

تأثير استخدام الإعلام الرقمي على التوعية الصحية بالأمراض العصبية
المزمنة في المجتمع السعودي

(دراسة تحليلية ميدانية)

**The impact of digital media use on health
awareness of chronic neurological
diseases in Saudi society**
(Field analytical study)

دعاء طويرقي
٢٢١٠٠١٨٥٧
كلية الاعلام والتسويق

اسم الباحث :
الرقم الاكاديمي :
الكلية :

١٤٤٥ هـ - ٢٠٢٤ م

المقدمة

في ظل التقدم التكنولوجي السريع برز الإعلام الرقمي كأداة قوية لنشر المعلومات وتشكيل الوعي العام حول القضايا الاجتماعية والثقافية والصحية تحديداً في المجتمع السعودي لقضايا الحيوية التي تواجه المجتمع السعودي في الوقت الحالي، ولا يخفى علينا أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي لتحسين الحياة.

حيث يلعب الإعلام الرقمي دوراً هاماً في توعية الفرد والمجتمع في عدة مجالات ومن أهم هذه المجالات التي يمكن للإعلام الرقمي أن يساهم فيها بشكل إيجابي (الزهراني، ٢٠٢٤) لذا أصبحت وسائل الإعلام عامة والجديدة بشكل خاص تستخدم في التنظيم والبناء الاجتماعي المتكامل لأجل تحقيق مصلحة الفرد والمجتمع سواء في شتى المجالات الحياتية ما بين الاقتصادية والاجتماعية والصحية وغيرها خاصة لأن الإعلام عامة يعد احد الاحتياجات الهامة الأساسية للفرد والمجتمع (لبده ، ٢٠٢٠)، ومع التقدم العلمي والتكنولوجي في كافة مجالات الحياة ظهرت العديد من الأمراض المزمنة في الوقت الحالي كأمراض الضغط والسكر والتصلب اللويحي والصداع والصرع وباركنسون التي تعد من أكثر الأمراض انتشاراً في المجتمع وتعتبر هذه الأمراض من المسببات الرئيسية للوفاء وخاصة مع عدم المام الأفراد بالثقافة الصحية وقلة الوعي مع عدم معرفة الأعراض التي تظهر على المريض بالطرق الصحيحة لعلاجها والوقاية منها (الزاملي وآخرون، ٢٠٢٣) أذ تحتل وسائل الاتصال للأهمية القصوى في مجال التوعية وعموماً ويضم منها التوعية الصحية عن طريق زيادة المعلومات الصحية لغرض الارتقاء بالوعي الصحي ونظراً لأهمية الوعي الصحي في الحفاظ على سلامة المجتمع (العكيلي 2015)، فإن مفهوم التثقيف والوعي الصحي يعني تثقيف الأفراد واثارة وعيهم لغرض تغيير سلوكهم وعاداتهم خاصة في حالة انتشار الأمراض داخل المجتمع والهدف أيضاً من التثقيف والوعي الصحي من شأنه رفع المستوى الصحي للأفراد بصفة عامة (عبد الحق وآخرون ، 2012)

بذلك أبلغت وزارة الصحة السعودية عن معدل الاتصال يزيد عن 90% لمعايير أمن البيانات الوطنية مما يؤكد الجهود المبذولة لمعالجة هذه المخالفات المخاوف بالإضافة إلى ذلك عدد المبادرات الرامية إلى تعزيز محو الأمية الرقمية بين مقدمي الرعاية الصحية إلى زيادة بنسبة 80% في استخدام التكنولوجيا الرقمية (المهري وآخرون ، 2020)

ولا شك أن حملات التوعية التي تتبناها الدول أصبحت ضرورة، حيث تهدف لرفع مستوى الوعي العام وتعزيز المشاركة في التنمية وهذا ما أدى لاعتماد العديد من

الدول عليها لإحداث تغييرات في الإدراك والاتجاه والسلوك للجمهور وقد عمدة المملكة العربية السعودية إلى الاستفادة من هذا النمط الاتصالي (اليقمي، شارع ٢٠٢٠) وتشير الحقائق إلى أن الأمراض المزمنة من أكثر المشكلات التي يواجهها العالم أصبحت في قمة أولويات توجيه الرعاية الصحية اليوم

