

## دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية من وجهة نظر الجمهور الأردني والعاملين في القطاع الدوائي

الصيدلاني عبادة سعد - جامعة الشرق الأوسط  
د. عمر الرشدان - جامعة الشرق الأوسط  
د. حنان الشيخ - جامعة الشرق الأوسط

## The role of radio and television programmes in providing drug information from the perspectives of the Jordanian public and pharmaceutical sector employees

Pharmacist Obadah Sa'ad – Middle East University  
Dr. Omar Al Rashdan – Middle East University  
Dr. Hanan Al Shiekh - Middle East University

## دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية من وجهة نظر الجمهور الأردني والعاملين

### في القطاع الدوائي

الصيدلاني عبادة سعد – جامعة الشرق الأوسط

د. عمر الرشدان – جامعة الشرق الأوسط

د. حنان الشيخ – جامعة الشرق الأوسط

### الملخص

هدفت الدراسة الحالية التعرف إلى دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطوير استبانتين خاصتين للدراسة. تكونت عينة الدراسة من (287) موظفًا من موظفي القطاع الدوائي (صيادلة، أطباء)، ومن (389) فردًا من الجمهور الأردني من مراجعي مستشفى حمزة والبشير في عمان، الأردن. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر الجمهور قد جاءت بدرجة متوسطة، وأن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي قد جاءت بدرجة متوسطة. كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية تعزى لكل من متغير الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، وعدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية تعزى لمتغير الجنس، والمؤهل العلمي، في حين تبين وجود فروق تبعاً لمتغير العمر لصالح فئة (42-49 سنة). وأظهرت النتائج أن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في دحض المعلومات المضللة للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي قد جاءت بدرجة متوسطة، في حين أن الدور الفاعل الذي يجب أن تتبعه البرامج الإذاعية والتلفزيونية مستقبلاً لتقديم المعلومة الدوائية من وجهة نظر العاملين في القطاع الدوائي قد جاءت بدرجة مرتفعة. وأخيراً أوصت الدراسة بضرورة تخصيص التلفزيون الأردني، والإذاعات الأردنية للبرامج التي تقدم المعلومات الدوائية للجمهور الأردني.

**الكلمات المفتاحية:** وسائل الإعلام، المعلومات الدوائية، البرامج الإذاعية، البرامج التلفزيونية.

## **The role of radio and television programmes in providing drug information from the perspectives of the Jordanian public and pharmaceutical sector employees**

**Pharmacist Obadah Sa'ad – Middle East University**

**Dr. Omar Al Rashdan – Middle East University**

**Dr. Hanan Al Shiekh - Middle East University**

### **Abstract**

This study aimed to identify the role of radio and television programmes in providing drug information to the Jordanian society. The study adopted the descriptive analytical approach, and two special questionnaires were developed for the study. The study sample consisted of (287) employees from the pharmaceutical sector (pharmacists, doctors), and (389) members of the Jordanian public who visited Hamzah and Al-Bashir Hospitals in Amman, Jordan. The results of the study concluded that the role of radio and television programmes in providing drug information to the Jordanian society from the viewpoint of the public came to a medium degree, and that the role of radio and television programs in providing drug information to the Jordanian society from the point of view of sector employees medication was average. The results also indicated that there was no statistically significant difference between the average responses due to each of the variables of gender, age, and educational qualification. In addition, there was no statistically significant difference between the average of responses. On the other hand, it was found that there were significant differences according to the age group variable in favor of the category (42-49 years). The results further showed that the role of radio and television programs in refuting misleading information to the Jordanian society through radio and television programmes from the point of view of the pharmaceutical sector employees came to a moderate degree. Nevertheless, the role that radio and television programmes should follow in the future to

provide drug information was seen as highly essential from the viewpoint of workers in the pharmaceutical sector. Finally, the study recommended the need for allocating specialized Jordanian television and radio programmes that provide drug information to the Jordanian public.

**Key words:** Mass Media, Drug Information, Radio Programs, Television Programs.

## المقدمة:

تدرك معظم دول العالم أهمية تثقيف شعوبها من الناحية الصحية والطبية والدوائية، إذ اهتمت بشكل كبير بإعداد البرامج التوعوية في هذا المجال، ونشرها بواسطة الوسائل المختلفة للتخلص من الجهل بالقضايا الصحية بين الجمهور وزيادة وعيه بها، بما يضمن لهم السلامة الجسدية والعقلية والاجتماعية والنفسية، وتشكل التوعية الدوائية واحدة من أهم أنواع التوعية الصحية التي تحسّن حياة الإنسان وتقلل من المخاطر المترتبة على استهلاكها بشكل خاطئ والتي قد تؤدي في بعض الأحيان إلى الوفاة. ومما لا شك فيه أن نشر المعلومات الدوائية يزيد من وعي الأفراد بالشكل الذي يسهم في الحفاظ على سلامتهم، وقد أكد مركز المعلومات الدوائية التابع لوزارة الصحة الأردنية حرصه على نشر الإرشادات والمعلومات الهامة فيما يتعلق باستخدام الأدوية عبر البرامج الإذاعية والتلفزيونية المختلفة، للتنبيه إلى مخاطر تناول الأدوية دون استشارة الطبيب المعالج، أو الصيدلي، والآثار السلبية المترتبة على تناول جرعات زائدة أو أدوية غير مناسبة (أبو عقيل، 2020).

مع الانتشار الواسع لجائحة كوفيد-19 التي ألقّت بظلالها على العالم أجمع، ومع فرض القيود وحظر التجول في مناطق مختلفة من العالم، زاد اهتمام الجمهور بتلقي المعلومات الدوائية التي يحتاجونها عبر متابعة البرامج الإذاعية والتلفزيونية والبرامج التلفزيونية المختلفة، أصبح الإعلام الدوائي أحد أهم المتطلبات التي يحتاجها المشاهدون في العصر الحالي، إذ يحتاج الجمهور الى الاستفادة من المعلومات الدوائية اللازمة من مصادر موثوقة مثل البرامج الإذاعية والتلفزيونية المرئية التي يشارك بها عدد من الخبراء والمختصين في مجال الأدوية وبعيدا عن مواقع الإنترنت المضللة (جلطي، 2021).

وتعد البرامج الإذاعية والتلفزيونية من الأدوات الهامة للتثقيف والتوجيه والتأثير في المجتمعات بمختلف القضايا، وعلى وجه الخصوص القضايا الصحية المرتبطة بالمعلومات الدوائية وتحديدًا في ظل الترويج الدوائي بأشكاله كافة، والاعتقادات الخاطئة بكل ما يخص استخدام الأدوية، وغياب الرقابة الدوائية، وبيع الكثير من الأدوية دون وصفة طبية، بالإضافة إلى الأدوية المشكوك بفعاليتها، الأمر الذي أبرز الدور الحقيقي للبرامج الإذاعية والتلفزيونية المرئية والمسموعة التي تعد الأكثر تأثيراً وجذباً وثقةً للجمهور، لتوعيتهم بالمعلومات الدوائية الصحيحة من خلال الحملات الإعلامية سواءً بواسطة البرامج التلفزيونية أو الإذاعية المتخصصة

والمؤسسات الموثوقة للوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من المجتمع، وتثقيف أفرادها بالمعلومات التي تضمن صحتهم وسلامتهم (طه وعبد القادر، 2021).

### مشكلة الدراسة:

عانى المواطنون والجمهور العام من تحديات وعقبات عديدة خلال فترة تفشيّ جائحة كورونا في العالم أجمع، بسبب إغلاق المؤسسات والشركات والصيدليات وغيرها، فقد واجه الجمهور خلال هذه الفترة نقصاً في التثقيف الدوائي، وقلة المصادر التي يمكن الحصول عليها بما يتعلق بالأدوية ومكوناتها وآثارها الجانبية، فالعديد من المصادر الموجودة على الإنترنت مصادر غير موثوقة، ولا تعتمد على أسس علمية في عرضها وتوفيرها للمعلومات الدوائية.

وقد أوصى العديد من الدراسات السابقة، مثل دراسة ( Burzyńska, Binkowska-Bur & Januszewicz, 2015) ودراسة عبد الحافظ (2016)، بأهمية الإعلام والبرامج التلفزيونية في توفير المعلومات الصحية والدوائية للمواطنين. ولما كان الهدف الرئيس الذي يسعى إليه مقدم الصحة نجاح الخطة العلاجية، وتحقيق أفضل النتائج الصحية، كان لا بد من توفير برامج إذاعية وتلفزيونية تثقيفية وتوعوية توفر معلومات دقيقة عن الأدوية، من مصادر موثوقة دون الترويج لهذه الأدوية، بحيث تبيّن أنواع الأدوية وتركيباتها وكيفية استخدامها وتفاذي آثارها الجانبية.

