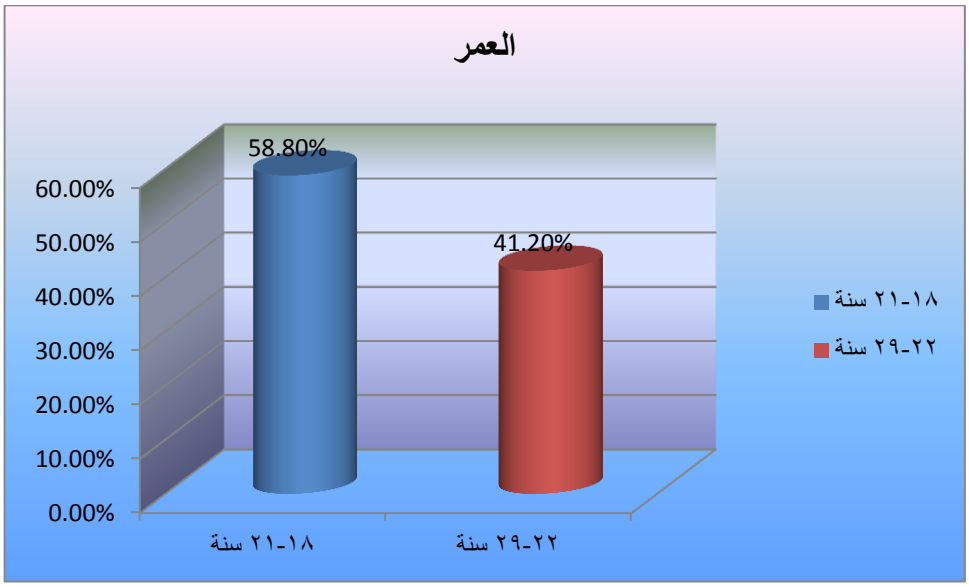
العرض الجدولي والبياني :

1/ العمر:

جدول (1)

الفئات العمرية	التكرار	النسبة %
18-21سنة	30	58.8
22-29 سنة	21	41.2
المجموع	51	100.0

يبين الجدول أعلاه الفئات العمرية لأفراد العينة، ومنها يلاحظ أن نسبة الفئة (18–21 سنة) 58.8%%، بينماالفئة (22–39 سنة) 41.2%.

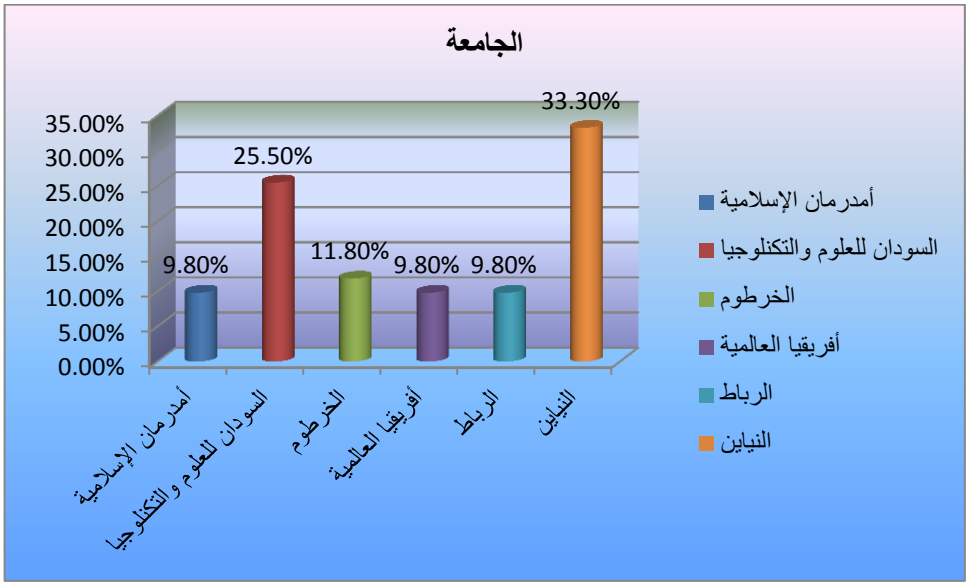


2/ الجامعة:

جدول (2)

الجامعة	التكرار	النسبة %
أمدرمان الإسلامية	5	9.8
السودان للعلوم والتكنلوجيا	13	25.5
الخرطوم	6	11.8
أفريقيا العالمية	5	9.8
الرباط	5	9.8
النيلين	17	33.3
المجموع	51	100.0

يوضح الجدول أعلاه الجامعة التي يدرس بها أفراد العينة، حيث تبلغ نسبة من يدرسن في جامعة أدرمات افسلامية 9.8%، ومن يدرسن في جلمعة السودان للعلوم والتكنلوجيا 25.5% و11.8% جامعة الخرطوم، و9.8% أفريقيا العالمية%، و9.8% الرباط، و33.3% النيلين.

