



دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز التوعية الصحية بالمتحور "دلتا"

(دراسة ميدانية على عينة من المجتمع السعودي)

د. إبراهيم بن محمد النعفي

الأستاذ المساعد بكلية الإعلام والاتصال
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التوعية الصحية بالمتحور "دلتا"، ومعرفة مستوى التأثير والدوافع التي توجه الجمهور لاستخدام الشبكات الاجتماعية، بجانب العوامل التي تؤثر على هذا الاستخدام والاعتماد عليها. واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، من خلال منهج مسح الجمهور الذي يعد أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية بهدف رسم صورة واضحة عن الظاهرة المدروسة، وذلك من خلال استمارة الاستقصاء، وبلغت عينة الدراسة ٣٣٠ مفردة من الجمهور السعودي، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج المهمة منها:

- تصدرت الحسابات الرسمية لوزارة الصحة السعودية المرتبة الأولى بين حسابات شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الباحثون في الحصول على معلومات حول المتحور



"دلنا"، يليها الحسابات الطبية المتخصصة، ثم الحسابات الإعلامية العامة، وأخيرا حسابات الإعلاميين والمشاهير المؤثرين.

- تصدرت منصة "تويتر" شبكات التواصل الاجتماعي في الاعتماد عليها من قبل الباحثين كمصدر للحصول على المعلومات حول المتحور "دلنا"، يليها منصة "واتساب"، ثم "يوتيوب"، فمنصة "سناب شات"، فيما أتت منصة TIKTOK في المرتبة الأخيرة.
- يعتقد غالبية الباحثين أن المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلنا" كافية تماما، ويثقون في هذه المعلومات ثقة كاملة، بينما نسبة ضعيفة جدا ترى عدم كفاية المعلومات المقدمة حول المتحور "دلنا"، ولا تثق في تلك المعلومات.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في التأثيرات المعرفية والوجدانية المترتبة عن درجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا"، وجاءت الفروق لصالح الذكور. كما لا يؤثر متغيرا العمر والدخل على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.
- أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة من الباحثين يستفيدون من المحتوى المنشور ولا يتفاعلون معه بالمشاركة أو التعليق أو الإعجاب.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، التوعية الصحية، متحور، دلنا، كوفيد-١٩.



Abstract

This study aimed to identify the role of social media in promoting health awareness of the Delta variant, and to know the level of influence and motives that direct the public to use social media, in addition to the factors that affect this use and dependence on them. The study relied on the theory of dependence on the media, through a survey method, which is one of the basic methods in descriptive research, which aims to draw a clear picture of the phenomenon studied, through the survey form. The study sample reached 320 individuals from the Saudi public, and the study came out with a number of important results. They are:

- The official accounts of the Saudi Ministry of Health ranked first among the social media accounts that respondents rely on to obtain information about the Delta variant, followed by the specialized medical accounts, then public media accounts, and finally, the media accounts of media people and celebrities.
- The “Twitter” platform topped the social media in the respondents’ reliance on it as a source of information about the Delta variant, followed by the “WhatsApp” platform, then “YouTube” platform and the “Snapchat” platform, while the TIKTOK platform came in the last place.
- The majority of respondents believe that the information provided by social media about the Delta variant is completely sufficient, and they trust this information with complete confidence, while a very low percentage believes that the information provided about the Delta variant is insufficient, and does not trust that information.
- It has been proven that there are statistically significant differences between males and females in the cognitive and emotional effects of the degree of their dependence on social media as a source of information about the Delta variant, and the differences came in favor of males. Also, the variables of



age and income do not affect the cognitive, emotional, and behavioral effects.

- A large percentage of respondents benefit from the published content but they do not interact with it by sharing, commenting, or liking.

Key words: Social Media, Health awareness, Variant, Delta, Coveid-19.



المقدمة

تبرز أهمية الإعلام بأنواعه المختلفة بما يطرحه من قضايا وموضوعات متنوعة قادرة على التأثير في المتلقي، وتعد وسائل الإعلام أحد أهم المصادر الأساسية التي يعتمد عليها الكثير من أفراد المجتمع في الحصول على بيانات ومعلومات لفهم الأحداث الجارية، وتبرز أهميتها أثناء الكوارث والأزمات، إذ تعمل على توصيل المعلومات والبيانات المهمة والضرورية بشكل دقيق وواضح إلى الجمهور بكافة أطيافه. ومع تطور برمجيات وتطبيقات الإعلام ودمج الوسائل الإعلامية ببعضها المسموعة والمقروءة والمرئية، وتداخلها مع منصات شبكات التواصل الاجتماعي التي بدأت كمجتمع افتراضي ضيق الحدود، ساعد هذا التطور التقني في انتشارها وتحولها لأداة إعلامية تؤثر على تربية ونشأة وسلوكيات الجمهور، رغم نشأتها للتواصل الاجتماعي بين الأفراد إلا أن استخدامها امتد إلى تحقيق أهداف مختلفة، ومكنت متصفحها من تبادل المعلومات في المجالات المختلفة.

وشهد العالم عام ٢٠٢٠م جائحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩)، التي عُدَّت أزمة صحية عالمية أدت إلى خسائر بالغة، وخلفت العديد من المشكلات الصحية في كافة دول العالم، حيث أصيب أكثر من ١٨٥ مليون شخص، وتوفى أكثر من أربعة ملايين شخص في جميع أرجاء العالم أثر هذه الجائحة حتى منتصف عام ٢٠٢١م حسب مصادر منظمة الصحة العالمية^(١). ولم تكن المملكة العربية السعودية بمأمن من خطر الإصابة بفيروس كورونا، حيث انتشرت حالات الإصابات في المملكة مما جعلها تتخذ إجراءات لتوفير الحماية لسلامة المواطنين والمقيمين وكل من على أراضيها^(٢).

ورغم أن جائحة كورونا (كوفيد-١٩) تعدُّ أحد أكثر الأوبئة التي أنهت حياة الكثير من البشر في تاريخ البشرية، لها من عواقب مأساوية أثرت على ملايين الأشخاص حول



العالم، إلا أن الفايروس أصبح له أجناس متحورة متعددة وفق البلدان التي ظهر فيها المتحور وانتشرت عالمياً، كالمتحور البريطاني، والمتحور الجنوب أفريقي، والمتحور البرازيلي، والمتحور النيويوركي، والمتحور الهندي، وهو ما دفع إلى استخدام واعتماد أسماء أحرف الأبجدية اليونانية كـ (الفاء، بيتا، غاما، وأخير دلتا) لتجنب الدول التي ظهر فيها متحورات كورونا مضار انتساب المتحور لها بعد أن شاعت الأسماء على وسائل الإعلام، ما دفع منظمة الصحة العالمية في ٣١/٥/٢٠٢١م اعتماد أسم "متحور دلتا" على الفيروس المتفشي في جمهورية الهند الذي يعد أكثر فتكاً، وأصبحت الحالات في مسار متزايد باستمرار مع الكثافة السكانية التي تشهدها دولة الهند، بجانب قلة توفر اللقاح، وعدم كفاية المعلومات حول آليات انتقال المرض السريع الذي حدّ من مكافحة الجائحة بشكل فعال.

وأصبحت كافة الدول والمجتمعات بحاجة ماسة إلى أهمية الوعي الصحي بشكل عام، وتعزيز الوعي الصحي من مخاطر فايروس كورونا (كوفيد-١٩) بشكل خاص كونه يعدّ مطلباً إنسانياً وأمراً حيويًا يجب تحقيقه لدى أفراد المجتمع، خاصة بعد اكتشاف انتشار متحور أحدث سمي بالمتحور "دلتا بلس" الذي يعد سلالة فرعية من سلالة المتحور "دلتا"، بالإضافة إلى الحد من تخوف العديد من الأفراد بعد انتشار الشائعات التي تبث حول مخاطر أخذ اللقاح، وأنها محاولة للسيطرة على الحمض النووي للإنسان للتحكم به، لذا تعمدت وزارة الصحة في المملكة العربية السعودية نشر العديد من الصور ومقاطع الفيديو على حساباتها الرسمية بشبكات التواصل الاجتماعي، تظهر أوائل الأشخاص الذين تلقوا لقاح فيروس كورونا، وفي مقدمتهم خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز، وولي العهد صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان -حفظهما الله- ووزير الصحة السعودي^(٣). فالنوعية الصحية شهدت تطوراً مستمراً من حيث الوسائل والأشكال؛ لأنها تتغير بتغير وسائل الاتصال والنظم



الاجتماعية، فاستعمال وسائل الاتصال الجماهيرية من التلفزيون والإذاعة والإعلام الإلكتروني، وشبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي للمجتمعات^(٤).

ومع تزايد انتشار المعلومات المضللة بشأن اللقاح المضاد لفيروس كورونا ونظريات المؤامرة المحيطة بوباء كوفيد-١٩ على نطاق واسع عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول العالم، كشفت المتحدثة باسم البيت الأبيض جين ساكي في مؤتمر صحفي للحدث عن خطوات إجرائية من أجل ضبط النشر على شبكات التواصل الاجتماعي لضمان مصداقية النشر حول ما يقال عن لقاح (كوفيد-١٩)؛ مما يدل على أهمية التخطيط العميق لتوظيف تلك الشبكات كما يجب^(٥).

واتهم رئيس الولايات المتحدة الأمريكية جو بايدن في مقابلة له أن شبكة التواصل "فيسبوك" و"أخرين" تتسبب "بقتل الناس"؛ وذلك لتماديهم في السماح بنشر معلومات مغلوطة وخاطئة عن لقاحات فيروس كورونا على منصتها^(٦). الأمر الذي استدعى من منصة "تويتر" التأكيد أنه سيكون مطلوباً من المستخدمين حذف التغريدات الجديدة التي تقدم مزاعم كاذبة أو مضللة حول لقاح (كوفيد-١٩)^(٧). وأشارت العديد من المواقع الإعلامية إلى أنه رغم محاولات شبكات التواصل الاجتماعي الكبرى مثل "فيسبوك" و"تويتر" مكافحة انتشار المعلومات المزيفة، ما تزال نظريات المؤامرة ضد لقاحات فيروس كورونا تجد رواجاً في العالم بأسره، من خلال وسائل بديلة، أهمها مجموعات واتساب المغلقة وتليغرام^(٨).

وذكر المتحدث الرسمي لوزارة الصحة في المملكة العربية السعودية الدكتور محمد عبدالعالي في مؤتمر صحفي حول الخدمات الصحية والإجرائية لموسم الحج أن "دلنا" كورونا مثيرة للقلق في العالم، بسبب سرعة انتشاره وتأثيره على المصاب^(٩). ونشرت وكالة الأنباء السعودية (واس) على حسابها في شبكة التواصل الاجتماعي "تويتر"، أنه وفقاً لمصدر مسؤول في وزارة الداخلية فقد تقرر اشتراط أخذ الجرعة الثانية من



اللقاح المضاد لفيروس كورونا المستجد للسفر إلى خارج المملكة لجميع المواطنين؛ نظراً لما تشهده دول العالم من ظهور موجات انتشار جديدة للوباء وظهور متحورات للفيروس (١٠).