ومن خلال عمل الباحث الأول كصيدلي ترويج طبي، واطلاعه على آراء متباينة للعديد من أفراد المجتمع، بالإضافة إلى اطلاعه على الدراسات التي أعدت في هذا المجال، تحدّدت مشكلة الدراسة في الكشف عن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

### أهداف الدراسة:

بناءً على ما سبق، يكون الهدف الرئيس لهذه الدراسة هو التعرف إلى دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر كل من الجمهور والعاملين في القطاع الدوائي. وعليه انبثقت الأهداف الفرعية الآتية:

1. التعرف إلى دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر الجمهور.
2. التعرف إلى دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي.
3. التعرف إلى مستوى ما تبثه البرامج الإذاعية والتلفزيونية لحدس ما ينشر من معلومات دوائية مضللة على الإنترنت من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي.
4. التعرف إلى الدور الفاعل الذي يجب أن تتبعه البرامج الإذاعية والتلفزيونية مستقبلا لتقديم المعلومة الدوائية من وجهة نظر العاملين في القطاع الدوائي.

### أسئلة الدراسة:

- بناء على ما تقدم من الأهداف، يكون السؤال الرئيس في هذه الدراسة هو: ما دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر كل من الجمهور والعاملين في القطاع الدوائي؟
- وانبثقت الأسئلة الفرعية الآتية منه:
1. ما دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر الجمهور؟
  2. ما دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي؟
  3. هل ما تبثه البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية يحدس ما ينشر من معلومات دوائية مضللة على الإنترنت من وجهة نظر العاملين في القطاع الدوائي؟
  4. كيف ترى الدور الفاعل الذي يجب أن تتبعه البرامج الإذاعية والتلفزيونية مستقبلا لتقديم المعلومة الدوائية من وجهة نظر العاملين في القطاع الدوائي؟

## أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة بجانبها النظري والعملي على النحو الآتي:

### أولاً: الأهمية النظرية

إثراء الأدب النظري فيما يخص البرامج الإذاعية والتلفزيونية بأنواعها سواء الوسائل المسموعة أو المرئية، ودورها في نشر المعلومات الدوائية، مما قد يشكل نقطة انطلاق للباحثين لإجراء المزيد من الأبحاث والدراسات المشابهة، كما تكمن أهمية هذه الدراسة بأنها تعد من الدراسات الجديدة التي تناولت موضوع البرامج الإذاعية والتلفزيونية ودورها في نشر المعلومات الدوائية للجمهور، وفتح الباب على إعلام متخصص جديد وهو الإعلام الدوائي والذي لم يدرس بشكل كافٍ فيما سبق.

### ثانياً: الأهمية التطبيقية

1. من المؤمل أن تفيد هذه الدراسة القنوات التلفزيونية والإذاعية بزيادة الاهتمام بتقديم البرامج التي تمد الجمهور الأردني بالمعلومات الدوائية، وتخصيص قنوات معينة لذلك.
2. قد تسهم هذه الدراسة في لفت انتباه المؤسسات الدوائية والطبية والأفراد القائمين عليها للتعاون مع البرامج الإذاعية والتلفزيونية المختلفة لتقديم المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال القنوات التلفزيونية والبرامج الإذاعية، لتوعيتهم بكل ما هو جديد في عالم الصناعات الدوائية بعيداً عن الترويج الذي تقوم به الكثير من شركات صناعة الأدوية.
3. قد تفيد هذه الدراسة أفراد المجتمع الأردني بمختلف شرائحه في ظل تزايد المعلومات المغلوطة وقلة الوعي بالمعلومات الدوائية وتناول الأدوية دون استشارة الأطباء.

## حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة فيما يأتي:

- **الحدود البشرية:** عينة من الجمهور الأردني من مراجعي مستشفى حمزة والبشير، وموظفي القطاع الدوائي (ممرضين، وصيادلة، وأطباء).
- **الحدود الزمانية:** ما بين فبراير ويونيو 2022.



- **الحدود الموضوعية:** دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

### الإطار النظري والدراسات السابقة

#### نظرية الاستخدامات والإشباعات

استخدمت الدراسة الحالية نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث تميز هذه النظرية الإشباعات المرغوب فيها، وتلك المحققة فعليًا في الإعلام الدوائي المدروس، وقد يحدث أن تكون نسبة الإشباعات المحققة، أثناء تعرض الجمهور لمواد الإعلام الدوائي وبرامجه، أعلى من نسبة الإشباعات المرغوبة أو تكون أدنى منها، فيترتب على هذه الأخيرة العزوف عن الوسيلة الإعلامية التي تقدم هذا النوع من الإعلام المتخصص، لكن البحوث الأمريكية لم تصل إلى شحذ أدوات مناسبة ودقيقة لقياس هذه النسب وتطبيقها على ديناميكية نشاط الوسيلة الإعلامية، ولا إلى تفسير سبب اختلاف نسب الإشباعات المحققة، ربما لا يتعلق الأمر بعجز أداة القياس بقدر ما يرتبط بالإشكالية التي تطرحها هذه النظرية، والتي تحصرها في نفسية الفرد ومزاجه المتقلب، وليس في بعده الاجتماعي الذي يتسم بنوع من الاستقرار الذي تتطلبه أداة القياس (Hossain, Kim & Jahan, 2019). وعليه، فإن نظرية الاستخدامات والإشباعات تنظر إلى المستخدمين من الجماهير على أنهم وكلاء نشطون يتحكمون في مدى قدرتهم على اختيار المحتوى الإعلامي الذي يحتاجون له (Liu, Min & Han, 2020). تشمل نظرية الاستخدامات والإشباعات خمسة افتراضات أساسية كما أوضح كاتز وبلومر وجورفيتش في كتاب أبحاث الاتصال الجماهيري، إذ ينص الافتراض الأول على أن: "الجمهور يُنظر إليه على أنه نشط حيث تركز هذه الفكرة على افتراض أن المشاهدين يحاولون تحقيق أهدافهم من خلال المصدر الإعلامي وهذا يعكس بشكل مباشر احتياجات الجمهور المراد إشباعها من مشاهدة المصدر الإعلامي"، أما الافتراض الأساس الثاني فينص على أنه: "في عملية الاتصال الجماهيري، فإن الكثير من المبادرات في ربط الحاجة إلى الإشباع واختيار وسائل الإعلام تقع على عاتق الجمهور لتلبية الرغبات والحاجات وتحقيق الأهداف الشخصية للجماهير ومتابعي وسائل الاعلام" (Liu, Min & Han, 2020).

الافتراض الأساس الثالث الذي ترتكز عليه نظرية الاستخدامات والإشباعات هو أن "وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع الحاجات"، ويركز هذا على فكرة أن لكل فرد عدة احتياجات خاصة به، واستجابةً لذلك،

فقد أنشأت مجموعة واسعة من الخيارات الإعلامية المتنوعة لتلبية هذه الاحتياجات والرغبات الجماهيرية المتنوعة، والافتراض الأساس الرابع الذي تركز عليه النظرية هو أن "العديد من أهداف استخدام الوسائط يمكن اشتقاقها من البيانات المقدمة من قبل أفراد الجمهور أنفسهم"، ونعني بذلك الدوافع والاختيارات المختلفة، والقدرة على الحصول عليها، من الوسائل الإعلامية المتنوعة (Ray and others, 2019).

الافتراض الأساس الأخير المأخوذ من كتاب أبحاث الاتصال الجماهيري، والذي يعد أحد أهم الافتراضات التي تبنى عليه نظرية الاستخدامات والإشباع هو أنه "يجب تعليق الأحكام القيمة حول الأهمية الثقافية للاتصال الجماهيري أثناء استكشاف عمليات الجمهور وفقاً لشروطهم الخاصة"، حيث يعتقد الباحثون والمختصون أن الجمهور يمكنه فقط تحديد قيمة المحتوى الإعلامي الذي يحتاجون إليه، وتبنى هذه النظرية على أن أفراد الجمهور هم من يتخذون القرار لمشاهدة وسائل الإعلام؛ لذلك، يضعون القيمة عليه بقرارهم الفردي لمشاهدته (Hossain and others 2019). الإعلام الدوائي

تتوافر الأدوية بأشكال عديدة ومختلفة، ولها وظائف متنوعة، وفي متناول الجميع، لذا من الضروري أن يكون هناك فهم واضح لمسؤولية المستهلك أو المريض تجاه هذه الأدوية وأن يكون على دراية بأنواعها واستطباباتها وطرق أخذ الجرعات، ومع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام المتنوعة فقد أصبح من السهل نشر الوعي في مجال الصحة، واستخدام مفهوم الإعلام الدوائي بشكل واسع ومتاح في كل مكان (Saud, Mashud & Ida, 2020).

