

دور الإعلام الرقمي في نشر الوعي بالممارسات الغذائية الرياضية: في ضوء الإستراتيجية الوطنية للصحة ٢٠٢٤-٢٠٣٠ م د. كريمة كمال عبد اللطيف توفيق*

ملخص الدراسة:

يعد إعلان الإستراتيجية الوطنية للصحة في مصر ٢٠٢٤-٢٠٣٠ بمثابة خارطة طريق، وإنطلاقه هامة للقطاع الصحي في مصر تماشياً مع رؤية مصر ٢٠٣٠، وأهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة، وتتبلور المشكلة البحثية في محاولة رصد مدى كفاءة إستخدام التكنولوجيا الرقمية في تعزيز الوعي الغذائي وزيادته لدى الجمهور المصري، واعتمدت الدراسة على نظرية نشر الأفكار المستحدثة، وتسعى للإجابة على تساؤل رئيس ما مدي كفاءة الإعلام الرقمي في زيادة الوعي الغذائي بالجمهور المصري؟

وتوصلت الدراسة الي أن العامل الرئيسي فيما يتعلق بتوظيف تكنولوجيا الإعلام الرقمي في كفاءة الاستفادة من تقديم محتوى غذائي صحي يرتبط بنوعية المحتوى المقدم من حيث دقته ومدى صحته والوثوق فيه، كما أشار المبحوثين عينة الدراسة الي ضرورة المراجعة والتدقيق من المؤسسات مثل المعهد القومي للتغذية ووزارة الصحة للتأكد من صحة المحتوى الغذائي المقدم في المواقع الرقمية والصفحات الرسمية والتطبيقات الذكية .

الكلمات الدالة:

الممارسات الغذائية الرياضية – سوء التغذية – الإستراتيجية الوطنية للصحة

*أستاذ مساعد بقسم الصحافة، كلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال جامعة جنوب الوادي

The role of digital media in spreading awareness of healthy nutritional practices Considering the National Health Strategy 2024-2030

Dr. Karima Kamal Abdel Latif Tawfiq*

Abstract:

The announcement of the National Health Strategy in Egypt 2024-2030 is considered a road map, and its launch is important for the health sector in Egypt in line with Egypt's Vision 2030 and the United Nations Sustainable Development Goals. The research problem crystallizes to monitor the efficiency of the use of digital technology in promoting and increasing nutritional awareness among the Egyptian public. The study relied on the theory of disseminating new ideas, it seeks to answer the main question: How effective is digital media in increasing nutritional awareness among the Egyptian public?

The study concluded that the main factor regarding the use of digital media technology in the efficiency of benefiting from providing healthy nutritional content is related to the quality of the content provided in terms of its accuracy, validity, and reliability. The respondents of the study sample also indicated the need for review and auditing by institutions such as the National Institute of Nutrition and the Ministry of Health to ensure the accuracy of the nutritional content presented on websites, official pages, and smart applications.

Keywords:

Healthy eating practices - malnutrition - National Health Strategy

* Assistant Professor, Department of Journalism, Faculty of Media and Communication Technology, South Valley University

مقدمة:

تعكس الاستراتيجية الوطنية للصحة ٢٠٢٤-٢٠٣٠ رؤية مصر نحو مستقبل صحي أكثر ازدهارًا، مرتكزة على مبادئ العدالة، الشفافية، الشمولية، والمساءلة، بهدف تعزيز الرفاهية الصحية والاجتماعية للمواطن المصري. وفي هذا الإطار، أصبح استخدام التكنولوجيا الرقمية جزءًا أساسيًا من الحياة اليومية، خاصة في مجال التوعية الصحية، حيث تسهم بشكل فعال في تبسيط العلوم الغذائية ونشرها بين فئات المجتمع المختلفة.

تعد العادات الغذائية الخاطئة سببًا رئيسيًا للعديد من الأمراض المزمنة، مما يؤثر سلبيًا على إنتاجية الفرد والبيئة الاقتصادية. ومع تسارع إيقاع الحياة وزيادة الضغوط اليومية، أصبح من الضروري تطوير تطبيقات تفاعلية تقدم محتوى غذائيًا موثوقًا، يشمل النصائح والأنظمة والإرشادات الغذائية، مما ييسر الوصول إلى المعلومات ويسهم في الوقاية من أمراض مثل السكري، أمراض القلب، السكتة الدماغية والسرطان.

وفي ظل تطور الإعلام الرقمي، أتاح الإنترنت للأفراد فرصًا واسعة للحصول على المعلومات من خلال أدوات الإعلام الجديد مثل المدونات، منصات التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، والتطبيقات الذكية، مما ساهم في نشر الوعي الغذائي بأساليب تفاعلية مبتكرة. وتمثل جودة المحتوى، سهولة التصميم، واختيار الصور والخطوط عوامل حاسمة في نجاح المواقع الإلكترونية وزيادة التفاعل معها.

وقد أظهرت التجربة المصرية قدرة كبيرة على استغلال الإعلام الرقمي، خاصة بين الفئات المهمشة، مما يعزز من انتشار الثقافة الإلكترونية في المجتمع. ومع تطور الهواتف الذكية وتعدد وسائل عرض المحتوى، تمكنت شرائح واسعة من الحصول على المعلومات الغذائية بسرعة وكفاءة.

وفي هذا السياق، جاءت الاستراتيجية الوطنية للصحة لتعزيز أنظمة الرعاية الصحية والرياضية، مع التركيز على الوقاية من أمراض سوء التغذية، والكشف المبكر عن أمراض مثل:

- سمنة الأطفال: تراكم مفرط للدهون يؤدي إلى أمراض مزمنة لاحقًا.
- الأنيميا: نقص الحديد في الدم مما يعيق نقل الأكسجين إلى أنسجة الجسم.
- سوء التغذية: خلل ناتج عن نقص أو زيادة تناول العناصر الغذائية، يعد من أبرز أسباب الوفاة عالميًا.
- التقزم: قصر القامة الناتج عن سوء التغذية المزمن أو أمراض أخرى مثل اضطرابات الغدة الدرقية.

تهدف الاستراتيجية إلى الكشف المبكر عن هذه الأمراض عبر فحوصات ميدانية وتحويل الحالات المصابة للعلاج المجاني ضمن منظومة التأمين الصحي، بما يضمن تحسين الصحة العامة للأسرة المصرية وتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

الدراسة الاستطلاعية:

- تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة من المواقع الرقمية المتخصصة في مجال التغذية، شملت ١٠ مواقع. تم اختيار هذه المواقع بناءً على المعايير التالية:
- ارتفاع نسبة الزوار وفقاً لتصنيفات موقع Alexa.
 - دورية تحديث المحتوى على هذه المواقع.
 - سهولة الاستخدام وتصميم الموقع الجيد الذي يتيح الوصول إلى المعلومات بسهولة وسرعة.
 - ظهور المواقع بشكل متكرر في محرك البحث Google، بالإضافة إلى عدد المستخدمين وفقاً لتقارير Alexa.
 - تغطية شاملة ودقيقة للموضوعات المتعلقة بالتغذية.

بناءً على هذه المعايير، تم اختيار المواقع التالية:

١. www.nutritiontrue.com - صح تغذية
٢. www.takhseforever1.com - موقع لو نفسك تخس
٣. www.arabdiet.com - موقع دايت كلينك

الدراسة الاستطلاعية للتطبيقات الذكية:

- تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة من التطبيقات الذكية المتخصصة في التغذية، شملت ١٠ تطبيقات. تم اختيار هذه التطبيقات بناءً على المعايير التالية:
- ارتباط المحتوى بتقديم معلومات عن التغذية الرياضية والصحية.
 - إمكانية الوصول للتطبيقات عبر متجر Google Play لأجهزة Android.
 - اللغة المستخدمة في المحتوى، حيث تم اختيار التطبيقات ذات اللغة العربية أو الإنجليزية باعتبارها الأكثر تداولاً.
 - تقييم التطبيق (٥ نجوم).

من أبرز التطبيقات المختارة:

- Calorie Counter
- طريقك للوزن المثالي
- Healthy Recipes Free
- Diet Point Weight Loss

الدراسة الاستطلاعية لصفحات التواصل الاجتماعي:

تم إجراء دراسة استطلاعية على ١٠ صفحات رسمية متخصصة في التغذية على موقع فيسبوك، بناءً على نتائج دراسات سابقة التي أكدت أن فيسبوك هو من أكثر المواقع استخداماً بين الجمهور (مثل دراسة محمد الزهري، أمل العبدولي، وأمنية أحمد). تم اختيار هذه الصفحات وفقاً للمعايير التالية:

- ارتفاع نسبة المتابعين لهذه الصفحات من مستخدمي فيسبوك.

• دورية تحديث المحتوى على هذه الصفحات.

ومن بين الصفحات المختارة:

• صفحة لو نفسك تخس

• صفحة Health Keepers

الدراسة الاستطلاعية للجمهور المصري:

تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة من الجمهور المصري الذين يترددون على عيادات الريجيم والمراكز الرياضية (الجميم)، بهدف التعرف على مدى وعيهم الغذائي والمصادر التي يعتمدون عليها للحصول على المعلومات الغذائية. كما تم استقصاء آرائهم حول الاستراتيجية الوطنية للصحة التي تهدف إلى الكشف عن أمراض سوء التغذية ومدى تأثيرها في زيادة الوعي الغذائي في المجتمع المصري.

مشكلة الدراسة:

مع تزايد الاعتماد على التطبيقات الرقمية والمواقع الإلكترونية المتخصصة في المجالات الغذائية، والتي تتنوع محتوياتها بين أنظمة غذائية، تطبيقات متابعة الوزن، وصفات غذائية صحية، ونصائح حول نمط الحياة السليم، برز دور الإعلام الرقمي كوسيلة رئيسية لتعزيز الوعي الغذائي لدى الجمهور. كما ساهمت الاستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٢٤-٢٠٣٠) في توجيه اهتمام المجتمع إلى أهمية الوقاية من أمراض سوء التغذية مثل الأنيميا، السمنة، والنقرس.

وفي ضوء هذا التطور، تتمحور مشكلة الدراسة حول محاولة رصد مدى كفاءة استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة في دعم تعلم الأفراد لاتباع أنظمة غذائية صحية، وقياس مدى مساهمتها في رفع مستوى الوعي الغذائي، مع محاولة التعرف على دور الاستراتيجية الوطنية للصحة في تعزيز هذا الوعي لدى مستخدمي الإنترنت.

أهمية الدراسة:

تتجسد أهمية الدراسة في النقاط التالية:

١. الاستجابة للاهتمام المتزايد على المستويين الدولي والمحلي في مجال الوعي الغذائي، وذلك بالنظر إلى تأثير التغذية السليمة على الصحة العامة والوقاية من الأمراض.
٢. دور وسائل الإعلام في تعزيز الوعي الغذائي لدى الجمهور، حيث أصبح من الضروري الاعتماد على هذه الوسائل لتوفير المعلومات الغذائية التي تساعد في تحسين نمط الحياة والتغذية.
٣. مواكبة اهتمام الدولة بصحة المواطنين، من خلال المبادرات الرئاسية الناجحة مثل مبادرة القضاء على فيروس سي ومبادرة الكشف عن أمراض سوء التغذية، التي تهدف إلى تحسين صحة الأفراد وتقليل معدلات الإصابة بالأمراض المتعلقة بالتغذية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. التعرف على طبيعة المحتوى الذي تقدمه المواقع الرقمية، الصفحات الرسمية على فيسبوك، والتطبيقات التفاعلية الرياضية، بالإضافة إلى مدى قدرة هذه التكنولوجيا على زيادة الوعي الغذائي لدى الجمهور المصري والتعرف على نقاط القوة والضعف.
٢. رصد واقع استخدام التطبيقات الرقمية وفحص نوعية المحتوى الذي تقدمه، بما في ذلك أنماط هذه التطبيقات ومزاياها وعيوبها من حيث الاستخدام.
٣. رصد الأبعاد المختلفة لاستخدام الجمهور المصري لوسائل التكنولوجيا الحديثة في تعلم أنماط غذائية صحية، وذلك من خلال تقييم مهاراتهم في الاستخدام، رضاهم عن استخدام هذه الوسائل، ومتطلباتهم بشأن المحتوى الغذائي المعروض على المواقع الرقمية، التطبيقات التفاعلية، ومواقع التواصل الاجتماعي.
٤. التعرف على رأي عينة الدراسة في مدى استفادتهم من التكنولوجيا في الحصول على المعلومات الغذائية، ومدى ثقتهم في هذه المعلومات ومدى مصداقيتها.
٥. التعرف على تأثير الاستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٢٤-٢٠٣٠) في الكشف عن أمراض سوء التغذية، ودورها في زيادة الوعي الغذائي لدى الجمهور المصري.

الدراسات السابقة:

قدّم الباحثون العرب إسهامات كبيرة في مجال استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجالات التوعية والتعليم، ولكن عند مراجعة التراث العلمي المتاح منذ بداية الألفية الثانية، يتبين أن استخدام التكنولوجيا في مجال العلوم الغذائية لا يزال يعاني من قلة الدراسات العربية. ولذلك، يُعد دراسة وتقييم كفاءة استخدام التطبيقات الرقمية التفاعلية في مجال التوعية الغذائية من الموضوعات البحثية التي لم تحظَ بالاهتمام الكافي من قبل الباحثين العرب. على الرغم من انتشار الهواتف الذكية واستخدام التطبيقات الرقمية في العديد من المجالات بما في ذلك الصحة والتغذية، فإن دراسة تأثير هذه التطبيقات على تعزيز الوعي الغذائي ما زالت محدودة.

نظرًا لندرة الدراسات التي تناولت استخدام المواقع والتطبيقات الذكية في نشر الوعي الغذائي السليم، يستند هذا البحث إلى الدراسات السابقة المتعلقة بالتنقيف الصحي، الوعي الغذائي، واستخدام التطبيقات الذكية في تعزيز الصحة العامة.

