

تقييم فعالية حملات التسويق الصحي في تبني المرأة للسلوكيات الصحية: دراسة حالة لمبادرة بداية جديدة لبناء الانسان تحت شعار مشوار الألف الذهبية

الباحثة/ ريهان جمال سليمان شعلان*

إشراف/ أ.د. سلوى العوادلي**

إشراف مشارك/ أ.د. نرمين عوجة**

ملخص الدراسة:

من واقع أهمية وأثر ودور الحملات الصحية في دعم وتحقيق أهداف نشر الوعي الصحي هدفت الدراسة إلى تقييم فعالية الحملات الصحية في تبني المرأة للسلوكيات الصحية من خلال دراسة حالة مبادرة بداية جديدة لبناء الإنسان تحت شعار مشوار الألف الذهبية، وبلاستفادة من رصد الاتجاهات البحثية الحديثة في تقييم فعالية الحملات الصحية، إضافة إلى التعرف على مدى وعي المرأة المصرية عينة البحث ومدى تبنيها للسلوكيات الصحية وتحديد العوامل المؤثرة في نجاح وفعالية المبادرة وتأثيرها في السلوك.

وفي تطبيق منهج دراسة الحالة طبقت الدراسة أداة المجموعة البؤرية على عدد (١٠) من السيدات المشاركات في المبادرة، وقد بينت نتائج الدراسة فعالية المبادرة في زيادة مستوى المعرفة والوعي الصحي وأهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تدعيم نشر تلك المبادرات ودعم التفاعل بشأنها إضافة إلى أهمية تحقيق التكامل بين مختلف الوسائل لتعزيز المشاركة والانتشار وأنه كان لتلك المبادرة أثراً فإتبني السلوكيات الصحية وتغيير المعتقدات الخاطئة فيما يخص صحة المرأة والطفل والمجتمع.

الكلمات الدالة:

الحملات الصحية - ثراء الوسيلة الاعلامية - نموذج المعتقد الصحي - مبادرة بداية - السلوكيات الصحية.

*باحثة دكتوراة قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الاعلام جامعة القاهرة

**الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان-كلية الإعلام - جامعة القاهرة

**الأستاذة المساعدة بقسم العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام جامعة القاهرة

Evaluating the Effectiveness of Health Marketing Campaigns in Women's Adoption of Healthy Behaviors: A case study of the New Beginning Initiative for Human Development - under the slogan of the Golden Thousand Journey

Riham Gamal Soliman Shaalan *

Supervisor: Prof. Dr. Salwa Al-Awadly **

Sub- Supervisor: Dr. NermeenAgwa **

Abstract:

Based on the importance, impact and role of health campaigns in supporting and achieving the goals of spreading health awareness, the study aimed to evaluate the effectiveness of health campaigns in women's adoption of healthy behaviors through a case study of the New Beginning Initiative for Building Human Beings under the slogan of the Golden Thousand Journey, and by benefiting from monitoring modern research trends in evaluating the effectiveness of health campaigns.

In addition to identifying the extent of awareness of the Egyptian women in the research sample and the extent of their adoption of healthy behaviors and identifying the factors influencing the success and effectiveness of the initiative and its impact on behavior. In applying the case study approach, the study applied the focus group tool to a number of (10) women participating in the initiative.

The results of the study showed the effectiveness of the initiative in increasing the level of knowledge and health awareness and the importance of social media in supporting the dissemination of these initiatives and supporting interaction regarding them, in addition to the importance of achieving integration between various means to enhance participation and dissemination, and that this initiative had an impact in adopting healthy behaviors and changing false beliefs regarding the health of women, children and society.

Keywords:

Health campaigns - Media richness - Health belief model - Bidaya Initiative - Health behaviors

* PhD Requirements

** Professor, Department of Public Relations and Advertising, Faculty of Mass Communication, Cairo University

** Assistant Professor, Department of Public Relations and Advertising, Faculty of Mass Communication, Cairo University

المقدمة:

تعتبر صحة المرأة ركيزة أساسية لتحقيق التنمية المستدامة وتتمتع المرأة بمكانة متميزة في حيث تحتل مركز اهتمام ودعم المسؤولين ، لما لها من دور كبير في المجتمع كأم و ربة منزل وكامرأة عاملة .

ويتحدد مفهوم صحة المرأة وفقاً لمفهوم صحة المجتمع ، وتلعب الحملات الصحية دوراً محورياً في رفع الوعي الصحي لدى النساء وتشجيعهن على تبني سلوكيات صحية ايجابية تساعد في نهضة المجتمع و رقيه لما لها من دور اجتماعي كبير في مختلف المجالات.

وتسعى هذه الدراسة إلى تقييم فعالية حملات الصحة في دفع المرأة نحو تبني سلوكيات صحية، وذلك من خلال دراسة حالة لمبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية".

حيث تهدف هذه المبادرة، كما هو واضح من شعارها، إلى بناء الإنسان صحياً وسلوكياً، وتبسيط الضوء على أهمية المرحلة العمرية المبكرة للمرأة في تشكيل سلوكياتها الصحية المستقبلية.

مشكلة الدراسة:

يعد الإهتمام بصحة المرأة أمر بالغ الأهمية لتحقيق الإستثمار في المجتمع ككل ، فحينما نهتم بصحة المرأة، فإننا لا نهتم بها فقط كفرد، بل نستثمر في صحة المجتمع .

فالمرأة هي العمود الفقري للأسرة، وعندما تكون بصحة جيدة، فإنها تستطيع توفير بيئة صحية جيدة لأسرتها.

لذلك فإن تصميم وصناعة الحملات الاعلامية يعد تحولاً كبيراً للتأثير على الجمهور بصورة عامة والمرأة بصورة خاصة، ويجب أن تتسم بالعديد من المزايا، لتصبح حملات اعلامية مختلفة ولديها من التقنيات والمقومات ما يجعلها متميزة وفريدة من نوعها.

وتلاحظ من رصد الحياة اليومية للسيدات أن معظمهن يمارسن سلوكيات غير صحية سواء في الغذاء أو عدم الرياضة أو عدم المتابعة الدورية مع الطبيب ولذا تتبلور المشكلة في تقييم مدي فعالية المبادرات الصحية وأهم نتائج تحليل مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان".

أهداف الدراسة:

١. رصد الإتجاهات البحثية الحديثة في تقييم فعالية الحملات الصحية الموجهة للمرأة.
٢. تحليل دور حملات التوعية الصحية للمرأة و خاصةً مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية".
٣. التعرف على مدي وعي المرأة المصرية عينة البحث و مدى تبنيها للسلوكيات الصحية.
٤. تحديد العوامل المؤثرة في مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية".

أهمية الدراسة:

أهمية الدراسة على المستوى العلمي:

١. تعد الدراسة الحالية من الدراسات المصرية التي تركز على الحملات الإعلامية التوعوية و التي تهتم بتقييم فاعلية مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية".
٢. تتبع أهمية هذه الدراسة من الموضوع و الفئة المستهدفة (المرأة) ذلك للتعرف على تأثير الحملات الإعلامية و بصفة خاصة مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية"، على المرأة وتبنيها لسلوكيات صحية ايجابية .

أهمية الدراسة على المستوى العملي:

١. توفر الدراسة الحالية بيانات ومعلومات عن مدى تعرض المرأة المصرية لحملات الصحة، ومعرفة مدى اعتمادها عليها وتبنيها لسلوكيات صحية مستدامة.
٢. تسهم نتائج هذه الدراسة في تقييم مدى نجاح الحملات وتحديداً مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان"، في تحقيق أهدافها، والمساهمة في تطوير برامج صحية أكثر فاعلية واستدامة.

الدراسات السابقة:

تقسم الباحثة الدراسات التي تم الإطلاع عليها إلى محورين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الحملات الصحية

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الوعي والسلوك الصحي للمرأة.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الحملات الصحية:

١. دراسة **زينة نبيل جمال الدين (٢٠٢٤)**^(١) بعنوان "اعتماد الجمهور اللبناني على الحملات الإعلانية الاجتماعية للتوعية حول جائحة كورونا" استهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد الجمهور اللبناني على الحملات الإعلانية الاجتماعية للتوعية حول جائحة كورونا، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتمادهم على هذا النوع من الوسائل الاتصالية. فوسائل الإعلام والاتصال تمتلك فُدرّة كبيرة على توعية الجمهور حول الأزمات الصحيّة، بسبب ما تنقله من معلومات علميّة وصحيّة تهدف إلى تعزيز معرفة الجمهور وتغيير سلوكه. و أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة، أن الحملات الإعلانية الاجتماعية برزت كإحدى أبرز وسائل الاتصال التي تم استخدامها في توعية الجمهور حول جائحة كورونا . تم توظيف استثمار استبيان موجهة إلى عينة عشوائية من الجمهور اللبناني لجمع البيانات، والوصول إلى الهدف الأساسي المتمثل بكشف ما إذا نجحت هذه الحملات في توعية الجمهور اللبناني حول جائحة كورونا.