يعرف الإعلام الدوائي بأنه وسيلة تثقيفية تشمل البرامج التلفزيونية والإذاعية التي تعتبر الأكثر شيوعاً في نشر المعلومات الصحية، وتوظيف هذه البرامج في توعية الجمهور بقضايا الصحة والأدوية، باعتبارها مصدراً قيماً ومفيداً وعملياً لتقديم المعلومات الدوائية، إذ يقدم التلفاز والمذياع مستوى مهم من المعرفة الصحية لجميع فئات المجتمع أينما كانوا متواجدين (Burzyńska, Binkowska-Bury & Januszewicz, 2015).

كما يعرف الإعلام الدوائي أيضاً بأنه برنامج توعوي لزيادة المعرفة والوعي باستخدام الأدوية لدى الجمهور، نظراً لضعف المعرفة والثقافة المحدود فيما يتعلق ببعض جوانب استخدام الأدوية، وتقديم الدعم من قبل المختصين، وسلطات الرعاية الصحية في وضع استراتيجيات أفضل، بهدف تعزيز الاستخدام الرشيد للأدوية بشكل عام، وتوعية المريض بطريقة الحصول على المعلومات المتعلقة بالأدوية، مثل البقاء على تواصل مع الطبيب المختص، وطرح الاستفسارات والأسئلة حول الأدوية على مدار اليوم. ولكن لا يمكن تحقيق هذه

الاستراتيجية نظرا لضيق وقت الطبيب، وصعوبة إبقائه على تواصل مع جميع مرضاه لفترة طويلة، لذا يعد الإعلام الدوائي إحدى الوسائل الداعمة للطبيب والمريض (Atarodi, Dastani, Ghorbani & Atarodi, 2021).

### الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها

بالاطلاع على الدراسات السابقة يتضح أن هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية، وقد اختلفت مجتمعاتها وتعددت أدواتها، والمنهجية التي اتبعتها. تشابهت الدراسة الحالية مع العديد من الدراسات السابقة في اختيارها لموضوع دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية، فقد هدفت دراسة عبد الحافظ (2016) التحقيق في تأثير الاعتماد على البرامج الإذاعية والتلفزيونية التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري، في حين هدفت دراسة (Wang & Lai, 2021) تحليل دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية الإخبارية في تعزيز الصحة العامة عبر نقل المعلومات الصحية في التغطية الإخبارية والتطورات المتعلقة بالصحة، مع التركيز بشكل خاص على التغطية الإخبارية حول الأدوية المطورة والمختبرة حديثاً.

تشابهت الدراسة الحالية من حيث اختيار منهجية الدراسة مع كل من دراسة حسين وشعبان (2018) ودراسة (Alefishat, Abu Farha & Zawiah, 2021) اللتين استخدمتا المنهج الوصفي التحليلي، في حين اختلفت مع دراسة الشerman (2020) التي استخدمت المنهج الاستطلاعي أو الاستكشافي، ومع دراسة (Burzyńska, Binkowska-Bury & Januszewicz, 2015) التي استخدمت منهج تحليل المحتوى.

كما تشابهت الدراسة الحالية من حيث الأداة المستخدمة مع دراسة عبد الحافظ (2016) ودراسة (Kristina, Ekasari & Wati, 2019) اللتين تمثلت أداتهما بالاستبانة، في حين اختلفت مع دراسة (Ruhweza, 2018) التي اعتمدت على المقابلات والاستبانة معاً كأدوات للدراسة. كما اختلفت الدراسة الحالية باختيار العينة، حيث تمثلت عينتها من الجمهور الأردني، والموظفين العاملين في القطاع الدوائي من الصيادلة والأطباء، في حين تمثلت عينة دراسة (Ruhweza, 2018) من إدارة موظفي تلفزيون (NBS) وخاصة المقدمين والصحفيين ومحرري الأخبار، أما دراسة عابدي (2018) فتمثلت عينتها من النساء المستمعات لإذاعة تبسة الجزائرية. وأفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة بإثراء الأدب النظري، وتصميم أدوات الدراسة، وتحديد المنهجية المناسبة، بالإضافة إلى التعرف إلى الأساليب الإحصائية المستخدمة للوصول إلى النتائج.

وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بتناولها لموضوع دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وهو ما لم تتناوله أي من الدراسات السابقة، وهذا يعزز من أهمية الدراسة الحالية، كونها من الدراسات الجديدة- على حد علم الباحثين - التي تناولت هذا الموضوع.

## الطريقة والإجراءات:

### أولاً: منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، بوصفها وصفاً دقيقاً، وهو المنهج المناسب للتعرف إلى دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

### ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

تكون مجتمع الدراسة الحالية من العاملين في القطاع الدوائي في الأردن، وكذلك من المراجعين للعيادات الخارجية في مستشفى البشير ومستشفى الأمير حمزة الحكوميين بحكم طبيعة عمل الباحث الأول كصيدلي وسهولة الوصول إلى هذه المستشفيات بالنسبة له، بالإضافة إلى كونهما من أكبر مستشفيات العاصمة عمان حجماً وعملاً. أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها بطريقة كرة الثلج من ضمن العينات غير الاحتمالية، غير العشوائية، بناءً على معايير يضعها الباحث، والتي تم جمعها باستخدام الاستبانة الإلكترونية والتي جاءت كما يأتي:

أ- عينة العاملين في القطاع الدوائي والتي بلغت (287) مفردة. حيث بلغت نسبة الذكور من عينة الدراسة (46.0%)، في حين بلغت نسبة الإناث من عينة الدراسة (54.0%). أما فيما يتعلق بعمر عينة الدراسة فقد تراوحت نسبة من أعمارهم (أقل من 25 سنة) (12.1%)، وبلغت نسبة من أعمارهم (26-33 سنة) (27.5%)، وبلغت نسبة من أعمارهم (34-41 سنة) (17.5%) وبلغت نسبة من أعمارهم (42-49 سنة) (16.5%) وأخيراً بلغت نسبة من أعمارهم (أكثر من 49 سنة) (26.4%) من عينة الدراسة. أما فيما يتعلق بالمؤهل العلمي لعينة الدراسة فقد بلغت نسبة من مؤهلهم العلمي (أقل من ثانوية عامة) من عينة الدراسة (7.7%)، في حين بلغت نسبة من مؤهلهم العلمي (ثانوية عامة) من عينة الدراسة (18.8%)،

وبلغت نسبة من مؤهلهم العلمي (بكالوريوس) من عينة الدراسة (46.3%)، وبلغت نسبة من مؤهلهم العلمي (دراسات عليا) من عينة الدراسة (9.8%). وكما هو مبين في الجدول (7-1):

الجدول (7-1): توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب الجنس والعمر والمؤهل العلمي لدى الجمهور المراجعين

لمستشفى البشير ومستشفى الأمير حمزة الحكوميين

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	179	46.0
	أنثى	210	54.0
	المجموع	389	100.0
العمر	أقل من 25 سنة	47	12.1
	26-33 سنة	107	27.5
	34-41 سنة	68	17.5
	42-49 سنة	64	16.5
	أكثر من 49 سنة	103	26.4
	المجموع	389	100.0
	المؤهل العلمي	أقل من ثانوية عامة	30
ثانوية عامة		73	18.8
دبلوم		68	17.5
بكالوريوس		180	46.3
دراسات عليا		38	9.8
المجموع		389	100.0

ب- عينة الجمهور من المراجعين لمستشفى البشير ومستشفى الأمير حمزة الحكومي (389). حيث كانت نسبة الذكور من عينة الدراسة (63.1%)، في حين بلغت نسبة الإناث من عينة الدراسة (36.9%). أما فيما يتعلق بتخصص عينة الدراسة فقد تراوحت نسبة من تخصصهم الطب (30.7%) وبلغت نسبة من تخصصهم الصيدلة (69.3%) من عينة الدراسة. أما بالنسبة لسنوات الخبرة فقد تراوحت نسبة من خبرتهم (أقل من 5 سنوات) (40.1%) وبلغت نسبة من خبرتهم (5-أقل من 10 سنوات) (36.6%) وبلغت نسبة من خبرتهم (10-أقل من 15 سنة) (23.3%) من عينة الدراسة. وكما هو مبين في الجدول (7-2):