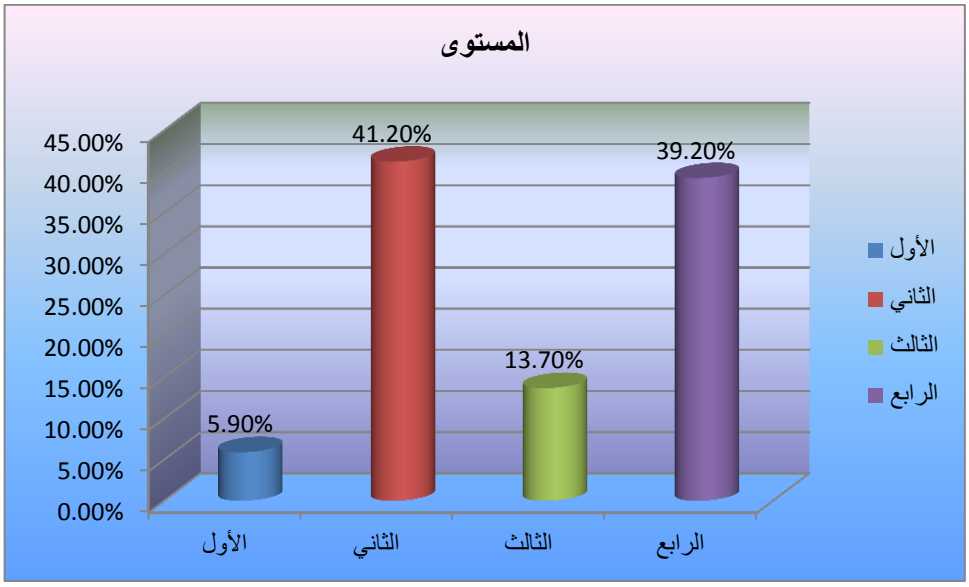


3/ المستوى:

جدول (3)

المستوى	التكرار	النسبة %
الأول	3	5.9
الثاني	21	41.2
الثالث	7	13.7
الرابع	20	39.2
المجموع	51	100.0

يوضح الجدول إعلاه الستوى الدراسي أفراد العينة، منه 5.9% الأول، و41.2% الثاني، بينما 13.7% الثالث، و39.2% الرابع..

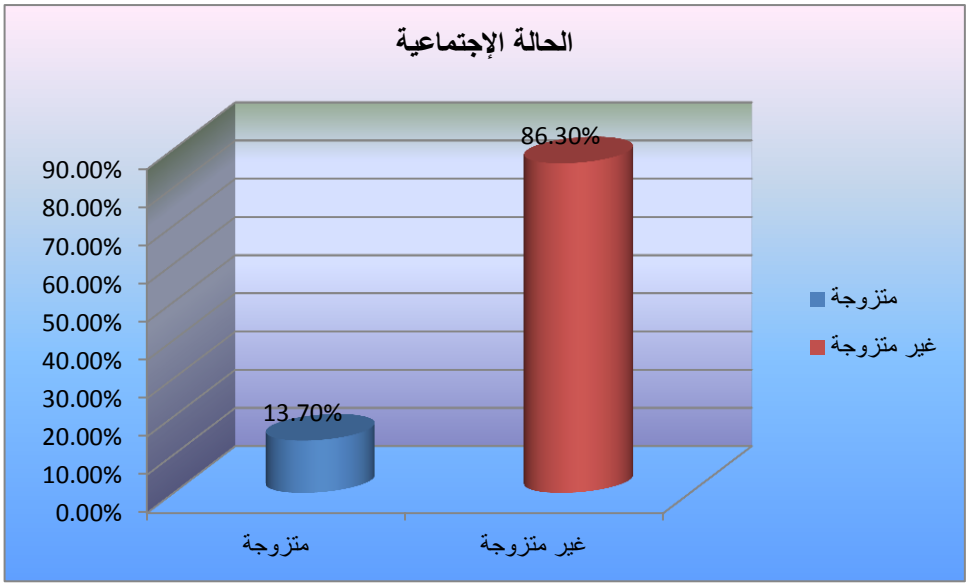


4/الحالة:

جدول (4)

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة %
متزوجة	7	13.7
غير متزوجة	44	86.3
المجموع	51	100.0

يبين الجدول أعلاه فئات الحالة الإجتماعية لأفراد العينة، حيث يلاحظ أن 13.7% متزوجات، و86.3% غير متزوجات.