٢. دراسة **Sushim Kanchan, Abhay Gaidhane (2023)**^(٢) استهدفت الدراسة التعرف على فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الترويج للمعلومات المتعلقة بالأوبئة والأزمات الصحية، من خلال الحملات الإعلامية التي تقوم بها الولايات المتحدة لرفع وعي الجمهور بالقضايا والأزمات الصحية. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي

باختيار عينة عمدية من الجمهور في الولايات المتحدة قوامها ٦٤٠ مفردة بحثية بواسطة الاستقصاء، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها اعتماد ٦٧% من الجمهور محل الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للحصول على المعلومات المتعلقة بالأوبئة والأمراض، إضافة إلى متابعة وملاحظة تطور الوباء وتعلم السلوكيات الصحية السليمة، مما يؤدي إلى تقليل الإصابة بالمرض. وأشارت الدراسة إلى أن رغم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للحملات الإعلامية الصحية إلا أنه توجد بعض السلبيات تتمثل في الانتهاكات الأخلاقية والقانونية المحتملة المتعلقة بالخصوصية.

٣. دراسة **أحمد العايدى (٢٠٢٣)** ^(٣) بعنوان "دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة السعودية"، استهدفت الدراسة التعرف على دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة السعودية، وإمدادها بالمعلومات الصحية، وأيضاً معرفة دوافع تعرض المرأة لهذه الحملات، وإسهامها في تنمية الوعي الصحي للمرأة.

وأجريت الدراسة على ٤٠٥ من السعوديات باستخدام طريقة المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج، أهمها: حرص المرأة السعودية على متابعة الحملات الصحية، كما أن المرأة السعودية تتابع حملات الغذاء الصحية كواحدة من أكثر الحملات الصحية أهمية، أما عن أسباب متابعة النساء للحملات الصحية، فجاء في مقدمتها زيادة الوعي والوقاية ومن أهم أسباب نجاح الحملات الإعلامية الصحية الموجهة للمرأة السعودية تنوع الوسائل الإعلامية التي تستخدمها الحملات في حين أن سبب قصور الحملات الإعلامية الصحية الموجهة للمرأة السعودية هو عدم إعطاء معلومات كافية.

٤. دراسة **أحمد عارف و آلاء جبر (٢٠٢٣)** ^(٤) بعنوان "فعالية حملات التسويق الاجتماعي في توعية الجمهور بمخاطر التغيرات المناخية- دراسة ميدانية، استهدفت الدراسة قياس معدل تعرض الجمهور المصري لحملة رجع الطبيعة لطبيعتها المتعلقة بتعريف الجمهور بمخاطر تغير المناخ، والعمل على تغيير السلوكيات السلبية التي تؤثر على البيئة، لذا قام الباحثان بإجراء دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري قوامها ٤٠٠ مفردة بحثية، ومن خلال الاستقصاء، توصلت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يعتمدون على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة أولى المتابعة حملة رجع الطبيعة لطبيعتها، وأن الجمهور يفضل (الفيديوهات) كوسيلة للتعرض إلى الحملة، كما تصدرت قضية تغير المناخ وارتفاع درجة الحرارة على البيئة القضايا التي يتعرض لها الجمهور ويتابعها في حملة رجع الطبيعة لطبيعتها، كما بينت الدراسة أن أهم الاستراتيجيات الأكثر تأثيراً على اتجاهات وسلوك الجمهور المسؤولية الاجتماعية، وفي المرتبة الثانية استخدام التخويف.

٥. دراسة **شروق براكتة (٢٠٢٣)** ^(٥) بعنوان "صورة المرأة في الحملات الإعلامية للتوعية الصحية عبر منصة أنستغرام" تعرضت الدراسة لأهمية الحملات الإعلامية في التوعية الصحية، حيث أنها جزءاً هاماً من الجهود العالمية لمواجهة، وزيادة الوعي بمخاطر سرطان الثدي وأهمية الكشف المبكر، حيث تعمل حملات التوعية الصحية على تعزيز الوعي والدعم العالمي للنساء حول العالم، فتم تخصيص شهر أكتوبر من كل سنة للتوعية بسرطان الثدي بمختلف وسائل الإعلام والاتصال، وخاصة منصات التواصل الاجتماعي باعتبار خصائصها التي تساهم في انتشار الحملات التوعوية على نطاق واسع، ما جعل

صفحة (مطبخ سيدتي) على منصة أنستغرام تطلق حملة توعوية حول مرض سرطان الثدي دامت طوال شهر أكتوبر الوردي من خلال نشر صور توعوية تتضمن مجموعة من الإرشادات والتوجيهات للوقاية من المرض، من خلال نشر صور توعوية تتضمن مجموعة من الإرشادات والتوجيهات للوقاية من المرض، وكيفية التعايش معه في حالة الإصابة به كما ساهمت في التذكير بأهمية الفحص المبكر نظرا لدوره في التحكم بأعراض المرض وتفاقمه وحتى تفاديه، و أهم ما توصلت اليه الدراسة من نتائج الاهتمام البالغ الذي أبدته صفحة (مطبخ سيدتي فيما يخص توعية المرأة بمرض سرطان الثدي وهذا من خلال اعتماد أسلوب دقيق لتصميم الصور في طابع توعوي تثقيفي لتحمل رسائل (تشكيلية، لسانية، أيقونية)، ممثلة لمجموعة من المعاني والدلالات الضمنية التي تم تجسيدها على شكل خطوط ورموز وأشكال وألوان، لترسم صورة المرأة في حملات التوعية الصحية.

٦. دراسة **مروة الديب (٢٠٢١)**^(٦) بعنوان "الحملات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفة الشباب بمضمونها، استهدفت الدراسة قياس التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد والمجتمع في زيادة المعرفة الصحية، وتأثير الحملات الاعلامية وفعالية رسائل الحملات الصحية في التوعية بهدف إبراز المضامين التي تخص الصحة وكل ما يتعلق بها من حيث النشاطات التي يمارسها والغذاء والعادات السلبية المتوازنة في المجتمع.

كما أكدت الدراسة على أهمية خلق إعلام شبكي صحي متخصص يعمل مع الوسائل الاعلامية الأخرى، بدافع نشر الوعي الصحي وتعزيز المعرفة الصحية من خلال الدور التي تقوم به الجهات المسؤولة لاستغلال هذه المواقع في إعطاء الأفراد وظيفة توعوية لهم ولزويهم ولأصدقائهم، وهذا يساهم بدوره في تقليل أعداد المرضى والمراجعين للمستشفيات والمراكز الطبية والتخفيف من الضغط المتزايد على الأطباء الاختصاصيين والمراكز الصحية المختلفة.

و أكدت الدراسة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام التي تخدم الصحة العامة للفرد والمجتمع على وجه الخصوص مسألة تتطلب العناية الكبيرة

٧. دراسة **صبرى خالد عبد الهادى (٢٠٢١)**^(٧) بعنوان "دور الحملات الإعلامية التلفزيونية فى التوعية بالآزمات الصحية لدى الجمهور المصرى"، استهدفت الدراسة تقديم بعض المؤشرات عن التوجهات الصحية للحملات الإعلامية ودورها كمصدر للمعلومات الصحية للجمهور. بسبب الانتشار الواسع والكبير للأمراض المتوطنة التي تحاول مصر جاهده القضاء عليها خاصة فيما يتعلق بالأمراض الفيروسية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام صحيفة الاستقصاء الإلكترونية web Questionnaire للحصول على نتائج الدراسة من خلال عينة عشوائية بسيطة مكونة من (٤٠٠) أوضح أغلب عينة الدراسة أنهم يشاهدون القنوات الفضائية المصرية، و أهم ما توصلت اليه الدراسة من نتائج: أنهم لايفضلون مشاهدة القنوات الفضائية المصرية ويعتمدون على مصادر أخرى تمدهم بالمعلومات.تنوعت الحملات الصحية التي يتابعها الجمهور، ولكن جاءت الحملة القومية للتطعيم ضد فيروس كورونا في المرتبة الأولى، يليها في المرتبة الثانية الحملة القومية للقضاء على الأمراض المتوطنة. وفي المرتبة الثالثة جاءت حملة ١٠٠ مليون صحة للقضاء

على فيروس سي يليها مبادرة الرئيس للقضاء على قوائم الانتظار، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الحملة القومية للكشف المبكر عن السمنة والتقرم .