## الجدول (2-7): توزيع أفراد عينة الدراسة موظفي القطاع الدوائي بحسب الجنس والتخصص

## وسنوات الخبرة

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	181	63.1
	أنثى	106	36.9
	المجموع	287	100.0
التخصص	طبيب	88	30.7
	صيدلاني	199	69.3
	المجموع	287	100.0
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	115	40.1
	5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	105	36.6
	10 سنوات فأكثر	67	23.3
	المجموع	287	100.0

## رابعاً: أدوات جمع البيانات

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها استخدم الباحث أداة الاستبانة لجمع البيانات اللازمة للتعرف إلى دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية من وجهة نظر الجمهور وموظفي القطاع الدوائي الأردني، وفيما يأتي وصف لكل منهما:

## أ. استبانة الجمهور

تكون المقياس من (34) فقرة اشتملت على خمسة بدائل من الإجابات وبحسب مقياس ليكرت الخماسي (Likert scale)، وتكونت من محورين موزعة كما يأتي:

- **المحور الأول:** دور البرامج الإذاعية في توفير المعلومات الدوائية من وجهة نظر الجمهور، ويشتمل على (18) فقرة.
- **المحور الثاني:** دور البرامج التلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية من وجهة نظر الجمهور، ويشتمل على (16) فقرة.

## ب. استبانة موظفي القطاع الدوائي

- تكون المقياس من (25) فقرة اشتملت على خمسة بدائل من الإجابات وبحسب مقياس ليكرت الخماسي (Likert scale)، وتكونت من ثلاثة محاور موزعة كما يأتي:
- **المحور الأول:** دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للجمهور من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي (صيادلة وأطباء)، ويشتمل على (12) فقرة.
  - **المحور الثاني:** الدور الفاعل الذي يجب أن تتسم به البرامج الإذاعية والتلفزيونية مستقبلاً لتقديم المعلومة الدوائية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي (صيادلة وأطباء) بعد جائحة كورونا، ويشتمل على (7) فقرات.
  - **المحور الثالث:** دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية في دحض ما ينشر من معلومات دوائية على الإنترنت، ويشتمل على (6) فقرات.

## صدق الأداة:

للتحقق من صدق محتوى الاستبانة، قام الباحث بعرض المقياس بصورته الأولية على (10) خبراء من أعضاء هيئة التدريس المختصين في كليات الإعلام من الجامعات الأردنية، إذ طُلب منهم إبداء آرائهم في مدى سلامة فقرات المقياس، لقياس السمة المراد قياسها وصدق ترجمتها، وتعديل الفقرات، وحذف ما يرونه مناسباً، وقد تم الأخذ بآرائهم بتعديل الفقرات التي أجمع على تعديلها (80%) فأكثر من المحكمين. واستخدم معامل ارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمقياس الذي ينتمي إليه. أشارت قيم معاملات ارتباط بيرسون بين درجة الفقرة وكل مجال تنتمي إليه لاستبانة الجمهور إلى أن قيم معاملات ارتباط بيرسون كانت جميعها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) إذ كانت أكثر من (0.30).

## ثبات الأداة:

للتحقق من ثبات مقياس الاستبانة بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Test-Retest)، تم تطبيق المقياس على عينة من خارج عينة الدراسة، ثم أعيد تطبيقه على العينة نفسها بعد مرور أسبوعين من التدقيق الأول، وتم حساب معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين التطبيقين. وأظهرت معاملات الثبات بتميز الأداة بمعامل ثبات قادر على تحقيق أغراض الدراسة. إذ اتضح أن أدنى قيمة للثبات كانت (0.884)، في حين بلغت أدنى قيمة للتجزئة النصفية (0.770). وهو ما يشير إلى إمكانية ثبات النتائج التي ستسفر عنها تطبيق الاستبانة حيث تعد قيم معامل الثبات ( $\text{Alpha} > 0.60$ ) مناسبة من أجل تطبيق الاستبانة على عينة الدراسة. وبعد التأكد من صدق الأداة وثباتها أصبحت بصورتها النهائية. ويلاحظ أن جميع قيم معاملات الثبات كانت مرتفعة، وهذا يعزز من دقة الأداة ومناسبتها للتطبيق لتحقيق أغراض الدراسة.

## تصحيح أداة الدراسة:

استخدم تدرج ليكرت الخماسي في الإجابة عليه، فقد أعطيت الدرجات (5، 4، 3، 2، 1) على التوالي لكل فقرة من فقرات المقياس؛ لتتم معالجتها إحصائياً وعلى النحو الآتي: مرتفعة جداً (5) درجات، مرتفعة (4) درجات، بدرجة متوسطة (3) درجات، منخفضة (2) درجتان، منخفضة جداً (1) درجة واحدة، وللحكم على المستويات تم استخدام المعيار الإحصائي باستخدام المعادلة الآتية:

طول الفئة = الحد الأعلى - الحد الأدنى (التدرج في المقياس)

عدد المستويات (عدد الفئات المفترضة)

$$1.33 = \frac{4}{3} = \frac{5-1}{3}$$

فكانت المستويات على النحو الآتي:

**المستوى المنخفض:** وتمثله الفقرات التي يتراوح متوسطها (1-2.33).

**المستوى المتوسط:** وتمثله الفقرات التي يتراوح متوسطها (2.34-3.67).

**المستوى المرتفع:** وتمثله الفقرات التي يتراوح متوسطها (3.68-5).



### خامساً: متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر الجمهور وموظفي القطاع الدوائي، وتشتمل على ثلاثة مستويات، هي: (مرتفعة، متوسطة ومنخفضة).

المتغير التابع: المعلومات الدوائية المقدمة من البرامج الإذاعية والتلفزيونية للجمهور والعاملين في القطاع الدوائي.

كما اشتملت الدراسة الحالية على المتغيرات الوسيطة الآتية:

- الجنس وله فئتان: (ذكر، أنثى).
- التخصص له فئتان: (طب، صيدلة).
- سنوات الخبرة لها أربع فئات: (أقل من 5 سنوات، 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات، أكثر من 10 سنوات).

### سادساً: المعالجة الإحصائية:

للإجابة عن أسئلة الدراسة، تم استخدام الوسائل الإحصائية الآتية:

- حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- للإجابة عن السؤال الثاني والرابع تم استخدام اختبار (t-Test) للمقارنة الثنائية في اختبار أسئلة الدراسة للتأكد من الدلالة الإحصائية للنتائج التي تم التوصل إليها وإيجاد الفروق التي تعزى للمتغيرات الثنائية، واختبار (One Way Anova) لاختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية لمتغيرات الدراسة الديموغرافية، واختبار شيفيه (Scheffé's) لإيجاد الفروق البعدية في حال تواجدها في اختبار تحليل التباين الأحادي.

### نتائج الدراسة:

#### النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور

جدول (3-8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور مرتبة تنازلياً حسب

#### المتوسطات الحسابية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	دور البرامج الإذاعية
9	تقدم البرامج الإذاعية توعية بمخاطر تناول الأدوية دون وصفة طبية.	2.99	1.06	1	متوسطة
11	توفر البرامج الإذاعية المعلومات الدوائية الصحيحة.	2.98	1.07	2	متوسطة
1	تبث الإذاعات معلومات دوائية مفيدة للجمهور عبر برامجها.	2.94	0.98	3	متوسطة
3	تستضيف البرامج الإذاعية المختصين في القطاع الدوائي لتوفير المعلومات الدوائية.	2.92	0.87	4	متوسطة
6	تحرص البرامج الإذاعية على الاستعانة بالمؤسسات الدوائية عند تقديم المعلومات.	2.90	1	5	متوسطة
13	تقدم البرامج الإذاعية توعية بمخاطر تناول الجرعات الدوائية الزائدة عن الحاجة.	2.90	1.04	6	متوسطة
15	تقدم البرامج الإذاعية نصائح حول كيفية تناول الدواء.	2.85	1.06	7	متوسطة
16	تحرص البرامج الإذاعية على تصحيح المعتقدات الخاطئة فيما يخص استخدام الأدوية.	2.85	1	8	متوسطة
18	توعي البرامج الإذاعية بأهمية الاطلاع على النشرة الدوائية قبل استخدام الدواء.	2.81	1.02	9	متوسطة
10	توفر البرامج الإذاعية المعلومات الدوائية المفيدة.	2.78	0.95	10	متوسطة
17	تحذر البرامج الإذاعية من الأدوية غير المعتمدة من قبل مؤسسات دوائية موثوقة.	2.78	1.01	11	متوسطة

