

دراسات نقدية ٣
إعداد الطالبة: رغد البلخي
إشراف: د. هبة الحداد



عنوان الدراسة

"فاعلية الحملات الرقمية في تغيير السلوك الصحي
لدى الشباب: تحليل تفاعلي لمحتوى الإنستغرام حول
أنماط الحياة الصحية"

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة على "نظرية التغيير السلوكي المخطط" (Theory of Planned Behavior) لإيجاد علاقة بين المعتقدات الفردية ونية السلوك، إضافة إلى "نظرية التأطير الإعلامي" (Framing Theory) لتفسير كيفية تقديم الرسائل الصحية في الحملات الرقمية عبر الصور والفيديوهات على الإنترنت. كما استندت الدراسة إلى نموذج "التأثير الرقمي" Digital Influence Model لتفسير ديناميكيات التفاعل مع المحتوى الصحي ومدى قدرته على تشكيل القيم والممارسات الجديدة لدى المستخدمين.

نقد الإطار النظري وملاءمته:

تميز الإطار النظري للدراسة بتعدد زوايا التحليل، خاصة باعتماده على نظرية التغيير السلوكي المخطط لفهم الدوافع النفسية والسلوكية لدى الشباب تجاه أنماط الحياة الصحية. ومع أن هذه النظرية تعتبر مناسبة في تحليل النية والسلوك، إلا أن استخدامها في السياق الرقمي يتطلب تكييفًا يأخذ بعين الاعتبار العوامل التكنولوجية المؤثرة، مثل التصميم البصري للمنشورات، سرعة التفاعل، ومحتوى التعليقات. لم تُوضح الدراسة بشكل كاف كيف أن البنية التقنية لمنصة الإنستغرام قد تؤثر على انتقال النية إلى سلوك فعلي، كما أنها لم تربط بشكل دقيق بين العوامل الثلاثة في النظرية (الموقف من السلوك، المعايير الاجتماعية، الإدراك الذاتي للتحكم) وبين آليات التواصل الرقمي.

أما توظيف نظرية التأطير الإعلامي فقد كان جزئيًا، حيث اقتصر على تحليل العناوين والنصوص المرافقة للصور، دون التوسع في تحليل الإطار البصري أو اللغة غير اللفظية التي تُعد مركزية في الإنستغرام. كما تجاهلت الدراسة تأثير المؤثرين (Influencers) على تشكيل الإطار الذهني لدى المتابعين، رغم أنهم يمثلون ركيزة أساسية في الحملات الصحية الرقمية. النموذج الثالث، "نموذج التأثير الرقمي"، لم يُشرح بطريقة مفاهيمية واضحة، بل تم تقديمه كأداة وصفية دون تحديد مسارات التأثير أو التفاعل. كما أن الدراسة لم تدمج هذه النماذج في إطار تكاملي يعكس التفاعل المركب بين الإعلام والمستخدم والسلوك.

الإطار النظري أغفل البعد الثقافي والاجتماعي في تفسير الاستجابة للسلوك الصحي، خصوصًا أن المفاهيم المرتبطة بالصحة والرشاقة تختلف باختلاف البيئات. كما أنه لم يُدمج البعد الاقتصادي (مثل إمكانية شراء المنتجات الصحية أو الاشتراك في النوادي) كمؤثر في نية السلوك، رغم أن الإنستغرام مليء بالمحتوى المرتبط بنمط الحياة الرفاهي. وأيضًا، تجاهلت الدراسة دور خوارزميات المنصة في تعزيز أو تقييد وصول الرسائل الصحية للجمهور المستهدف، وهو عامل محوري في فعالية الحملة. ورغم تعدد النظريات، فإن الدراسة افتقرت لمخطط مفاهيمي يربط بين العناصر، كما أنها لم تحدد أداة قياس واضحة لكل مكون نظري. بالتالي، فإن الإطار النظري رغم شموليته الظاهرة، يظل بحاجة إلى دمج أعمق بين النظرية والتطبيق، ومراعاة السياق الرقمي الحقيقي الذي يشكل السلوكيات المعاصرة.

thank you