وتكمن أهمية هذه الدراسة في فهم دور الإعلام الرقمي في رفع التوعية بالأمراض العصبية المزمنة في السعودية، وقياس مدى فعالية هذه الوسائل في تغيير السلوك ، فإن التوعية المستمرة (2022) وفقاً لمنظمة الصحة العالمية .الصحي للمجتمع والفعالة يمكن أن تسهم بشكل كبير في تقليل معدلات الإصابة بهذه الأمراض، وتخفيف العبء النفسي والاجتماعي على المصابين وعائلاتهم

كما يمكننا ان نلاحظ نسب انتشار الامراض المزمنة تزداد بشكل كبير مع ازدياد العمر بحسب إحصائية الهيئة العامة للإحصاء في فئة العمر (65 سنة فأكثر) (70.8%)، أيضا من خلال منظمة الصحة العالمية ذكرت بأنه أصبحت الاعتلالات العصبية الآن هي السبب الرئيسي للمرض والإعاقة في العالم. فقد ارتفع القدر الإجمالي من حالات العجز والمرض والوفاة المبكرة الناجمة عن الاعتلالات العصبية بنسبة 18٪ منذ عام ١٩٩٠ واكثر عشر اعتلالات عصبية إسهاما في فقدان الصحة في عام ٢٠٢١ .

فلذلك تسعى الدراسة إلى رصد تأثير استخدام الإعلام الرقمي على التوعية الصحية بالأمراض العصبية المزمنة في المجتمع السعودي .

مشكلة الدراسة وأسئلتها

على الرغم من الإمكانيات الضخمة التي يوفرها الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي الصحي، يواجه المجتمع السعودي تحديات عديدة في هذا المجال. فالأمراض العصبية المزمنة مثل الزهايمر، التصلب المتعدد، باركنسون والاكتئاب المزمن، تظل غير مفهومة بما فيه الكفاية لدى الكثيرين، على الرغم من تأثيراتها الواضحة على نوعية الحياة ، اذ وضحت ذلك من خلال ندرة في الدراسات التي تركز على تأثير هذه الوسائل في تعزيز الوعي المجتمعي حول الأمراض العصبية المزمنة.

من خلال السياق، يواجه المجتمع السعودي عدة تحديات تتعلق بتوعية الأفراد بهذه الأمراض، سواء بسبب نقص المعلومات الدقيقة أو نتيجة تأثير المفاهيم الثقافية والاجتماعية على فهم هذه الأمراض

في بعض الأحيان، تقوم شركات تجارية أو عيادات غير مرخصة باستخدام وسائل الإعلام الرقمي للترويج لعلاجات وهمية أو غير مثبتة علميًا، حيث يمكن أن يؤثر هذا على تصورات الأفراد ويجعلهم يتجنبون العلاج الطبي التقليدي أو يتجهون إلى خيارات غير موثوقة.

على الرغم من توفر كمية ضخمة من المحتوى الرقمي المتعلق بالأمراض العصبية، فإن العديد من الدراسات تشير إلى أن الكثير من هذه المعلومات غير دقيقة، أو تمثل تهديدًا للوعي الصحي نتيجة نشر معلومات مغلوطة أو مشوهة.

ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن تأثير استخدام الإعلام الرقمي على التوعية الصحية بالأمراض المزمنة العصبية

تساؤلات الدراسة :

يشهد المجتمع السعودي ارتفاعًا ملحوظًا في معدلات الإصابة بالأمراض العصبية المزمنة. ورغم التطور الطبي الهائل، فإن فهم المجتمع لهذه الأمراض لا يزال قاصرًا. في ظل الثورة الرقمية

- كيف يساهم استخدام وسائل الإعلام الرقمية المختلفة (مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المواقع الإخبارية، التطبيقات الصحية) في تشكيل معرفة الأفراد السعوديين بالأمراض العصبية المزمنة؟
- هل هناك علاقة بين كمية المعلومات التي يحصل عليها الأفراد عن الأمراض العصبية المزمنة من خلال الإعلام الرقمي وممارساتهم الصحية؟
- كيف تساهم المعلومات المتوفرة بسهولة عن الأمراض العصبية المزمنة على الإنترنت في تحسين أو تدهور ممارسات الأفراد الصحية؟
- ما هي أبرز التحديات التي تواجه استخدام الإعلام الرقمي في رفع مستوى الوعي بالصحة العصبية في المجتمع السعودي؟
- ما هي الحلول المقترحة لزيادة فعالية استخدام الإعلام الرقمي في نشر الوعي بالصحة العصبية؟

