

فاعلية الحملات الصحية الرقمية على إحداث التغيير الإيجابي في السلوك الصحي
في المملكة العربية السعودية (دراسة ميدانية)

**The Effectiveness of Digital Health campaigns in creating positive
change in Health behavior in the kingdom of Saudi Arabia (A Field
Study)**

إعداد :

فواز عبد الكريم الزهراني

إشراف :

د. ماهيتاب ماهر الرافي

2026 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلى أمي وأبي، منبع العطاء والدعاء

إلى زوجتي الغالية، شريكة النجاح ورفيقة الدرب وسند الرحلة

وإلى أبنائي الأحبة، فرحة العمر...

لكم أهدي هذا العمل عرفانا" ومحبة

المستخلص

تهدف الدراسة إلى قياس مستوى تعرض الجمهور وتحديد درجة التفاعل مع محتوى الحملات الصحية الرقمية، و اختبار مدى انعكاس الحملات الصحية الرقمية على السلوك الصحي الفعلي باستخدام منهج وصفي تحليلي حيث تم جمع البيانات عشوائياً بواسطة استبانة موزعة إلكترونياً على جمهور المملكة العربية السعودية من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ممن تعرضوا لحملات صحية رقمية وأهم فرضيات الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات الصحية الرقمية والتغيير الإيجابي في السلوك الصحي لدى الجمهور السعودي تم استخدام منهج المسح الإعلامي لتحليل اتجاهات وسلوكيات الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة المكونة (250) استبانة وتم التأكد من ثبات الاستمارة بواسطة محكمين و حساب معامل ألفا كرونباخ حيث كانت معامل الفا (0.96)، حيث تمت المعالجة الإحصائية للبيانات بواسطة المتوسطات، والانحرافات المعيارية، واختبار بيرسون للعلاقة تحليل الانحدار المتعدد لاختبار القدرة التنبؤية، و T-test وتحليل التباين ANOVA وجاءت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي قبول الفرضية الرئيسية التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين التعرض للحملات الصحية الرقمية والتغيير الإيجابي لدى الجمهور السعودي حيث بلغ معامل الارتباط (0.91) حيث يمثل قيمة مرتفعة ويدل ذلك على أن زيادة التعرض للحملات الصحية الرقمية يساهم في تحسين السلوك الصحي للأفراد وأه توصيات الدراسة تتمثل في التركيز على المنصات الأكثر استخداماً مثل تويتر وسناب شات لضمان وصول أوسع وزيادة الاستثمار في الحملات الصحية الرقمية باعتبارها أداة فعالة لتغيير السلوك الصحي.

Abstract

This study aimed to measure the level of public exposure to digital health campaigns, identify the degree of interaction with their content, and examine the extent to which digital health campaigns are reflected in actual health behavior. The study adopted a descriptive-analytical approach. Data were collected randomly through an electronically distributed questionnaire administered to the public in the Kingdom of Saudi Arabia, specifically social media users who had been exposed to digital health campaigns. One of the main hypotheses of the study was that there is a statistically significant relationship between exposure to digital health campaigns and positive change in health behavior among the Saudi public.

The study employed the media survey method to analyze audience attitudes and behaviors on social media. The study sample consisted of 250 questionnaires. The reliability of the questionnaire was verified through expert review and by calculating Cronbach's alpha coefficient, which reached 0.96. Statistical analysis of the data was conducted using means, standard deviations, Pearson's correlation test to examine relationships, multiple regression analysis to test predictive ability, as well as the t-test and one-way ANOVA. The main findings of the study showed acceptance of the principal hypothesis, which states that there is a positive statistically significant relationship between exposure to digital health campaigns and positive behavioral change among the Saudi public. The correlation coefficient reached 0.91, which is considered a high value. This indicates that increased exposure to digital health campaigns contributes to improving individuals' health behavior. The study's most important recommendations include focusing on the most widely used platforms, such as Twitter and Snapchat, to ensure broader reach, and increasing investment in digital health campaigns as an effective tool for changing health behavior.

Keywords: health behavior, digital health media, electronic health aware

قائمة المحتويات

الإهداء.....	١
المستخلص.....	٢
Abstract.....	٣
المقدمة.....	٤
أهمية الدراسة.....	٦
مشكلة الدراسة.....	٧
أهداف الدراسة.....	٨
تساؤلات الدراسة.....	٨
فروض الدراسة.....	٩
الإطار المنهجي للدراسة.....	١٠
الدراسات السابقة.....	١٢
التعقيب على الدراسات السابقة.....	١٦
الإطار النظري.....	١٨
مفهوم الحملات الصحية الرقمي.....	١٨
تعريف الحملات الصحية الرقمية.....	١٩
أهمية الحملات الصحية الرقمية.....	١٩
أهداف الحملات الصحية الرقمية.....	٢٠

أنواع الحملات الصحية الرقمية.....	٢٠
استراتيجيات الحملات الصحية الرقمية.....	٢١
معايير فعالية الحملات الصحية الرقمية.....	٢٥
الفعالية والتأثير على السلوك.....	٢٦
أمثلة على الحملات الصحية الرقمية في المملكة العربية السعودية.....	٢٦
المبحث الثاني	٢٧
مفهوم السلوك الصحي.....	٢٧
الأبعاد المفاهيمية للسلوك الصحي.....	٢٧
خصائص السلوك الصحي.....	٢٨
أهمية السلوك الصحي.....	٢٩
مكونات السلوك الصحي.....	٣٠
الفصل الثالث	٣٢
منهج البحث.....	٣٢
حجم المجتمع.....	٣٢
حجم العينة	٣٣
أداة البحث.....	٣٣

٣٣.....	إجراءات تحليل البيانات
٣٤.....	آليات جمع البيانات
٣٤.....	ثبات عينة الدراسة
٣٤.....	صدق الاستبانة
٣٥.....	تطبيق الاستبانة
٣٨.....	الفصل الرابع
٣٨.....	عرض وتحليل البيانات
٤٥.....	الفصل الخامس
٤٥.....	التوصيات والخاتمة
٤٧.....	المراجع العربية
٤٨.....	المراجع الأجنبية
٤٩.....	الملاحق

الفصل الاول

أولاً: المقدمة

في الآونة الأخيرة شهد العالم تحولات رقمية متسارعة أعادت تشكيل أنماط الاتصال والتفاعل الاجتماعي، وأثرت بصورة مباشرة في مختلف القطاعات الحيوية، وعلى رأسها القطاع الصحي. فقد أدى الانتشار الواسع للإنترنت، وتطور تقنيات الاتصال، وظهور منصات التواصل الاجتماعي، إلى بروز بيئة إعلامية جديدة تتسم بالتفاعلية والفورية والتشاركية، مما غير طبيعة العلاقة بين المرسل والمتلقي، وحول الجمهور من مستقبل سلبي للمعلومة إلى مشارك فاعل في إنتاجها ونشرها وتقييمها وفي هذا السياق، برز الإعلام الرقمي بوصفه أداة استراتيجية في مجال التوعية الصحية، حيث أصبحت المنصات الرقمية وسيلة رئيسة لنشر المعلومات الطبية، وتصحيح المفاهيم الخاطئة، وتعزيز أنماط الحياة الصحية. وقد أتاحت البيئة الرقمية إمكانات غير مسبوقة لتصميم حملات صحية موجهة تستند إلى تحليل خصائص الجمهور واهتماماته وسلوكياته الرقمية، مما يعزز فرص التأثير في معارفه واتجاهاته وسلوكياته وقد شهدت السنوات الأخيرة تزايداً ملحوظاً في توظيف الحملات الصحية الرقمية عالمياً، لا سيما في مواجهة الأمراض المزمنة، والأوبئة، وقضايا الصحة العامة، حيث أسهمت المنصات الرقمية في تسريع وصول الرسائل الصحية إلى شرائح واسعة من المجتمع، مع إمكانية التفاعل الفوري وقياس مؤشرات الأداء بصورة آنية. غير أن هذا التحول الرقمي لم يقتصر على تغيير وسيلة الاتصال فحسب، بل أعاد صياغة استراتيجيات الإقناع الصحي، من خلال الاعتماد على المحتوى المرئي القصير، والسرد القصصي، والمؤثرين الرقميين، والوسوم التفاعلية، والتحليلات البيانية (مجلة لانسيت

(2014).

