

Doi: 10.34120/0080-051-003-006

قدم في: ديسمبر 2020

أجيز في: سبتمبر 2021

## The Role of Public Relations Publications in Health Education for Pilgrims and Umrah Performers

*Eman Fathi Hussein*

### Abstract

**Objective:** The study seeks to examine the exposure level of the study sample to health public relations publications and to identify the degree of their dependence on these publications. **Methods:** The research sample consisted of 400 respondents, including pilgrims and Umrah performers, and a questionnaire was used as a main tool for the study. The data was entered and analyzed by the SPSS statistical program. The study relied on descriptive statistics, the (Ca2) test, the correlation coefficient of Pearson, the Cramér's V Coefficient, and the (T) test. **Results:** The study found that there is a statistically significant correlational relationship between the pilgrims' exposure to public relations publications for health education and their degree of knowledge of the topics covered in addition to a statistically significant correlation relationship between the pilgrims' exposure to public relations publications and the contribution of the published topics in increasing their health information. **Conclusion:** Public Relations publications have proven to play a role in the health education of pilgrims and Umrah performers.

**Keywords:** Role, Public Relations Publications, Health Education.

## دور مطبوعات العلاقات العامة في التثقيف الصحي للحجاج والمعتمرين

إيمان فتحي حسين (\*)

### ملخص

**هدف الدراسة:** تسعى الدراسة إلى معرفة مستوى تعرض عينة الدراسة لمطبوعات العلاقات العامة العامة للصحية، ودرجة اعتماد عينة الدراسة على مطبوعات العلاقات العامة الخاصة بالتوعية الصحية. **المنهجية:** بلغ عدد أفراد العينة البحثية 400 مستجيب ومستجيبة من الحجاج والمعتمرين. وقد استخدمت الاستبانة أداة رئيسة للدراسة. أدخلت البيانات وحللت بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS. اعتمدت الدراسة على الإحصاء الوصفي، واختبار (كا2)، ومعامل الارتباط بيرسون ومعامل كرامرز في واختبار (ت). **أهم النتائج:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة معرفتهم بالموضوعات التي تناولها، وتوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة ومساهمة الموضوعات التي يتم نشرها في زيادة معلوماتهم الصحية. **الخلاصة:** مطبوعات العلاقات العامة أثبتت أن لها دوراً في التثقيف الصحي للحجاج والمعتمرين.

**المصطلحات الأساسية:** الدور، مطبوعات العلاقات العامة، التثقيف الصحي.

### مقدمة

يعد الحرم المكي أطهر بقاع الأرض التي يأتي إليها الحجاج والمعتمرون من جميع بقاع الأرض لأداء مناسك الحج والعمرة، ونجد أنه في كل عام تتزايد أعداد حجاج بيت الله الحرام والمعتمرين؛ لذلك تستعد جميع الجهات السعودية المختصة بمنظومة متكاملة، لتقديم أفضل الخدمات لهم، والمحافظة على صحتهم وأمنهم وأمانهم من بداية وصولهم الحرم المكي، حتى انتهائهم من مناسكهم، وتعد مطبوعات العلاقات العامة من أهم الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة؛ لما تمتاز به عن غيرها

(\*) أستاذ مشارك بقسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى - efhusseini@uqu.edu.sa

من الوسائل في قدرتها على نقل المعلومات الكاملة في الزمان والمكان المناسبين. وبالنظر إلى أن مطبوعات العلاقات العامة تعد إحدى الوسائل والأنشطة الرئيسة للعلاقات العامة نجدها تتأثر بشكل كبير بالجمهور؛ ومن ثم وجدت الباحثة ضرورة معرفة دور مطبوعات العلاقات العامة في التثقيف الصحي للحجاج والمعتمرين.

### أولاً: مشكلة الدراسة

تستقبل الأراضي المقدسة كل عام ملايين من حجاج بيت الله الحرام وزواره، وتقوم جميع الجهات المسؤولة بمحاولة التثقيف الصحي لهم؛ وذلك لتجنب انتشار الأمراض بينهم، وتستخدم في ذلك العديد من الوسائل، في مقدمتها مطبوعات العلاقات العامة، لذا قامت الباحثة بدراسة استطلاعية على عينة، قوامها (40 مفردة)؛ بما يمثل 10% من عينة الدراسة الأصلية، وتمثلت نتائج الدراسة الاستطلاعية فيما يأتي:

1 - أثبتت نتائج الدراسة أن 80% من الحجاج والمعتمرين يتابعون مطبوعات العلاقات العامة الصحية.

2 - أثبتت نتائج الدراسة أن 70% من الحجاج والمعتمرين يتابعون مطبوعات العلاقات العامة الصحية للحصول على التوعية.

لذا تطرح الدراسة تساؤلاً رئيساً، هو: ما دور مطبوعات العلاقات العامة في التثقيف الصحي للحجاج والمعتمرين من الجنسيات المختلفة؟

### ثانياً: أهمية الدراسة

1 - تظهر أهمية الدراسة من أهمية المكانة الشرفية التي يحظى بها المسجد الحرام لدى جميع المسلمين.