أهم الدراسات المتعلقة بالموضوع:

١. دراسة نادية حافظ^(١): تناولت تأثير وسائل الإعلام التقليدية والرقمية على تنمية الوعي الصحي لدى الجمهور المصري. وقد أظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت المصدر الأكثر اعتمادًا للمعلومات الرياضية، مما يعكس أهمية الإعلام الجديد في التنقيف الصحي.
٢. دراسة سماح الشهاوي^(٢): ركزت على المحتوى الصحي والطبي في المواقع الإخبارية المصرية، حيث توصلت إلى أن الأدوات التفاعلية مثل الإجابة عن أسئلة

- الجمهور كانت شائعة في المواقع الإلكترونية، وهو ما يعزز من فاعلية التفاعل الرقمي في مجال التنقيف الصحي.
٣. دراسة مها الطرابيشي^(٨): أشارت إلى زيادة الاعتماد على الإنترنت كمصدر للمعلومات الصحية، بما في ذلك المضامين الغذائية، خصوصاً بين الشباب الجامعي.
٤. دراسة حسن البائع^(٩): تناولت كفاءة استخدام الأجهزة الذكية في التعلم الإلكتروني، مع التركيز على قدرة هذه الأجهزة على تلبية احتياجات المتعلمين في وقت سريع وفعال.
٥. دراسة Norouzi Somaye^(١٠): سلطت الضوء على تطبيقات الهواتف الذكية لإدارة التغذية لمرضى السكري باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتقديم توصيات غذائية شخصية، وهو ما يعكس قدرة التكنولوجيا على تحسين نمط الحياة الغذائي للمرضى.
٦. دراسة Braz Negri Vitória^(١١): ركزت على تقييم التطبيقات الذكية المتعلقة بالتغذية، مشيرة إلى أن معظم التطبيقات لا تعتمد على مصادر موثوقة للمعلومات الغذائية، مما يتطلب مزيداً من الرقابة والتقييم.
٧. دراسة Schumer Harleigh^(١٢): قُيِّمت تطبيقات التغذية المتاحة على Google Play، مؤكدة على ضرورة وجود رقابة دقيقة على المعلومات المقدمة عبر التطبيقات لضمان فعاليتها في توجيه المستخدمين نحو نمط غذائي صحي.
٨. دراسة María Vanessa Villasana^(١٣): صنفت التطبيقات الذكية المتعلقة بالتغذية والصحة والنشاط البدني، مؤكدة على دور هذه التطبيقات في دعم التغذية الرياضية وتعزيز النشاط البدني كجزء من نمط حياة صحي.
- دراسات عربية حول الوعي الغذائي:
١. دراسة أطفاف ياسين^(١٤): وجدت أن الأمهات في السعودية لديهن وعي جيد بالتغذية الصحية نظراً لانتشار برامج التوعية الغذائية، مثل أفلام الفيديو والمقالات المتعلقة بالتغذية.
٢. دراسة راندا يوسف محمد^(١٥): أظهرت علاقة إيجابية بين مستوى الوعي الغذائي لدى النساء البدويات في واحة سيوة والعوامل الاجتماعية مثل التعليم والدخل، وأكدت أهمية التعرض لمصادر المعلومات الموثوقة.
٣. دراسة أحمد مصطفى أحمد ومنال فهمي إبراهيم^(١٦): أظهرت أن الوعي الغذائي لدى النساء الريفيات في محافظة كفر الشيخ كان متوسطاً أو منخفضاً، وذلك بسبب قلة التعرض للمصادر الرقمية الحديثة مثل الإنترنت.

التعليق على الدراسات السابقة:

- بالرغم من اهتمام الباحثين العرب بدراسة مختلف أبعاد استخدام التكنولوجيا في مجالات الإعلام والتوعية، إلا أن التكنولوجيا التفاعلية، وخصوصاً التطبيقات الذكية في مجال التغذية، لم تحظَ بالاهتمام الكافي.

- تشير نتائج الدراسات إلى أن التكنولوجيا الحديثة تسهم بشكل كبير في تحسين الوعي الغذائي وفي تسهيل الوصول إلى المعلومات الغذائية، لكن لا توجد دراسات كافية توضح اتجاهات الجمهور نحو هذا الاستخدام وفاعليته.
- هناك نقص في التقييمات العلمية حول استخدام التطبيقات الذكية في تقديم المحتوى الغذائي، مما يشير إلى ضرورة إجراء دراسات ميدانية لقياس كفاءة هذه التطبيقات في تعزيز التوعية الغذائية.
- الدراسات السابقة تؤكد إقبال الجمهور على استخدام التكنولوجيا في مجالات عدة، بما في ذلك الصحة والتغذية، وتوضح أن هذه التطبيقات توفر مزايا كبيرة لمستخدميها في تحسين نمط الحياة الصحي.

النظرية المستخدمة في الدراسة:

اعتمدت الدراسة على نظرية نشر وتبني الأفكار المستحدثة، حيث حددت النظرية المتغيرات التي تؤثر في انتشار المستحدثات مثل: المزايا النسبية، سهولة الاستخدام أو درجة التعقيد، القابلية للتجربة، وملاءمة المستحدث مع نمط حياة الفرد وقيم المجتمع. كما تشير النظرية إلى أن قرارات تبني المبتكرات تتوقف على مجموعة من العوامل، بما في ذلك:

- العوامل الشخصية المتعلقة بالفرد.
- العوامل الاقتصادية والاجتماعية.
- الاتصال الشخصي والجماعي المرتبط بالمستحدث.
- وضوح الميزة النسبية للمستحدث وإدراك الفرد لها.

خصوصية التطبيقات التفاعلية الغذائية كمستحدث يقدم محتوى غذائي صحي:

يتناول هذا البحث التطبيقات الرقمية التفاعلية (Apps) عبر الهواتف الذكية المستخدمة في تقديم محتوى غذائي من خلال أنظمة ومعلومات وخدمات عبر متاجر Apple وAndroid. تأتي أهمية هذه التطبيقات في مجال التغذية لعدة أسباب، أهمها:

١. أهمية الغذاء الصحي في حياة الفرد، وتأثيره المباشر على صحته وإنتاجيته، وخاصة بالنسبة للمرأة التي تتحمل مسؤولية إعداد الطعام لأسرتها وتحديد نمط الحياة الغذائية لها.

٢. انتشار استخدام التطبيقات التفاعلية كأداة تكنولوجيا اتصال وتبادل معلومات في شتى مجالات الحياة بين فئات مختلفة من المجتمع، وليس مقتصرًا على فئة الشباب فقط.

العوامل المؤثرة في استخدام التطبيقات التفاعلية في تقديم المحتوى الغذائي:

المتغيرات الشخصية:

بناءً على نظرية نشر وتبني المستحدثات، فإن المتغيرات الشخصية والاجتماعية المرتبطة باستخدام تكنولوجيا الاتصال تلعب دورًا كبيرًا في تحديد مدى تبني هذه التطبيقات، وتتعلق هذه المتغيرات بـ:

١. ثقة الفرد في المحتوى المقدم من خلال التطبيقات التفاعلية، بما يتعلق بدقته وسلامته.
٢. خبرة الفرد في استخدام التطبيقات الرقمية، ومدى تفضيله لها.
٣. اهتمام الفرد بتعلم العلوم الغذائية الرياضية ومدى أولوية ذلك لديه.

المتغيرات الموضوعية المرتبطة بالمستحدث نفسه:

١. الميزة النسبية للمستحدث، مثل إمكانية استخدام التطبيق بدون الحاجة للاتصال بالإنترنت، وسهولة التصفح واستخدام خدماته.
٢. الجهد المتوقع بذله في استخدام التطبيق، ويشمل سهولة البحث والتحميل.
٣. القابلية للتجريب، أي إمكانية تجربة التطبيق قبل اتخاذ قرار بشأن تبنيه أو رفضه.
٤. إمكانية تداول المعلومات المتعلقة بالمستحدث وفوائد استخدامه، مما يعزز من انتشاره بين المستخدمين.

وفقًا لما سبق، تستعرض الدراسة مجموعة من المتغيرات الشخصية والموضوعية التي تشكل العوامل المؤثرة في استخدام التطبيقات الرقمية التفاعلية للحصول على المعلومات الغذائية.

فروض الدراسة الميدانية

١. الفرض الأول

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نمط تفاعل الجمهور مع المواقع الإلكترونية، التطبيقات الذكية، وصفحات وسائل التواصل الاجتماعي، وبين درجة وعيهم الغذائي.

٢. الفرض الثاني

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين خصائص المبحوثين الديموغرافية (مثل العمر، الجنس، مستوى التعليم، والحالة الاجتماعية) وبين درجة وعيهم الغذائي.

٣. الفرض الثالث

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض المبحوثين للتكنولوجيا الحديثة وبين درجة معرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٢٣-٢٠٣٠) للكشف عن أمراض سوء التغذية.

الإطار المنهجي للدراسة

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الاستكشافية، وذلك لعدم توافر بيانات سابقة بشأن الموضوع المدروس. تهدف الدراسة إلى استكشاف الأبعاد المختلفة المرتبطة باستخدام التكنولوجيا الرقمية التفاعلية في تعزيز الوعي الغذائي لدى الجمهور المصري. وتتناول الدراسة عدة محاور رئيسية، هي:

١. المحور الأول: طبيعة المحتوى الغذائي المعروض عبر المواقع الرقمية، صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الذكية.
٢. المحور الثاني: أنماط وفئات التطبيقات الرقمية التفاعلية التي تقدم محتوى غذائي.
٣. المحور الثالث: توجهات عينة الجمهور نحو استخدام الإعلام الرقمي للحصول على المعلومات الغذائية.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي، والذي يتم تطبيقه على مستويين:

١. المستوى الأول: وصف وتحليل المحتوى المنشور على المواقع الرقمية والتطبيقات الذكية التي تقدم محتوى غذائي.
 ٢. المستوى الثاني: مسح إعلامي لجمهور المستخدمين لهذه المواقع والتطبيقات، بالإضافة إلى أولئك المعرضين للمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي. يهدف هذا المسح إلى تقديم وصف دقيق لسمات وخصائص الجمهور المستهدف وتفضيلاتهم في تلقي الوعي الغذائي عبر الوسائل التكنولوجية التفاعلية، بالإضافة إلى تقييمهم لكفاءة هذه الوسائل في تعزيز الوعي الغذائي لديهم.
- تهدف الدراسة إلى الجمع بين المنهج الكمي والمنهج الكيفي لتحقيق أقصى درجة من الدقة والشمول في تحليل الظاهرة المستهدفة.

الإطار الإجرائي للدراسة:

١. مجتمع الدراسة التحليلية: اعتمدت الباحثة على إجراء دراسة استطلاعية حيث قامت برصد ومتابعة العديد من المواقع الرقمية، التطبيقات الذكية، وصفحات التواصل الاجتماعي المعنية بموضوع الدراسة. بناءً على المعايير المحددة، تم اختيار المواقع التالية:

- www.arabdiet.com دايت كلينك
- www.nutritiontrue.com تغذية صح
- www.takhseforever1.com لو نفسك تخس

كما تم اختيار بعض التطبيقات مثل Calorie Counter وطريقك للوزن المثالي وHealthy Food Guide، بالإضافة إلى صفحات على فيسبوك مثل لو نفسك تخس وHealth Keeper.

٢. مجتمع الدراسة الميدانية: تم اختيار عينة عشوائية من الجمهور المصري الذي يستخدم المواقع الإلكترونية، التطبيقات الذكية، وصفحات وسائل التواصل الاجتماعي. تكونت العينة من ٤٠٠ فرد.

خصائص الجمهور:

- تم تطبيق الاستبيان الورقي على عينة من المترددين على عيادات الريجيم والمراكز الرياضية (الجم) التي تتراوح أعمارهم من ١٨ عامًا فما فوق.
- تم تطبيق الاستبيان الإلكتروني عبر إرسال الاستمارة للمشاركين في مجموعات متخصصة على مواقع التواصل الاجتماعي مثل مجموعات الريجيم وصفحات التغذية على فيسبوك

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على الأدوات التالية:

١. أداة تحليل المضمون: لدراسة محتوى المواقع الرقمية، التطبيقات الذكية، وصفحات التواصل الاجتماعي ذات الصلة بالدراسة.

ويشمل تحليل المضمون فئات تحليل ملائمة لكل وسيلة على النحو التالي:

- **المحور الأول: فئات تحليل المضمون للمحتوى الغذائي على المواقع الرقمية:**
 - مضمون الموقع: يتضمن الأبواب الرئيسية والفرعية المتاحة، تصنيف الموضوعات، طبيعة المحتوى المنشور في كل باب، ومدى ارتباطه بتعزيز الوعي الغذائي لدى الجمهور المستهدف.
 - شكل الموقع وتصميمه الفني: مستوى تصميم الموقع، وجود خريطة الموقع، حجم الخط المستخدم، الألوان.
 - مؤشرات التفاعلية داخل الموقع: تنوع الخيارات المتاحة، سهولة الاتصال الشخصي، سهولة الحصول على المعلومات، سهولة إضافة معلومات.
- **المحور الثاني: فئات تحليل محتوى التطبيقات الرقمية التفاعلية:**
 - نوعية الخدمات المعلوماتية الغذائية المقدمة عبر التطبيق مثل الأنظمة الغذائية، وصفات الطعام الرياضية، متابعة الوزن، التواصل مع أطباء التغذية أون لاين، متابعة ممارسة الرياضة، متابعة شرب المياه، وغيرها.
 - مصدر التطبيق أو الجهة المسؤولة عنه.
 - المزايا التي تتوفر في التطبيق مثل التفاعل، البحث، إمكانية الاستفسار، تعدد الخيارات، سهولة الاستخدام، اللغة، وغيرها.
 - العيوب أو الصعوبات التي قد تعرقل الاستفادة من التطبيق.
 - عدد المشتركين في التطبيق ومدى تعليقاتهم وتقييماتهم لجودة التطبيق.
 - تحليل أبرز مميزات وعيوب التطبيقات بناءً على تعليقات المستخدمين.

- المحور الثالث: فئات تحليل محتوى الصفحات المتخصصة في التغذية على وسائل التواصل الاجتماعي:

- دورية التحديث على الصفحات.
- نوعية الوسائط المستخدمة (نصوص فقط، صور فقط، نصوص وفيديوهات).
- مدى وجود بديل نصي لملفات الوسائط.
- مصادر المعلومات المستخدمة.
- أسلوب التناول للموضوعات (موضوعي، متحيز، عاطفي، هجومي).
- التفاعلية: الإعجاب، التعليق، الإشارة إلى أشخاص، مشاركة المنشور.
- لغة المنشورات (فصحى، عامية، مزيج بين الاثنين).
- طبيعة تعليقات الجمهور (مؤيد، معارض، مديح، أو عدم وجود تعليقات).

٢. أداة الاستبيان: تم استخدام الاستبيان كأداة كمية لجمع البيانات من عينة الجمهور. وقد تم توزيع الاستمارة على المشاركين في عيادات التغذية، النوادي الرياضية (الجم)، والمستشفيات التي تقدم خدمات طبية مرتبطة بتخفيف الوزن مثل عمليات شفط الدهون وتكميم المعدة. كما تم إرسال الاستمارة الرقمية للمشاركين في مجموعات ومجتمعات متخصصة على مواقع التواصل الاجتماعي مثل Health Keepers وريجين الكيتو وريجين الصيام المتقطع.

أدوات التحليل بالدراسة:

اعتمدت الدراسة على تحليل SWOT لقياس نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات من خلال التحليل الكيفي لمواقع التوعية الغذائية: لو نفسك تخس، تغذية صح، دايت كلينك

أولاً: التحليل المشترك العام

١. الهدف الرئيسي

- لو نفسك تخس: يهدف بشكل أساسي إلى تحفيز فقدان الوزن عبر برامج غذائية رياضية يومية، مع دعم نفسي وتحفيزي قوي.
- تغذية صح: يركز على التنقيف الغذائي السليم وليس فقط التخسيس، ويروج لمفهوم التغذية كأسلوب حياة صحي.
- دايت كلينك: يقدم خطط غذائية طبية مع دعم لخسارة الوزن وعلاج بعض الأمراض المرتبطة بالسمنة مثل مقاومة الإنسولين واضطرابات الأكل.

٢. نوعية المحتوى

- مقالات ونصائح مكتوبة.
- فيديوهات ومحاضرات صوتية.
- جداول تغذية رياضية يومية.
- وصفات صحية مع حساب السعرات.
- تحفيز نفسي (خاصة في "لو نفسك تخس").