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	دور البرامج الإذاعية
4	تقدم البرامج الإذاعية أبرز المستجدات في القطاع الدوائي.	2.77	0.91	12	متوسطة
7	تحرص البرامج الإذاعية على توضيح الأعراض والتأثيرات الجانبية للأدوية المختلفة.	2.77	1.07	13	متوسطة
8	تستقبل البرامج الإذاعية الاستفسارات والأسئلة المرتبطة بالمجال الدوائي وتجيب عنها.	2.75	1.01	14	متوسطة
5	تهدف البرامج الإذاعية إلى التوعية بالمعلومات الدوائية بعيداً عن الترويج.	2.74	1.02	15	متوسطة
14	تقدم البرامج الإذاعية نصائح حول مقدار الجرعات الآمنة.	2.72	1.08	16	متوسطة
12	تهتم البرامج الإذاعية بشرح المصطلحات الدوائية المختلفة وتوضيحها.	2.61	1.01	17	متوسطة
2	هنالك قنوات إذاعية مخصصة لتقديم المعلومات الدوائية.	2.17	1.18	18	منخفضة
	دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور.	2.79	0.64		متوسطة

### النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

يظهر من الجدول (3-8) أن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور قد جاءت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (2.79) والانحراف المعياري (0.64)، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (2.17- 2.99)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (9) التي تنص على أنه: "تقدم البرامج الإذاعية توعية بمخاطر تناول الأدوية دون وصفة طبية." بمتوسط حسابي (2.99)، وانحراف معياري بلغ (1.06) وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (2) والتي تنص

على أن: " هنالك قنوات إذاعية مخصصة لتقديم المعلومات الدوائية. " بمتوسط حسابي (2.17)، وانحراف معياري بلغ (1.18)، وبدرجة منخفضة.

دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور

**الجدول (4-8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور مرتبة تنازلياً حسب**

#### المتوسطات الحسابية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	دور البرامج التلفزيونية
23	تحرص البرامج التلفزيونية على الاستعانة بالمؤسسات الدوائية الموثوقة عند تقديم المعلومات.	2.96	0.94	1	متوسطة
27	تحرص البرامج التلفزيونية على توفير المعلومات الدوائية الصحيحة.	2.95	1.02	2	متوسطة
26	تقوم البرامج التلفزيونية بالتوعية ضد مخاطر تناول الأدوية دون وصفة طبية.	2.94	1.02	3	متوسطة
21	تواكب البرامج التلفزيونية أبرز المستجدات في القطاع الدوائي.	2.93	0.96	4	متوسطة
28	تحرص البرامج التلفزيونية على توفير المعلومات الدوائية المفيدة.	2.9	0.97	5	متوسطة
33	تحذر البرامج التلفزيونية من الأدوية غير المعتمدة من قبل مؤسسات دوائية موثوقة.	2.87	0.96	6	متوسطة
34	توعي البرامج التلفزيونية بأهمية الاطلاع على النشرة الدوائية قبل استخدام الدواء.	2.87	1.01	7	متوسطة
31	تقدم البرامج التلفزيونية نصائح حول مقدار الجرعات الآمنة.	2.86	0.96	8	متوسطة
20	تستضيف البرامج التلفزيونية المختصين في القطاع الدوائي لتوفير المعلومات الدوائية.	2.85	0.94	9	متوسطة
24	تحرص البرامج التلفزيونية على توضيح الأعراض والتأثيرات الجانبية للأدوية المختلفة.	2.84	0.93	10	متوسطة
32	تحرص البرامج التلفزيونية على تصحيح المعتقدات الخاطئة فيما يخص استخدام الأدوية.	2.84	0.97	11	متوسطة
22	تهدف البرامج التلفزيونية إلى التوعية بالمعلومات الدوائية بعيداً عن الترويج.	2.82	0.91	12	متوسطة

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	دور البرامج التلفزيونية
30	تقدم البرامج التلفزيونية نصائح حول كيفية تناول الصحيح للدواء.	2.82	0.97	13	متوسطة
25	تستقبل البرامج التلفزيونية الاستفسارات والأسئلة المرتبطة بالمجال الدوائي وتجيب عنها.	2.8	0.98	14	متوسطة
29	تهتم البرامج التلفزيونية بشرح المصطلحات الدوائية المختلفة وتوضيحها.	2.75	1	15	متوسطة
19	تبث العديد من القنوات التلفزيونية برامج مختصة بالمعلومات الدوائية.	2.58	1.16	16	متوسطة
	دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور	2.85	0.66		متوسطة

### النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:

يظهر من الجدول (4-8) أن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور قد جاءت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (2.85) والانحراف المعياري (0.66)، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (2.58-2.96)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (23) التي تنص على أنه: "تحرص البرامج التلفزيونية على الاستعانة بالمؤسسات الدوائية الموثوقة عند تقديم المعلومات." بمتوسط حسابي (2.96)، وانحراف معياري بلغ (0.94) وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (19) والتي تنص على أنه: "تبث العديد من القنوات التلفزيونية برامج مختصة بالمعلومات الدوائية." بمتوسط حسابي (2.58)، وانحراف معياري بلغ (1.16)، وبدرجة متوسطة.

دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية

والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي

الجدول (5-8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير

المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع

الدوائي مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي
5	تهدف البرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى توعية الجمهور الأردني بالمعلومات الدوائية بعيداً عن الترويج.	3.22	0.93	1	متوسطة
6	تحرص البرامج الإذاعية والتلفزيونية على الاستعانة بالمؤسسات الدوائية الموثوقة عند تقديم المعلومات للجمهور الأردني.	3.21	0.93	2	متوسطة
4	المعلومات الدوائية المقدمة عبر البرامج الإذاعية أو التلفزيونية قائمة على تقارير ودراسات علمية محكمة وحديثة.	3.17	0.87	3	متوسطة
12	تشجع البرامج الإذاعية والتلفزيونية الجمهور الأردني الرجوع إلى مصادر موثوقة في الحصول على المعلومات الدوائية.	3.16	1.03	4	متوسطة
2	عادةً، تستضيف البرامج الإذاعية والتلفزيونية المختصين في القطاع الدوائي لتوفير المعلومات الدوائية للجمهور الأردني.	3.13	0.81	5	متوسطة
1	يتم بث العديد من البرامج عبر القنوات الإذاعية والتلفزيونية لتقديم المعلومات الدوائية للجمهور الأردني.	2.91	0.89	6	متوسطة
3	تؤدي البرامج الإذاعية والتلفزيونية دوراً فاعلاً ومهماً في توفير المعلومات الدوائية للجمهور الأردني.	2.88	0.98	7	متوسطة
11	تحرص البرامج الإذاعية والتلفزيونية على تصحيح المعتقدات الخاطئة لدى الجمهور الأردني فيما يخص استخدام الأدوية.	2.77	0.96	8	متوسطة
9	تهتم البرامج الإذاعية والتلفزيونية بالتوعية بأخطار استخدام المستحضرات غير المسجلة أو المعتمدة لدى المؤسسات المختصة.	2.66	1.04	9	متوسطة
8	تهتم البرامج الإذاعية والتلفزيونية باستقبال الاستفسارات المتعلقة بالمعلومات الدوائية والإجابة عنها.	2.64	0.98	10	متوسطة

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي
7	تحرص البرامج الإذاعية والتلفزيونية على تقديم معلومات دوائية متكاملة للجمهور الأردني (دواعي الاستعمال، الأعراض والتأثيرات الجانبية، موانع الاستخدام، مقدار الجرعات، مخاطر الجرعات الزائدة.....).	2.62	1.01	11	متوسطة
10	تهتم البرامج الإذاعية والتلفزيونية بشرح المصطلحات الدوائية المختلفة وتوضيحها للجمهور الأردني.	2.49	0.99	12	متوسطة
	دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي	2.90	0.63		متوسطة

#### النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:

يظهر من الجدول (5-8) أن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي قد جاءت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (2.90)، والانحراف المعياري (0.63)، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (2.49 - 3.22)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (5) التي تنص على أنه: "تهدف البرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى توعية الجمهور الأردني بالمعلومات الدوائية بعيداً عن الترويج." بمتوسط حسابي (3.22)، وانحراف معياري بلغ (0.93) وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (10) والتي تنص على أنه: "تهتم البرامج الإذاعية والتلفزيونية بشرح المصطلحات الدوائية المختلفة وتوضيحها للجمهور الأردني." بمتوسط حسابي (2.49)، وانحراف معياري بلغ (0.99)، وبدرجة متوسطة.