٨. دراسة رائد على العمرو (٢٠٢١)^(٨) ، بعنوان "دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب في مكافحة المخدرات: برنامج نبراس نموذجًا"، استهدفت الدراسة التعرف على الحملات الإعلامية التي تقدمها وزارة الداخلية في مجال مكافحة المخدرات، والتعرف على أهم المعلومات التوعوية التي يقدمها برنامج "نبراس"، ومساهمة في الحد من انتشار المخدرات، فضلًا عن معرفة أهم التأثيرات الناتجة عن اعتمادهم عليه. اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٢٨٠) مفردة وفقًا لخصائصهم الديموغرافية، واقتصرت العينة على الشباب مرتادي المقاهي بمحافظة جدة، وأهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج: أن أسباب متابعة المبحوثين للحملات الإعلامية تمثلت في المعلومات المقدمة، وبحثًا عن فائدة أو معلومة متعلقة بمكافحة المخدرات بنسبة بلغت ٥٠٪، ومن ثم ترشدي إلى طرق جديدة للوقاية من أصدقاء السوء، في حين أن (الرسائل القصيرة عبر الهاتف) جاءت في المرتبة الأولى من بين الأنشطة الاتصالية، وفي المرتبة الثانية (النشر على مواقع التواصل الاجتماعي)، وفي المرتبة الثالثة (النشر على وسائل الإعلام المختلفة)، أما في المرتبة الرابعة فجاءت (البيانات الصحفية التي تصدرها الوزارة)، وأن نصف العينة من المبحوثين يتابعون برنامج "نبراس"، كما أظهرت النتائج أن برنامج "نبراس" أسهم في زيادة معلومات المبحوثين في التوعية ضد المخدرات بنسبة ٨٠٪، وأن نسبة أغلبية العينة راضون عن البرنامج كمصدر للحصول على التوعية.

٩. دراسة ولاء فايز السريتي (٢٠٢٠)^(٩) بعنوان "دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية"، استهدفت الدراسة التعرف على دور الحملات الإعلامية التوعوية بقنوات الأطفال الفضائية في نشر الوعي الصحي لدى طلاب المرحلة الإعدادية الخاصة بفيروس كورونا، ومعرفة تأثيرات الحملة على الأبعاد الاجتماعية والمعرفية والسلوكية الخاصة بهؤلاء الطلاب، و التعرف على نوعية المعلومات التي استفاد منها الطلاب عينة الدراسة من خلال متابعة محتوى الحملة وقياس مدى الاستفادة من تلك المعلومات، استخدمت الدراسة المنهج المسحي عن طريق اختيار العينة المحسوسة وطبقت على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من المبحوثين والمبحوثات بمدارس السادات وأشمون، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: وجود فروق دالة إحصائية بين الطلاب عينة الدراسة في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا وفق المتغيرات الديموغرافية، وتراوحت النسب المئوية لدرجة تعرض الطلاب للقنوات الفضائية المفضلة لديهم في مشاهدة الحملات التوعوية المتعلقة بفيروس كورونا، حيث جاءت قناة (ماجد) في الترتيب الأول، بينما جاءت قناة (سمسم) في الترتيب الأخير، ووجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل الاستفادة من تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا ومعدل التأثيرات الاجتماعية والسلوكية والمعرفية، وتراوحت النسب المئوية لمعدل استفادة الطلاب من متابعة الحملات التوعوية الصحية في القنوات الفضائية المخصصة للأطفال ما بين (٨٦، ٩٤، ٢٦، ٢٢)، حيث جاءت عبارة (أحرص على غسل

يدي باستمرار خوفا من أصابتي بكورونا في الترتيب الأول، بينما جاءت عبارة بعد كورونا أفقدت اللعب مع اصدقائي في الترتيب الأخير.

١٠. دراسة ^(١٠) **Rajvikram Madurai Elavarasan (2020)**، استهدفت الدراسة التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في مواجهة جائحة كورونا، وأهم التقنيات التكنولوجية التي تم الإستعانة بها في التواصل مع الجماهير المتنوعة للوقاية من انتشار فيروس كورونا، تم استخدام منهج المسح وتكونت عينة الدراسة من ٨٥٦ مفردة من مناطق متعددة في الهند باستخدام استمارة الاستقصاء الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن اتجاه منظمة الصحة العالمية يعتمد على استخدام استراتيجية الصدمة بهدف التعرف على حجم الكارثة التي أحدثها الفيروس الذي أصبح ينتشر في كل بقاع العالم، وذلك بغرض بث حالة من الخوف الذي يمنع الجمهور من القيام بالعبادات اليومية التي قد تؤدي إلى زيادة تفشي الفيروس، وأشارت النتائج أيضا إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كانت العامل الأبرز في نشر الوعي بين الجماهير وإمدادهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار فيروس كورونا الأمر الذي أسهم في الحد من انتشار الفيروس.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الوعي و السلوك الصحي للمرأة:

١. دراسة **أحمد ابراهيم محمد (٢٠٢٤)** ^(١١)، بعنوان "دور الحملات الاعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية"، استهدفت الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية، ودورها في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات الصحية، حول الأمراض المختلفة، ومعرفة دوافع وأسباب تعرضها وتقييمها لهذه الحملات، وتنتمي الدراسة للدراسات الوصفية باستخدام منهج المسح وطبقت الاستبانة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من السيدات المصريات من سن ١٩ فأكثر، ومن أهم نتائج الدراسة حرص افراد عينة الدراسة على متابعة الحملات الصحية، وأن أهم الحملات الصحية التي تابعتها جاءت : في مقدمتها حملة الغذاء الصحي) ، وفيما يتعلق بأسباب متابعتهم للحملات الصحية أوضحت النتائج أن عينة الدراسة يتابعونها للوعي، ومن حيث شعورهن أثناء مشاهدة الحملات الصحية أشارت نسبة كبيرة من عينة الدراسة بأنها تدفعهم للمشاركة المجتمعية، كما أن هذه الحملات أكسبت العينة عادات صحية جديدة.

٢. دراسة **طه عبد العاطي نجم، عبد السلام عبد العزيز أمام و آخرون (٢٠٢٣)** ^(١٢) استهدفت الدراسة التعرف على المجالات النسائية المفضلة من قبل جمهور طالبات الجامعة والوقوف على أسباب تفضيل الطالبات للمجلات النسائية المتخصصة، ومدي تعرض طالبات الجامعة المصرية للصحف النسائية . بالإضافة إلى مدي استفادة طالبات الجامعات من الصحف النسائية في التوعية الصحية. وأهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج أنه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طالبات الجامعات للصحافة النسائية واتجاهاتهن نحو دورها في تنمية الوعي الصحي.

كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طالبات الجامعات في معدل استخدامهن للصحافة النسائية وفقاً للتغيرات الديموغرافية (محل الإقامة - الجامعة)

وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طالبات الجامعات في دوافع استخدامهن للصحافة النسائية وفقاً للتغيرات الديموغرافية (محل الإقامة - الجامعة).

كما توجد علاقة ارتباطية سالبة بين العبارة (تساعدني على التواصل مع المجلة عن طريق البريد الإلكتروني) وبين كل من (زيادة الثقافة الصحية ، زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، اكتساب العادات الصحية السليمة، التوقف عن العادات الصحية السيئة.

وتوجد علاقة ارتباطية موجبة بين كل من وسيلة للتسلية والاسترخاء في وقت فراغ، وزيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، توجه ذاتي من خلال المعلومات والاختبارات التي تقدمها المجلة ، وزيادة الثقافة الصحية.

٣. دراسة **ليلي مراد محمد أحمد (٢٠٢٣)**^(١٣) ، بعنوان "المدخل الوقائي وتنمية الوعي الصحي بالسلوكيات الخاطئة"، استهدفت الدراسة التعرف على دور المدخل الوقائي في تنمية الوعي الصحي بالسلوكيات الخاطئة في ظل التغيرات الصحية العالمية، كما اعتمدت على توضيح أهمية استخدام المدخل الوقائي للخدمة الاجتماعية في تنمية الوعي الصحي بالسلوكيات الخاطئة والتي تؤثر على الصحة، وتكون من أهم عوامل وأسباب المرض، من خلال توفير البيانات والمعلومات اللازمة عن أهمية الوقاية في رفع مستوى الوعي الصحي، وإكساب السلوكيات الصحية الإيجابية للفرد، والجماعة، والمجتمع، وذلك من خلال عرض مؤثر السلوكيات الصحية الخاطئة والمحكات المرتبطة به، وعرض مؤشر الوعي الصحي ومحكاته، وعرض المدخل الوقائي للخدمة الاجتماعية وأهم المحكات المرتبطة به، ومدى تأثير وأهمية عملية تنمية الوعي الصحي، في تعديل وتغيير السلوكيات الصحية الخاطئة، والتي لها تأثير كبير على البيئة والصحة ومن ثم حياة الإنسان، ويمكن تحقيق نجاح عملية تنمية الوعي الصحي والوصول لأغراضها الصحية المختلفة، من خلال الاستناد على منهجية علمية متكاملة تمثلت في هذا البحث في المدخل الوقائي لمهنة الخدمة الاجتماعية، وذلك لدور الوقاية المعروف في حفظ الصحة والتكاليف المادية والبشرية، والوقاية من المرض.