وعلى المستوى العربي، بدأت المؤسسات الصحية في تبني استراتيجيات الاتصال الرقمي لمواكبة التحول الإعلامي العالمي، مستفيدة من الارتفاع الكبير في معدلات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين فئات الشباب والبالغين. إلا أن الدراسات العربية في مجال قياس فاعلية الحملات الصحية الرقمية ما تزال محدودة نسبيًا، خاصة فيما يتعلق بتحليل الأثر السلوكي طويل المدى. أما في المملكة العربية السعودية، فقد جاء الاهتمام بالحملات الصحية الرقمية متسقًا مع مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠، التي أكدت على التحول الرقمي، وتحسين جودة الحياة، وتعزيز الوقاية قبل العلاج. ويُعد التحول الرقمي في القطاع الصحي أحد المحاور الأساسية في برامج التحول الوطني، حيث تبنت الجهات الصحية استراتيجيات رقمية متكاملة تهدف إلى رفع مستوى الوعي الصحي لدى المجتمع، وتقليل العبء الناتج عن الأمراض المزمنة، وتعزيز السلوكيات الوقائية وقد اعتمدت وزارة الصحة السعودية على المنصات الرقمية في إطلاق العديد من الحملات التوعوية المتعلقة بالتطعيمات، ومكافحة التدخين، والسمنة، والأمراض المزمنة، والصحة النفسية، وغيرها من القضايا الصحية ذات الأولوية الوطنية. كما يتم نشر هذه الحملات عبر منصات متعددة مثل Facebook و*Instagram* و*X* و*Tok-tok* و*YouTube*، بما يعكس تنوع القنوات الاتصالية وتباين خصائص الجمهور المستهدف. ورغم هذا التوسع الملحوظ في استخدام الحملات الصحية الرقمية، فإن تقييم نجاحها غالبًا ما يقتصر على مؤشرات رقمية سطحية، مثل عدد المشاهدات، ونسب التفاعل، وعدد المشاركات، دون التحقق من مدى انعكاس ذلك على السلوك الصحي الفعلي للأفراد. إذ إن ارتفاع معدلات التفاعل الرقمي لا يعني بالضرورة حدوث تغيير معرفي عميق أو تحول اتجاهي مستدام، فضلًا عن التغيير السلوكي الفعلي. ومن هنا تبرز إشكالية جوهرية تتعلق بالفجوة بين "التفاعل الرقمي" والتأثير السلوكي"، وهي فجوة تستدعي دراسة علمية منهجية تقيس العلاقة بين التعرض للحملات الصحية الرقمية ومستوى التغيير في المعرفة الصحية، والاتجاهات، والسلوك الفعلي

لدى الجمهور. فنجاح الحملات الصحية لا يقاس فقط بانتشارها، وإنما بقدرتها على إحداث تغيير إيجابي ومستدام في أنماط السلوك الصحي كما أن فهم هذه العلاقة يتطلب الاستناد إلى نظريات الاتصال والإقناع ونماذج تغيير السلوك الصحي، التي تؤكد أن التغيير السلوكي عملية تدريبية تمر بمراحل معرفية واتجاهية قبل أن تتحول إلى ممارسة فعلية (الزهراني، سعيد، 2021). ومن ثم، فإن قياس فاعلية الحملات الصحية الرقمية يستوجب تحليل الأبعاد الثلاثة: المعرفي، والاتجاهي، والسلوكي، بصورة تكاملية

ثانياً "مشكلة الدراسة:

في ظل التطور المتسارع في تقنيات الاتصال الرقمي، أصبحت الحملات الصحية الرقمية من أبرز الوسائل الحديثة التي تعتمد عليها المؤسسات الصحية لنشر وتعزيز الوعي الصحي وقد شهدت المملكة العربية السعودية توسع ملحوظ في استخدام المنصات الصحية الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات الصحية على الرغم من التوسع الملحوظ في إطلاق الحملات الصحية الرقمية في المملكة العربية السعودية، إلا أن تقييم فاعليتها غالباً ما يقتصر على مؤشرات الأداء الرقمية، مثل عدد المشاهدات أو الإعجاب

أو المشاركات، دون التحقق من انعكاس ذلك على السلوك الصحي الفعلي للأفراد، وتكمن الفجوة البحثية في محدودية الدراسات التي تقيس العلاقة بين التعرض للحملات الصحية الرقمية ومستوى التغيير المعرفي والاتجاهي والسلوكي لدى الجمهور وعليه تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي:

ما مدى فاعلية الحملات الصحية الرقمية في إحداث التغيير الإيجابي في السلوك الصحي في

المملكة العربية السعودية؟

ثالثاً: أهمية الدراسة

- الأهمية العلمية :

• تتناول الدراسة موضوع حديث ومعاصر يرتبط بالتحول الرقمي واستخدام منصات التواصل الإلكتروني في المجال الصحي.

• الربط بين نظريات الاتصال الرقمي ونظريات تغيير السلوك الصحي.

• تقديم إطار تحليلي يمكن الاستفادة منه في الدراسات المستقبلية.

- الأهمية التطبيقية:

• مساعدة صناع القرار في تقييم كفاءة الحملات الصحية الرقمية.

• تطوير آليات قياس تتجاوز مؤشرات التفاعل الرقمي إلى قياس الأثر السلوكي.

• دعم استراتيجيات التحول الرقمي في القطاع الصحي.

- الأهمية المجتمعية:

• الإسهام في رفع مستوى الوعي الصحي.

• تعزيز ثقافة الوقاية والمسؤولية الصحية الفردية.

• دعم تحسين جودة الحياة على مستوى المجتمع

رابعاً: أهداف الدراسة

- ١- قياس مستوى تعرض الجمهور للحملات الصحية الرقمية.
- ٢- تحديد درجة تفاعل الجمهور مع محتوى الحملات الصحية الرقمية.
- ٣- التعرف على دور الحملات الصحية الرقمية في تنمية المعرفة الصحية.
- ٤- التعرف على دور الحملات في تعديل الاتجاهات الصحية.
- ٥- اختبار مدى انعكاس الحملات الصحية الرقمية على السلوك الصحي الفعلي .

خامساً: تساؤلات الدراسة

- ١- ما مستوى تعرض الجمهور في المملكة العربية السعودية للحملات الصحية الرقمية؟
- ٢- ما درجة تفاعل الجمهور مع الحملات الصحية الرقمية؟
- ٣- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات الصحية الرقمية وزيادة المعرفة الصحية؟
- ٤- هل تسهم الحملات الصحية الرقمية في تعديل الاتجاهات الصحية لدى الجمهور؟
- ٥- ما مدى إسهام الحملات الصحية الرقمية في إحداث تغيير؟

سادساً: فروض الدراسة

الفرض الرئيسي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات الصحية الرقمية والتغيير الإيجابي في السلوك الصحي لدى الجمهور السعودي.

الفروض الفرعية:

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات الرقمية وزيادة المعرفة الصحية.
- 2 - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات الرقمية وتعديل الاتجاهات الصحية.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التفاعل مع الحملات الرقمية والسلوك الفعلي للأفراد.
- 4- تختلف درجة التأثير حسب المتغيرات الديموغرافية (العمر – الجنس – المستوى التعليمي).
- 5- يسهم التغيير المعرفي والاتجاهي في التنبؤ بالتغيير السلوكي.

سابعاً: الإطار المنهجي للدراسة

1- نوع الدراسة

دراسة وصفية تحليلية تهدف إلى قياس وتحليل العلاقة بين الحملات الصحية الرقمية والسلوك الصحي

2- منهج الدراسة

منهج المسح الإعلامي لتحليل اتجاهات وسلوكيات الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي.

3- مجتمع الدراسة

جمهور المملكة العربية السعودية من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، ممن تعرضوا لحملات صحية رقمية.

4- عينة الدراسة

عينة عشوائية تتراوح بين 100-200 فرد لضمان التمثيل الإحصائي.

5- أداة الدراسة

استبانة إلكترونية تقيس:

- التعرض للحملات
- التفاعل مع المحتوى
- المعرفة الصحية
- الاتجاهات الصحية
- السلوك الفعلي

6- صدق وثبات الأداة

- مراجعة أداة الاستبانة من محكمين متخصصين للتحقق من الصدق الظاهري والمحتوى.
- حساب معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات.

7-المعالجة الإحصائية

- المتوسطات والانحرافات المعيارية
- اختبار بيرسون للعلاقة
- تحليل الانحدار المتعدد لاختبار القدرة التنبؤية
- T-test وتحليل التباين ANOVA

الفصل الثاني : الإطار النظري والدراسات السابقة

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات العربية موضوع الحملات الإعلامية الرقمية ودورها في تعزيز الوعي الصحي وتعديل السلوكيات لدى الجمهور، خاصة في ظل انتشار وسائل الإعلام الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت من أهم أدوات الاتصال الصحي في العصر الرقمي.