استجابات الجمهور لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية تبعاً لمتغيرات الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي

#### أولاً: تبعاً لمتغير الجنس

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية تبعاً لمتغير الجنس، وتم إجراء اختبار "ت" (-t)

(test) لتحديد دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية تبعاً لمتغير الجنس (الذكور-الاناث)، كما يظهر ذلك في الجدول (8-6).

الجدول (8-6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور، واختبار (t-test) تبعاً لمتغير الجنس.

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة T	الجنس				المجالات
			إناث (ن=210)		ذكور (ن=179)		
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.393	387	0.854	680.	76.2	590.	82.2	دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور

تشير النتائج في الجدول (8-6) إلى عدم وجود فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ) بين

متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية تعزى لمتغير الجنس؛ إذ كانت قيم مستوى الدلالة غير دالة إحصائياً.

ثانياً: تبعاً لمتغير العمر

الجدول (8-7): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات

الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور تبعاً لمتغير العمر

مستوى الدلالة	الإحصائي (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
.077	2.122	.854	4	3.416	بين المجموعات	دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور
		.403	384	154.565	داخل المجموعات	
			388	157.981	المجموع	



يشير الجدول (7-8) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور تبعاً لمتغير العمر حيث كانت قيم مستوى الدلالة (0.07) وهي غير دالة إحصائياً.

### ثالثاً: تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

الجدول (9-8): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات

الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (ف)	مستوى الدلالة
دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور	بين المجموعات	2.340	4	.585	1.443	.219
	داخل المجموعات	155.641	384	.405		
	المجموع	157.981	388			

يشير الجدول (9-8) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور تبعاً لمتغير المؤهل العلمي حيث كانت قيم مستوى الدلالة (0.07) وهي غير دالة إحصائياً.

### النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس

استجابات الجمهور لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية تبعاً لكل من متغير الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي.

أولاً: تبعاً لمتغير الجنس

الجدول (8-9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير

المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور، واختبار (t-test) تبعاً لمتغير الجنس.

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة T	الجنس				المجالات
			إناث (ن=210)		ذكور (ن=179)		
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.950	387	0.063	670.	84.2	660.	85.2	دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور

تشير النتائج في الجدول (4-15) إلى عدم وجود فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.05$ ) بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية تعزى لمتغير الجنس؛ إذ كانت قيم مستوى الدلالة غير دالة إحصائياً.

ثانياً: تبعاً لمتغير العمر

الجدول (8-10): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات

الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور تبعاً لمتغير العمر

مستوى الدلالة	الإحصائي (ف)	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
.001	5.083	2.103	4	8.411	بين المجموعات	دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور
		.414	384	158.858	داخل المجموعات	
			388	167.269	المجموع	

يشير الجدول (8-10) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور تبعاً لمتغير العمر حيث كانت قيم مستوى الدلالة (0.001) وهي دالة إحصائياً. ولمعرفة دلالة الفروق تم إجراء اختبار شيفيه للمقارنات والجدول (8-11) يبين هذه النتائج.

**الجدول (8-11) اختبار شيفيه للمقارنات على مقياس دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور تبعاً لمتغير العمر**

العمر	المتوسط الحسابي	أقل من 25 سنة	33-26 سنة	41-34 سنة	49-42 سنة	أكثر من 49 سنة
أقل من 25 سنة	2.96					
33-26 سنة	2.93	.03388				
41-34 سنة	2.66	.30172	.26784			
49-42 سنة	3.05	.08564	.11952	.38736*		
أكثر من 49 سنة	2.71	.25912	.22524	.04260	.34476*	

\* دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha=0.05$ )

يبين الجدول (8-11) وجود فروق دالة إحصائياً بين فئة (49-42 سنة) وفئة (41-34 سنة) وفئة (أكثر من 49 سنة)، وجاءت الفروق لصالح فئة (49-42 سنة) حيث كانت ذات متوسط حسابي الأعلى بين هذه الفئات الثلاث، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.05).

**ثالثاً: تبعاً لمتغير المؤهل العلمي**

**الجدول (8-12): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات**

**الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور تبعاً لمتغير المؤهل العلمي**

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الإحصائي (ف)	مستوى الدلالة
دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور	بين المجموعات	3.804	4	.951	2.234	.065
	داخل المجموعات	163.465	384	.426		
	المجموع	167.269	388			

يشير الجدول (8-12) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور تبعاً لمتغير المؤهل العلمي حيث كانت قيم مستوى الدلالة (0.065)، وهي غير دالة إحصائياً المتعلقة بالسؤال السادس

دور ما تبثه البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية بدحض ما ينشر من معلومات دوائية مضللة على الإنترنت  
الجدول (8-13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في دحض المعلومات المضللة للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع

#### الدوائي مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	دحض المعلومات المضللة
23	تدعو البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية الجمهور الأردني للحصول على المعلومات الدوائية من المختصين (الطبيب، الصيدلاني).	3.43	1.00	1	متوسطة
22	تشجع البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية الجمهور الأردني التحقق من صحة المعلومات الدوائية المنشورة على الإنترنت بالرجوع إلى مواقع رسمية موثوقة مثل موقع المؤسسة العامة بالغذاء والدواء، ومنظمة الصحة العالمية.	3.08	1.09	2	متوسطة
24	تحرص البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية التصدي للشائعات المتداولة والمغلوبة على الإنترنت.	2.99	1.02	3	متوسطة
20	تقوم البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية بتحذير الجمهور الأردني من القنوات الفضائية التي تروج لمستحضرات دوائية غير موثوقة.	2.88	1.13	4	متوسطة
21	تقوم البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية بتحذير الجمهور الأردني من مواقع التواصل الاجتماعي التي تروج لمستحضرات دوائية غير موثوقة.	2.78	1.15	5	متوسطة
25	تقوم البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية بتغطية المؤتمرات الصحفية المتعلقة بالأدوية لضمان تزويد العامة والمختصين بالمعلومات الدوائية الصحيحة.	2.78	1.09	6	متوسطة
	دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في دحض المعلومات المضللة للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي	2.99	0.88		متوسطة

### النتائج المتعلقة بالسؤال السابع:

يظهر من الجدول (8-13) أن لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في دحض المعلومات المضللة للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي قد جاءت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (2.99) والانحراف المعياري (0.88)، وتراوحت المتوسطات الحسابية بين (2.78- 3.43)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (23) التي تنص على أن: " تدعو البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية الجمهور الأردني للحصول على المعلومات الدوائية من المختصين (الطبيب، الصيدلاني). " بمتوسط حسابي (3.43)، وانحراف معياري بلغ (1.00) وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (25) والتي تنص على " تقوم البرامج الإذاعية والتلفزيونية الأردنية بتغطية المؤتمرات الصحفية المتعلقة بالأدوية لضمان تزويد العامة والمختصين بالمعلومات الدوائية الصحيحة.78" بمتوسط حسابي (2.49)، وانحراف معياري بلغ (1.09)، وبدرجة متوسطة.

