوك في سلوك الأفراد الصحي في الترتيب الأول بجامعة ٤,٢٢.

- شجعت المبادرات الرئاسية علي إجراء الفحوصات الطبية اللازمة في الترتيب الثاني بجامعة ٣,٥٩.
- تقدم المبادرات الخدمات الطبية اللازمة في الترتيب الثالث بجامعة ٣,٥٤.
- يتيح اليوتيوب الوصول إلى ما تريد أن تعرفه عن المبادرات الصحية في الترتيب الرابع بجامعة ٣,٤٥.
- ساهم الفيس بوك في تحسين فرص اشتراكك بالمبادرات الصحية في الترتيب الخامس بجامعة ٣,٣٨.

- النتائج العامة للبحث

- توصلت نتائج الدراسة إلي ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون وسائل الإعلام الجديدة أحياناً حيث أن نسبة ٣٧٪ من أفراد العينة يتصفحوا وسائل الإعلام الجديدة دائماً، ونسبة ٣٩٪ منهم يتصفحونها أحياناً، ونسبة ٢٤٪ منهم نادراً ما يتصفحونها.
- اهتمام افراد العينة بالموضوعات التي تتناول المبادرات الرئاسية الصحية علي الفيس بوك بدرجة متوسطة بمتوسط ٢,٢٦، واهتمام أفراد العينة بالموضوعات التي تتناول المبادرات الرئاسية الصحية علي اليوتيوب بدرجة قليلة ١,٦٦.
- أهم المواقع التي يتم الاعتماد عليها في الحصول علي معلومات عن المبادرات الرئاسية هي مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٣٦,٨ ومواقع الصحف الالكترونية بنسبة ٢٩,٥٪.
- أهم المبادرات الرئاسية التي يتم متابعتها من خلال الفيس بوك هي مبادرة ١٠٠ مليون صحة وأهم المبادرات التي يتم متابعتها من خلال اليوتيوب هي مبادرة صحة الأم والجنين .
- درجة الثقة بالمعلومات الصحية التي تقدم علي الفيس بوك كبيرة بمتوسط ٣,٤٣٪ وأن اليوتيوب يساهم قليلاً في درجة ثقتك بالمعلومات الصحية التي تقدم علي اليوتيوب متوسطة بمتوسط ٢,٩٢.

التوصيات

- إنشاء قنوات علي اليوتيوب خاصة بعرض إنجازات المبادرات الرئاسية حتي يتسنى للمواطنين معرفة كل المعلومات التي تتعلق بتلك المبادرات .
- يجب استغلال الفيس بوك في مجال الصحة لأنه الموقع الأكثر فعالية في نشر الوعي الصحي .
- إجراء المزيد من البحوث والدراسات التي تتعلق بالمبادرات الرئاسية .
- التطوير المستمر لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الصحة والسكان .
- التأكد من دقة المعلومات الصحية المنشورة علي مواقع التواصل الاجتماعي حتي لا تكون منفذاً للشائعات .

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

١-الرسائل العلمية :

١. جمعة محمد عبد الله، اللهيبى (٢٠٢٠) اعتماد الشباب العراقي علي وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية.
٢. رومييه بوصهالي، رانيه بيده، (٢٠٢١). ممارسة المواطنة الرقمية عبر منصات الإعلام الجديد في الجزائر - دراسة ميدانية علي عينة من مستخدمي

- اليوتوب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق، الجزائر.
٣. صوكو حسيبة، فاطمة الزهراء بحبح، (٢٠١٩). دور شبكات التواصل الإجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر.
- ٢-الدوريات العلمية:
٤. الحاج، كمال. (٢٠٢٠) نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، ص١٤٥
٥. السيد بهنسي، (١٩٩٨) الاتجاهات البحثية الحديثة لدور وسائل الاتصال في التكوين المعرفي للطفل، مجلة كلية التربية النوعية، مج ١، ع ١، ص ١٣٣.
٦. ايناس حسن محفوظ، (٢٠٢٣)، تأثير أدوات التوعية الإلكترونية على تدعيم آليات تلقي رسائل الحملات الصحية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع ٢٥، ص ٢٨٧-٣٣١.
٧. إبراهيم محمد الثقفي، (٢٠٢١). دور الشبكات الإجتماعي في تعزيز التوعية الصحية بالمتحور دلتا، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع ١٦.
٨. السيد محمد أبو شعيشع، (٢٠٢٢)، الاتجاهات البحثية العربية المعاصرة في دراسة تأثيرات الهوية الثقافية العربية - دراسة تحليلية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع ٢٤، ج ١.
٩. إبتهاال عادل هارون، (٢٠٢٤)، سوسيولوجيا الإعلام الجديد - دراسة ميدانية حول تأثير الإعلام الجديد على الثقافة، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع ٧٢، ٢٠٢٩.
١٠. تغريد أحمد الزهراني، (٢٠٢٤)، دور الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي (دراسة ميدانية)، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، ع ٩٩، ص ٣٨٩-٤١٧.
١١. خلود ماهر محمود، مها شبانه الوحش، (٢٠٢٣)، التماس جمهور المرأة المصرية للمعلومات الصحية الواردة بمبادرة "رئيس الجمهورية للكشف المبكر لسرطان الثدي" وعلاقته بمستوي الوعي الصحي لديهن: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج ٢٢، ع ٣.
١٢. دنيا محمد المصري (٢٠٢٢)، دور البرامج الطبية في تنمية الوعي الصحي للمرأة الريفية وعلاقته بالتنمية الشاملة- دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، مج ٧١.
١٣. سامية أبو العلا محمود، (٢٠٢٣)، الوعي النسوي بالمبادرات الصحية ودورها في الحد من النمو السكاني في صعيد مصر - دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، جامعة السويس، ع ٢٨.
١٤. سحر هاشم عز الدين، (٢٠٢٥)، دور الاعلام الجديد في تعزيز المواطنة الرقمية لدي الشباب "دراسة ميدانية على طلاب جامعة سوهاج، المجلة المصرية لبحوث الإتصال والإعلام الرقمي، مج ٥، ع ٥.