هدفت دراسة مي عبد الفتاح حجازي (٢٠٢٠) إلى قياس تأثير حملة ١٠٠ مليون صحة على مستوى وعي المرأة المصرية بالممارسات الصحية. استخدمت الدراسة المنهج التحليلي الوصفي وأظهرت نتائج الدراسة وجود زيادة واضحة في المعرفة الصحية لدى النساء بعد التعرض للحملة، إلى جانب ارتفاع مستوى الالتزام بالتوصيات الوقائية. ويعكس ذلك قدرة الحملات الصحية المنظمة على إحداث تغيير إيجابي في المعرفة والسلوك الصحي لدى الجمهور .

كما هدفت دراسة سلمان فهد فرج بن لبده (٢٠٢٠) إلى التعرف على دور إعلانات الحملات التوعوية في وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز المشاركة المجتمعية في المملكة العربية السعودية. وأظهرت نتائج الدراسة أن الحملات الرقمية ساهمت في رفع مستوى التفاعل المجتمعي مع القضايا الصحية وزيادة المشاركة في المبادرات الصحية. وتبرز هذه النتائج أهمية توظيف الإعلام الرقمي في دعم الجهود الصحية وتعزيز التفاعل المجتمعي.

وفي الإطار نفسه، سعت دراسة محمد إبراهيم الديب (٢٠٢١) إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب المصري للحملات الصحية الرقمية ومستوى معرفتهم بالمعلومات الصحية. وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بين كثافة التعرض للحملات الرقمية وارتفاع مستوى المعرفة الصحية لدى الشباب، إلى جانب تبني بعض السلوكيات الصحية الإيجابية. ويؤكد ذلك الدور التوعوي الذي يمكن أن تؤديه الحملات الرقمية في توجيه سلوكيات فئة الشباب.

كما هدفت دراسة نورة بنت خالد الشمري (٢٠٢١) إلى التعرف على تأثير الحملات الصحية الرقمية في سلوك الشباب السعودي تجاه الصحة العامة. وأظهرت نتائج الدراسة تحسناً واضحاً في مستوى الوعي الصحي والممارسات الوقائية لدى الشباب بعد التعرض للحملات الرقمية. ويعكس ذلك الدور المؤثر للحملات الإعلامية في توجيه سلوكيات الفئات الشبابية.

كما هدفت دراسة عبد الله سعيد الزهراني (٢٠٢١) إلى التعرف على دور الحملات الصحية الرقمية في تحسين مستوى الوعي الصحي لدى المجتمع السعودي. وأظهرت نتائج الدراسة وجود زيادة ملحوظة في المعرفة الصحية والممارسات الوقائية لدى الأفراد بعد التعرض للحملات. ويؤكد ذلك الدور التوعوي المهم للحملات الإعلامية الرقمية في نشر الثقافة الصحية.

وتناولت دراسة مروة السيد الصادق (٢٠٢٢) تأثير الحملات الإعلامية الرقمية في مستوى التفاعل والسلوك الصحي في المجتمع المصري. وقد توصلت الدراسة إلى أن الحملات التي تعتمد

على أساليب جذابة ومؤثرة عاطفياً تحقق تأثيراً أكبر في تبني السلوكيات الصحية لدى الجمهور. ويبرز ذلك أهمية الجوانب الإبداعية في تصميم الرسائل الإعلامية الرقمية.

كما هدفت دراسة نوال فهد الحربي (٢٠٢٢) إلى الكشف عن أثر الحملات الصحية الرقمية في وعي وسلوكيات المجتمع السعودي، حيث أظهرت النتائج أن الحملات التي تتميز بمحتوى علمي واضح وتصميم جذاب تسهم في تعديل السلوكيات الصحية بشكل إيجابي. كما هدفت دراسة مها مطلق العنزي (٢٠٢٣) إلى التعرف على تأثير الحملات الرقمية في مستوى تفاعل الجمهور مع الرسائل الصحية، وأظهرت نتائجها أن الحملات التي تعتمد على أساليب بصرية وتفاعلية تحقق تأثيراً أكبر في تغيير السلوكيات الصحية لدى الجمهور.

أما دراسة سارة محمد القحطاني (٢٠٢٢) فقد هدفت إلى دراسة تأثير الإعلانات الصحية الرقمية في تبني السلوك الصحي لدى الشباب الخليجي. وأظهرت نتائج الدراسة أن الحملات الرقمية التفاعلية تسهم بشكل ملحوظ في تعزيز الالتزام بالممارسات الصحية. وتشير هذه النتائج إلى فاعلية التفاعل الرقمي في ترسيخ السلوكيات الصحية.

كما هدفت دراسة (fauset al (2022 إلى مدى فعالية الحملات الصحية التي يتم نشرها عبر منصة Twitter في تعزيز السلوكيات الصحية. استخدمت الدراسة المراجعة المنهجية لتقييم عدد من الحملات الصحية الرقمية. أظهرت النتائج أن الشبكات الاجتماعية تمتلك قدرة عالية على

الوصول إلى الجمهور ونشر الرسائل الصحية بسرعة وبتكلفة منخفضة، كما يمكن أن تسهم في تغيير الاتجاهات والسلوكيات الصحية لدى الجمهور عند تصميم الحملة بطريقة تفاعلية.

وفي السياق ذاته، دراسة محمود أحمد عبده محمد (٢٠٢٣) إلى التعرف على فاعلية الحملات الإعلامية الرقمية في إزالة المخاوف المرتبطة بلقاح فيروس كورونا. وقد توصلت الدراسة إلى أن التعرض للحملات الرقمية ساهم في زيادة تقبل الجمهور للتطعيم، كما أدى إلى تحسين سلوكيات الصحة العامة لدى الأفراد. وتشير هذه النتائج إلى الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه الحملات الرقمية في تصحيح المفاهيم الصحية الخاطئة وتعزيز السلوك الوقائي لدى الجمهور.

كما هدفت دراسة هبة عبد الرحمن نور (٢٠٢٣) إلى قياس فاعلية الحملات الصحية الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و YouTube في تعزيز التفاعل مع الرسائل الصحية. وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام المحتوى التفاعلي يسهم بشكل كبير في زيادة تفاعل الجمهور مع الحملات الصحية ويعزز من فرص تعديل السلوك الصحي لديهم. ويشير ذلك إلى أهمية توظيف الأدوات التفاعلية في تصميم الحملات الرقمية.

كما سعت دراسة أحمد سيد أحمد العايدي (٢٠٢٣) إلى الكشف عن دور الحملات الإعلامية في تعزيز الوعي الصحي لدى المرأة السعودية. وأظهرت نتائج الدراسة أن الحملات الرقمية ساهمت بشكل ملحوظ في رفع مستوى المعرفة الصحية لدى النساء، بالإضافة إلى تعزيز السلوكيات

الوقائية المرتبطة بالصحة العامة. ويؤكد ذلك أهمية توظيف الحملات الإعلامية الرقمية في استهداف الفئات المجتمعية المختلفة ونشر الثقافة الصحية بينها.

أما دراسة دينا محمد حسن الكراكتلي (٢٠٢٥) فقد هدفت إلى تحليل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي المصريين خلال أزمة COVID-19. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الحملات الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي لعبت دورًا فعالاً في توجيه سلوكيات الوقاية لدى الجمهور وتعزيز الالتزام بالإجراءات الصحية. ويشير ذلك إلى الدور المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات الصحية ونشر الرسائل التوعوية.

كما هدفت دراسة محمد عبد الله العربي ومنى حسين عجوة وسحر محمد عباس (٢٠٢٥) إلى تحليل اتجاهات البحث المتعلقة بالعلاقة بين الاتصال الرقمي وجودة الخدمات الصحية. وأكدت نتائج الدراسة أن الحملات الرقمية تسهم في تحسين تصور الجمهور لجودة الخدمات الصحية وتعزيز الثقة بالمؤسسات الصحية. وتوضح هذه النتائج أهمية الاتصال الرقمي في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات الصحية.

كما هدفت دراسة شيماء علي البسيوني (٢٠٢٥) إلى إجراء تحليل سيميولوجي للحملات الحكومية الرقمية المنشورة عبر منصة Facebook. وقد أظهرت النتائج أن التصميم البصري

والمضمون الرقمي يلعبان دورًا مهمًا في جذب انتباه الجمهور وزيادة مستوى التفاعل مع الرسائل الصحية. ويؤكد ذلك أهمية العناصر البصرية في الحملات الإعلامية الرقمية.

