



دور الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي* (دراسة ميدانية)

تغريد أحمد الزهراني

ماجستير إعلام رقمي، كلية الإعلام والتسويق، جامعة ميدأوشن
البريد الإلكتروني: Taghrid.ah33@hotmail.com

الملخص

هدف البحث الحالي إلى رصد وقياس دور الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي، بهدف تقييم جودة التطبيقات و المنصات المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي التي تتوافق مع الرؤية المملكة العربية السعودية 2030 في خدمة الاستشارات الصحة النفسية والادمان بسرية تامة وكيفية تفاعل الجمهور مع هذه المنصات وتأثيرها على مستوى وعي الأفراد بصحتهم النفسية، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي، وباستخدام أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من السعوديين المستخدمين للإعلام الرقمي عددها (200) مفردة، وأظهرت نتائج الدراسة أن مواقع الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي هي الوسائل الرئيسية التي يستخدمها الأفراد في المجتمع السعودي؛ للحصول على معلومات حول الصحة النفسية، كما تبين أيضاً أن هناك حاجة لزيادة الوعي بالخدمات الصحية النفسية المتاحة عبر الإنترنت في المجتمع السعودي، وأن فقط (٤٢ ٪) من المشاركين كانوا على علم بهذه الخدمات، بينما (٥٨ ٪) لم يكونوا على علم بها، وهذا يُشير إلى أن هناك حاجة لمزيد من الترويج والتوعية بالخدمات النفسية المتاحة عبر الإنترنت لزيادة الوصول إليها واستخدامها، وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اهتمام المجتمع السعودي بعد انتشار وسائل الإعلام الرقمي بقضايا الصحة النفسية وزيادة الوعي لدى المجتمع السعودي حول الصحة النفسية، كما أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى الباحثين تعزي للمتغير المستوى التعليمي، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزي لباقي المتغيرات الديموغرافية للمبجوثين في درجة استخدامهم للإعلام الرقمي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الصحة النفسية، تطبيقات الصحة النفسية.

* البحث بإشراف الدكتور مهيتاب الرفاعي.



The Role of Digital Media in Raising Awareness of Mental Health in Saudi Society (A field study)

Taghreed Ahmed Al-Zahrani

Master's in Digital Media, College of Media and Marketing, Midocean University

Email: Taghrid.ah33@hotmail.com

ABSTRACT

The current research aimed to monitor and measure the role of digital media in raising awareness of mental health in Saudi society, with the aim of evaluating the quality of applications and platforms available on social media that are compatible with the Kingdom of Saudi Arabia's Vision 2030 in providing mental health and addiction counseling services in complete confidentiality and how the public interacts with this. Platforms and their impact on the level of individuals' awareness of their mental health, based on the descriptive approach, By using the questionnaire tool by applying it to a sample of (200) Saudis who use digital media, the results of the study showed that websites and social media are the main means used by individuals in Saudi society. To obtain information about mental health, it was also found that there is a need to increase awareness of mental health services available online in Saudi society, and that only (42%) of the participants were aware of these services, while (58%) were not aware of them, This suggests that there is a need for greater promotion and awareness of online psychological services to increase access and use. There is a statistically significant correlation between the interest of Saudi society, after the spread of digital media, in mental health issues and the increased awareness in Saudi society about mental health, The results also indicated that there were statistically significant differences in the degree of use of digital media to raise awareness of mental health among the respondents attributable to the educational level variable, while there were no statistically significant differences attributable to the rest of the demographic variables of the respondents in the degree of their use of digital media.

Keywords: digital media, mental health, mental health applications.



مقدمة:

تشهد المملكة العربية السعودية تطوراً سريعاً في مجال التكنولوجيا والإعلام الرقمي الذي أصبح أحد أهم الوسائل الإعلامية الأساسية التي يعتمد عليها الجمهور والمجتمع لنقل وتبادل المعلومات و المحتوى عبر الإنترنت وشبكات التواصل، و يلعب الإعلام الرقمي دوراً هاماً في توعية الفرد و المجتمع في عدة مجالات، ومن أهم هذه المجالات التي يمكن للإعلام الرقمي أن يساهم فيها بشكل إيجابي هو مجال الصحة النفسية، التي تعتبر أحد أهم أركان الصحة العامة، فإن للصحة النفسية قيمة جوهرية وأساسية، وهي جزء لا يتجزأ من رفاهنا العام التي تمكن الشخص من مواجهة ضغوط الحياة وتحقيق إمكاناته، والتعلم والعمل بشكل جيد وهي حاسمة أهمية للتنمية الشخصية والمجتمعية والاجتماعية والاقتصادية (موقع منظمة الصحة العالمية، 2022)

وفي ظل عصر الأزمات الذي يعيشه العالم الآن وتزايد التحديات و ضغوط الحياة وتقلبات تزايد انتشار حالات الأمراض النفسية بصفه عامه والاكنتاب الذي أصبح أكثر انتشاراً في المملكة العربية السعودية في الآونة الأخيرة بصفه خاصه (أمل مدربا، صحيفة الشرق) ، وأصبح رفع الوعي بالصحة النفسية ضرورة ملحة للأفراد والمجتمع، و من هذا السياق يأتي دور الإعلام الرقمي في توعية الجمهور بأمر الصحة النفسية وذلك من خلال تقديم المعلومات الصحيحة والموثوقة والمفيدة التي تساعد في رفع الوعي بالصحة النفسية وتعزيز توعية وفهم المجتمع (ابولون حنيف اعرف بلوق، 2023) .

ويبرز دور الإعلام الرقمي في المملكة السعودية في الآونة الأخيرة مع توافق رؤية المملكة 2030 التي تحمل استشرافاً لمستقبل الوطن والمواطن من حيث الاهتمام بتوفير بيئة صحيه ونفسية آمنه (سعد بن عبدالقادر القويحي، موقع الجزيرة) وأن يكون وسيلة لتوفير المعلومات والتثقيف والتوجيه والدعم والتشجيع للأفراد الذين يحتاجون الى المساعدة النفسية، ويرغبون في تحسين صحتهم النفسية، وكما يمكن أن يكون وسيلة لتغيير الصورة النمطية المرتبطة بالأمراض النفسية؛ لزيادة التقبل الاندماج وتضامن المصابين بها بتوفير المعلومات وخدمات الصحة النفسية المتنوعة للأفراد ؛ وذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات و المنصات الرقمية التي اصبحت توفر الخدمات والاستشارات عن بعد مع أخصائيين النفسية بسرية تامة مثل تطبيق (لبيه) وتطبيق (نبراس) خاص لمكافحة المخدرات لعلاج الإدمان من المخدرات و غيرها من التطبيقات.

ويهدف هذا البحث إلى استكشاف وتحليل دور الإعلام الرقمي في المجتمع السعودي وارتباطه بالصحة النفسية وتسلط الضوء على أهمية الإعلام الرقمي في المجتمع السعودي وتوجيه جهود وتطوير وتحسين استخدام هذه الوسائل؛ لرفع الوعي بالصحة النفسية وتحسين الرعاية الصحية النفسية للفرد والمجتمع.

الدراسات السابقة

المحور الأول: دور الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية:

دراسة نايف بن عبد العزيز بن محمد آل سعود بعنوان (تأثير وسائل الإعلام ودورها في زيادة الوعي الصحي لدى المجتمع السعودي) دراسة مسحية"،

وتستمد هذه الدراسة إطارها النظري من مدخل الاستخدامات و التأثيرات، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى حرص الجمهور السعودي على متابعة وسائل الإعلام المختلفة لزيادة الوعي الصحي لديهم، والتعرف على النشاط المدعم والمعوق للجمهور السعودي في تعرضه لوسائل الإعلام المختلفة، لزيادة الوعي الصحي لديه، وقد تم اختيار عينة عمدية قوامها (400) مفردة للأسر السعودية من الآباء و الأمهات السعوديين بالرياض في المملكة العربية السعودية، وذلك من المترددين على طوارئ مستشفى الملك خالد الجامعي ومستشفى الملك عبد العزيز الجامعي، وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الجمهور السعودي، ومستوى المعرفة الصحية لديهم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع التعرض الهادفة و الطقوسية لتعرض الجمهور السعودي لوسائل الإعلام وأنماط النشاط المدعم الذي يمارسونه عند التعرض وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الجمهور السعودي الهادفة لوسائل الإعلام المختلفة في زيادة وعيهم الصحي، وأنماط النشاط المعوق الذي يمارسونه عند التعرض، بينما لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين



دوافع تعرض الجمهور السعودي لطقوس وسائل الإعلام المختلفة في زيادة وعيهم الصحي، وأنماط النشاط المعوق الذي يمارسونه عند التعرض.

دراسة (محمد العنزي، نورة العنزي، 2019) بعنوان " دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصحة النفسية للمرأة السعودية "

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصحة النفسية للمرأة السعودية، والمتغيرات المرتبطة به، والمعوقات التي تحول دون تحقيق هذا الدور، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم توزيع استبانة على عينة قوامها 500 امرأة سعودية من مستخدمي الإعلام الرقمي في المملكة. وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي يلعب دورًا متوسطًا في تعزيز الصحة النفسية للمرأة السعودية، وأن أهم المتغيرات المرتبطة به هي: العمر، والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية، والمهنة، والدخل الشهري، وأشارت الدراسة إلى أن أبرز المعوقات التي تحول دون تحقيق دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصحة النفسية للمرأة السعودية هي: عدم وجود محتوى إعلامي رقمي متخصص في الصحة النفسية للمرأة، وعدم وجود معايير وضوابط للتأكد من مصداقية وجودة المعلومات حول الصحة النفسية المتاحة عبر الإعلام الرقمي، وعدم وجود خدمات استشارية ودعم نفسي مجاني عبر الإعلام الرقمي، وقد أوصت الدراسة بضرورة تنمية الإعلام الرقمي ليكون أداة فعالة في تعزيز الصحة النفسية للمرأة السعودية، وتوفير محتوى إعلامي رقمي متخصص ومتنوع وموثوق في هذا المجال، وتقديم خدمات استشارية ودعم نفسي مجاني ومهني عبر الإعلام الرقمي.

