

التماس جمهور المرأة المصرية للمعلومات الصحية الواردة بمبادرة "رئيس الجمهورية للكشف المبكر لسرطان الثدي" وعلاقته بمستوي الوعي الصحي لديهن دراسة ميدانية

د.خلود ماهر محمود*

د.مها شبانة الوحش**

ملخص الدراسة:

اهتمت الدراسة برصد وتحليل أبعاد العلاقة بين التماس جمهور المرأة للمعلومات الصحية المتعلقة بأورام الثدي - التي قدمتها وسائل الاعلام من خلال مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر لسرطان الثدي - وتشكيل وعيهن اتجاه هذا المرض، وذلك من خلال تحليل معدل التماس المرأة للمعلومات الصحية المتعلقة بأورام الثدي، للتعرف على الدور الذي قامت به هذه المبادرة في نشر المعرفة الصحية للمرأة وعلاقة ذلك بمستوي وعيها الصحي حيال هذا المرض، تنتمي هذه الدراسة الي الدراسات الوصفية وقد اعتمدت علي منهج المسح الإعلامي مستخدمة أداة الاستبيان لجمع البيانات الخاصة بالدراسة والتي طبقت علي عينة عمدية قوامها (٣٠٠) مفردة من السيدات المصريات من سن ٢٠ سنة فأكثر وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج أهمها : ارتفاع وعي المبحوثات اتجاه مرض سرطان الثدي نتيجة التماسهن المعلومات الصحية المتعلقة به و التي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية ، هذا الي جانب أن أكثر من نصف المبحوثات أكدن رغبتهن الكاملة في إجراء الكشف المبكر عن سرطان الثدي بعد تعرضهن للمبادرة .

الكلمات المفتاحية: التماس المعلومات / سرطان الثدي / الحملات الإعلامية

* المدرس بقسم الصحافة بكلية الاعلام وفنون الاتصال – جامعة ٦ أكتوبر.

** المدرس بقسم الصحافة بكلية الاعلام وفنون الاتصال – جامعة ٦ أكتوبر.

The Egyptian women's public seeking health information contained in the initiative of "The President of the Republic for Early Detection of Breast Cancer" and its relationship to their level of health awareness.

Abstract:

The goal of the study was to monitor and analyze the dimensions of the relationship between women's public seeking health information related to breast tumors - presented by the media through the President of the Republic's initiative for early detection of breast cancer - and forming their awareness of this disease. This was done by examining the rate of women's seeking health information related to breast tumors, to identify the most important factors around the significance that this campaign has performed in educating women about their health and its connection to their degree of health awareness around this disease. This study, which falls under the category of descriptive studies, employed the media survey method and a questionnaire tool to gather data from (three hundred) Egyptian women who were unmarried and above the age of twenty. More than half of the respondents confirmed their full desire to conduct early detection of breast cancer after being exposed to the initiative. This was in response to their request for health information related to the breast cancer check that was presented by the initiative of the President of the Republic.

Keywords: Detecting information, breast cancer, breast initiative

المقدمة:

تعد الصحة وسلامة الانسان من أساسيات الحياة الطبيعية للفرد والمجتمع فالشعور بالمرض ينعكس على رفاهية وانتاجية الفرد الذي ينعكس بدوره على المجتمع بشكل عام، في الأونة الأخيرة انتشرت العديد من الأمراض أهمها مرض السرطان بأنواعه المختلفة وأصبح عدد كبير من الأفراد يعانون منه مما يستلزم تضافر كل الجهود لعلاج هذا المرض والوقاية منه.

يعد سرطان الثدي أكثر أنواع السرطانات شيوعا وهو أحد الامراض الخطيرة التي يتعين على المرأة مواجهتها في مرحلة ما من حياتها ويمكن شفاء العديد من السيدات المصابات إذا تم اكتشاف الحالة وعولجت مبكرا.

لذلك هناك ضرورة قصوى للتوعية بأسباب مرض سرطان الثدي الأمر الذي يستلزم تضافر كافة الجهود من قبل المؤسسات الصحية والإعلامية والأطباء والمتخصصون من أجل رفع الوعي الصحي للمرأة اتجاه هذا المرض وحثها على إجراء الكشف المبكر عنه مما يساعد على تقليل فرص الإصابة، حيث يعد هذا الإجراء من أهم الوسائل للوقاية من هذا المرض.

تعتبر وسائل الإعلام المصدر الرئيسي للمعلومات والمعارف الصحية المختلفة والتي تؤدي دورا حيويا في رفع مستوى الوعي الصحي للمرأة وذلك من خلال إمدادها بمختلف المعلومات التي تتعلق بالأمراض بشكل عام ومرض سرطان الثدي بشكل خاص.

وتقوم وسائل الإعلام بدور فعال في رفع مستوى الوعي الصحي للمرأة من خلال المعلومات الصحية المقدمة تقوم الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية الصحية اتجاه مرض سرطان الثدي -في هذا الصدد- بإمداد المرأة بالمعلومات والمعارف المتعلقة بهذا المرض وذلك من خلال التعريف به والتوعية بطرق الوقاية المختلفة منه ونتيجة التماسها لهذه المعلومات المقدمة قد تقوم المرأة بمجموعة من السلوكيات الإيجابية أهمها الامتثال لإجراء الكشف المبكر عن سرطان الثدي.

انطلاقاً من أهمية وسائل الإعلام والحملات الإعلامية في توعية جمهور المرأة وتعريفها بطرق الحفاظ على صحتها والوقاية من الأمراض بالأخص سرطان الثدي، تستمد الدراسة الحالية أهميتها من خلال محاولة تقييم فاعلية المعلومات الصحية المتعلقة بهذا المرض والتي التمسها المرأة المصرية من خلال مبادرة رئيس الجمهورية لدعم صحتها والخاصة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي.

خلفية معرفية عن مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي *:**

أطلقت وزارة الصحة والسكان المصرية هذه المبادرة عبر منصاتنا المختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك مختلف وسائل الاعلام الأخرى، تضمنت هذه المبادرة إجراء

*** لمزيد من المعلومات يمكن الرجوع الي: <https://egy-> و <https://www.presidency.eg/ar>

map.com/initiative

مسح طبي شامل للكشف المبكر عن أورام الثدي، والتوعية الكاملة بمسببات هذا المرض وآليات الفحص الذاتي وطرق علاجه المختلفة وذلك للمنتفعات فوق سن ١٨ سنة.

تنفذ هذه المبادرة على ثلاث مراحل تشمل الفحص والكشف الإكلينيكي عن المرض وطرق علاجه بالمجان، حيث تقدم الخدمات الصحية الخاصة بهذه المبادرة في جميع الوحدات الصحية المنتشرة في محافظات الجمهورية وذلك من خلال عمل قائمة للسيدات المستهدفات بالحي والمحافظة واتباع نظام الكشف الدوري الممنهج حسب تاريخ المرض في الأسرة والاعمار والعوامل الوراثية ووضع خطة العلاج.

مشكلة الدراسة:

يشكل مرض سرطان الثدي أحد الأمراض الخطيرة التي تتعرض لها المرأة علي المستوي العالم، وهو أكثر أنواع السرطان شيوعا منذ عام ٢٠٢٠، حيث تصاب قرابة امرأة واحدة من بين ١٢ امرأة بسرطان الثدي في حياتهن*، كما أن معدلات البقاء علي قيد الحياة تشهد تحسنا ملحوظا - حسب تقارير منظمة الصحة العالمية- في البلدان التي تقدم بها برامج الكشف المبكر عن هذا المرض، لذا هناك ضرورة للتوعية بهذا المرض وطرق علاجه من خلال تكاتف جهود مؤسسات الدولة من بينها المؤسسات الصحية مع المؤسسات الإعلامية والتي تقوم بدور فعال في نشر الوعي الصحي -حسب معظم نتائج الدراسات السابقة - للتوعية بأهمية الكشف المبكر علي أورام الثدي للحد من انتشاره . مما سبق يمكن بلورة مشكلة الدراسة في رصد وتحليل أبعاد العلاقة بين التماس جمهور المرأة للمعلومات الصحية المتعلقة بأورام الثدي - التي قدمتها وسائل الاعلام من خلال مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر لسرطان الثدي - وتشكيل وعيها اتجاه هذا المرض، وذلك من خلال تحليل معدل التماس المرأة للمعلومات الصحية المتعلقة بأورام الثدي، للتعرف على الدور الذي قامت به هذه المبادرة في نشر المعرفة الصحية للمرأة وعلاقة ذلك بمستوي وعيها الصحي حيال هذا المرض.

أهداف الدراسة:

تسعي هذه الدراسة الي تحقيق الأهداف التالية:

- ١- تحديد أهم المصادر الإعلامية التي تعرفت من خلالها المرأة المصرية على مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي.
- ٢- رصد أسباب التماس جمهور المرأة المصرية للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي.
- ٣- التعرف على معدل التماس جمهور المرأة المصرية للمعلومات الصحية الواردة في تلك المبادرة.

* لمزيد من الاحصائيات حول معدلات الإصابة يمكن الرجوع الي: <https://www.who.int>

- ٤- التعرف على مستوى وعي المرأة المصرية اتجاه أورام الثدي نتيجة التماسها للمعلومات الصحية المتعلقة بهذا المرض والتي قدمتها هذه المبادرة.
- ٥- تحديد مستوى ثقة جمهور المرأة المصرية في المعلومات الصحية الواردة في تلك المبادرة والمتعلقة بأورام الثدي.
- ٦- اختبار العلاقة بين العوامل الديمغرافية لجمهور المرأة المصرية والتماسهن للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية حول الكشف المبكر لسرطان الثدي.