وأخيرًا هدفت دراسة Shaluhiah et al (٢٠٢٥)

إلى تحليل تأثير التدخلات الصحية الرقمية المستخدمة في الوقاية من الأمراض غير المعدية اعتمدت الدراسة على مراجعة منهجية شاملة شملت ٢٠ دراسة منشورة بين عامي ٢٠١٨ و ٢٠٢٤. أظهرت النتائج أن استخدام التطبيقات الصحية والرسائل الرقمية والمنصات التفاعلية أدى إلى تحسن في المعرفة الصحية بنسبة وصلت إلى ٩٥٪، وتحسن في السلوكيات الصحية بنسبة تصل إلى ٩٥٪. كما أكدت الدراسة أن استخدام أكثر من أداة رقمية في الحملة الصحية يزيد من فاعلية التغيير السلوكي

تاسعاً: التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة يتضح أن موضوع الحملات الإعلامية الرقمية في المجال الصحي حظي باهتمام كبير من الباحثين في مجال الإعلام والاتصال، حيث ركزت معظم الدراسات على قياس مدى فاعلية هذه الحملات في رفع مستوى الوعي الصحي لدى الجمهور وتعزيز السلوكيات الوقائية. وقد اتفقت غالبية الدراسات على أن الحملات الصحية الرقمية تسهم بدرجة كبيرة في نشر المعلومات الصحية الصحيحة، كما تلعب دورًا مهمًا في توجيه سلوكيات الأفراد نحو تبني ممارسات صحية إيجابية، خاصة في ظل الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook و YouTube وغيرها من المنصات الرقمية. كما أشارت نتائج

عدد من الدراسات إلى أن استخدام المحتوى التفاعلي والعناصر البصرية الجذابة في تصميم الحملات الرقمية يزيد من مستوى تفاعل الجمهور مع الرسائل الصحية ويعزز من تأثيرها في تعديل السلوك الصحي، كما تبين من خلال مراجعة الدراسات السابقة أن بعضها ركز على تحليل الحملات الصحية المرتبطة بالأزمات الصحية العالمية مثل أزمة COVID-19، في حين تناولت دراسات أخرى الحملات الصحية الحكومية أو المبادرات الوطنية مثل حملة ١٠٠ مليون صحة، وقد أظهرت نتائج هذه الدراسات فاعلية الحملات الرقمية في رفع مستوى الوعي الصحي وتعزيز الالتزام بالسلوكيات الوقائية لدى الجمهور، كذلك أظهرت الدراسات السابقة اهتمامًا بدراسة تأثير الحملات الصحية الرقمية على فئات مختلفة من المجتمع مثل الشباب أو النساء، كما تناولت بعض الدراسات المجتمعات العربية بشكل عام، بينما ركزت دراسات أخرى على المجتمع السعودي بشكل خاص، وهو ما يعكس أهمية هذا المجال البحثي في ظل التحولات الرقمية المتسارعة في وسائل الاتصال. وعلى الرغم من أهمية هذه الدراسات وإسهامها في توضيح دور الحملات الصحية الرقمية في نشر الوعي الصحي، إلا أن هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات الميدانية التي تقيس مدى فاعلية هذه الحملات في إحداث تغيير فعلي في السلوك الصحي لدى الجمهور داخل المجتمع السعودي، خاصة في ظل التوسع الكبير في استخدام المنصات الرقمية في المجال الصحي. من هنا تأتي أهمية الدراسة الحالية التي تسعى إلى التعرف على فاعلية الحملات الصحية الرقمية في إحداث التغيير الإيجابي في السلوك الصحي لدى الجمهور في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية تسهم في الكشف عن مدى تأثير هذه الحملات في رفع مستوى الوعي الصحي وتعزيز تبني السلوكيات الصحية الإيجابية.

الإطار النظري

المبحث الأول: الحملات الصحية الرقمية

المطلب الأول: مفهوم الحملات الصحية الرقمية

تُعد الحملات الصحية الرقمية أحد أبرز الأدوات الحديثة المستخدمة في تعزيز الصحة العامة، حيث تعتمد على توظيف وسائل الاتصال الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي، التطبيقات الصحية، والمنصات الإلكترونية لنشر الرسائل التوعوية والتثقيفية. ويُقصد بالحملات الصحية الرقمية بأنها جهود منظمة ومخططة تستخدم الوسائط الرقمية بهدف التأثير في معارف الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم الصحية. وقد برز هذا النوع من الحملات نتيجة التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال، حيث أصبحت الوسائط الرقمية أكثر قدرة على الوصول إلى شرائح واسعة من المجتمع مقارنة بالوسائل التقليدية. كما تمتاز هذه الحملات بالمرونة، والتفاعلية، وإمكانية التخصيص، مما يعزز من فعاليتها في التأثير على الجمهور المستهدف. وفي سياق المملكة العربية السعودية، أصبح الاعتماد على الحملات الرقمية في المجال الصحي متزايداً، خاصة في ظل توجه الدولة نحو التحول الرقمي ضمن رؤية ٢٠٣٠، والتي تهدف إلى تحسين جودة الحياة وتعزيز الوعي الصحي بين أفراد المجتمع (حجازي، عبد الفتاح 2020، ص. ٢٣٣-٢٧٨).

تعريف الحملات الصحية الرقمية:

الحملات الصحية الرقمية هي جهود منظمة ومخططة تستخدم الوسائط الرقمية والتقنيات الحديثة لنشر المعلومات الصحية وتحفيز الأفراد على تبني سلوكيات صحية إيجابية أو تعديل السلوكيات الضارة

وتختلف عن الحملات التقليدية بعدة جوانب، أهمها

- الاتصال التفاعلي ثنائي الاتجاه

- القدرة على الوصول إلى جماهير واسعة بسرعة

-إمكانية تخصيص الرسائل لكل فئة مستهدفة

ويشمل هذا النوع من الحملات وسائل متعددة مثل المواقع الإلكترونية، التطبيقات الصحية، البريد الإلكتروني، والرسائل النصية، بالإضافة إلى منصات التواصل الاجتماعي (تويتر، إنستغرام، تيك توك، سناب شات). (بن لبد، فرج 2020 ، ص. ٧٧-١١٨)

ثانيًا: أهمية الحملات الصحية الرقمية:

- توسيع نطاق الوصول: يمكن للحملات الرقمية الوصول إلى آلاف أو ملايين الأفراد في وقت قصير، مما يجعلها وسيلة فعالة للتوعية السريعة.
- تكلفة منخفضة: مقارنة بالحملات التقليدية، الحملات الرقمية أقل تكلفة من حيث الطباعة، الإعلان التلفزيوني، أو التوزيع الميداني.
- التفاعل المباشر: توفر الحملات الرقمية إمكانية التعليقات، المشاركات، والإعجابات، مما يعزز من مستوى تفاعل الجمهور ويتيح قياس التأثير بشكل دقيق.
- التخصيص: يمكن تصميم الرسائل الصحية لتناسب خصائص الفئات المستهدفة (العمر، الجنس، الحالة الصحية، الاهتمامات) مما يزيد من احتمالية قبول الرسائل وتطبيقها.

ثالثًا: أهداف الحملات الصحية الرقمية:

- رفع مستوى الوعي الصحي بين مختلف شرائح المجتمع
- تعزيز المعرفة بالممارسات الصحية السليمة
- تغيير السلوكيات الصحية السلبية إلى إيجابية

- تحفيز المشاركة المجتمعية في المبادرات الصحية
- دعم السياسات الصحية الحكومية وتحقيق أهداف الصحة العامة

رابعًا: أنواع الحملات الصحية الرقمية:

١. حملات التوعية العامة: تهدف إلى زيادة معرفة الجمهور بالمخاطر الصحية مثل التدخين، السمنة، أو الأمراض المزمنة.
٢. حملات الوقاية: تركز على تقديم إرشادات عملية للوقاية من الأمراض، مثل غسل اليدين، التطعيمات، أو التغذية السليمة.
٣. حملات التغيير السلوكي: تسعى لتغيير سلوكيات معينة لدى الأفراد، مثل ممارسة الرياضة بانتظام أو تقليل استهلاك السكريات.
٤. حملات التشجيع على استخدام الخدمات الصحية: مثل حجز المواعيد الطبية عبر التطبيقات أو متابعة الفحوص الدورية.