دراسة (عبد الله العمري، سارة الحميدي، 2021) بعنوان " دور الإعلام الرقمي في نشر الوعي الصحي النفسي لدى الشباب السعودي "

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في نشر الوعي الصحي النفسي لدى الشباب السعودي، والعوامل المؤثرة في استخدامها لهذا النوع من الإعلام، والمشكلات والتحديات التي تواجههم في هذا الصدد، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم توزيع استبانة على عينة قوامها 400 شاب وشابة من مستخدمي الإعلام الرقمي في المملكة، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي يلعب دورًا مهمًا في نشر الوعي الصحي النفسي لدى الشباب السعودي، وأن أهم العوامل المؤثرة في استخدامها هي: الحاجة إلى المعلومات والمشورة الصحية النفسية، والرغبة في التواصل والتفاعل مع الآخرين، والاستفادة من التجارب والقصص الناجحة في التغلب على المشكلات النفسية، وأشارت الدراسة إلى أن أبرز المشكلات والتحديات التي تواجه الشباب السعودي في استخدام الإعلام الرقمي لنشر الوعي الصحي النفسي هي: كثرة المصادر والمحتويات غير الموثوقة والمضللة، وعدم وجود ضوابط ومعايير للرقابة على هذا النوع من الإعلام، وانعدام الخصوصية والسرية لبعض المستخدمين، وقد أوصت الدراسة بضرورة تطوير الإعلام الرقمي ليكون أداة فعالة في نشر الوعي الصحي النفسي لدى الشباب السعودي، وتنظيمه ومراقبته بما يحافظ على مصالح المستخدمين وحقوقهم، وتشجيع الشباب على الاستفادة منه بطريقة إيجابية ومسؤولة.

دراسة (محمد ظلال عباس، 2020) " اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم "

تستهدف الدراسة رصد وتوصيف اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم تجاه (فيروس كورونا المستجد) كوفيد-19 و استخدمت الدراسة نظرية الغرس الثقافي ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. كما قامت بتوظيف منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة ممثلة للجمهور السعودي بلغ عددها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: تتنوع المصادر التي يعتمد عليها المشاركون في متابعة أخبار مستجدات انتشار وباء كورونا يتصدرها " تويتر " (93%) يلي ذلك "المواقع الإخبارية" بنسبة (89 %) ، ثم " المواقع و الصفحات الرسمية للدولة " بنسبة (61%) ، وأخيرًا "الفيس بوك" بنسبة (15.2%) ، ويختلف تقييم المبحوثين لنجاح حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد كوفيد 19 عبر هذه الوسائل (69%) قالوا "الحملات ممتازة"، ثم اعتبروها "جيدة" بنسبة (25 %) ، وكشفت الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع المبحوثين لمتابعة حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا



المستجد و مدى ثقة المبحوثين في الوسائل الإعلامية التي تقدم هذه الحملات التوعوية، كما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بحملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد عبر وسائل الإعلام وقوة دوافعهم لمتابعة هذه الحملات التوعوية، كما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا المبحوثين عن أداء حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد عبر هذه الوسائل و مدى تقفهم في هذه الوسائل لمتابعة مستجدات انتشار و باء كورونا.

دراسة (صلاح العيسيات، أمنة اللصاصمة، 2022) "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة الصحة النفسية لدى عينة من أفراد المجتمع الأردني في ضوء جائحة covid19"

هدفت الدراسة الحالية إلى قياس أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة الصحة النفسية لدى عينة من أفراد المجتمع الأردني في ضوء جائحة Covid- والتعرف على القدرة التنبؤية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي؛ لفحص عينة من افراد المجتمع الاردني، تكونت عينة الدراسة (233) منهم (123) من الإناث، و(110) من الذكور بين أفراد المجتمع الأردني المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، واستند البحث على مقياسين؛ إحداهما لقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والآخر خاص بمقياس جودة الصحة النفسية، بعد حساب الخصائص السيكومترية لهما، واستخدم الباحثان الأساليب الإحصائية، المتمثلة في معامل الارتباط الخطي المستقيم لبيرسون واختبار ت لدلالة الفروق بين المجموعات غير المرتبطة وخط الانحدار المتعدد، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وجودة الصحة النفسية، كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المتزوجين والعزاب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتجاه الأفضل لصالح العزاب، وتوصلت أيضًا إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كل من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وجودة الصحة النفسية تعزى للمستوى التعليمي، وانتهت النتائج بإمكانية التنبؤ بجودة الصحة النفسية من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث يوجد تأثير إيجابي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على ارتفاع مستوى جودة الصحة النفسية لدى عينة الدراسة.

المحور الثاني: الصحة النفسية

دراسة: Kelly، Naslund، et al (2017) ناسلون، كلي، و آخرون بعنوان "استكشاف فرص دعم رعاية الصحة العقلية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة استقصائية لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي المصابين بأمراض عقلية"

تهدف وسائل التواصل الاجتماعي بتوسيع نطاق خدمات الصحة العقلية، وخاصة للشباب الذين يستخدمون هذه المنصات الشعبية بشكل متكرر، قامت الدراسة باستطلاع آراء مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين عرفوا أنفسهم على أنهم مصابون بمرض عقلي؛ للتعرف على استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي للصحة العقلية ولتحديد الفرص المتاحة لزيادة خدمات الصحة العقلية الحالية، تكونت عينة الدراسة من 240 مفردة، والمشاركة في استطلاع عبر الإنترنت تم إجراء الاستطلاع باللغة الإنجليزية واستفسر عن حالة الصحة العقلية للمشاركين واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للصحة العقلية، والاهتمام بالوصول إلى برامج الصحة العقلية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي دول 135 استطلاعًا. كان معظم المشاركين من الولايات المتحدة (54%)، وكندا (22%)، والمملكة المتحدة (17%) وأفادوا تشخيصهم نفسيًا كان الشباب البالغين الذين تقل أعمارهم عن (35 عامًا) أكثر عرضة بنسبة (53%) مقارنة بالبالغين الذين تبلغ أعمارهم (36) عامًا فما فوق بنسبة (46%) (53%) أعرب معظم المشاركين عن اهتمامهم ببرامج الصحة العقلية المقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة لتعزيز الصحة العامة والرفاهية (72%) وللتعامل مع أعراض الصحة العقلية (90%)، كما توضح هذه الدراسة الاستكشافية جدوى الوصول إلى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي المصابين بمرض عقلي ويمكن أن توجه الجهود المبذولة للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي لجعل خدمات الصحة العقلية القائمة على الأدلة متاحة على نطاق أوسع للمحتاجين.



دراسة: Nisha Dogra، Michelle O'Reilly، et al (2018) ميشيل أوريلي، نيشا بوجرا بعنوان "إمكانيات وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الصحة النفسية لدى المراهقين"

تهدف هذه الدراسة النوعية إلى استكشاف التصورات التي مفادها أنها يمكن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض تعزيز الصحة العقلية بين المراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين 11 و 18 عامًا، باستخدام مجموعات التركيز التي أجريت مع المراهقين العدد (54)، والمهنيين التربويين عددهم (16) وممارسي الصحة العقلية عددهم (8)؛ لقد استكشفنا وجهات نظرهم حول قيمة وسائل التواصل الاجتماعي لهذا الغرض، وتم تحديد ثلاثة مواضيع:- أولاً، يبدو أن وسائل التواصل الاجتماعي لديها القدرة على تعزيز الصحة العقلية الإيجابية، ثانيًا، كثيرًا ما يستخدم المراهقون وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت للحصول على معلومات حول الصحة العقلية، وأخيرًا: هناك فوائد وتحديات لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بهذه الطريقة؛ نستنتج أنه على الرغم من تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمخاطر، إلا أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر طريقة مفيدة لتعليم المراهقين والوصول إليهم لتعزيز الصحة العقلية.

دراسة: Joseph Firth (2020) جون تروس. بعنوان "الصحة العقلية الرقمية وكوفيد-19: استخدام التكنولوجيا اليوم لتسريع منحنى الوصول والجودة غدًا"

تهدف هذه الدراسة لاستكشاف نجاح الرعاية الصحية النفسية وتزايد الاهتمام بالصحة النفسية من خلال الأزمة خلال جائحة كوفيد 19 -العالمية، وكيف يمكن لتقنيات مثل التطبيقات أن تلعب دورًا أكبر، نناقش الحاجة إلى تدريب القوى العاملة، والأدلة عالية الجودة، والمساواة الرقمية من بين عوامل أخرى حاسمة لثني المنحنى بشكل أكبر، وتناقش الحاجة إلى تدريب القوى العاملة، والأدلة عالية الجودة، والمساواة الرقمية من بين عوامل أخرى حاسمة لثني المنحنى بشكل أكبر، إن زيادة الاستثمارات في الصحة الرقمية اليوم ستؤدي إلى وصول غير مسبوق إلى رعاية صحية نفسية عالية الجودة.