أهمية الدراسة (النظرية والتطبيقية):

الأهمية النظرية

- . تحسين فهم دور الإعلام الرقمي في التوعية الصحية
- . فتح المجال لدراسة موضوع غير مطروق في الدراسات الإعلامية العربية
- . الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع في جميع أنحاء المملكة
- . استغلال المنصات الرقمية في نشر الوعي الصحي
- . إمكانية تخصيص الرسائل التوعوية حسب الفئات المستهدفة
- . زيادة فعالية الحملات التوعوية الرقمية
- . دعم الوصول للمعلومات الطبية الموثوقة في المناطق النائية
- . التفاعل المباشر مع الجمهور وقياس التأثير

الأهمية التطبيقية

- . الإعلام الرقمي كأداة قوية للتوعية
- . دعم المسؤولين والتوجهات الحكومية
- . تعزيز التفاعل والمشاركة بين الجمهور وخلق بيئة حوارية مفتوحة
- . نشر قصص النجاح لتشجيع المرضى على التحدث علناً
- . تشجيع الفحص المبكر للأمراض العصبية
- . مكافحة الوصمة المرتبطة بالأمراض العصبية
- . تأثير الإعلام الرقمي على التوعية المجتمعية

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي هو الكشف عن دور الإعلام الرقمي في التوعية بالأمراض العصبية المزمنة في المجتمع السعودي وكيفية الاستخدام ومن بينها تتضح الأهداف الفرعية التالية :

- قياس مستوى المعرفة لدى عينة من المجتمع السعودي حول مجموعة محددة من الأمراض العصبية المزمنة (مثل الزهايمر، باركنسون، التصلب المتعدد) قبل وبعد التعرض لحملة توعوية رقمية.

- تحديد الوسائل الإعلامية الرقمية الأكثر استخدامًا من قبل أفراد المجتمع السعودي للحصول على المعلومات الصحية.
- مقارنة بين فعالية مختلف أنواع المحتوى الرقمي (فيديوهات، رسوم متحركة، مقالات، إلخ) في نقل المعلومات الصحية حول هذه الأمراض.
- تقييم مدى مساهمة الإعلام الرقمي في تغيير المعتقدات الخاطئة والسلوكيات السلبية المرتبطة بالأمراض العصبية المزمنة.

فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى:** استخدام الإعلام الرقمي يؤدي إلى زيادة الوعي الجماهيري بالأمراض العصبية
- الفرضية الثانية:** تأثير الحملات التوعوية عبر الاعلام الرقمي على سلوكيات الوقاية من الأمراض العصبية
- الفرضية الثالثة:** الفئات العمرية المختلفة تظهر مستويات متفاوتة من التفاعل مع المحتوى الإعلامي الرقمي المتعلقة بالأمراض المزمنة العصبية
- الفرضية الرابعة :** الشائعات و المعلومات المغلوطة تؤثر سلبا على الوعي العام بالأمراض العصبية في الفضاء الرقمي
- الفرضية الخامسة :** المؤسسات الصحية تواجه تحديات كبيرة في استخدام الإعلام الرقمي للتوعية بالأمراض المزمنة العصبية .

نموذج الدراسة

الاطار النظري للدراسة

سوف تعتمد الدراسة الحالية على نظريات الاتصال والاعلام نظرية الشراء الإعلامي ونظرية الاستخدامات والاشباكات

أولا نظرية الاستخدامات والاشباكات

قام الباحث كاتز وآخرون بتطوير النظرية في عام ١٩٧٤م حيث تم تحديد عدة خطوات لتحقيق الاشباكات ، تظهر من استخدام وسائل الاعلام وقد احدث هذا المدخل تحول مهما في مجال الدراسات الإعلامية

تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباكات ذات أهمية كبيرة لفهم سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام، تم تطوير هذه النظرية في الستينيات من قبل مجموعة من علماء الاجتماع والإعلام مثل إيهو كاتز وروبرت بيل وجورج ليفين، الذين أكدوا أن الأفراد يختارون بعناية وسائل الإعلام التي توفر لهم الإشباع لاحتياجاتهم النفسية والاجتماعية.