2 - اهتمام القيادة الرشيدة بتطوير الخدمات المقدمة للحجاج والمعتمرين وتأكيد ذلك في رؤية المملكة 2030.

3 - أهمية مطبوعات العلاقات العامة باعتبارها إحدى أهم أدوات العلاقات العامة في تزويد الجمهور بجميع الحقائق والأخبار والمعلومات عن القضايا الصحية.

4 - تكسب الحجاج والمعتمرين من زائري المسجد الحرام، الذين يزدادون كل عام؛ مما يزيد من أهمية استخدام مطبوعات العلاقات العامة لتوعيتهم بالقضايا والخدمات الصحية المختلفة المقدمة لهم.

### ثالثاً: أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة في معرفة دور مطبوعات العلاقات العامة في التثقيف الصحي للحجاج والمعتمرين من الجنسيات المختلفة من خلال :

- 1 - معرفة مستوى تعرض عينة الدراسة لمطبوعات العلاقات العامة الصحية.
- 2 - معرفة درجة اعتماد عينة الدراسة على مطبوعات العلاقات العامة الخاصة بالتوعية الصحية.
- 3 - تعرف مدى استفادة عينة الدراسة من مطبوعات العلاقات العامة الصحية.
- 4 - رصد أهم المعلومات التي اكتسبها أفراد عينة الدراسة من مطبوعات العلاقات العامة الصحية.
- 5 - معرفة مدى ثقة عينة الدراسة بالمعلومات المقدمة بمطبوعات العلاقات العامة الصحية.

### رابعاً: الإطار النظري للدراسة

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تطبقها الدراسة ضمن نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، وتعد أحد المداخل التكاملية التي تربط بين العوامل النفسية والاجتماعية في إطار مرجعي اجتماعي وثقافي يفرض نفسه على طبيعة وسائل الاتصال وطبيعة تأثيرها على الجمهور (Jay& Jennings, 1995,39).

وفي ضوء مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل وأساليب العلاقات العامة لإشباع احتياجاته زادت أهمية الدور الذي تؤديه هذه الوسائل في حياة الفرد، فضلاً عن زيادة تأثير هذه الوسائل على الفرد؛ لذلك يجب أن تكون هناك علاقة مباشرة بين درجة الاعتماد ودرجة التأثير (Stanley & Dennis, 1995, 226).

#### الأسس النظرية للاعتماد على وسائل الإعلام.

نموذج الاعتماد يشكل علاقة بين ثلاثة عناصر، هي: (المجتمع، العلاقات العامة، الجمهور)، وهذه العلاقة تختلف من مجتمع إلى آخر؛ فبعض المجتمعات تفرض سيطرة على نظامها الإعلامي، بينما تمنح مجتمعات أخرى نظامها الإعلامي

قدراً أكبر من القدرة على التأثير في المجتمع، كما أن تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور تختلف أيضاً من مجتمع إلى آخر؛ ففي بعض المجتمعات تستطيع وسائل الإعلام أن تملك سيطرة وتأثيراً على أفراد الجمهور، وفي مجتمعات أخرى تتبع وسائل الإعلام الجمهور وتتبع آراءه (حسين، 2017، 5).

وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل العلاقات العامة وأساليبها ليس بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش في داخله نحن ووسائل الاتصال والطريقة التي نستخدم بها هذه الوسائل وتفاعل معها ونتأثر بما نتعلمه من المجتمع، ويشمل هذا أيضاً ما تعلمناه من وسائل الاتصال (إسماعيل، 1998، 278).

#### الافتراضات التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

يعد النظام الإعلامي مهماً للمجتمع وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه في حالة إشباعه لحاجاته (www.asskeenh.com)، ويزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور، وفي هذه الحالة ينبغي للنظام الإعلامي أن يتطور، (www.alsahfe.com)، ويختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لاختلافهم في الأهداف أو المصالح والحاجات الفردية (خليل، 1998، 2)، ويختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام (الصفوة قمة الهرم)؛ إذ قد يكون له وسائل إعلامه الخاصة به غير الوسائل التقليدية (الصحافة...)، وكلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع إلى المعلومات (أي تغيير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي) (عبد الحميد، 1997، 234).

#### مزايا النظرية والانتقادات التي وجهت إليها.

- على الرغم من الأهمية التي حظيت بها نظرية الاعتماد لدى ظهورها، فإنها تعرضت لغيرها من النظريات لعدة انتقادات، منها - على سبيل المثال - ما يأتي:

1 - أن النظرية أظهرت الأفراد وكأنهم يعتمدون بشكل كلي على وسائل الإعلام فقط في استقاء المعلومات؛ ومن ثم فإنها تبالغ في تقييم درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بشكل ملحوظ (Sven & Denis, 1993, 115).