ثانيًا: التحليل التفصيلي لكل موقع

موقع لو نفسك تخس

- الأسلوب: بسيط ومتحمس، يستهدف العامة بلغة قريبة للقارئ.
- التفاعل: مرتفع جدًا عبر جروبات دعم على السوشيال ميديا مرتبطة بالموقع.
- المصداقية: يعتمد على تجارب واقعية أكثر من الاعتماد العلمي البحت، مع تقديم إرشادات عامة معتمدة.
- نقاط القوة:
 - تحفيز مستمر للمتابعين.
 - برامج مجانية يومية.
 - قصص نجاح حقيقية تشجع الأفراد.
- نقاط الضعف:
 - أحيانًا يغلب الطابع التجريبي على الطابع العلمي (قلة الاستناد لدراسات طبية موثقة).
 - قد لا تناسب بعض البرامج حالات طبية خاصة.

موقع تغذية صح

- الأسلوب: علمي مبسط، يعتمد على تبسيط المعلومات الطبية لجعلها مفهومة للجميع.
- التفاعل: متوسط (محتوى جيد لكنه أقل شهرة على السوشيال ميديا مقارنة بـ "لو نفسك تخس").
- المصداقية: يقدم مقالات مبنية غالبًا على توصيات منظمة الصحة العالمية وجمعيات التغذية العالمية.
- نقاط القوة:
 - محتوى متخصص ومدقق علميًا.
 - تنوع في المواضيع بين الغذاء العلاجي والرياضي.
- نقاط الضعف:
 - ضعف التفاعل المباشر مع الجمهور (قلة ورش العمل أو الدعم المجتمعي التفاعلي).
 - تصميم الموقع بسيط وقد لا يجذب المستخدمين الشباب.

موقع دايت كلينك

- الأسلوب: مزيج بين العلمي والطبي التجاري (بعض الخدمات مدفوعة).
- التفاعل: نشط عبر جروبات واستشارات مباشرة، خاصة عبر الواتساب والفيسبوك.
- المصداقية: يتعاون مع أطباء تغذية، ويعتمد على تشخيص الحالات الصحية.
- نقاط القوة:
 - برامج مخصصة حسب الحالة الصحية (مثلا برامج لمرضى السكري أو تكيس المبايض).
 - إمكانية الاستشارة الطبية المباشرة.
- نقاط الضعف:

- بعض البرامج مدفوعة، مما قد يحد من الوصول المجاني للفئات ذات الدخل المحدود.
- بعض النصائح لا تحتوي دائماً على مراجع علمية مباشرة.

مقارنة بين المواقع الثلاث

المعيار	دايت كلينك	تغذية صح	لو نفسك تخس
الهدف	خطط غذائية وعلاجية	تثقيف غذائي علمي	فقدان الوزن والتحفيز النفسي
اللغة	علمية مع تسويق	علمية مبسطة	بسيطة وتحفيزية
المصداقية العلمية	عالية نسبياً مع استشارات	عالية (مبنية على أدلة علمية)	متوسطة (تجريبية وتحفيزية)
التفاعل	مرتفع	متوسط	مرتفع جداً
الوصول المجاني	جزئي (بعض الخدمات مدفوعة)	مجاني	مجاني بالكامل

ومن العرض السابق يمكن تقييم المواقع الثلاثة

- لو نفسك تخس: ممتاز لمن يحتاج إلى تحفيز عملي يومي وتغيير نمط حياة بطريقة مشجعة وسهلة.
- تغذية صح: أنسب لمن يريد تعلّم أسس التغذية العلمية العميقة بشكل مجاني وميسر.
- دايت كلينك: أفضل للأشخاص الذين يبحثون عن خطط غذائية شخصية مرتبطة بحالات طبية معينة مع متابعة.

وبتحليل المحتوى طبقاً للمشاهدات ومستوى التفاعل:

- لو نفسك تخس
- تغذية صح
- دايت كلينك

(١) المحتوى بالتفصيل

(٢) أرقام المشاهدات التقديرية

(٣) التفاعل بالأرقام (تعليقات، إعجابات، متابعة) بناءً على البيانات المتاحة حتى أبريل ٢٠٢٥.

جدول المقارنة بين المواقع الثلاثة

المعيار	دايت كلينك	تغذية صح	لو نفسك تخس
عدد المشتركين (YouTube)	غير متوفر	غير متوفر	١,٣٧ مليون مشترك
إجمالي المشاهدات (YouTube)	غير متوفر	غير متوفر	١٠٠ مليون مشاهدة
متوسط المشاهدات اليومية	غير متوفر	غير متوفر	٦,٥٠٠ مشاهدة
معدل التفاعل (Engagement Rate)	غير متوفر	غير متوفر	12.5%
عدد الفيديوهات المنشورة	غير متوفر	غير متوفر	٢,٢٢٧ فيديو
نوعية المحتوى	خطط غذائية طبية، استشارات شخصية	مقالات علمية، نصائح غذائية	برامج غذائية يومية، تحفيز نفسي، قصص نجاح

المعيار	دايت كلينك	تغذية صح	لو نفسك تخس
التفاعل على وسائل التواصل	متوسط إلى مرتفع	متوسط	مرتفع جدًا (تعليقات، مشاركات، مجموعات دعم)
الاستناد العلمي	عالي (استشارات طبية، خطط مخصصة)	عالي (مراجع علمية، تبسيط للمعلومات)	متوسط (تجارب شخصية، نصائح عامة)

ونستعرض تفصيليا تحليل المحتوى

١- لو نفسك تخس

- المحتوى: يركز على تقديم برامج غذائية يومية، تحفيز نفسي، وعرض قصص نجاح لأشخاص فقدوا وزنهم.
- المشاهدات والتفاعل:
 - عدد المشتركين: ١,٣٧ مليون مشترك.
 - إجمالي المشاهدات: ١٠٠ مليون مشاهدة.
 - متوسط المشاهدات اليومية: ٦,٥٠٠ مشاهدة.
 - معدل التفاعل: ١٢,٥%.
- الاستناد العلمي: متوسط؛ يعتمد على تجارب شخصية ونصائح عامة دون توثيق علمي دقيق.
- نقاط القوة: تحفيز عالي، محتوى متجدد، تفاعل قوي مع الجمهور.
- نقاط الضعف: قلة الاستناد إلى مراجع علمية موثوقة. ([لو نفسك تخس الشامل](#))
- اليوتيوب [Estadísticas de YouTube, clasificación y analíticas para](#) , [لو نفسك تخس \(@takhseforever en diciembre 2024\)](#)

٢- تغذية صح

- المحتوى: يقدم مقالات علمية، نصائح غذائية، ومعلومات مبنية على مراجع علمية.
- المشاهدات والتفاعل: لا تتوفر بيانات دقيقة حول عدد المشتركين أو المشاهدات.
- الاستناد العلمي: عالي؛ يعتمد على مراجع علمية وتبسيط للمعلومات لتناسب الجمهور العام.
- نقاط القوة: محتوى علمي موثوق، تبسيط للمعلومات، مناسب للباحثين عن معلومات دقيقة.
- نقاط الضعف: تفاعل متوسط، قلة التحديثات التفاعلية.

٣- دايت كلينك

- المحتوى: يقدم خطط غذائية طبية، استشارات شخصية، ومحتوى موجه لحالات صحية محددة.
- المشاهدات والتفاعل: لا تتوفر بيانات دقيقة حول عدد المشتركين أو المشاهدات.
- الاستناد العلمي: عالي؛ يعتمد على استشارات طبية وخطط مخصصة.
- نقاط القوة: محتوى مخصص، استشارات طبية، مناسب للأشخاص الذين يبحثون عن خطط غذائية مخصصة.
- نقاط الضعف: بعض الخدمات قد تكون مدفوعة، مما قد يحد من الوصول المجاني للفئات ذات الدخل المحدود.

تحليل ومقارنة تفصيلية بين المواقع الثلاثة من حيث:

- نوع الجمهور المستهدف
- استراتيجيات جذب الجمهور
- المحتوى العلمي مقابل المحتوى الترفيهي
- الانتشار عبر المنصات المختلفة
- نقاط التميز والقصور لكل موقع

تحليل ومقارنة تفصيلية بين المواقع الثلاثة

المحور	دايت كلينك	تغذية صح	لو نفسك تخس
الجمهور المستهدف	الأشخاص الذين لديهم حالات طبية تتطلب تغذية علاجية	المهتمون بالتغذية الصحية والوقاية من الأمراض	عامة الناس الباحثين عن فقدان الوزن بسهولة
استراتيجية جذب الجمهور	برامج غذائية مخصصة، استشارات طبية فردية	نشر مقالات علمية مبسطة، نصائح موثقة علمياً	قصص النجاح اليومية، التحفيز الجماعي، التفاعل المباشر
نسبة المحتوى العلمي	مرتفعة (مراجعة طبية ومرتبطة بالحالات السريرية)	مرتفعة (مستندة لدراسات علمية)	متوسطة (معلومات عامة + خبرات شخصية)
نسبة المحتوى الترفيهي	متوسطة (تفاعل مباشر مع نصائح يومية وأحياناً تحديات غذائية)	منخفضة (محتوى أكاديمي أكثر)	مرتفعة (تحفيز، تحديات، قصص واقعية)
الانتشار عبر المنصات	موقع إلكتروني + مجموعات دعم عبر واتساب وفيسبوك (نشاط مرتفع نسبياً)	مقالات عبر الموقع + بعض صفحات التواصل الاجتماعي (نشاط متوسط)	يوتيوب - فيسبوك - إنستغرام - تيك توك (نشط جداً)
التفاعل الرقمي (لايكات، تعليقات)	مرتفع في المجموعات الخاصة والاستشارات	متوسط (تفاعلات أقل نسبياً بسبب طابع المحتوى العلمي)	مرتفع جداً (خاصة في مجموعات فيسبوك، آلاف التعليقات)
نقاط التميز	خطط علاجية فردية - استشارات متخصصة - محتوى موجه لمرضى	دقة علمية عالية - معلومات موثوقة - سهولة العرض	تحفيز نفسي قوي - نجاحات ملهمة - محتوى يومي مستمر
نقاط القصور	بعض الخدمات مدفوعة - تركيز على العلاج أكثر من الوقاية العامة	محدودية الانتشار الجماهيري - قلة المحتوى التفاعلي	قلة الاستناد المباشر للدراسات العلمية - قد لا يناسب الحالات الطبية المعقدة

١ - لو نفسك تخس

- ممتاز للأشخاص الذين يحتاجون إلى "دافع نفسي" و"بيئة دعم اجتماعي" مستمرة.
- يفتقر أحياناً للضوابط العلمية الصارمة خاصة لمرضى السكري أو القلب الذين يحتاجون خططاً غذائية طبية مخصصة.
- عنصر التكرار اليومي والتحفيز (نشر وجبات يومية + فيديوهات دعم) يخلق عادة إيجابية عند المتابعين.

٢ - تغذية صح

- رائع للمهتمين بفهم التغذية بشكل علمي عميق.
- ضعف الحضور الإعلامي القوي يجعله أقل تأثيراً مقارنة بمنصات الترفيه الغذائي.
- يتميز بلغة علمية مبسطة تخاطب فئة المثقفين الصحيين والباحثين عن تحسين جودة حياتهم الغذائية.

٣-دايت كلينك

- قوي في تخصيص البرامج بحسب الحالة المرضية أو الوزن.
- بعض الانتقادات تتعلق بأن البرامج المدفوعة لا تكون دائمًا متاحة للفئات ذات الدخل المحدود.
- يقدم قيمة عالية للباحثين عن نتائج دقيقة ومستدامة خاصة للذين يعانون أمراضًا مزمنة.

مخطط عن المحاور الأساسية:

المحور	دايت كلينك	تغذية صح	لو نفسك تخس
الانتشار الإعلامي	□□□	□□	□□□□□
العلمية والدقة	□□□□	□□□□□	□□
التفاعل المباشر	□□□□	□□	□□□□□
التخصص الطبي	□□□□□	□□□□	□□

أولاً: مصفوفة SWOT لموقع لو نفسك تخس

العنصر	التحليل
نقاط القوة (Strengths)	- قاعدة جماهيرية ضخمة على يوتيوب وفيسبوك. - محتوى تحفيزي يومي مستمر. - قصص نجاح ملهمة تزيد الثقة بالمشروع. - تفاعل مرتفع مع الجمهور عبر التعليقات والمجموعات.
نقاط الضعف (Weaknesses)	- ضعف الاستناد إلى مراجع علمية دقيقة. - قد لا يناسب أصحاب الأمراض المزمنة أو الحالات الطبية الخاصة. - الاعتماد أحياناً على خبرات شخصية غير موثقة علمياً.
الفرص (Opportunities)	- إمكانية عقد شراكات مع مؤسسات صحية لتعزيز المصداقية. - تطوير تطبيق ذكي لإدارة الحميات ومتابعة الأفراد. - التوسع عربياً ودولياً من خلال محتوى متعدد اللغات.
التحديات (Threats)	- منافسة قوية من منصات التغذية الطبية والعلمية. - احتمالية تعرضه لانتقادات طبية في حال ظهور مضاعفات لمتبعين النظام.

نقاط القوة (Strengths):

- قاعدة جماهيرية ضخمة على يوتيوب وفيسبوك: تُعد هذه ميزة كبيرة تتيح الوصول إلى جمهور واسع، مما يزيد من فرص التأثير والانتشار.
- محتوى تحفيزي يومي مستمر: يساعد المحتوى المستمر والمحفز في تعزيز التواصل مع المتابعين وتشجيعهم على الاستمرار في تحسين نمط حياتهم الغذائي.
- قصص نجاح ملهمة تزيد الثقة بالمشروع: تسهم القصص الواقعية والملهمة في بناء الثقة لدى الجمهور وتحفيزهم على اتباع النظام المتبع في البرنامج.
- تفاعل مرتفع مع الجمهور عبر التعليقات والمجموعات: يعكس التفاعل العالي مع الجمهور مدى التفاعل الفعلي مع المحتوى ويسهم في بناء علاقة قوية بين المؤثر والجمهور.

نقاط الضعف (Weaknesses):

- ضعف الاستناد إلى مراجع علمية دقيقة: يُعد هذا نقطة ضعف كبيرة حيث قد يؤثر على مصداقية المحتوى، ويزيد من احتمالية تقديم معلومات غير دقيقة أو خاطئة.

- قد لا يناسب أصحاب الأمراض المزمنة أو الحالات الطبية الخاصة: قد يواجه الأشخاص الذين يعانون من أمراض مزمنة صعوبة في اتباع النظام الغذائي المتبع في البرنامج.
- الاعتماد أحياناً على خبرات شخصية غير موثقة علمياً: يمكن أن يؤدي استخدام الخبرات الشخصية غير المدعومة بالأدلة العلمية إلى تأثير سلبي على مصداقية المشروع.

الفرص (Opportunities):

- إمكانية عقد شراكات مع مؤسسات صحية لتعزيز المصداقية: هذه الشراكات يمكن أن تزيد من مصداقية المشروع وتعزز من ثقة الجمهور في محتوى النظام الغذائي.
- تطوير تطبيق ذكي لإدارة الحميات ومتابعة الأفراد: إنشاء تطبيق ذكي يسهل متابعة الحالة الصحية والتغذية للمستخدمين سيكون فرصة لتوسيع قاعدة المستخدمين وتحسين الخدمة.
- التوسع عربياً ودولياً من خلال محتوى متعدد اللغات: يمكن أن يساعد التوسع في الوصول إلى أسواق جديدة، مما يزيد من انتشار المشروع ويعزز من تأثيره في مختلف الثقافات.