١٥. شيرين طلعت خضور، (٢٠٢٤)، اعتماد المرأة المصرية على الصفحات الخاصة بصحتها وانعكاسه على مستوى الوعي الصحي لديها، *مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة المنصورة*، مج ٧٤، ع ٧٤٤.
١٦. محمد حسن خفاجي، (٢٠٢٤)، فاعلية المبادرة الرئاسية "مودة" في تدعيم المهارات الحياتية لدى الشباب الجامعي، *مجلة مستقبل العلوم الإجتماعية، الجمعية العربية للتنمية البشرية والبيئية*، مج ١٦، ع ١٤.
١٧. رندا يوسف سلطان، (٢٠٢٢)، دراسة بعض العوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على الوعي الصحي لدى المرأة الريفية بمحافظة أسيوط، *مجلة أسيوط للعلوم الزراعية*، مج ٥٣، ع ٣٤.
١٨. رشا عبدالرحمن حجازي، (٢٠٢٠)، دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية، دراسة تطبيقية على حملة مليون صحة، القاهرة، جامعة الأزهر، *مجلة البحوث الإعلامية*، ع ٥٣٤.
١٩. هاجر مجدي الحمادي، (٢٠٢١). دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية، *المجلة العلمية لكلية الآداب*، مج ١٠، ع ٣، ص ١٨٧-٢١٤.

٣-الكتب :

٢٠. عبد الفتاح علي علي، (٢٠١٥)، *نظرية العالم الحديثة*، دار إيام للنشر والتوزيع، عمان.

ثانياً المراجع الأجنبية :

٢١. Thapliyal, K., Thapliyal, M., & Thapliyal, D. (2024). Social media and health communication: A review of advantages, challenges, and best practices. *Emerging Technologies for Health Literacy and Medical Practice*, 364-38
٢٢. Youngrong Lee, , et al. (2022) Social media use and mental health during the COVID-19 pandemic in young adults: a meta-analysis of 14 cross-sectional studies. *BMC Public Health*, 22.1: 995.
٢٣. Ribble, M.S., Bailey, G. D& Ross, T.W. (2004) Digital citizenship addressing appropriate technology behavior, learning and leading with technology in international, *society for technology in education*, 32(1)

ثالثاً: المواقع الالكترونية

٢٤. <https://www.youm7.com>

ملحق (١) أسماء محكمي استمارة الاستبيان

عرضت الباحثة استمارة الاستبيان على المحكمين التالي أسماؤهم :

- أ.د/ عبد الحكم محمود أبوحطب :أستاذ الصحافة – كلية التربية النوعية – جامعة طنطا.
- أ.د/ ندى القاضي : عميد كلية الإعلام – جامعة المنوفية .
- أ.د/ رضا عبد الواحد أمين :أستاذ الإعلام و عميد كلية الإعلام – جامعة الأزهر بالقاهرة
- أ.د/ محرز حسن غالي :أستاذ الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة .
- أ.د/ فوزي عبد الرحمن الزعبلوي: أستاذ الصحافة والنشر الرقمي المساعد – معهد البحوث والدراسات العربية .
- أ.د/ ريهام درويش :رئيس قسم الإعلام كلية الآداب –جامعة كفر الشيخ .
- أ.م.د/ السيد السعيد عبد الوهاب :أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد ورئيس قسم الاتصال التسويقي المتكامل - كلية الإعلام – جامعة المنوفية .
- د/ نجوي عباس البنداري :مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية – جامعة طنطا.