2 - لم تستطع النظرية أن تحدد بشكل دقيق ماهية مستويات الاعتماد على وسائل الإعلام؛ إذ لم تتوصل إلى وضع مقياس تدريجي يمكن من خلاله تعرف مستوى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

3 - مبالغة النموذج في تفرد واستقلال العناصر المختلفة لعملية الاتصال، وتحديداً استقلال نسق أجهزة الإعلام عن النسق الاجتماعي (عبد النبي، 1990، 54). وعلى الرغم من الانتقادات التي وجهت إلى النظرية فإن لها العديد من المزايا، منها -على سبيل المثال - أن النظرية:

1 - أشارت إلى مختلف التأثيرات المحتملة التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام (Stanly & Dennis, 1995, 229).

2 - تجنبت - فيما يبدو - الموقف الذي يقول إن الإعلام ليس له دور مهم لدى الناس أو المجتمع (Denis, & Sven 1993, 114).

#### دوافع اختيار نظرية الاعتماد في الإطار النظري للدراسة.

تُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory في إطار العلاقات العامة مدخلاً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة، وهو الإطار النظري الذي تقوم على أساسه، وذلك للأسباب الآتية:

1 - تساعد نظرية الاعتماد في إطار العلاقات العامة على اختبار مدى اعتماد الحجاج والمعتمرين من الجنسيات المختلفة على مطبوعات العلاقات العامة في الحصول على التثقيف الصحي.

2 - تعمل نظرية الاعتماد على توضيح الآثار المعرفية والوجدانية للمطبوعات باعتبارها أحد أهم أساليب العلاقات العامة لدى الحجاج والمعتمرين من حيث مدى إمامهم بالتثقيف الصحي.

3 - تساعد نظرية الاعتماد في إطار العلاقات العامة على تعرف ما يأتي: متى يتعرض الحجاج والمعترون لمطبوعات العلاقات العامة؟ ولماذا؟، وما التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد؟

#### خامساً: الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة؛ لما تتضمنه من حقائق ومعلومات، ذات أهمية بالغة في مساعدة الباحثين على إنجاز أبحاثهم، كما أنها حجر الأساس الذي تركز عليه الدراسة ومن خلالها قامت الباحثة بتحديد الخطوات والإجراءات التي اتبعتها لمعالجة مشكلة الدراسة باتباع خطوات البحث العلمي، وذلك بحصر ما توافر من الدراسات

والبحوث السابقة، التي لها علاقة بموضوع الدراسة، وبالاطلاع على التراث العلمي في مجال الإعلام ومسح الدراسات السابقة، وتعرض لها الباحثة فيما يأتي:

- أثبتت نتائج دراسة (Plaisime et al., 2020) أن 94.6% من المراهقين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وأفاد 3.5% فقط باستخدامها للحصول على معلومات متعلقة بالصحة. ومع ذلك، عند السؤال عن موضوعات محددة) مثل اللياقة البدنية، الصحة الجنسية، التغذية، أفاد 66.7% - 7.91% ببحثهم عن معلومات صحية. والعديد من المراهقين لم يتمكنوا من تحديد مصادر موثوق بها للمعلومات، وعبروا عن ضرورة أن تكون الرسائل الصحية جذابة ومناسبة، وتشير نتائج دراسة (Acha-anyi, et al., 2020) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لديها القدرة على خلق الوعي الصحي بشكل هادف، وكان من الممكن اعتبار التفاعل مع الصفحة من خلال عدد الردود والإعجاب والمشاهدات مدخلاً لتقدير فاعلية الصفحة في نشر الوعي، وهذا ما أثبتته نتائج دراسة (Vedal et al., 2020)؛ حيث أثبتت أن توظيف إستراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المنظمات غير الربحية يمكن أن يساعد في تحقيق أهداف تعزيز الصحة، وأكدت نتائج دراسة (Marar et al., 2019) أن 80% من العينة سعوا إلى الحصول على معلومات صحية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وادعى 81.4% أن المعلومات الصحية التي تم الحصول عليها مثلت إثراء للمعرفة، في حين أوضحت نتائج (عنانزة، 2018) أن 91% من عينة الدراسة يشاهدن البرامج الصحية في تلفزيون أبو ظبي؛ حيث تصدر تلفزيون أبو ظبي المرتبة الأولى بوصفه مصدراً للتثقيف الصحي بين القنوات الفضائية ووسائل الإعلام الأخرى لدى النسبة الكبرى من مفردات العينة، كما أن 19% من مفردات العينة يفضلن موضوع صحة الأم والطفل على الموضوعات الصحية الأخرى، وقد احتلت التأثيرات السلوكية المرتبة الأولى بين التأثيرات المتحققة لدى العينة نتيجة الاعتماد على تلفزيون أبو ظبي في التثقيف الصحي، واعتبرت 77% من العينة أن تلفزيون أبو ظبي يتمتع بدور إيجابي في عملية التثقيف الصحي للمرأة الإماراتية، في حين توصلت نتائج دراسة (Bahkali et al., 2015) إلى زيادة مستوى الوعي الصحي والفهم بين متابعي تويتر؛ حيث إن الغالبية 96% من المستخدمين فهموا المعلومات بناء على تفاعلهم مع الطبيب، وأثبتت نتائج دراسة (منصوري، 2016) أن جمعية مرضى السكري تساهم في إكساب مرضاها معلومات صحية تؤهلهم لاكتساب ثقافة صحية تقيهم مخاطر المرض ومضاعفاته، وأن غالبية مرضى السكري ينقصهم الالتزام الصحي خاصة