٤. دراسة **Marc André Kaufhold (2020)**^(١٤)، استهدفت الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به المنظمات العالمية الطبية في مواجهة الفيروسات الحديثة، والتعرف على التحديات التي تواجه تلك المنظمات في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بالفيروسات الحديثة، والتعرف على دور ووظيفة وسائل الإعلام في الحملات التي تسهم في الحد من انتشار تلك الفيروسات والأوبئة، استخدمت الدراسة منهج المسح باختيار عينة من خبراء المنظمات الصحية العالمية قوامها ٣٥ خبيراً، مستخدماً المقابلة المتعمقة، من أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن أهم الاستراتيجيات المتبعة في محاربة الأزمات والأمراض والفيروسات سريعة الانتشار هي التكامل والتنسيق بين وسائل الإعلام المختلفة لنشر الوعي وزيادة معلومات الجمهور بهذه الأمراض، بالإضافة إلى دور وسائل الإعلام في الحد من انتشار تلك الفيروسات للتعرف على سبل الوقاية وكيفية حمايتهم من وصول العدوى إليهم ، من خلال نشر فيديوهات تعليمية وقائية للحفاظ على صحة الجماهير.

٥. دراسة مهيتاب محمد سمهان (٢٠٢٢)^(١٥) ، بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحالة المزاجية لمرضى السرطان: الفيس بوك نموذجًا"، استهدفت الدراسة تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى متابعة مرضى السرطان المواقع التواصل الاجتماعي وتأثير ذلك على الحالة المزاجية المسيطرة عليهم، وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي للجمهور، حيث تم سحب عينة عمدية قوامها (١٠٠) مفردة من مرضى السرطان موزعة كما يلي: (٢٠٠) من محافظة القاهرة ١٠٠ من محافظة المنيا ممثلة للوجه القبلي، ١٠٠ مفردة من محافظة المنوفية ممثلة للوجه البحري)، وقد اعتمدت هذه الدراسة على نظرية إدارة المزاج العام Management Theory Public Mood كإطار نظري لها.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة المبحوثين المواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) والحالة المزاجية المسيطرة عليهم، و اتضح أن الحالة المزاجية لدى المبحوثين إيجابية ، كما أن ثقتهم في مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) عالية ، كما أنهم راضون عن حياتهم بالرغم من معاناتهم مع المرض، ومجموعات مرضى السرطان على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) من عوامل تحسين الحالة المزاجية للمبحوثين.

٦. دراسة أحمد شريف حامدي (٢٠٢٢م)^(١٦) بعنوان "الاتصال الرقمي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق الاستدامة الصحية"، استهدفت الدراسة التعرف على أهمية حملات الاتصال الصحي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها في تحقيق الاستدامة الصحية، بصفته نشاطاً نشاطاً اتصالياً يهدف إلى تشكيل الوعي الصحي وتعزيزه لدى المبحوثين، وذلك بإجراء دراسة وصفية استخدمت منهج المسح على عينة اختيرت بأسلوب كرة الثلج، وزعت على إثرها استبانة مكونة من أربعة محاور رئيسية للإجابة عن تساؤلات الدراسة. وخلصت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي المصدر الأكثر إقبالا من المستخدمين لتقصي المعلومات والحصول على الأخبار الصحية، كما كشفت الدراسة أن الحملات الاتصالية عبرها لها دور فعال في تشكيل الوعي الصحي وتعزيزه في الأبعاد المعرفية والسلوكية والانفعالية.

٧. دراسة راندا يوسف محمد (٢٠٢٢)^(١٧) بعنوان "دراسة بعض العوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على الوعي الصحي لدى المرأة الريفية بمحافظة اسيوط"، استهدفت الدراسة لتعرف على مستوى الوعي الصحي الغذائي والشخصي والوقائي لدى المرأة الريفية، وكذلك التعرف على المصادر التي تستقى منها المرأة الريفية المعلومات الخاصة بالوعي الصحي الغذائي والشخصي والوقائي. وكذلك التعرف على الآليات التي تتبعها المبحوثات لزيادة الوعي الصحي لافراد اسرتها وتحديد العلاقة بين بعض العوامل الاجتماعية والاقتصادية للمبحوثات وبين درجة الوعي الصحي الغذائي والشخصي والوقائي والوعي الصحي العام لدى المرأة الريفية.

تم جمع البيانات عن طريق استمارة استبيان اعدت لهذا الغرض من ٣٩١ مبحوثة تم اختيارهن بطريقة عشوائية من القرى المختارة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: ان مستوى الوعي الصحى الوقائى والشخصى والغذائى والعام للمبحوثات كان متوسط الى منخفض، اما بالنسبة لاهم المصادر التى تحصل منها المبحوثات على المعلومات الصحية كانت الابناء المتعلمين والبرامج التلفزيونية والخبرة الشخصية، اما بالنسبة للآليات التى تستخدمها المبحوثات لزيادة الوعي الصحى لأفرد اسرهن فكانت عدم شرب الماء الملوث، وتعقيم الجروح عند الاصابة، وغسل اليدين قبل الأكل وبعده، وعدم استخدام ادوات الغير، وتناول وجبة الافطار، وعدم السهر وعدم الاكل من الباعة الجائلين، والمحافظة علي نظافة المنزل، تشجيع افراد الأسرة على ترك التدخين.

كما وجد ان هناك علاقة بين تعليم المبحوثة و تعليم زوجها و الدخل الشهري وكل من الوعي الشخصى، والغذائى، والوعي الصحى العام، كما اظهرت النتائج عدم وجود علاقة بين مهنة المبحوثة وكل من الوعي الوقائى والشخصى ولكن توجد علاقة مع الوعي الصحى والغذائى، اما بالنسبة لمشاركة المبحوثة فى المشروعات التنموية فوضحت النتائج وجود علاقة بينها وبين الوعي الصحى العام .

٨. دراسة (٢٠٢١) ^(١٨) Junhan Chen : استهدفت الدراسة التعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للترويج للمعلومات أثناء الأزمات الصحية.

استخدمت الدراسة منهج المسح باختيار عينة عمدية من الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمعلومات الصحية ونشرها في الفترة من ٢٠٠٦-٢٠٢٠، بتحليل ١٢ دراسة، وتحليل المضمون و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل المستخدمة لتعبئة الجمهور فيما يتعلق بالقضايا الصحية، والعمل على تعديل سلوكياتهم بطريقة سليمة تؤدي إلى نشر الوعي الصحي والتقليل من خطر الإصابة بالأمراض، حيث استخدمت لتعريف الجمهور بالمبادرات الصحية أو الحملات الإعلامية التي تقوم بها الدولة، من أجل تزويد الجمهور بالمعلومات المتعلقة بالقضايا الصحية المختلفة والأوبئة.

٩. دراسة **تغريد سيد حسين** (٢٠٢١) ^(١٩) بعنوان "أثر المتغيرات الاجتماعية على السلوك الصحي للمرأة الريفية"، استهدفت الدراسة التعرف على أثر المتغيرات الاجتماعية على السلوك الصحي للمرأة الريفية، وتمثلت عينة الدراسة في مجموعه من السيدات الريفيات المتزوجات والمطلقات والأرامل والتي تبلغ أعمارهن ١٥ سنة فأكثر بواقع ٤٠٠ سيدة بواقع ٢٠٠ سيدة لكل قرية ، قد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية، استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماع بالعينة . وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود العديد من المتغيرات الاجتماعية المؤثرة على السلوك الصحي للمرأة الريفية بمجتمع الدراسة وتمثلت في (الزواج المبكر - الإنجاب في سن صغير - كثرة الأنجاب - انتشار عادة ختان الإناث - انخفاض الدخل) ، وجود بعض السلوكيات المرتبطة بالرعاية الذاتية للمبحوثة وتمثلت في (شراء الأدوية دون اللجوء إلى الطبيب تراجع دور الوحدة الصحية - الاحتفاظ بالأدوية الضرورية بالمنزل ولكن عدم معرفة المبحوثة بالطرق الصحيحة لتخزين الأدوية - التداوي بالأعشاب - عدم متابعه الطبيب بشكل دوري في حالة وجود مرض - عدم القيام بالفحص لاكتشاف الأمراض في أولها - عدم الاهتمام بتنظيف الفم والأسنان) ، وجود بعض السلوكيات المرتبطة بالغذاء

الصحي (الاعتماد على الأكل المسبك - عدم اتباع النظام الغذائي - كثرة تناول الحلويات - تناول الشاي بكثرة عدم الاهتمام بالغذاء الصحي المتكامل) ، انخفاض الوعي وذلك بعدم الإفصاح عن الإصابات والتعامل أثناء الإصابة مما يؤدي لمزيد من الانتشار).

١٠. دراسة **نجلاء محمد حامد حسن** (٢٠٢١)^(٢٠) ، بعنوان "العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحية و أنماط السلوك الصحي لدى المرأة المصرية"، استهدفت الدراسة التعرف على أنماط سلوكهن الصحي الناتج عن الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحية، والتعرف على علاقة المرأة المصرية بالمواقع الإلكترونية الصحية من حيث (معدل التماس المعلومات الصحية، دوافع الالتماس درجة اعتمادها درجة ثقافتها، وأهم الصعوبات التي تواجهها).