تحليل التراث العلمي (الدراسات السابقة):

من خلال مراجعة التراث العلمي اتضح وجود عدد من الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة، إذ اهتمت مجموعة من الدراسات بالتعرض للمعلومات الصحية المقدمة في وسائل الاعلام التقليدية و الحديثة وعلاقة ذلك بمستوي المعرفة و الوعي الصحي للجمهور منها دراسة (ريم زناتي ٢٠٢١)^(١) التي استهدفت التعرف علي معدل التماس المرأة المصرية للمعلومات حول إجراء الكشف المبكر عن أورام الثدي وعلاقته ذلك برضاء المرأة عند أداء وسائل الاعلام التقليدية و الرقمية حيال هذا المرض ،وذلك من خلال تطبيق استمارة استبيان علي عينة عشوائية من جمهور المرأة قوامها ٤٩٨ مفردة متنوعة من حيث العمر و المستوي التعليمي والمستوي الاقتصادي والاجتماعي، وتوصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج أهمها : جاء الفيسبوك في مقدمة الوسائل الإعلامية بشكل التي تتابعها المرأة المصرية وتفضلها للحصول على المعلومات المتعلقة بسرطان الثدي. أكدت المبحوثات عدم وجود حملات توعية قوية للتنوعية بإجراء الكشف المبكر لسرطان الثدي. توجد فروق دالة إحصائية من المبحوثات من حيث خصائصهم الديمغرافية والتماس المعلومات حول الكشف المبكر على أورام الثدي.

وانطلاقاً من نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، وهدفت دراسة (هاجر الحمامي ٢٠٢١)^(٢) رصد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تكونت لدي المواطنين المتابعين للمبادرات الصحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وذلك من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة وتوصلت النتائج: جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة المصادر التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات،

من أهم التأثيرات المعرفية المترتبة على تعرض العينة للمبادرات الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أنها جعلتهم أكثر وعياً بهذه المبادرات بينما كانت أهم التأثيرات الوجدانية في اتخاذهم الحذر والحيطه من الإصابة بمرض ما، وجاءت أهم التأثيرات السلوكية في أن المبحوثين سوف يقومون بتعديل سلوكياتهم الصحية وفقاً للمعلومات الصحية الواردة في المبادرات التي تعرضوا إليها.

واهتمت دراسة (Sinha, Nibha, Sharma, Aika ٢٠٢١)^(٣) باستكشاف العلاقة بين تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز المعرفة الصحية لدي الجمهور حيال مرض سرطان الثدي في العاصمة الهندية دلهي، وذلك من خلال تطبيق استبيان على عينة قوامها ٦٤٩ بمعدل استجابة ٨٣% وكانت أهم نتائج الدراسة: أن هناك تفاعل للمبحوثين مع

منشورات وسائل التواصل الاجتماعي المتعلقة بسرطان الثدي جعلتهم أكثر وعياً ومعرفة بالمرض ، ان هناك تأثير للعوامل الديموجرافية للمبجوثين بالأخص متغير النوع حيال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمعرفة الصحية لديهم.

وفي نفس السياق اهتمت دراسة (بيان إبراهيم ٢٠٢٠)^(٤) من خلال توظيفها لمدخل الاعتماد على وسائل الاعلام التعرف على تأثير المعلومات التي يقدمها الفيسبوك في التوعية بمرض سرطان الثدي في المجتمع الأردني واعتمدت الدراسة أيضا على أداة الاستبيان لجمع المعلومات من ٤٠٠ سيدة أردنية، اكدت الدراسة أن أكثر من نصف العينة اعتمدن على موقع الفيسبوك للحصول على المعلومات الصحية الخاصة بسرطان الثدي.

بينما اعتمدت دراسة (ايمان صابر ٢٠١٩)^(٥) على نظرية ثراء الوسيلة وقوة الروابط الضعيفة وذلك لرصد وتحليل المحتوى المنشور بالصفحات والحسابات المهمة بتقديم الدعم الاجتماعي لمرضي سرطان الثدي على موقعي الفيسبوك والتوتتر وكشفت الدراسة الي وجود ٤٠ حساب على موقع توتتر يهتم بالتوعية ضد مرض سرطان الثدي و٧٩ صفحة على موقع الفيسبوك، ولكن أغلبهم يفتقر الي اشراف متخصصين في المجال الطبي.

استخدمت دراسة (رنا محمد عبد الرحمن ٢٠١٩)^(٦) نظرية الأطر الإعلامية للتعرف على سمات الخطاب الصحفي المصري والأمريكي اتجاه مجموعة من الأزمات الصحية العالمية وذلك في الفترة من مارس ٢٠٠٣ حتى ديسمبر ٢٠١٤ وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج أهمها: اتسم الخطاب الصحفي المصري اتجاه الأزمات الصحية بأنه خطاب واصف للحدث بينما كان الخطاب الصحفي الأمريكي أكثر تحليلا، غلب الطابع الإخباري على تغطية الصحف المصرية للازمات الصحية.

وأضافت دراسة (داليا عثمان ٢٠١٩)^(٧) التي اهتمت بالتعرف على اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام وسائل الاعلام الرقمية في المجال الصحي أنه كلما زادت متابعة المبحوثات للموضوعات والقضايا الصحية من خلال وسائل الاعلام الرقمية زادت بالتبعية استفادتهم من المضمون الصحي الرقمي والعكس وكذلك ضرورة التكامل بين الاعلامين والأطباء في المجال الصحي والتوعية بمختلف الامراض.

اختلفت دراسة (مها مختار ٢٠١٨)^(٨) التي اهتمت باختبار العلاقة بين سلوكيات التماس الجمهور للمعلومات الصحية من شبكة الانترنت وتشكيل الوعي الصحي لديهم وفروض نظرية التماس المعلومات، حيث أكدت الدراسة أنه لا توجد علاقة ارتباط بين درجة الوعي الصحي لدي الجمهور ومعدل التماسهم للمعلومات الصحية من شبكة الانترنت.

هدفت دراسة (الزهراء محمد ٢٠١٨)^(٩) التعرف على دور الصفحات الصحية على الفيسبوك في تنمية الوعي الصحي للمراهقين وذلك من خلال تطبيق استمارة استبان على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة الي جانب استمارة تحليل مضمون لعدد من الصفحات الصحية على الفيسبوك وتوصلت الدراسة الي أن أكثر من نصف عينة المبحوثين لديهم مستوي وعي صحي متوسط نتيجة تعرضهم للمعلومات الصحية عبر الفيسبوك.

أشارت دراسة (Helena C. Lyson ٢٠١٨)^(١٠) التي تناولت تأثير استخدام الجمهور لمنصات التواصل الاجتماعي علي مستوي معرفتهم ووعيهم الصحي اتجاه مرض سرطان عنق الرحم وسرطان الثدي والتي تم تطبيقها علي عينة عمدية قوامها ٧٨٢ مبحوث من متابعين لمنصات التواصل الاجتماعي أنه يمكن زيادة وعي المبحوثين حول مرض سرطان الثدي وسرطان عنق الرحم من خلال المشاركة القصيرة في منصات التواصل الاجتماعي المختلفة واستلام رسائل نصية مخصصة .

اعتمدت دراسة (محمد فضل ٢٠١٧)^(١١) على المنهج الوصفي لغرض استطلاع آراء المختصين في وزارة الصحة الأردنية بهدف قياس معرفتهم وتصورهم تجاه دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية ذلك في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وأكدت الدراسة بأن المبحوثين يرون أن المعلومات الصحية التي تنشر عن طريق الفيسبوك متنوعة وتقدم وصفا واضحا عن مختلف مواضيع التوعية الصحية، وان الرغبة في زيادة الثقافة الصحية كانت أهم الاشباع المتحققة من متابعة المبحوثين للمعلومات الصحية عبر الفيسبوك.

اهتمت دراسة (Navya Bhaskara et al ٢٠١٧)^(١٢) بفهم استخدام الجمهور للرسائل النصية عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة للحصول علي المعلومات الصحية المتعلقة بالأمراض والعقاقير المختلفة وذلك من خلال تطبيق استمارة استبان علي عينة قوامها ١٥٦ ممن يستخدمون هذه الرسائل، أكدت الدراسة أن الواسباب كان أكثر منصات التواصل الاجتماعي تفضيلا لدي عينة المبحوثين يليه الفيسبوك ثم التوتير و كانت الموضوعات المتعلقة بالأمراض المختلفة والعقاقير المناسبة لها من أكثر الموضوعات بحثا من قبل رسائل المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي.

قامت دراسة (وفاء محمود وآخرون ٢٠١٧)^(١٣) بتصميم مقياس الوعي بسرطان الثدي وتم التحقق من الخصائص السيكومترية للمقياس من صدق وثبات وذلك الكشف عن مدى وعي منسوبات جامعة الملك سعود بمرض سرطان الثدي في ضوء عدد من المتغيرات. وقد أفادت نتائج الدراسة أن مستوى الوعي لدى منسوبات الجامعة من عضوات هيئة التدريس والإداريات متوسط كما أفادت النتائج بوجود قصور في القيام بحملات توعية بهذا المرض وكذلك التوعية بالمشكلات التي تنتج عن مرض سرطان الثدي، وكذلك قلة الوعي بالآثار السلبية الناتجة عن الإصابة بالمرض. كما أشارت إلى وجود فروق بين عضوات هيئة التدريس والإداريات في مستوى الوعي بسرطان الثدي وأن هذه الفروق لصالح عضوات هيئة التدريس وقد أوصت الدراسة بزيادة عدد حملات التوعية بسرطان الثدي وتفعيل دورها التوعوي.

وتميزت دراسة (ماهينازرمزي ٢٠١٢)^(١٤) في توظيفها لنموذج التماس الاستثارة للتعرف على معدلات ودوافع بحث المرأة عن المعلومات الصحية على شبكة الانترنت واتجاهات المرأة نحو الأداء الوظيفي لهذه المواقع هذا الي جانب التعرف على تأثير معدل التماس المعلومات الصحية على مستويات تعامل المرأة مع المشكلات الصحية المتعلقة بها

واستخدمت الدراسة لتحقيق ذلك استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٠٠ سيدة مصرية.