ثانيا نظرية الثراء الإعلامي

الثراء الإعلامي يتجسد في القدرة على تقديم محتوى متنوع وغني يجذب مختلف فئات الجمهور ويعزز تفاعلهم مع وسائل الإعلام.

على الرغم من أن إيهو كاتز هو أحد رواد نظرية الاستخدامات والإشباع، فقد أشار أيضًا إلى فكرة "الثراء الإعلامي" في سياق تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام. كاتز يرى أن وسائل الإعلام الحديثة، خاصة الرقمية، تتيح للمتلقى خيارات واسعة ومتنوعة، مما يعزز قدرته على اختيار المحتوى الذي يناسب احتياجاته بشكل أكثر دقة.

الدراسات المرجعية:

تقسم الدراسات السابقة للبحث إلى مجموعتين
المجموعة الأولى والتي تتحدث عن المتغير المستقل دور الإعلام الرقمي
المجموعة الثانية وتتحدث عن المتغير التابع رفع التوعية بالأمراض العصبية المزمنة

دراسة سوزانا رام اوشريز وآخرون (٢٠٢٣)

The Communication of Scientific Information to Scientists, Clinicians, and the Public

تناولت هذه الدراسة كيفية نقل المعلومات العلمية إلى مختلف الفئات المستهدفة: العلماء، الأطباء، والجمهور العام. وتحديد الأساليب الأكثر فعالية لنقل المعلومات العلمية إلى هذه المجموعات، مع التركيز على تحسين الفهم والوعي العلمي.

دراسة أريك افول (Eric Afful- Dadzie and others, 2023)

Social Media and Health Communication

تناولت هذه المقالة دور وسائل التواصل الاجتماعي كمنصات للتواصل الصحي. مع تزايد استخدام هذه الوسائل لتبادل المعلومات الصحية، تبرز أهمية تقييم جودة المعلومات المتداولة وتأثيرها على سلوكيات الأفراد الصحية.

دراسة سارة الذرمان وآخرون (٢٠٢٣)

Online Health Information Seeking by Individuals with physical disabilities caused by neurological conditions in Saudi arabia

تركز هذه المقالة البحثية على سلوكيات البحث عن المعلومات الصحية عبر الإنترنت للأفراد ذوي الإعاقات الجسدية الناجمة عن الحالات العصبية في المملكة العربية السعودية

دراسة المهري (٢٠٢٢)

Digital Transformation in the Area of Health in Saudi Arabia

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور التحول الرقمي في قطاع الصحة في المملكة العربية السعودية، وكيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات الرقمية أن تسهم في تحسين تقديم الخدمات الصحية وجودتها. شهدت المملكة في السنوات الأخيرة نقلة نوعية في تطبيقات التحول الرقمي في مختلف القطاعات، بما في ذلك الرعاية الصحية، في إطار رؤية 2030 التي تهدف إلى تعزيز استخدام التكنولوجيا في جميع المجالات.

دراسة وعد محمد وآخرين (٢٠٢١)

Usage of social media for health awareness purposes among health educators and student in Saudi arabia

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي بين مهمين في المجتمع السعودي: مقدمي الرعاية الصحية والطلاب. تسعى إلى الإجابة على مهمة أسئلة حول كيفية استخدام هذه المنصات بشكل فعال لنشر المعلومات الصحية، وتأثيرها على سلوك الأفراد واتخاذهم لقرارات صحية.

دراسة كاثرين ام وآخرون (٢٠٢١، Katharina M. Busl, MD, MS and others)

Use of Social Media in Health Care—Opportunities, Challenges, and Ethical Considerations

تطرقَت الدراسة للتحديات التي تواجه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مثل انتشار المعلومات المضللة، قضايا الخصوصية، والمخاوف المتعلقة بالمسؤولية القانونية مع ذلك تناولت الدراسة كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الرعاية الصحية، موضحةً الفرص التي تتيحها هذه الوسائل، مثل تعزيز التوعية الصحية، وتحسين التواصل بين مقدمي الرعاية والمرضى، وتسهيل الوصول إلى المعلومات الطبية

- دراسة إدوارد وايت وآخرون (Edward White, and others, ٢٠٢١)

The role of Facebook groups in the management and raising of awareness of antidepressant withdrawal: is social media filling the void left by health services