ورصد تأثير المتغيرات الديموغرافية (السن المستوى التعليمي المستوى الاقتصادي الاجتماعي / الحالة الاجتماعية / العمل على العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحية وأنماط السلوك الصحي للمرأة. و توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات في أنماط السلوك الصحي وفقا لخصائصهن الديموغرافية السنين، والمؤهل الدراسي، والحالة الاجتماعية والعمل، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

كما أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات ومجمل أنماط سلوكها الصحي وفقا لكل من الخصائص الديموغرافية (السن والحالة الاجتماعية، بينما لم توجد أي فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثات ومجمل أنماط سلوكها الصحي وفقاً لكل من الخصائص الديموغرافية المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي (العمل).

التعليق على الدراسات السابقة:

- تناولت معظم الدراسات السابقة دور الحملات الاعلامية في رفع الوعي الصحي للجمهور.
- اعتمدت نسبة كبيرة من الدراسات التي اطلعت عليها الباحثة على المنهج المسحي ، للتعرف على دور الحملات الصحية الموجهة للمرأة. والتعرف على اتجاهات الجمهور نحو مضامين هذه الحملات .
- التعرف على الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية، ودورها في إمداد المرأة المصرية بالمعلومات الصحية، حول الأمراض المختلفة.
- معرفة دوافع وأسباب تعرض المرأة للحملات الصحية ومدى تقييمها لهذه الحملات.

الإستفادة من الدراسات السابقة :

- بعد إطلاع الباحثة على الدراسات السابقة لاشك أنها استفادت منها فى النقاط التالية :
- الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة و تحديد وبلورة المشكلة البحثية وتحديد أهدافها.

- رصد أهم الجوانب المنهجية والتعرف على المناهج والادوات المستخدمة والاختيار الامثل لمنهج الدراسة وبناء ادوات الدراسة.
- التعرف على المفاهيم البحثية و بصفة خاصة الحملات الصحية و سلوك المرأة .
- مسح الدراسات السابقة ساعد الباحثة في تحديد الاطار النظري و المنهج المناسب لمضمون الدراسة.
- تنوعت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، وهذا ساعد في تحديد الإطار النظري للدراسة واختيار النظرية التي تتلاءم مع الدراسة الحالية والتي تتمثل في نظرية ثراء الوسيلة ونموذج المعتقد الصحي Health Belief Model.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة علي نظرية ثراء الوسيلة الاعلامية ونموذج المعتقد الصحي Health Belief Model.

نظرية ثراء الوسيلة:

وتعتبر هذه النظرية إحدى النظريات الأساسية في مجال الاتصال، وهي تهدف إلى فهم العلاقة بين الوسيلة المستخدمة لنقل رسالة ما وبين مدى فعالية هذه الرسالة في تحقيق هدفها. بمعنى آخر، تسعى النظرية لتحديد الوسيلة الإعلامية الأنسب لنقل نوع معين من الرسائل.

التعريف بالنظرية:

وضع هذه النظرية "ريتشارد دافت و روبرت لينجل" وأكدت أن فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، حيث تعتمد على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين المرسل (القائم بالاتصال) والمستقبل للرسالة (الجمهور)، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الاعلام فإن الوسائل الاعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراءً، واستخدمت هذه النظرية لتصنيف وتقييم وسائل اتصالية معينة.^(٢١)

وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين:

الفرض الأول: أن الوسائل الاعلامية والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات بالإضافة الى تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الاعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الاعلامي وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الاشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.^(٢٢)

وتفترض النظرية أن التسلسل الهرمي المعلومات ووسائل الاعلام تعتمد على ثراء المعلومات باستخدام أربعة عوامل مميزة هي:

قدرة رجوع الصدى بالوسيلة، عدد القنوات المستخدمة كالصوت والصورة والفيديو مصدر المعلومات سواء كان شخصي أو غير شخصي، وتنوع اللغة مثل اللغة اللفظية وغير اللفظية^(٢٣)

نموذج المعتقد الصحي Health Belief Model:

اعتمدت الباحثة في الإطار النظري علي نموذج المعتقد الصحي Health Belief Model هو نموذج نظري وضع لشرح السلوكيات المرتبطة بالصحة، حيث يركز على دور العوامل الاجتماعية والنفسية في تحديد هذه السلوكيات، وهو أحد النماذج النفسية والسلوكية التي تستخدم لشرح وتوقع سلوك الأفراد فيما يتعلق بالصحة. تم تطوير هذا النموذج في منتصف القرن العشرين من قبل علماء النفس الاجتماعي في دائرة الصحة العامة الأمريكية Rosenstock، Hoch Baum، Kegels، Leventhal حيث كان هدفهم الأساسي من هذا النموذج هو التركيز على مجهودات الأشخاص الذين يحاولون تحسين الصحة العامة من خلال فهم سبب فشلهم في تبني تدابير الصحة الوقائية.

ففي نموذج المعتقد الصحي تؤثر معتقدات الناس مثل الفوائد المتصورة للسلوكيات الصحية، وعقبات الممارسة، والكفاءة الذاتية على التزامهم بالسلوكيات المعززة للصحة. كما يركز نموذج المعتقد الصحي نظرياً على العناصر المعرفية. فمن وجهة نظر معرفية، يعتمد سلوك الناس غالباً على توقعاتهم العقلاني^(٢٤).

علاقة النظريتين بالدراسة:

١. تعد نظرية ثراء الوسيلة مدخلاً نظرياً مناسباً لهذه الدراسة، ذلك للتعرف على الحملات الصحية في توعية المرأة ومدى ثراء تلك الوسيلة ودرجة وصولها للجمهور.
٢. تساعد النظرية في معرفة معدل تعرض المرأة المصرية "عينة الدراسة" للحملات الصحية وخاصة مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية"، وعلاقتها تبني المرأة للسلوكيات الصحية.
٣. نموذج المعتقد الصحي يساعد في فهم الأسباب التي تدفع المرأة إلى اتخاذ قرارات معينة بشأن صحتها، سواء كانت قرارات إيجابية مثل ممارسة الرياضة أو اتباع نظام غذائي صحي، أو أخرى سلبية.

تعريف مبادرة: (مشوار الألف يوم ذهبية)

مبادرة "مشوار الألف يوم الذهبية" هي إحدى المبادرات الهامة التي أطلقتها وزارة الصحة والسكان المصرية تحت مظلة حملة "١٠٠ مليون صحة" في ٢٢ أغسطس ٢٠٢٣. تهدف المبادرة إلى تحسين الخصائص السكانية من خلال رفع الوعي بأهمية الألف يوم الأولى من حياة الإنسان، حيث يتم تكوين ٨٥% من قدرات الطفل العقلية والنفسية والجسدية خلال هذه الفترة الحيوية.

تتضمن المبادرة مراحل متعددة، حيث تشمل المرحلة الأولى التي تمتد لمدة ٩ شهور وتشمل ١٠ محافظات، بينما تشمل المرحلة الثانية التي تمتد حتى ديسمبر ٢٠٢٥ وتغطي ١٧ محافظة. تهدف المبادرة إلى تقديم خدمات رعاية صحية شاملة للأمهات والأطفال، بما في

ذلك تقديم المشورة قبل الزواج وأثناء الحمل وبعد الولادة، والحد من الولادة القيصريّة، وتعزيز الرضاعة الطبيعيّة، والتوعية بأهمية المباشرة بين الحمل المتعاقب من ٣ إلى ٥ سنوات.

أهداف المبادرة: تهدف المبادرة إلى تقديم خدمات رعاية صحية شاملة للأمهات والأطفال، بما في ذلك تقديم المشورة قبل الزواج وأثناء الحمل وبعد الولادة، والحد من الولادة القيصريّة، وتعزيز الرضاعة الطبيعيّة، والتوعية بأهمية المباشرة بين الحمل المتعاقب من ٣ إلى ٥ سنوات. تسعى المبادرة إلى تحسين جودة الحياة والخصائص السكانية للأسر المصريّة من خلال تقديم الرعاية المثلى للطفولة المبكرة وتعزيز الوعي الصحي بين أفراد المجتمع.

تقدم المبادرة جميع الخدمات مجاناً للأمهات والأطفال في مرافق الرعاية الصحية الأولية والمستشفيات العامة والمركزية في جميع المحافظات، بالإضافة إلى جلسات التوعية عن بعد باستخدام التواصل الإلكتروني. تعتبر المبادرة من أهم مبادرات بناء الإنسان المصري، حيث تمثل منهجاً شمولياً لأول ١٠٠٠ يوم من حياة الإنسان لرفع الوعي بأهمية الألف يوم الأولى من الحياة.

تتكون مبادرة "الألف يوم الذهبية" من مرحلتين رئيسيتين:

المرحلة الأولى:

المدة: من سبتمبر ٢٠٢٣ إلى يونيو ٢٠٢٤.

المحافظات المشمولة: الإسكندرية، مرسى مطروح، البحيرة، المنيا، أسيوط، سوهاج، الأقصر، بورسعيد، الشرقية، والبحر الأحمر.