خامسًا: استراتيجيات الحملات الصحية الرقمية:

تتعدد الاستراتيجيات المستخدمة في الحملات الصحية الرقمية لضمان التأثير الفعال على الجمهور، ومنها:

١- الرسائل الموجهة

تصميم محتوى محدد لكل فئة عمرية أو اجتماعية، بحيث يكون أكثر ملاءمة لاحتياجاتها.

٢- الاستمالات العاطفية

استخدام عناصر مثل الخوف، القلق، الأمل، أو الفرح لإقناع الجمهور باتباع السلوك الصحي.

٣- النمذجة الاجتماعية

عرض أمثلة لأشخاص قاموا بتغيير سلوكهم الصحي بنجاح، مما يحفز الآخرين على تقليدهم.

٤- استخدام المؤثرين الرقميين

تلعب الشخصيات المؤثرة على وسائل التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا في التأثير على الاتجاهات والسلوكيات الصحية، خاصة بين الشباب.

٥- دمج الوسائط المتعددة

استخدام الفيديو، الرسوم المتحركة، الإنفو جرافيك، والصور التفاعلية لجذب الانتباه وتعزيز الرسائل.

سادسًا: معايير فعالية الحملات الصحية الرقمية:

لتكون الحملات الرقمية فعالة، يجب أن تحقق المعايير التالية:

١. وضوح الرسالة: يجب أن تكون الرسائل مفهومة وسهلة التفسير.

٢. المصداقية: الاعتماد على معلومات علمية موثوقة ومن مصادر رسمية.

٣. التفاعل: تشجيع الجمهور على المشاركة والتعليق.

٤. التكرار: تكرار الرسائل لتعزيز التأثير على السلوك.

٥. القابلية للقياس: إمكانية تتبع مدى وصول الرسالة وتفاعل الجمهور معها.

سابعًا: الفعالية والتأثير على السلوك

تشير الدراسات الحديثة إلى أن الحملات الصحية الرقمية :

- تزيد من مستوى الوعي والمعرفة الصحية
- تحسن الاتجاهات الإيجابية نحو السلوك الصحي
- تؤدي أحيانًا إلى تغيير فعلي في السلوكيات مثل ممارسة الرياضة، تحسين التغذية، أو

الإقلاع عن التدخين

لكن الفجوة بين الوعي والسلوك ما زالت قائمة، حيث يمتلك الأفراد المعرفة لكن لا يطبقونها

دائمًا، مما يستلزم استراتيجيات أكثر تخصيصًا وتفاعلية

ثامنًا: أمثلة على الحملات الصحية الرقمية في المملكة العربية السعودية:

١. حملة "صحتك أولوية": تهدف لرفع الوعي بأهمية الكشف المبكر عن الأمراض المزمنة.

٢. حملة "تطمئن": تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للفحص الدوري للضغط

والسكر.

حملة "شارك حياتك صح": تشجع الشباب على ممارسة الرياضة واتباع نظام غذائي صحي عبر

تحديات رقمية ومؤثرين محليين. (الحري، فهد 2022، ص. ١٥٥-١٦٨).

المبحث الثاني: السلوك الصحي

المطلب الأول: مفهوم السلوك الصحي

يُعد السلوك الصحي من المفاهيم المحورية في مجال الصحة العامة، نظرًا لدوره الأساسي في الوقاية من الأمراض وتعزيز جودة الحياة. ويُقصد بالسلوك الصحي مجموعة الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الفرد بصورة واعية أو غير واعية بهدف الحفاظ على صحته الجسدية والنفسية، أو الوقاية من الأمراض، أو التعامل معها عند حدوثها.

ولا يقتصر السلوك الصحي على الممارسات الفردية فقط، بل يشمل أيضًا القرارات اليومية التي يتخذها الفرد والتي تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على حالته الصحية، مثل نوع الغذاء، مستوى النشاط البدني، الالتزام بالإرشادات الطبية، وأنماط النوم.

أولاً: الأبعاد المفاهيمية للسلوك الصحي

يمكن النظر إلى السلوك الصحي من عدة أبعاد مترابطة، وهي

١- البعد المعرفي

يشير إلى مستوى المعرفة الصحية لدى الفرد، ومدى إدراكه للمعلومات المتعلقة بالصحة والمرض. فكلما زادت معرفة الفرد بالمخاطر الصحية وطرق الوقاية، زادت احتمالية تبنيه لسلوكيات صحية سليمة.

٢ - البعد النفسي

يرتبط بمعتقدات الفرد واتجاهاته نحو الصحة، مثل شعوره بأهمية الوقاية، ومدى اقتناعه بقدرته على تغيير سلوكه. ويُعد هذا البعد من أهم العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار الصحي.

٣ - البعد السلوكي

يمثل التطبيق الفعلي للسلوكيات الصحية، مثل ممارسة الرياضة، تناول الغذاء الصحي، والابتعاد عن العادات الضارة كالتدخين.

٤- البعد الاجتماعي

يتأثر السلوك الصحي بالبيئة الاجتماعية المحيطة، مثل الأسرة، الأصدقاء، والثقافة المجتمعية، حيث يمكن أن تدعم هذه العوامل أو تعيق تبني السلوك الصحي (الشمري، خالد 2021، ص. ٢١١-٢٤٨)

ثانيًا: خصائص السلوك الصحي:

يتميز السلوك الصحي بعدة خصائص تميّزه عن غيره من السلوكيات، من أبرزها

١- يتم تعلمه من خلال التنشئة الاجتماعية والتجارب الحياتية: سلوك مكتسب

٢- يمكن تعديله من خلال التوعية والتدخلات الصحية: قابل للتغيير

٣- تظهر نتائجه على المدى الطويل: تراكمي التأثير

٤- يعتمد على رغبة الفرد في التغيير: مرتبط بالدافعية

٥- يتأثر بالعوامل المحيطة بالفرد: متأثر بالبيئة

ثالثًا: أهمية السلوك الصحي:

تتجلى أهمية السلوك الصحي في عدة جوانب، منها

١- الوقاية من الأمراض المزمنة

مثل السكري وأمراض القلب، والتي ترتبط بشكل كبير بنمط الحياة

٢- تحسين جودة الحياة

حيث يسهم السلوك الصحي في تعزيز الصحة الجسدية والنفسية

٣- تقليل تكاليف الرعاية الصحية

من خلال تقليل الحاجة إلى العلاج نتيجة الوقاية

4- زيادة الإنتاجية

فالأفراد الأصحاء يكونون أكثر قدرة على العمل والعطاء

وفي سياق المملكة العربية السعودية، تبرز أهمية السلوك الصحي بشكل أكبر في ظل التحديات

الصحية المرتبطة بنمط الحياة، مثل قلة النشاط البدني وزيادة معدلات السمنة، مما يعزز

الحاجة إلى تدخلات توعوية فعالة، خاصة عبر الوسائط الرقمية (الصادق، السيد 2022، ص. ٣٥٥-٣٦٨)

رابعاً: مكونات السلوك الصحي:

يتكون السلوك الصحي من مجموعة عناصر مترابطة، تشمل :

المعرفة الصحية : المعلومات التي يمتلكها الفرد

الاتجاهات : المواقف النفسية تجاه السلوك الصحي

الممارسات : التطبيق الفعلي للسلوك

الدوافع : الأسباب التي تدفع الفرد لتبني السلوك

ولا يتحقق السلوك الصحي الفعّال إلا بتكامل هذه المكونات، حيث لا يكفي توفر المعرفة فقط دون وجود دافع أو تطبيق عملي.