تستكشف الدراسة كيف يمكن لمجموعات الفيسبوك أن توفر معلومات ودعمًا اجتماعيًا للأفراد الذين يعانون من آثار الانسحاب من الأدوية المضادة للاكتئاب، خاصة في سياق نقص الخدمات الصحية، ومن أهم النتائج للدراسة أهمية الدعم الاجتماعي الذي تقدمه المجموعات، حيث وجد الأعضاء الراحة في مشاركة تجاربهم والتواصل مع الآخرين الذين يواجهون تحديات مماثلة

دراسة جوزيف كيما لي باليكوديمبي وآخرون (٢٠٢٠)

Can Digitization of Health Care Help Low-Resourced Countries Provide Better Community-Based Rehabilitation Services

تناولت الدراسة تأثير التحول الرقمي على تحسين خدمات إعادة التأهيل المجتمعي في الدول ذات الموارد المحدودة واستخدمت الدراسة تحليلًا نوعيًا وكميًا للبيانات من مجموعة من البلدان، مع التركيز على تطبيقات الصحة الرقمية وكشفت الدراسة أن مجموعات الفيسبوك يمكن أن تشغل فراغًا في الدعم الذي تركته الخدمات الصحية التقليدية.

دراسة لينيت ماكنزي (٢٠١٦)

Communications Technology and Motor Neuron Disease: An Australian Survey of People With Motor Neuron Disease

تسلط الدراسة الضوء على أهمية تكنولوجيا الاتصالات في دعم الأفراد المصابين بمرض الخلايا العصبية الحركية، وتوصي بتعزيز الوصول إلى هذه التكنولوجيا وتطويرها لتكون أكثر ملاءمة للاحتياجات المختلفة للمرضى

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

الاعلام الرقمي

مصطلح حديث يتضاد مع الاعلام التقليدي ولم يتفق على تعريف محدد للإعلام الجديد وذلك لأنه صورة الاعلام الجديد لم تتبرع بعد بشكل واضح ومحدد يضاف إلى ذلك انه لا يمكن الجزم على بقاء الاعلام الجديد على صورته الحالية لأن التكنولوجيا الحديثة ثورة المعلومات قد تأتي بما هو أكثر جدة وأحداث عما هو عليه الاعلام الآن لذلك محولات جميع التعريفات حول الآليات المتبعة والمستخدم في الاعلام عموما

التعريف الاجرائي للاعلام الرقمي بأنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقى بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية كالوسائط المتصلة وغير المتصلة في عملية تفاعلية بين المرسل و المستقبل (الشمالية وآخرون ، ٢٠١٥، ص١٩)

التوعية الصحية

العملية التي تهدف إلى تعليم الأفراد والمجتمعات حول الصحة وأهمية الوقاية، وكيفية إدارة الأمراض.

التعريف الاجرائي للوعي الصحي مستوى المعرفة والفهم لدى الأفراد حول الأمراض المزمنة العصبية، بما في ذلك الأعراض، الأسباب، طرق العلاج، وأهمية الفحص المبكر. يُقاس من خلال استبيانات تقيم المعرفة والمعلومات المتوفرة لدى المجتمع.

الامراض المزمنة العصبية

مجموعة من الاضطرابات التي تؤثر على الجهاز العصبي، مثل مرض الزهايمر، ارتفاع ضغط الدم ، مرض باركنسون، والتصلب المتعدد. تتطلب هذه الأمراض رعاية طويلة الأمد وتوعية مستمرة.

التعريف إجرائي: تشمل مجموعة من الحالات الصحية المستمرة التي تؤثر على الجهاز العصبي، مثل مرض الزهايمر، مرض باركنسون، والتصلب المتعدد. يمكن تصنيفها وتحليل انتشارها وتأثيرها على جودة حياة الأفراد من خلال الدراسات الإحصائية.

التفاعل الرقمي

مدى تفاعل الأفراد مع المحتوى الرقمي، وطرق التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

التعريف الاجرائي مستوى المشاركة والتفاعل بين الجمهور والمحتوى الإعلامي الرقمي. ويمكن قياسه من خلال عدد التعليقات، المشاركات، الإعجابات، والردود على المحتوى المتعلق بالأمراض العصبية.