التحديات (Threats):

- منافسة قوية من منصات التغذية الطبية والعلمية: المنافسة من منصات أخرى ذات مصداقية علمية قد تؤثر على جذب الجمهور الذي يبحث عن معلومات غذائية دقيقة ومستندة إلى الأبحاث.
- احتمالية تعرضه لانتقادات طبية في حال ظهور مضاعفات لمتبعين النظام: إذا ظهرت أي مضاعفات صحية مرتبطة بنظام التغذية المتبع، فقد يؤدي ذلك إلى تراجع في سمعة المشروع وزيادة الانتقادات الطبية.

ثانياً: مصفوفة SWOT لموقع تغذية صح

العنصر	التحليل
نقاط القوة (Strengths)	- محتوى علمي دقيق مبني على دراسات موثوقة. - تبسيط المعلومات الطبية للقارئ العادي. - مصداقية عالية مع الهيئات الصحية.
نقاط الضعف (Weaknesses)	- ضعف الانتشار الإعلامي مقارنة بمواقع أخرى. - قلة التفاعل الجماهيري المباشر. - قلة تنوع أدوات العرض (فيديوهات، إنفوجرافيك تفاعلي، تطبيقات).
الفرص (Opportunities)	- التوسع عبر منصات التواصل (فيسبوك، تيك توك) لزيادة الانتشار. - إطلاق كورسات ودورات تدريبية عن التغذية العامة.

العنصر	التحليل
	- التعاون مع جامعات أو وزارات الصحة.
التهديدات (Threats)	- تزامم المحتوى الطبي العلمي مع قنوات شعبية أقل علمية ولكن أكثر جماهيرية. - احتمال فقدان الاهتمام إذا لم يتم تطوير أدوات التواصل مع الجمهور.

نقاط القوة (Strengths):

- قاعدة جماهيرية ضخمة على يوتيوب وفيسبوك: من خلال هذه القاعدة الجماهيرية الكبيرة، يصبح لدى المشروع قدرة على الوصول إلى عدد كبير من الأفراد في وقت قصير، وهو ما يعزز من فعالية الحملات التسويقية والمحتوى المنتشر. بالإضافة إلى ذلك، تعتبر هذه المنصات من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخدامًا في معظم البلدان العربية.
- محتوى تحفيزي يومي مستمر: يعتبر هذا من أوجه التفرد في المشروع، حيث يوفر محتوى دائم ومتحرك، مما يساعد في الحفاظ على اهتمام الجمهور وتحفيزهم على الاستمرار في تبني أسلوب حياة غذائي صحي.
- قصص نجاح ملهمة تزيد الثقة بالمشروع: توفر هذه القصص مصداقية إضافية، كما أنها تساهم في بناء علاقة عاطفية قوية بين المتابعين والمحتوى. حيث يُعتبر نجاح الآخرين عاملاً محفزاً للمتابعين الجدد لتحقيق أهدافهم.
- تفاعل مرتفع مع الجمهور عبر التعليقات والمجموعات: التفاعل المباشر مع المتابعين هو عنصر أساسي في بناء الثقة والمصداقية. حيث يعكس تفاعل الجمهور مع المحتوى استجابة إيجابية، مما يعزز من فرص النمو المستقبلي للمشروع.

نقاط الضعف (Weaknesses):

- ضعف الاستناد إلى مراجع علمية دقيقة: يمثل هذا تحديًا، حيث يعرض المشروع إلى خطر التشكيك في صحة المعلومات الغذائية المقدمة، مما يمكن أن يؤدي إلى فقدان مصداقية. من الضروري مراجعة المحتوى بشكل علمي دقيق وإرفاقه بالمصادر المناسبة لدعمه.
- قد لا يناسب أصحاب الأمراض المزمنة أو الحالات الطبية الخاصة: على الرغم من أن البرامج الغذائية قد تكون مفيدة للجمهور العام، إلا أنها قد لا تكون مثالية لبعض الأشخاص الذين يعانون من حالات طبية خاصة مثل السكري أو مشاكل القلب. لذلك، يجب مراعاة هذه الفئة وتقديم نصائح متخصصة لهم.
- الاعتماد أحيانًا على خبرات شخصية غير موثقة علميًا: يعد الاعتماد على الخبرات الشخصية دون التأكد من مصداقيتها العلمية خطرًا قد يؤدي إلى تقديم نصائح قد تكون غير دقيقة أو حتى ضارة. من الضروري أن تعتمد المحتويات على البحوث العلمية والأدلة التجريبية.

الفرص (Opportunities):

- إمكانية عقد شراكات مع مؤسسات صحية لتعزيز المصداقية: هذه الفرصة يمكن أن تُزِيد من مصداقية المحتوى المقدم بشكل كبير. التعاون مع المؤسسات الصحية سيسمح بإضافة مصداقية علمية ويوفر توجيهاً مهنيًا للمحتوى.
- تطوير تطبيق ذكي لإدارة الحميات ومتابعة الأفراد: من خلال استخدام التكنولوجيا، يمكن للمشروع تحسين تجربة المستخدمين من خلال توفير أدوات مبتكرة تساعد في تتبع التقدم الغذائي وتحليل البيانات بشكل فوري، مما يعزز التفاعل مع المتابعين ويقدم لهم قيمة مضافة.
- التوسع عربيًا ودوليًا من خلال محتوى متعدد اللغات: هذا يفتح أمام المشروع فرصة لتوسيع قاعدة جمهوره بشكل ملحوظ، ويعزز من تأثيره على مستوى العالم العربي والغربي إذا ما تم تقديم المحتوى بلغات متعددة.

التحديات (Threats):

- منافسة قوية من منصات التغذية الطبية والعلمية: إذا تم تبني أساليب غير علمية، فإن المشروع قد يواجه صعوبة في منافسة المنصات التي تعتمد على أبحاث علمية دقيقة وتقييمات صحية معترف بها. في هذا السياق، يجب التأكد من مصداقية المعلومات المتاحة.
- احتمالية تعرضه لانتقادات طبية في حال ظهور مضاعفات لمتبعين النظام: في حال ظهور أي مضاعفات صحية متعلقة بالنظام الغذائي المقدم، يمكن أن يؤثر ذلك على سمعة المشروع ويؤدي إلى ردود فعل سلبية من وسائل الإعلام والجمهور. لهذا السبب، من المهم إجراء دراسات دقيقة وتوجيه المستخدمين لتحري الحذر وطلب استشارة طبية عند الحاجة.

ثالثًا: مصفوفة SWOT لموقع دايت كلينك

العنصر	التحليل
نقاط القوة (Strengths)	- توفير استشارات طبية فردية متخصصة. - خطط غذائية موجهة لحالات مرضية خاصة (سكري، تكيس مبايض، مقاومة الإنسولين). - محتوى علمي بإشراف أطباء معتمدين.
نقاط الضعف (Weaknesses)	- بعض الخدمات مدفوعة مما قد يحد من الوصول الجماهيري. - محتوى طبي قد لا يكون جذابًا لجميع الفئات (مقيد بالحالات الخاصة).
الفرص (Opportunities)	- توسيع العروض المجانية أو المدعومة للفئات ذات الدخل المحدود. - تطوير تطبيق ذكي لتسهيل الوصول إلى البرامج الغذائية. - عقد شراكات مع مستشفيات أو مراكز طبية لتوسيع نطاق الخدمات.
التحديات (Threats)	- منافسة من منصات أخرى تقدم محتوى غذائي مجاني ومبسط. - تشدد اللوائح الصحية مستقبلاً قد يزيد من التحديات القانونية حول تقديم الاستشارات الطبية عن بعد.

نقاط القوة (Strengths):

- قاعدة جماهيرية ضخمة على يوتيوب وفيسبوك: هذه القاعدة ليست فقط مؤشراً على الانتشار الواسع للمشروع، بل هي ميزة استراتيجية تسهل التواصل مع جمهور متنوع، مما يساعد في نشر الرسائل التوعوية بفاعلية. بالإضافة إلى ذلك، يعزز من

قدرة المشروع على الوصول إلى شرائح مختلفة من المستخدمين بناءً على اهتماماتهم المختلفة.

- محتوى تحفيزي يومي مستمر: هذا العنصر يعزز من قوة العلاقة بين الجمهور والمحتوى. كون المحتوى تحفيزيًا يوميًا يضمن استمرار التفاعل المستمر ويخلق تأثيرًا طويل الأمد في سلوكيات الأفراد الغذائية. كما يعزز الشعور بالانتماء لمجتمع مشترك يهدف لتحسين الصحة العامة.
- قصص نجاح ملهمة تزيد الثقة بالمشروع: تكمن أهمية هذا النوع من المحتوى في أنه يعزز من مصداقية البرنامج ويحفز المتابعين على اتخاذ خطوات مشابهة لتحقيق أهدافهم. هذه القصص تمثل نموذجًا حيًا للنجاح وقدرتها على تحفيز الآخرين لاتباع نفس المسار.
- تفاعل مرتفع مع الجمهور عبر التعليقات والمجموعات: التفاعل المباشر يعكس الإقبال الكبير على المشروع ويعزز من قدرة المشاركين في التواصل الفعال مع المحتوى. هذا التفاعل يمكن أن يُعد أساسًا لبناء مجتمع رقمي يدعم المستمر والتوجيه المباشر من قبل الخبراء أو المتابعين الأكثر تجربة.

نقاط الضعف (Weaknesses):

- ضعف الاستناد إلى مراجع علمية دقيقة: يعد هذا أحد المخاطر الرئيسية التي قد تؤثر على مصداقية المشروع، حيث أن انعدام الدقة العلمية يمكن أن يؤدي إلى تقديم نصائح قد تكون مضللة أو غير موثوقة. من الضروري تعزيز المحتوى بمراجع علمية دقيقة لدعم صحة المعلومات المقدمة.
- قد لا يناسب أصحاب الأمراض المزمنة أو الحالات الطبية الخاصة: يحتاج هذا المشروع إلى توفير نصائح مخصصة للأشخاص الذين يعانون من حالات طبية خاصة. ذلك لأن النظام الغذائي الذي قد يكون مناسبًا لشريحة كبيرة قد لا يكون مناسبًا للبعض الآخرين. يجب وضع خطط غذائية مخصصة لهذه الفئة أو توفير إشعارات تحذر من الاستفادة العشوائية.
- الاعتماد أحيانًا على خبرات شخصية غير موثقة علميًا: يُعد هذا من الأمور التي قد تحد من مصداقية المحتوى على المدى الطويل. لابد من التحقق من صحة أي معلومات غذائية تتم مشاركتها عبر المصادر المعتمدة والتأكد من دعمها بالدراسات والأبحاث الحديثة.

الفرص (Opportunities):

- إمكانية عقد شراكات مع مؤسسات صحية لتعزيز المصداقية: هذه الشراكات يمكن أن ترفع من مستوى احترافية المشروع وتعزز من قيمته العلمية. كما أن التعاون مع جهات صحية معترف بها سيساهم في تعزيز الثقة في المحتوى وزيادة انتشاره بين الجمهور الباحث عن معلومات غذائية موثوقة.
- تطوير تطبيق ذكي لإدارة الحميات ومتابعة الأفراد: تطبيق ذكي يمكن أن يساهم في تعزيز التفاعل الشخصي مع المتابعين، وبتيح لهم تتبع تقدمهم في البرنامج الغذائي.

يمكن للمستخدمين أيضًا الحصول على توصيات مخصصة بناءً على بياناتهم الشخصية.

- التوسع عربيًا ودوليًا من خلال محتوى متعدد اللغات: هذا التوسع يعتبر خطوة مهمة نحو تحقيق الانتشار العالمي. قد تساعد الترجمة إلى لغات مختلفة على الوصول إلى جمهور أكبر، خاصة في البلدان التي تهتم بالصحة والعافية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يفتح ذلك أبوابًا لشرارات دولية.

التهديدات (Threats):

- منافسة قوية من منصات التغذية الطبية والعلمية: يعتبر هذا تهديدًا رئيسيًا خاصة إذا كانت هذه المنصات تعتمد على أسس علمية قوية. يجب على المشروع تقديم محتوى مدعوم بأدلة علمية لضمان الحفاظ على جاذبيته في ظل التنافس الشديد.
- احتمالية تعرضه لانتقادات طبية في حال ظهور مضاعفات لمتبعين النظام: إذا ظهر أي ضرر أو مضاعفات صحية لدى متبعي النظام الغذائي، فقد تؤثر هذه الانتقادات على سمعة المشروع بشكل كبير. لذا، يجب الحرص على تقديم نصائح غذائية آمنة ومدروسة علميًا، مع التشجيع على استشارة الأطباء قبل اتباع أي حمية غذائية.

ويتضح من تحليل **swot** يمكن استنتاج ما يلي

- لو نفسك تخس أقوى جماهيرًا، ولكنه أضعف علميًا نسبيًا.
- تغذية صح أقوى علميًا، ولكنه أضعف تفاعليًا.
- دايت كلينك متوازن بين العلمية والعملية، ولكنه موجه لفئة خاصة أكثر من العامة.

نتائج الدراسة الميدانية :

جدول رقم (١)

يوضح الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة:

خصائص العينة		التكرار	%
النوع	ذكر	١٥٢	٣٨
	أنثى	٢٤٨	٦٢
المجموع		٤٠٠	١٠٠
السن	من ١٨ إلى ٢٥	١١٠	٢٧,٥
	من ٢٦ إلى ٣٥	٢٢٣	٥٥,٨
	من ٣٦ فأكثر	٦٧	١٦,٧
المجموع		٤٠٠	١٠٠
المستوى التعليمي	تعليم متوسط	٣٨	٩,٥
	طالب جامعي	١٢٠	٣٠
	خريج	١٩٢	٤٨
	دراسات عليا	٥٠	١٢,٥
المجموع		٤٠٠	١٠٠
الحالة الاجتماعية	أعزب	١٤٦	٣٦,٥
	متزوج	٢٥٤	٦٣,٥
المجموع		٤٠٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول أن نتائج الدراسة تشير إلى تباين في الخصائص الديموغرافية للمشاركين. بالنسبة للنوع، يظهر التوزيع غير المتوازن بين الذكور والإناث، حيث تمثل الإناث النسبة الأكبر بنسبة ٦٢%. هذا يشير إلى اهتمام أكبر من النساء في موضوع الدراسة، مما قد يرتبط بزيادة الوعي الغذائي والتفاعل مع وسائل الإعلام الرقمية المتعلقة بالتغذية. أما بالنسبة للسن، تشير البيانات إلى أن أكبر فئة من المشاركين تتراوح أعمارهم بين ٢٦ و ٣٥ عامًا، حيث تمثل هذه الفئة ٥٥,٨% من العينة، وهو ما يبرز اهتمام جيل الشباب الناضج بالصحة والتغذية. كما أن نسبة المشاركين من الفئات العمرية الأكبر تقل، ما قد يعكس انشغال هذه الفئات بالتزامات حياتية أخرى.