ومن هنا يأتي دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين وتعزيز الوعي لدى الجماهير للتعامل مع هذه الأزمة، فمع تزايد وتيرة الأوبئة والفايروسات دفع ذلك الأفراد بالبحث والاعتماد على المعلومات الصحية من خلال مختلف المنصات المتاحة للتعرف على أحداث المتحور "دلتا" و"دلتا بلس" وكيفية الوقاية منه، وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي عاملاً مهماً في نشر المعلومات العامة والمتخصصة. لذا تسعى الدراسة التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالمتحور "دلتا"، ومعرفة مستوى التأثير والدوافع التي توجه الجمهور لاستخدام الشبكات الاجتماعية، بجانب العوامل التي تؤثر على هذا الاستخدام ومدى الاعتماد عليها.

أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال الاعتبارات التالية:

١. تكمن أهمية الدراسة من خلال تقديم تصورات معينة لصناع القرار المهتمين بتوجيه وتنقيف الرأي العام وتوجيههم الوجهة الصحيحة في التوعية بمخاطر وباء كورونا (كوفيد-١٩) والمتحور "دلتا" الذي يتعاطم خطره يوماً بعد يوم.
٢. أنها تتعرض لأحد الموضوعات التي لم تحظى بالبحث والدراسة في الأدبيات العربية، خصوصاً في مجال التوعية.
٣. بيان مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المشاركة المجتمعية في التوعية الصحية لدى الرأي العام.



٤. تدعيم وإثراء مجال الأبحاث الخاصة بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي خاصة مع زيادة الطرح الخاص بأهميتها في السنوات الأخيرة.
٥. الاستفادة من نتائج الدراسة لتحسين المعلومات الصحية المقدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.
٦. تزداد أهمية الدراسة بما ما ستقدمه من توصيات ونتائج تساعد على فهم الواقع والمستقبل الإعلامي للشبكات الاجتماعية.

الدراسات السابقة:

بعد مراجعة الباحث التراث العلمي السابق المرتبط بموضوع الدراسة، تنوعت الدراسات السابقة التي ترتبط بالوعي الصحي بشكل عام، ودراسات تناولت الوعي الصحي بفيروس كورونا (كوفيد-١٩) ومشتقاته، لذا تم حصر هذه الدراسات وترتيبها زمنياً من الأحدث للأقدم مع تقسيمها وعرضها على محورين كالتالي:

- ١- دراسات تناولت التوعية الصحية.
- ٢- دراسات تناولت فايروس كورونا (كوفيد-١٩).

المحور الأول: دراسات تناولت التوعية الصحية.

دراسة (Mohammed، ٢٠٢١)^(١١) والتي هدفت إلى وصف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التوعية الصحية بين المعلمين الصحيين والطلاب في المملكة العربية السعودية. من خلال توزيع استبيان على ٤٥٠ معلماً صحياً وطالباً من خلال مجموعات WhatsApp. وكشفت الدراسة أن ٩٩٪ من المشاركين استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض عامة، فيما استخدم أكثر من نصف المشاركين منصات الشبكات الاجتماعية لأغراض التوعية الصحية المجتمعية في المملكة العربية السعودية، من خلال تسهيل الوصول للجمهور، وزيادة المحتوى الصحي العربي،



بجانب تصحيح المعلومات الخاطئة. فيما لم يستخدم ٤١٪ من المستجيبين وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية الصحية؛ لأنهم لم يتقوا في المعلومات الصحية عبر الإنترنت. ويعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مناسب لتثقيف شعب المملكة العربية السعودية حول كيفية تعزيز الصحة العامة وإدارة عبء الأمراض التي تصيبهم.

- دراسة (بن لبده، ٢٠٢٠)^(١٢) التي تهدف إلى تقييم دور قنوات الإعلام الجديد في تحقيق التغيير المجتمعي ورفع وعيه في الشأن الصحي عبر الحملات الإعلانية التوعوية التي تبثها وزارة الصحة السعودية من خلال قنوات الإعلام الجديد. واستخدم الباحث منهج المسح في إطار الدراسات الوصفية، وكان عينة الدراسة قوامها ٢٠٠ مفردة من الجمهور السعودي. وكشفت نتائج الدراسة عن وجود دلالة إحصائية لمدى تأثير متابعة عينة الدراسة لإعلانات حملات التوعية الصحية على قنوات الإعلام الجديد على قدرة عينة الدراسة على تذكرها لعناصر هذه الإعلانات، ووجود دلالة إحصائية لتأثير متابعة عينة الدراسة لإعلانات حملات التوعية الصحية على قنوات الإعلام الجديد على خصائص الرسالة الإعلانية المؤثرة في تحقيقها لهدفها، وأوضحت الدراسة تأثير متابعة عينة الدراسة لإعلانات حملات التوعية الصحية على قنوات الإعلام الجديد على تحديد العوامل المؤثرة في سلوك المشاركة المجتمعية، وعلى السلوكيات التي يقومون بها بعد مشاهدة هذه الحملات.

- دراسة (حسيبة وبجبح، ٢٠٢٠)^(١٣) التي هدفت إلى معرفة مدى مساهمة مضامين مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي، وكانت عينة الدراسة ٥٠% من حجم المجتمع الكلي لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة تاسوست جيجل بالجزائر، والذي يبلغ ٨٨٢ مفردة، وتدرج الدراسة تحت الدراسة الوصفية، حيث اعتمدت على أداة الاستبيان، وأوضحت نتائج الدراسة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة أو فضاء اتصالي لمستخدميها، سواء كانوا أشخاص أو مؤسسات أسهموا في نشر



المضامين الصحية التوعوية، وتحظى هذه المواضيع باهتمام بالغ من طرف المستخدمين بالنظر لما لها من خصوصية في حياة الأفراد كونها مرتبطة بالجانب الصحي للإنسان، حيث تنصدر المواضيع الصحية الوقائية اهتمام مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي سواء في الحالات العادية أو غير العادية بما يعكس مدى الوعي الصحي لدى مستخدميها.

- دراسة (Mejova، ٢٠٢٠)^(١٤) التي هدفت إلى زيادة الوعي باضطرابات الأكل. وأعدت الدراسة نموذجاً للتغيير في سلوك المشاركين ويتفاعلون مع محتوى (NEDAwareness) على منصة "تويتر"، وكشفت الدراسة أنه على الرغم من مشاركة مؤثرين مشهورين في الحملة، إلا أن الحسابات الحكومية وغير الربحية هي التي تجتذب معظم عمليات إعادة التغريد. وعند فحص تغريدات المشاركين المتفاعلين مع الحملة، يتضح أن الفئات المتعلقة بالمرأة والأسرة والقلق تم ذكرها أكثر من الفئات الأخرى للدراسة، وأن وسائل التواصل الاجتماعي استخدمت بشكل متزايد للرسائل الصحية.

- دراسة (Aldin، ٢٠٢٠)^(١٥) التي هدفت إلى معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في السلوك الصحي للمستهلكين تجاه مستحضرات التجميل العشبية، من خلال المقابلات العميقة مع ٤٥٠ مفردة لجمع البيانات في الأردن بشكل عشوائي. وأوضحت الدراسة أن معظم الناس في الأردن يفضلون مستحضرات التجميل العشبية بسبب سلامتها، كما اتفق ٦١.٣٣٪ من العينة على أن وسائل التواصل الاجتماعي أدت دوراً مهماً في تحويل رغبتهم من مستحضرات التجميل العضوية إلى مستحضرات التجميل العشبية، من خلال دعوة المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لدفع الناس في مستحضرات التجميل العشبية.

- دراسة (علي، ٢٠١٧)^(١٦) التي عملت على معرفة رأي المختصين في وزارة الصحة الأردنية بما تنشره شبكة الفيسبوك من معلومات صحية، وما هي أكثر المواضيع جذباً وأهمها من وجهة نظرهم، ومدى تأثيرها على متصفح الشبكة في تعزيز وعيهم الصحي. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لغرض استطلاع آراء المختصين في وزارة الصحة من خلال استخدام الباحث استبانة كأداة للدراسة، وكانت عينة الدراسة بلغت ٢٧٣ مفردة، وتوصلت الدراسة أن أكثر ما تتسم به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفيسبوك هي ميزة التنوع، كما أوضحت النتائج أن مسألة تخفيف الوزن والبحث عن الرشاقة وطرق الحمية الغذائية من أكثر الموضوعات التي خرج بها البحث، وكانت أبرز الأشباع المتحققة من شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية كانت زيادة الثقافة الصحية، وزيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، واكتساب العادات الصحية السليمة.

المحور الثاني: دراسات تناولت فايروس كورونا (كوفيد-١٩) ومشتقاته.

-دراسة (Rai، ٢٠٢١)^(١٧) التي قدّمت لتقديم نموذجاً رياضياً لتقييم تأثير إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي على ديناميكيات انتقال جائحة COVID-19 في الهند من خلال التغطية الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي (Facebook و Twitter و WhatsApp وأنماط أخرى) بما في ذلك التلفزيون والراديو ووسائل الإعلام المطبوعة، والاستجابات السلوكية للأفراد فيما يتعلق بالتدابير الوقائية. وكشفت الدراسة عن فاعلية إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في خفض معدل انتقال المرض، وتقليل معدلات الاتصال للأشخاص المعرضين للإصابة بمن لا تظهر عليهم أعراض، فتفشي المرض يشير إلى أن معدل انتقال المرض يحتاج إلى السيطرة عليه وإلا ستتأثر نسبة كبيرة من السكان في غضون فترة زمنية قصيرة، وتسهم الاستجابة السلوكية للفرد في ظل وجود حملات إعلامية عالمية في زيادة معدل الاستشفاء للأفراد الذين يعانون من أعراض وتشجع أيضاً الأفراد الذين لا تظهر عليهم أعراض على إجراء



بروتوكولات صحية ، مثل العزلة الذاتية ، والتباعد الاجتماعي. وتوضح نتائج الدراسة أن هناك حاجة إلى نشر الوعي المستمر من خلال إعلانات شبكات التواصل الاجتماعي لتشجيع الناس على تبني تدابير وقائية وإجراء التطعيم بانتظام من قبل السلطات الصحية والمسؤولين الحكوميين لاستشفاء الأفراد الذين تظهر عليهم الأعراض والحجر الصحي للأفراد الذين لا تظهر عليهم أعراض للسيطرة على انتشار المرض في الهند.

- دراسة (عزوز، ٢٠٢٠)^(١٨) التي سعت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور بضرورة التباعد الاجتماعي بين الناس أثناء جائحة كورونا، وتنتمي الدراسة الى الدراسات الوصفية من خلال استخدام منهج المسح بالاعتماد على الاستبانة كأداة مستخدمة في جمع المعلومات، وبلغت عينة الدراسة ٢٥٠ مفردة. وأوضحت نتائج الدراسة أن عينة الدراسة اعتمدت على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة جائحة كورونا، حيث كان من أهم أسباب ذلك تميزها بسرعة نقل الأخبار وتوضيح سبل الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا، وبالرغم من أن نتائج الدراسة أشارت إلى ثقة أغلب أفراد العينة بالمعلومات الصحية الخاصة بكورونا، إلا أن هناك ما يقرب من ٢١% لا يتقنون في المعلومات المقدمة عن أزمة كورونا.