الخدمات المقدمة: في هذه المرحلة، تُقدّم الخدمات الصحية والمشورة للأمهات والأطفال، بما في ذلك الرعاية قبل الزواج، أثناء الحمل وبعد الولادة. تهدف المبادرة إلى الحد من الولادة القيصريّة وتعزيز الرضاعة الطبيعيّة والتوعية بأهمية المباشرة بين الحمل المتعاقب من ٣ إلى ٥ سنوات.

المرحلة الثانية:

المدة: من يوليو ٢٠٢٤ إلى ديسمبر ٢٠٢٥.

المحافظات المشمولة: الفيوم، قنا، الدقهلية، القليوبية، دمياط، الإسماعيلية، السويس، جنوب سيناء، شمال سيناء، القاهرة، الجيزة، الغربية، كفر الشيخ، المنوفية، بنى سويف، أسوان، والوادى الجديد.

الخدمات المقدمة: تستمر في هذه المرحلة تقديم نفس الخدمات المقدمة في المرحلة الأولى، مع توسيع نطاقها لتشمل المزيد من المحافظات. كما تشمل المبادرة تقديم مشورة مابعد الزواج لمساعدة الشباب المقبلين على الزواج في بناء أسرة قوية ومستقرة.

تهدف المبادرة إلى تحسين الخصائص السكانية من خلال تقديم الرعاية الصحية المتكاملة وتوعية المجتمع بأهمية الرعاية المثلى للطفولة المبكرة. تقدم جميع الخدمات مجاناً للأمهات

والأطفال في مرافق الرعاية الصحية الأولية والمستشفيات العامة والمركزية في جميع المحافظات.

مبادرة "مشوار الألف يوم الذهبية" تعتمد على شراكات متعددة مع جهات حكومية ومنظمات المجتمع المدني والقطاع الخاص لتحقيق أهدافها. من بين الشراكات التي تدعم تنفيذ المبادرة: وزارة الصحة والسكان: الجهة الرئيسية المسؤولة عن تنفيذ المبادرة وتقديم الخدمات الصحية والمشورة للأمهات والأطفال.

التحالف الوطني للعمل الأهلي التنموي: يساهم في تعزيز الشراكات بين مختلف الجهات الفاعلة في المجتمع لتحقيق التنمية المستدامة والشاملة في جميع أنحاء مصر.

منظمات المجتمع المدني: مثل مؤسسة صناع الخير التي وقعت بروتوكولات تعاون لدعم التدريب على ريادة الأعمال والشمول المالي، وتقديم الدعم الطبي الشامل لطلاب المدارس، والتمكين الاقتصادي، وإعادة إعمار المنازل المتهاكلة.

القطاع الخاص: يشارك في تقديم الدعم المالي والتقني للمبادرة من خلال برامج المسؤولية المجتمعية للشركات وآليات التعاون الأخرى التي تناسب القطاع الخاص.

تعمل هذه الشراكات على تعزيز الجهود المبذولة لتحقيق أهداف المبادرة وتحسين الخصائص السكانية وجودة حياة الأمهات والأطفال في مصر.

نتائج الحملة:

مبادرة "مشوار الألف يوم الذهبية" حققت نتائج هامة في تحسين الخدمات الصحية المقدمة للمرأة والطفل. وفقًا لتقرير وزارة الصحة والسكان، ساهمت المبادرة في خفض الولادات القيصرية إلى ٦٤٪ بين البكرات، وارتفاع معدلات الولادة الطبيعية إلى ٥٤٪ في المحافظات التي تم تطبيق المبادرة بها. كما تم خفض معدل الولادة القيصرية في جميع المستشفيات الحكومية من ٧٢٪ إلى ٦٢٪، وخفض معدل وفيات حديثي الولادة من ١٨ لكل ١٠٠٠ إلى ١٣,١ لكل ١٠٠٠ في سبتمبر ٢٠٢٤.

بالإضافة إلى ذلك، زادت دورة الحضانه من ٣ إلى ٤ في الشهر، وتم خفض مدة الإقامة بالحضانات من ١٤ يومًا إلى ٧-١٠ أيام. من المتوقع أن تغطي المبادرة بنسبة ١٠٠٪ جميع أنحاء الجمهورية بنهاية يونيو ٢٠٢٥.

تضمنت التوجيهات الجديدة للمبادرة مساواة أتعاب الأطباء والطواقم الطبية عن الولادات الطبيعية بمثلتها عن الولادات القيصرية، وتخصيص حافز مالي للفريق الطبي الذي يحقق معدلات أعلى للولادة الطبيعية. كما تم تنظيم تدريبات دورية للفرق الطبية أثناء الخدمة، وتوجيه القائمين على المنشآت الطبية الحكومية والخاصة بجمع المعلومات الصحية والبيانات الروتينية عن الولادات القيصرية وأسبابها لتحقيق الحوكمة في البيانات.

تسعى المبادرة إلى تفعيل دور المجتمع المدني للمشاركة في ترسيخ المفاهيم الصحيحة عن الولادة الطبيعية وفوائدها للأم والطفل، وأضرار الولادة القيصرية دون مبرر طبي.

تساؤلات الدراسة:

تساؤلات الدراسة المجموعات البؤرية:

١. ما مدي التوعية الصحية المقدمة للمرأة المصرية في إطار مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية"؟
٢. ما السلوكيات الصحية التي اكتسبتها من تعرض المرأة المصرية لمبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية"؟
٣. ما مدي فعالية لمبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية من وجهة نظر المرأة المصرية؟
٤. ما مدي التواصل والإعلام مع المرأة المصرية في إطار مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية"؟
٥. ما مدي التأثير العام لمبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية"؟

الاجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة: تنتمي الدراسة إلى البحوث أو الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تهتم بتصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة كمياً وكيفياً، بهدف الحصول على معلومات دقيقة عن الظاهرة من حيث تركيبها وخصائصها والعوامل المؤثرة فيها^(٥)، وهنا تسعى الدراسة إلى تقييم مدي فعالية المبادرات الصحية وأهم نتائج تحليل مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان".

منهج الدراسة: تستخدم الباحثة منهج المسح Survey الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية، لأنه الأنسب لطبيعة الدراسة، تم مسح مجموعات البؤرة الذي يشمل عينة من المرأة المصرية ممن تتراوح أعمارهم ما بين ١٩ إلى ٥٠ سنة فأكثر، ممن يعتمدوا علي مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية".

عينة الدراسة: يتحدد مجتمع الدراسة من المرأة المصرية من مختلف محافظات الجمهورية، تم تحديد مجموعة focus group، مما يتعرضوا إلي مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية".

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في المرأة المصرية من سن ١٨ فأكثر، وتتكون عينة الدراسة من:

- المرأة من عمر ١٨ سنة فأكثر من مختلف الفئات العمرية والاجتماعية والتعليمية.
- المرأة التي شاركت في أنشطة المبادرة.
- المرأة التي لم تشارك في المبادرة ولكن لديها معرفة بها.

– المسؤولين في وزارة الصحة عن المبادرة

حدود البحث: تم تطبيق البحث في الفترة من ١ يناير ٢٠٢٥ إلى ١٥ يناير ٢٠٢٥.

الحدود البشرية: المرأة المصرية من مختلف محافظات الجمهورية

أدوات جمع البيانات:

تعتمد الدراسة على استخدام المجموعات البؤرية Focus group، لكشف العوامل المؤثرة في الآراء والسلوك والدوافع ووصف حالة معينة، ومعرفة الاسباب التي تحرك مشاعر الناس وسلوكهم، وذلك بهدف:

– قياس فاعلية الحملة

– تقييم مدى وعي المرأة بمبادرة "بداية جديدة".

نتائج الدراسة:

– مدى فهم آراء عينة الدراسة (المرأة) حول الرسائل التي تم تقديمها من خلال المبادرة.

– التعرف على أهم التحديات التي واجهت المرأة عينة الدراسة في تطبيق السلوكيات الصحية الجديدة.

– الوصول لعدد من المقترحات يمكن أن تساهم في تحسين فاعلية المبادرة.

– وقائع آراء المجموعة البؤرية لمبادرة بداية جديدة لبناء الانسان تحت شعار (مشوار الالف الذهبية)

شاركت في المجموعة البؤرية التي عقدتها الباحثة (١٠) سيدات من الحضر تحديدا في مستوى مادي واجتماعي متوسط من العاملات وغير العاملات وكانت أغلبية المشاركات من الحاصلات على مؤهل عالي والنسبة الأقل تعليم متوسط وكانت أغلبهن في مرحلة عمرية من ٣٠ إلى ٣٩ سنة.

المحور الأول: التوعية الصحية:

أشارت ١٠٠% من عينة الدراسة معرفتها بمبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية، وعن طبيعة المعلومات التي استفادت منها المجموعة؛ فكانت أعلى درجات الاستفادة من المعلومات الصحية عما يتصل بالولادة والإنجاب والرضاعة الطبيعية ثم المعلومات الصحية لفترة ما قبل الزواج أو كيفية بناء عادات صحية واجتماعية وأشارت أحدهم إلى اهتمامها بما يتصل بتغير السلوك.