اتباع النظام الغذائي والقيام بالفحص الطبي وإجراء تغييرات في سلوكهم تدعم جهودهم في الإدارة الذاتية للمرض، وأوضحت نتائج، (Park et al., 2013) استخدام المنظمات ذات الصلة بالصحة لتويتر في توصيل رسائل التثقيف الصحي، وتشير نتائج الدراسة إلى أن المنظمات الصحية في حاجة إلى نهج أكثر إستراتيجية لتقديم صورة أكثر إيجابية للمؤسسات؛ من أجل خلق المستوى الأمثل من التعرض لمواقع الشبكات الاجتماعية، بينما توصلت نتائج دراسة (أحمد، 2012) إلى أن برامج التثقيف الصحي المدروسة والمخطط لها بعناية تساعد في رفع درجة الوعي لدى أفراد المجتمع وتصحيح المفاهيم الخاطئة وتجعلهم يشاركون بفعالية في تجنب عوامل الأخطار؛ مما يقلل إصابتهم بالأمراض، وأكدت نتائج دراسة (سيد، 2011) أن ارتفاع نسبة التعليم في المجتمع ضاعفت من أهمية تتبع البرامج الثقافية للتوعية الصحية وجعلها تتميز على غيرها من البرامج بنسبة 42%، وأظهرت نتائج دراسة (Hyojung & Bryan, 2010) اهتمام جمعية مرض السكر الأمريكية بالموضوعات ذات العلاقة بالمساندة الاجتماعية والتعليم، بينما اهتمت جمعية القلب الأمريكية وجمعية مجتمع السرطان الأمريكية بالأبحاث الطبية والأخبار العلمية، وقد اتفقت مع نتائج دراسة (أبو اليزيد، 2009)؛ حيث أثبتت نتائج الدراسة أن أهم الأمراض التي تم تناولها ببرامج الطب البديل أمراض البطن، وذلك بنسبة 15.7% من الإجمالي العام، ثم أمراض الروماتيزم والمفاصل بنسبة 11.56% من الإجمالي العام للموضوعات التي تم تناولها، كذلك احتلت وسيلة عرض المعلومة وتبسيطها الترتيب الأول من بين وسائل عرض المعلومة بالبرامج التي تناقش موضوعات الطب البديل، وجاء في الترتيب الثاني عرض المعلومة مع نماذج حية، بينما أثبتت نتائج دراسة (الغامدي، 2009) تزايد أعداد ونسب المراهقين المستخدمين للإنترنت؛ حيث بلغت نسبة المراهقين الذين دائماً ما يستخدمون الإنترنت 37%، وتتضاعف هذه النسبة إذا أضيفت إليها نسب الذين يستخدمون الإنترنت أحياناً لتصل إلى 88%، كذلك يساعد الإنترنت المراهقين على نسيان مشكلاتهم، كما أكدت نتائج الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من المراهقين، وبخاصة في المشكلات السلوكية الخاصة بالمدرسة، والمشكلات الأسرية والوالدية، والمشكلات السلوكية العامة)، وطريقة تعاملهم مع الإنترنت (بمفردهم أو مع أصدقائهم)، وأوضحت نتائج دراسة (العوام، 2009) أن أفراد عينة الدراسة يعتمدون على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات الصحية، وأن الإنترنت الوسيلة الأكثر استخداماً للحصول عليها.

### سادساً: فروض الدراسة

- 1 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة معرفتهم بالموضوعات التي تتناولها.
- 2 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة ومساهمة الموضوعات التي يتم نشرها في زيادة معلوماتهم الصحية.
- 3 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة زيادة معلوماتهم الصحية.
- 4 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) باختلاف درجة ثقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة المساهمة في زيادة معلوماتهم الصحية.

### سابعاً: مصطلحات الدراسة

#### الدور

التعريف الاصطلاحي للدور: هو الوظيفة أو الأداء الذي تقوم به وسيلة من وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور المستهدف في مجال معين (التعليم، الأخبار، الإرشاد، التوجيه..... غيرها) (عبدالعزيز، 2005، 3).

وتقصد به الباحثة إجرائياً التثقيف الصحي الذي اكتسبه الحجاج والمعتمرون من الجنسيات المختلفة من خلال تعرضهم لمطبوعات العلاقات العامة.

#### مطبوعات العلاقات العامة (إجرائياً)

تقصد بها الباحثة المطبوعات التي توزع على الحجاج من مطويات وكتيبات ونشرات تحتوي على معلومات صحية.