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة:

تتبع هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المسح الإعلامي

يتم تصميم الدراسة بوضوح للوصول إلى أثر المتغير المستقل على المتغير التابع وتكون أداة البحث الاستبانة الالكترونية لجمع البيانات الأولية والخصائص الديموجرافية (العمر - المؤهل - المسمى الوظيفي - النوع) وكذلك الفقرات التي تقيس مستوى المتغير التابع رفع التوعية بالأمراض العصبية المزمنة

هي خطوة متبعة من أجل الوصول إلى هدف معلوم. في ضوء أهداف الدراسة وأسئلتها، تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، وهو كما عرفه العساف (1891, 1995) " كل منهج يرتبط بظاهرة معاصرة بقصد وصفها وتفسيرها" وهو يتناسب مع هذا النوع من البحوث المستندة على جمع البيانات والمعلومات وتحليلها؛ بهدف الوصول إلى نتائج علمية مقبولة. تم استخدام المنهج الوصفي لغرض الإجابة على التساؤلات التي وضعها الباحث حيث يعتبر أنه المنهج الأنسب لتحقيق أهداف البحث يهتم البحث المنهج الوصفي التحليلي بدراسة دور الاعلام الرقمي في رفع التوعية

مجتمع وعينة الدراسة:

• مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في جميع الأفراد الذين يعانون من أمراض عصبية مزمنة

• عينة الدراسة :

سيتم استخدام عينة عشوائية من الأفراد في مختلف المناطق في المملكة العربية السعودية، سيتم تحديد حجم العينة بناءً على دراسة مسبقة تأخذ في الاعتبار نسبة انتشار الأمراض المزمنة العصبية، حيث سيتم استهداف حوالي 400 فرد باستخدام استبيان إلكتروني تضمن أسئلة مغلقة ومفتوحة لجمع البيانات حول مدى معرفة الأفراد بالأمراض العصبية، وتقييم مدى تأثير وسائل الإعلام الرقمي (مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، المواقع الصحية) في رفع الوعي.

ادوات البحث (أداة الاستبيان الإلكتروني)

حدود الدراسة: (المكانية ، الزمانية ، البشرية)

- الحدود المكانية : طبقت الدراسة الحالية على فئات مختلفة من المجتمع السعودي ومناطق متعددة من المملكة
- الحدود الزمانية : تم التطبيق خلال ٨ اشهر
- الحدود البشرية : طبقت الدراسة الحالية على الأشخاص المصابين بالأمراض العصبية المزمنة وعوائلهم في المملكة العربية السعودية

وسائل جمع بيانات الدراسة:

من أجل تحقيق هدف الدراسة الحالية تم بناء الأداة (الاستبانة) وفقاً للإجراءات الآتية:

- الخطوة الأولى: تحديد الهدف من الأداة
- الخطوة الثانية: صياغة فقرات الأداة
- الخطوة الثالثة: صدق أداة الدراسة إجراء اختبار صدق إجابات الاستبانة
- الصدق -- الظاهري : (موافقة المحكمين على أن الأداة تحقق أهداف الدراسة)
- الاتساق الداخلي: يتم التأكد من صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة بعد التحكيم، وذلك بتطبيقها على عينة استطلاعية (٤٠٠) استبانة حيث يتم حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وكذلك الدرجة الكلية للاستبانة بشكل عام

المعالجات الإحصائية المقترحة:

لتحقيق أهداف الدراسة، وإجراء التحليلات الإحصائية، قامت الباحثة بتفريغ البيانات مستخدمة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، واستعانت بالأساليب الإحصائية الآتية:

1. مقاييس الإحصاء الوصفي (التكرارات والنسب المئوية) لوصف خصائص عينة الدراسة.
2. معامل ارتباط بيرسون لحساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة (الصدق التكويني، والصدق البنائي).
3. اختبار ألفا كرونباخ Alpha Cronbach ، لاستخراج درجة ثبات الاستبانة.
4. التجزئة النصفية، ومعادلة جتمان لمعرفة مدى ثبات الاستبانة.
5. المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية؛ لمعرفة مستوى الأداء،
6. اختبار (T-test) لفحص دلالة الفروق بين تقديرات عينة الدراسة بحسب متغيري البيانات الأولية
7. اختبار (Regration) لفحص دلالة الفروق لفرضيات الدراسة

خطوات تنفيذ خطة الدراسة:

- تحديد موضوع البحث وأهدافه

تحديد الموضوع بشكل دقيق

صياغة الأهداف البحثية

- مراجعات الأدبيات

- صياغة الفرضيات

- اختيار المنهجية البحثية

- تصميم أدوات جمع البيانات

- جمع البيانات

- تحليل البيانات

- تفسير النتائج

- كتابة التقرير البحث

تنظيم التقرير في أقسام واضحة المقدمة ومراجعة الأدبي المنهجية نتائج المناقشة والإستنتاجات والتأكد من توثيق كل المصادر والمراجع بشكل صحيح

- مراجعة وتحديث التقرير

- النتائج

- الخلاصة

المراجع:

أماني رضا عبد المقصود (2020)، التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 55، الجزء 1، أكتوبر 2020.