واهتمت مجموعة أخرى من الدراسات بالحملات الإعلامية ودورها في تنمية الوعي الصحي للجمهور، منها دراسة (ايمان السيد ٢٠٢٢)^(١٥) التي تناولت الدور الذي تقوم به الحملات الصحية في الاعلام التقليدي و الجديد في تنمية الوعي الصحي للمراهقات وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي حيث أكد المبحوثات بأن هذه الحملات تكسبهن الثقة في معلوماتهن الصحية وأنهن يعتمدن على الحملات الإعلامية الصحية المعروضة في التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة، وأن أكثر هذه الحملات جاذبية التي تعرض في التلفزيون والفيديو.

وفي نفس السياق أكدت دراسة (رشا عبد الرحمن ٢٠٢٠)^(١٦) التي تناولت دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية بالتطبيق على حملة ١٠٠ مليون صحة أن التعرض للحملة والمعلومات الصحية الواردة بها لها دور قوي وفعال في رفع الوعي الصحي للمبحوثات، وأنها جعلتهن يمارسن نشاطات صحية متنوعة للوقاية من مختلف الامراض السارية.

واهتمت أيضا دراسة (دريال كريمه ٢٠١٨)^(١٧) بالتعرف على دور الحملات الإعلامية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي بولاية سعيدة بالجزائر وذلك من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة قوامها ٦٠ مفردة وأكدت أكثر من نصف عينة المبحوثات أن وسائل الاعلام لها تأثير فعال في زيادة وعيهن الصحي. وأنهن اعتمدن على وسائل الاعلام لمعرفة إجراءات الكشف عن سرطان الثدي.

استهدفت دراسة (Okorie Nelson ٢٠١٦)^(١٨) التعرف على تأثير حملات التوعية الإعلامية على رعاية مرضي سرطان الثدي من السيدات وذلك من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة قوامها ٦٣٢ سيدة من سكان جنوب غرب نيجيريا، أكدت الدراسة أن هناك اختلافا كبيرا في مستوي المعرفة حول مرض سرطان الثدي بين النساء عينة الدراسة وأنه لا يوجد فرق في مستوي تعرضهن للمعلومات حجول سرطان الثدي والمقدمة في وسائل الاعلام. وأضافت الدراسة أيضا وجود فروق كبيرة في المصادر التي تعتمد عليها السيدات عينة الدراسة لرفع وعيهن حيال مرض سرطان الثدي.

هدفت الدراسة (بهجة بدر ٢٠١٦)^(١٩) تسليط الضوء على فاعلية الحملات التي تقوم بها جمعية مجموعة المبادرات النسائية بدولة السودان ومدى إسهامها في رفع الوعي الصحي للمرأة وخلق سلوكيات إيجابية حيال مرض سرطان الثدي من خلال عقد عدد من المقابلات المتعمقة مع عدد من العاملين في هذه الجمعية وأفراد الجمهور. اذ أكدت المبحوثات بأن الحملات الإعلامية المقدمة نجحت في توظيف عبارات مناسبة للنساء وأنها ساهمت في توعيتهن بمرض سرطان الثدي وتوسيع مداركهن الصحية بشكل عام.

- ١- اتفقت أغلب الدراسات التي تناولت المعالجة الإعلامية للقضايا والموضوعات الصحية إلى أن هناك اهتمام كبير أولته وسائل الاعلام التقليدية والحديثة للقضايا والموضوعات الصحية بالأخص خلال فترة الازمات وانتشار الأوبئة الصحية.
- ٢- أضافت هذه الدراسات أيضا أن النسبة الأكبر من الجمهور يلتصق بالمعلومات الصحية من مختلف وسائل الاعلام وأن هناك علاقة بين معدل هذا الالتصاق ومستوي الوعي الصحي لديهم.
- ٣- اختلفت اتجاهات الدراسات السابقة في توظيف المداخل النظرية المفسرة لها ومن أهم هذه المداخل: مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام، نظرية التماس المعلومات، نظرية ثراء الوسيلة، نموذج تنشيط الاستشارة (دراسة ماهيناز أحمد ٢٠١٢)، ونظرية الروابط الضعيفة (دراسة ايمان صابر ٢٠١٩)، أما الدراسات السابقة الأجنبية لم توظف مداخل نظرية محددة.
- ٤- اتفقت معظم الدراسات على استخدام أداة الاستبيان والمقابلة المتعمقة وذلك على اتجاهات الجمهور حيال المعالجة الإعلامية للقضايا والموضوعات الصحية وكذلك علاقة معدل التماس للمعلومات الصحية المتعلقة بهذه القضايا والموضوعات ومستوي وعيهم حيالها، واعتمدت أيضا هذه الدراسات بشكل أساسي على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن وتميزت (دراسة ايمان صابر ٢٠١٩) باعتمادها على المنهج الأمبريقي.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الإفادة منها:

في ضوء ما تشير إليه نتائج مسح التراث العلمي في مجال موضوع الدراسة، يمكن استخلاص ما يلي:

- ١- أكدت الدراسات العربية والأجنبية على الدور الهام الذي تقوم به وسائل الاعلام بشكل عام في نشر وتقديم المعلومات الصحية للجمهور، وأضافت الدراسات التي أجريت مؤخرا في هذا المجال على فاعلية منصات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك/ تويتر/ واتساب...) في نشر ورفع الوعي الصحي للجمهور.
- ٢- أكدت الدراسات السابقة أن المعلومات الصحية المقدمة في وسائل الاعلام سواء التقليدية أو الحديثة من شأنها رفع الكفاءة الذاتية للأفراد في التعامل مع الأمراض – خاصة خلال فترات الازمات والأوبئة – وتحسين الحالة الصحية لهم وذلك من خلال توفير كمية كبيرة من المعلومات الصحية حيال مختلف الامراض.
- ٣- اتضح من خلال مراجعة التراث العلمي وجود علاقة قوية أو متوسطة بين معدل التماس الجمهور بشكل عام والمرأة بشكل خاص للمعلومات الصحية ومستوي الوعي الصحي لديهم، بينما تباينت نتائج الدراسات السابقة التي أجريت في هذا المجال حول مدي ثقة الجمهور في المعلومات الصحية المقدمة إليه.

٤- اتضح من خلال مراجعة التراث العلمي أيضا ندرة الدراسات التي تناولت بالدراسة والتحليل تأثير الحملات الإعلامية والمعلومات الصحية المقدمة من خلالها في تشكيل الوعي الصحي للمرأة اتجاه مرض سرطان الثدي، خاصة داخل جمهورية مصر العربية، رغم كثرة المبادرات الرئاسية التي أطلقتها وزارة الصحة والسكان المصرية والتي تستهدف الحفاظ على صحة المرأة المصرية من جميع الأمراض السارية والغير سارية.

لذا وفي ضوء ما تقدم تبرز الحاجة إلى استكمال أوجه النقص في البحوث الإعلامية المرتبطة بالحملات الإعلامية وعلاقة التماس المعلومات الصحية المقدمة منها في رفع مستوي الوعي الصحي للجمهور، وسوف تقوم الباحثة في إطار الدراسة الحالية برصد وتحليل أبعاد العلاقة بين التماس جمهور المرأة للمعلومات الصحية المتعلقة بأورام الثدي - التي قدمتها وسائل الاعلام من خلال مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر لسرطان الثدي - وتشكيل وعيها اتجاه هذا المرض.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

- ١- ما أهم المصادر الإعلامية التي تعرفت من خلالها المرأة المصرية على مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي؟
- ٢- ما أسباب التماس جمهور المرأة المصرية للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي؟
- ٣- كيف كان معدل التماسهن للمعلومات الواردة في تلك المبادرة؟
- ٤- ما هي العلاقة بين معدل التماس جمهور المرأة المصرية للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي ومستوي وعيها الصحي حيال هذه المرض؟
- ٥- كيف كانت درجة ثقة جمهور المرأة المصرية في المعلومات الصحية المقدمة في تلك المبادرة؟
- ٦- كيف كان تأثير العوامل الديمغرافية لجمهور المرأة المصرية على التماسهن للمعلومات الصحية الواردة في تلك المبادرة؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط بين معدل التماس المرأة المصرية (عينة الدراسة) للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي ومستوي الوعي الصحي لديها اتجاه المرض.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط بين معدل التماس المرأة المصرية (عينة الدراسة) للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي والسلوك الصحي التي قامت به بعد ذلك.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط بين المتغيرات الديموغرافية للمرأة المصرية (عينة الدراسة) ومعدل التماسها للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية التماس المعلومات: Information Seeking Theory

عملية التماس المعلومات هي عملية تصف البحث عن المعلومات من أجل تحقيق بعض الأهداف وذلك من خلال تفسير سلوك الجمهور في البحث عن المعلومات ومصادرها المختلفة^(٢٠) وهي ذلك الجهد الواعي الذي يقوم به الأفراد للحصول على المعلومات استجابة لحاجة محددة أو نتيجة لفجوة في المعرفة حيال موضوع ما^(٢١).

تشبه نظرية التماس المعلومات عملية التعلم الي حدا كبير من حيث كونها عملية أساسية ذات مستوي معرفي عالي، وتركز نظرية التماس المعلومات على حاجة الأشخاص إلى تغيير حالتهم المعرفية الراهنة، أي أن الالتماس هنا عملية مقصودة يشترك فيها الأفراد بهدف الوصول الي أي شي يمكن أن تغير معرفتهم^(٢٢).

سلوك البحث عن المعلومات – في إطار هذه النظرية- يتأثر بمتغيرات عدة أهمها مستوي مهارة الأفراد وخبراتهم السابقة في عمليات البحث عن المعلومات ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع محل البحث والوقت المتاح له^(٢٣).

تنص أهم فروض النظرية على أن التماس المعلومات عملية تبدأ في ذهن ملتتمس المعلومات وإدراكه لحاجاته المعرفية وكيفية إشباعها ومن ثم تؤكد على وجود دوافع وحوافز ومنبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على المعلومات لمواجهة مشكلة ما أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة^(٢٤).