الدور الفاعل الذي يجب أن تتبعه البرامج الإذاعية والتلفزيونية مستقبلا لتقديم المعلومة الدوائية من وجهة نظر العاملين في القطاع الدوائي

الجدول (8-14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدور الفاعل الذي يجب أن تتبعه البرامج الإذاعية والتلفزيونية مستقبلا لتقديم المعلومة الدوائية من وجهة نظر العاملين في القطاع الدوائي مرتبة

#### تنازليا حسب المتوسطات الحسابية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدور الفاعل
17	ضرورة تحذير الجمهور من القنوات الفضائية والمواقع غير الرسمية التي تقدم معلومات مغلوطة	4.43	0.98	1	مرتفع
14	ضرورة تقديم المعلومات الدوائية بأسلوب مبسط يناسب مختلف الفئات المجتمعية للجمهور	4.39	0.94	2	مرتفع
15	ضرورة استضافة ذوي الاختصاص بالقطاع الدوائي (أطباء، صيادلة) ضمن البرامج اليومية التي تعرض على شاشات التلفاز وعبر الإذاعات	4.39	0.91	3	مرتفع

مرتفع	4	0.94	4.28	ضرورة تخصيص برامج توفر المعلومات الدوائية للجمهور عبر البرامج الإذاعية والتلفزيونية المرئية والمسموعة والمقروءة	13
مرتفع	5	0.99	4.26	ضرورة تخصيص برامج تلفزيونية تتيح للجمهور طرح الأسئلة على المختصين في القطاع الدوائي	18
مرتفع	6	1.01	4.25	ضرورة تعريف الجمهور بالمؤسسات الدوائية المعتمدة المحلية والعالمية.	16
مرتفع	7	1.06	4.18	ضرورة تخصيص برامج إذاعية تتيح للجمهور طرح الأسئلة على المختصين في القطاع الدوائي	19
مرتفع		0.84	4.31	الدور الفاعل الذي يجب أن تتبعه البرامج الإذاعية والتلفزيونية مستقبلاً لتقديم المعلومة الدوائية من وجهة نظر العاملين في القطاع الدوائي	

يظهر من الجدول (8-14) أن الدور الفاعل الذي يجب أن تتبعه البرامج الإذاعية والتلفزيونية مستقبلاً لتقديم المعلومة الدوائية من وجهة نظر العاملين في القطاع الدوائي قد جاءت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (4.31) والانحراف المعياري (0.84)، وتراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.18- 4.43)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (17) التي تنص على " ضرورة تحذير الجمهور من القنوات الفضائية والمواقع غير الرسمية التي تقدم معلومات مغلوبة. " بمتوسط حسابي (4.43)، وانحراف معياري بلغ (0.98) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (19) والتي تنص على " ضرورة تخصيص برامج إذاعية تتيح للجمهور طرح الأسئلة على المختصين في القطاع الدوائي. " بمتوسط حسابي (4.18)، وانحراف معياري بلغ (1.06)، وبدرجة مرتفعة أيضاً. ومما سبق يمكن الإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس " ما دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر كل من الجمهور والعاملين في القطاع الدوائي؟ " بأنه كان دوراً متوسطاً.

### مناقشة النتائج:

أظهرت النتائج أن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية من وجهة نظر الجمهور، قد جاء بدرجة متوسطة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى تخصيص العديد من البرامج الإذاعية لتقديم المعلومات الدوائية للجمهور الأردني، والاهتمام بتزويده بكل ما يتعلق بالقطاع الدوائي والتطلع إلى زيادة وعيه وثقافته وزيادة قاعدته المعرفية حول الأدوية وطرق استخدامها بالشكل الصحيح، والتحذير من مخاطر استعمالها دون وصفات طبية موثوقة من قبل أشخاص متخصصين في القطاع الطبي أو الدوائي، كما تشير هذه النتيجة إلى تعرض الجمهور بنسبة جيدة للبرامج الإذاعية والتلفزيونية الإذاعية، الأمر الذي زاد من معرفتهم لهذه البرامج، ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع التي استخدمتها الدراسة الحالية، فإن الجمهور يستخدم الوسائط والبرامج الإذاعية والتلفزيونية لإشباع رغبات واحتياجات محددة.

### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

و أظهرت النتائج أن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور قد جاء بدرجة متوسطة، وتفسر هذه النتيجة بأن هناك نسبة اتفاق كبيرة بين الجمهور على حصولهم على المعلومات الدوائية من خلال البرامج التلفزيونية، وذلك يشير إلى التوجه نحو البرامج التلفزيونية كوسيلة إعلامية تجذب الجمهور، وتحقق احتياجاتهم من خلال تخصيص العديد من البرامج المعنية باستضافة الأفراد المتخصصين من الأطباء والصيدلة لتوعية الجمهور المتلقي بالمعلومات الدوائية، كما تشير هذه النتيجة إلى وجود مستوى جيد من التعاون بين البرامج الإذاعية والتلفزيونية والمؤسسات الدوائية والشخص المتخصصين في القطاع الدوائي لإعداد البرامج التلفزيونية لتقديم كل ما يخص القطاع الدوائي ومواكبة المستجدات ورفع الجمهور بالمعلومات المفيدة والنصائح الدوائية الصحيحة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Burzyńska, Binkowska-Bury & Januszewicz, 2015) التي أظهرت أن التلفزيون يشكل مصدراً هاماً للتثقيف من حيث الوقاية وتجنب الآثار الجانبية للأدوية، كما اتفقت مع دراسة الكعبي (2019) التي أظهرت نتائجها أن (51%) من عينة الدراسة حصلوا على معلومات دوائية كافية وتفصيلات وشروحات عن الأدوية من قبل القنوات الفضائية.

### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:

وقد توصلت النتائج إلى أن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي قد جاء بدرجة متوسطة، وتشير هذه النتيجة إلى موافقة موظفي القطاع الدوائي على الدور الفاعل للبرامج الإذاعية والتلفزيونية في تقديم المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني، واهتمام هذه الوسائل بتوعية الجمهور وتثقيفهم بكل ما يخص الأدوية، من خلال الاستعانة بالجهات الرسمية المعنية والأفراد المتخصصين، وتقديم المعلومات الموثوقة بعيداً عن الترويج، وإطلاع الجمهور على أبرز المستجدات في القطاع الدوائي بالاستناد إلى التقارير والدراسات العلمية في هذا المجال، ويعزو الباحث كون النتيجة متوسطة وليست مرتفعة إلى أن الجمهور يميلون إلى استخدام وسائل الاتصال الحديثة مثل الهاتف المحمول لإشباع رغباتهم والحصول على كل ما يحتاجونه من معلومات، مما قلل من نسبة تعرضهم للبرامج التلفزيونية والإذاعية. واختلفت هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة عبد الحافظ (2016) بأن درجة التعرض للقنوات التلفزيونية كوسائل إعلامية لنشر الثقافة الصحية جاءت بدرجة مرتفعة، أما درجة الاعتماد على البرامج الإذاعية والتلفزيونية المتمثلة بالقنوات الإذاعية لنشر الثقافة الصحية جاءت بدرجة منخفضة.

### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:

أظهرت النتائج عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية تعزى لكل من متغير الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، وهذه النتيجة قد تدل على أن البرامج الإذاعية توفر المعلومات الدوائية لجميع شرائح المجتمع بغض النظر عن جنسهم أنثاء أو ذكورا، ولجميع الفئات العمرية، باختلاف مؤهلاتهم العلمية، حيث تحرص البرامج الإذاعية على مخاطبة أفراد المجتمع كافة وتوعيتهم بأسلوب مبسط وجذاب بعيداً عن التعقيد. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة عبد الحافظ (2016) التي أظهرت نتائجها وجود فروق دالة إحصائية في درجة التعرض للقنوات التلفزيونية والإذاعية كوسائل إعلامية لنشر الثقافة الصحية تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الفئة العمرية لصالح من فئتهم العمرية من (35-45) سنة.



### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس:

توصلت النتائج إلى عدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية تعزى لمتغير الجنس، والمؤهل العلمي ويعزى ذلك إلى أن البرامج الإذاعية تحرص على تثقيف كلا الجنسين بالمعلومات الدوائية، دون التحيز لجنس معين، بالإضافة إلى إدراك معدي هذه البرامج إلى ضرورة تزويد الأفراد كافة بمختلف مؤهلاتهم العلمية بالمعلومات المفيدة حول الأدوية كافة.

كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية من وجهة نظر الجمهور تبعاً لمتغير العمر لصالح فئة (42-49 سنة)، وقد تفسر هذه النتيجة بأن أفراد المجتمع الأكبر سناً يحرصون على متابعة البرامج التلفزيونية ذات الطابع التثقيفي ومنها البرامج التي تقدم المعلومات الدوائية مقارنة بالأفراد الأصغر سناً الذين قد يميلون إلى متابعة البرامج الترفيهية، إذ تختلف الاهتمامات والاحتياجات باختلاف الفئات العمرية، وبالتالي اختلاف التعرض للبرامج التلفزيونية التي تقدم المعلومات الدوائية، وذلك ما أكدت عليه نظرية الاستخدامات والإشباعيات بأن الجماهير أفراد نشطون يختارون المحتوى الإعلامي الذي يحتاجون له، ويبحثون عن البرامج الإذاعية والتلفزيونية لتلبية احتياجات أو أهداف معينة، مثل: الترفيه أو التعلم أو الثقافة، أو الاسترخاء، أو التواصل الاجتماعي. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Wang & Lai, 2021) التي أشارت نتائجها إلى أن معظم الأفراد في الصين خاصة فئة كبار السن يعتمدون على التغطية الإخبارية بشكل أساسي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالأدوية ومدى تطورها والأدوية المختبرة حديثاً.

### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السادس:

توصلت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في دحض المعلومات المضللة للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي قد جاء بدرجة متوسطة، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن البرامج الإذاعية والتلفزيونية تسهم في تزويد الجمهور الأردني بالمعلومات الدوائية من مصادر موثوقة ومعتمدة من مؤسسات رسمية، وتحرص على توعيتهم بأهمية الحصول على المعلومات من المختصين وعدم اللجوء إلى جهات غير موثوقة كالمعلومات التي تنشر عبر

مواقع التواصل الاجتماعي أو شبكة الإنترنت والتي قد تكون غير صحيحة ومغلوبة، وتحديداً أن الجمهور أصبح يعتمد على هذه المصادر في الحصول على المعلومات بدرجة كبيرة. واتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Wang & Lai, 2021) التي توصلت نتائجها إلى أن التغطية الإخبارية توفر معلومات موثقة عن الصحة، والأدوية ومدى تطورها، وكيفية استخدامها.

### مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السابع:

أظهرت النتائج أن الدور الفاعل الذي يجب أن تتبعه البرامج الإذاعية والتلفزيونية مستقبلاً لتقديم المعلومة الدوائية من وجهة نظر العاملين في القطاع الدوائي قد جاء بدرجة مرتفعة، وقد تعزى هذه النتيجة إلى إدراك العاملين في القطاع الدوائي إلى الدور الفاعل الذي تؤديه البرامج الإذاعية والتلفزيونية بمختلف أشكالها المرئية والمسموعة في تقديم المعلومات الدوائية ومدى إسهامها في دحض المعلومات المضللة التي يتم نشرها من مصادر متعددة غير رسمية وغير موثوقة، وتحديداً في ظل التطور التكنولوجي وتنوع البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تعد من أكثر القوى المؤثرة في الجمهور، والتي تصل إلى جميع شرائح المجتمع في أي وقت، وفي كل مكان بمختلف أعمارهم وخلفياتهم الثقافية، كما قد تفسر هذه النتيجة بأن موظفي القطاع الدوائي يدركون أهمية أن يكون الجمهور على وعي تام بكل ما يتعلق بالعقاقير والأدوية، وأن تكون لديهم المعلومات الكافية والصحيحة حولها، لما سوف ينعكس إيجاباً على صحة أفراد المجتمع وسلامتهم وتقليل نسبة الأضرار التي قد تنتج عن نقص المعلومات الدوائية أو عدم صحتها.

## خلاصة النتائج:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إيجازها فيما يأتي:

1. دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر كل من الجمهور وموظفي القطاع الدوائي قد جاء بدرجة متوسطة.
2. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية تعزى لكل من متغير الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي.
3. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابة أفراد العينة لدور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في توفير المعلومات الدوائية للمجتمع الأردني من خلال البرامج التلفزيونية تعزى لمتغير الجنس، والمؤهل العلمي، ووجود فروق تبعاً لمتغير العمر لصالح فئة (42-49 سنة).
4. إن دور البرامج الإذاعية والتلفزيونية في دحض المعلومات المضللة للمجتمع الأردني من خلال البرامج الإذاعية والتلفزيونية من وجهة نظر موظفي القطاع الدوائي قد جاء بدرجة متوسطة. في حين أن الدور الفاعل الذي يجب أن تتبعه البرامج الإذاعية والتلفزيونية مستقبلاً لتقديم المعلومة الدوائية من وجهة نظر العاملين في القطاع الدوائي قد جاء بدرجة مرتفعة.

## التوصيات والمقترحات:

في ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج، فإن الدراسة توصي بما يأتي:

1. ضرورة تخصيص التلفزيون الأردني، والإذاعات الأردنية للبرامج التي تقدم المعلومات الدوائية للجمهور الأردني.
2. ضرورة اهتمام البرامج الإذاعية والتلفزيونية بطريقة تقديم المعلومات الدوائية بأساليب ممتعة ومبسطة تجذب انتباه الجمهور.
3. التوجه نحو الاعتماد على البرامج الإذاعية والتلفزيونية الحديثة في تقديم المعلومات الدوائية للجمهور، مثل التطبيقات الذكية، والمواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي.
4. إرسال نسخة من هذا البحث إلى مؤسسة الغذاء والدواء، ونقابة الصيادلة في الأردن بهدف إعادة النظر في النظام الداخلي فيما يخص الإعلام الدوائي الموجه للجمهور.
5. ضرورة تكثيف الرقابة من قبل الجهات المعنية والمتخصصة على البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تبث المعلومات الدوائية المغلوطة أو تروج لمستحضرات دوائية غير معتمدة من قبل مؤسسة الغذاء والدواء.

## المراجع

- أبو عقيل، فتحي (2020). "مصادر المعرفة الدوائية لدى المرأة الريفية: دراسة ميدانية على إحدى قرى محافظة سوهاج"، المجلة العربية للتداب والدراسات الإنسانية، (12)، 241-264.
- جلطي، أعمار (2021). "أثر البيئة الرقمية على المعلومات الدوائية من المنظور القانوني"، مجلة الاقتصاد والبيئة، (2)4، 180-192.
- طه، محمد، وعبد القادر، العبيد (2021). "دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بمخاطر جائحة كورونا (دراسة حالة وزارة الصحة ولسية الخرطوم)"، مجلة الفلزم العلمية، (10)، 35-64.
- عابدي، لدمية (2018). "دور الإعلام المحلي في التثقيف الصحي للمرأة الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من النساء المستمعات لإذاعة تبسة الجزائرية"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، (14)، 47-63.
- عبد الحافظ، نادية (2016). "تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (2)15، 405-494.
- الكعبي، رعد (2019). "اعتماد المرضى على ترويج الفضائيات للأدوية: دراسة ميدانية في بغداد 2018"، لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، (32)2، 330-344.

## References

- Alefishat, E., Abu Farha, R., & Zawiah, M. (2021). "Pharmacists' perceptions of the use of internet-based medication information by patients: A cross-sectional survey". *PloS one*, 16(8).
- Atarodi, A., Dastani, M., Ghorbani, M., & Atarodi, A. (2021). "The role of mass media and social Media in developing awareness of self-care behaviour against the outbreak of Covid-19". *Library Philosophy and Practice*, 4848, 1-12.
- Burzyńska, J., Binkowska-Bury, M., & Januszewicz, P. (2015). "Television as a source of information on health and illness—review of benefits and problems". *Progress in Health Sciences*, 5(2), 174-184.
- Hossain, M., Kim, M., & Jahan, N. (2019). "Can "liking" behaviour lead to usage intention on Facebook? Uses and gratification theory perspective". *Sustainability*, 11(4), 1166.
- Kristina, S. A., Ekasari, M. P., & Wati, M. R. (2019). "Internet use for searching information on Health and Medicine: An Exploratory study among Indonesian customers". *Research Journal of Pharmacy and Technology*, 12(12), 5927-5931.
- Liu, X., Min, Q., & Han, S. (2020). "Understanding users' continuous content contribution behaviours on microblogs: An integrated perspective of uses and gratification theory and social influence theory". *Behaviour & Information Technology*, 39(5), 525-543.
- Ray, A., Dhir, A., Bala, P. K., & Kaur, P. (2019). "Why do people use food delivery apps (FDA)? A uses and gratification theory perspective". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 221-230.

Ruhweza, I. (2018). "Impact of broadcasting media in fighting against drug abuse in Uganda: a case study of NBS Television". KAMPALA INTERNATIONAL UNIVERSITY, Kampala.

Saud, M., Mashud, M. I., & Ida, R. (2020). "Usage of social media during the pandemic: Seeking support and awareness about COVID-19 through social media platforms". Journal of Public Affairs, 20(4), e2417.

Wang, J., & Lai, W. F. (2021). "News coverage of drug development: implications for the conveyance of health information". BMC Public Health, 21(1), 1-10.

الصيدلاني عبادة سعد – جامعة الشرق الأوسط، [obada\\_saad@hotmail.com](mailto:obada_saad@hotmail.com)

د. عمر الرشيدان – جامعة الشرق الأوسط، [Orashdan@meu.edu.jo](mailto:Orashdan@meu.edu.jo)

د. حنان الشيخ – جامعة الشرق الأوسط، [Hismail@meu.edu.jo](mailto:Hismail@meu.edu.jo)