وعن سبيل التعرف على المبادرة؛ فكان في المقدمة وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك أو موقع وزارة الصحة على الفيس بوك وقلت نسبة المعرفة من الزملاء أو الأصدقاء أو الأطباء.

وعن رسائل التوعية التي لا تزال تتذكرها المشاركات؛ فكانت في مقدمتها التغذية الصحية والولادة الطبيعية والرضاعة ثم ما يتصل بصحة الأطفال وبناء القدرات العقلية والنفسية وكانت في آخر درجات الوعي الأثر في بناء العلاقات الاجتماعية وتنظيم الأسرة.

وفيما يتصل بشعور المشاركات نحو أهمية المبادرة؛ فقد عبرت الأغلبية عن شعورها بذلك لاهتمامها بصحة الأم والطفل بصورة أساسية واختلفت ثلا منهن فقط فكان منبع الشعور تحسين الثقة بالنفس أو لتنظيم وتنمية الأسرة أو لتقليل المرض المزمن.

المحور الثاني: السلوكيات الصحية:

وعن صور التفاعل حيال المبادرة؛ فكانت أبرزها في إعادة نشر ما يتصل بها على وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل بالمشاركة في المناقشة وعملية نقل الوعي إلى الأخريات والصديقات، كما أثرت في زيادة الاهتمام بالصحة الخاصة وتغيير نمط الحياة لنمط أكثر صحة والاهتمام بالفحوصات بصورة إيجابية.

وعن مستوى التأثير سلوكيا بتلك المبادرة، فقد أيدت كافة المشاركات وجود أثر فعلي وخاصة فيما يتصل بالتغذية الصحية وعبرت إحداهن عن الأثر بصورة كبيرة، وتمثلت أبرز السلوكيات الصحية التي اكتسبتها المشاركات من المبادرة؛ في التغذية الصحية بالأساس وأهمية الولادة والرضاعة الطبيعية ثم سلوكيات النشاط البدني والرياضي وأخيرا سلوكيات التعامل مع الطفل

وقد أشارت المشاركات أن من السلوكيات التي طبقتها مباشرة بعد المبادرة؛ إتمام الولادة والرضاعة الطبيعية كما اعتادت بعضهن على التغذية الصحية وممارسة الرياضة، وعن إيجابيات تطبيق تلك السلوكيات؛ فقد عدتها المشاركات بصورة أساسية في تحقيق هدف صحة أفضل وخاصة الوزن الأقل ثم الصحة الأفضل للطفل وأخيرا عنصر الثقة بالنفس، وقد أكدت كافة المشاركات على عدم وجود أي معوقات قد واجتها لعدم تطبيق السلوكيات التي تم اكتسابها من المبادرة.

المحور الثالث: فعالية مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية":

وعن العوامل التي ضمننت فعالية هذه المبادرة؛ فقد أفادت المشاركات إلى أن الفعالية تعود لعنصر المصداقية في المقام الأول ثم عملية التخطيط السليم وتركيزها على الاهتمام بصحة المرأة والطفل ورعايتها لتصحيح المفاهيم الخاطئة.

عن سبل تحسين مستوى الفعالية لتلك المبادرة؛ فقد تمثلت في المقام الأول في الاهتمام بدعم الانتشار بصورة أكبر والتواصل مع الأطباء والمشاهير وتعزيز الإعلان والمشاركة، وأجمعت المشاركات على إفادة السيدات من تلك المبادرة وذلك لدورها في تحسين الصحة ودعم الوعي بالتعريف بالمفاهيم الصحية عن التغذية والإنجاب والأمومة ورعاية الأطفال.

المحور الرابع: التواصل والإعلام:

وعن مدى فاعلية الاستعانة بوسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام في هذه المبادرة؛ فرأت الأغلبية أنها كانت فعالة بدرجة كبيرة ثم رأت مجموعة أخرى أنها متوسطة، وعن

وجهة نظر المشاركات عن الوسائل الإعلامية الأكثر فعالية فقد تمثلت في المقام الأول في مواقع التواصل الاجتماعي والمستشفيات والأطباء ثم التلفزيون والصيدليات والأنشطة الترويجية الأخرى.

وعن أبرز المقترحات لتحسين توظيف وسائل التواصل في الحملات الصحية المستقبلية؛ فقد تمثلت في الاهتمام بالاهتمام بالانتشار والإعلان عن المبادرة وإنشاء المحتوى الجذاب وإمكانية منح كوبونات مجانية لدعم صحة الأم في العيادات والمستشفيات.

المحور الخامس: التأثير العام:

وعن التغيرات الإيجابية في الحالة الصحية بعد المشاركة في المبادرة؛ فقد تمثلت في؛ صحة أفضل وعادات غذائية أحسن وتغيرات بدنية ونفسية ووعي أكثر نحو مزايا الولادة والرضاعة الطبيعية، وأضافت بعضهن الاهتمام بالوزن السليم وتقليل خطر الاكتئاب.

وعن التغيرات الشخصية التي حدثت بعد التعرض المباشر للمبادرة؛ فقد تمثلت في المقام الأفى كلا من التغذية والفحوصات الطبية) وكانت في أقل المستويات النشاط البدني.

وعن الاتجاهات نحو موضوع المبادر قبل التعرض لها وبعده؛ فقد غيرت المبادرة في أفضلية الولادة الطبيعية عن القيصرية وتبديل حالة اللامبالاة إلى حالة من التعاون والتفكير الإيجابي وزيادة مستوى الاهتمام والسعي للتعلم، واكتساب الكثير من المعلومات وأهمية الفحوصات الطبية وتصحيح المفاهيم الخاطئة.

وقد أجمعت المشاركات في حدوث تغيرات في سلوكيات المشاركات أخريات في المبادرة وأضافت ثلاث منهن أن ذلك قد حدث بشكل "كبير"، وعن الفوائد التي اعتقدت المشاركات حصول المجتمع عليها؛ فقد تمثلت في الحرص على نسبة الإنجاب وتحسين الصحة العامة وزيادة الوعي الصحي والوعي بمزايا الولادة الطبيعية والاهتمام بالتباعد بين فترات الحمل.

مناقشة النتائج:

سعت الدراسة إلى تقييم مدي فعالية المبادرات الصحية من خلال تحليل نتائج تحليل مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" وبالأستفادة من رصد الاتجاهات البحثية الحديثة في تقييم فعالية الحملات الصحية الموجهة للمرأة وتحليل دور حملات التوعية الصحية للمرأة وخاصة مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية".

إضافة إلى التعرف على مدي وعي المرأة المصرية عينة البحث ومدى تبنيها للسلوكيات الصحية وتحديد العوامل المؤثرة في مبادرة "بداية جديدة لبناء الإنسان" تحت شعار "مشوار الألف الذهبية".

وقد بينت نتائج الدراسة أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تدعيم نشر تلك المبادرات ودعم التفاعل بشأنها وتتفق هذه النتيجة مع ما أكدته دراسات (جمال الدين، ٢٠٢٤) و(العائدي، ٢٠٢٣) و(Sushim، ٢٠٢٣) التي أكدت على أهمية الحملات الإعلامية الاجتماعية في تحقيق أهداف التوعية ودعم مستوى الوعي الصحي.

ووفقاً لآراء المشاركين كان هناك أثر لنقل خبرة المشاركة بتلك المبادرات للصدقات والزميلات وتتفق هذه النتيجة مع نجاح حملات التسويق الاجتماعي في تحقيق هدف توعية الجماهير وهذا ما أشارت إليه دراستي (عارف وجبر، ٢٠٢٣) و(الديب، ٢٠٢١).

وقد أشارت بعض المشاركات إلى أهمية عنصر المحتوى الجاذب لزيادة المشاركة ودعم الانتشار وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (براكنة، ٢٠٢٣) التي أكدت على أهمية تصميم الصور في الرسائل التوعوية لتحمل رسائل أيقونية تؤثر في المتلقيات.

وقد أكدت المشاركات على زيادة مستوى المعرفة بعد المشاركة في المبادرة بمضمونها ذو الصلة بضرورات الصحة السليمة وما يتعلق بفوائد الولادة والرضاعة الطبيعية والتغذية السليمة ونمط الحياة الصحي والوزن السليم وتلك النتائج تتفق مع ما أشارت إليه دراسة (الديب، ٢٠٢١) والتي أكدت على فعالية رسائل الحملات الصحية في زيادة مستوى المعرفة والوعي.

وقد أضافت بعض المشاركات أن الاهتمام بالمحتوى على شاشات التلفزيون قد يدعم من مستوى الوعي والمعرفة بالمبادرة ويزيد من انتشارها وهذا ما أكدت عليه دراسة (عبد الهادي، ٢٠٢١) التي أكدت على دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية بالأزمات الصحية دون إغفال الاهتمام بعرض المحتوى على المنصات الأخرى والتكامل فيما بينها.