قامت الدراسة الحالية بتوظيف نظرية التماس المعلومات من خلال دراسة كافة متغيرات وعناصر النظرية ، بدأت بدراسة خطوات الالتماس المعلومات لدي المرأة المصرية حول مرض سرطان الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي وكذلك تحديد المصادر الاتي التمس منها المعلومات ،سوف تقوم الباحثة باختبار فروض النظرية من خلال الدراسة الميدانية من حيث اختبار العلاقة بين معدل التماس المرأة

المصرية للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي ومستوي وعيهم و إدراكهن المعرفي و الوجداني و السلوكي اتجاه هذه المرض وكذلك أنماط السلوك الصحي التي قامت به المرأة المصرية بعد التعرض لهذه المعلومات .

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية والتفسيرية والتي تتجه إلي وصف الظاهرة المدروسة و التعرف علي الموقف الحالي، إذ تهدف الدراسة إلي رصد وتحليل أبعاد العلاقة بين معدل التماس جمهور المرأة المصرية للمعلومات الصحية المتعلقة بأورام الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية و مستوي وعيهم حيال هذا المرض، اعتمدت الباحثة علي منهج المسح بشقية الوصفي و التحليلي وذلك علي عينة عشوائية من جمهور المرأة للتعرف علي مستوي وعيهم حيال مرض سرطان الثدي وأهمية الكشف المبكر عنه وذلك نتيجة التماسهن للمعلومات الصحية المقدمة في هذه المبادرة .

مجتمع وعينة الدراسة:

تم تطبيق استمارة البحث على عينة عمدية من النساء البالغات في المجتمع المصري وذلك بواقع ٣٠٠ سيدة يبلغن من العمر ٢٠ سنة فأكثر، وذلك عن طريق الاستبيان الإلكتروني. حيث تم إرسال الرابط الخاص بالاستمارة الكترونيا الي مجموعة محددة من السيدات واللاتي قمن بدورهن بإعادة توجيه الاستمارة مرة أخرى الي معارفهن وأصدقائهن، وهي عينة عشوائية يمكن توضيح خصائصها كما يلي:

جدول (١) خصائص عينة الدراسة

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
العمر	٢٠ - ٣٠ سنة	٢٧٤	٩١%
	٣١ سنة فيما فوق	٢٦	٩%
المستوي التعليمي	مؤهل متوسط	٤٥	١٥%
	مؤهل عالي	٢٢٨	٧٦%
	دراسات عليا	٢٧	٩%
العمل	لا تعمل (ربة منزل)	٩٠	٣٠%
	تعمل	٢١٠	٧٠%
تاريخ إصابة بالمرض	نعم	١٦	٥%
	لا	٢٨٤	٩٥%

أدوات جمع البيانات:

استخدمت الباحثة صحيفة الاستقصاء (الاستبيان الإلكتروني) كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، بهدف الكشف عن العلاقة بين معدل التماس المرأة المصرية للمعلومات المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية ومستوي الوعي الصحي لديهن، راعت الباحثة في اتباع تصميم الاستمارة التسلسل المنطقي في صياغة الأسئلة وأن تختبر

فروض الدراسة وتجب عن تساؤلاتها وتحقق أهدافها، وتم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الاعلام*.

اختبار صدق الاستمارة:

قامت الباحثة بإجراء اختبار الصدق لاستمارة الاستقصاء، اذ تم مراجعتها منهجيا وعلميا من خلال عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين للحكم عليها والتأكد من صلاحيتها وبناء على آراء المحكمين تم إعادة صياغة بعض البنود لتصبح أكثر ملائمة للمبحوثات.

ثبات الاستمارة:

تم تطبيق الاستمارة على عينة عشوائية قوامها ٥٠ مفردة عشوائية من مجتمع عينة الدراسة للتأكد من ثبات الاستمارة من خلال إجراء اختبار الثبات وتم حساب معامل الثبات الذي وصل الي ٨٩% مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد تطبيق الاستبيان وتجميعه، وتفرغته في جداول لحصر التكرارات ولمعالجة بياناته إحصائياً، تم استخدام عدد من المعاملات الإحصائية في معالجة بيانات الدراسة؛ بهدف الوصول إلى نتائج علمية قابلة للتعميم مستقبلاً، وذلك من خلال استخدام Statistical Package for Social Sciences (SPSS) الإصدار العشرون للعام ٢٠١٢م استخدمت مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تستهدف القيام بعملية التحليل الوصفي والاستدلالي لعبارات الاستبانة، وهي:

أولاً: المقاييس الوصفية وتشمل: النسب المئوية في حساب التكرارات: حيث تعتبر النسبة المئوية أكثر تعبيراً عن الأرقام الخام، بالإضافة إلى المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية: استخدمت الباحثة بعض الاختبارات الإحصائية، التي سعت لقياس الفروق والعلاقات بين متغيرات الدراسة، وكانت على النحو التالي:

١. تم حساب الصدق الذاتي باستخدام حساب الجذر التربيعي لمعامل (a) ألفا كرونباخ، وثبات الاستبيان بطريقة إحصائية من خلال معاملات ارتباط الاتساق الداخلي، كما استخدمت طريقة ألفا كرونباخ.

٢. معامل ارتباط سبيرمان لقياس الدلالة الإحصائية لعدد من المتغيرات

٣. اختبار (independent sample T-Test)

٤. اختبار (F on way ANOVA)

* أسماء السادة المحكمين:

١- د/ أمال كمال أستاذ الإعلام كلية الآداب جامعة حلوان وعميد كلية الاعلام جامعة ٦ أكتوبر.

٢- أ.د/ محرز غالي أستاذ الصحافة كلية الاعلام جامعة القاهرة.

٣- أ.م. د/ أحمد زارع الأستاذ المساعد كلية الاعلام جامعة الأزهر.

٤- أ.م. د/ وليد الهادي الأستاذ المساعد كلية الآداب جامعة حلوان.

نتائج الدراسة الميدانية:

أهم المصادر الإعلامية التي تحرص عينة المبحوثات على متابعتها بشكل عام للحصول على المعلومات حول مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي

سعت الدراسة الي رصد أهم المصادر الإعلامية التي تحرص عينة المبحوثات على متابعتها للحصول على المعلومات المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية، وبشكل عام اعتمدن المبحوثات بدرجات متفاوتة على مختلف المصادر الاعلامية للحصول على تلك المعلومات.

جدول رقم (٢)

أهم المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها المبحوثات في الحصول على المعلومات

أهم المصادر الإعلامية	*ك	%
الفيسبوك	١٦٨	٥٦%
التلفزيون	١٢٥	٤٢%
توتير	٣	١%
إنستجرام	٧٤	٢٥%
المواقع الالكترونية للصحف	٦٨	٢٣%
اليوتيوب	٣٦	١٢%
لينكد أن	٢	١%
تيك توك	٢	١%
صفحة وزارة الصحة على الانستجرام	٣٤	١%
صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك	٢	١%
المجموع **	٣٠٠	

يتضح من بيانات الجدول السابق و الخاص بأهم المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها المبحوثات عينة الدراسة في الحصول علي المعلومات الصحية المقدمة في مبادرة رئيس الجمهورية و المتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي أن أكثر من نصف العينة المبحوثات اعتمدن علي منصات التواصل الاجتماعي المختلفة للحصول علي المعلومات الصحية الواردة في المبادرة و بالأخص "الفيسبوك" حيث أكد ٥٦% من المبحوثات اعتمادهن علي هذه المنصة في المقام الأول ، بينما جاء التلفزيون في الترتيب الثاني من إجمالي المصادر الإعلامية المستخدمة ، بهذه النتيجة نجد أن الدراسة الحالية جاءت متوافقة مع نتائج مجموعة من الدراسات العربية السابقة و التي رصدت أهم المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها المرأة للحصول علي المعلومات الصحية مثل دراسة "ريم زناتي ٢٠٢١"، و"دراسة هاجر الحمامي ٢٠٢١" و دراسة "بيان إبراهيم ٢٠٢٠"، وتعتبر هذه النتيجة منطقية لما تتمتع به منصات التواصل الاجتماعي من ثراء بالأخص " الفيسبوك "

* ك: مسموح باختيار أكثر من بديل من البدائل المتاحة
** ن: عدد المبحوثات الآتي أجبن على السؤال.

الذي يتميز بسهولة الاستخدام و التفاعل من قبل المستخدمين حيث يجمع العديد من خصائص منصات التواصل الاجتماعي الأخرى .

ثقة المبحوثات في المصادر الإعلامية التي قدمت مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي

سعت الدراسة الي قياس مدي ثقة المبحوثات في الوسائل الإعلامية التي تناولت مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي وبشكل عام اتفقت عينة المبحوثات حيال درجة ثقتهن في الوسائل الإعلامية المختلفة التي تناولت مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي.

جدول رقم (٣)

ثقة المبحوثات في الوسائل الإعلامية التي تناولت المبادرة

الترتيب	اتجاه العينة	الانحراف المعياري	النسبة	المتوسط الحسابي	لا اتق بها		اتق بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		الوسيلة
					%	ك	%	ك	%	ك	
١	اتق بدرجة متوسطة	٠,٦٠٨	٧٥.١	٢.٢٥	٦%	١٨	٣٤%	١٠٣	٦٠%	١٧٩	التلفزيون
٤	لا اتق به	٠,٥٤٣	٥٠.١	١.٥٠	١٠%	٣١	٧٠%	٢٠٩	٢٠%	٦٠	الفيديو
٣	اتق بدرجة متوسطة	٠,٦٣٥	٦٠.٣	١.٨١	١١%	٣٣	٥٤%	١٦٢	٣٥%	١٠٥	الراديو
٦	اتق بدرجة متوسطة	٠,٥٦١	٤٨.٩	١.٤٧	١٦%	٤٨	٦٩%	٢٠٦	١٥%	٤٦	اليوتيوب
٢	اتق بدرجة متوسطة	٠,٦٢٢	٦١.٧	١.٨٥	٩%	٢٧	٥٣%	١٥٩	٣٨%	١١٤	مواقع الكترونية
٥	اتق بدرجة متوسطة	٠,٥٧٢	٤٩.٩	١.٥٠	١٦%	٤٧	٦٧%	٢٠٢	١٧%	٥١	انستجرام
٣٠٠										المجموع	

من بيانات الجدول السابق يتضح لنا أن عينة المبحوثات يثقن بشكل عام في الوسائل الإعلامية التي قدمت المبادرة بدرجة متوسطة، حيث جاء التلفزيون في مقدمة تلك المصادر وذلك بنسبة مقدارها ٧٥%، يليه المواقع الالكترونية بنسبة مقدارها ٦١,٧% ثم جاء الراديو في الترتيب الثالث بنسبة مقدارها ٦٠.٣%، بينما أكدت أيضا عينة المبحوثات وفقا لبيانات الجدول السابق عدم ثقتهن في الفيديو كأحد المصادر الإعلامية التي قدمت المبادرة وذلك بنسبة مقدارها ٥٠,١%.