#### التثقيف الصحي (إجرائياً)

تقصد به الباحثة المعلومات الصحية التي يحصل عليها الحجاج وتساعدهم على الحفاظ على صحتهم والوقاية من الأمراض.

## ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة

### (أ) نوع الدراسة ومنهجها

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، التي تسعى إلى رصد وتوصيف طبيعة تعرض عينة الدراسة لمطبوعات العلاقات العامة، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقه الميداني، وفي إطاره تم مسح عينة من الحجاج والمعتمرين؛ لمعرفة معدلات تعرضهم لمطبوعات العلاقات العامة ودورها في التثقيف الصحي لهم على اختلاف جنسياتهم.

### (ب) مجتمع الدراسة وعينتها

- مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في الحجاج والمعتمرين من الجنسيات المختلفة، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية، بلغ قوامها (400) مفردة من الحجاج والمعتمرين من الجنسين (200 من الذكور، و200 من الإناث).

### (ج) أدوات جمع البيانات

- استخدمت الدراسة صحيفة الاستقصاء بالمقابلة لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها.

أ - صدق صحيفة الاستبانة. عرضت الصحيفة على مجموعة من المحكمين في مجال دراسات الإعلام، وأفادت ملاحظاتهم في تعديل بعض الأسئلة لتصبح مواكبة لأهداف الدراسة.

ب - ثبات صحيفة الاستبانة. ويقصد بالثبات في صحيفة الاستبانة توصل الباحثين إلى النتائج نفسها بتطبيق الاستبانة نفسها؛ حيث يعبر الثبات عن نسبة الاتساق بين أكثر من باحث في تطبيق استبانة الاستبانة باستخدام أداة استبانة نفسها، ولذا قامت الباحثة باختيار عينة مصغرة من المبحوثين، تمثل 10% من عينة الدراسة (40) مفردة، وذلك عن طريق المقابلة، ثم استعان الباحث بباحثين آخرين في دراسات الإعلام لتطبيق الاستبانة مرة أخرى، وذلك بعد توضيحها لهم، وتعريفهم بالهدف من الدراسة؛ حيث شرح الباحث لهم الاستمارات، وزودهم بنسخ منها، وحسبت معادلة هولستي بين الباحثين، وكانت نسبة الثبات 97 % على النحو الآتي:

$$0.97 = \frac{78}{80} = \frac{39 \times 2}{40 + 40} = \frac{2n}{2n + 1} = \text{معامل الثبات}$$

حيث ت = عدد حالات الاتفاق بين الباحثين = 39×2 (حالة اتفاق من إجمالي 39)، ن=1= حجم العينة للباحثة الأولى (40 مفردة × 10 أسئلة)، ن=2= حجم العينة للباحثة الثانية = (40 مفردة × 10 أسئلة)، ويشير معامل الثبات إلى 0.97؛ مما يدل على الاتفاق في صحيفة الاستقصاء، وكذلك صلاحية صحيفة الاستقصاء للتطبيق.

وتتمثلت استفادة الباحثة من هذه الخطوة فيما يأتي:

1 - تعرف مدى وضوح الأسئلة.

2 - تعرف الزمن الذي يستغرقه ملء الاستمارة؛ حيث يراوح التطبيق بين 22 و30 دقيقة.

3 - محاولة تعرف بعض مشكلات العمل الميدانية وتجنبها.

#### (د) المعالجة الإحصائية للبيانات

#### أساليب المعالجة الإحصائية

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" Statistical Package for the Social Science» واعتمد في تحليل بيانات الدراسة على المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية:

(1) معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين المتغيرات.

(2) اختبار كا<sup>2</sup> Chi Square Test.

(3) اختبار T-Test وهو أسلوب إحصائي بارامتري.

## تاسعاً: نتائج الدراسة

## 1 - الحرص على تعرض الحجاج والمعتمرين لمطبوعات العلاقات العامة بهدف التثقيف الصحي

جدول 1

قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في الحرص على تعرضهم لمطبوعات العلاقات العامة بهدف التثقيف الصحي

الدلالة كا2	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع التعرض
	%	ك	%	ك	%	ك	
	78.8	315	77.5	155	80	160	نعم
0.541	21.2	85	22.5	45	20	40	لا
غيردالة	100	400	100	200	100	200	المجموع

يتضح من نتائج جدول 1 أن نسبة (78.8%) من أفراد العينة يحرصون على التعرض لمطبوعات العلاقات العامة بهدف التثقيف الصحي، في حين لم يحرص (21.5%)؛ ومن ثم لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (الذكور، الإناث) في التعرض لمطبوعات العلاقات العامة بهدف التثقيف الصحي؛ حيث كانت قيمة (كا2 = 0.373)، وهي غير دالة عند مستوى دلالة (0.05).