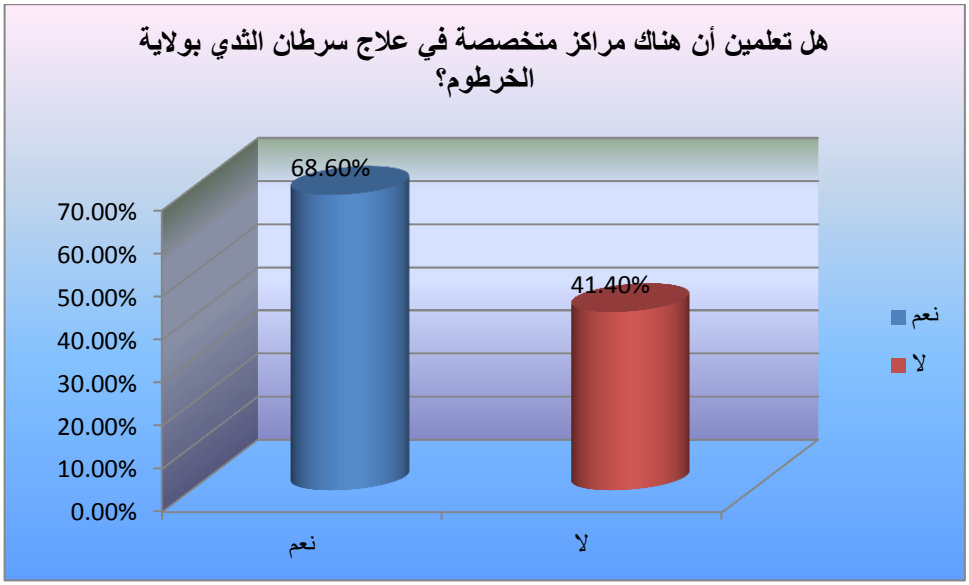


5/ الكوادر المؤهلة:

جدول (5)

هل تعلمين أن هناك مراكز متخصصة في علاج سرطان الثدي بولاية الخرطوم؟	التكرار	النسبة %
نعم	35	68.6
لا	16	31.4
المجموع	51	100.0

سئل أفراد العينة عما إذا كن يعلمن أن هناك مراكز متخصصة في علاج سرطان الثدي بولاية الخرطوم فقال 68.^ إنهن يعلمن بها، بينما 31.4% لا علم لهن بها.

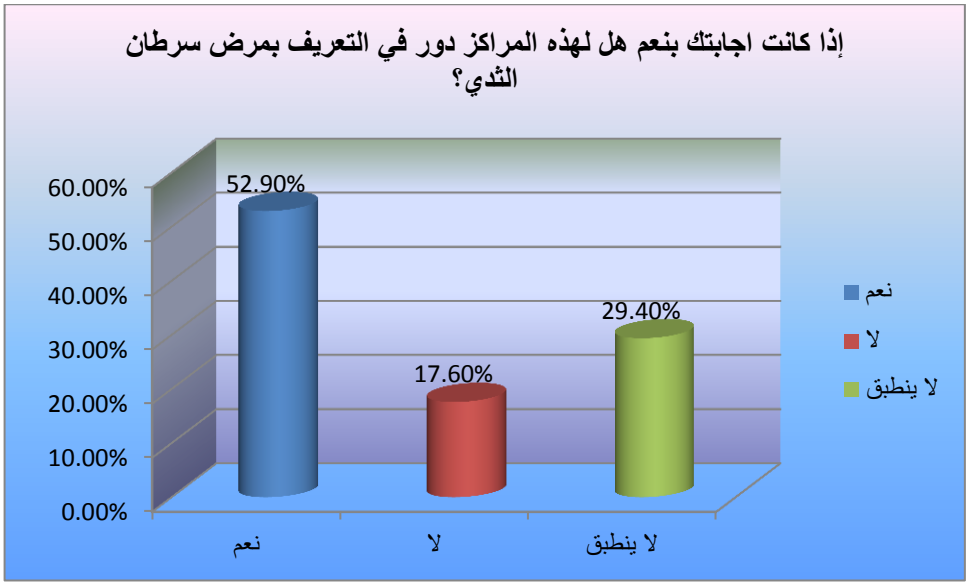


6/ دور المراكز في التعريف بسرطان الثدي:

جدول (6)

إذا كانت اجابتك بنعم هل لهذه المراكز دور في التعريف بمرض سرطان الثدي؟	التكرار	النسبة %
نعم	27	52.9
لا	9	17.6
لا ينطبق	15	29.4
المجموع	51	100.0

طرح سؤال على أفراد العينة اللائي قلن إنهن على علم بالمراكز المتخصصة في علاج سرطان الثدي عما إذا كان لهذه المراكز دور في التعريف بالمرض، فقال 52.9% إن لها دور، بينما 17.6% لا يرون لها دور، ولم يجب 29.4% على السؤال (لا ينطبق) لأنهن لا علم لهن بوجود هذه المراكز.