مدي متابعة المبحوثات للمعلومات الصحية الواردة التي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي

سعت الدراسة الي تحديد مدي متابعة المبحوثات للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عنه، وذلك بسؤال المبحوثات " الي أي مدي قمت بمتابعة المعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي؟"

جدول رقم (٤)

مدي متابعة المبحوثات للمعلومات الصحية المقدمة في المبادرة

مدي المتابعة	ك	%
أتابعها بانتظام	٥٢	%١٧
أتابعها بشكل متقطع	١٩٠	%٦٣
نادرا ما أتابعها	٥٨	%١٩
المجموع	٣٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق والخاص بمدي متابعة المبحوثات للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي إلى ارتفاع معدلات المتابعة غير المنتظمة، حيث إن أكثر من نصف العينة وفقا لبيانات الجدول قمن بمتابعة هذه المعلومات بشكل متقطع، بينما أكد ١٧% من العينة فقط بمتابعتها بانتظام واستمرار.

اسباب متابعة المبحوثات للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها المبادرة

اهتمت الدراسة برصد أسباب متابعة المبحوثات للمعلومات الصحية المقدمة في مبادرة رئيس الجمهورية المتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي وبشكل عام تنوعت أسباب المبحوثات التي دفعتهم لمتابعة المعلومات الصحية الواردة في المبادرة ويوضح الجدول التالي أهم هذه الأسباب

جدول رقم (٥)

اسباب متابعة المبحوثات للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي التي قدمتها المبادرة

الترتيب	اتجاه العينة	النسبة %	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		السبب
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	موافق	٩١,٢	٢,٧٤	%٠	١	%١٣	٣٩	%٨٧	٢٦٠	زيادة المعرفة الصحية بشكل عام
٤	موافق	٨٦,٣	٢,٥٩	%٣	٩	%١٩	٥٧	%٧٨	٢٣٤	معرفة أهمية الكشف المبكر
٣	موافق	٨٧,٣	٢,٦١	%٥	١٥	%١٧	٥١	%٧٨	٢٣٤	اتباع التعليمات الصحية للوقاية من المرض
٢	موافق	٧٩,٧	٢,٣٩	%٥	١٥	%٢٨	٨٤	%٦٧	٢٠١	المساعدة في اتخاذ القرار لإجراء الكشف المبكر
٣	موافق	٧٩,٩	٢,٤٠	%٤	١١	%٢٨	٨٥	%٦٨	٢٠٤	التعرف على مراكز العلاج الخاصة بالمرض
٧	محايد	٧٣	٢,١٩	%٣٦	١٠٧	%٢٣	٦٨	%٤٢	١٢٥	لان هناك قريبة او صديقة لي مصابه بالمرض
٦	موافق	٨٠,١	٢,٤٠	%٣	٩	%٢٨	٨٥	%٦٩	٢٠٦	الإفادة وتوعية من حولي
٥	موافق	٨٤,٩	٢,٥٥	%١	٢	%٢٢	٦٧	%٧٧	٢٣١	الاطمئنان وعدم الخوف
٣٠٠										المجموع

طبقا لبيانات الجدول السابق و الخاص بأسباب متابعة المبحوثات للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية و المتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي أن اتجاهات عينة المبحوثات كانت ايجابية حيال جميع الأسباب التي دفعتهم لمتابعة المعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي باستثناء السبب المتعلق بوجود قريبة أو صديقة مصابة بالمرض وعلاقة ذلك بالتعرض للمبادرة ، أكدت أكثر من نصف العينة - وفقا لبيانات الجدول السابق - أن أهم الأسباب التي دفعتهم لمتابعة هذه المبادرة كانت رغبتهم في زيادة المعرفة الصحية بشكل عام و المعرفة الصحية المتعلقة بمرض سرطان الثدي بشكل خاص ، ثم جاءت رغبتهم في المساعدة للاتخاذ قرار إجراء الكشف المبكر في الترتيب الثاني بنسبة مقدارها ٧٩,٩% ، بينما جاء السبب المتعلق برغبة المبحوثات في التعرف علي مراكز العلاج الخاصة بالمرض و اتباع التعليمات الصحية للوقاية منه في الترتيب الثالث من إجمالي الأسباب التي دفعت عينة الدراسة للتعرض لهذه المبادرة .

اتجاهات المبحوثات حيال المعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية والمتعلقة بسرطان الثدي

اهتمت الدراسة برصد اتجاهات المبحوثات حيال مستوى المعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية والمتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي ويوضح الجدول التالي ذلك.

جدول رقم (٦)

اتجاهات المبحوثات حيال المعلومات الصحية الواردة في المبادرة

العبرة	نعم		لا	
	ك	%	ك	%
استعانت الحملة بالرسوم التوضيحية لشرح اعراض المرض	٢٥٢	%٨٤	٤٨	%١٦
الاعتماد على مصادر طبية متنوعة	٢٧٣	%٩١	٢٧	%٩
اتاحة الاستشارة والكشف مجانا للجميع	٢٨٤	%٩٥	١٦	%٥
الاستعانة بأطباء معروفين لتقديم المعلومات المتعلقة بسرطان الثدي	٢٤٨	%٨٣	٥٢	%١٧
التركيز على الجانب النفسي خلال فترة المرض وعلاجه	٢٦٢	%٨٧	٣٨	%١٣
الاستعانة بحالات من السيدات نجحن في الشفاء من المرض في حالة الكشف المبكر	٢٧٤	%٩١	٢٦	%٩
المجموع	٣٠٠			

يتضح من بيانات الجدول السابق و الخاص باتجاهات المبحوثات حيال المعلومات الصحية التي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية و المتعلقة بسرطان الثدي بأن المبادرة اتاحت خدمة الكشف و الاستشارة مجانا حول مرض سرطان الثدي وذلك بنسبة مقدارها ٩٥% وتعد هذه النتيجة منطقية ومتماشية مع هدف المبادرة الرئاسية الذي تم الإعلان عنه و هو الكشف بالمجان علي جميع سيدات الجمهورية ،بينما أكدت المبحوثات وفقا لبيانات الجدول السابق أيضا بأن المبادرة الرئاسية استعانت بحالات من المصابات الاتي نجحن في الشفاء من المرض وذلك لتشجيع السيدات علي إجراء الكشف المبكر وأهميته وكذلك الاعتماد علي مصادر طبية متنوعة في عرضها للمعلومات المتعلقة بمرض سرطان الثدي وذلك بنسبة مقدارها ٩١%، و أضافت المبحوثات أيضا أن المبادرة الرئاسية قامت بالتركيز علي الجانب النفسي خلال فترة المرض و علاجه بنسبة مقدارها ٨٧% ، وفقا لبيانات الجدول السابق نجد أن اتجاهات المبحوثات كانت ايجابية حيال المعلومات الصحية الواردة في المبادرة و المتعلقة بسرطان الثدي ، بينما كانت اتجاهات المبحوثات سلبية حيال عدم تستخدم الصور و الرسوم التوضيحية بالشكل الكافي كما أنها لم تستعين بأطباء معروفين في مجال الأورام لتدعيم المعلومات الصحية المقدمة .

اهتمام المصادر الاعلامية بمبادرة رئيس الجمهورية والمتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي من وجهة نظر المبحوثات

سعت الدراسة الحالية للتعرف على مدي اهتمام الوسائل الإعلامية بمبادرة رئيس الجمهورية والمتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي وذلك من وجهة نظر المبحوثات، بشكل عام أكدت المبحوثات وجود اختلافات في مستوى اهتمام الوسائل الإعلامية بتلك المبادرة ويتضح ذلك من بيانات الجدول التالي

جدول رقم (٧)

اهتمام الوسائل الاعلامية بمبادرة رئيس الجمهورية من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	النسبة	الانحراف	المتوسط	لا تهتم		تهتم الى حد ما		تهتم دائماً		المصادر الاعلامية
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٨٠.٢	٠.٥٢٧	٢.٤١	٣%	٨	٢٨%	٨٥	٦٩%	٢٠٧	التلفزيون
٦	٤٤.٨	٠.٦٣	١.٣٤	٣%	١٠	٣٥%	١٠٤	٣١%	٩٣	الفيديو
٥	٤٧.١	٠.٧١٥	١.٤١	٩%	٢٧	٢٨%	٨٥	٣٢%	٩٥	الراديو
٣	٦٠.٢	٠.٧٣١	١.٨١	٢٦%	٧٨	٤٧%	١٤٠	٢٧%	٨٢	اليوتيوب
٢	٦٦.٤	٠.٦٢٩	١.٩٩	٨%	٢٤	٤٦%	١٣٩	٤٦%	١٣٧	المواقع الإلكترونية
٤	٥٨.٢	٠.٧٠١	١.٧٥	٢٣%	٧٠	٥١%	١٥٣	٢٦%	٧٧	انستجرام
٣٠٠										المجموع

أكد أكثر من نصف العينة - وفقاً لبيانات الجدول السابق - أن التلفزيون كوسيلة إعلامية كان أكثر الوسائل التي اهتمت بمبادرة رئيس الجمهورية والمتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي و، وهنا نتضح أن التلفزيون بوصفه مصدراً ثرياً للمعلومات وما يتصل به من مصادر متعددة و أوعية غنية بالأخبار و المعلومات متعددة الأشكال التي يمكن استثمارها في توعية المرأة المصرية من خلال تقديم مجموعة كبيرة من المعارف المتعلقة بمرض سرطان الثدي و أهمية إجراء الكشف المبكر عنه وذلك للوقاية منه مستقبلاً ، ثم جاء في الترتيب الثاني المواقع الإلكترونية بمتوسط حسابي ١,٩٩، ثم جاء اليوتيوب في الترتيب الثالث من إجمالي الوسائل الإعلامية التي اهتمت بمبادرة رئيس الجمهورية والمتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي من وجهة نظر المبحوثات .