## 2 - النتائج المتعلقة بمقياس مستوى المعرفة بالموضوعات التي تناولتها مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي

جدول 2

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث على مقياس مستوى المعرفة بالموضوعات التي تناولتها مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي

الدلالة د-ح398	ت	الإناث (ن = 200)		الذكور (ن = 200)		النوع المتغير
		ع	م	ع	م	
0.959	0.051	0.493	2.23	0.490	2.24	مستوى المعرفة
غير داله						بالموضوعات

يتضح من جدول 2 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث على مقياس مستوى المعرفة بالموضوعات التي تناولتها مطبوعات العلاقات

### 3 - النتائج المتعلقة بمقياس مستوى مساهمة الموضوعات التي تنشر في مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معلوماتك الصحية

جدول 3

قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث على مقياس مستوى مساهمة الموضوعات التي يتم نشرها بمطبوعات العلاقات العامة في زيادة معلوماتك الصحية

الدلالة د-ح398	ت	الإناث (ن = 200)		الذكور (ن = 200)		النوع المتغير
		ع	م	ع	م	
0.954	0.058	0.558	2.21	0.541	2.22	مستوى مساهمة الموضوعات
غير دالة						

يتضح من جدول 3 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث على مقياس مستوى مساهمة الموضوعات التي تنشر في مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معلوماتك الصحية كدرجة كلية؛ حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى (0.05).

وتفسر الباحثة ذلك بإمكانية تعرض عينة الدراسة لمصادر أخرى للتثقيف الصحي؛ مثل وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت ووسائل الإعلام الجماهيرية.

### عاشراً: اختبار صحة الفروض ومناقشتها

#### الفرض الأول.

«توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة معرفتهم بالموضوعات التي تناولتها».

## جدول 4

العلاقة بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة معرفتهم بالموضوعات التي تناولها

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة الدلالة	مستوى الدلالة
تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي	1.79	0.410				
درجة المعرفة بالموضوعات التي تناولها	2.24	0.491	0.338**	طردى	متوسط	0.01

\*\* دالة عند 0.01 ، \* دالة عند 0.05 .

قيمة ر الجدولية عند 0.01 = 0.148 ، وعند 0.05 = 0.113 .

يتضح من جدول 4 وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة معرفتهم بالموضوعات التي تناولها؛ حيث كانت ( $r > 0.3$ )، وهي دالة عند مستوى 0.01؛ أي أنه كلما زادت نسبة تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي زادت نسبة معرفتهم بالموضوعات التي تناولها .

#### مما سبق نلاحظ:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة معرفتهم بالموضوعات التي تناولها؛ حيث كانت قيمة ( $r > 0.3$ )، وهي دالة عند مستوى 0.01 .  
ومن ثم يمكننا القول إن الفرض الأول قد تحقق كلياً .

#### الفرض الثاني.

«توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة ومساهمة الموضوعات التي يتم نشرها في زيادة معلوماتهم الصحية».

جدول 5

العلاقة بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ومساهمة الموضوعات التي يتم نشرها في زيادة معلوماتهم الصحية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة الدلالة	مستوى الدلالة
تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي	1.79	0.410				
مساهمة الموضوعات التي يتم نشرها في زيادة معلوماتهم الصحية	2.22	0.550	0.428**	طردى	متوسط	0.01

\*\* دالة عند 0.01. \* دالة عند 0.05.

قيمة ر الجدولية عند 0.01 = 0.148، وعند 0.05 = 0.113.

يتضح من جدول 5 وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ومساهمة الموضوعات التي يتم نشرها في زيادة معلوماتهم الصحية؛ حيث كانت ( $r > 0.3$ )، وهي دالة عند مستوى 0.01؛ أي أنه كلما زادت نسبة تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي زادت نسبة مساهمة الموضوعات التي يتم نشرها في زيادة معلوماتهم الصحية.

مما سبق نلاحظ:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ومساهمة الموضوعات التي يتم نشرها في زيادة معلوماتهم الصحية؛ حيث كانت قيمة ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.

ومن ثم يمكننا القول إن الفرض الثاني قد تحقق كلياً.

**الفرض الثالث.**

«توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الحجاج والمعتمرين

(عينة الدراسة) في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة زيادة معلوماتهم الصحية».

#### جدول 6

العلاقة بين درجة ثقة الحجاج والمُعتمَرين (عينة الدراسة) في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة زيادة معلوماتهم الصحية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
درجة ثقة الحجاج والمُعتمَرين في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي	2.39	0.576				
درجة زيادة معلوماتهم الصحية	2.26	0.707	0.406**	طردي	متوسط	0.01

\*\* دالة عند 0.01 . \* دالة عند 0.05 .

قيمة ر الجدولية عند 0.01 = 0.148، وعند 0.05 = 0.113 .

يتضح من جدول 6 وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة ثقة الحجاج والمُعتمَرين (عينة الدراسة) في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة زيادة معلوماتهم الصحية؛ حيث كانت ( $r > 0.3$ )، وهي دالة عند مستوى 0.01؛ أي أنه كلما زادت نسبة ثقة الحجاج والمُعتمَرين (عينة الدراسة) في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي زادت نسبة درجة زيادة معلوماتهم الصحية.