- دراسة (عيشوش وبوسرسوب، ٢٠٢٠)^(١٩) التي كشفت عن مدى مساهمة شبكة الفيسبوك في دعم وتعزيز التوعية الصحية في المجتمع الجزائري، وتحديد الدور الذي تؤديه في بلورة وتحقيق ونشر التوعية الصحية، انطلاقاً من طرق وأنماط الاستخدام لدى متتبعي صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجاً. واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي مع تطبيق أدواتي الملاحظة بالمشاركة، والاستبيان الإلكتروني على عينة قصدية عبر استطلاع آراء المستخدمين تكونت من ٢٢٠ مفردة، وأشارت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن أغلبية رأي الباحثين حول صفحة أخبار فيروس كورونا على الفيسبوك كان مصدر كاف لهم بنسبة ٤٠,٩%، كذلك نسبة من



أثرت على تعزيز قناعتهم كانت ٤٦,٨%، وأن أغلبية المبحوثين يشجعون بدرجة عالية على فتح صفحات على شبكة الفيسبوك هدفها التوعية الصحية بنسبة ٥٠%، كما أن شبكة الفيسبوك تؤدي دورا فعالا في تعزيز التوعية الصحية السليمة، وأن أهم المواضيع التي تقدمها هي زيادة الوعي، والتواصل مع الجهات الطبية، والفحص الدوري المبكر.

- دراسة (شهرزاد ونور الهدى، ٢٠٢٠)^(٢٠) التي سعت إلى كشف دور شبكات التواصل الاجتماعي وتحديدًا شبكة الفيسبوك من خلال صفحة (التوعية الصحية ضد فيروس كورونا-الجزائر)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت الدراسة على أداتي الملاحظة بالمشاركة، والاستبانة لجمع البيانات من المبحوثين، وبلغ عدد عينة الدراسة ١١٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن الأسباب التي دفعت المشاركين في الدراسة إلى متابعة تلك الصفحة التوعوية هو دافع التوعية الصحية وخطورة المرض وانتشاره، فأفراد العينة حققوا إشباع في التزويد بالتقافة والتوعية الصحية، ومنه الأثر الإيجابي على أفراد العينة، فشبكات التواصل الاجتماعي ومنها الفيسبوك استطاع أن ينمي نسبة المشاركة والتفاعلية بين أفراد العينة حول موضوع فيروس كورونا كوفيد ١٩ بشكل متزايد ومستمر.

- دراسة (خيرة، ٢٠٢٠)^(٢١) التي هدفت إلى كشف أهمية الإعلام الصحي ودوره في إدارة الأزمة، واستكشاف أشكال التغطيات الإعلامية لجائحة كورونا كوفيد-١٩، أوضحت النتائج تعاظم دور الإعلام الصحي خلال أزمة كورونا الذي شهد غياب في السنوات الماضية واقتصر ظهوره في كتب الإعلام المتخصص، وهو ما فرض عودة الإعلام الصحي إلى الواجهة من خلال العمل على بث برامج تغني بالتوعية الصحية للمجتمع، بجانب تحذيرهم بمخاطر الإصابة بالوباء. واستطاع الإعلام الصحي الرسمي استقطاب الجمهور للحصول على المعلومات الخاصة بالوباء رغم تنافسه مع شبكات التواصل الاجتماعي، التي أضحت فضاء افتراضيا لصناعة الأخبار الكاذبة. وأوصت



الدراسة بضرورة التزام الإعلام الصحي بالموضوعية وبتث المعلومات الصحيحة بجانب الحد من التهويل أو التهوين في معالجته لجائحة كورونا، والاستعانة بالأخصائيين والإعلاميين الأكفاء لمناقشة البرامج الخاصة بأزمة كورونا، وتصحيح المعلومات الزائفة المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي.

- دراسة (مصطفى، ٢٠١٩) (٢٢) التي هدفت إلى رصد دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩"، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح معتمداً على استمارة استبيان وزعت على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور السعودي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن غالب المبحوثين أوضحوا أن من أولى أسباب متابعتهم للمواقع الإخبارية هو متابعة التطورات المتصلة بأزمة فيروس كورونا أول بأول، كما أن نسبة ٩٠% من المبحوثين يرون أن المواقع الإخبارية السعودية تتحرى صحة المعلومات ودقتها حول أزمة كورونا، وأن المملكة تعمل جاهدة للحد من زيادة انتشار الوباء بين أبنائها، حيث بلغ نسبة المبحوثين ممن وافقوا على عبارة نشعر بالفخر بدور المملكة ومساعدتها للدول الأخرى ٨٦.٣%، فيما عدَّ ما نسبة ٥٩% من المبحوثين أن تكرار تقديم المعلومات يدفع الجمهور للملل في المتابعة.

- دراسة (الفرم، ٢٠١٤) (٢٣) التي سعت إلى التعرف على مستوى استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب-فيسبوك- تويتر) في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث على منهج المسح لمسح المنصات الإلكترونية للمدن الطبية في مدينة الرياض (محل الدراسة) على شبكات التواصل الاجتماعي يوتيوب و تويتر وفيسبوك، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة؛ أن نسبة ٧٣% من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر- فيسبوك- تويتر)، كذلك ٦٠% من المدن



الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية حيال مرض كورونا، بجانب ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لاستخدام المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلية، وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي.

التعليقات على الدراسات السابقة:

يتبين من نتائج الدراسات السابقة أن هناك ميلا من المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض التوعية الصحية بشكل عام من خلال متابعتهم الحسابات الحكومية وغير الربحية، إلا أن الإعلام الصحي الرسمي استطاع استقطاب الجمهور للحصول على المعلومات الخاصة بالوباء رغم تنافسه مع شبكات التواصل الاجتماعي، رغم ذلك هناك نسبة كبيرة لا يتقنون في المعلومات الصحية عبر الإنترنت، بالرغم من مشاركة مؤثرين مشهورين في الحملات، وهو ما يتعارض مع دراسة (Aldin، ٢٠٢٠) التي أشارت أن المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي ساهموا في التأثير على سلوك المستهلك الأردني اتجاه اختيار مستحضرات التجميل العشبية.

ويتضح من الدراسات السابقة أن أغلب الدراسات استخدمت منهج المسح، والاستبيان كأداة لجمع معلومات الدراسة. كما يتضح عدم وجود دراسة عربية أو أجنبية -في ظل معرفة الباحث- اتجهت لدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي بالمتحور "دلتا" و"دلتا بلس"، وهو ما يشير إلى وجود فراغ بحثي يتطلب دراسته في هذا المجال وهو ما يأمل الباحث أن تضيفه هذه الدراسة للجهود العلمية السابقة، فجميع الدراسات السابقة تحدثت عن الموجة الأولى لفايروس كورونا (كوفيد-١٩) دون التحدث عن تطور الفايروس الذي أصبح أكثر شراسة وفتكاً بالبشرية، وهو ما يبرز أهمية هذه الدراسة.



وأستفاد الباحث من الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة، وتحديد الإطار النظري المناسب للدراسة، الذي تمثل في نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، بجانب صياغة التساؤلات والفروض العلمية.

مشكلة الدراسة:

تمثل شبكات التواصل الاجتماعي عاملاً مهماً في نشر المعلومات العامة والمتخصصة، وفي ضوء الدراسات السابقة ونتائجها وارتفاع أرقام نسب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الجمهور السعودي؛ فقد تحددت مشكلة الدراسة الحالية في التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالمتحور "دلتا"، ومعرفة مستوى التأثير والدوافع التي توجه الجمهور لاستخدام الشبكات الاجتماعية، بجانب العوامل التي تؤثر على هذا الاستخدام والاعتماد عليها.

أهداف الدراسة

- ١- التعرف على معدل استخدام الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي.
- ٢- التعرف على دوافع الجمهور في الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي بخصوص المتحور "دلتا".
- ٣- التعرف على إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق التوعية الصحية المطلوبة بالمتحور "دلتا".
- ٤- التعرف على أكثر شبكات التواصل الاجتماعي أهمية من وجهة نظر المبحوثين التي تعد مصدر للمعلومات المعتمد عليها لتعزز الوعي الصحي لديهم.
- ٥- التعرف على مستوى تفاعل الجمهور مع محتوى المتحور "دلتا" على شبكات التواصل الاجتماعي.

أسئلة الدراسة

- ١- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التوعية الصحية بالمتحور "دلتا"؟
- ٢- ما أبرز شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر اعتمادية لدى الجمهور في الحصول على المعلومات الصحية بشأن المتحور "دلتا"؟
- ٣- ما الحسابات التي يتابعها الجمهور في الحصول على معلومات عن المتحور "دلتا"؟
- ٤- ما أسباب تعرض الجمهور لموضوعات المتحور "دلتا" على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٥- ما مدى اقتناع واستفادة الجمهور بالمعلومات وشبكات التواصل الاجتماعي حول موضوع المتحور "دلتا"؟
- ٦- ما أوجه تفاعل ومشاركة الجمهور مع محتوى شبكات التواصل الاجتماعي حول موضوع المتحور "دلتا"؟
- ٧- ما تأثيرات اعتماد الجمهور على شبكة التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالمتحور "دلتا"؟

فروض الدراسة

الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول المتحور "دلتا" وبين التأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين استفادتهم منها حول المتحور "دلتا".



الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كفاية المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا" وبين اعتمادهم عليها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة تفاعلهم مع المضامين المنشورة عبرها حول المتحور "دلتا".

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثيرات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا" تبعاً لمتغيراتهم الديمغرافية.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة بشكل رئيس على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام للحصول على المعلومات حول موضوع أو حدث معين؛ وذلك لارتباطها بمدى قدرتها على تحقيق التأثير والتغيير في سلوك الأفراد والأثر الواسع على آراء أفراد المجتمع، وأسهمت التطورات التقنية في مجال الإعلام التي تمخض منها شبكات التواصل الاجتماعي للقيام بدور في العديد من المجالات بجانب نقل الأخبار والأحداث بشكل سريع بين المجتمع، مما أسهم في تعزيز فكرة الاعتماد عليها بشكل كبير في العديد من المجالات الإخبارية.

ونشأت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عام ١٩٧٤م للباحثين "ميلفين ديفلير، وساندرا روكيتش" بعد تقديم جموعة أبحاث تشير إلى أن وسائل الإعلام تعد مصدر قوة مؤثرة على الأفراد لما تسهم به من إمدادهم بمجموعة من المعلومات حول المواضيع المختلفة، فهي تعمل كمرجع لتوفير المعلومات والبيانات اللازمة للأفراد من أجل تحقيق أهدافهم، كما شارك الباحث "ديفلر" بوضع نماذج لنظرية الاعتماد معتمداً على مكونات رئيسية للإعلام التي تتكامل مع بعضها البعض كوسيلة للإعلام،



والمجتمع، والجمهور، مما يحدث تأثيراً إعلامياً بينها، فكلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لتلبية حاجاته من المعلومات زادت التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية لتلك الوسائل. وتكمن قوة وسائل الإعلام وفقاً للنظرية في مدى السيطرة على مصادر المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه واحتياجاته المختلفة التي تتزايد وتتسع بتزايد حجم المجتمع وتعقيده (٢٤).

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الفرضيات، أبرزها: (٢٥)

١- كلما زاد اضطراب وعدم استقرار المجتمع زادت الحاجة للمعلومات، ويزداد إقبال الجمهور واعتماده على وسائل الإعلام.