أشكال تفاعل المبحوثات تجاه ما تعرضن له من معلومات متعلقة بمرض سرطان الثدي

اهتمت الدراسة برصد أهم أشكال التفاعل التي قامت بها المبحوثات بعد التعرض للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية ويوضح الجدول التالي اتجاهات المبحوثات حيال بعض الأنشطة الصحية التي قامت بها المبحوثات بعد التعرض للمبادرة.

جدول رقم (٨)

اتجاهات المبحوثات حيال مرض سرطان الثدي بعد التعرض للمبادرة

الترتيب	اتجاه العينة	النسبة %	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الموقف العجاة
					%	ك	%	ك	%	ك	
١	موافق	٧٦.٢	٠.٦٥٢	٢.٢٩	٩%	٢٦	٣١%	٩٤	٦٠%	١٨٠	ارغب في اجراء الكشف المبكر
٣	محايد	٦٠.٨	٠.٧٥٩	١.٨٢	٤٢%	١٢٥	٣٨%	١١٤	٢٠%	٦١	لا انوى اجراء الكشف المبكر
٢	محايد	٦٥.١	٠.٨١٤	١.٩٥	٤٧%	١٤٠	٢٩%	٨٧	٢٤%	٧٣	قمت باجراء الكشف المبكر
٣٠٠											المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر من نصف العينة أكدن رغبتهم في إجراء الكشف المبكر عن سرطان الثدي بعد تعرضهم للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية والمتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي، وأن ٢٤% من العينة هن من أجريين الكشف بالفعل، ٢٠% فقط لا ينوين إجراء هذا الكشف وتؤكد هذه النتيجة على أهمية تأثير وسائل الاعلام في تعديل وتغيير سلوك المرأة المصرية ومدى نجاح المبادرة الرئاسية في تحقيق أهدافها وهو التوعية والتثقيف الصحي للمرأة المصرية بشكل عام اتجاه مرض سرطان الثدي.

رضا المبحوثات عن مستوى المعلومات الصحية الواردة في المبادرة والمتعلقة بسرطان الثدي

اهتمت الدراسة برصد مدي رضا المبحوثات عن مستوى المعلومات الطبية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية والمتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي، بشكل عام نجد أن النسبة الأكبر من المبحوثات اللاتي تعرضن للمعلومات الطبية المقدمة في المبادرة راضين إلى حد ما عن مستوى هذه المعلومات ودورها في توعيتهن حيال هذا المرض.

جدول رقم (٩)

مدي رضا المبحوثات عن مستوى المعلومات الطبية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية

مدي الرضا	ك	%
راضية تماما	٣٢	١١%
راضية الي حد ما	٢٣٢	٧٧%
غير راضية علي الاطلاق	٣٦	١٢%
المجموع	٣٠٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق و الخاص بمدي رضا المبحوثات عن مستوى المعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي ، أن المبحوثات اختلفت آرائهن حيال مستوى المعلومات الصحية إذ أكدن أكثر من نصفهن رضاهم إلي حد ما عن مستوى هذه المعلومات ،بينما أكد ١٢% منهن عدم رضاهم عن مستوى المعلومات الصحية المقدمة ، بينما أكد ١١%منهن فقط رضاهم الكامل عن المعلومات الصحية المقدمة ، ويدل ذلك علي ارتفاع وعي المبحوثات اتجاه مرض سرطان الثدي وضرورة إجراء الكشف المبكر عنه هذا الي جانب استيعابهن الكامل للدور الهام الذي قامت به المعلومات المقدمة في هذه المبادرة في توعيتهن اتجاه هذا المرض للحد من انتشاره و رغبتهن الكاملة في اتاحة المزيد من المعلومات المتعلقة بهذا المرض ومراحل تطوره وطرق علاجه المختلفة.

اسباب عدم رضا المبحوثات عن مستوى المعلومات الصحية المقدمة حيال مرض سرطان الثدي

اهتمت الدراسة بالتعرف على أهم أسباب عدم رضا المبحوثات عن مستوى المعلومات الصحية المقدمة في مبادرة رئيس الجمهورية والمتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي، بشكل عام تنوعت أسباب عدم رضاهن عن مستوى المعلومات الصحية المقدمة ويوضح الجدول التالي أهم هذه الأسباب.

جدول رقم (١٠)

اسباب عدم رضا المبحوثين عن مستوى المعلومات الصحية المقدمة حيال مرض سرطان الثدي

اسباب عدم الرضي	*ك	%
ليس هناك توعية قوية حول مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي	٧٣	٢٤%
عدم تقديم معلومات كافية عن أهمية وكيفية اجراء الكشف المبكر عن المرض	٣٨	١٣%
عدم تقديم حلول للتغلب على ازدحام مراكز الفحص والمستشفيات	٧٦	٢٥%
عدم التركيز على خطورة عدم اجراء الكشف المبكر على مرض سرطان الثدي	٣٦	١٢%
تضارب المعلومات	٣٣	١١%
عدم وجود خط ساخن خاص بالمبادرة	٤٤	١٥%
المجموع**	٣٠٠	

يتضح من بيانات الجدول السابق و الخاص بأهم أسباب عدم رضا المبحوثات عن مستوى المعلومات الصحية المقدمة في مبادرة رئيس الجمهورية و المتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي أن أهم تلك الأسباب هو عدم تقديم حلول للتغلب على ازدحام مراكز الفحص و المستشفيات بالأخص أن هذه المبادرة مجانية وذلك بنسبة مقدارها ٢٥% ثم جاء السبب المتعلق بعدم وجود توعية قوية حول مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي وذلك بنسبة مقدارها ٢٤% مقارنة بالتوعية التي حصلت عليها مبادرة رئيس الجمهورية للكشف عن الأمراض السارية الأخرى (الضغط/السكر / فيروس سي)، يدل ذلك على ارتفاع وعي المرأة المصرية .

* ك: مسموح باختيار أكثر من بديل من البدائل المتاحة
** ن: عدد المبحوثات الآتي أجبن على السؤال.

التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة التماس المبحوثات للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها المبادرة

اهتمت الدراسة بالتعرف على التأثيرات المختلفة المترتبة على التماس المبحوثات للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها المبادرة الرئاسية، بشكل عام تنوعت هذه التأثيرات ما بين معرفية ووجدانية وسلوكية ويوضح الجدول التالي أهم هذه التأثيرات:

جدول رقم (١١)

تأثيرات متابعة المبحوثات للمبادرة الرئاسية الخاصة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي

الترتيب	T Test	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		التأثيرات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	١٩,٠٦	٢,٦٥	٦	١٨	٢٣	٦٩	٧١	٢١٣	التأثيرات المعرفية
٥	١٧,١٤	٢,٥٨	٥	١٤	٣٣	٩٩	٦٢	١٨٧	
١	٢٠,٧١	٢,٦٥	٣	١٠	٢٨	٨٥	٦٨	٢٠٥	
٤	١٨,٨٨	٢,٦١	٤	١١	٣٢	٩٥	٦٥	١٩٤	
٦	١٣,٠٦	٢,٤٨	٨	٢٣	٣٧	١١٠	٥٦	١٦٧	
٣	١٨,٦٩	٢,٦٢	٥	١٤	٢٩	٨٦	٦٧	٢٠٠	
٦	١٢,٤٤	٢,٤٨	١٠	٣٠	٣٢	٩٥	٥٨	١٧٥	
٧	٧,٧٥	٢,٣٣	١٦	٤٨	٣٥	١٠٥	٤٩	١٤٧	
٣	١٤,٥٩	٢,٥	٥	١٥	٤٠	١٢٠	٥٥	١٦٥	التأثيرات الوجدانية
٢	١٤,٣٩	٢,٥٣	٧	٢٤	٣١	٩٢	٦١	١٨٤	
١	١٦,٣٢	٢,٥٦	٥	١٥	٣٤	١٠٣	٦١	١٨٢	
٢	١٣,٠٨	٢,٥	٩	٢٧	٣٢	٩٧	٩٥	١٧٦	التأثيرات السلوكية
٦	٤,١٩	٢,١٩	٢٤	٧٢	٣٣	٩٨	٤٣	١٣٠	
٤	٧,٤٣	٢,٣٢	١٧	٥٢	٣٣	٩٩	٥٠	١٤٩	
٥	٤,٦٤	٢,٢٢	٢٤	٧٢	٣٠	٩١	٤٦	١٣٧	
١	١٦,٨٤	٢,٦٠	٧	٢٠	٢٧	٨١	٦٦	١٩٩	
٣	١٠,٩٦	٢,٤٤	١١	٣٤	٣٤	١٠١	٥٥	١٦٥	

جاءت التأثيرات المعرفية وفقا لبيانات الجدول السابق في المقام الأول ومثلتها العبارات من الأولى الي الثامنة وكشفت بيانات الجدول السابق الذي يقيس الأثر المعرفي الذي أحدثته المعلومات الصحية المقدمة في المبادرة والتي التمسها المرأة المصرية عينة الدراسة أن المبحوثات أصبحن في المقام الأول أكثر وعيا بأهمية إجراء الكشف المبكر عن سرطان الثدي و كذلك ضرورة اتباع العادات الصحية السليمة و ممارسة الرياضة ،وتري الباحثة أن وسائل الاعلام بشكل عام تقوم بدور معرفي في المقام الأول ،اذ تستهدف تنمية وعي المرأة المصرية عينة الدراسة بأهمية إجراء الكشف المبكر عن سرطان الثدي ودوره في الوقاية من هذا المرض .