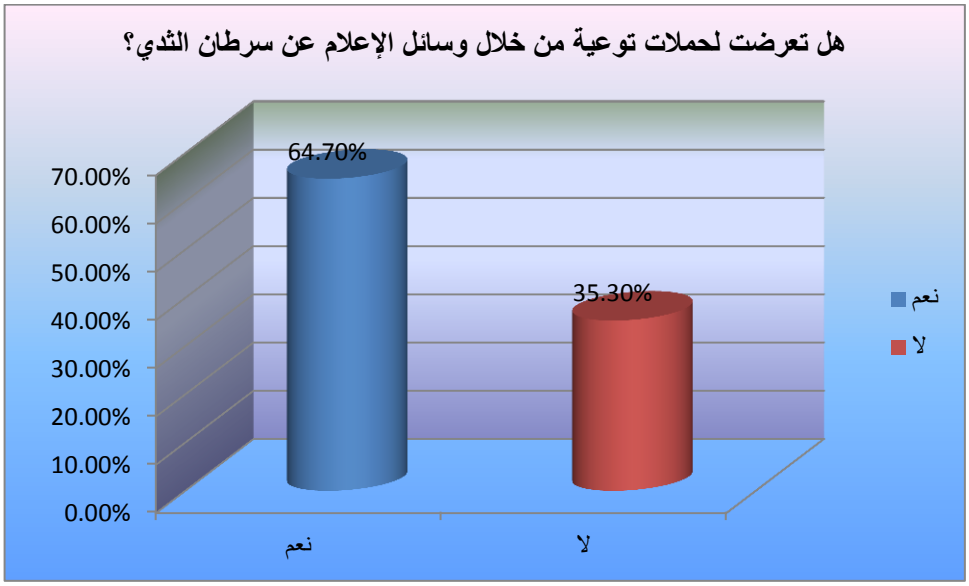


7/ التعرض لحملات التوعية:

جدول (7)

هل تعرضت لحملات توعية من خلال وسائل الإعلام عن سرطان الثدي؟	التكرار	النسبة %
نعم	33	64.7
لا	18	35.3
المجموع	51	100.0

سئل أفراد العينة عما إذا كن قد تعرضت لحملات توعية من خلال وسائل الإعلام عن سرطان الثدي ، فأجاب 64.7% بـ(نعم)، بينما 35.3% بـ(لا).

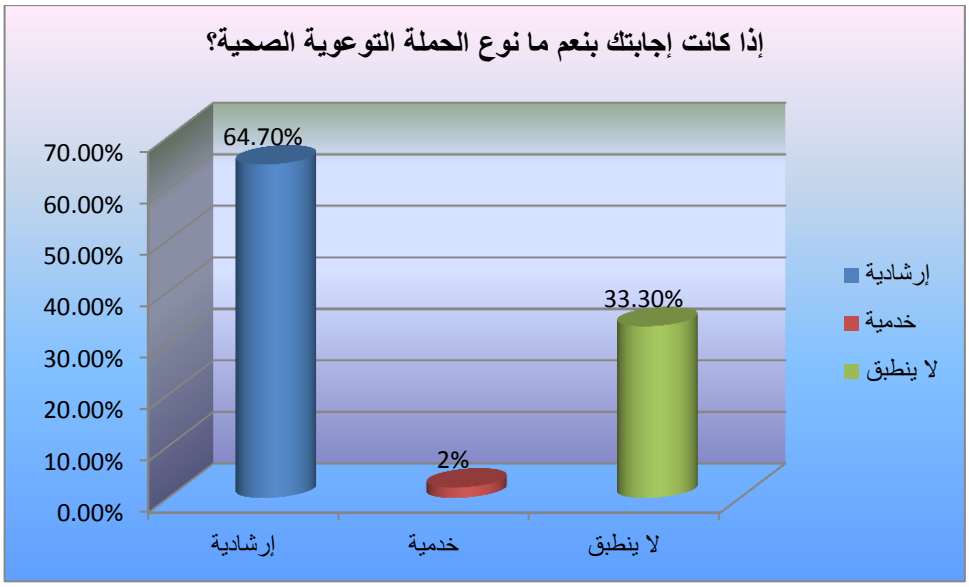


8/ نوع حملات التوعية:

جدول (8)

إذا كانت إجابتك بنعم ما نوع الحملة التوعوية الصحية؟	التكرار	النسبة %
إرشادية	33	64.7
خدمية	1	2.0
لا ينطبق	17	33.3
المجموع	51	100.0

بسؤال أفراد العينة عن نوع الحملات التي تعرضن لها، قال64.7% بأنها إرشادية، و2% خدمية، ولم يجب على السؤال 33.3% وهؤلاء لم يتعرضن لحملات.

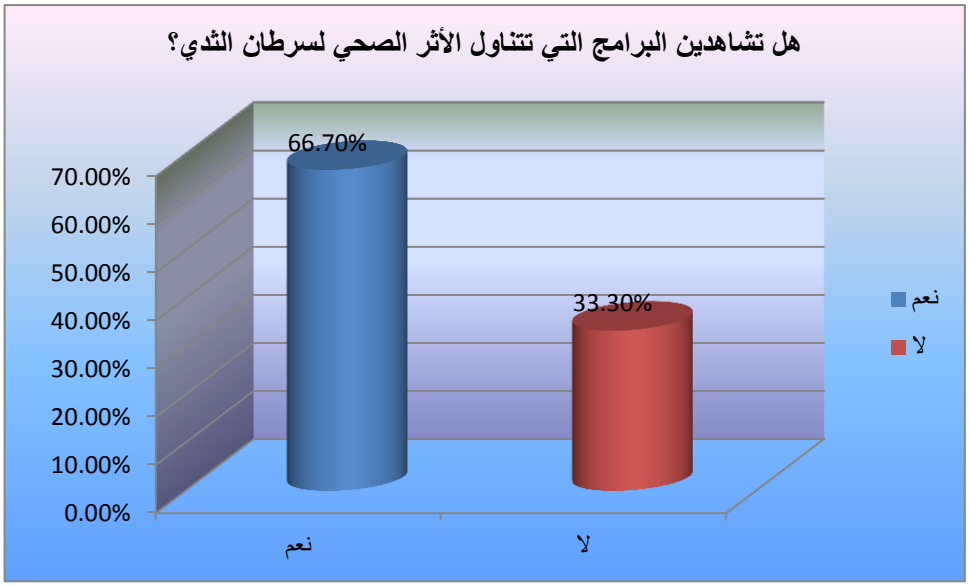


9/ مشاهدة برامج خاصة بسرطان الثدي:

جدول (9)

هل تشاهدين البرامج التي تتناول الأثر الصحي لسرطان الثدي؟	التكرار	النسبة %
نعم	34	66.7
لا	17	33.3
المجموع	51	100.0

سئل أفراد العينة عما إذا كن يشاهدين البرامج التي تتناول الأثر الصحي لسرطان الثدي، فأجاب 66.7% بـ(نعم)، فيما أجاب 33.3% بـ(لا).

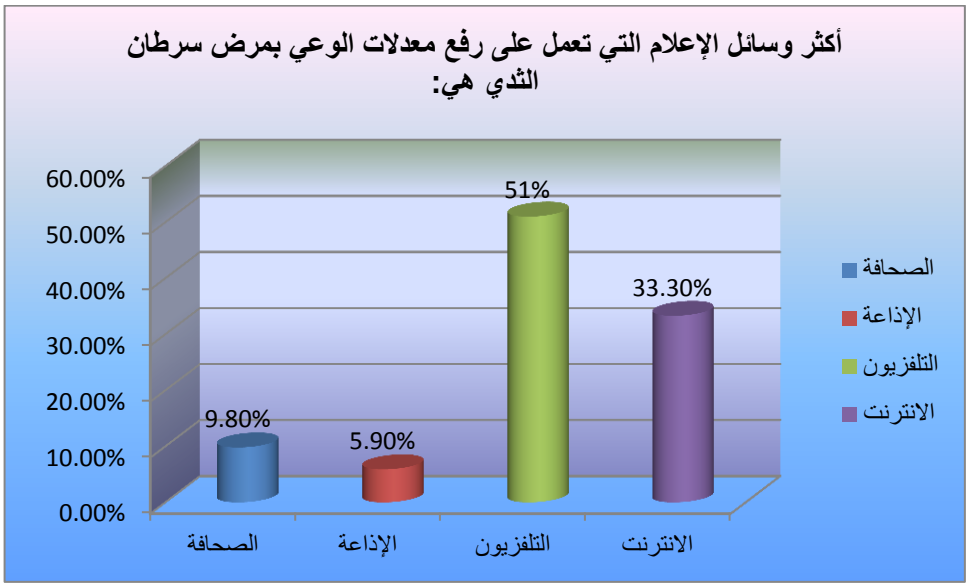


10/ وسائل الإعلام ورفع معدلات الوعي بمرض سرطان:

جدول (10)

أكثر وسائل الإعلام التي تعمل على رفع معدلات الوعي بمرض سرطان الثدي هي:	التكرار	النسبة %
الصحافة	5	9.8
الإذاعة	3	5.9
التلفزيون	26	51.0
الانترنت	17	33.3
المجموع	51	100.0

سئل أفراد العينة عن إذا أكثر وسائل الإعلام التي تعمل على رفع معدلات الوعي بمرض سرطان الثدي، فأجاب 9.8% الصحافة، و5.9% الإذاعة، وهناك 51% فلن التلفزيون، و33.3% الانترنت.

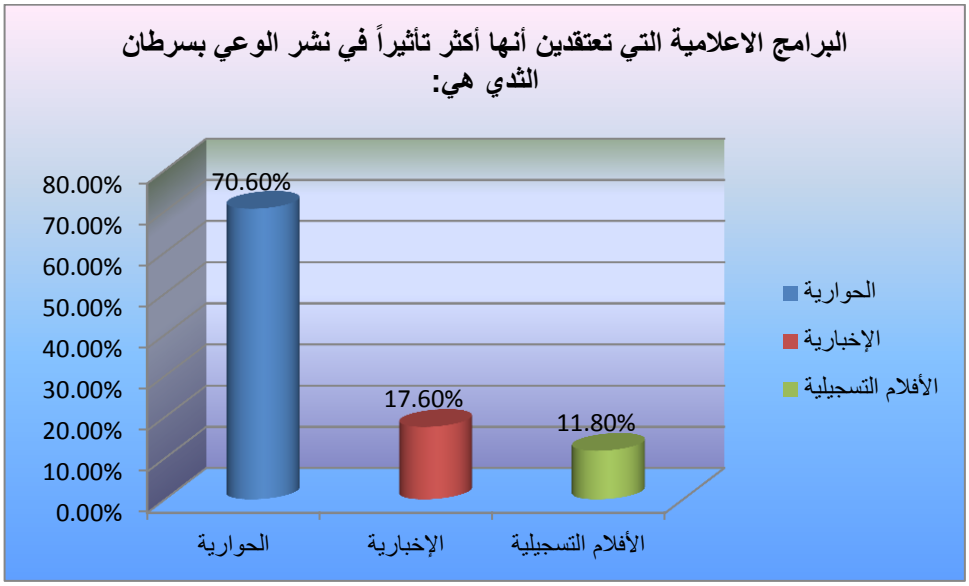


11/ البرامج الأكثر تأثيراً في نشر الوعي بسرطان الثدي:

جدول (11)

البرامج الاعلامية التي تعتقدين أنها أكثر تأثيراً في نشر الوعي بسرطان الثدي هي:	التكرار	النسبة %
الحوارية	36	70.6
الإخبارية	9	17.6
الأفلام التسجيلية	6	11.8
المجموع	51	100.0

تم طرح سؤال على العينة عن البرامج الاعلامية التي تعتقدن أنها أكثر تأثيراً في نشر الوعي بسرطان الثدي ، فقال 70.6% الحوارية، و17.6% الاخبارية، وهناك 11.8% الأفلام التسجيلية.

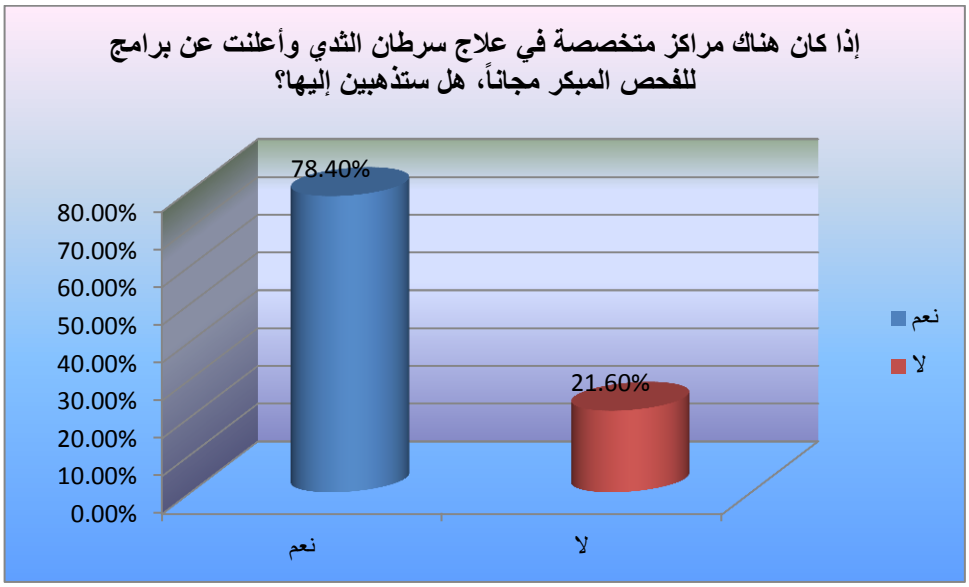


12/ ارتياد مراكز متخصصة في علاج سرطان الثدي:

جدول (12)

إذا كان هناك مراكز متخصصة في علاج سرطان الثدي وأعلنت عن برامج للفحص المبكر مجاناً، هل ستذهبين إليها؟	التكرار	النسبة %
نعم	40	78.4
لا	11	21.6
المجموع	51	100.0

طرح سؤال على أفراد العينة عما إذا كان هناك مراكز متخصصة في علاج سرطان الثدي وأعلنت عن برامج للفحص المبكر مجاناً، هل سيذهبن إليها، فأجاب 78.4% بـ(نعم) ، بينما أجاب 21.6% بـ(لا).

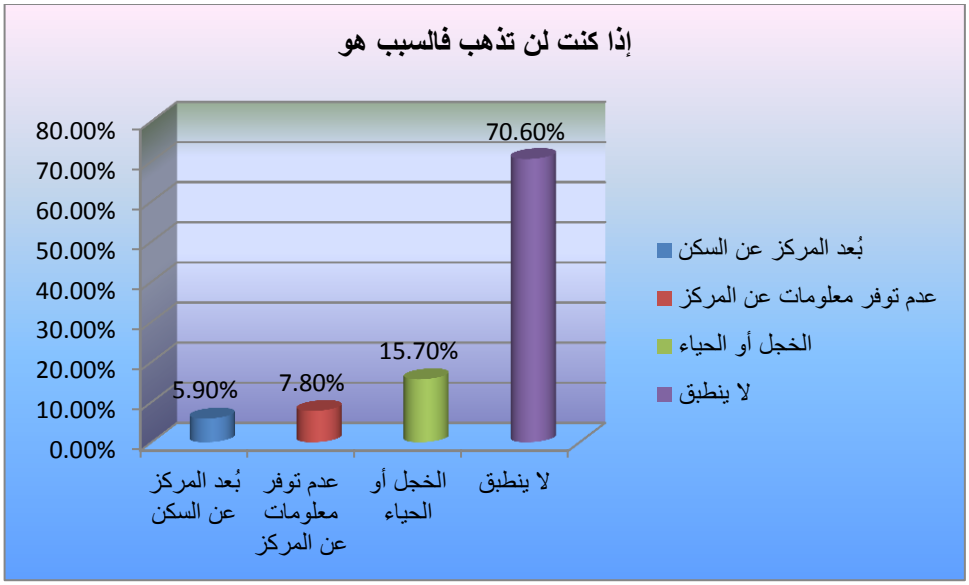


13/ سبب عدم ارتيادك هذه المراكز:

جدول (13)

إذا كنت لا ترتادين هذه المراكز فالسبب هو:	التكرار	النسبة %
بعد المركز عن السكن	3	5.9
عدم توفر معلومات عن المركز	4	7.8
الخجل أو الحياء	8	15.7
لا ينطبق	36	70.6
المجموع	51	100.0

سئل أفراد العينة عن سبب عدم ارتيادهن لمراكز علاج سرطان الثدي فقال 5.9% إنها بعيدة عن السكن، وذكر 7.8% أن السبب عدم توفر معلومات عن هذه المراكز، بينما قال 15.7% إن السبب الحياء، ولم يجب على السؤال 70.6% وهؤلاء ممن قلن أنهن لن يذهبن لهذه المراكز ، أو لم يجدن مبرراً لعدم ارتيادهن لهذه المراكز.

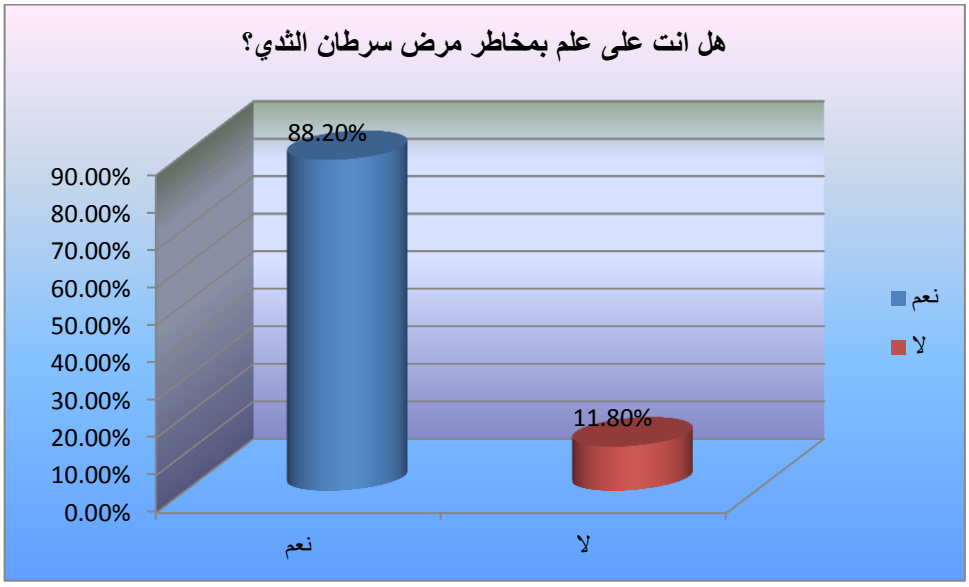


14/ مدى العلم بمخاطر سرطان الثدي:

جدول (13)

هل انت على علم بمخاطر مرض سرطان الثدي؟	التكرار	النسبة %
بعد المركز عن السكن	45	88.2
عدم توفر معلومات عن المركز	6	11.8
المجموع	51	100.0

تم طرح سؤال على أفراد العينة عما غذا كن على علم بمخاطر سرطان الثدي فقال 88.2% إنهن يعلمن بذلك، بينما 11.8% لا يعلمن.

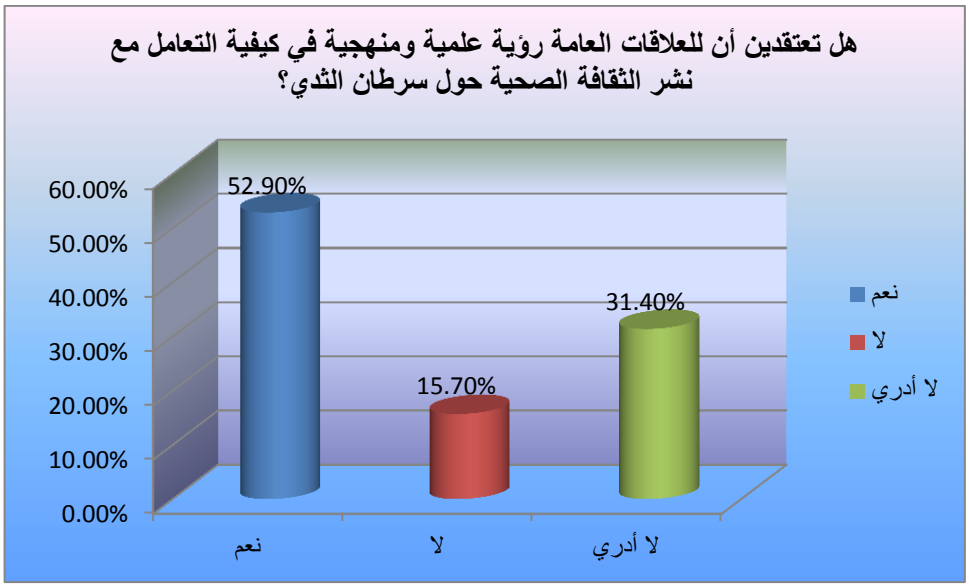


15/ رؤية العلاقات العامة في نشر الثقافة الصحية للسرطان:

جدول (13)

هل تعتقدين أن للعلاقات العامة رؤية علمية ومنهجية في كيفية التعامل مع نشر الثقافة الصحية حول سرطان الثدي؟	التكرار	النسبة %
نعم	27	52.9
لا	8	15.7
لا أدري	16	31.4
المجموع	51	100.0

سئل أفراد العينة عما إذا كن يعتقدن أن للعلاقات العامة رؤية علمية ومنهجية في كيفية التعامل مع نشر الثقافة الصحية حول سرطان الثدي، فقال 52.9% إنهن يعتقدن ذلك، بينما 15.7% لا يرين ذلك، ولا يدري 31.4% ما غذا كان للعلاقات العامة رؤية مماثلة أم لا.



النتائــج :

من أبرز نتائج الدراسة:

1- 58.8% من أفراد العينة في الفئة العمرية 18-21 سنة)، بينما 41.2% من الفئة (22-29 سنة).

2- 33.3% من أفراد العينة من جامعة النيلين، و25.5% السودان للعلوم والتكنلوجيا، بينما 11.8% الخرطوم، و8.9% لكل من امدرمان الاسلامية وافريقيا العالمية والرباط.

3- 41.2% من العينة في المستوى الثاني، بينما 39.2% الرابع.

4- 86.3% من أفراد العينة غير متزوجات، و13.7% غير متزوجات.

5 – 86.6% من أفراد العينة يعلمن أن هناك مراكز متخصصة في علاج سرطان الثدي بولاية الخرطوم.

6 – 52.9% من أفراد العينة اللائي قلن أن لديهن علم بوجود مراكز متخصصة في علاج سرطان الثدي يرين أن لهذه المراكز دور في التعريف بمرض سرطان الثدي.

7 – 64.7% من أفراد العينة قلن إنهن تعرضت لحملات توعية من خلال وسائل الإعلام عن سرطان الثدي، بينما 35.3% لم يتعرضن.

8- 64.7% من أفراد العينة اللائي قلن إنهن تعرضن لحملات توعية ذكرن أنها حملات إرشادية، بينما 2% قلن إنها خدمية.

9- 66.7% من أفراد العينة يقلن إنهن يشاهدن البرامج التي تتناول الأثر الصحي لسرطان الثدي، فيما 33.3% لا يشاهدنها.

10- 51% من العينة يرين أن كثر وسائل الإعلام التي تعمل على رفع معدلات الوعي بمرض سرطان الثدي هي التلفزيون، بينما 33.3% الانترنت، و9.8% الصحافة، و5.9% الإذاعة.

11- 70.6% من أفراد العينة يرين أن البرامج الاعلامية الأكثر تأثيراً في نشر الوعي بسرطان الثدي هي البرامج الحوارية، و17.6% الاخبارية.

12 – 78.4% من أفراد العينة يقلن إنه إذا كان هناك مراكز متخصصة في علاج سرطان الثدي وأعلنت عن برامج للفحص المبكر مجاناً، سيذهبن إليه، بينما 21.6% قلن إنهن لن يذهبن .

13 – 15.7% من أفراد العينة اللائي قلن أنهن لن يذهبن لهذه المراكز أوضحن أن السبب هو حياؤهن، بينما 7.8% بسبب عدم توفر معلومات عن هذه المراكز، و5.9% بسبب بعد المراكز عن السكن.

14 – 88.2% من أفراد العينة على علم بالمخاطر الصحية لسرطان الثدي.

15- 52.9% من أفراد العينة يعتقدن أن للعلاقات العامة رؤية علمية ومنهجية في كيفية التعامل مع نشر الثقافة الصحية حول سرطان الثدي، و15.7% لا يرين ذلك، بينما 31.4% لا يدرين ما إذا كانت العلاقات العامة تملك مثل هذه الرؤية أم لا.

10- **سئل افراد العينة عن الدور الذي ينبغي أن تضطلع به العلاقات العامة في نشر الوعي بسرطان الثدي، فكانت الإجابات على النحو التالي:**

- برامج إذاعية وتلفزيونية ومحاضرات وندوات توضح اسباب المرض وكيفية التعامل والعلاج منه.
- التنبيه بأهمية الكشف المبكر، والدوري.
- أن تطال الحملات الجامعات والمدارس.
- استخدام الدراما في إيصال الرسالة الصحية بشأن سرطان الثدي.
- توزيع الكتيبات والمنشورات التي تحمل هذه المعلومات التثقيفية.