خامسًا: السلوك الصحي في البيئة الرقمية

مع التطور التكنولوجي، أصبح السلوك الصحي يتأثر بشكل كبير بالبيئة الرقمية، حيث يعتمد الأفراد على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية

وقد أدى ذلك إلى :

١- زيادة الوعي الصحي لدى الأفراد

٢- تسهيل الوصول إلى المعلومات الصحية

٣- تعزيز التفاعل مع الحملات التوعوية

٤- التأثير على القرارات والسلوكيات الصحية

إلا أن هذا التأثير قد يكون إيجابيًا أو سلبيًا، بحسب جودة المعلومات المتاحة، مما يبرز أهمية

الحملات الصحية الرقمية الموثوقة (الزهراني، سعيد 2021 ، ع.٨٨، ص. ٣٠١-٣١٢)

سادسًا: محددات تبني السلوك الصحي

يتأثر تبني السلوك الصحي بعدة عوامل، من أهمها

-مستوى التعليم

-الحالة الاقتصادية

-الثقافة المجتمعية

-توفر الخدمات الصحية

-التعرض للحملات التوعوية

وتُعد الحملات الصحية الرقمية من أبرز العوامل الحديثة التي تسهم في توجيه السلوك الصحي،

خاصة لدى فئة الشباب (الديب، إبراهيم 2021 ، ص. ١٠١-١٢٦)

الفصل الثالث

منهجية البحث وإجراءاته :

منهج البحث :

قد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على جمع البيانات الكمية، وتحليلها لاستخلاص النتائج التي تمكن من فهم العلاقة بين التعرض للحملات الصحية الرقمية والتغيير الإيجابي في السلوك الصحي لدى الجمهور السعودي.. نظراً لملاءمته في وصف الظواهر الصحية الرقمية كما هي في الواقع، وتحليل خصائصها. ويستخدم هذا المنهج لوصف العلاقة بين التعرض

للكملات الصلحة الرقلمة والتغير الإلجابل فل السلوك الصلح لللى اللمهور السعودل. من خلال الوقوف على التعرض للكمالات الرقلمة وزلادة المعرفة الصلحة ، وتعديل الاتجاهات الصلحة بالإضافة إلى درجة التفاعل مع الكملات الرقلمة والسلوك الفلعل ، و درجة التأثير حسب المتغيرات اللىمولغرافية (العمر – الجنس – المستوى التلعلل) والتنبوء بالتغير السلوكل

لجم الململم:

لقللمر ململم البحث على المسح الإلعلامل لتلللل اتجاهات وسلوكيات اللمهور على وسائل التواصل الإلململ. اللل تم األلار علنة عشوائية تملم مللمل الفئات العمرللة داخل لملهورل المملكة العربللة السعودللة من مسللمل وسائل التواصل الإلململ ، ممن تعرضوا لكمالات صلحة رقلمة ، وذلك لضمان تنوع العلنة وقلقة النتائج الل تم الحصول عللها فل اللراسة.

لجم العلنة :

اسللملر اللال علنة عشوائية تملم كافة الململرضلن للكمالات الصلحة الرقلمة. وتم الللللل لجم العلنة بما لئناسب مع الململم البحثل ؛ وذلك لضمان تململ الللل من مللمل الفئات والمسلوليات. تم توزلع الاستبانة على عللل كافٍ من مسللمل وسائل التواصل الإلململ لللصول على بلمان ملنوعة وتللللها اللل تم التلللل باستخدام البرنامج الإلحصائل SPSS .

أداة البحث:

تتملم الأداة فل الاستبانة الإلكلرونللة ، الل صملمت لقلاس العلاقة بئل التعرض للكمالات الصلحة الرقلمة والتغير الإلجابل فل السلوك الصلح لللى اللمهور السعودل ، اللل لطلت

الاستبانة مجموعة من النقاط تتمثل في وجود علاقة بين التعرض للحملات الرقمية وزيادة المعرفة الصحية. ووجود علاقة بين التعرض للحملات الرقمية وتعديل الاتجاهات الصحية. ودرجة التفاعل مع الحملات الرقمية والسلوك الفعلي. تختلف درجة التأثير حسب المتغيرات الديموغرافية (العمر – الجنس – المستوى التعليمي..)

إجراءات تحليل البيانات:

تم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام برنامج SPSS، حيث شمل التحليل الإحصائي عدة خطوات:

- التحليل الوصفي: للحصول على إحصائيات وصفية للبيانات مثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المصنفة حسب مقياس ليكرت الرباعي والثلاثي وبناء على طبيعة المقياس تم تفسير المتوسطات وفقاً لمدى القيم كما تم حساب الانحراف المعياري بوصفه لدرجة تشتت الاستجابات
- التحليل الاستدلالي: لاختبار العلاقة بين التعرض للحملات الصحية الرقمية والتغيير الإيجابي في السلوك الصحي لدى الجمهور السعودي. باستخدام اختبارات معلمية مثل تحليل التباين (ANOVA) لبعض البنود واختبار بيرسون و (t) للبعض الآخر؛ لاستخلاص استنتاجات حول تأثير أدوات التواصل الاجتماعي على الحملات الصحية الرقمية.
- آليات جمع البيانات:
يقتصر البحث مكانياً على المتواجدين داخل المملكة العربية السعودية؛ حيث مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها.. وقد تم توزيعها إلكترونياً على أفراد عينة الدراسة، وتم الحصول على (٢٥٠) استمارة عشوائية للأفراد في مختلف الفئات العمرية والمستويات الأكاديمية، وفُرزت تمهيداً لإدخالها إلى برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

ثبات عينة الدراسة:

قام الباحث بالتحقق من ثبات الاستمارة بعد عرضها على مجموعة من أعضاء هيئة التدريس؛ وقد كان الثبات بالنسبة للاستبانة حسب معامل (ألفا كرونباخ) بلغ (٠,٩٦)، وهو معامل ثبات عالٍ يمكن الاعتماد عليه بدرجة كبيرة.

صدق الاستبانة:

توصل الباحث على صدق العبارات وذلك من خلال عرضه للاستبانة على عدد من الخبراء والمختصين في المجال ووافقوا على أسئلة الاستبانة بعد مراجعتها.

تطبيق الاستبانة:

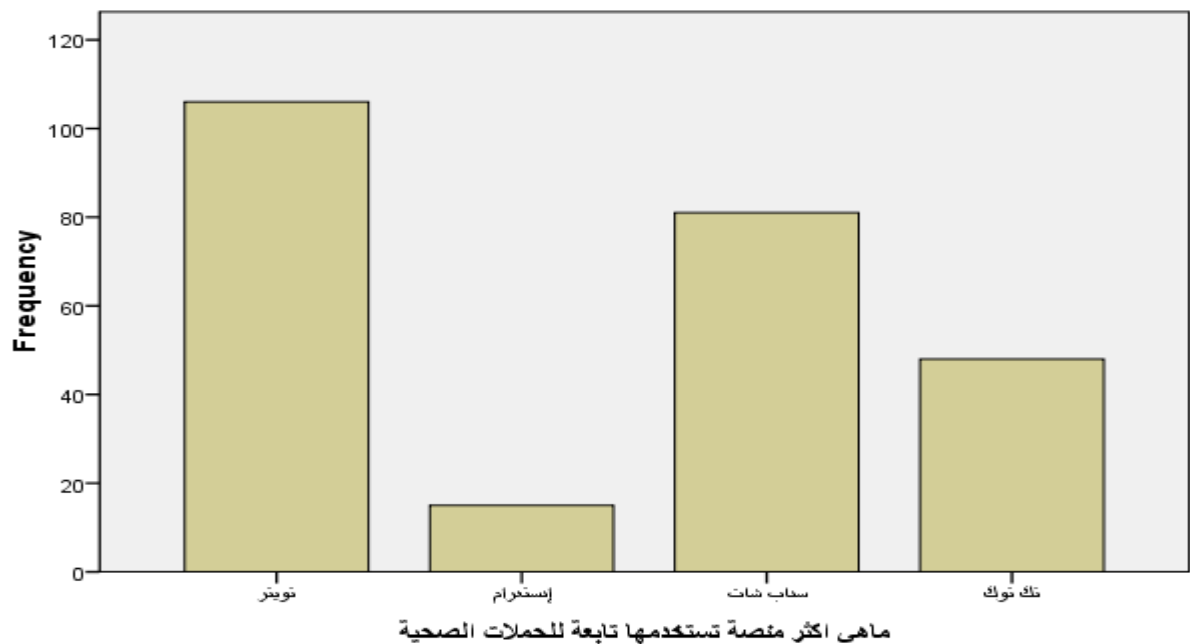
قام الباحث بعد استخراج الأسس العلمية من صدق وثبات بتطبيق الاستبانة على عينة التطبيق؛ حيث قام الباحث بتوزيع عينة التطبيق الكترونياً وتحصل على (250) من الردود الالكترونية

الإحصاء الوصفي لمتغير أكثر منصة تستخدمها تابعة للحملات الصحية:

البند	النسب	التكرار
تويتر	42.4	106
انستغرام	6.0	15
اسناب شات	32.4	81
تك توك	19.2	48

المجموع	100.0	250
---------	-------	-----

ماهي أكثر منصة تستخدمها تابعة للحملات الصحية



نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون منصة تويتر التابعة للحملات الصحية حيث بلغ عددهم (106) بنسبة (42.2) ويلية مستخدمي أسناب شات كان عددهم (81) بنسبة (32.4) كما بلغ عدد مستخدمي تيك توك (48) بنسبة (19.2) واقل عدد مستخدمي انستغرام كان عددهم (15) بنسبة (6.0) من أفراد العينة المدروسة .