وأضاف الجدول السابق أيضا مجموعة من التأثيرات الوجدانية شعرن بها المبحوثات نتيجة التماسهن للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها المبادرة الرئاسية حيث ساهمت تلك المعلومات في زيادة شعورهن بالأطمئنان بسبب إمكانية الكشف المبكر عن المرض والوقاية منه وزيادة إحساسهن بالراحة النفسية لارتفاع معدل المعلومات الخاصة بالمرض والتي حصلن عليها بعد تعرضهم للمبادرة.

تناول أيضا الجدول السابق مجموعة التأثيرات السلوكية التي أحدثتها المبادرة علي جمهور المرأة عينة الدراسة وجاء في مقدمة هذه التأثيرات تجنب استخدام الأدوات والأغراض الشخصية للآخرين ثم تعلمهن كيفية إجراء الفحص الذاتي بالمنزل ودعم المؤسسات الصحية التي تقوم على علاج ورعاية مرض سرطان الثدي. مما سبق يتضح أن مجال التنقيف الصحي يهدف الي رفع وعي الأفراد وزيادة معرفتهم اتجاه مختلف الأمراض بما يترتب عليه تغيير سلوكياتهم وتحسينها بما يحفظ صحتهم من خلال محاولة منع أو تقليل حدوث العديد من الأمراض وبالأخص السرطانات.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط بين معدل التماس المرأة المصرية (عينة الدراسة) للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي ومستوي الوعي الصحي لديها اتجاه المرض.

جدول رقم (١٢)

أشكال الوعي	العينة	معامل ارتباط بيرسون	مستوي الدلالة
١-زيادة المعرفة الصحية بشكل عام	٣٠٠	٠,٢٣٠	٠,٠٠٠
٢-معرفة أهمية الكشف المبكر		٠,١٥٥	٠,٠٠٧
٣-اتباع تعليمات صحية للوقاية من المرض		٠,١٧٣	٠,٠٠٣
٤-المساعدة في اتخاذ القرار في إجراء الكشف المبكر		٠,١٤٦	٠,٠١١
٥-التعرف على مراكز العلاج الخاصة لا بالمرض		٠,٧٦	٠,١٩٢
٦-لأن هناك قريبة أو صديقة لي مصابة بالمرض		٠,١٠٥	٠,٠٦٩
٧-الإفادة وتوعية من حولي		٠,٢٠١	٠,٠٠٠
٨-الاطمئنان وعدم الخوف		٠,١١٥	٠,٠٤٧

وفقا لبيانات الجدول السابق نجد أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس المرأة المصرية عينة الدراسة للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية و المتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي ومستوي الوعي الصحي لديها اتجاه هذا المرض والذي تمثل في عدة أشكال منها: زيادة المعرفة الصحية بشكل عام ، معرفة أهمية الكشف المبكر ، اتباع تعليمات صحية للوقاية من المرض ،المساعدة في اتخاذ القرار في إجراء الكشف المبكر ، الإفادة وتوعية من حولي ، الاطمئنان وعدم الخوف وذلك عند مستوي معنوية أقل ٠,٠٥ وهي علاقة دالة إحصائيا بمعامل ارتباط بيرسون في أغلب الموضوعات المتعلقة بمستوي الوعي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط بين معدل التماس المرأة المصرية (عينة الدراسة) للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي والسلوك الصحي التي قامت به بعد ذلك.

جدول رقم (١٣)

السلوك الصحي	العينة	معامل ارتباط بيرسون	مستوي الدلالة
أرغب في إجراء الكشف المبكر عن سرطان الثدي	٣٠٠	٠,٩٩٧	٠,٠٠٠
لا أنوي إجراء الكشف		٠,٢٨٩	٠,٠٠٠
قمت بالفعل بإجراء الكشف		٠,١٣٠	٠,٠٢٥

وفقا لبيانات الجدول السابق نجد أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس المرأة المصرية عينة الدراسة للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية و المتعلقة

بالكشف المبكر عن سرطان الثدي والسلوك الصحي اللاتي قمن به بعد التماس هذه المعلومات وذلك علي النحو التالي: هناك علاقة دالة احصائيا بمعامل ارتباط بيرسون بين معدل الالتماس ورغبة المرأة المصرية عينة الدراسة في إجراء الكشف المبكر عن سرطان الثدي وذلك عند مستوي معنوية ٠.٠٠٠ وكذلك هناك علاقة أيضا دالة احصائيا بين معدل الالتماس وعدم رغبتهن في إجراء الكشف المبكر وذلك عند مستوي معنوية ٠.٠٠٠ ، كما يوجد علاقة دالة احصائيا بين معدل التماس المرأة المصرية عينة الدراسة و إجرائها الكشف المبكر عن سرطان الثدي ولكن عند مستوي معنوية أقل ٠,٠٥ .

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط بين المتغيرات الديموجرافية للمرأة المصرية (عينة الدراسة) ومعدل التماسها للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية.

جدول رقم (١٤)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				الحالة الوظيفية (العمل)	تاريخ الإصابة بالمرض
٠.٠٠٠٠ دال	٢٩٩	٦.٩٧	٠.٢٨٢	١.٥	٢٦	من ٢٠ سنة إلى أقل من ٣٠ سنة	العمر
				٢.٢	٢٧٤	من ٣٠ سنة إلى ٤٠ سنة	
٠.٠٠٠٠ دال	٢٦٤	٢.٨٤	٠.٢٢٥	١.٥٥	٤٥	مؤهل متوسط	المستوى التعليمي
				٢.٠	٢٢٨	مؤهل عالي	
				١.٤	٢٧	مؤهل فوق عالي	
٠.٠٠٠٠ دال	٢٦٤	٢.٦٤	٠.٤٨٧	١.٩	٩٠	لا تعمل	الحالة الوظيفية (العمل)
				٢.٠٦	٢١٠	تعمل	
٠.٠٠٠٠ دال	٢٩٥	٢.٢٠	٠.٤٥٩	١.٣٠	١٦	نعم	تاريخ الإصابة بالمرض

تبين من الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس المرأة المصرية للمعلومات الصحية الواردة في مبادرة رئيس الجمهورية و المتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي و المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة و التي تشمل (العمر / المستوي التعليمي / الحالة الوظيفية / تاريخ الإصابة بالمرض) وذلك علي النحو التالي : بالنسبة لمجموعات المبحوثات من حيث فئاتهن العمرية ومعدل التماسهن للمعلومات الصحية المقدمة في المبادرة بلغت قيمة (ف) وفقا لبيانات الجدول السابق ٦,٩٧ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوي معنوية ...، ، ، بالنسبة للمستوي التعليمي لعينة المبحوثات بلغت قيمة (ف) ٢,٨٤ وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوي معنوية ٠,٠٠٠ وفيما يخص الحالة الوظيفية لعينة المبحوثات وعلاقتها بمعدل التماسهن للمعلومات الصحية الواردة في المبادرة بلغت قيمة (ف) ٢,٦٤ وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوي معنوية ٠,٠٠٠ أما المتغير المتعلق بوجود تاريخ إصابة بالمرض سواء لأحد المبحوثات أو لأحد أقاربهن أو أصدقائهن وعلاقة ذلك

بمعدل التماسهين للمعلومات الصحية الواردة في المبادرة نجد أن قيمة (ف) وفقا لبيانات الجدول السابق بلغت ٢,٢٠ وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠.

مناقشة النتائج:

جاء الفيسبوك في مقدمة المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها المرأة المصرية في الحصول على المعلومات المتعلقة بمرض سرطان الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي، وبهذه النتيجة نجد أن الدراسة الحالية اتفقت في هذه الجزئية مع دراسة (ريم زناتي ٢٠٢١) ودراسة (هاجر الحمامي ٢٠٢١) ودراسة (بيان إبراهيم ٢٠٢٠).

أكدت نتائج الدراسة الحالية بأن ٧٥% من المبحوثات يثقن بشكل كامل في المعلومات الصحية المقدمة عبر التلفزيون كأحد الوسائل الإعلامية التي تناولت مبادرة رئيس الجمهورية المتعلقة بالكشف المبكر عن سرطان الثدي بينما جاء الانترنت و المواقع الإلكترونية في الترتيب الثاني من جملة الوسائل الإعلامية التي تثق بها المبحوثات بنسبة مقدارها ٦١% ، وبهذه النتيجة نجد أن الدراسة الحالية اختلفت في هذه الجزئية مع نتائج دراسة (مها مختار ٢٠١٨) و التي أكدت أن ٧٥% من المبحوثين يثقون في المقام الأول في المعلومات الصحية المقدمة عبر الانترنت و المنصات الإلكترونية المختلفة .

كانت اتجاهات المبحوثات معبرة عن آرائهن فيما يتعلق بأسباب متابعتهم لمبادرة رئيس الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي، حيث أكدت نتائج الدراسة الحالية أن تفاعل المبحوثات مع المعلومات الصحية المقدمة في هذه المبادرة جعلتهم أكثر وعيا بمرض سرطان الثدي مما أدى إلي زيادة معرفتهم الصحية بهذا المرض متفقة مع دراسة (ريم زناتي ٢٠٢١) ودراسة (Sinha 2021) والتي تناولتا أهم أسباب ودوافع الجمهور لمتابعة المعلومات الصحية بشكل عام والمتعلقة بسرطان الثدي بشكل خاص.

وأضافت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من متابعات المبادرة الرئاسية يرغبن في إجراء الكشف المبكر عن سرطان الثدي، وهو ما يوضح التأثير الإيجابي للمعلومات الصحية الواردة عن سرطان الثدي في المبادرة على سلوك المرأة المصرية اتجاه هذا المرض، متفقة في هذه الجزئية مع دراسة (دريال كريمة ٢٠١٨).