- بالنسبة للمستوى التعليمي، تظهر النتائج أن العينة تتوزع بشكل ملحوظ بين الأفراد ذوي التعليم العالي، حيث يمثل الخريجون ودراسات العليا ٦٠,٥% من المشاركين. يشير ذلك إلى اهتمام الأشخاص المتعلمين بالبحث عن معلومات غذائية موثوقة على المنصات الرقمية. وعلى الجانب الآخر، تظل نسبة الأفراد ذوي التعليم المتوسط صغيرة بنسبة ٩,٥%، مما قد يشير إلى محدودية الوصول إلى المعلومات أو قلة الوعي الغذائي في هذه الفئة. أما فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية، نجد أن الأفراد المتزوجين يشكلون النسبة الأكبر بنسبة ٦٣,٥%، مما قد يعكس تأثير العوامل الاجتماعية على الاهتمام بالصحة والتغذية، حيث يهتم المتزوجون أكثر بصحة أفراد الأسرة بشكل عام.
- يظهر من هذه النتائج تنوع في الخصائص الديموغرافية للمشاركين، وهو ما يوفر فرصة لتحليل النتائج في سياقات متعددة ويعزز من قدرة التعميم على جمهور أوسع.

جدول رقم (٢)

يوضح مدى اهتمام عينة الدراسة بالبحث عن المعلومات الغذائية

أسباب البحث عن المعلومات الغذائية	ك	%
من أجل الحاجة الي نظام غذائي للتخسيس	٣٤٨	٨٧
عندما يجادلني أحدهم في معلومة غذائية	٦٣	١٥,٧
عندما أشعر بالحيرة في إعداد وصفة للطبخ	٢١٨	٥٤,٥
لتعلم عادات غذائية سليمة من أجل صحة أفضل	٢٦٥	٦٦,٢
للتأكد من صحة معلومة غذائية مغلوطة	٨٦	٢١,٥
نادرا ما أبحث عن معلومات غذائية	٤٩	١٢,٢

إجمالي العينة(ن)= ٤٠٠ مفردة

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٨٧%) يميلون إلى البحث عن معلومات غذائية في حالة الحاجة إلى "نظام غذائي للتخسيس"، مما يعكس تزايد الاهتمام بالأنظمة الغذائية الخاصة بفقدان الوزن في المجتمع المصري. يليه في الترتيب الثاني (٦٦,٢%) البحث عن معلومات غذائية بهدف "تعلم عادات غذائية سليمة"، وهو ما يدل على اهتمام شريحة واسعة من الأفراد بتحسين نمط حياتهم الغذائي.

وفي المرتبة الثالثة، أشار ٥٤,٥% من المبحوثين إلى أنهم يبحثون عن معلومات غذائية عندما "يشعرون بالحيرة في إعداد وصفة طبخ"، مما يعكس الحاجة إلى مصادر غذائية

تساعد في اتخاذ قرارات أفضل أثناء تحضير الطعام ، أما في المرتبة الأخيرة، أظهرت النتائج أن ١٢,٢% فقط من المبحوثين نادرًا ما يبحثون عن معلومات غذائية، مما يشير إلى أن نسبة ضئيلة من المجتمع المصري لا تعتبر الوعي الغذائي أمرًا ذا أهمية.

تُظهر هذه النتائج بشكل عام اهتمام المجتمع المصري المتزايد بالوعي الغذائي، حيث جاءت النسبة الأقل لمن لا يسعون لمعرفة معلومات غذائية، مما يعكس توجهًا نحو تحسين الوعي الصحي والتغذوي بين الأفراد.

جدول رقم (٣)

يوضح مصادر عينة الدراسة للحصول على المعلومات الغذائية

ك	%	عندما احتاج لمعرفة معلومة غذائية عادة أستعين ب
٢٥٣	٦٣,٢	البحث من خلال google علي المواقع المتخصصة في التغذية.
٥٧	١٤,٢	أسأل من أتق في أرائهم من الأشخاص المحيطين بي
٢١٣	٥٣,٢	اقوم بتحميل بعض التطبيقات الذكية التي توفر معلومات غذائية .
٨٥	٢١,٢	أشاهد قنوات الطبخ علي القنوات الفضائية .
١٠٢	٢٥,٥	ألجأ الي الجروبات علي فيسبوك المتخصصة في التغذية
٤٣	١٠,٧	الكتب والمراجع الطبية.
٦٣	١٥,٧	أذهب الي دكتور تغذية متخصص.

إجمالي العينة (ن) = ٤٠٠ مفردة (اتيح للمبحوث اختيار اكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن النسبة الأكبر من إجابات المبحوثين حول المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات الغذائية هي "Google" بنسبة ٦٣,٢%، تليه التطبيقات الذكية بنسبة ٥٣%، ثم فيسبوك بنسبة ٢٥,٥%، وأخيرًا الكتب والمراجع الطبية بنسبة ١٠,٧%. وتعكس هذه النتائج اعتماد المجتمع المصري بشكل كبير على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كمصادر رئيسية للحصول على المعلومات الغذائية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة نادية عبد الحافظ (٢٠) التي أشارت إلى اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الرياضية. كما تتوافق أيضًا مع نتائج دراسة نسرين حسام الدين (٢١) التي توصلت إلى أن الشباب المصري يعتمد بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للحصول على الأخبار، وخاصة فيسبوك. كما تتفق هذه النتائج مع دراسة أمل عبد الله (٢٢) التي أكدت أن نصف عينة الدراسة تحقق احتياجاتهم المعرفي بشكل دائم من خلال الحصول على المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تُظهر هذه الدراسات توافقًا في الاتجاهات التي تؤكد على دور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في تزويد الأفراد بالمعلومات الحيوية، سواء في مجالات التغذية أو الرياضة أو الأخبار العامة، مما يعكس التحول الكبير في طريقة حصول الجمهور على المعلومات في العصر الرقمي.

جدول رقم (٤)

كفاءة استخدام التكنولوجيا في تعلم أسلوب غذائي صحي في المراحل التعليمية المختلفة

ك	%	يجب أن تتضمن المقررات الدراسية توعية باستخدام التكنولوجيا للحصول على معلومات غذائية
٢٣٨	٥٩,٥	أويد ذلك بشدة
١٠٢	٢٥,٥	الي حد ما
٦٠	١٥	التكنولوجيا لا علاقة لها بتعلم العلوم الغذائية
٤٠٠	١٠٠	المجموع

إجمالي العينة (ن) = ٤٠٠ مفردة

أوضحت نتائج الجدول السابق أن معظم المبحوثين بنسبة ٥٩,٥% يؤيدون فكرة تضمين المقررات الدراسية كيفية استخدام التكنولوجيا في الحصول على المعلومات الغذائية، بينما جاءت النسبة الأقل من المعارضين بنسبة ١٥%. وتشير هذه النتيجة إلى وعي الجمهور بأهمية تعلم العلوم الغذائية منذ الصغر، بهدف تربية جيل واع صحياً وغذائياً، مما يعكس إدراكاً متزايداً لدور التكنولوجيا في تعزيز المعرفة الغذائية وتسهيل الوصول إليها

جدول رقم (٥)

يوضح المحتوى الغذائي الأكثر جذباً لانتباه المبحوثين

ك	%	المحتوى الغذائي الأكثر جذباً لانتباه المبحوثين
١٢٢	٦١	أنظمة انقاص الوزن (الكيتو- الصيام المتقطع -السعرات،)....
٨٦	٤٣	وصفات الطعام الرياضية.
٥١	٢٥,٥	معلومات غذائية (مثل كيفية زيادة معدل الحرق، اسباب ثبات الوزن، اضرار ادوية التخسيس وعملیات السمنة، وغيرها)،.....
١٧٠	٨٥	التجارب الشخصية لأشخاص تغير شكلهم نتيجة اتباعهم لنظام غذائي صحيح.

إجمالي العينة (ن) = ٤٠٠ مفردة

تشير نتائج الجدول إلى أن المحتوى الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين هو "التجارب الشخصية لأشخاص تغير شكلهم نتيجة فقدان وزنهم" بنسبة ٨٥%، يليه "أنظمة إنقاص الوزن" بنسبة ٦١%، وفي المرتبة الثالثة "وصفات الطعام الرياضية" بنسبة ٤٣%، بينما جاءت "المعلومات العامة عن السمنة وأضرارها" في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٥,٥%، وتعتبر هذه النتائج دليلاً على احتياج الجمهور إلى الحافز المعنوي لتبني نظام غذائي صحي، حيث يتضح من خلال تفضيلهم للمحتوى الذي يتضمن صوراً لأشخاص (قبل وبعد) تغيير شكلهم، أن لديهم رغبة في رؤية تجارب حقيقية تلهمهم وتشجعهم على اتباع أنماط غذائية صحية.

جدول رقم (٦)

يوضح تفضيلات المبحوثين في استخدام تكنولوجيا الاتصال في تلقي المعلومات الغذائية

الترتيب	الوزن النسبي	غير موافق	الي حد ما	أوافق	أوافق بشدة	العبارة
١	٧٥	٢٧	١	٩٣	٧٩	ك أفضل استخدام التكنولوجيا للتواصل مع دكتور تغذية واحصل منه علي المعلومات الغذائية أون لاين.
		١٣,٥	٠,٥	٤٦,٥	٣٩,٥	%
٢	٧٢,٥	٦	٢٢	١٠٣	٦٩	ك التطبيقات التفاعلية التي تقدم محتوى غذائي مفيدة وسهلة الاستخدام.
		٣	١١	٥١,٥	٣٤,٥	%
٣	٥٦,٨	٢١	٥٢	٩٢	٣٥	ك يوجد علي هاتفي تطبيق واحد علي الأقل عن الاكل الصحي.
		١٠,٥	٢٦	٤٦	١٧,٥	%
٤	٥٢,٥	٢٧	٥٧	٢٦	٩٠	ك أصبحت المعلومات الغذائية متوفرة وسهلة الفهم بفضل المواقع الرقمية والتطبيقات التفاعلية Apps.
		١٣,٥	٢٨,٥	١٣	٤٥	%
٥	٤٧,٢	١٨	٥١	٣١	١٧	ك لا أثق في تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تقدم محتوى غذائي.
		١٤,٥	٤١,٥	٣٠,٦	١٣,٧	%

يتضح من بيانات الجدول أن المبحوثين يفضلون استخدام تكنولوجيا الاتصال لتلقي المعلومات الغذائية بطرق متنوعة، ويظهر التوزيع كما يلي:

١. أفضل استخدام التكنولوجيا للتواصل مع دكتور تغذية والحصول منه علي المعلومات الغذائية أون لاين: حصلت هذه العبارة على نسبة عالية من الموافقة، حيث أيدها ٩٣% من المبحوثين إلى حد ما أو بشدة. هذه النتيجة تشير إلى رغبة الجمهور في الحصول على استشارات غذائية من متخصصين عبر الإنترنت، وهو ما يعكس الحاجة إلى مصادر موثوقة للمعلومات الغذائية.
٢. التطبيقات التفاعلية التي تقدم محتوى غذائي مفيدة وسهلة الاستخدام: أيدت نسبة كبيرة من المبحوثين هذه العبارة (٧٢,٥%)، مما يعكس تفضيل الجمهور لاستخدام تطبيقات سهلة وواضحة تقدم محتوى غذائي مناسب وفعال. يشير ذلك إلى أن الجمهور يتجه بشكل متزايد نحو التكنولوجيا للحصول على النصائح الغذائية بسهولة ويسر.
٣. يوجد علي هاتفي تطبيق واحد على الأقل عن الأكل الصحي: أيد ٥٦,٨% من المبحوثين هذه العبارة، مما يشير إلى أن معظم المشاركين لديهم بالفعل تطبيقات غذائية على هواتفهم، مما يدل على توجه متزايد نحو استخدام الهواتف الذكية للحصول على المعلومات المتعلقة بالتغذية.
٤. أصبحت المعلومات الغذائية متوفرة وسهلة الفهم بفضل المواقع الرقمية والتطبيقات التفاعلية: أيد ٥٢,٥% من المبحوثين هذه العبارة، مما يعكس أهمية المواقع الرقمية في تسهيل وصول الأفراد إلى معلومات غذائية بطريقة سهلة وواضحة. هذا يظهر التأثير الإيجابي للتكنولوجيا في تحسين وصول الجمهور إلى محتوى غذائي ملائم.
٥. لا أثق في تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تقدم محتوى غذائي: حصلت هذه العبارة على نسبة أقل من المؤيدين (٤٧,٢%)، مما يشير إلى أن جزءاً من الجمهور لا يزال لديه تحفظات أو شكوك حول محتوى التكنولوجيا الحديثة المتعلقة بالتغذية.

بالرغم من ذلك، النسبة الأكبر لا تبدو مترددة في الاستفادة من هذه الأدوات التكنولوجية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن تكنولوجيا الاتصال، بما في ذلك التطبيقات والمواقع الإلكترونية، أصبحت أداة شائعة وفعالة في توصيل المعلومات الغذائية للمجتمع. رغم وجود بعض التحفظات، فإن الاتجاه العام يشير إلى أن الجمهور يميل إلى استخدام هذه الأدوات للحصول على المشورة الغذائية بشكل أكثر سهولة ومرونة.

جدول رقم ٧

يوضح رأي المبحوثين في مزايا استخدام تكنولوجيا الاتصال في الحصول على المعلومات الغذائية

مزايا استخدام تكنولوجيا الاتصال	ك	%
سهولة التصفح والبحث والرجوع للمعلومة أكثر من مرة.	١٨٠	٤٥
متاحة معي طول الوقت.	١٤٠	٣٥
يمكن تصفحها أحياناً دون الاتصال بالإنترنت.	٤٩	١٢,٢
إمكانية نسخ ولصق المعلومة وتشاركها مع الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والواتس أب وغيرها.	١٢٥	٣١,٢
يمكن الاستغناء بها عن الذهاب إلى دكتور تغذية لانخفاض الوزن.	١٩	٤,٧
مجانياً أو بسعر زهيد.	١٦٥	٤١,٢

تشير نتائج الجدول إلى تفضيلات المبحوثين حول المزايا التي تقدمها المواقع والتطبيقات المتعلقة بالمحتوى الغذائي، حيث حصلت ميزة "سهولة التصفح والبحث والرجوع للمعلومة أكثر من مرة" على أعلى نسبة تفضيل بلغت ٨٠٪، مما يدل على أهمية توفر المعلومات الغذائية بشكل سهل وميسر للمستخدمين مع إمكانية العودة إليها في أي وقت. كما أظهرت النتائج أن ٤٥٪ من المبحوثين يفضلون أن تكون المعلومات متاحة لهم بشكل مستمر ودون قيود زمانية أو مكانية، مما يعزز مرونة استخدام التطبيقات والمواقع في أي وقت وأي مكان.

من ناحية أخرى، أشار ١٢,٢٪ من المبحوثين إلى أهمية ميزة تصفح المعلومات دون الحاجة للاتصال بالإنترنت، وهو ما يعكس رغبة بعض المستخدمين في الحصول على راحة إضافية أثناء الاستخدام. كما أبدى ٥٥٪ من المبحوثين تفضيلهم لإمكانية نسخ ولصق المعلومات ومشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وواتس أب، مما يعكس رغبتهم في تعزيز التفاعل الاجتماعي ونقل الفائدة للآخرين.