٢- كلما كان النظام الإعلامي قادراً على إشباع حاجات الجمهور تزداد درجة اعتماده وإقباله على الوسائل الإعلامية.

٣- يختلف درجة إقبال الجمهور على وسائل الإعلام، ودرجة اعتماده عليها نتيجة الاختلاف في الأهداف والحاجات والاتجاهات الفردية.

وتتميز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كونها تفسر العلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع؛ مما يؤدي إلى تكامل هذه الأنظمة مع بعضها البعض، كما أنها تجمع بين العناصر الرئيسية لنظرية الاستخدام والإشباع من جانب ونظريات التأثير من جانب آخر، وتتضمن عدداً من عناصر علم الاجتماع، وبعض المفاهيم من علم النفس، فهي تتبنى الظروف التاريخية والبنائية بصورة أكبر من المتغيرات الفردية، مما يجعلها من النظريات المفضلة لدى العديد من الباحثين.



الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق وواقع الأحداث المتعلقة بظاهرة من الظواهر كالسلوك والاتجاه، بغرض الوصول الى استنتاجات علمية، لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكمالته أو تطويره، بالاعتماد على الأساليب الكمية والأساليب الكيفية، والتحليل الإحصائي للوصول الى حلول ومقترحات تسهم في تغيير الواقع. وتسعى هذه الدراسة الى وصف ظاهرة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور السعودي بالمتحور "دلتا".

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على منهج المسح، الذي يعد من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية، حيث يعد المنهج الرئيسي في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطار البحوث الوصفية، ويعد جهداً علمياً منظماً يسعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها، وفي إطار هذا المنهج تستخدم الدراسة أسلوب مسح المجتمع السعودي من خلال استمارة الاستقصاء على كافة فئات لمن هم فوق ١٨ عاماً.

مجتمع وعينة الدراسة

يعد مجتمع الدراسة الميدانية أفراد المجتمع السعودي من الذكور والإناث المواطنين من هم فوق ١٨ عاماً، حيث عمل الباحث على توزيع الاستبانة بطريقة العينة العشوائية المتاحة من خلال إعداد وتصميم الاستمارة إلكترونياً على موقع (Google Drive).



واستندت هذه الدراسة على عينة قوامها ٣٢٠ مفردة من المجتمع السعودي، وقد راعى الباحث أن تكون هذه العينة ممثلة قدر الإمكان لمجتمع الدراسة.

حدود الدراسة.

حدود زمانية: نفذت الدراسة الميدانية وتم توزيع الاستمارة خلال الفترة من ٢٠٢١/٦/١م وحتى ٢٠٢١/٧/١٥م، وحرص الباحث على جمع الاستمارات وتصنيفها للتأكد من صحتها قبل إجراء المعادلات الإحصائية المناسبة.

حدود مكانية: مجال الدراسة النطاق الجغرافي للمملكة العربية السعودية.

مصطلحات الدراسة:

شبكات التواصل الاجتماعي: يقصد بها أي تقنية قائمة على الويب تهدف إلى إنشاء اتصال افتراضي عبر الإنترنت مثل مواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع المدونات ومواقع مشاركة الفيديو وما شابه ذلك من خدمة أو تطبيق أو منصة متعلقة بالوسائط الاجتماعية^(٢٦).

جائحة كورونا (كوفيد-١٩): هو مرض معدي يسبب التهاب رئوي حاد معروف باسم (كورونا) والذي أعلنته منظمة الصحة العالمية جائحة عالمية، ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر ٢٠١٩، وسرعان ما تحوّل (كوفيد-١٩) إلى جائحة أثرت على العديد من دول العالم^(٢٧).

المتحور "دلتا": سمي المتحور (B.1.617.2) بموجب نظام تسمية أقر في 31 مايو 2021 من قبل منظمة الصحة العالمية، التي أطلقت على متحورات كورونا أسماءً مماثلة بالاعتماد على أسماء أحرف الأبجدية اليونانية^(٢٨).



أدوات جمع المعلومات:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان (Questionnaire)، حيث قام الباحث بتصميم استمارة استبيان إلكترونية حرص من خلالها على تحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من الأكاديميين والمتخصصين في الإعلام والاتصال لتحكيمها، وقد تم الأخذ بالملاحظات والتعديلات التي اتفق عليها أغلب المحكمين، ومن ثم إخراج الاستبانة بصورتها النهائية.

اختبار الصدق والثبات:

أ/ اختبار الصدق: يشير اختبار الصدق إلى أن المقياس المستخدم يعرف المفهوم الذي يقيسه تعريفاً محدداً ودقيقاً، ولهذا ينبغي أن يخلو المقياس من الأخطاء القياسية وغير العشوائية، ويبدأ الصدق من الفهم الدقيق للمفاهيم التي ينبغي قياسها، ومن ثم وضع مقاييسها بدقة قدر الإمكان^(٢٩). وللتحقق من صدق أداة الدراسة ومقاييسها، تم استخدام طريقتين، الأولى: الصدق الظاهري، والثانية: صدق البناء.

الصدق الظاهري: حرص الباحث على شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل ووضوح فقراتها ومفرداتها. حيث عرض الباحث الاستبانة على عدد من المحكمين من الأكاديميين والمتخصصين في مجال الإعلام للتعرف على مدى صدقها في قياس ما وضعت لقياسه، وفي ضوء آراء المحكمين قام الباحث بالأخذ بالملاحظات والتعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين، وعليه تم إخراج الاستبانة بصورتها النهائية^(٣٠).

صدق البناء: نظراً لعدم قدرة الصدق الظاهري على تحديد درجة الأخطاء في المقاييس، تم تدعيمه بصدق البناء، الذي يقيس درجة توافق نتائج المقياس مع البناء النظري للمفهوم (Sekaran, ٢٠١٦)^(٣١). ويتم التحقق منه باستخدام التحليل العاملي



للبنية (الفقرات) المكونة لعوامل المقياس، وفي الدراسة الحالية تم استخدام التحليل العاملي الاستكشافي بطريقة المكونات الأساسية، وتم قبول تشبع الفقرات على العامل عند قيمة (٠.٤٠) فأكثر، وتم استخدام إعادة التدوير بطريقة الفاريماكس، ومحك الجذر الكامن الواحد الصحيح. وبعد التحقق من اختبار كايزر (KMO)، واختبار بارتليت (Bartlett's test) لكفاءة التحليل العاملي لكل المقاييس، وجاءت نتائج التحليل لمقاييس الدراسة كالاتي:

مقياس دوافع التعرض: تشبعت (٤ عبارات) على عامل الدوافع، استوعبت (٢.٨٣١) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (٧٠.٧٧%) من المفهوم محل القياس.

مقياس التفاعل مع مضامين المتحور "دلثا": تشبعت (٥ عبارات) على عامل التفاعل، استوعبت (٢.٧٢٦) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (٦٤.٥٢%) من مفهوم التفاعل.

مقياس تأثيرات الاعتماد المعرفية: تشبعت (٣ عبارة) على عامل واحد، استوعبت (٢.١٠٠) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (٧٠%) من مفهوم تأثيرات الاعتماد المعرفية.

مقياس تأثيرات الاعتماد الوجدانية: تشبعت (٣ عبارات) على عامل واحد، استوعبت (٢.١٥١) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (٧١.٧٠%) من مفهوم تأثيرات الاعتماد الوجدانية.

مقياس تأثيرات الاعتماد السلوكية: تشبعت (٤ عبارات) على عامل واحد، استوعبت (٢.٦٣٢) من التشبعات الكامنة، وفسرت ما نسبته (٦٥.٧٩%) من مفهوم تأثيرات الاعتماد السلوكية.



ومن خلال نتائج التحليل العاملي السابق تبين أن العبارات التابعة لكل عامل تفسر المفهوم بنسبة تزيد عن (٦٠%)، كما أن قيم تشبعات العبارات على عواملها تزيد عن (٠.٤٠)، حيث تشير المؤلفات الإحصائية إلى أن الحد الأدنى لقبول التباين المفسر (٠.٦٠%)، وأن القيمة الأدنى لقبول تشبع العبارات على عواملها هي (٠.٤٠%)^(٣٢)، ما يعني أن جميع المقاييس تتمتع بصدق البناء.

ب/ اختبار الثبات:

لقياس مدى ثبات الاستبانة استخدم الباحث (معادلة ألفا كرونباخ) لقياس ثبات الدخلي للأداة المستخدمة، وفق الجدول التالي:

جدول (١) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

مقاييس الدراسة	عدد العناصر	قيمة ألفا كرونباخ
دوافع التعرض	٤	٠.٨٥
التفاعل مع مضامين المتحور "دلنا"	٥	٠.٧٧
تأثيرات الاعتماد المعرفية	٣	٠.٧٩
تأثيرات الاعتماد الوجدانية	٣	٠.٨٠
تأثيرات الاعتماد السلوكية	٤	٠.٨٣

تشير نتائج الجدول رقم (١) إلى أن قيم معامل ألفا كرونباخ قد تراوحت بين (٠.٧٧ - ٠.٨٥)، وجميعها قيم مرتفعة، تتجاوز القيمة الأدنى المقبولة لإلفا كرونباخ (٠.٧٠)، حيث أشار (Hair, et al)، (٢٠١٤) إلى أن الحد الأدنى لقبول قيمة ألفا كرونباخ هو (٠.٧٠)^(٣٣). وبناءً على ما سبق نستنتج وجود اتساق بين العبارات التي تقيس مفاهيم الدراسة، وأن جميع العبارات الداخلة في قياس كل مفهوم ثابتة، وبالتالي فإن جميع مقاييس الدراسة تتمتع بثبات عالي.

اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات:

لاختبار اعتدالية البيانات، والتحقق من أنها تتبع التوزيع الطبيعي، تم استخدام اختباري الالتواء والتفرطح، وجاءت النتائج كما يعرضها الجدول الآتي

جدول (٢) اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات مقياس الدراسة

المقاييس	اختبار الالتواء Skewness	اختبار التفرطح Kurtosis
دوافع التعرض	٠.٣٠٠	-٠.٣٢٦
التفاعل مع مضامين المنحور "دلتا"	-٠.٩٧١	٠.٣١١
تأثيرات الاعتماد المعرفية	-٠.٣٣٥	-٠.٤٢١
تأثيرات الاعتماد الوجدانية	-٠.٤١٠	-٠.٢٩١
تأثيرات الاعتماد السلوكية	-٠.٣٥٤	-٠.٤٧٠

من نتائج الجدول رقم (٢) يتبين أن قيم الالتواء لمقاييس الدراسة قد تراوحت بين (-٠.٩٧١، ٠.٣٠٠)، بينما تراوحت قيم التفرطح لمقاييس الدراسة بين (-٠.٤٧٠، ٠.٣١١)، وتشير المؤلفات الإحصائية^(٣٤) إلى أنه كلما كانت قيم الالتواء والتفرطح محصورةً بين (± 2) اقتربت بيانات المقياس من التوزيع الطبيعي، ويلاحظ من قيم الالتواء والتفرطح لمقاييس الدراسة بأنها لم تتجاوز القيمتين (+٢، و-٢)، ما يؤكد أن بيانات مقياس الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

الأساليب الإحصائية:

بعد مراجعة البيانات، تم تفرغها إلى برنامج الحزم الإحصائية في الدراسات الاجتماعية SPSS، وتم إجراء العمليات الإحصائية التالية:

أ/ الإحصاءات الوصفية: (التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات المرجحة والانحرافات المعيارية)

ب/ الاختبارات الإحصائية الآتية:



- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent Samples T-Test): لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- اختبار تحليل التباين ذو البعد الواحد: (One Way analysis Of Variance) المعروف اختصاراً باسم (ANOVA)؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- اختبار (Scheffe) أحد الاختبارات البعدية (Post Hoc Test): لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت اختبار تحليل التباين (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- معامل ارتباط سيرمان (spearman's rank correlation coefficient): لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين أحدهما أو كليهما من المستوى الرتبي، ومعامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من المستوى الفترتي (Interval)، وقد عدت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠، ومتوسطة إذا كانت قيمة المعامل ما بين (٠.٣٠ - ٠.٧٠)، وقوية إذا زادت عن ٠.٧٠.
- تم الأخذ بصحة الارتباطات والفروق الإحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، ودرجة ثقة (٠.٩٥).