النسبة الأكبر من المبحوثات اللاتي التمسن المعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والمقدمة في المبادرة كن راضيات إلى حدا ما عن مستوى هذه المبادرة بالمجان. هنا اتفقت نتائج الدراسة الحالية في هذه الجزئية مع دراسة (ريم زناتي ٢٠٢١) ودراسة (ايمان صابر ٢٠٢٢) ،ولكن أضافت المبحوثات في إطار نتائج الدراسة الحالية أن هناك مجموعة من الأسباب التي من شأنها تحسين مستوى جودة المعلومات الصحية المقدمة في المبادرة و زيادة فاعليتها أهمها ضرورة الاستعانة بالرسوم التوضيحية لشرح المرض و الاستعانة بالعديد من الأطباء المتخصص في مجال الأورام لتقديم هذه المعلومات الصحية ،واقترحنا أيضا المبحوثات ضرورة التفرقة إعلاميا بين حملة ١٠٠ مليون صحة ومبادرة رئيس

الجمهورية للكشف المبكر عن سرطان الثدي وضرورة إدراج أرقام هاتف للجهات المختصة بعلاج أورام الثدي بالمجان .

ثبتت صحة الفرض الأول الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس المعلومات للمرأة المصرية – عينة الدراسة – ومستوي الوعي الصحي لديها اتجاه مرض سرطان الثدي، اتفقت الدراسة الحالية في هذه الجزئية مع فروض نظرية الالتماس التي اعتمدت عليها الدراسة في خلفيتها النظرية، ولكنها اختلفت في هذه الجزئية أيضا مع دراسة (مها مختار ٢٠١٨) والتي أكدت عدم وجود علاقة دالة بين معدل التماس المعلومات الصحية ومستوي الوعي الصحي للجمهور.

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (ريم زناتي ٢٠٢١) و دراسة (رشا حجازي ٢٠٢٠) في وجود مجموعة من التأثيرات المعرفية و الوجدانية و السلوكية المترتبة علي التماس المبحوثات للمعلومات الصحية ، حيث أظهرت النتائج أن أهم التأثيرات المعرفية تمثلت في زيادة وعي ومعرفة المبحوثات اتجاه المرض وتمثلت أهم التأثيرات الوجدانية في زيادة شعورهن بالاطمئنان لإمكانية اكتشاف المرض مبكرا ، بينما تمثلت أهم التأثيرات السلوكية التي أحدثتها المبادرة في أنها عززت الأنشطة التي تشجع علي التمتع بصحة جيدة أهمها تعلم الفحص الذاتي و تجنب استخدام أدوات الآخرين .

أكدت الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس المرأة المصرية – عينة الدراسة- للمعلومات الصحية المتعلقة بسرطان الثدي والتي قدمتها مبادرة رئيس الجمهورية والمتغيرات الديموغرافية لهن وقد اتفقت الدراسة الحالية في هذه الجزئية مع دراسة (ريم زناتي ٢٠٢١) ودراسة (داليا عثمان ٢٠١٩).

مراجع الدراسة:

- (١) ريم نجيب الزناتي، "التماس المعلومات حول الكشف المبكر على أورام الثدي وعلاقته بالرضا عن أداء الإعلام الرقمي والتقليدي - دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، (القاهرة: جامعة الأزهر - كلية الإعلام، مجلد ٣، عدد ٥٩، ٢٠٢١) ص-ص ١٢٨٩-١٣٧٠.
- (٢) هاجر الحمامي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالمبادرات الصحية"، المجلة العلمية لكلية الآداب، (القاهرة: جامعة دمياط، كلية الآداب-مجلد ١٠-عدد ٣، ٢٠٢١)، ص - ص ١٨٧-٢١٤.
- (3) Sinha, Nibha Sharma, Alka: A Cross-Sectional Study on Gender Differences and Influence of Social Media Engagement on Breast Cancer Knowledge among Delhi-NCR Population in India, In: Indian Journal of Community Health. Jan-Mar2021, Vol. 33 Issue 1, p198-201. 4p. DOI: 10.47203/IJCH. 2021.v33i01.028
- (٤) بيان إبراهيم يعقوب، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الأردنية بالكشف المبكر عن سرطان الثدي " الفيسبوك نموذجاً " رسالة ماجستير (الأردن: جامعة اليرموك- كلية الاعلام: قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٠).
- (٥) ايمان صابر صادق، "مواقع التواصل الاجتماعي والدعم الاجتماعي المقدم لمرضى سرطان الثدي بمصر: دراسة تحليلية مقارنة"، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، (القاهرة: جامعة الاهرام الكندية - كلية الاعلام - عدد ٢٥، ٢٠١٩) ص -ص ١٥٢-١٩٣.
- (٦) رنا محمد عبد الرحمن، "اتجاهات الخطاب في الصحف المصرية والأمريكية إزاء الأزمات الصحية العالمية: دراسة تحليلية مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة-كلية الاعلام-قسم الصحافة، ٢٠١٩).
- (٧) داليا عثمان إبراهيم، اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام الاعلام الرقمي في المجال الصحي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (القاهرة: جامعة القاهرة - كلية الاعلام - مجلد ١٨ - عدد ٣، ٢٠١٩، ص - ص ٤٢٩-٤٦٣.
- (٨) مها مختار حسن، "التماس المعلومات الصحية من شبكة الانترنت"، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، (القاهرة: جامعة الاهرام الكندية-كلية الاعلام، ٢٠١٨) ص - ص ١٣٢-١٥٣.
- (٩) الزهراء محمد أحمد، "دور الصفحات الصحية على الفيسبوك في تنمية الوعي الصحي لدي المراهقين"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة عين شمس-معهد الدراسات العليا للطفولة - قسم الاعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٨).
- (10) Helena C. Lyson et al: social media as a Tool to promote Health Awareness Results from an Online Cervical Cancer prevention study, Journal of Cancer Education, 2018 DOI: 10.1007/s13187-018-1379-8.
- (١١) محمد فضل، "دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدي الجمهور: دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية"، رسالة ماجستير، (الأردن: جامعة الشرق الأوسط - كلية الاعلام، ٢٠١٧).
- (12) Navya Bhaskara et al" Use of social media for seeking Health Related information An Exploratory Study, Journal of Young Pharmacists, Vol. 9, Issue 2, Apr-Jun 2017.
- (١٣) وفاء محمود وآخرون، " دراسة تقييمية للدور الإعلامي لحملات التوعية بسرطان الثدي في نشر الوعي المرتبط بالمرض لدي منسوبات جامعة الملك سعود في ضوء بعض المتغيرات"، مجلة الطفولة والتربية، (الإسكندرية: جامعة الإسكندرية -كلية رياض الأطفال- مجلد ٩-عدد ٣٢، ٢٠١٧) ص-ص ٨٦-١٤٥.

- (١٤) ماهنيز رمزي أحمد، "علاقة معدلات وأساليب التماس المعلومات الصحية على مواقع الانترنت بالسلوك الصحي للمرأة"، مجلة البحوث الإعلامية، (القاهرة: جامعة الأزهر - كلية الاعلام- ج ٣٧، ٢٠١٢) ص - ص ٦٤-٩٥.
- (١٥) ايمان إبراهيم السيد، "دور الحملات الصحية المقدمة عبر الاعلام التقليدي والجديد في تنمية الوعي الصحي للمراهقات"، مجلة دراسات الطفولة، (القاهرة: جامعة عين شمس-كلية الدراسات العليا للطفولة - قسم الاعلام وثقافة الأطفال مجلد ٢٥-عدد ٩٦، ٢٠٢٢) ص-ص ١١١-١١٤.
- (١٦) رشا عبد الرحمن حجازي، " دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية دراسة تطبيقية على حملة ١٠٠ مليون صحة"، مجلة البحوث الإعلامية، (القاهرة: جامعة الأزهر - كلية الاعلام - مجلد ٢ - عدد ٥٣، ٢٠٢٠) ص-ص ٩٦٧-٩٨٢.
- (١٧) دريال كريمة، " دور الحملات الإعلامية التوعوية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي"، رسالة ماجستير (الجزائر: جامعة دكتور مولاي الطاهر - كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية-قسم الاعلام والاتصال، ٢٠١٨).
- (18) Okorie Nelson and Abiodun Salawu: Effective use of Media Awareness Campaigns for Breast Cancer Care among Woman A comparative study, Journal of International Woman`s studies, vol 17,4 July 2016, PP:160-173
- (١٩) بهجة بدر عبد الله، " دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية للمرأة: دراسة تطبيقية تحليلية على جمعية مجموعة المبادرات النسائية في الفترة من يناير الي ديسمبر ٢٠١٣" رسالة دكتوراه، (السودان: جامعة أم درمان الإسلامية- كلية الاعلام، ٢٠١٦).
- (20) T.D. Wilson: Human Information Behavior, Information Science, Vol.3, No.2,2000, p:49
- (٢١) عبد الرحمن فراج، " سلوكيات التماس المعلومات في الدراسات العربية نشأتها وتطورها ومسارات البحث فيها" مجلة المكتبات والمعلومات العربية، س٣٩، عدد ٢-ابريل ٢٠١٩) ص-ص ٧٥-١٢٨.
- (٢٢) كمال الحاج، " نظريات الاعلام والاتصال " الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠، ص ١٥٦.
- (٢٣) نجلاء محمد حامد، " العلاقة بين الاعتماد على المواقع الالكترونية الصحية وأنماط السلوك الصحي لدي المرأة العربية دراسية ميدانية " المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، (القاهرة: جامعة الاهرام الكندية-كلية الاعلام-عدد ٣٥، ديسمبر ٢٠٢١) ص ١٩٢.
- (٢٤) حسن عماد مكاوي، ليلي السيد " الاتصال ونظرياته المعاصرة"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٢) ص ٣٣٧