حساب معامل ثبات الاستبانة كليا "و فرعيا"

المحور	الاتساق الداخلي	إعادة التطبيق
	الفاكرونوباخ	معامل بيرسون
الفرض الأول	0.92	0.918
الفرض الثاني	0.95	0.823
الفرض الثالث	0.88	0.801
الفرض الرابع	0.83	0.713
الفرض الخامس	0.76	0.68

دالة عند مستوى الدلالة 0.01

من الجدول السابق نجد تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات فأنة تفي بأغراض البحث العلمي ،أي أنه بالإمكان تطبيقها علي أفراد العينة الأساسية للدراسة .

التحقق من صدق استمارة الدراسة:

تم استخدام معامل بيرسون كمؤشر لصدق التكوين الفرضي حيث يتضح من الجدول توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات الصحية الرقمية والتغيير الإيجابي في السلوك الصحي لدى الجمهور السعودي حيث بلغ معامل الارتباط (0.91) عند مستوى دلالة (0.01) مما يعني انه كل ما زاد التعرض للحملات الصحية الرقمية زاد التغيير الايجابي في السلوك الصحي .كذلك توجد علاقة بين التعرض للحملات الرقمية وزيادة المعرفة الصحية حيث بلغ معامل الارتباط (0.82) وأيضا" توجد علاقة بين درجة التفاعل مع الحملات الرقمية والسلوك الفعلي حيث بلغ معامل الارتباط(0.80) كما توجد علاقة بين التعرض للحملات الرقمية وتعديل الاتجاهات الصحية حيث بلغ معامل الارتباط (0.71) عند نفس مستوى المعنوية .

الفصل الرابع

عرض وتحليل البيانات

عرض وتحليل البيانات:

تمهيد:

في هذا الفصل سوف يتم عرض نتائج الدراسة بناءً على التحليل الإحصائي للبيانات التي جمعها بواسطة الاستبانة ، ابتداءً " بنتائج تحليل الإحصاءات الوصفية ومن ثم تحليل أسئلة الدراسة واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة لتحقيق من الأهداف والإجابة علي التساؤلات وذلك كما يلي :

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس ليكرت الرباعي :

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الرتبة
ما مدي ثقتك في الحملات الصحية الرقمية	3,01	0.94	مرتفع	5
الحملات الرقمية تعزز ادراكي للمخاطر الصحية	2.54	0.93	متوسط	9
ما الذي يدفعك لمتابعة الحملات الصحية الرقمية؟	3.00	1.01	متوسط	6
هل تؤثر الحملات الرقمية علي قراراتك الصحية؟	3.51	0.67	مرتفع	1
(هل تتفاعل مع الحملات الرقمية (إعجاب ، مشاركة، تعليق	2.69	0.97	متوسط	8
استطيع التمييز بين المعلومات الصحية الصحيحة والخاطئة بسبب الحملات الرقمية	3.41	0.70	مرتفع	2

10	منخفض	0.97	2.00	هل تعتقد أن الحملات الصحية الرقمية كافية لتغيير السلوك؟
3	مرتفع	0.71	3.22	ما ابرز عائق يمنعك من الاستفادة من الحملات؟
7	متوسط	0.82	2.86	هل تؤثر آراء الآخرين (تعليقات المؤثرين علي اقتناعك بالحملات؟
4	مرتفع	0,77	3.18	بعد تعرضك للحملات الصحية الرقمية كيف تصف التغيير في سلوكك الصحي؟

من الجدول السابق يتضح أن متوسطات البنود تتراوح بين (2.00) و(3.51) ويشير ذلك الي تباين في استجابات أفراد العينة حيث سجلت بعضها مستويات مرتفعة نسبيا" كما أن هناك بنود أخرى ضمن المستوى المتوسط والمنخفض قد جاء أعلى متوسط حسابي بقيمة (3.51) وبانحراف معياري (0.67) ويعكس ذلك ارتفاع في الاتفاق بين أفراد العينة وتشتت استجابات منخفض مما يدل علي تجانس الآراء حول البند كما بلغ اقل متوسط حسابي (2.00) بانحراف معياري (0.82) كما أظهرت بقية البنود متوسطات تراوحت بين (2.54) و(3.22) بانحرافات معيارية تراوحت بين (0.71) و(1.1) يعكس ذلك وجود تفاوت متوسط في درجة تجانس الاستجابات .

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس ليكرت الثلاثي :

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الرتبة
هل تفضل الحملات الرقمية ام التقليدية؟	2,01	0.98	متوسط	4
هل تعتقد ان الحملات الرقمية الصحية في السعودية فعالة؟	2.55	0.74	مرتفع	1
هل قمت بتغيير سلوك صحي بسبب حملة رقمية؟	2.36	0.68	مرتفع	2
هل ساهمت الحملات الرقمية في زيادة وعيك الصحي؟	1.81	0.59	متوسط	3

يتضح من الجدول أن المتوسطات تتراوح بين متوسط إلى مرتفع وأن الانحرافات المعيارية تشير الى تجانس جيد في الاستجابات.

المتوسط والانحراف المعياري والقيمة المحسوبة من واقع التعرض للحملات الصحية الرقمية والتغيير الإيجابي في السلوك الصحي لدى الجمهور السعودي تبعاً لمتغير الجنس .

العبارة	الجنس	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (t)	sig
بعد تعرضك للحملات الصحية الرقمية كيف تصف التغيير في سلوكك الصحي؟	ذكر	177	2.02	0.74	696	0.460
	أنثى	73	1.95	0.69		

من الجدول السابق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث وفقاً

للمتغير التابع حيث بلغت القيمة الاحتمالية للاختبار (0.460) وبناءً على أن كتغير الجنس لا

يؤثر بشكل معنوي على المتغير التابع التغيير في السلوك الصحي بعد التعرض الحملات الصحية
الرقمية

جدول تحليل التباين الاحادي (ANOVA) لمتغير التعرض للحملات الصحية الرقمية للتغيير
في السلوك الصحي وفقا " لمتغير العمر.

العبارة	العمر	العينة	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (F)	درجة الحرية	sig	القرار
-بعد تعرضك للحملات الصحية الرقمية كيف تصف التغيير في سلوكك الصحي؟	اقل من 20	-	-	-	-	-	-	-
	20-29	22	2.04	0.78	2.59	3	0.000	دالة
	30-39	88	1.90	0.59				
	من 40 فأكثر	140	2.05	0.77				

من الجدول أعلاه نجد أن قيمة Sig(0.00) وهي اقل من القيمة المعنوية (0.05) بناءً عليها
يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة التأثير الناتجة عن تعرض الحملات
الصحية الرقمية في السلوك الصحي وفقا " لمتغير العمر أي أن مستوى التأثير يختلف باختلاف
الفئات العمرية

جدول تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمتغير التعرض للحملات الصحية الرقمية للتغيير في السلوك الصحي وفقاً لمتغير المستوى الأكاديمي.

العبارة	المستوى الأكاديمي	العينة	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (F)	درجة الحرية	sig	القرار
-بعد تعرضك للحملات الصحية الرقمية كيف تصف التغيير في سلوكك الصحي؟	ثانوي أو أقل	20	1.70	0.73	2.59	3	0.01	دالة
	دبلوم	48	1.93	0.78				
	بكالوريوس	119	2.05	0.69				
	دراسات عليا	63	2.04	0.70		246		

من الجدول أعلاه نجد أن قيمة Sig(0.01) وهي أقل من القيمة المعنوية (0.05) بناءً عليها يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة التأثير الناتجة عن تعرض الحملات الصحية الرقمية في السلوك الصحي وفقاً لمتغير المستوى الأكاديمي أي أن مستوى التأثير يختلف باختلاف المستوى الأكاديمي.

التحليل النوعي للأسئلة المفتوحة:

ما رأيك في الحملات الصحية الرقمية في المملكة العربية السعودية؟

نجد أن أغلب أفراد العينة يرونها ممتازة ومتطورة تساعد في نشر الوعي والوصول السريع للناس، خصوصاً مع دعم وزارة الصحة السعودية، كما أنها تساهم في إيصال المعلومة وتوعية المجتمع وساعدت في اختصار الوقت للمتلقين للبحث عن معلومة.

ما المقترحات التي تقدمها لتحسين فعالية الحملات الصحية الرقمية؟

نجد أن أغلب أفراد العينة يرون ضرورة تكثيف الحملات الصحية الرقمية، وتعزيز حسابات الصحة السعودية علي وسائل التواصل الاجتماعي ومواكبة التصاميم الرقمية وعدم نشرها كالتقليدية كذلك القيام بحملات توعية في المدارس والمؤسسات بالإضافة إلي منصات التواصل الاجتماعي.