جاد عويدات (٢٠٢٠)، تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيس بوك "دارسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "فرانس ٢٤"، مجلة الدراسات الإعلامية، برلين: المركز العربي الديمقراطي، عدد 11، مايو 2020.

حسام فايز عبدالحى (2020)، اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد فى إستقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد 19 وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 10، المجلد 54، جزء 4 (جائحة كورونا).

طارق الصعيدي (2020)، اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها فى التوعية الصحية بجائحة كورونا فى مصر، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 3، المجلد 54، جزء 4 (جائحة كورونا).

غادة البطريق (2020)، إلتماس الشباب الجامعي للمعلومات عن رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمستوى إدراكهم لها، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 55، الجزء 4، أكتوبر 2020.

مرتضى البشير الأمين، خالد عبدالحفيظ محمد (٢٠٢٠) وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا المستجد "COVID19 دراسة على صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية"، مجلة الدراسات الإعلامية. برلين: المركز العربي الديمقراطي، عدد 11 لشهر مايو 2020

داليا عثمان (2019)، اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام الإعلام الرقمي فى المجال الصحي، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 8، المجلد 18، العدد 3.

دربال كريمة (2018)، دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم الإعلام والاتصال.

نوال إسماعيل (2018)، الأسس والقواعد الدولية لمنهجية الإعلام، ط1، القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.

مازن جبار (2018)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام العراقي نحو المشاركة السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، قسم الاجتماع.

حسين عمر الهاروشي (2017)، التعرض لوسائل الإعلام الرياضي ودوره في العوامل النفسية والأداء الرياضي، ط1، الجزائر: شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.

رفعت عارف الضبع (2017) الحملات الإعلامية، ط1، القاهرة: المكتب المصري للمطبوعات.

علي حجازي (2017) الحملات الإعلامية وفن مخاطبة الجمهور، ط1، عمان: دار المعتر للنشر والتوزيع.

محسن الكناني، أحمد مهدي (2017)، التلفزيون وتعزيز الوعي الصحي، ط2، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.

سعد المشهداني (2017)، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دولة الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، جامعة تكريت، كلية الآداب.

محسن الكناني، أحمد مهدي (2017)، التلفزيون وتعزيز الوعي الصحي، ط2، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.

عبد الغني الدغيمر، حنان فضل الله وآخرون (2016)، التواصل في حالة الأزمات الصحية: مدخل للمفاهيم الأساسية، المؤتمر الوطني الثالث للجمعية المغربية للتواصل الصحي، الجمعية المغربية للتواصل الصحي، كلية الطب والصيدلة بفاس 4-5 يونيو 2016، المجلة الصحية المغربية، العدد 14.

محمد شعيب (٢٠١٤)، الإدارة المعاصرة: لخدمات الإسكان ومكافحة العدوى والتدريب والتثقيف الصحي. ط١، القاهرة: دار النشر للجامعات.

عصام السعيد (2014)، استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة بورسعيد في دعم خدمات الإرشاد الجامعي رؤية مستقبلية، مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة، مجلد 87، جزء 1.

حسنين شفيق (2013)، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد، ط1، القاهرة: دار فكر وفن للنشر.

خالد غسان (2012)، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دمشق: دار النفائس للنشر والتوزيع.

حسن مكاي، ليلي السيد (2012) الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط10، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

القرني علي بن شويل (2011)، الإعلام الجديد: من الصحافة التقليدية الى الإعلام الاجتماعي و صحافة المواطن، ط1، الرياض: مطابع هلا شركه توزيع الجريسي.

عايدة فضل الشعراوي (2006)، الإعلان والعلاقات العامة دراسة مقارنة، ط1، بيروت، الدار الجامعية.