ثانياً: النتائج الدراسة

أولاً: خصائص عينة الدراسة:

١/ خصائص عامة

جدول (٣) خصائص عينة الدراسة

النسبة	التكرار	المتغير	
٩٣.٤	٢٩٩	ذكور	النوع
٦.٦	٢١	إناث	
٥.٦	١٨	أقل من ٢٠ سنة	العمر
٥٠.٣	١٦١	٢٠ - ٢٩ سنة	
١١.٦	٣٧	٣٠ - ٣٩ سنة	
٣٢.٥	١٠٤	٤٠ سنة فأكثر	
١٣.٤	٤٣	تعليم عام أقل من جامعي	المستوى لتعليمي
٦٥.٠	٢٠٨	تعليم جامعي	
٢١.٦	٦٩	دراسات عليا	
٤٩.٧	١٥٩	يعمل	العمل
٥٠.٣	١٦١	لايعمل	
٥٠.٦	١٦٢	أقل من خمسة آلاف ريال	الدخل الشهري
١٦.٣	٥٢	من ٥ إلى أقل من ١٠ آلاف ريال	
٣٣.١	١٠٦	١٠ آلاف ريال فأكثر	
١٠٠	٣٢٠	الإجمالي	

تشير نتائج الجدول رقم (٣) إلى الآتي: ورد الذكور ضمن عينة الدراسة بنسبة كبيرة ٩٣.٤%، مقابل نسبة قليلة من الإناث ٦.٦%، ويعود ذلك إلى تعاون الذكور في تعبئة الاستبيان، وتفاعلهم في الإجابة على أسئلتها ومحاورها، بعكس الإناث التي لم تستجب بالدرجة المطلوبة.

حصلت الفئة العمرية من ٢٠ إلى ٢٩ سنة على المرتبة الأولى بين الفئات العمرية الأكثر ظهوراً في العينة، حيث بلغت نسبتها ٥٠.٣%، يليها الفئة العمرية (٤٠ سنة فأكثر) بنسبة ٣٢.٥%، وهذا يعني



توزع أفراد العينة بين فئة الشباب وفئة النضج وكبار السن، كما حصلت الفئة العمرية (٣٠-٣٩ سنة) على نسبة ١١.٦%، في المقابل جاءت الفئة العمرية أقل من ٢٠ سنة في المرتبة الأخيرة بنسبة ضعيفة بلغت ٥.٦%. وهذا يشير إلى قلة مشاركة المراهقين والأطفال في العينة، وهم الفئة النادر إصابتها بفيروس كورونا والسلالات المتحورة عنه.

فيما يتعلق بالمستوى التعليمي للمشاركين في الدراسة، تصدرت فئة الجامعيين المرتبة الأولى بنسبة ٦٥%، يليها فئة الدراسات العليا بنسبة ٢١.٦%، في المقابل جاءت فئة التعليم العام في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٣.٤، وهذا يشير إلى أن غالبية المشاركين من ذوي التأهيل العلمي الجيد (جامعي فما فوق). ويلاحظ من النتائج تقارب نسب المشاركين من العاملين وغير العاملين، حيث بلغت نسبة الباحثين ممن لا يعملون ٥٠.٣%، وتقترب منها نسبة الباحثين الذين يعملون، حيث بلغت ٤٩.٧%.

وفيما يتعلق بمستوى الدخل الشهري، نجد أن حوالي نصف العينة ٥٠.٦ من فئة الدخل المنخفض (أقل من خمسة آلاف)، بينما توزع النصف الآخر بين فئتي الدخل المتوسط والمرتفع، إذا حصلت فئة الدخل المتوسط (من ٥ إلى أقل من ١٠ آلاف ريال) على ١٦.٣%، بينما بلغت نسبة فئة الدخل المرتفع (١٠ آلاف ريال فما فوق) على نسبة ٣٣.١%.

٢/ خصائص تتعلق بالتحصين ضد كوفيد١٩

جدول (٤) خصائص تتعلق بالتحصين ضد كوفيد١٩

النسبة	التكرار	المتغير
٤٦.٦	١٤٩	محصن جرعة واحدة
٣٩.٧	١٢٧	محصن جرعتين
٨.٨	٢٨	متعافي
١.٢	٤	مصاب
٣.٧	١٢	لم يحصل على التحصين بعد
٣.١	١٠	لا أعتقد بفاعلية اللقاح
٥.٦	١٨	اعتقد بدرجة ضعيفة
٣١.٣	١٠٠	اعتقد بدرجة متوسطة
٦٠.٠	١٩٢	اعتقد بدرجة كبيرة
١٠٠	٣٢٠	الإجمالي

من نتائج الجدول رقم (٤) يتبين أن معظم غالبية المبحوثين قد حصلوا على التحصين ضد فايروس كورونا، حيث بلغت نسبة من تلقوا التحصين ٨٦.٣%، منهم ٤٦.٤% تلقوا التحصين بجرعة واحدة، و٣٩.٧% تلقوا التحصين بجرعتين، وهذه النتيجة تشير إلى وعي الجمهور السعودي بأهمية التحصين، الناتج عن حملات التوعية التي تبنتها وزارة الصحة السعودية والجهات الأخرى ذات العلاقة. وتشير النتائج إلى وجود نسبة ٨.٨% من المتعافين من الفيروس، ونسبة ضئيلة جدا ١.٢% مصابين بالفايروس، في المقابل فإن نسبة ضعيفة جدا من المبحوثين ٣.٧% لم تحصل على التحصين بعد.

وكشفت النتائج عن وجود ٦٠% من المبحوثين تعتقد بفعالية اللقاح بدرجة كبيرة، و٣١.٩% تعتقد بفعالية اللقاح بدرجة متوسطة، و٥.٦% تعتقد بفعالية اللقاح بدرجة متوسطة، أي أن أكثر من ٩٥% من المبحوثين يعتقدون بفعالية اللقاح، وهي نسبة كبيرة تؤكد أيضا أن حملات التوعية الإعلامية بأهمية التحصين من الفيروس قد آتت ثمارها، ولم تذهب جهود وزارة الصحة والجهات المختصة سدى، في المقابل يوجد نسبة ٣.١% من المبحوثين لا يعتقدون بفعالية اللقاح، وهذه النتيجة تتسق مع نتيجة وجود نسبة ٣.٧% من المبحوثين لم يحصلوا على اللقاح بعد، ما يعني أن هذه الفئة لم تحصل على اللقاح ليس بسبب عدم توفره، بل عدم اقتناعها بفاعليته، لذلك لم تذهب للمراكز الطبية المختصة لتلقي اللقاح، ومع ذلك فإن معظم المعاملات الحكومية والخاصة تتطلب شرط تلقي اللقاح، وهو ما سيحجر هذه الفئة على تلقي اللقاح، وإن لم تقتنع بفاعليته.

ثانياً: نتائج الدراسة

١- كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

من أجل قياس كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تم توجيه ثلاثة أسئلة للمبحوثين تقيس معدلات استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، الأول: ما درجة استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي، وتضمنت الإجابة خمسة بدائل رتيبه (دائما، غالبا، أحيانا، نادرا، لا)، والسؤال الثاني: ما مدة استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟ واشتملت الإجابة على أربع بدائل رتيبه، هي: أقل من سنة، من سنة إلى ثلاث سنوات، من أربع إلى ست سنوات، سبع سنوات فأكثر، أما السؤال الثالث فجاءت صياغته كالتالي: ما الوقت - اليومي - المستغرق في استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟ وتضمنت الإجابة ست بدائل رتيبه، هي: (حسب الظروف، أقل من ساعة، من ساعة



إلى أقل من ساعتين، من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات، من ثلاث ساعات إلى أقل من ست ساعات، ست ساعات فأكثر، وتم تجميع نتائج الأسئلة الثلاثة، وبلغ متوسطها الحسابي (١١.٤٨)، بانحراف معياري (٢.٣٨)، تم تقسيمها إلى ثلاث فئات، هي: منخفض الاستخدام (٣-٦ درجات)، متوسط الاستخدام (٧-١١ درجة)، مرتفع الاستخدام (١٢-١٥ درجة)، والجدول الآتي يوضح نتائج المقياس التجميعي لكثافة الاستخدام.

جدول (٥) مقياس كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	كثافة الاستخدام
١.٦	٥	منخفض
٤٨.٤	١٥٥	متوسط
٥٠.٠	١٦٠	مرتفع
١٠٠	٣٤٥	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (٥) إلى نصف المبحوثين ٥٠% يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مرتفع، وأن نسبة ٤٨.٤% يستخدمونها بشكل متوسط، مقابل نسبة ضئيلة جدا ١.٦% تستخدم هذه الشبكات بشكل منخفض، أي أن غالبية المبحوثين ٩٨.٤% يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مرتفع ومتوسط، وهي نسبة كبيرة جدا تعكس أهمية استخدام هذه الشبكات في التوعية سواء التوعية الصحية، أو البيئية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو غيرها، لأنه من خلال هذه الشبكات يمكن الوصول إلى جماهير واسعة، تقضي وقت كبير في متابعة هذه الوسائل، وبالتالي يمكنها متابعة رسائل التوعية الصحية المنشورة عبر هذه الوسائل.

٢- الأوقات التي تزيد فيها درجة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي

جدول (٦) أوقات زيادة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الأوقات
٥٠.٦	١٦٢	يومية
٣.٤	١١	في عطلة الأسبوع
١٧.٢	٥٥	كل الأيام على حد سواء
٢٨.٧	٩٢	حسب الظروف
١٠٠	٣٢٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (٦) إلى أن أكثر من نصف الباحثين ٥٠.٦% يزيد استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يوميا، يليه ٢٨.٧% من الباحثين يزيد استخدامهم لهذه الشبكات حسب الظروف، بينما ١٧.٢% تعد الأيام جميعها على حد سواء في الاستخدام، بمعنى لا يزيد استخدامهم لها في مناسبات أو أوقات معينة، في المقابل فإن نسبة ضعيفة جدا ٣.٤% من الباحثين يزيد استخدامها لشبكات التواصل الاجتماعي في عطلة الأسبوع، ما يعني أن لدى الجمهور السعودي في عطلة الأسبوع مهام أخرى تشغله عن شبكات التواصل الاجتماعي غير مهام العمل، ولعل أهمها الارتباطات والزيارات العائلية، والخروج للتسوق والتره.