ملخص النتائج

- ١ تتكون العينة من 250 موزعة عشوائيا على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي التي تتناول فعالية الحملات الصحية والرقمية في المملكة العربية السعودية حيث يمثل مستخدمي تويتر اعلی عدد (106) بنسبة (42.4) ويليه اسناب شات (81) بنسبة (32.4) كما يمثل مستخدمي تك توك (48) بنسبة (19.2) ويليه مستخدمي انستغرام (15) بنسبة (6.0) من إجمالي العينة المدروسة .
- ٢ توصلت الدراسة إلى قبول الفرضية الرئيسية التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين التعرض للحملات الصحية الرقمية والتغيير الايجابي لدى الجمهور السعودي حيث بلغ معامل الارتباط (0.91) حيث يمثل قيمة مرتفعة ويدل ذلك على أن زيادة التعرض للحملات الصحية الرقمية يسهم في تحسين السلوك الصحي للأفراد.
- ٣ أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات الصحية الرقمية وزيادة المعرفة الصحية ، ويشير ذلك إلى نجاح الحملات في رفع مستوى الوعي الصحي بين أفراد المجتمع .

- ٤ بينت النتائج وجود علاقة ايجابية بين الحملات الصحية الرقمية والاتجاهات الصحية، مما يغني قدرتها على التأثير في إقناع الأفراد واتجاهات صحية إيجابية .
- ٥ أثبتت الدراسة وجود علاقة بين درجة التفاعل مع الحملات الرقمية والسلوك الصحي الفعلي ، ويدل ذلك على زيادة التفاعل (إعجاب، مشاركة، تعليق) يكون ارتباطها أعلى من تطبيق السلوكيات علي ارض الواقع.
- ٦ بينت المتوسطات الحسابية أن أغلبية أفراد العينة ينظرون للحملات الصحية الرقمية بإيجابية، خاصة فيما يتعلق بتأثيرها على القرارات الصحية، وزيادة القدرة على التمييز بين المعلومات الصحيحة والخطأ .
- ٧ أوضحت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب الجنس أي أن تأثير الحملات متقارب بين الذكور والإناث كذلك أوضحت فروق ذات دلالة احصائية حسب العمر مما يعني أن استجابة الأفراد للحملات الصحية الرقمية تختلف باختلاف الفئات العمرية ، كذلك بينت وجود فروق دالة حسب المستوى الأكاديمي ويعني ذلك أن المستوى التعليمي يؤثر في درجة الاستفادة من الحملات الصحية الرقمية .
- ٨ نجد أن اغلب أفراد العينة يرو أن الحملات الصحية الرقمية عند طرح سؤال مفتوح عن رأيهم فيها أنها ممتازة ومتطورة تساعد في نشر الوعي والوصول السريع للناس، خصوصاً مع دعم وزارة الصحة السعودية، كما أنها تساهم في إيصال المعلومة وتوعية المجتمع وساعدت في اختصار الوقت للمتلقي للبحث عن معلومة .

الفصل الخامس

الخاتمة والتوصيات

الخاتمة:

تناولت هذه الدراسة موضوع فاعلية الحملات الصحية الرقمية في أحداث التغيير الايجابي في السلوك الصحي لدى الجمهور السعودي، وذلك في ظل التوسع الكبير في استخدام المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي كأدوات حديثة ولها تأثير على المجتمعات، حيث سعت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير هذه الحملات في رفع مستوى المعرفة الصحية، وتعديل الاتجاهات، وتعزيز الممارسة الصحية الايجابية. وكذلك أوضحت الدراسة وجود فروق في درجة التأثير تبعاً لبعض المتغيرات الديموغرافية مثل (مثل العمر، الجنس، المستوى الأكاديمي) في حيث لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في متغير الجنس وهو ما يشير إلى أهمية توجيه الحملات الصحية الرقمية مع ما يتناسب مع الفئات العمرية المستهدفة. كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للحملات الصحية الرقمية والتغيير الايجابي في السلوك الصحي مما يؤكد دعم هذه الحملات للجهود الصحية والوقائية والعلاجية، وتعديل الاتجاهات نحو السلوكيات الصحية السليمة وتتفق هذه النتائج مع دراسة Shaluhiah et al (٢٠٢٥) و دراسة محمد عبد الله العربي ومنى حسين عجوة وسحر محمد عباس (٢٠٢٥). وفي ضوء هذا أوصت الدراسة بمواصلة الاستثمار في الحملات الصحية الرقمية، وتبني أساليب مبتكرة تراعي احتياجات الأفراد المختلفة.

التوصيات:

- ١ التركيز علي المنصات الأكثر استخداماً مثل تويتر وسناب شات لضمان وصول أوسع.
- ٢ يجب القيام بتصميم محتوى صحي وجذاب يتناسب مع كل الفئات العمرية.

٣ إجراء دراسات أكاديمية مستقبلية تقيس أثر الحملات الصحية الرقمية على فئات

محددة مثل الشباب أو كبار السن

٤ دراسة مقارنة بين الحملات الرقمية والحملات التقليدية في التأثير السلوكي لدى الأفراد .

٥ زيادة الاستثمار في الحملات الصحية الرقمية باعتبارها أداة فعالة لتغيير السلوك

الصحي .

٦ يجب تطوير الحملات الصحية الرقمية وذلك للتخلص من المؤثرين الذين يقومون بنشر

الشائعات والتركيز على صناعات المحتوى والاعتماد عليهم في المساعدة على تكثيف الحملات

الصحية والرقمية لزيادة الوعي الصحي بين الأفراد.

المراجع العربية :

١ البسيوني، شيماء علي (٢٠٢٥) مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، مج. ٣٢، ع. ٢.

٢ بن لبده، سلمان فهد فرج (٢٠٢٠) المجلة السعودية للعلوم الاجتماعية، ع. ٣٤، ج. ١.

٣ حجازي، مي عبد الفتاح (٢٠٢٠)مجلة البحوث الإعلامية، ع. ٥٩، ج. ٢.

- ٤ الحربي، نوال فهد (٢٠٢٢) مجلة جامعة الملك عبد العزيز للآداب والعلوم الإنسانية،
مج. ٣٠، ع. ٢.
- ٥ الديب، محمد إبراهيم (٢٠٢١) المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال،
مج. ٩، ع. ٩.
- ٦ الزهراني، عبد الله سعيد (٢٠٢١) مجلة جامعة أم القرى لعلوم الشريعة واللغة العربية
وآدابها، ع. ٨٨.
- ٧ الشمري، نورة بنت خالد (٢٠٢١) مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية – جامعة الملك
سعود، مج. ٢٨، ع. ٣.
- ٨ الصادق، مروة السيد (٢٠٢٢) مجلة البحوث الإعلامية، ع. ٦٣، ج. ٤.
- ٩ العايدي، أحمد سيد أحمد (٢٠٢٣) مجلة البحوث الإعلامية، ع. ٦٨، ج. ٣.
- ١٠ العربي، محمد عبد الله؛ عجوة، منى حسين؛ عباس، سحر محمد (٢٠٢٥) المجلة
المصرية لبحوث الإعلام، ع. ٩٢، .
- ١١ القحطاني، سارة محمد (٢٠٢٢) مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، ع. ١٩٠.
- ١٢ الكراكتلي، دينا محمد حسن (٢٠٢٥) مجلة علم الإعلام، ع. ١٢.
- ١٣ محمود، أحمد عبده محمد (٢٠٢٣) مجلة البحوث الإعلامية، ع. ٦٦، ج. ١، ص.
- ١٤ نور، هبة عبد الرحمن (٢٠٢٣) مجلة بحوث كلية الآداب – جامعة المنوفية، مج. ٣٤، ع.
١٣٥، ٢.

المراجع الأجنبية :

٧ - Faus, M., Alonso, F., Javadinejad, A., & Useche, S. A. (2022)

Are social networks effective in promoting healthy behaviors? A systematic review of

evaluations of public health campaigns broadcast on Twitter. *Frontiers in Public Health*, 10, 1045645.

^

- Shaluhayah, Z., Qatrannada, S. A., Kusumawati, A., & Miah, M. S. (2025) ٩

The effect of digital health intervention in promoting healthy behavior: A systematic scoping review on strategies to prevent non-communicable diseases. *Dialogues in Health*, 7, 10025