دراسة: J. C. Kraaijeveld، Sassvan Orden، et al. (2022) بعنوان "الآثار الأولية لتدخل الصحة العقلية الرقمية لعلاج الاكتئاب والقلق، الصحة الإلكترونية السريرية"

تهدف لنتائج استباقية عن فعالية التدخل الرقمي للصحة النفسية في حالات القلق والاكتئاب ومقارنة المرضى الخاضعين للتدخل الرقمي أو العلاج عن طريق التطبيقات الرقمية بالعلاج التقليدي، وتستكشف الدراسة الفرص باستخدام علم البيانات والتعلم الآلي، على سبيل المثال من خلال الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي للكشف عن الاضطرابات العقلية وتطوير نماذج تنبؤية تهدف إلى توصيف مسببات الاضطرابات النفسية وتطورها، وأظهرت الدراسة أن العلاج عن طريق التطبيقات الرقمية يمتلك الإمكانية لأن يكون بنفس الفعالية وأكثر كفاءة بالنسبة للمريض. وبطرح خيارات أكبر تناسب احتياج المريض، كما أن هذه الجهود المختلفة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، تبشر بتحسين حياة الأفراد الذين يعانون من اضطرابات عقلية.

التعليق على الدراسات السابقة:

1- أكدت بعض الدراسات السابقة على تأثير الوسائل الإعلام الرقمي في تطوير الصحة عامة وصحة النفسية خاصة.. وكيف أنه يلعب دورًا هامًا في تعزيز وعي الصحة النفسية في المجتمع.

2- يصفه عامه تتفق بعض الدراسات السابقة في بعض الجوانب المشار إليها في الدراسة الحالية من حيث النظر إلى أثر و دور الإعلام الرقمي بمختلف جوانبه ودوره في الصحة النفسية.

3- ساهم الاطلاع على الدراسات السابقة في تعرف على أحدث وأخر التطورات المرتبطة بالإعلام الرقمي ومساهمتها في تطوير وتعزيز الصحة النفسية في معرفيًا و تثقيفيًا في المجتمع خاصة في المملكة العربية السعودية.

4- ساهم الاطلاع على الدراسات السابقة من ناحية اختيار النظرية المناسبة والمنهج العلمي وأدوات المناسبة لجمع البيانات، وكذلك الاطلاع على أهم المراجع المصادر والكتب المرتبطة ذات صلة الموضوع.



5- تتميز هذه الدراسة عن دراسات السابقة بأنها ذات أهمية أكثر من السابق فهي تربط بين الإعلام الرقمي. و تأثيره الإيجابي. على الصحة النفسية (علمياً و عملياً وصحياً واجتماعياً) التي هي عنصر أساسي على الفرد والمجتمع.

مشكلة الدراسة:

تعتبر القضايا المتعلقة بالصحة النفسية قضايا حساسة في المجتمع على الرغم من أهمية الصحة النفسية على الفرد لا تقل أهميتها عن الصحة الجسدية؛ إلا أنها تواجه انتقادات أو اعتراضات بسبب الاعتقادات الثقافية والاجتماعية المتعارف عليها في المجتمع؛ مثلاً الشعور بالخوف، والخرج من المرض المتعلقة بالنفسية، ومن أبرز التحديات التي قد يواجهها الأفراد الذين يعانون من المشاكل الصحية النفسية قضايا الوصم والتمييز، و قد تكون هناك توجيهات سلبية تجاه المرضى الذين يعانون من الاضطرابات النفسية ما يزيد في صعوبة التحدث عن مشاعرهم ومشاكلهم النفسية وطلب المساعدة وذلك بسبب نقص في الوعي وقلة المعرفة وتثقيف لمفهوم الصحة النفسية وأهميتها على الفرد والمجتمع، وهنا يأتي دور الإعلام الرقمي للتغلب على هذه على هذه المشكلات والتركيز على تعزيز التوعية والتثقيف حول الصحة النفسية في المجتمع السعودي وتوفير الدعم اللازم لتطوير خدمات الصحة النفسية، يمكن أيضاً توسيع نطاق البحوث والدراسات في مجال الصحة النفسية لتوجيه المزيد من الاهتمام في هذه القضية؛ وبناءً على ما سبق يمكننا صياغة مشكلة الدراسة الحالية على النحو التالي:- رصد وقياس دور الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي.

أهمية الدراسة:

- تستمد الدراسة أهميتها من فهم أساسيات مجال الصحة النفسية والعمل على تطوير مفاهيمها للمهتمين بمجال الصحة النفسية ومحاولة الفهم العميق للمشاكل والتحديات التي يواجهها المجتمع السعودي من خلال الإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بالصحة النفسية.
- كما يمكن إفادة الباحثين والقائمين على الدراسات في هذا المجال من نتائج الدراسة الحالية، والتوصيات يمكن ان تساهم في تطوير المعرفة و الممارسات في مجال الصحة الرقمية وتعزيز التوعية والتثقيف لتطوير حملات توعية إعلامية رقمية. وتحسين التطبيقات والمنصات؛ لتلبية احتياجات الأشخاص.
- وأيضاً يمكن الاستفادة في الجهات الحكومية و المنظمات غير الربحية من دراسة الإعلام الرقمي ورفع الوعي بالصحة النفسية في السياسة العامة المتعلقة بالصحة النفسية وتوجيه اهتمامهم نحو تأثير الإعلانات الرقمية على الصحة النفسية في المجتمع السعودي.
- ويمكن استخدام النتائج والتوصيات لتعزيز الاستراتيجيات الوطنية و المبادرات المتعلقة بالصحة النفسية، وأيضاً تأمل الباحثة أن تكون هذه الدراسة نقطة انطلاقاً للأبحاث المستقبلية في هذا المجال وتضيف هذه الدراسة الى الدراسات السابقة.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية للتعرف على:-

1. فهم أثر الإعلام الرقمي في نشر المعلومات المتعلقة بالصحة النفسية وتوعية الأفراد.
2. تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الإعلام الرقمي في نشر المحتوى الصحي النفسي.
3. تقييم جودة المعلومات المتاحة عبر الإعلام الرقمي وتأثيرها على تشكيل وجهات نظر واتجاهات الأفراد.
4. استكشاف فرص توفير الدعم النفسي والمساعدة المتاحة عبر الإعلام الرقمي في المجتمع السعودي.



5. تحديد التحديات والمشاكل التي يمكن أن تواجه استخدام الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي.

6. تهدف إلى تقييم جودة التطبيقات و المنصات المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي التي تتوافق مع الرؤية المملكة العربية السعودية 2030 في خدمة الاستشارات الصحة النفسية والادمان بسرية تامة وكيفية تفاعل الجمهور مع هذه المنصات وتأثيرها على مستوى وعي الأفراد بصحتهم النفسية.

أسئلة والفروض الدراسة:

أولاً: أسئلة الدراسة:

1. ما مدى استخدام وسائل الإعلام الرقمي في نشر المعلومات والمحتوى المتعلق بالصحة النفسية في المجتمع السعودي؟
2. ما هي أنواع وسائل الإعلام الرقمي المستخدمة بشكل شائع في توعية الناس بالصحة النفسية في المجتمع السعودي؟
3. كيف يتفاعل الأفراد في المجتمع السعودي مع المحتوى الصحي النفسي على وسائل الإعلام الرقمي؟
4. ما هي التحديات التي تواجه انتشار المعلومات الصحة النفسية عبر الإعلام الرقمي في المجتمع السعودي؟
5. ما هو تأثير الإعلام الرقمي على تغيير سلوك الأفراد وتبني الممارسات الصحة النفسية في المجتمع السعودي؟
6. هل هناك اختلافات في استخدام وتأثير الإعلام الرقمي على الوعي بالصحة النفسية بين الفئات العمرية المختلفة في المجتمع السعودي؟
7. ما هي الفرص المتاحة لتحسين استخدام الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي؟
8. كيف يمكن تحسين جودة المحتوى الصحي النفسي على وسائل الإعلام الرقمي وتوفير المعلومات الموثوقة والدقيقة للجمهور.
9. ما مدى تحسن المجتمع بعد رؤية المملكة 2030 في الخدمات و استشارات الصحة النفسية في الخدمة الذاتية؟

ثانياً: الفروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ذات دلالة بين اهتمام المجتمع السعودي بقضايا الصحة النفسية وزيادة الوعي لدى المجتمع السعودي حول الصحة النفسية بعد انتشار وسائل الإعلام الرقمي.
- **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين تعزي للمتغيرات الديموغرافية (الجنس- العمر- المستوى التعليمي- المنطقة).

مفاهيم الدراسة:

مفهوم الإعلام الرقمي:

يُعرف الإعلام الرقمي على أنه شكل من أشكال وسائل الإعلام الجديد، و له مجموعة من المسميات مثل (الإعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي، الإعلام التفاعلي، الإعلام المعلوماتي) (سروجي، 2023).



مفهوم الصحة النفسية:

الصحة النفسية هي حالة من الرفاه النفسي تمكّن الشخص من مواجهة ضغوط الحياة، وتحقيق إمكاناته، والتعلّم والعمل بشكل جيد، والمساهمة في مجتمعه المحلي، وهي جزء لا يتجزأ من الصحة والرفاه اللذين يدعمان قدراتنا الفردية والجماعية على اتخاذ القرارات وإقامة العلاقات وتشكيل العالم الذي نعيش فيه (منظمة الصحة العالمية، 2023).

مفهوم رفع الوعي الصحة النفسية:

يُشير إلى الفهم والاستدراك الشخصي لحالة الصحة النفسية الخاصة بالفرد، كما تُعرف بأنها القدرة على التعرف والتفهم العميق للمشاعر والعواطف والتفكير والتصرفات الخاصة بالفرد، والاعتراف بأهمية الاهتمام بالصحة النفسية والعمل على تعزيزها.

مفهوم المجتمع السعودي:

يُشير إلى المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد في المملكة العربية السعودية، ويتضمن ذلك القيم والتقاليد والعادات الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على ثقافة الصحة النفسية في المجتمع السعودي.