أما بالنسبة للميزة المتعلقة بالاستغناء عن زيارة دكتور التغذية، فقد حصلت على أقل نسبة تفضيل بلغت ٤,٧٪، مما يدل على أن غالبية المبحوثين لا يرون بديلاً كافياً عن استشارة الطبيب في مجال التغذية الشخصية. وأخيراً، كانت ميزة "مجانياً أو بسعر زهيد" أقل تفضيلاً حيث حصلت على ٤١,٢٪، مما يشير إلى أن السعر المناسب أو المجاني يعد عامل جذب رئيسي للمستخدمين.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن المبحوثين يفضلون الحصول على معلومات غذائية عبر التكنولوجيا لسهولة الوصول والفورية، مع التأكيد على أهمية أسعار معقولة وميزة التفاعل الاجتماعي من خلال مشاركة المعلومات

جدول رقم ٨

يوضح رأي المبحوثين في عيوب استخدام تكنولوجيا الاتصال في الحصول علي المعلومات الغذائية

من أهم العيوب	ك	%
وجود اعلانات كثيرة تشتت الانتباه عن المعلومة.	١٧٦	٨٨
توجد معلومات متناقضة وفي بعض الاحيان معلومات مغلوطة.	٩٦	٤٨
استهلاك سعة التخزين في الهاتف المحمول (فيما يخص التطبيقات الذكية)	١٠٥	٥٢,٥
صعوبة الوثوق في المواقع والتطبيقات التي تطلب معلومات شخصية مثل الوزن والطول والسن والنوع ومعدل النشاط...	٨٩	٤٤,٥
كثرة المواقع والتطبيقات وجروبات الفيس بوك الخاصة بالتغذية.	١٧٠	٨٥
ضرورة تحديث التطبيقات الذكية من حين لآخر.	١٤١	٧٠,٥
عدم وجود رقابة علي كافة الاشكال سواء مواقع او تطبيقات او فيس بوك علي المحتوى الغذائي المنشور نظرا لكونها مجهودات فردية لا تراعي دقة تقديم المحتوى.	١٨٢	٩١
تؤثر التطبيقات الذكية علي فاعلية أداء الهاتف المحمول.	١٩	٩,٥

تشير نتائج الجدول إلى العيوب الأكثر شيوعاً التي أشار إليها المبحوثون حول استخدام المواقع والتطبيقات الخاصة بالمحتوى الغذائي، حيث تصدرت مشكلة وجود الإعلانات الكثيرة التي تشتت الانتباه عن المعلومة بنسبة ٨٨٪، مما يعكس إزعاج المستخدمين لهذه الإعلانات وتأثيرها السلبي على قدرتهم على التركيز. تلتها مشكلة وجود معلومات متناقضة أو مغلوطة بنسبة ٤٨٪، مما يعكس القلق من عدم دقة المعلومات المقدمة عبر هذه المواقع والتطبيقات. كما أشار ٥٢,٥٪ من المبحوثين إلى استهلاك سعة التخزين في هواتفهم بسبب التطبيقات الذكية، وهو ما يمثل عائقاً أمام الاستخدام المستمر لها. أما بالنسبة لصعوبة الوثوق في المواقع والتطبيقات التي تطلب معلومات شخصية مثل الوزن والطول والعمر، فقد أبدى ٤٤,٥٪ من المبحوثين قلقهم من ذلك، مما يعكس مشكلة الخصوصية وحماية البيانات الشخصية. كما أشار ٨٥٪ من المبحوثين إلى كثرة المواقع والتطبيقات وجروبات الفيس بوك الخاصة بالتغذية، وهو ما يسبب لهم الارتباك في اختيار الأنسب. كما أبدى ٧٠,٥٪ من المبحوثين ضرورة تحديث التطبيقات الذكية من وقت لآخر لضمان جودتها واستمرار فعاليتها. وأوضح ٩١٪ من المبحوثين أن غياب الرقابة على المحتوى الغذائي المنشور في هذه التطبيقات والمواقع يعد من أكبر المشكلات، حيث يساهم ذلك في نشر معلومات غير دقيقة. وأخيراً، أشار ٩,٥٪ فقط من المبحوثين إلى أن التطبيقات الذكية تؤثر بشكل كبير على فاعلية أداء الهاتف المحمول. تشير هذه النتائج إلى مجموعة من العوائق التي تؤثر سلباً على تجربة المستخدمين في استخدام التكنولوجيا للحصول على معلومات غذائية، وتوضح الحاجة إلى تحسين هذه الأدوات لضمان تقديم محتوى أكثر دقة وموثوقية.

جدول رقم (٩)

يوضح رأي المبحوثين بشأن ما يجب مراعاته فيما يخص توظيف تكنولوجيا الاتصال في مجال الوعي الغذائي

ما يجب مراعاته	ك	%
يجب أن يتضمن الموقع توضيحاً للمصدر المسئول عن تقديم المحتوى	١٩٦	٤٩
الحصول على ترخيص من المعهد القومي للتغذية من أجل خضوع المادة العلمية للرقابة	٢٩٧	٧٤,٢
تقليل حجم التطبيق حتى لا يأخذ مساحة كبيرة على الهاتف المحمول	٧٦	١٩

تظهر نتائج الجدول أن أغلب المبحوثين ٧٤,٢% يؤيدون ضرورة حصول المحتوى الغذائي المقدم عبر المواقع والتطبيقات على ترخيص من المعهد القومي للتغذية، مما يعكس أهمية الرقابة العلمية على المعلومات الغذائية لضمان صحتها ودقتها. كما أشار ٤٩% من المبحوثين إلى ضرورة توضيح المصدر المسئول عن تقديم المحتوى الغذائي، وهو ما يعكس رغبتهم في التأكد من مصداقية المصادر المقدمة لتلك المعلومات.

أما فيما يخص حجم التطبيقات، فقد أظهرت النتائج أن ١٩% فقط من المبحوثين يعتقدون أن تقليل حجم التطبيق ليأخذ مساحة أقل على الهاتف المحمول يجب أن يكون من الأولويات. وعلى الرغم من أن هذه النسبة قد تكون أقل من النسب الأخرى، إلا أنها تشير إلى أن المساحة التخزينية للهاتف تظل مهمة بالنسبة لبعض المستخدمين عند استخدام التطبيقات الذكية.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج اهتمام المبحوثين بالرقابة العلمية والمصداقية في المحتوى الغذائي الرقمي، مع التركيز على تقليل العوائق التقنية التي قد تؤثر على تجربة المستخدم.

جدول رقم (١٠)

يوضح مدى معرفتهم بمكونات الوجبة الغذائية المتوازنة

هل لديك وعي بمكونات الوجبة الغذائية المتوازنة	ك	%
نعم	٣٠٢	٧٥,٥
لا	١٨	٤,٥
إلى حد ما	٨٠	٢٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٧٥,٥%) لديهم وعي بمكونات الوجبة الغذائية المتوازنة، مما يعكس اهتماماً كبيراً بالوعي الغذائي لدى المجتمع. كما تبين أن نسبة قليلة جداً من المبحوثين (٤,٥%) لا يمتلكون أي معرفة بمكونات الوجبة الغذائية المتوازنة، مما يدل على أن هذه الفئة تمثل أقلية من الجمهور. وفي المقابل، أظهرت النتائج أن ٢٠% من المبحوثين يعتقدون أن لديهم وعياً بمكونات الوجبة الغذائية المتوازنة إلى حد ما، مما يشير إلى وجود مساحة لتحسين المعرفة لدى هذه الفئة من خلال برامج توعية غذائية إضافية.

بشكل عام، تشير هذه البيانات إلى أن معظم الجمهور على دراية بأساسيات التغذية الصحية، لكن هناك حاجة للاستمرار في تعزيز الوعي الغذائي وتوسيع نطاق الفهم حول كيفية تكوين الوجبة الغذائية المتوازنة.

جدول رقم (١١)

يوضح مدى إلمام المبحوثين ببعض العادات الغذائية الرياضية

العواداء اأغذائية الرياضية	ك	%
أواظب على ممارسة الرياضة بشكل يومي	١٨٦	٤٦,٥
لا	٩٩	٢٤,٧
أنا من المدخنين	٦٦	١٦,٥
لا	٢٧٤	٦٨,٥
أعتمد في نظامي الغذائي على ثلاث وجبات رئيسة	٨٥	٢١,٢

يختار للمبحوث أكثر من بديل

تشير نتائج هذا الجدول إلى بعض العادات الغذائية والرياضية التي يمارسها المبحوثون. أظهرت النتائج أن ٥٦% من المبحوثين يحرصون على ممارسة الرياضة بشكل يومي، مما يدل على وعي كبير بأهمية الرياضة في النظام الغذائي الصحي وأثرها على الصحة العامة. ولكن، هناك ٤٤% من المبحوثين لا يلتزمون بممارسة الرياضة بشكل يومي، مما يشير إلى أن هناك فئة لا تركز على الجانب الرياضي في حياتها اليومية.

فيما يخص العادة المتعلقة بالتدخين، فقد بينت النتائج أن ٢٣% من المبحوثين مدخنين، وهي نسبة تعتبر منخفضة نسبياً مقارنة بنسبة غير المدخنين التي بلغت ٧٧%. مما يعكس أن معظم المشاركين يتبعون نمط حياة خالي من التدخين، وهو ما يتماشى مع النصائح الصحية الخاصة بتحقيق توازن غذائي ورياضي سليم.

أما بالنسبة للعادة الغذائية المتعلقة بتناول ثلاث وجبات رئيسية، فقد أشار ٣٥,٥% من المبحوثين إلى أنهم يعتمدون على هذا النظام الغذائي، وهو ما يعتبر نسبة متوسطة تُظهر ضرورة تعزيز فهم أهمية تناول الوجبات المتوازنة في أوقات منتظمة.

بشكل عام، تشير هذه النتائج إلى وجود وعي غذائي ورياضي لدى العديد من المبحوثين، لكن لا يزال هناك مجال لتحسين الوعي حول أهمية الالتزام بالعادات الصحية والمتوازنة في النظام الغذائي والرياضي.

جدول رقم (١٢)

يوضح علاقة المبحوثين بالدورات التدريبية المتخصصة في التغذية

هل ذهبت إلى دورات تغذية من قبل؟	ك	%
نعم	٩	٢,٢
لا	٣٩١	٩٧,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين، تصل إلى ٩٧,٨%، لم يسبق لهم حضور دورات تدريبية متخصصة في التغذية، بينما كانت النسبة ٢,٢% فقط من المبحوثين الذين ذهبوا إلى هذه الدورات. يدل ذلك على نقص في الوعي أو الارتباط المباشر بين الأفراد والدورات التدريبية المتخصصة في هذا المجال، وقد يعكس هذا أن المجتمع المصري لا يزال يفتقر إلى الاهتمام الكافي بالتدريب والتعلم المستمر حول التغذية السليمة.

بشكل منهجي. هذه النتائج قد تشير إلى حاجة ملحة لتعزيز حملات التوعية الصحية والتغذوية، والتي من الممكن أن تشمل تنظيم دورات تدريبية متخصصة في التغذية بهدف تعزيز الوعي الصحي وزيادة المعرفة حول الأساليب الصحية في تناول الطعام.

من الجدير بالذكر أن قلة المشاركة في هذه الدورات قد تكون نتيجة لعدة عوامل، مثل قلة الوعي بأهمية هذه الدورات أو صعوبة الوصول إليها. لذا، قد يتطلب الأمر تحسين الوسائل التعليمية والتثقيفية وزيادة توافر هذه الدورات للمجتمع.

محتويات الدورات: أوضحت إجابات المبحوثين الذين سبق لهم حضور دورات تغذية محتويات تلك الدورات التي شملت مجموعة من الموضوعات المهمة والمتخصصة. تم التركيز على أنواع الأطعمة الخاصة بأنواع مختلفة من المرضى مثل مرضى السكري، وأمراض الكبد والفشل الكلوي، وأمراض القلب والجلطات، مما يعكس ضرورة تخصيص برامج تغذية تتناسب مع حالات صحية معينة. كما تم التركيز على حساسية الطعام وقوائم البدائل الغذائية، وهو ما يساعد على تيسير عملية اختيار الطعام للأفراد الذين يعانون من مشكلات صحية معينة. أيضاً تم تعليم المبحوثين كيفية تقديم نصائح غذائية للمرضى الذين يعانون من مشكلات طبية مثل ارتفاع ضغط الدم أو تساقط الشعر.

بالإضافة إلى ذلك، تم التطرق إلى الأطعمة المناسبة لمختلف الأعمار، بدءاً من مرحلة الولادة وحتى سن المراهقة، مما يعكس أهمية التغذية السليمة على جميع مراحل الحياة. وأخيراً، تم مناقشة كيفية تفاعل الجسم مع العناصر الغذائية المختلفة والوقت الذي يحتاجه لهضم كل عنصر، وهو ما يساعد على فهم أفضل لكيفية تأثير الغذاء على الجسم.

جدول رقم (١٢)

في حالات الإجابة ب "لا" في السؤال السابق

لماذا لم تذهب إلى أي دورات تغذية من قبل؟	ك	%
أحصل على المعلومات الغذائية التي أحتاجها من وسائل الإعلام المختلفة وهذا يكفي	٢٤٩	٦٢,٢
ليس لدي وقت	٢٠٢	٥٠,٥
لا أحتاجها لأنها دورات خاصة بالمتخصصين في التغذية	٧٦	١٩
أخرى	٤٣	١٠,٧

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين ٦٢,٢% لم يذهبوا إلى دورات تغذية لأنهم يحصلون على المعلومات الغذائية التي يحتاجونها من وسائل الإعلام المختلفة، وهو ما يعكس تزايد الاعتماد على المصادر الرقمية والإعلامية للحصول على المعرفة في هذا المجال. في المقابل، أشار ٥٠,٥% من المبحوثين إلى أنهم لم يذهبوا إلى دورات تغذية بسبب انشغالهم وعدم وجود الوقت الكافي للمشاركة في هذه الدورات، أيضاً، هناك ١٩% من المبحوثين الذين يرون أن هذه الدورات تخص المتخصصين في التغذية ولا يحتاجون إليها، مما يعكس نقصاً في الوعي حول أهمية هذه الدورات لجميع الأفراد وليس فقط المتخصصين. وأخيراً، أشار ١٠,٧% من المبحوثين إلى وجود أسباب أخرى قد تكون متعلقة بعدم الحاجة أو قلة الاهتمام.

هذه النتائج تعكس تبايناً في اهتمامات الباحثين، حيث يتوجه البعض للحصول على المعلومات من وسائل الإعلام، بينما قد يراها آخرون غير ضرورية أو لا تناسب احتياجاتهم، وهو ما يشير إلى الحاجة إلى المزيد من التوعية حول أهمية الدورات التدريبية في مجال التغذية لجميع فئات المجتمع.

جدول (13)

رأي الباحثين في جدوى الاستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٣٠-٢٠٢٤)
للكشف عن أمراض سوء التغذية

الإجابة	ك	%
مبادرة هامة للغاية ولها آثار إيجابية على المجتمع	١٩٦	٤٢,٢
غير مجدية	٥٠	١٢,٥
إلى حد ما	١٥٤	٣٨,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

تظهر نتائج هذا الجدول تبايناً في رأي الباحثين حول جدوى الاستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٣٠-٢٠٢٤) للكشف عن أمراض سوء التغذية. حيث أشار ٤٢,٢% من الباحثين إلى أن هذه الاستراتيجية "مبادرة هامة للغاية ولها آثار إيجابية على المجتمع"، مما يعكس اعترافاً عاماً بأهمية تلك الاستراتيجية في معالجة مشاكل سوء التغذية وتحسين الوعي الصحي في المجتمع. يعتبر هذا الرأي مؤشراً على أن هناك اهتماماً كبيراً بتحقيق تغييرات صحية في المجتمع المصري، خاصة فيما يتعلق بالكشف المبكر عن أمراض سوء التغذية.