#### مما سبق نلاحظ:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة الحجاج والمُعتمَرين (عينة الدراسة) في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة زيادة معلوماتهم الصحية؛ حيث كانت قيمة ( $r > 0.3$ )، وهي دالة عند مستوى 0.01 .

ومن ثم يمكننا القول إن الفرض الثالث قد تحقق كلياً.

#### الفرض الرابع:

«توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) باختلاف درجة ثقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة المساهمة في زيادة معلوماتهم الصحية».

جدول 7

قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) باختلاف درجة ثقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة المساهمة في زيادة معلوماتهم الصحية

الدلالة	كا2	الإجمالي		أسهمت بدرجة منخفضة		أسهمت بدرجة متوسطة		أسهمت بدرجة كبيرة		درجة الزيادة
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
دح4		150	43.7	5	14.3	47	30.9	98	62.8	درجة الثقة
0.000	88.763	177	51.6	20	57.1	102	67.1	55	35.3	أثق بدرجة كبيرة
دالة		16	4.7	10	28.6	3	2	3	1.9	أثق بدرجة متوسطة
		343	100	35	100	152	100	156	100	أثق بدرجة منخفضة
										المجموع

يتضح من جدول 7 أن نسبة (43.7%) من أفراد العينة يثقون بدرجة كبيرة في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي، بينما تثق بدرجة متوسطة نسبة (51.6%)، في حين أن نسبة (4.7%) يثقون بدرجة منخفضة.

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار (كرامرز في  $V = 0.509$  Cramer's)، وهي دالة عند مستوى (0.001)، كذلك يتضح أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية متوسطة بين الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) باختلاف درجة ثقتهم في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة المساهمة في زيادة معلوماتهم الصحية؛ حيث كانت قيمة (كا2 = 88.763)، وهي دالة عند مستوى دلالة (0.001).

ومن ثم يمكننا القول إن الفرض الرابع قد تحقق كلياً.

## حادي عشر: أهم نتائج الدراسة

- 1 - إن نسبة (78.8%) من أفراد العينة يحرصون على التعرض لمطبوعات العلاقات العامة بهدف التثقيف الصحي، في حين لم يحرص من أفراد العينة (21.5%).
- 2 - إن نسبة (23.2%) من أفراد العينة يحرصون على التعرض لمطبوعات العلاقات العامة بهدف التثقيف الصحي؛ بسبب أنها ترشدهم إلى كثير من السلوكيات الصحية السليمة في أثناء الحج والعمرة، في حين جاء في الترتيب الثاني أن فيها معلومات تفيديني بنسبة (20%).
- 3 - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث على مقياس مستوى المعرفة بالموضوعات التي تناولتها مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي، وقد يرجع ذلك إلى تعرض عينة الدراسة لمصادر أخرى للتثقيف الصحي؛ مثل وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت ووسائل الإعلام الجماهيرية.
- 4 - إن نسبة (41.5%) من أفراد العينة تسهم المضامين المطروحة في مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معلوماتهم الصحية بدرجة كبيرة، وترجع الباحثة ذلك إلى توافر مصادر أخرى للتثقيف الصحي؛ مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام.
- 5 - عدم وجود فروق بين أفراد العينة باختلاف الجنسيات المختلفة عينة الدراسة على مقياس مستوى مساهمة الموضوعات التي يتم نشرها في مطبوعات العلاقات العامة في زيادة معلوماتك الصحية.
- 6 - وجود علاقة بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة معرفتهم بالموضوعات التي تناولها .
- 7 - وجود علاقة بين تعرض الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) لمطبوعات العلاقات العامة ومساهمة الموضوعات التي يتم نشرها في زيادة معلوماتهم الصحية.
- 8 - وجود علاقة بين درجة ثقة الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة زيادة معلوماتهم الصحية.
- 9 - وجود فروق بين الحجاج والمعتمرين (عينة الدراسة) باختلاف درجة ثقتهم

في الموضوعات التي يتم نشرها عبر مطبوعات العلاقات العامة للتثقيف الصحي ودرجة المساهمة في زيادة معلوماتهم الصحية.

### توصيات الدراسة

- 1 - زيادة التوعية بما تقدمه وزارة الصحة السعودية من مطبوعات لتوعية الحجاج والمعتمرين.
- 2 - استخدام الشاشات الذكية التفاعلية في التوعية مع توافر إمكانية تغيير اللغة لمستخدمي الشاشات.
- 3 - استخدام الإنفوجرافيك في نشر المعلومات الصحية والصور التوضيحية.
- 4 - تقديم التوعية الصحية للحجاج والمعتمرين في بلادهم قبل القدوم للحج والعمرة.
- 5 - استخدام الهواتف الذكية في التواصل وتزويد الحجاج والمعتمرين بالمعارف والمعلومات من خلال Mobil Applications.