الإطار النظري:

هناك عدد من الاطار النظرية التي يمكن استخدامها في البحث:

1. نظرية الإعلام و التواصل الرقمي: تركز على تأثير التكنولوجيا الجديدة ووسائل الإعلام الرقمي في التواصل والتفاعل الاجتماعي، تسعى هذه النظرية إلى فهم كيف يؤثر الإعلام الرقمي على الصحة النفسية من خلال توفير المعلومات والدعم والتواصل الاجتماعي.
2. نظرية الدعم الاجتماعي: تركز على دور الدعم الاجتماعي في تعزيز الصحة النفسية، يمكن استخدام هذه النظرية؛ لفهم كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يوفر منصات للدعم الاجتماعي وتعزيز التواصل والتفاعل المجتمعي فيما يتعلق بالصحة النفسية.

الإجراءات المنهجية للدراسة

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على المنهج المسحي الذي يهدف لجمع البيانات وتحليلها؛ حيث أن منهج المسح هو أحد أساليب البحث الاجتماعي التي تُستخدم في جمع البيانات وتحليلها لفهم الظواهر الاجتماعية والثقافية والتغيرات التي تحدث في المجتمع؛ وذلك بهدف التعرف على دور الإعلام الرقمي في نشر المعلومات المتعلقة بالصحة النفسية في توعية أفراد المجتمع السعودي حول الصحة النفسية.

مجتمع الدراسة وعينته:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في جميع أفراد المجتمع السعودي، وتمثلت عينة الدراسة في عدد (200) مفردة، تم أخذها بأسلوب (العينة العنقودية)؛ حيث تم نشر الاستبانة على الانترنت وتم إرسالها إلى مجموعة من الأشخاص، وطلبت الباحثة منهم إرسالها إلى مجموعة أخرى من أفراد المهتمين بموضوع الصحة النفسية ويتعاملون مع الإعلام الرقمي، ويوضح الجدول التالي خصائص عينة الدراسة:-



جدول (1) خصائص عينة البحث

النسبة	التكرار	التصنيف	المتغيرات
82.5	165	ذكر	الجنس
17.5	35	أنثى	
100.0	200	الإجمالي	
4.5	9	أقل من 18 عامًا	العمر
40.0	80	بين 18 و 25 عامًا	
35.5	71	بين 26 و 35 عامًا	
14.5	29	بين 36 و 45 عامًا	
5.5	11	أكثر من 45 عامًا	
100.0	200	الإجمالي	
20.0	40	ثانوية أو أقل	
58.0	116	بكالوريوس	
17.5	35	دبلوم	
4.5	9	دراسات عليا	
100.0	200	الإجمالي	
27.5	55	المنطقة الغربية	المنطقة السكنية
48.5	97	المنطقة الوسطى	
8.5	17	المنطقة الشرقية	
8.5	17	المنطقة الشمالية	
7.0	14	المنطقة الجنوبية	
100.0	200	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق:

بالنسبة لمتغير الجنس: تمثلت عينة الدراسة في مجموعتين من حيث النوع، بنسبة (82.5%) للذكور وواقع (165) مفردة، وبنسبة (17.5%) للذكور وواقع (35) مفردة.



ومن حيث الفئة العمرية للمبوحثين، فقد جاءت فئة الشباب (من 18 إلى 25 سنة) في المرتبة الأولى بنسبة (40%)، ثم جاءت فئة (من 26 إلى 35 سنة) في المرتبة الثانية بنسبة (35،5%)، تليها فئة (من 36 إلى 45 سنة) في المرتبة الثالثة بنسبة (14،5%)، ثم فئة (أكثر من 45 عامًا) بنسبة (5.5%)، وأخيرًا جاءت فئة (أقل من 18 عامًا) في المرتبة الأخيرة بنسبة (4.5%).

ومن حيث المستوى التعليمي، فقد جاءت فئة البكالوريوس في المرتبة الأولى بنسبة (58%)، ثم جاءت فئة الثانوية أو أقل في المرتبة الثانية بنسبة (20%)، تليها فئة دبلوم في المرتبة الثالثة بنسبة (17،5%)، وفي المرتبة الأخيرة تأتي فئة المؤهل دراسات عليا بنسبة (4.5%).

أما من حيث المنطقة السكنية، فقد جاءت فئة المنطقة الوسطى في المرتبة الأولى بنسبة (48.5%)، ثم جاءت فئة المنطقة الغربية في المرتبة الثانية بنسبة (27.5%)، تليها فئتي المنطقة الشرقية والشمالية بنفس الترتيب في المرتبة الثالثة بنسبة (5،8%)، وفي المرتبة الأخيرة تأتي فئة المنطقة الجنوبية بنسبة (7%).

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة، وتُعد الاستبانة هي الأداة الأمثل؛ نظرًا لحجم مجتمع وعينة الدراسة الحالية، وقد قسمت الباحثة الاستبانة الحالية إلى عدة محاور؛ بهدف الوصول إلى نتائج علمية دقيقة، تمثلت تلك المحاور في:

- البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة
- تأثير الصحة النفسية على الفرد وأهمية الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي
- دور الإعلام الرقمي وأهميته في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي
- دور الإعلام الرقمي وتأثير تطبيقات خدمات الصحة النفسية في رفع الوعي في المملكة العربية السعودية
- تأثير الإعلام الرقمي في زيادة الوعي في المجتمع السعودي بالصحة النفسية

صدق وثبات أداة الدراسة:

أولاً: اختبار الصدق: يُقصد به التأكد من مدى دقة وصحة فئات استمارة التحليل التي تقوم الباحثة باستخدامها في التحليل، وفي هذا السياق قامت الباحثة بالتأكد من مدى صلاحية (الاستبانة) في تحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها؛ وذلك من خلال عرض الاستمارات على مجموعة من المتخصصين والمحكمين من أساتذة الإعلام، وبناءً على توجيهاتهم، وبما يتناسب مع أهداف الدراسة، قامت الباحثة بالتعديلات اللازمة على الاستمارة.

ثانياً: اختبار الثبات: يُقصد به مدى ثبات نتائج التحليل مهما اختلفت الأماكن والأزمنة والأشخاص؛ لقياس ثبات استمارة الاستبيان اعتمدت الباحثة على أسلوب إعادة الاختبار على نسبة (10%) من عينة الدراسة بواقع (20) مفردة، بعد أسبوعين من تطبيق الاستمارة لأول مرة، وتقاربت النتائج بنسبة تصل إلى (88%)؛ ممّا يشير إلي ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتحليل، كما اعتمدت الباحثة على قياس مدى ثبات الاستبانة من خلال إجراء معامل ألفا كرونباخ، والذي جاء أيضًا بدرجة عالية على مستوى الأداء ككل بقيمة (0.889).

الأساليب المستخدمة في المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية؛ وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" "SPSS" (Statistical Package for Social Science) وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات ورنية Scale؛ وعلى هذا فقد قامت الباحثة بتطبيق



المعاملات الإحصائية التي تُلائم كل متغير من هذه المتغيرات، وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- الوزن المرجح: ويستخدم لقياس وزن المتغيرات الترتيبية على وجه التحديد، وذلك للتعرف على القيمة الترتيبية لكل متغير، عبر حساب متوسط القيم الترتيبية.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً (ANOVA)، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.30: 0.70، وقوية إذا كانت أكثر من 0.70.

● مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

حدود الدراسة:

تشمل حدود الدراسة ما يلي:-

- الحدود المكانية: جرى تطبيق الدراسة على المجتمع السعودي في المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمانية: جرى تطبيق الدراسة خلال العام الدراسي 2023-2024م.
- الحدود البشرية: جرى تطبيق الدراسة على مستخدمين الإعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية.
- الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة الحالية على دراسة تأثير الإعلام الرقمي على رفع الوعي بالصحة النفسية لدى المجتمع السعودي.



نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

السؤال الأول: هل لديك تجربة سابقة في التعامل مع المشاكل الصحية؟

جدول (2) التجربة السابقة في التعامل مع المشاكل الصحية

النسبة	التكرار	التصنيف
30.0	60	نعم
70.0	140	لا
100.0	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة من لم يكن لهم تجربة سابقة في التعامل مع المشاكل الصحية وكانت إجاباتهم (لا) جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (140) وبنسبة مئوية (70%)، في حين كانت نسبة من كانت إجاباتهم (نعم) وتعاملوا من قبل مع المشاكل الصحية تقدر ب (30%) بواقع 60 مفردة.

المحور الأول/ تأثير الصحة النفسية على الفرد وأهمية الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي

• مدى وعي المشاركين عينة الدراسة بالصحة النفسية وأمراضها والمشاكل المرتبطة بها

جدول (3) مدى وعي المشاركين عينة الدراسة بالصحة النفسية وأمراضها والمشاكل المرتبطة بها

النسبة	التكرار	التصنيف
85	170	نعم
8	16	إلى حد ما
7	14	لا
100	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة وعي المشاركين عينة الدراسة بالصحة النفسية وأمراضها والمشاكل المرتبطة بها كانت نسبة متوسطة؛ حيث جاءت نسبة من كانت نسبة الوعي لديهم (إلى حد ما) في المرتبة الأولى بنسبة (57.5%)، في حين كانت نسبة (نعم) في المرتبة الثانية بنسبة (29.5%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت من جاوبوا ب (لا) بنسبة (13%).