٣- درجة اعتماد الباحثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات للمعرفة والتوعية بالفيروس المتحور "دلتا".

جدول (٧) درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول الفيروس المتحور "دلتا"

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	درجة الاعتماد				شبكات التواصل الاجتماعي
			لا اعتمد	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	
١	١.٠٩٨	٢.٩٨	٥٣	٣٦	٩٤	١٣٧	تويتر
٢	١.١٥٩	٢.٨٢	٦٧	٤٧	٨٢	١٢٤	واتساب
٣	١.٠٩١	٢.٥٨	٧٤	٦٤	١٠٥	٧٧	يوتيوب
٤	١.١٢٦	٢.٣٤	٩٩	٧٩	٧٥	٦٧	سناپ شات
٥	١.٠٥٩	٢.٠٣	١٣٥	٧٩	٦٧	٣٩	انستجرام
٦	٠.٨٩٢	١.٧٤	١٦٦	٨٦	٥٤	١٤	تليجرام
٧	٠.٩٢	١.٦٢	٢٠٢	٥٧	٤٣	١٨	الفييس بوك
٨	٠.٩٤	١.٥٨	٢١٧	٤١	٤٢	٢٠	تيك توك TikTok

من خلال نتائج الجدول رقم (٧) يتبين تصدُر منصة تويتر قائمة شبكات التواصل الاجتماعي في الاعتماد عليها من قبل الباحثين كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا". بمتوسط ٢.٩٨، وهي نتيجة طبيعية، حيث تحتل السعودية المرتبة الأولى في نسبة مستخدمي شبكة تويتر من عدد السكان، إذ يستخدم (١٢.٤٥٠.٠٠٠) أي ما نسبته ٤٥.٣% من عدد سكان السعودية شبكة تويتر، وفقاً لآخر إحصائية للمنصة العالمية (We Are Social) ^(٣٥) الصادرة في يناير ٢٠٢١. وجاء الواتساب في المرتبة الثانية



بمتوسط ٢.٨٢، حيث يعد الواتساب شبكة اجتماعية سهلة الاستخدام في المراسلة والتواصل، ويتشارك فيها الأصدقاء منشورات التوعية الصحية حول كورونا والسلالات المتحورة عنه، وجاءت منصة يوتيوب في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢.٥٨، وتتميز يوتيوب شبكة متخصصة في نشر مقاطع الفيديو، ولهذا فإن الإعلانات المرئية ومقاطع الفيديو الخاصة بالتوعية الصحية - غالباً - ما يتم نشرها عبر هذه الشبكة.

وفي المرتبة الرابعة وردت شبكة سناب شات بمتوسط ٢.٣٤، يليها انستجرام بمتوسط ٢.٠٣، ثم شبكة تليجرام بمتوسط ١.٧٤، وجاءت شبكة تيك توك TIKTOK في المرتبة الأخيرة بمتوسط ١.٥٨، حيث تعد شبكة التيك توك حديثة المنشأ مقارنة بالشبكات الأخرى، إلى جانب استخدامها بكثرة في نشر مقاطع الفيديو القصيرة.

٤- نوعية الحسابات التي يتابعها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول المتحور "دلتا"

جدول (٨) الحسابات التي يتابعها المبحوثون للحصول على المعرفة حول المتحور "دلتا"

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	درجة المتابعة			نوعية الحسابات	
			لا اعتمد	ضعيفة	متوسطة		كبيرة
٢	١.١٧٧	٢.٥٨	٨٩	٥١	٨٧	٩٣	الحسابات الطبية المتخصصة
٣	١.٠٣٣	٢.٥٧	٧٠	٦٠	١٢٩	٦١	الحسابات الإعلامية العامة
١	١.١٢٧	٣.١٢	٤٩	٣٩	٥٧	١٧٥	الحسابات الرسمية لوزارات الصحة
٤	١.٠٤٦	٢.٠٨	١٢٥	٨٠	٧٨	٣٧	حسابات اعلاميين ومشاهير من المؤثرين

من نتائج الجدول رقم (٨) يتبين تصدُر الحسابات الرسمية لوزارة الصحة السعودية المرتبة الأولى في قائمة أهم حسابات شبكات التواصل الاجتماعي التي يتابعها المبحوثون في الحصول على معلومات حول المتحور "دلتا" بمتوسط ٣.١٢، يليها في المرتبة الحسابات الطبية المتخصصة بمتوسط ٢.٥٨، وهذه النتيجة تشير إلى وجود وعي لدى الجمهور بأهمية استقاء المعلومات الطبية من مصادرها المتخصصة، لا سيما مع كثرة



انتشار الشائعات ورواجها عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وجاءت الحسابات الإعلامية العامة في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢.٥٧، وفي الأخير وردت حسابات الإعلاميين والمشاهير المؤثرين بمتوسط ٢.٠٨.

٥- دوافع تعرض الباحثين لموضوعات المتحور "دلنا" عبر شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (٩) دوافع تعرض الباحثين لموضوعات المتحور "دلنا" عبر شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	درجة الموافقة			دوافع التعرض
			معارض	محايد	موافق	
٢	٠.٦٠٢	٢.٥٣	١٨	١١٣	١٨٩	لمعرفة معلومات أكثر عن المتحور "دلنا".
١	٠.٦٥٦	٢.٥٥	٢٩	٨٥	٢٠٦	لمعرفة كيفية الوقاية منه.
٢	٠.٦٢٨	٢.٥٣	٢٣	١٠٤	١٩٣	لمعرفة الجديد في المتحور "دلنا".
٣	٠.٦٧	٢.٤٥	٣٢	١١٣	١٧٥	لأن الرسائل حول المتحور "دلنا" تعرض في أكثر من شبكة.
	٠.٥٣٤	٢.٥٢				المتوسط الحسابي العام للدوافع

من خلال تفحص نتائج الجدول رقم (٩) يتبين تصدر عبارة "المعرفة كيفية الوقاية منه" حيث حصلت على متوسط مرجح (٢.٥٥)، يليها في المرتبة الثانية عبارتي "لمعرفة معلومات أكثر عن المتحور دلنا" و"لمعرفة الجديد في المتحور دلنا" بمتوسط ٢.٥٣، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة "لأن الرسائل حول المتحور دلنا تعرض في أكثر من شبكة" بمتوسط ٢.٤٥، وجاء المتوسط الحسابي العام للدوافع ٢.٥٢، وبشكل عام جاءت جميع متوسطات العبارات، إلى جانب المتوسط الحسابي العام للدوافع ضمن درجة الموافقة المرتفعة، وهذا يعني أن متابعة الباحثين لموضوعات المتحور "دلنا" عبر شبكات التواصل الاجتماعي لم تكن عشوائية، أو مجرد تمضية الوقت، بل بدافع المعرفة والبحث عن الجديد حول المتحور "دلنا".



٦- مدى كفاية ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية بالمتحور "دلتا"

جدول (١٠) مدى كفاية ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية بالمتحور "دلتا"

التكرار	النسبة	مدى الكفاية
١٢.٨	٤١	كاف تماما
٥٢.٨	١٦٩	كاف إلى حد ما
٣٤.٤	١١٠	غير كافي
١٠٠	٢٣٠	الإجمالي

من نتائج الجدول رقم (١٠) يتضح أن أكثر من نصف المبحوثين ٥٢.٨% يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تقدم معلومات كافية إلى حد ما حول التوعية بالمتحور "دلتا"، ويرى ما نسبته ٣٤.٤% أن هذه الشبكات تقدم معلومات وتوعية كافية تماما حول المتحور "دلتا"، في المقابل فإن نسبة ضعيفة ١٢.٨% ترى أن ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا" غير كاف. ووفقا لهذه النتيجة يمكن القول إن النسبة الأغلب من المبحوثين ٨٧.٢% توافق على كفاية المعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا"، وهذا يشير إلى نشاط الحسابات الحكومية والخاصة للمؤسسات الصحية والجهات ذات العلاقة في التوعية بأعراض المتحور "دلتا" وطرق الوقاية منه.

درجة الثقة بما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي من معلومات حول المتحور "دلتا"

جدول (١٠) درجة الثقة بما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي من معلومات حول المتحور "دلتا"

التكرار	النسبة	درجة الثقة
١١.٦	٣٧	أثق تماما
٧٤.٧	٢٣٩	أثق إلى حد ما
١٣.٧	٤٤	لا أثق
١٠٠	٣٢٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (١٠) إلى أن ما يقارب ثلاثة أرباع المبحوثين ٧٤.٧% يتقنون إلى حد ما في المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا"، ويتقن ما نسبته ١٠.٦% ثقة كاملة في المعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا"، في المقابل فإن نسبة ضعيفة ١٣.٧% لا تتقن في ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا"؛ وقد يعود ذلك إلى كثرة الشائعات حول المتحور "دلتا" والمنشورة عبر هذه الشبكات، وعدم وجود معرفة لدى هذه الفئة من المبحوثين في التحقق من صحة المعلومات عبر الرجوع للحسابات الرسمية التي يمكنها تقديم المعلومات الصحيحة للجمهور، مثل حسابات وزارة الصحة، ومنظمة الصحة العالمية، والجهات المختصة ذات العلاقة، ووفقاً لهذه النتيجة يمكن القول أن غالبية المبحوثين ٨٦.٣% يتقنون في ما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي من معلومات حول المتحور "دلتا"، ويمكن تفسير ذلك في ضوء متابعة المبحوثين للحسابات الرسمية لوزارة الصحة والمؤسسات الطبية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ووفقاً لنتائج الجدول رقم (٨)، حيث تصدرت حسابات وزارة الصحة والمؤسسات والجهات الطبية قائمة الحسابات التي يعتمد عليها المبحوثون بدرجة أعلى في الحصول على معلومات حول المتحور "دلتا".

٧- شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر إقناعاً بما تقدمه من معلومات حول المتحور "دلتا"

جدول (١٢) شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر إقناعاً بما تقدمه من معلومات حول المتحور "دلتا"

النسبة	التكرار	شبكات التواصل الاجتماعي
٣٦.٣	١١٦	تويتر
٨.٤	٢٧	يوتيوب
٧.٢	٢٣	واتساب
٥.٣	١٧	سناب شات
٣.١	١٠	انستجرام
٣.١	١٠	الفيس بوك
٠.٩	٣	تليجرام
٠.٦	٢	تيك توك TikTok



تشير نتائج الجدول رقم (١٢) إلى تصدُّر منصة تويتر قائمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر إقناعاً - من وجهة نظر الجمهور - بما تقدمه من معلومات حول المتحور "دلتا"، حيث حصلت على موافقة أكثر من ثلث عينة المبحوثين ٣٦.٣%، يليها في المرتبة الثانية يوتيوب بنسبة ٨.٤%، ثم واتساب بنسبة ٧.٢%، وجاءت شبكة سناب شات في المرتبة الرابعة بنسبة ٥.٣%، ثم انستجرام والفيس بوك بنسبة ٣.١% لكل واحدة منهما، وجاءت شبكة تيك توك في المرتبة الأخيرة بنسبة ٠.٦%، ووفقاً لهذه النتيجة يمكن القول أن شبكة تويتر إلى جانب كونها الشبكة الأكثر استخداماً في المملكة العربية السعودية، فإنها أيضاً الشبكة الأكثر تأثيراً، وهذا يعود إلى الاستخدام النشط والفعال لهذه الشبكة من قبل المؤسسات الرسمية والخاصة والمشاهير وكبار الشخصيات، حيث يحظى حساب وزارة الصحة السعودية بأكثر من خمسة مليون متابع^(٣٦).