### المراجع

- أحمد، نادية مصطفى. (2012). *فاعلية وسائل التثقيف الصحي في نشر وبث المعلومات الصحية لبناء مجتمع المعرفة الصحي السوداني*. المؤتمر الـ 23 للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، قطر، الرابط: <https://search.emarefa.net/detail/BIM-374486>
- حسين، إيمان. (2017). دور الحملات الإعلانية في التوعية بالخدمات التي تقدمها الرئاسة العامة لشؤون المسجد النبوي لزيائره، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، (10)، 180 - 221.
- خليل، محمود. (1998). دور الصحف الحزبية في تشكيل اتجاهات الشباب: دراسة تطبيقية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، (3)، 1.
- الدسوقي، إبراهيم أبو اليزيد. (2009). *دوافع تعرض المراهقين للبرامج التي تناقش الطب البديل بالفضائيات العربية والإشباع المتحققة*، [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة.
- سيد، نجوى محمد. (2011). *الحملات الإعلامية ودورها في تحقيق أهداف التثقيف الصحي: دراسة تطبيقية على عينة من سكان ولاية الخرطوم 2008 - 2010م*، [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي .

العوام، وفاء سعود العوام. (2009). *مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق المعرفة الصحية: دراسة ميدانية*، [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام.

عبد الحميد، محمد. (1997). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. القاهرة: عالم الكتب.

عبد العزيز، عماد الدين. (2005). *دور مجلات الأطفال العربية في تلبية احتياجات الأطفال الموهوبين أدبياً*، [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة.

عبد النبي، عبد الفتاح، (1990). *تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

عنانزة، عزام علي. (2018) *دور تلفزيون أبو ظبي في التثقيف الصحي للمرأة الإماراتية: دراسة ميدانية*. *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية*، جامعة الكويت، (39).

الغامدي، عبدالله أحمد علي آل عيسى، (2009). *تردد المراهقين على مواقع الإنترنت وعلاقته ببعض المشكلات النفسية*، [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة أم القرى: كلية التربية.

منصوري، مصطفى. (2016) *دور الاتصال الاجتماعي في التثقيف الصحي لدى مرضى السكري: جمعية الآمال بولاية غليزان أنموذجاً*. *مجلة العلوم الاجتماعية*، جامعة عمار ثلجي بالأغواط، (19).

Acha-Anyi, A., Acha-Anyi, P. N., Asongu, S. A., & Tchamyu, V. S. (2020). Social media for health promotion: A visual analysis of “TB proof” South Africa’s Facebook page. *Technology in Society*, 63. <https://doi-org.sdl.idm.oclc.org/10.1016/j.techsoc.2020.101386>

Bahkali, S., Almainan, A., Bahkali, A., Almainan, S., Househ, M., & Alsurimi, K. (2015). The role of social media in promoting women’s health education in Saudi Arabia. *Studies in Health Technology & Informatics*, 213, 259–262.

Hyojung, Park a., & Bryan H. Reber b(2010). Using public relations to promote health: A Framing Analysis of public relations strategies among health associations, *Journal of Health Communication*. 15, (1). Washington: Center for Global Health.

JAY B., & Jennings B (1995). *Introduction to media communication*, 4th (ed.), New Yourk: Brown & Benchmark.

Marar, S. D., Al-Madaney, M. M., & Almousawi, F. H. (2019). *Health information on social media. Perceptions, attitudes, and practices of patients and their companions*. Saudi Medical

- Journal, 40(12), 1294–1298. <https://doi.org.sdl.idm.oclc.org/10.15537/smj.2019.12.24682>
- Park, H., Rodgers, S., & Stemmler, J. (2013). Analyzing health organizations' use of twitter for promoting health literacy. *Journal of Health Communication, 18*(4), 410-425
- Plaisime, M. (1, 2), Robertson-James, C. ( 1,3 ), Mejia, L. (1), Núñez, A. (1), Wolf, J. (1), & Reels, S. (1). (2020). Social media and teens: A needs assessment exploring the potential role of social media in promoting health. *Social Media Society, 6*(1). <https://doi.org.sdl.idm.oclc.org/10.1177/20563051198860>
- Stanley, J. Baran & Dennis K. Davis.(1995) “Mass communication theory, foundation, Ferment and Future”, Ph.D, California Wadsworth publish company.
- Sven windahl and Denis meqal, (1993), communication models for the study of mass communication, Newark, Long man publishing .
- Vedel, I., Ramaprasad, J., & Lapointe, L. (2020). Social media strategies for health promotion by nonprofit organizations: Multiple case study design. *Journal of Medical Internet Research, 22*(4), e15586. <https://doi-org.sdl.idm.oclc.org/10.2196> <http://www.asskeenh.com/Gallery/text/ViewBooks.aspx?View=Tree&NodeID=2&PageNo=1&BookID=28&pageID=2> .12/8/2020.8:27pm.
- <http://www.alsahfe.com/index.php?id=2%7C1319&task=show> .11/8/2020.8:46pm.