- مدى اعتقاد المشارآين عآنة الدراسة لأهمآة لآزآدة الوعى حول الصآة النفسآة وأهمآتها فى المآمع السعودى

النسبة	التكرار	التصنيف
29.5	59	نعم
57.5	115	إلى حد ما
13.0	26	لا
100.0	200	الإجمالى

آءول (4) مدى اعتقاد المشارآين عآنة الدراسة لأهمآة لآزآدة الوعى حول الصآة النفسآة وأهمآتها فى المآمع السعودى

آتضح من الآءول السابق اتفآق عآنة الدراسة على أهمآة لآزآدة الوعى حول الصآة النفسآة وأهمآتها فى المآمع السعودى؛ آآآ آاءت نسبة من آآوبوا (نعم) فى المرآبة الأولى بنسبة آءرها (85%)، ثم فئة (إلى حد ما) بنسبة (8%)، بآنا آاءت نسبة من لا آرون أن لآس لها أهمآة (لا) بنسبة ضآآلة (7%).

- المآور الثانى: ءور الإاعلام الرقى وأهمآته فى رفع الوعى بالصآة النفسآة فى المآمع السعودى

- مدى اسآءءام المشارآين عآنة الدراسة للإاعلام الرقى للآصول على المعلومآ الصآة النفسآة

آءول (5) مدى اسآءءام المشارآين عآنة الدراسة للإاعلام الرقى للآصول على المعلومآ الصآة النفسآة

النسبة %	التكرار	التصنيف
75.5	151	نعم
24.5	49	لا
100.0	200	الإجمالى

آتضح من الآءول السابق أن نسبة من آسآءءمون الإاعلام الرقى للآصول على المعلومآ حول الصآة النفسآة فى المرآبة الأولى بنسبة (75.5%)، بآنا آآنت نسبة من آالوا (لا) أى أنهم لم آسآءءموا الإاعلام الرقى فى الآصول على المعلومآ الصآة نسبة آءءر ب (24.5%).

- مدى اعتقاد المشارآين عآنة الدراسة للءور الذى آلعبه فى الإاعلام فى الآوعآة بأهمآة الصآة النفسآة وآءءآم الءعم للآزآم للآفرآء والمآمع



جدول (6) مدى اعتقاد المشاركين عينة الدراسة للدور الذي يلعبه في الإعلام في التوعية بأهمية الصحة النفسية وتقديم الدعم اللازم للأفراد والمجتمع

النسبة %	التكرار	التصنيف
93.5	187	نعم
5.0	10	لا
1.5	3	لا أدري
100.0	200	الإجمالي

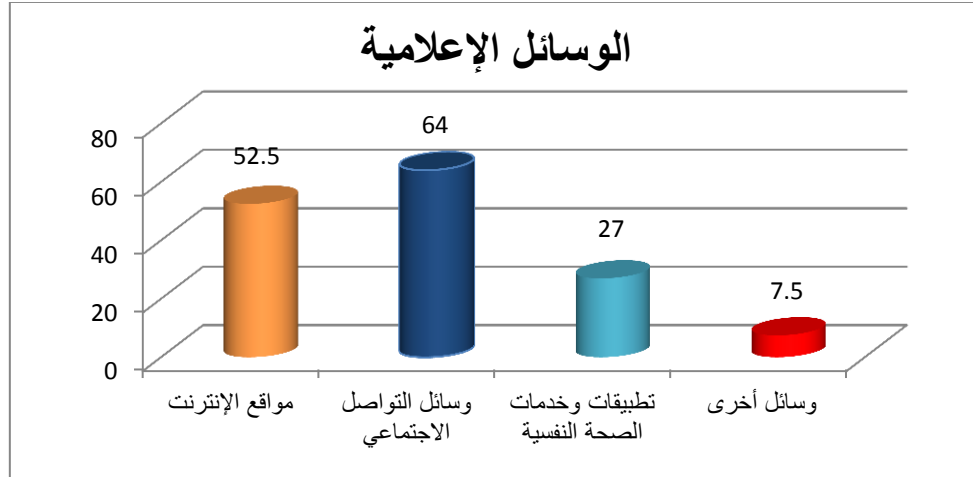
يتضح من الجدول السابق أن المشاركين عينة الدراسة يرون أن الإعلام الرقمي يلعب دور هام في التوعية بأهمية الصحة النفسية وتقديم الدعم اللازم للأفراد والمجتمع؛ حيث جاءت نسبة (نعم) بنسبة مئوية تقدر ب (93.5%)، بينما نسبة (لا) جاءت بنسبة (5%)، أما نسبة من ليس لهم رأي (لا أدري) جاءت بنسبة ضئيلة (1.5%).

• الوسائل الإعلامية الرقمية التي يستخدمها المشاركون عينة الدراسة بشكل رئيسي للحصول على معلومات صحية نفسية

جدول (7) مدى اعتقاد المشاركين عينة الدراسة للدور الذي يلعبه في الإعلام في التوعية بأهمية الصحة النفسية وتقديم الدعم اللازم للأفراد والمجتمع

الترتيب	النسبة %	التكرار	التصنيف
2	52.5	105	مواقع الانترنت
1	64	128	وسائل التواصل الاجتماعي
3	27	54	تطبيقات وخدمات الصحة النفسية
	7.5	15	وسائل أخرى

ن=200



شكل (1) الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها المشاركون في الحصول على المعلومات والأخبار

يتضح من الجدول السابق والرسم البياني أن المشاركين عينة الدراسة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في المقام الأول للحصول على المعلومات حول الصحة النفسية وذلك بنسبة قدرها (64%)، بينما جاءت مواقع الإنترنت بشكل عام في المرتبة الثانية بنسبة (52.5%)، ثم تطبيقات خدمات الصحة النفسية في المرتبة الثالثة بنسبة قدرها (27%)، بينما جاءت وسائل أخرى في المرتبة الأخيرة بنسبة (7.5%) وتمثلت تلك الوسائل في التلفزيون والبرامج التلفزيونية.

• مدى استفادة المشاركين عينة الدراسة من المحتوى المقدم عن الصحة النفسية في الإعلام الرقمي.

جدول (8) مدى استفادة المشاركين عينة الدراسة من المحتوى المقدم عن الصحة النفسية في الإعلام الرقمي.

النسبة %	التكرار	التصنيف
38.5	77	نعم
51.5	103	لا
10.0	20	لا أدري
100.0	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن ما يوازي المنتصف من المشاركين عينة الدراسة لم يستفادوا من المحتوى المقدم عن الصحة النفسية في الإعلام الرقمي وكانت إجاباتهم لا بنسبة قدرها (51.5%)



- مدى اعتقاد المبحوثين عينة الدراسة حول مدى مساهمة الإعلانات والحملات الترويجية المتعلقة بالصحة النفسية المقدمة بالإعلان الرقمي في تثقيف الناس وزيادة الوعي بينهما
- جدول (9) مدى اعتقاد المبحوثين عينة الدراسة حول مدى مساهمة الإعلانات والحملات الترويجية المتعلقة بالصحة النفسية المقدمة بالإعلان الرقمي في تثقيف الناس وزيادة الوعي بينهم

التصنيف	التكرار	النسبة %
نعم	189	94.5
لا	11	5.5
الإجمالي	200	100.0

يتضح من الجدول السابق أن المشاركين عينة الدراسة يرون أن الإعلانات والحملات الترويجية المتعلقة بالصحة النفسية المقدمة بالإعلان الرقمي تساهم بدرجة كبيرة في تثقيف الناس وزيادة الوعي لديهم حول الصحة النفسية؛ حيث جاءت نسبة من كانت إجاباتهم (نعم) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها (94.5%)، بينما كانت نسبة من جاءت إجاباتهم (لا) قدرها (5.5%).

- مدى علم المشاركين عينة الدراسة بإتاحة خدمات الصحة النفسية على الانترنت بالمملكة العربية السعودية

جدول (10) مدى علم المشاركين عينة الدراسة بإتاحة خدمات الصحة النفسية على الانترنت بالمملكة العربية السعودية

التصنيف	التكرار	النسبة %
نعم	85	42.5
لا	115	57.5
الإجمالي	200	100.0

يتضح من الجدول السابق أن الغالبية العظمى من المشاركين عينة الدراسة لم يكونوا يعلموا أن هناك خدمات للصحة النفسية على الانترنت خاصة بالمملكة العربية السعودية؛ حيث جاءت نسبة من جاءت إجاباتهم (لا) في المرتبة الأولى بنسبة قدرها (57.5%)، أما نسبة من جاءت إجاباتهم ب(نعم) في المرتبة الثانية بنسبة (42.5%).

- مدى تجربة المشاركين لتطبيقات خدمات الصحة النفسية في الماضي (سؤال إحالة)

جدول (11) مدى تجربة المشاركين لتطبيقات خدمات الصحة النفسية في الماضي

التصنيف	التكرار	النسبة %
نعم	22	11



89	178	لا
100.0	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة من جربوا بالفعل تطبيقات خدمات الصحة النفسية على الانترنت من المشاركين عينة الدراسة كانت (11%)، بينما جاءت النسبة الأكبر لمن لم يجرب أو يستخدم تطبيقات الخدمات الصحية النفسية عبر الانترنت بنسبة مئوية قدرها (89%).