وعن التأثير السلوكي فقد أكدت المشاركات في المجموعة البؤرية على تغير نمط السلوك والاهتمام الأكثر بالممارسات الصحية والتغذية السليمة والنشاط البدني والاهتمام بما له أثر إيجابي على الصحة وتغيير المعتقد نحو الولادة والرضاعة الطبيعية بمزيد من الإيجابية وتلك النتيجة تتفق مع ما أكدته دراسة (السريتي، ٢٠٢٠) التي أكدت تأثيرات الحملات الإعلامية في نشر الوعي الصحي ودراسة (محمد، ٢٠٢٤) التي أكدت على دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية وخاصة فيما يتصل بالتغذية السليمة وأهمية عنصر المشاركة المجتمعية.

كما اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (حسن، ٢٠٢١) التي أكدت على أن متابعة الحملات الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي لها أثر في تبني أنماط السلوك الصحي لدى المرأة المصرية إذ أيدت المشاركات أثر تلك المنصات والاهتمام بها وعلى رأسها الفيس بوك كما نشطت عليها بعض المشاركات وزاد مستوى التفاعل عليها.

وقد أيدت المشاركات وجود أثر سلوكي آخر يتصل بتغيير المعتقدات الخاطئة حول الإنجاب والرضاعة وهذه التأثيرات تتفق مع المدخل الوقائي الذي أكدت على آثاره دراسة (أحمد، ٢٠٢٣) من حيث اتجاه أغلب المشاركات إلى تبني الفاعلية في تطبيق نمط الحياة الصحي وممارسات صحية إيجابية تتصل بحياة المرأة كما يتفق ذلك مع دراسة (حامدي، ٢٠٢٢) التي أكدت على أن الحملات الاتصالية تعزز الأبعاد المعرفية والسلوكية والانفعالية.

وقد أكدت المشاركات على أهمية المبادرة وفعاليتها وأثرها المعرفي والسلوكي والاجتماعي وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (محمد، ٢٠٢٢) حيث أشارت إلى الحاجة إلى بذل الجهد نظراً

لأن مستوى الوعي الصحي والوقائي والشخصي والغذائي والعام للمبحوثات في الدراسة كان متوسطاً إلى منخفضاً.

ومن ثم تؤيد نتائج الدراسة الفرض الأول القائل بأن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تفيد في التغلب على حالة الشك والغموض من خلال ما تعرضه من بيانات ومعلومات كما أن لثراء الوسيلة كما هو الحال في مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في فعالية الحملات الصحية ويفيد في تغيير وتعديل أنماط السلوك ودعم مستوى المعرفة والوعي والتفاعل والمشاركة.

ومن ثم توصي الدراسة بما يلي:

- الاهتمام بتحقيق التكامل في نشر حملات ومبادرات التوعية الصحية ما بين وسائل التواصل الاجتماعي والتلفزيون وأماكن احتياج الخدمات الصحية لتعميم مستوى الفائدة وزيادة المشاركة والانتشار والتفاعل.
- تخطيط حملات دعم الوعي الصحي لتغطية العديد من الأهداف نظراً لفعالية تلك الحملات والمبادرات في تبني السلوكيات الصحية السليمة وتفعيل المدخل الوقائي.
- الاهتمام بعناصر الجذب وجهود الترويج لتلك المبادرات لتعميم الإيجابيات ونشرها.
- تحديث وتطوير استراتيجيات الإعلام الصحي والتوعية بالاستفادة من نظريات الإعلام الحديث وأدواته وتقنياته.

المراجع

- (١) زينة نبيل جمال الدين (٢٠٢٤)، اعتماد الجمهور اللبناني على الحملات الإعلانية الاجتماعية للتوعية حول جائحة كورونا، ربيع ٢٠٢٤.
- (2) Sushim Kanchan , Abhay Gaidhane (2023) Social Media Role and Its Impact on Public Health: A Narrative Review. A Narrative Review. Cureus 15(1) e33737.
- (٣) أحمد سامي العايدى (٢٠٢٣)، دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة السعودية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد السادس والستون، الجزء الثاني، يوليو، ص ص ٥٥٤-٥١٨.
- (٤) أحمد عبده محمود و آلاء جبر (٢٠٢٣): فعالية حملات التسويق الاجتماعي في توعية الجمهور بمخاطر التغيرات المناخية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الرابع والستون، الجزء الثاني، يناير، ص ٦٥٦.
- (٥) شروق براكنت (٢٠٢٣)، صورة المرأة في الحملات الإعلامية للتوعية الصحية عبر منصة أنستغرام، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، تبسة، الجزائر.
- (٦) مروة محمد غانم الديب (٢٠٢١)، الحملات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفة الشباب بمضمونها، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الإتصال العدد التاسع يناير - يونيو، ص ١٠١.
- (٧) صبرى خالد صبرى (٢٠٢١)، دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية بالأزمات الصحية لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد التاسع والخمسون، الجزء الرابع، أكتوبر، ص ١٩١٠.
- (٨) رائد على العمرو (٢٠٢١)، دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب في مكافحة المخدرات: برنامج نبراس نموذجاً، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الثامن والخمسون، الجزء الرابع، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص ١٩٩٢.
- (٩) ولاء فايز السريتي (٢٠٢٠)، دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد الرابع والخمسون - الجزء الرابع - ذو القعدة ١٤٤١ هـ - يوليو، ص ٢٦٥٨.
- (10) Rajvikram Madurai Elavarasan , Rishi Pugazhendhi (2020). Restructured Society and environment: A review on potential technological strategies to control the covid 19 pandemic, science of the total Environment.
- (١١) أحمد إبراهيم محمد (٢٠٢٤)، دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام المجلد الثالث والعشرون العدد الرابع أكتوبر / ديسمبر، ص ٤٧١.
- (١٢) طه عبد العاطي نجم، عبد السلام عبد العزيز أمام و آخرون (٢٠٢٣)، استخدام طالبات الجامعات المصرية للصحف النسائية وعلاقته بمستوي الوعي الصحي لديهن، مجلة كلية التربية النوعية للدراسات التربوية والنوعية، العدد (٢٥) أغسطس، ص ٨٣٥.
- (١٣) ليلى مراد أحمد (٢٠٢٣)، المدخل الوقائي وتنمية الوعي الصحي بالسلوكيات الخاطئة، مجلة بحوث في الخدمة الاجتماعية التنموية، جامعة بنى سويف، العدد الثاني، المجلد الرابع، مارس، ص ٨٦.
- (14) Milan Stute, Max Maass, Tom Schons, MarcAndré Kaufhold, Christian Reuter, Matthias Hollick (2020). Empirical insights for designing information and communication technology for International Journal of Disaster Risk Reduction. Volume 47, August 2020, 101598.
- (١٥) مهيتاب محمد سميان (٢٠٢٢)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحالة المزاجية لمرضى السرطان: الفيس بوك نموذجاً، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد الثالث والستون، الجزء الأول، أكتوبر.

- (١٦) أحمد شريف حامدي(٢٠٢٢)، الاتصال الرقمي. عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق الاستدامة الصحية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مع ٩، ع ٣ سبتمبر.
- (١٧) راندا يوسف محمد (٢٠٢٢) ، دراسة بعض العوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على الوعي الصحي لدى المرأة الريفية بمحافظة أسبوط .
- (18) Junhan Chen, Yuan Wang(2021): Social Media Use for Health Purposes: Systematic Review. The Journal of Medical Internet Research (JMIR). 23(5)
- (١٩) تغريد سيد حسين (٢٠٢١)، أثر المتغيرات الاجتماعية على السلوك الصحي للمرأة الريفية، مجلة كلية التربية ، جامعة عين شمس ، العدد السابع و العشرون ، الجزء الثالث ، ص ٢١٣ .
- (٢٠) نجلاء محمد حامد حسن (٢٠٢١)، العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحية و أنماط السلوك الصحي لدى المرأة المصرية دراسة ميدانية ، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال - العدد ٢٥ اكتوبر / ديسمبر .
- (٢١) أولجا جوديس بيلي وآخرون . فهم الاعلام البديل. ترجمة علا أحمد صلاح القاهرة . مجموعة النيل العربية ٢٠٠٩ . ص: ٧١.
- (٢٢) صلاح محمد عبد الحميد، " الإعلام الجديد"، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، القاهرة ، ط١ ، ٢٠١١ م ، ص ٨٣.
- (23) Debashish Mandal & Robert McQueen. Extending Media Social Media Adoption by Richness Theory to explain. Microbusinesses. International Technology. Vol.4, Issue 4, January 2013.
- (24) Sunhee Kim, &Seoyong Kim. (2020). Analysis of the impact of health beliefs and resource factors on preventive behaviors against the COVID-19 pandemic. International journal of environmental research and public health, 17(22), 8666
- (٢٥) محمد عبد الحميد(٢٠٠٠)، البحث العلمي في الدراسات العالمية، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ١٥٨