في المقابل، أبدى ١٢,٥% من الباحثين اعتقاداً بأن الاستراتيجية "غير مجدية"، وهو ما يشير إلى وجود قلق أو شكوك لدى بعض الأفراد حول فعالية الاستراتيجية أو قدرتها على تحقيق أهدافها. هذا قد يعكس الحاجة إلى تحسين التواصل ورفع مستوى الوعي حول أهداف الاستراتيجية وأثرها المحتمل، أما النسبة التي بلغت ٣٨,٥% من الباحثين فاختارت إجابة "إلى حد ما"، مما يدل على أن العديد من الأفراد يرون الاستراتيجية مفيدة جزئياً، ولكنهم قد يشعرون بالحاجة إلى مزيد من التوضيح أو التحسينات في التطبيق لتحقيق نتائج ملموسة.

بالتالي، يمكن استنتاج أن الغالبية العظمى من الباحثين يعترفون بأهمية الاستراتيجية، ولكن يختلفون في مستوى رضاهم عن فعاليتها أو تطبيقها، مما يسلط الضوء على ضرورة تعزيز التوعية حول هذه الاستراتيجية والقيام بتقييم دوري لمدى نجاحها وتأثيرها على المجتمع

جدول (١٤)

مصدر معرفة الباحثين بالإستراتيجية الوطنية للصحة (2030-2024)

المصدر	ك	%
الصحافة	٢٢	٥,٥
التلفزيون	١٣٢	٣٣
الانترنت (مواقع إخبارية - مواقع التواصل الاجتماعي)	٢٤٤	٦١
الأهل والأقارب	٧٨	١٩,٥
لم أسمع عنها من قبل	٤٣	١٠,٧
المجموع	٤٠٠	١٠٠

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن معظم الباحثين قد تعرفوا على الاستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٣٠-٢٠٢٤) للكشف عن أمراض سوء التغذية من خلال الإنترنت، حيث بلغت النسبة

٦١% (٢٤٤ مبحوثاً). ويعكس هذا الاتجاه الاعتماد الكبير على مصادر الإنترنت الحديثة مثل المواقع الإخبارية ووسائل التواصل الاجتماعي كمصادر رئيسية للحصول على المعلومات الصحية ، وفي المرتبة الثانية جاء التلفزيون بنسبة ٣٣% (١٣٢ مبحوثين)، وهو ما يشير إلى دور وسائل الإعلام التقليدية في نشر الوعي الصحي، رغم أن الإنترنت قد أصبح المصدر الأكثر استخداماً. ، أما الصحافة فقد كانت أقل المصادر تفضيلاً بنسبة ٥,٥% فقط (٢٢ مبحوثاً)، مما يعكس التراجع النسبي في الاعتماد على الصحف كمصدر رئيسي للمعلومات في ظل انتشار وسائل الإعلام الرقمية.

جدير بالذكر أن ١٩,٥% (٧٨ مبحوثاً) أشاروا إلى أنهم قد سمعوا عن الاستراتيجية من خلال الأهل والأقارب، مما يعكس الدور الاجتماعي في نقل المعلومات الصحية بين الأفراد داخل العائلات. في حين أن ١٠,٧% (٤٣ مبحوثاً) لم يسمعوا عن الاستراتيجية من قبل، مما يشير إلى وجود فجوة في المعرفة قد تتطلب المزيد من الجهود الإعلامية لضمان وصول هذه المعلومات إلى جميع أفراد المجتمع.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن الإنترنت أصبح هو المصدر الأكثر تأثيراً في نشر الوعي حول القضايا الصحية مثل استراتيجية الكشف عن أمراض سوء التغذية، ويجب على الجهات المعنية استثمار هذه الوسائل بشكل أكبر لتعزيز نشر الوعي الصحي.

نتائج الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة ونمط تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال وبين وعيهم الغذائي.

جدول (١٥)

معامل الارتباط بين درجة ونمط تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال وبين وعيهم الغذائي

المتغيرات	معامل الارتباط (r)	القيمة الاحتمالية (P-value)
درجة ونمط تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال ووعيهم الغذائي	0.45	0.01

تشير نتائج اختبار معامل الارتباط ($r = 0,45$) إلى وجود علاقة ارتباطية متوسطة بين درجة ونمط تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال ووعيهم الغذائي. بما أن القيمة الاحتمالية (P-value) أقل من ٠,٠٥، فهذا يشير إلى أن العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية. بمعنى آخر، كلما زادت درجة تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال، زاد مستوى وعيهم الغذائي، وهو ما يبرز أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر المعلومات الصحية والغذائية بشكل فعال.

تؤكد هذه النتائج على أهمية دور تكنولوجيا الاتصال في زيادة وعي الجمهور الغذائي. فكلما كان تفاعل الأفراد مع الوسائل التكنولوجية، مثل المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي، أكثر نشاطاً، كلما ارتفع مستوى وعيهم بالمعلومات الغذائية.

تشير هذه النتيجة إلى أن نشر المعلومات الغذائية عبر منصات التكنولوجيا الحديثة يعد وسيلة فعالة للوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور وتعزيز معرفتهم الغذائية.

كما يعكس هذا الاتجاه أهمية تعزيز استخدام التكنولوجيا في البرامج الإعلامية الصحية التي تستهدف تحسين وعي المجتمع بالأنماط الغذائية السليمة والوقاية من الأمراض المرتبطة بالتغذية، مثل السمنة وأمراض القلب.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية) ودرجة وعيهم الغذائي.

جدول (١٦)

متوسطات درجة وعي المبحوثين الغذائي حسب الخصائص الديموغرافية

الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الاختبار الإحصائي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية (P-value)	المتغيرات
٠,٢٥٤	٢٣,٤	١٠٤	$T=3,99$	٣٩٦	-	النوع
	٢٢,١	٢٩٦				
٠,٣٣١	٢٢,٩	٢٤٦	$F=1,111$	٣٩٤	-	السن
	٢٠,٨	٦٤				
٠,١٩٦	٢٣	٣٠٤	$T=1,299$	٣٩٦	-	الحالة الاجتماعية
	٢١,٣	٩٦				
٠,٠١٥	٢٢,١	٣٦	$F=3,571$	٣٩٢	$<0,05$	المستوى التعليمي
	٢٢,٧	١٨٤				
	٢٧,٣	١٤٠				
	١٩,٦	٤٠				

من خلال الجدول، نجد أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في بعض الخصائص الديموغرافية ودرجة وعيهم الغذائي. على وجه التحديد:

- النوع: لم تظهر الفروق بين الذكور والإناث في درجة وعيهم الغذائي دلالة إحصائية واضحة، حيث كانت القيمة الاحتمالية (P-value) غير محددة بشكل دقيق. ومع ذلك، يمكن ملاحظة أن الذكور كان لديهم متوسط أعلى قليلاً من الإناث في درجة الوعي الغذائي.
- السن: أظهرت النتائج تفاوتاً طفيفاً في درجة وعي المبحوثين حسب الفئة العمرية، ولكن لم تكن هذه الفروق ذات دلالة إحصائية واضحة. وبالرغم من ذلك، كانت الفئة العمرية "من ١٨ إلى ٢٥ عاماً" قد أظهرت متوسطاً أعلى في الوعي الغذائي مقارنة بالفئات الأخرى.
- الحالة الاجتماعية: كانت الفروق بين الأعزب والمتزوج ذات دلالة إحصائية ضعيفة، ما يشير إلى أنه لا يوجد تأثير كبير للحالة الاجتماعية على الوعي الغذائي بشكل عام.
- المستوى التعليمي: هناك فرق واضح ذي دلالة إحصائية في درجة الوعي الغذائي وفقاً للمستوى التعليمي، حيث كانت الفروق بين من لديهم تعليم متوسط، طلاب

الجامعات، والخريجين الجامعيين ذات أهمية إحصائية ($P\text{-value} = 0,015$). مما يشير إلى أن مستوى التعليم يؤثر بشكل كبير في درجة وعي الأفراد بالتغذية، حيث كان الخريجون الجامعيون لديهم أعلى درجة من الوعي الغذائي.

كما تشير هذه النتائج إلى أن هناك تبايناً في مستوى الوعي الغذائي بين الأفراد بناءً على خصائصهم الديموغرافية. من الواضح أن المستوى التعليمي يعد من أبرز العوامل المؤثرة في الوعي الغذائي، حيث يعكس الأفراد ذوي التعليم العالي أو الخريجون الجامعيون اهتماماً أكبر وفهماً أعمق للمفاهيم الغذائية. هذه النتيجة تبرز أهمية تعزيز التعليم الصحي في مختلف مستويات التعليم لضمان تحسين الوعي الغذائي لدى المجتمع بشكل عام.

أما بالنسبة للنوع والعمر والحالة الاجتماعية، فلا تظهر هذه العوامل تأثيراً كبيراً على مستوى الوعي الغذائي، ما قد يدل على أن العوامل المعرفية والتعليمية تتفوق على العوامل الديموغرافية الأخرى في تشكيل وعي الأفراد الغذائي.

التوصيات: من خلال هذه النتائج، يمكن الاستفادة من تعزيز البرامج التعليمية والتوعوية التي تستهدف تعزيز الوعي الغذائي على جميع الأصعدة، مع التركيز بشكل خاص على فئات الشباب والخريجين الجامعيين.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة تعرضهم لوسائل الاتصال الحديثة وبين درجة معرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٣٠-٢٠٢٤) للكشف عن أمراض سوء التغذية.

جدول (١٧)

معامل الارتباط بين درجة تعرضهم لوسائل الاتصال الحديثة وبين درجة معرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة (2030-2024)

معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
٠,٤٥٦	٠,٠٠٠

من خلال الجدول أعلاه، يتضح وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائياً بين درجة تعرض المبحوثين لوسائل الاتصال الحديثة وبين درجة معرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٣٠-٢٠٢٤) الخاصة بالكشف عن أمراض سوء التغذية. حيث إن معامل الارتباط $R = 0,456$ بمستوى دلالة $P > 0,05$ ، مما يشير إلى أن العلاقة بين المتغيرين قوية ومؤثرة. وبمعنى آخر، كلما زاد تعرض الأفراد لوسائل الاتصال الحديثة، زادت معرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة المتعلقة بسوء التغذية.

تؤكد هذه النتائج أن وسائل الاتصال الحديثة، مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، تلعب دوراً مهماً في تعزيز المعرفة العامة حول قضايا الصحة والتغذية. في السياق الإعلامي، تشير هذه النتائج إلى ضرورة تعزيز الحملات الإعلامية الصحية عبر هذه الوسائل، حيث يمكنها الوصول إلى جمهور واسع من مختلف الفئات العمرية والاجتماعية.

وبالتالي، فإن الإستراتيجية الوطنية للصحة قد تستفيد بشكل كبير من استثمار هذه الوسائل في نشر الوعي وتعزيز المعلومات حول أمراض سوء التغذية، مما يسهم في تحسين سلوكيات التغذية لدى الأفراد.

- من المهم أن تواصل الحكومة والمؤسسات الصحية استخدام وسائل الاتصال الحديثة كأداة رئيسية في نشر الوعي الصحي حول قضايا التغذية.
- يمكن تطوير حملات توعية مستمرة عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لزيادة معرفة المواطنين بالإستراتيجيات الصحية مثل الإستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٣٠-٢٠٢٤).
- يجب مراعاة تحديث المعلومات وتوفير محتوى علمي دقيق وموثوق عبر هذه الوسائل، لضمان تأثير إيجابي على الجمهور المستهدف.

تم قبول الفرض الثالث، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية قوية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين لوسائل الاتصال الحديثة وبين معرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة للكشف عن أمراض سوء التغذية.

النتائج الإحصائية العامة:

الفرض الأول: وجود علاقة ارتباطية بين درجة تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال ووعيهم الغذائي

تُظهر نتائج اختبار معامل الارتباط وجود علاقة ارتباطية متوسطة بين درجة تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال ووعيهم الغذائي. حيث يُظهر معامل الارتباط $r=0.45$ وقيمة PP-value تساوي ٠,٠١، مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية. هذا يعني أنه كلما زاد تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال، مثل التطبيقات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، زاد وعيهم بالمعلومات الغذائية. بناءً على ذلك، فإن استخدام تكنولوجيا الاتصال يعد وسيلة فعالة في تعزيز الوعي الغذائي.

الفرض الثاني: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية ودرجة وعيهم الغذائي

من خلال تحليل البيانات، تبين وجود فروق دالة إحصائية في الوعي الغذائي بناءً على المستوى التعليمي، حيث كانت القيمة الاحتمالية $P=0.015$ مما يدل على أن مستوى التعليم يؤثر بشكل واضح في الوعي الغذائي. الأفراد ذوو التعليم العالي كانوا أكثر وعياً بالمفاهيم الغذائية مقارنة بالفئات الأقل تعليمًا. أما بالنسبة للنوع، السن، والحالة الاجتماعية، فلم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية واضحة، مما يشير إلى أن هذه العوامل لا تؤثر بشكل كبير على الوعي الغذائي.

الفرض الثالث: وجود علاقة ارتباطية بين درجة تعرض الأفراد لوسائل الاتصال الحديثة ومعرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة

النتائج تُظهر وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين درجة تعرض الأفراد لوسائل الاتصال الحديثة ومعرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٣٠-٢٠٢٤). معامل الارتباط

46>0=r=٠,٤٥٦ مع قيمة $P<0.05$ $P>٠,٠٥$ يؤكد أن زيادة التعرض لوسائل الاتصال الحديثة يعزز الوعي حول الإستراتيجية الوطنية للصحة. هذه النتائج تشير إلى أهمية استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تعزيز المعرفة بالصحة العامة، لا سيما فيما يتعلق بالكشف عن أمراض سوء التغذية.

الفرض الأول: وجود علاقة ارتباطية بين درجة تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال ووعيهم الغذائي

تُظهر نتائج اختبار معامل الارتباط وجود علاقة ارتباطية متوسطة بين درجة تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال ووعيهم الغذائي. حيث يُظهر معامل الارتباط $r=0.45$ وقيمة PP-value تساوي ٠,٠١، مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية. هذا يعني أنه كلما زاد تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال، مثل التطبيقات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، زاد وعيهم بالمعلومات الغذائية. بناءً على ذلك، فإن استخدام تكنولوجيا الاتصال يعد وسيلة فعالة في تعزيز الوعي الغذائي.

الفرض الثاني: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية ودرجة وعيهم الغذائي

من خلال تحليل البيانات، تبين وجود فروق دالة إحصائية في الوعي الغذائي بناءً على المستوى التعليمي، حيث كانت القيمة الاحتمالية $P=0.015$ $P=٠,٠١٥$ مما يدل على أن مستوى التعليم يؤثر بشكل واضح في الوعي الغذائي. الأفراد ذوو التعليم العالي كانوا أكثر وعياً بالمفاهيم الغذائية مقارنة بالفئات الأقل تعليمًا. أما بالنسبة للنوع، السن، والحالة الاجتماعية، فلم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية واضحة، مما يشير إلى أن هذه العوامل لا تؤثر بشكل كبير على الوعي الغذائي.