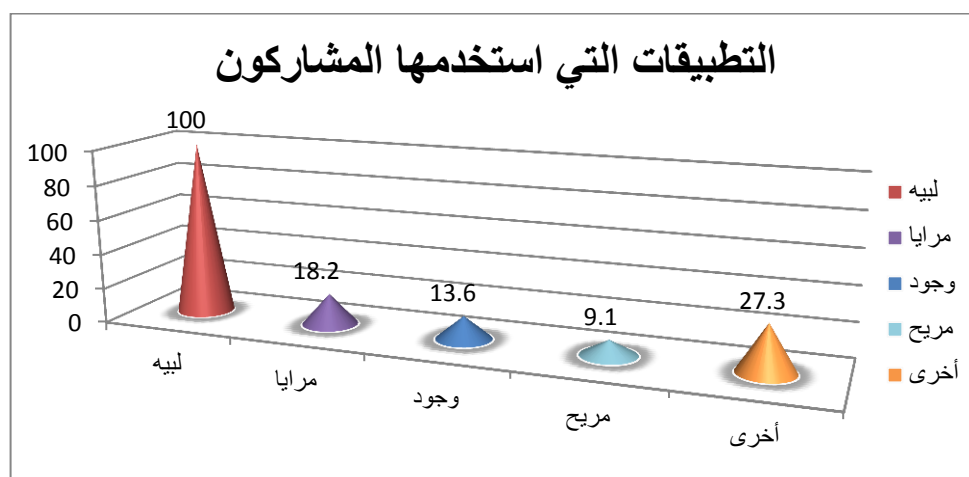
• المحور الثالث: دور الإعلام الرقمي وتأثير تطبيقات خدمات الصحة النفسية في رفع الوعي في المملكة العربية السعودية

• التطبيقات التي قام بتجربتها المشاركون (عينة الدراسة)

جدول (12) التطبيقات التي قام بتجربتها المشاركون (عينة الدراسة)

الترتيب	النسبة %	التكرار	التصنيف
1	100	22	لبيه
3	18.2	4	مرايا
4	13.6	3	وجود
5	9.1	2	مريح
2	27.3	6	أخرى

(22=ن)*



شكل (2) التطبيقات التي استخدمها المشاركون

يتضح من الجدول السابق والرسم البياني أن أكثر تطبيقات الصحة النفسية استخدامًا من قبل المشاركين هو تطبيق (لبيه) حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة استخدام (100%)، بينما جاءت مجموعة من التطبيقات الأخرى في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (27.3%)، ولم يذكر المشاركون أي معلومات عن هذه التطبيقات؛ في حين جاء



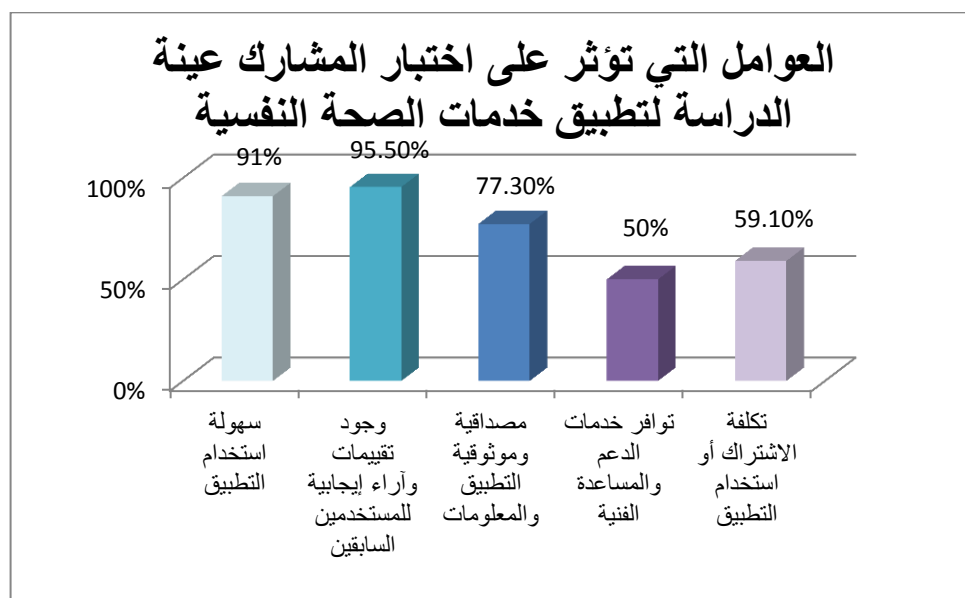
تطبيق (مرايا) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية قدرها (18.2%)، وفي المرتبة الرابعة جاء تطبيق (وجود) بنسبة قدرها (13.6%)، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاء تطبيق (مريح) بنسبة مئوية قدرها (9.1%).

العوامل التي تؤثر على اختبار المشاركون عينة الدراسة لتطبيق خدمات الصحة النفسية

جدول (13) العوامل التي تؤثر على اختبار المشاركون عينة الدراسة لتطبيق خدمات الصحة النفسية

الترتيب	النسبة %	التكرار	التصنيف
2	91	20	سهولة استخدام التطبيق
1	95.5	21	وجود تقييمات وآراء إيجابية للمستخدمين السابقين
3	77.3	17	مصداقية وموثوقية التطبيق والمعلومات
5	50	11	توافر خدمات الدعم والمساعدة الفنية
4	59.1	13	تكلفة الاشتراك أو استخدام التطبيق

(ن=22)



شكل (3) العوامل التي تؤثر على اختبار المشاركون عينة الدراسة لتطبيق خدمات الصحة النفسية

ينضح من الجدول السابق أن من أهم العوامل التي تؤثر على اختيار المشاركين عينة الدراسة لتطبيق خدمات الصحة النفسية، تمثل في "وجود تقييمات وآراء إيجابية للمستخدمين السابقين" بنسبة مئوية قدرها (95.5%)، في حين جاءت "سهولة استخدام التطبيق" في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (91%)، ثم "مصداقية وموثوقية التطبيق والمعلومات" في المرتبة الثالثة بنسبة (77.30%)، في حين جاء عامل "تكلفة الاشتراك أو استخدام



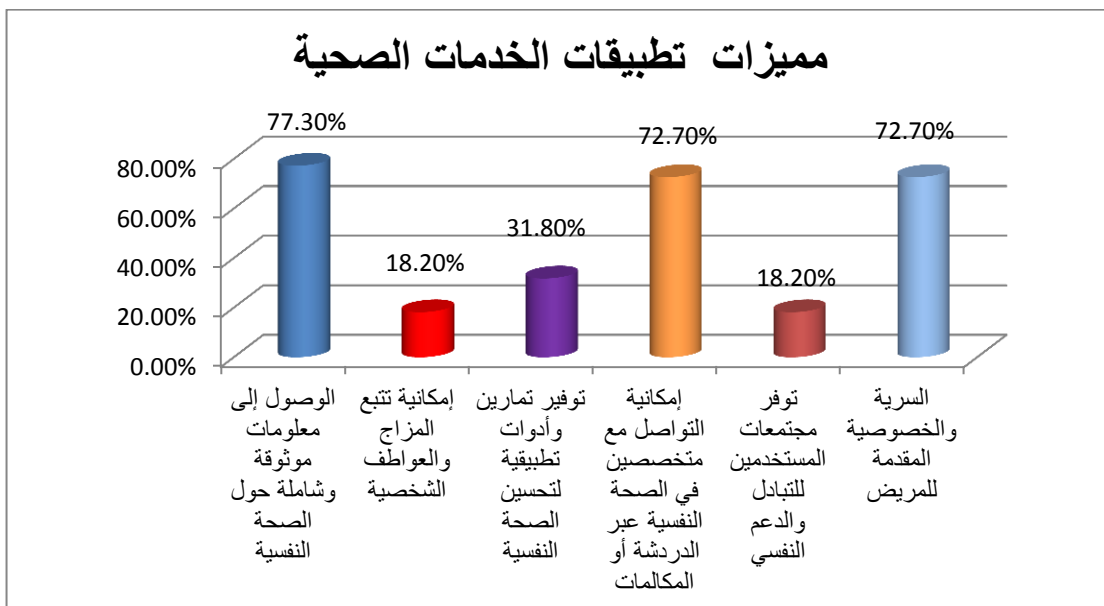
التطبيق" في المرتبة الرابعة بنسبة (59.10%)، بينما جاء عامل "توافر خدمات الدعم والمساعدة الفنية" في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة مئوية قدرها (50%).

• المميزات التي أعجبت المشاركين في التطبيقات التي اختارها

جدول (14) المميزات التي أعجبت المشاركين في التطبيقات التي اختارها

الترتيب	النسبة %	التكرار	التصنيف
1	77.3	17	الوصول إلى معلومات موثوقة وشاملة حول الصحة النفسية
4	18.2	4	إمكانية تتبع المزاج والعواطف الشخصية
3	31.8	7	توفير تمارين وأدوات تطبيقية لتحسين الصحة النفسية
2	72.7	16	إمكانية التواصل مع متخصصين في الصحة النفسية عبر الدردشة أو المكالمات
4	18.2	4	توفر مجتمعات المستخدمين للتبادل والدعم النفسي
2	72.7	16	السرية والخصوصية المقدمة للمريض

*ن= (22)



شكل (4) مميزات تطبيقات الصحة النفسية

يتضح من الجدول السابق والرسم البياني أن من أهم مميزات تطبيقات خدمات الصحة النفسية التي قاموا بتجربتها كانت "الوصول إلى المعلومات موثوقة وشاملة حول الصحة النفسية" في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها (77.30%)، في حين جاءت ميزتا "السرية والخصوصية المقدمة للمريض" و "إمكانية التواصل مع



متخصصين في الصحة النفسية عبر الدردشة أو المكالمات" في الترتيب الثاني بنسبة مئوية متساوية قدرها (72.70%)، ثم ميزة "توفير تمارين وأدوات تطبيقية لتحسين الصحة النفسية" في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية (31.80%)، في حين جاءت ميزتا "إمكانية تتبع المزاج والعواطف الشخصية" و"توفر مجتمعات المستخدمين للتبادل والدعم النفسي" في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة مئوية متساوية قدرها (18.20%).

• مدى استفادة المشاركين عينة الدراسة من استخدام تلك التطبيقات في تحسين صحته النفسية

جدول (15) مدى استفادة المشاركين عينة الدراسة من استخدام تلك التطبيقات في تحسين صحته النفسية

النسبة %	التكرار	التصنيف
72.7	16	نعم
27.3	6	لا
100.0	22	الإجمالي

*ن=22

يتضح من الجدول السابق أن المشاركين المستخدمين لتطبيقات خدمات الصحة النفسية استفادوا بدرجة كبيرة من هذه التطبيقات في تحسين صحتهم النفسية، حيث جاءت الإجابة ب (نعم) في المرتبة الأولى بنسبة قدرها (72.7%)، بينما كانت نسبة الذين لم يستفادوا من تلك التطبيقات وكانت إجاباتهم (لا) نسبة قدرها (27.3%).

• هل تنصح بتجربة تطبيقات خدمات الصحة النفسية للآخرين

جدول (16) هل تنصح بتجربة تطبيقات خدمات الصحة النفسية للآخرين.

النسبة %	التكرار	التصنيف
95.5	21	نعم
4.5	1	لا
100.0	22	الإجمالي

*ن=22

يتضح من الجدول السابق أن المشاركين المستخدمين لتطبيقات الصحة النفسية ينصحون باقي أفراد المجتمع بتجربة تطبيقات الخدمات الصحية النفسية بشكل كبير؛ حيث جاءت نسبة من قالوا (نعم) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها (95.5%)، ونسبة من كانت إجاباتهم (لا) تساوي (4.5%).



- المحور الرابع: تأثير الإعلام الرقمي في زيادة الوعي في المجتمع السعودي بالصحة النفسية
- مدى اعتقاد المبحوثين عينة الدراسة حول وجوب إتاحة الخدمات النفسية والعلاج النفسي من خلال الإعلام الرقمي بشكل مناسب وبأسعار معقولة للجميع

جدول (17) مدى اعتقاد المبحوثين عينة الدراسة حول وجوب إتاحة الخدمات النفسية والعلاج النفسي من خلال الإعلام الرقمي بشكل مناسب وبأسعار معقولة للجميع

التصنيف	التكرار	النسبة %
نعم	189	94.5
لا	11	5.5
الإجمالي	200	100.0

يتضح من الجدول السابق أن المشاركين عينة الدراسة يرون وجوب إتاحة الخدمات النفسية والعلاج النفسي من خلال الإعلام الرقمي بشكل مناسب وبأسعار معقولة للجميع في المرتبة الأولى (نعم) قدرها (94.5%)، ونسبة من أجابوا ب (لا) نسبة ضئيلة قدرها (5.5%).

- مدى ملاحظة المشاركين عينة الدراسة الزيادة في وعي المجتمع السعودي حول الصحة النفسية بعد انتشار وسائل الإعلام الرقمي

جدول (18) مدى ملاحظة المشاركين عينة الدراسة الزيادة في وعي المجتمع السعودي حول الصحة النفسية بعد انتشار وسائل الإعلام الرقمي

التصنيف	التكرار	النسبة %
نعم	95	47.5
إلى حد ما	80	40.0
لا	25	12.5
الإجمالي	200	100.0

يتضح من الجداول السابق أن نسبة من لاحظوا أن هناك زيادة في نسبة الوعي لدى المجتمع السعودي حول الصحة النفسية بعد انتشار الإعلام الرقمي ب (نعم) قدرها (47.5%)، ونسبة من لاحظوا أن (الزيادة إلى حد ما) كانت قدرها (40%)، ونسبة من لم يلاحظوا أي زيادة في الوعي لدى المجتمع السعودي حول الصحة النفسية بعد انتشار الإعلام الرقمي نسبة ضئيلة قدرها (12.5%).



• رأي المشاركين عين الدراسة حول تعامل المجتمع السعودي الآن بشكل أفضل مع قضايا الصحة النفسية مقارنة ببضع سنوات قبلها

جدول (19) رأي المشاركين عين الدراسة حول تعامل المجتمع السعودي الآن بشكل أفضل مع قضايا الصحة النفسية مقارنة ببضع سنوات قبلها

النسبة %	التكرار	التصنيف
35.5	71	نعم، هناك تحسن كبير
52.0	104	نعم، ولكن التحسن طفيف
9.0	18	لا، التعامل لم يتغير بشكل كافٍ
3.5	7	لا أدري
100.0	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة من يرون أن هناك تحسن ولكن طفيف في تعامل المجتمع السعودي الآن بشكل أفضل مع قضايا الصحة النفسية مقارنة ببضع سنوات قبلها في المرتبة الأولى بنسبة (52%)، بينما جاءوا فئة من يرون أن هناك تحسن كبير في المرتبة الثانية بنسبة (35%)، ونسبة من يرى أن التعامل لم يتغير بشكل كافٍ في المرتبة الثالثة بنسبة (9%)، وفي المرتبة الأخيرة نسبة من لا رأي لهم (لا أدري) بنسبة ضئيلة (3.5%).

ثانياً: اختبار صحة فروض الدراسة

- الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة بين اهتمام المجتمع السعودي بقضايا الصحة النفسية وزيادة الوعي لدى المجتمع السعودي حول الصحة النفسية بعد انتشار وسائل الإعلام الرقمي.

جدول (20) معامل الارتباط لقياس العلاقة بين اهتمام المجتمع السعودي بقضايا الصحة النفسية وزيادة الوعي لدى المجتمع السعودي حول الصحة النفسية بعد انتشار وسائل الإعلام الرقمي

زيادة الوعي لدى المجتمع السعودي				المتغيرات
الدلالة	العدد	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	اهتمام المجتمع السعودي بقضايا الصحة النفسية
دالة	200	0.000	.436**	

يتضح من بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين بين اهتمام المجتمع السعودي بعد انتشار وسائل الإعلام الرقمي بقضايا الصحة النفسية وزيادة الوعي لدى المجتمع السعودي حول الصحة النفسية؛ حيث بلغ معامل الارتباط (0.436**)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية إيجابية متوسطة، أي كلما زاد اهتمام المجتمع السعودي بقضايا الصحة النفسية زاد الوعي لديهم حول الصحة النفسية، والعكس بالعكس.



الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين تعزي للمتغيرات الديموغرافية (الجنس- العمر- المستوى التعليمي- المنطقة). وينبثق من هذا الفرض عدة فروض فرعية كما يلي:-

أولاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين تعزي للمتغير الجنس

جدول (21) نتائج اختبار T. Test لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين في درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين تعزي للمتغير الجنس.

المتغيرات	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين	ذكر	16	1.26	.440	1.112	198	0.267
	أنثى	35	1.17	.382			

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بدرجة استخدامهم للإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية؛ حيث بلغت قيمة (ت) (1.112)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.267)، أي أنه ليس هناك اختلافات بين المبحوثين عينة الدراسة وفقاً للجنس في درجة استخدامهم للإعلام الرقمي.

ثانياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين تعزي للمتغير العمر

جدول (22) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين محل الدراسة في درجة استخدامهم للإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لديهم تعزي لمتغير العمر

المتغير	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
درجة استخدام الإعلام الرقمي	أقل من 18 عاماً	9	1.44	.527	0.894	4 195	0.469
	بين 18 و 25 عاماً	80	1.20	.403			
	بين 26 و 35 عاماً	71	1.28	.453			
	بين 36 و 45 عاماً	29	1.21	.412			
	أكثر من 45 عاماً	11	1.27	.467			



يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار "ف" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بدرجة استخدامهم للإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية وبتغير العمر؛ حيث بلغت قيمة (ف) (0.894)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.469)، أي أنه ليس هناك اختلافات بين المبحوثين عينة الدراسة على اختلاف مستوياتهم العمرية في درجة استخدامهم للإعلام الرقمي.

ثالثاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين تعزى للمتغير المستوى التعليمي.

جدول (23) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين محل الدراسة في درجة استخدامهم للإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لديهم تعزى لمتغير المستوى التعليمي

المتغير	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
درجة استخدام الإعلام الرقمي	ثانوية أو أقل	40	1.40	.496	3.098	4 195	0.028
	بكالوريوس	116	1.21	.407			
	دبلوم	35	1.26	.443			
	دراسات عليا	9	1.00	.000			

تُشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار "ف" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بدرجة استخدامهم للإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية وبتغير المستوى التعليمي؛ حيث بلغت قيمة (ف) (3.98)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.028)، أي أنه هناك اختلافات وفروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة على اختلاف مستوياتهم التعليمية في درجة استخدامهم للإعلام الرقمي، وذلك لصالح المستوى التعليمي ثانوية أو أقل.



رابعًا: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين تعزي للمتغير المنطقة السكنية

جدول (24) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين المبحوثين محل الدراسة في درجة استخدامهم للإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لديهم تعزي لمتغير المنطقة السكنية

المتغير	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
درجة استخدام الإعلام الرقمي	المنطقة الغربية	55	1.24	.429	0.592	4 195	0.669
	المنطقة الوسطى	97	1.26	.440			
	المنطقة الشرقية	17	1.35	.493			
	المنطقة الشمالية	17	1.18	.393			
	المنطقة الجنوبية	14	1.14	.363			

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- أظهر استخدام اختبار "ف" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بدرجة استخدامهم للإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية ومتغير المنطقة السكنية؛ حيث بلغت قيمة (ف) (0.592)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.669)، أي أنه ليس هناك اختلافات بين المبحوثين عينة الدراسة على اختلاف مناطق سكنهم في درجة استخدامهم للإعلام الرقمي.