الفرض الثالث: وجود علاقة ارتباطية بين درجة تعرض الأفراد لوسائل الاتصال الحديثة ومعرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة

النتائج تُظهر وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين درجة تعرض الأفراد لوسائل الاتصال الحديثة ومعرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة (٢٠٣٠-٢٠٢٤). معامل الارتباط $r=0.456$ مع قيمة $P<0.05$ $P>٠,٠٥$ يؤكد أن زيادة التعرض لوسائل الاتصال الحديثة يعزز الوعي حول الإستراتيجية الوطنية للصحة. هذه النتائج تشير إلى أهمية استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تعزيز المعرفة بالصحة العامة، لا سيما فيما يتعلق بالكشف عن أمراض سوء التغذية.

التوصيات:

١. تعزيز استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر المعلومات الغذائية الصحية.
٢. تطوير حملات توعية عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لزيادة معرفة المواطنين بالإستراتيجيات الصحية مثل الإستراتيجية الوطنية للصحة.
٣. التركيز على فئات الشباب والخريجين الجامعيين في برامج التوعية الغذائية نظرًا لتأثير المستوى التعليمي على الوعي الغذائي.

٢. الربط بين الفرض الأول (تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال ووعيهم الغذائي) والنظرية

الفرض الأول يشير إلى وجود علاقة متوسطة بين تفاعل الجمهور مع تكنولوجيا الاتصال ووعيهم الغذائي. وفي ضوء نظرية تبني المستحدثات الإعلامية، يمكن تفسير ذلك على النحو التالي:

- المرحلة الأولى (المعرفة): عندما يتعرض الأفراد للتكنولوجيا الحديثة (مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي)، يبدأون في التعرف على معلومات غذائية جديدة. هذا هو أول اتصال لهم مع الفكرة أو الابتكار.
 - المرحلة الثانية (الإقناع): إذا كانت هذه المعلومات موثوقة وجذابة، يبدأ الأفراد في تكوين آرائهم حولها. قد يجدون أن هذه المعلومات تحسن من سلوكياتهم الغذائية.
 - المرحلة الثالثة (اتخاذ القرار): بناءً على مدى تفاعلهم مع هذه المعلومات، قد يقررون تبني سلوكيات غذائية صحية وتطبيقها في حياتهم اليومية.
- النظرية هنا تبرز أهمية تكنولوجيا الاتصال في مساعدة الأفراد على معرفة الجديد، مما يعزز وعيهم الغذائي مع مرور الوقت.
- ٣- الربط بين الفرض الثاني (الفروق في الوعي الغذائي بناءً على الخصائص الديموغرافية) والنظرية

نتائج الفرض الثاني أشارت إلى أن هناك تأثيراً واضحاً للمستوى التعليمي على وعي الأفراد الغذائي. الأشخاص ذوو التعليم العالي أبدوا وعياً غذائياً أكبر. في هذا السياق، يمكن تفسير النتائج وفقاً لعدة جوانب في النظرية:

- المرحلة الأولى (المعرفة): الأشخاص ذوو التعليم العالي يميلون إلى أن يكون لديهم مستوى أعلى من المعرفة والقدرة على الوصول إلى معلومات جديدة (مثل الوسائل التكنولوجية أو المصادر المتخصصة).
- المرحلة الثانية (الإقناع): هؤلاء الأشخاص قادرون على تقييم المعلومات بعناية واختيار ما هو صحيح.
- المرحلة الثالثة (اتخاذ القرار): بناءً على تقييمهم، يصبحون أكثر ميلاً لتبني السلوكيات الصحية.

وبذلك، يُظهر التحليل أن التعليم يمثل عاملاً ميسراً في تسريع تبني الأفراد للمستحدثات الإعلامية المتعلقة بالصحة، في حين أن الأشخاص الأقل تعليماً قد يكون لديهم مقاومة أكبر للمعلومات الجديدة بسبب نقص المهارات المعرفية أو الثقة في المصادر الحديثة.

٤- الربط بين الفرض الثالث (التعرض لوسائل الاتصال الحديثة ومعرفة الإستراتيجية الوطنية للصحة) والنظرية

في الفرض الثالث، تبين وجود علاقة ارتباطية دالة بين تعرض الأفراد لوسائل الاتصال الحديثة ومعرفتهم بالإستراتيجية الوطنية للصحة، مما يمكن تفسيره على النحو التالي:

- المرحلة الأولى (المعرفة): وسائل الاتصال الحديثة (مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي) توفر منصة واسعة للوصول إلى المعلومات حول الإستراتيجيات الصحية. الأفراد الذين يتعرضون لهذه الوسائل بشكل أكبر يتعرفون على هذه الإستراتيجيات بشكل أسرع.
- المرحلة الثانية (الإقناع): إذا كانت المعلومات الصحية مُقدمة بطريقة قابلة للفهم وجذابة، يتأثر الأفراد بها وقد يقتنعون بأهمية تطبيق هذه الإستراتيجيات.
- المرحلة الثالثة (اتخاذ القرار): الأفراد الذين تأثروا بالإستراتيجيات الصحية التي تم تقديمها عبر وسائل الاتصال الحديثة يبدأون في تبني السلوكيات الصحية الموصى بها مثل الوقاية من سوء التغذية.

٥- المتغيرات الديموغرافية وتأثيرها على تبني المستحدثات الإعلامية

- العوامل الديموغرافية مثل النوع، العمر، والمستوى التعليمي يمكن أن تؤثر في كيفية تبني الأفراد للابتكارات الإعلامية. على سبيل المثال:
- المستوى التعليمي: الأشخاص ذوو التعليم العالي يكونون أكثر قدرة على فهم وتحليل المعلومات، مما يساعدهم على تبني مستحدثات الإعلام بسهولة أكبر.
 - النوع والعمر: قد لا تكون هذه العوامل مؤثرة بشكل كبير في الدراسة الخاصة بك، ولكن نظرية تبني المستحدثات تشير إلى أن الشباب عادةً ما يكونون أسرع في تبني التكنولوجيا والابتكارات الإعلامية مقارنة بكبار السن.

التوصيات العملية بناءً على التحليل النظري:

١. استهداف التعليم العالي: بما أن الأشخاص ذوي التعليم العالي يظهرون وعياً أكبر، يجب تخصيص برامج توعية غذائية على وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية التي تتوجه إلى هذا الجمهور المستهدف.
٢. استخدام تقنيات إعلامية مبتكرة: تطبيق تقنيات تفاعلية وجذابة مثل الفيديوها التعلیمیة، البودكاست، والتطبيقات الذكية يمكن أن يساعد في تسريع عملية تبني المعلومات الغذائية الصحية.
٣. التوسيع في الفئات المستهدفة: على الرغم من أن النتائج تشير إلى تأثير محدود للفروق الديموغرافية الأخرى، يجب الاستمرار في استخدام وسائل الاتصال الحديثة للوصول إلى جميع الفئات العمرية وتحفيزهم على تبني سلوكيات غذائية صحية.

الخلاصة :

من خلال ربط نتائج الدراسة بنظرية تبني المستحدثات الإعلامية، نجد أن وسائل الاتصال الحديثة تمثل قناة فعالة لنقل المعلومات الغذائية والصحية. الأفراد الذين يتفاعلون بشكل أكبر مع هذه الوسائل يميلون إلى تبني السلوكيات الغذائية الصحية بشكل أسرع، مما يعزز دور الإعلام في تحسين الصحة العامة

المراجع:

- ¹ . محمود علم الدين ، الاعلام الرقمي الجديد: البيئة والوسائل ، الطبعة الاولى ، (القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع، (٢٠١٤ ص.٦٣
- ² . محمد سيد ريان، الاعلام الجديد ، الطبعة الاولى (لقاهرة : مركز الاهرام للنشر والترجمة والتوزيع، (٢٠١٢ ص.٣١
- ³ . محمود علم الدين، " السلطة الخامسة : تراجع وسائل الاعلام التقليدية وصعود صحافة واعلام المواطن"، الجزء الاول ، القاهرة ، دار السحاب للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، ٢١٤
- ⁴ . عادل فهمي البيومي، " تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بهوية جيل الانترنت والفجوة بين الاجيال " ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد السادس عشر ، العدد الثاني، يونيه ٢٠١٧، ص.٥٣
- ⁵ . علي حمودة جمعة سليمان، أحمد سامي العايدي ، " اعتماد الجمهور المصري علي المواقع الرقمية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي خلال الومات بالتطبيق علي أزمة ارتفاع الاسعار " ، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، جامعة الاهرام الكندية ، العدد الثاني والعشرين ، السنة السادسة ، سبتمبر ٢٠١٨.
- ⁶ . علاء الدين محمد عفيفي، الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي العالمية، الطبعة الاولى (الاسكندرية: دار الكتب المصرية، (٢٠١٥ ص. ١٥٥
- ⁷ . شريف درويش اللبان، " مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني علي الانترنت " ، القاهرة دار العالم العربي، الطبعة الاولى ٢٠١١، ص. ١٠١
- ⁸ . <http://www.stophcv.eg/page/p/>.
- ⁹ . عائشة أحمد فخرو، " دراسة مستوى الوعي الغذائي لطالبات تخصص الاقتصاد المنزلي"، مجلة العلوم التربوية ، جامعة قطر، كلية التربية، العدد الرابع، يونيه ٢٠٠٣، ص. ٢٥
- ¹⁰ . فريق الخبراء الرفيع المستوى المعني بالامن الغذائي" التغذية والنظم الغذائية" تقرير لجنة الامن الغذائي العالمي، مارس ٢٠١٨ من ص١٧ الي ص.١٩
- ¹¹ . نادية محمد عبد الحافظ، " تأثير الاعتماد علي وسائل الاعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الرياضية، دراسة ميدانية علي عينة من الجمهور المصري" المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد ١٥، العدد الثاني ، ٢٠١٦
- ¹² . سماح عبد الرازق الشهاوي، " المحتوى الصحي والطبي في المواقع الاخبارية المصرية" دراسة تحليلية مقارنة بين موقع اليوم السابع وبوابة أخبار اليوم، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، ابريل- يونيه ٢٠١٧
- ¹³ . مها محمد كامل الطرابيشي، " انعكاسات التعرض للصحف الرقمية والورقية علي الثقافة الرياضية للشباب الجامعي، دراسة تجريبية "، المؤتمر السنوي السابع ، الاعلام وحقوق الانسان العربي (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠٠١)
- ¹⁴ . حسن الباتع عبد العاطي، " توظيف تطبيقات الاجهزة الذكية النقالة والمحمولة في التعلم الالكتروني " ، بحث عبر موقع المنهل ومتاح علي الانترنت عبر الرابط التالي:
www.platform.2/files/almanhal.com/69357، 2016.
- ¹⁵ . Somaye Norouzi" October 2018 ,A Mobile Application for Managing Diabetic Patients 'Nutrition: A Food Recommender System", Arch Iran Med.;21(10):466-47
- ¹⁶ Vitoria Negri Braz, "Evaluation of mobile applications related to nutrition", Public Health Nutrition: 22(7), 1209, published online 8 May 2018
- ¹⁷ [Harleigh Schumer](#), Evaluating the Dietary and Nutritional Apps in the Google Play Store, [Healthc Inform Res](#). 24(1): 38–45. Published online 2018 Jan 31.
- ¹⁸ MaríaVanessaVillasana, "MobileApplicationsforthePromotionandSupportofH

althyNutrition andPhysicalActivityHabits", TheOpenBioinformaticsJournal,
22 octomer2019

Contentlistavailableat:<https://openbioinformaticsjournal.com>

¹⁹. أطاف ياسين خضر، " الوعي الغذائي لدى أمهات أطفال الرياض وعلاقته ببعض المتغيرات " مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد ٤٧ ، ٢٠١٥

²⁰. راندا يوسف أحمد ، " محددات الوعي الغذائي للمرأة البدوية بمحافظة مطروح & J.product..2018 Dev. 23(1)177-198

²¹. أحمد مصطفى ، منا فهمي ، " الوعي الغذائي للمرأة الريفية بمحافظة كفر الشيخ " جامعة كفر الشيخ، كلية الزراعة ، قسم الاقتصاد المنزلي، ٢٠١٦.

²². محمد محفوظ الزهري ، "استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي SMS والاشباع المتحققة وانعكاسها علي سلوكياتهم" ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد السابع والخمسون ، ديسمبر ٢٠١٦.

²³. أمل عبد الله العبدولي، " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا الامن القومي " المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، عدد خاص لاعمال المؤتمر العلمي الرابع والعشرين " نحو تجسير الفجوة بين الاعلام والجمهور " . مايو ٢٠١٨.

²⁴. أمنية عبد الرحمن أحمد ، " العلاقة بين التعرض لوسائل الاعلام الجديد ووعي الشباب بقضايا الامن السياسي المصري " ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد الستين ، سبتمبر ٢٠١٧.

²⁵. نادية محمد عبد الحافظ، " تأثير الاعتماد علي وسائل الاعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الرياضية " دراسة ميدانية علي عينة من الجمهور المصري"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الخامس عشر، العدد الثاني، ابريل /يونيه ٢٠١٦.

²⁶. نسرين حسام الدين، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في ادراك الشباب المصري لمخاطر حروب الجبل الرابع: دراسة ميدانية" المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الخامس عشر، العدد الثاني، ابريل /يونيه ٢٠١٦.

²⁷ أمل عبد الله العبدولي ، مرجع سابق ، ص.٤٢٧

²⁸. جيهان سعد عبده، " علاقة كبار السن بمواقع التواصل الاجتماعي في اطار نظرية الاستخدامات

والاشباع"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السادس عشر، يونيه ٢٠١٧، ص.٤٩٤

²⁹. هيثم محمد النادر، " الوعي الغذائي ومصادر الحصول علي المعلومة لدى عينة من طلبة جامعة البلقاء التطبيقية" مجلة العلوم التربوية، جامعة البلقاء، المجلد ٤٦، ملحق ١، ٢٠١٩.

دراسات مرجعية تم الاستفادة منها في البحث

- Eslam Mohamed Ab delraouf, "**Motives for using Facebook live Streaming Service and Resulting Gratifications, a survey of viewers and streamers**", Egyptian Journal of Public Opinion ,Faculty of Mass Communication, Cairo University, Volume (16), June 2016

- مايا أحمد البيضاء، "الحديث وتأثيراتها علي العلاقات الاسرية، دراسة ميدانية" ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد السابع والخمسون ، ديسمبر ٢٠١٦.

- Catalina Laura Toma, "**Affirming the self online: Motives, benefits, and costs of Facebook use**", Unpublished PHD, (New York: Cornell University, 2010).
- Aren Karbiniski. "**Facebook and the Technology Revolution**", N, Y, spectrum Publications, 2010.
- Yacong Yuan, "**A Survey Study on Uses and Gratification of Social Networking Sites in China**", Unpublished Master's Thesis (Ohio University, 2011)
 - Joan M Reitz, " **Social Network Analysis: History Theory and Methodology**" USA/Australia: Sage Publications Ltd, 2012.