ومن النتائج السابقة: يثبت صحة الفرض جزئيًا والقائل " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين تعزي للمتغيرات الديموغرافية"

الخاتمة ومناقشة النتائج:

بناء على النتائج السابقة اتضح أن أهمية الصحة النفسية للفرد، لم يكن لأغلب المشاركين أي تجارب أو مشاكل صحية سابقة، وبالرغم أن أغلبهم لم يرى بأن لديه الوعي الكافي عن الصحة النفسية ومشاكلها؛ بل أن الأغلبية مازال يرى بأن هناك حاجة ماسة لنشر الوعي بالصحة النفسية؛ مما قد يدل بأن النسبة المتمثلة بال ٨٥ ٪ تقريبًا قد يكون لديهم مشاكل صحية نفسية لم يكونوا يعلم عنها لنقص الوعي، ولكن تبين أن الإعلام الرقمي يلعب دورًا هامًا في زيادة الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي بنسبة كبيرة من المشاركين (٩٣ ٪) يعتقدون أن الإعلانات والحملات الترويجية على الإعلام الرقمي تساهم في زيادة الوعي، و (٩٤ ٪) يرون أنها قد تساهم، ربما هذا يعكس أهمية الإعلانات والحملات الترويجية في نشر المعلومات الصحية النفسية وتوعية الأفراد، ومع ذلك تبين أيضًا أن هناك حاجة لزيادة الوعي بالخدمات الصحية النفسية المتاحة عبر الإنترنت في المجتمع السعودي، وأن فقط (٤٢ ٪) من المشاركين كانوا على علم بهذه الخدمات، بينما (٥٨ ٪) لم يكونوا على علم بها، وهذا يُشير إلى أن هناك حاجة لمزيد من الترويج والتوعية بالخدمات النفسية المتاحة عبر الإنترنت لزيادة الوصول إليها واستخدامها.

وبالنسبة لتجربة استخدام تطبيقات خدمات الصحة النفسية، فإن النسبة المئوية من المشاركين الذين قاموا بتجربة استخدامها كانت منخفضة، في حين أن النسبة المئوية الأكبر لم تقم بتجربة أي تطبيقات؛ وهذا يُشير إلى أنه على الرغم من توفر هذه التطبيقات، إلا أن الأفراد لم يقوموا بتجربتها بشكل كبير قد يكون هناك حاجة لزيادة الوعي



بفوائد استخدام هذه التطبيقات وتشجيع الأفراد على تجربتها، كما يظهر من النتائج أن مواقع الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي هي الوسائل الرئيسية التي يستخدمها الأفراد في المجتمع السعودي؛ للحصول على معلومات الصحة النفسية بنسبة كبيرة من المشاركين ويستخدمون هذه الوسائل للحصول على المعلومات الصحية النفسية بشكل كبير؛ وهذا يشير إلى انتشار استخدام الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كوسائل رئيسية للوصول إلى المعلومات حول الصحة النفسية في المجتمع السعودي.

وبشكل عام، يمكن الاستنتاج من التحليل أن الإعلام الرقمي له تأثير إيجابي في زيادة الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي؛ ومع ذلك لا يزال هناك حاجة لزيادة الوعي بالخدمات النفسية المتاحة عبر الإنترنت وتشجيع استخدامها، فضلاً عن توفير هذه الخدمات بأسعار معقولة للجميع، قد يكون هناك تحسن ملحوظ في التعامل مع قضايا الصحة النفسية في المجتمع السعودي، ولكن هناك حاجة لدراسات أكثر تفصيلاً لتقييم هذا التحسن وتحديد المزيد من الاحتياجات والتحسينات المحتملة.

التوصيات والدراسات المقترحة

بناءً على النتائج السابقة، توصي الباحثة بمجموعة من التوصيات كما يلي:-

التوصيات

- ضرورة التوعية بأهمية الصحة النفسية من خلال زيادة الحملات لتوعية المجتمع.
- ضرورة توافر منصات رسمية وانتشارها بشكل أكبر و أفضل و بأسعار منطقية من الممكن أن يكون حلاً لهذه المشكلة حيث من المعلوم لديكم أن الطب النفسي يعتمد بشكل كبير على التعامل مع العميل بشكل مباشر و هذا من الصعب تحقيقه في الإعلام الرقمي بشكل دقيق.
- ضرورة أن يكون هناك طبيب نفسي لكل صاحب مؤسسة حكومية كانت أو قطاع خاص، للشعور بما يحتاجه الأيدي العاملة من موظفين أو ما هم دون ذلك.
- ضرورة إضافة مواد تعليمية في المدارس لتوضيح أهمية الصحة النفسية.
- إجراء تقييمات واختبارات مهنية للأخصائي النفسي.

- زيادة الرقابة على ما ينشر فيما يخص الصحة النفسية؛ لأن هناك العديد من الأشخاص غير مؤهلين وينشرون معلومات غير دقيقة تناول مواضيع الاضطرابات النفسية في الدراما و الأفلام زيادة الإعلانات والوعي النفسي من خلال استغلال اليوم العالمي للصحة النفسية.

- يجب تكثيف الخدمات الصحية النفسية في جميع المناطق خاصة النامية وتكثيف الوعي في الإعلام الرقمي وجميع التواصل الاجتماعي والسوشيال ميديا عن طريق المؤثرين والقنوات الرقمية؛ حتى يزيد الوعي الأسري والمجتمع السعودي خاصة بعد ازدياد ضغوطات الحياة والأمراض النفسية في المجتمع، وخاصة المراهقين.

الدراسات المقترحة

- دراسة قائمة على المنهج النوعي باستخدام أداة المقابلة المقننة مع مجموعة من القائمين بالاتصال في تطبيقات الصحة النفسية.
- دراسة تحليلية مقارنة ما بين المحتوى الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الصحة النفسية حول الصحة النفسية.
- دراسة شبه تجريبية لقياس أثر استخدام تطبيقات الصحة النفسية في تحسين الصحة النفسية لدى الأفراد.



المصادر والمراجع

1. سعد بن عبدالقادر القويبي (2022). الإعلام الرقمي. موقع الجزيرة.
2. Saad bin Abdul Qadir Al-Quwaini (2022). digital media. Location. Al Jazeera
3. عبد الله العمري، سارة الحميدي (2022). دور الإعلام الرقمي في نشر الوعي الصحي النفسي لدى الشباب السعودي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الأمير سطام بن عبد العزيز في 6 (2).
4. Abdullah Al-Omari, Sarah Al-Hamidi (2022). The role of digital media in spreading mental health awareness among Saudi youth. Journal of Humanities and Social Sciences at Prince Sattam bin Abdulaziz University, 6(2).
5. محمد العنزي ونورة العنزي. (2019). دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصحة النفسية للمرأة السعودية". مجلة العلوم الإنسانية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية 28 (2).
6. Muhammad Al-Anzi and Noura Al-Anzi. (2019). The role of digital media in enhancing the mental health of Saudi women." Journal of Human Sciences at Imam Muhammad bin Saud Islamic University 28(2).
7. محمد عبدالله العبيسات، ص، صلاح، زايد خليف اللصاصمة، & أمينة. (2022). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة الصحة النفسية لدى عينة من أفراد المجتمع الأردني في ضوء جائحة-Covid 19. مجلة كلية التربية. جامعة طنطا، (1)87، 259-300.
8. Muhammad Abdullah Al-Obaisat, p., Salah, Zayed Khalif Al-Lasasma, & Amna. (2022). The impact of using social media sites on the quality of mental health among a sample of members of Jordanian society in light of the Covid-19 pandemic. College of Education Journal. Tanta University, 87(1), 259-300.
9. المساوي، م. ط. ع، & محمد طلال عباس. (2020). اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم دراسة ميدانية بالتطبيق على الأزمنة الصحية لفيروس كورونا المستجد (كوفيد 19). (المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان 20(20)، 141-197.
10. Al-Musawa, M. i. A., & Muhammad Talal Abbas. (2020). The attitudes of the Saudi public towards the role of new media in spreading health awareness. They have a field study applied to the health crisis of the emerging coronavirus (Covid-19). Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research 2020(20), 141-197.
11. موقع منظمة الصحة العالمية، (2022). متاح على: [https://www.who. int/ar](https://www.who.int/ar)
12. The World Health Organization website, (2022). Available on: [https:// www. who. who. int/en](https://www.who.who. int/en)
13. نايف بن عبدالعزيز بن محمد آل سعود (2014). تأثير وسائل الإعلام ودورها في زيادة الوعي الصحي. مجلة كلية الآداب. 26(3)، 305-257.
14. Nayef bin Abdulaziz bin Muhammad Al Saud (2014). The influence of the media and its role in increasing health awareness. College of Arts Magazine. 26(3), 257-305
15. Apollon Hanif I Know Blog (2023). (2023).
16. Nayar, S., & Watson, W. T. (2016, January). Digital media and society implications in a hyperconnected era. In *World Economic Forum* (pp. 1-64).
17. O'Reilly, M., Dogra, N., Hughes, J., Reilly, P., George, R., & Whiteman, N. (2019). Potential of social media in promoting mental health in adolescents. *Health promotion international*, 34(5), 981-991.
18. Sasseville, M., LeBlanc, A., Boucher, M., Dugas, M., Mbemba, G., Tchuente, J.,... & Gagnon, M. P. (2021). Digital health interventions for the management of mental health in people with chronic diseases: a rapid review. *BMJ open*, 11(4), e044437.



12. Torous, J., Myrick, K. J., Rauseo-Ricupero, N., & Firth, J. (2020). Digital mental health and COVID-19: using technology today to accelerate the curve on access and quality tomorrow. *JMIR mental health*, 7(3), e18848.
13. van Orden, Kraaijeveld et. al. (2022). Preliminary effects of a digital mental health intervention for depression and anxiety. *Clinical eHealth*, 5, 44-51
14. Van Orden, M. L., Kraaijeveld, J. C., Spijker, A. T., Silven, A. V., Bonten, T. N., Chavannes, N. H., & van Dijke, A. (2022). Evaluating the first results of a need-driven digital mental health intervention for depression and anxiety; an exploratory study. *Clinical eHealth*, 5, 44-51.