طريقة تطبيق المبحوثين للمعلومات المُقنعة التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١٣) طريقة تطبيق المبحوثين للمعلومات المُقنعة التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	العبارات
٥٤.٧	١٧٥	أعمل على التقييد بالتعليمات الخاصة بها كاملة
٢٢.٨	٧٣	أعمل على التقييد ببعض التعليمات الخاصة بها
٢٠.٠	٦٤	أحاول التقييد بما حسب الظروف
٢.٥	٨	لا أتقيد بما إطلاقاً
١.٠	٣٢٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (١٣) إلى أن أكثر من نصف المبحوثين ٥٤.٧% يلتزمون بتعليمات وإجراءات الوقاية والسلامة المقنعة والمقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا"، بينما ٢٢.٨% يتقيدون ببعض التعليمات، و ٢٠% يتقيدون بالتعليمات حسب الظروف، في المقابل فإن نسبة ضعيفة جدا من المبحوثين ٢.٥% لا تتقيد بالتعليمات، وهذه النتيجة تؤكد فعالية شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديدًا الحسابات ذات الثقة والأكثر إقناعاً، مثل حسابات المؤسسات الحكومية والخاصة المرتبطة بالقضايا والموضوعات التي يبحث الجمهور حولها عن معلومات، على سبيل المثال في موضوع المتحور "دلتا"، تأتي

أهمية حسابات وزارة الصحة والمؤسسات الطبية في قائمة الحسابات الأكثر ثقة وإقناعاً للجمهور، ولهذا ينبغي على المؤسسات سواء أكانت حكومية أم خاصة أم مختلطة حسن إدارة وتوظيف حساباتها في الأزمات والكوارث، وإمداد الجمهور بالمعلومات الصحيحة، والرد على الشائعات وتفنيدها؛ نظراً لأن هذه الحسابات تحظى بثقة الجمهور، وتؤثر - من خلال المضامين التي تقدمها - في سلوكياته.

٨- طريقة تفاعل المبحوثين مع مضامين المتحور "دلنا" التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (١٤) طريقة تفاعل المبحوثين مع مضامين المتحور "دلنا" التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	درجة الموافقة				طريقة التفاعل
			لا	نادراً	أحياناً	دائماً	
١	٠.٩٨٧	٢.٦٧	٥٤	٦٤	١٣٦	٦٦	أستفيد من المحتوى ولا أشركه
٢	١.٠٦٧	٢.٢٧	١٠٤	٧١	٩٩	٤٦	مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى
٣	١.٠٤٦	٢.١١	١٢٤	٧٢	٨٩	٣٥	بالإعجاب على المحتوى
٤	١.١	٢.١٠	١٢٧	٨٧	٥٤	٥٢	إعادة نشر المحتوى
٥	٠.٩٦	١.٨٤	١٤٩	٩٩	٤٥	٢٧	بالتعليق على المحتوى

تشير نتائج الجدول رقم (١٤) إلى تصدر طريقة التفاعل "أستفيد من المحتوى ولا أشركه" المرتبة الأولى في طرق تفاعل المبحوثين مع مضامين المتحور "دلنا" عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث حصلت هذه الطريقة على متوسط ٢.٦٧، وهذا يؤكد نقطة مهمة ينبغي على المؤسسات والجهات الصحية الانتباه لها، وهي أن فعالية المنشور والمحتوى الذي يتضمنه، ليس بالضرورة أن يظهر من خلال تعليقات وإعجابات الجمهور عليه، فبعض المنشورات يستفيد الجمهور منها دون أن يرد أو يتفاعل معها، بالرغم من استفادته منها، وربما يقوم بتوصية الآخرين بالتعليمات والإجراءات التي قرأها من المنشور.

وتأتي طريقة التفاعل "مشاركة المحتوى عبر شبكات التواصل الأخرى" في المرتبة الثانية بمتوسط ٢.٢٧، وهذا يشير إلى التشبيك بين الوسائل الاجتماعية، ودعم بعضها البعض، وفي المرتبة الثالثة جاءت طريقة التفاعل بالإعجاب بمتوسط ٢.١١، واحتلت إعادة نشر المحتوى المرتبة الرابعة بمتوسط ٢.١٠، وأخيراً

التعليق على المحتوى بمتوسط ١.٨٤، وهذه النتيجة تشير إلى استخدام المبحوثين للوسائل التفاعلية الأسهل (مثل: قراءة المحتوى دون المشاركة، مشاركة المحتوى) بدرجة أعلى من استخدام الوسائل التفاعلية الأكثر عمقا (مثل التعليق الذي يتطلب الكتابة والتفاعل والدخول في حوار ونقاش مع مقدم المعلومة، أو مع الأشخاص الآخرين المتفاعلين مع ما تم نشره).

٩- طبيعة مشاركة المبحوثين بالمعلومات حول المتحور "دلتا" عبر شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (١٥) طبيعة مشاركة المبحوثين بالمعلومات حول المتحور "دلتا" عبر شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	درجة الموافقة				طبيعة المشاركة
			لا	نادرا	أحيانا	دائما	
١	١.١٤١	٢.٥٥	٨٠	٧٣	٧٩	٨٨	مشاركة الأصدقاء والأهل بالمعلومات حول الوباء
٢	١.٠١	١.٩٦	١٣٨	٩٠	٦٠	٣٢	أعرض للمعلومات حول المتحور "دلتا" وأشارك برأيي في الموضوع
٣	٠.٩٨٦	١.٩١	١٤٢	٩٤	٥٥	٢٩	أقوم بتبادل الآراء حول المتحور "دلتا" التي تهمني

من نتائج الجدول رقم (١٥) يتضح تصدر عبارة "مشاركة الأصدقاء والأهل بالمعلومات حول الوباء" المرتبة الأولى في طرق مشاركة معلومات المتحور "دلتا" بمتوسط ٢.٥٥، وتشير هذه النتيجة إلى تبادل المعلومات الصحية والتحقق منها في الدرجة الأولى عبر العلاقات الوثيقة، حيث يتم مشاركتها مع الأصدقاء والأقارب أكثر من مشاركتها مع أشخاص عابرين، وجاءت عبارة "أعرض للمعلومات حول المتحور "دلتا" وأشارك برأيي في الموضوع" في المرتبة الثانية بمتوسط ١.٩٦، وفي الأخير وردت عبارة "أقوم بتبادل الآراء حول المتحور "دلتا" بمتوسط ١.٩١.

١٠ - درجة استفادة المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي حول التوعية الصحية بالمتحور "دلتا"

جدول (١٦) درجة استفادة المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي حول التوعية الصحية بالمتحور "دلتا"

النسبة	التكرار	درجة الاستفادة
٢٦.٦	٨٥	استفدت بدرجة كبيرة
٤٨.٨	١٥٦	استفدت بدرجة متوسطة
٢٠.٩	٦٧	استفدت بدرجة منخفضة
٣.٨	١٢	لم أستفد إطلاقاً
١٠٠	٣٢٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول رقم (١٦) إلى أن ما يقارب نصف عينة المبحوثين ٤٨.٨% استفادوا من شبكات التواصل الاجتماعي حول التوعية الصحية بالمتحور "دلتا" بدرجة متوسطة، بينما استفاد ٢٦.٦% من المبحوثين بدرجة كبيرة، مقابل ٢٠.٩% من المبحوثين استفادوا بدرجة ضعيفة، أما نسبة الذين لم يستفيدوا فجاءت منخفضة جدا ٣.٨%، ما يعني وجود دور مهم ومحوري لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالمتحور "دلتا".

١١ - تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المعرفة بالمتحور "دلتا"

جدول (١٧) تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المعرفة بالمتحور "دلتا"

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	درجة الموافقة			تأثيرات الاعتماد
			معارض	محايد	موافق	
٢	٠.٦٨١	٢.٣٢	٣٩	١٣٩	١٤٢	تأثيرات معرفية
١	٠.٦٥٢	٢.٣٨	٣٠	١٣٨	١٥٢	
٣	٠.٧٢٦	٢.١١	٦٨	١٤٨	١٠٤	

٢	٠.٦٩١	٢.٢٢	٤٩	١٥٣	١١٨	عمقت إحساسي بالطمأنينة والراحة النفسية من خلال التوعية بالمتحور "دلتا"	تأثيرات وجدانية
٣	٠.٦٧٩	٢.١٣	٥٥	١٦٧	٩٨	قللت لدي درجة الخوف من الفيروس نتيجة التوعية المستمرة بالمتحور "دلتا" وأساليب انتقاله .	
١	٠.٦٥	٢.٤٠	٢٩	١٣٥	١٥٦	ساهمت في اتخاذ الحيطة والحذر من المتحور "دلتا"	
٢	٠.٧٣	٢.٢٦	٥٤	١٢٨	١٣٨	ساعدتني في التوقف عن ممارسة العادات الصحية السيئة المرتبطة بالمتحور "دلتا"	تأثيرات سلوكية
١	٠.٦٥٦	٢.٤٥	٢٩	١١٩	١٧٢	زادت اهتمامي بالاحترازاات الشخصية التي نتخذ من نقل المتحور "دلتا"	
٤	٠.٧٣٨	١.٩٣	٩٨	١٤٥	٧٧	ساهمت في تكويني لعلاقات مع من هم نفس الاهتمام بالمتحور "دلتا"	
٣	٠.٧٠٦	٢.٠٩	٦٦	١٥٨	٩٦	عززت قدراتي على النقاش مع الآخرين في مواضيع التوعية الصحية حول المتحور "دلتا"	
متوسط التأثيرات السلوكية = ٢.١٨			متوسط التأثيرات الوجدانية = ٢.٢٥			متوسط التأثيرات المعرفية = ٢.٢٧	

تشير نتائج الجدول رقم (١٧) إلى الآتي:

- فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية، تصدرت عبارة "جعلتني أعرف على طرق انتقال المتحور "دلتا" المرتبة الأولى بمتوسط ٢.٣٨، يليها عبارة " أتاحت لي معلومات متخصصة حول المتحور "دلتا" تتسم بالتنوع والوضوح" بمتوسط ٢.٣٢، وأخيرا جاءت عبارة "قدمت لي تفاصيل واضحة حول طرق العلاج من المتحور دلتا" بمتوسط ٢.١١، وحصل محور التأثيرات المعرفية على متوسط حساسي ٢.٢٧، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المتوسطة، ويقترّب من الحد الأدنى لدرجة الموافقة المرتفعة.

- فيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية، تصدرت عبارة "سأهت في اتخاذي الحيطه والحذر من المتحور دلتا". بمتوسط ٢.٤٠، يليها عبارة "عمقت إحساسي بالراحة والطمأنينة من خلال التوعية بالمتحور دلتا". بمتوسط ٢.٢٢، وجاءت عبارة "قللت لدي درجة الخوف من الفيروس". بمتوسط ٢.١٣، وحصل محور التأثيرات الوجدانية على متوسط حسابي ٢.٢٥، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المتوسطة ويقترّب من الحد الأدنى لدرجة الموافقة المرتفعة.
- فيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية، تصدرت عبارة "زادت اهتمامي بالاحترازاات الشخصية التي تحذ من نقل المتحور دلتا". بمتوسط ٢.٤٥، وهي العبارة الوحيدة التي تقع ضمن مستوى الموافقة المرتفع، يليها عبارة " ساعدتني في التوقف عن ممارسات العادات الصحية السيئة المرتبطة بالمتحور دلتا". بمتوسط ٢.٢٦، ثم عبارة " عززت قدرتي على النقاش مع الآخرين في مواضيع التوعية الصحية حول المتحور دلتا بمتوسط ٢.٠٩، وجاءت عبارة " ساهمت في تكويني لعلاقات مع من لهم نفس الاهتمام بالمتحور دلتا" في المرتبة الأخيرة بمتوسط ١.٩٣، وحصل محور التأثيرات السلوكية على متوسط حسابي ٢.١٨، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المتوسطة.
- وبشكل عام حصل جميع أنواع تأثيرات الاعتماد على مستوى متوسط، وتصدرت التأثيرات المعرفية المرتبة الأولى، يليها التأثيرات الوجدانية، ثم السلوكية. أي أن الجمهور السعودي تأثر معرفي بدرجة أعلى من تأثره وجدانيا وسلوكيا بما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا".

ثالثاً: اختبار فروض الدراسة

الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول المتحور "دلتا" وبين التأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد.

جدول (١٩) العلاقة بين اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد.

درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي			تأثيرات الاعتماد
مستوى الدلالة		معامل الارتباط	
غير دالة إحصائياً	٠.١٤٢	٠.٠٨٢	تأثيرات معرفية
دالة إحصائياً	٠.٠١١	٠.١٤٢	تأثيرات وجدانية
دالة إحصائياً	٠.٠٠٦	٠.١٥٥	تأثيرات سلوكية
دالة إحصائياً	٠.٠٠٤	٠.١٥٨	التأثيرات الكلية

تشير نتائج الجدول رقم (١٩) إلى الآتي:

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا" وبين التأثيرات المعرفية المترتبة على هذا الاعتماد، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.٠٨٢، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، حيث تجاوز مستوى المعنوية نسبة الخطأ المسموح به ٠.٠٥ (٠.١٤٢). وهذا يعني أنه وبالرغم من حصول تأثيرات معرفية من الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي إلا إنه إذا ارتفعت درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ليس بالضرورة أن يرتفع معها التأثيرات المعرفية.
- وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا" وبين التأثيرات الوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.١٤٢، وهي قيمة دالة إحصائياً، عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ (٠.٠١١)، وهذا يعني أنه كلما ارتفعت درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ازدادت التأثيرات الوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد.



● وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا" وبين التأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.١٥٥، وهي قيمة دالة إحصائياً، عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ (٠.٠٠٦)، وهذا يعني أنه كلما ارتفعت درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ازدادت التأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

● وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا" وبين التأثيرات الكلية المترتبة على هذا الاعتماد، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.١٥٨، وهي قيمة دالة إحصائياً، عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ (٠.٠٠٤)، وهذا يعني أنه كلما ارتفعت درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ازدادت التأثيرات الكلية المترتبة على هذا الاعتماد.

● وبشكل عام، يمكن القول إن زيادة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول المتحور "دلنا" يؤدي إلى زيادة ضعيفة في التأثيرات الوجدانية والسلوكية والكلية المترتبة على هذا الاعتماد.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين استفادتهم منها حول المتحور "دلنا".

جدول (٢٠) العلاقة بين دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين استفادتهم منها

دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي		درجة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
دالة إحصائياً	٠.٠٠٠٠	٠.٤٧٥

تشير نتائج الجدول رقم (٢٠) إلى وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة بين دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين استفادتهم منها في التوعية بالمتحور "دلنا"، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.٤٧٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ (٠.٠٠٠)، وهذا يعني أنه كلما كانت هناك دوافع لدى المبحوثين في التعرف على المتحور "دلنا" وطرق انتقاله والوقاية منه عبر شبكات التواصل الاجتماعي، زادت درجة استفادة المبحوثين من هذه الشبكات في التوعية بالمتحور

"دلنا". أي أن الاستفادة تتحقق بدرجة أعلى لدى الباحثين الذي لديهم دافع أو حافز أعلى للتعرف على المتحور وطرق الوقاية منه.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كفاية المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلنا" وبين اعتمادهم عليها.

جدول (٢١) العلاقة بين دوافع استخدام الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين استفادتهم منها

درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي		كفاية المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
دالة إحصائية	٠.٠٠٠١	٠.٢١٩

تشير نتائج الجدول رقم (٢١) إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة بين كفاية المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلنا" وبين درجة اعتمادهم عليها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.٢١٩، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٠٥ (٠.٠٠٠١)، وهذا يعني أنه كلما كانت ازدادت وتحسنت المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلنا" ارتفعت درجة اعتماد الباحثين عليها كمصدر للحصول على معلومات عن المتحور "دلنا".

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة تفاعلهم مع المضامين المنشورة عبرها حول المتحور "دلنا".

جدول (٢٢) العلاقة بين دوافع تعرض الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة تفاعلهم مع المضامين المنشورة عبرها حول المتحور "دلنا"

درجة التفاعل مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي		دوافع التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
دالة إحصائية	٠.٠٠٠٠	٠.٣٥٢

تشير نتائج الجدول رقم (٢٢) إلى وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة بين دوافع تعرض الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة تفاعلهم مع المضامين المنشورة عبرها حول المتحور "دلنا"، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.٣٥٢، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٠٥ (٠.٠٠٠٠)، وهذا يعني أنه كلما ارتفع مستوى الدافع لدى الباحثين نحو البحث على المعلومات حول

المتحور "دلنا" عبر شبكات التواصل الاجتماعي ازادت درجة تفاعلهم مع المضامين المنشورة بالإعجاب أو التعليق أو إعادة نشر أو غيره؛ لأن وجود الحافز أو الدافع لدى الجمهور في المعرفة حول المتحور "دلنا" يدفعهم للتفاعل مع المضامين المنشورة لمعرفة المزيد حول المتحور "دلنا".

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثيرات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا" تبعاً لتغيراتهم الديمغرافية.

أ/ الفروق وفقاً للنوع:

جدول (٢٣) اختبار (T-test) لقياس الفروق في تأثيرات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا" وفقاً للنوع

المتغيرات	النوع	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة
التأثيرات المعرفية	ذكور	٢٩٩	٢.٢٩	٠.٥٧٠	٢.٢٦٠	٠.٠٢٥
	إناث	٢١	٢.٠٠	٠.٥٧٧		
التأثيرات الوجدانية	ذكور	٢٩٩	٢.٢٧	٠.٥٥٦	٢.٠٨٤	٠.٠٣٨
	إناث	٢١	٢.٠٠	٠.٧٠٧		
التأثيرات السلوكية	ذكور	٢٩٩	٢.١٩	٠.٥٦٠	٠.٩٣٣	٠.٣٥٢
	إناث	٢١	٢.٠٧	٠.٧٥٩		

من خلال تفحص نتائج الجدول رقم (٢٣) يتضح الآتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في التأثيرات المعرفية المترتبة عن درجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا"، حيث بلغت قيمة (2.260) T، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ (٠.٠٢٥)، وجاءت الفروق لصالح الذكور حيث بلغ متوسطهم الحسابي ٢.٢٩، مقابل متوسط حسابي ٢ للإناث، وهذا يعني أن الذكور تحققت لديهم تأثيرات معرفية من الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة المتحور "دلنا" بدرجة أعلى من التأثيرات المعرفية المتحققة لدى الإناث.



- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في التأثيرات الوجدانية المترتبة عن درجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا"، حيث بلغت قيمة T (2.084)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ (٠.٠٣٨)، وجاءت الفروق لصالح الذكور حيث بلغ متوسطهم الحسابي ٢.٢٧، مقابل متوسط حسابي ٢ للإناث، وهذا يعني أن الذكور تحققت لديهم تأثيرات وجدانية من الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة المتحور "دلنا" بدرجة أعلى من التأثيرات الوجدانية المتحققة لدى الإناث
- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في التأثيرات السلوكية المترتبة عن درجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا"، حيث بلغت قيمة T (0.933)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، حيث تجاوز مستوى المعنوية نسبة الخطأ المسموح به ٠.٠٥ (٠.٣٥٢)، وهذا يشير إلى تحقق التأثيرات السلوكية من الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول المتحور "دلنا" لدى الذكور والإناث بنسب متقاربة.

ب/ الفروق وفقاً للعمر:

جدول (٢٤) اختبار تحليل التباين (ANOVA) لقياس الفروق في تأثيرات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا" وفقاً للعمر

المتغيرات	العمر	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة
التأثيرات المعرفية	أقل من ٢٠ سنة	١٨	٢.٣٩	٠.٥٠٢	١.٥١١	٠.٢١٢
	٢٠ - ٢٩ سنة	١٦١	٢.٢٢	٠.٦٠٩		
	٣٠ - ٣٩ سنة	٣٧	٢.٢١	٠.٤٩٩		
	٤٠ سنة فأكثر	١٠٤	٢.٣٥	٠.٥٤٩		

٠.٢١٩	١.٤٨٢	٠.٣٢٨	٢.٥٠	١٨	أقل من ٢٠ سنة	التأثيرات الوجدانية
		٠.٦٤٢	٢.٢١	١٦١	٢٩ - ٢٠ سنة	
		٠.٤٣٥	٢.٢٤	٣٧	٣٩ - ٣٠ سنة	
		٠.٥١٥	٢.٢٧	١٠٤	٤٠ سنة فأكثر	
٠.٦٠٧	٠.٦١٣	٠.٤٨٤	٢.٢٨	١٨	أقل من ٢٠ سنة	التأثيرات السلوكية
		٠.٦١٣	٢.١٥	١٦١	٢٩ - ٢٠ سنة	
		٠.٤٩٣	٢.١٧	٣٧	٣٩ - ٣٠ سنة	
		٠.٥٥٤	٢.٢٣	١٠٤	٤٠ سنة فأكثر	

من خلال مراجعة نتائج الجدول رقم (٢٤) يتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) المترتبة على الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا" تبعاً لمتغير العمر، حيث جاءت جميع قيم F المحسوبة أقل من قيم F الجدولية، وتجاوز مستوى المعنوية قيمة الخطأ المسموح به ٠.٠٥، وهذا يعني أن متغير العمر لا يؤثر على تأثيرات الاعتماد الناتجة عن متابعة المتحور "دلتا" عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تحققت تأثيرات الاعتماد (المعرفية والوجدانية والسلوكية) لدى جميع الفئات العمرية بدرجات متقاربة.

ج/ الفروق وفقا للمستوى التعليمي:

جدول (٢٥) اختبار تحليل التباين (ANOVA) لقياس الفروق في تأثيرات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا" وفقا للمستوى التعليمي

المتغيرات	التعلم	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة
التأثيرات المعرفية	تعليم عام أقل من جامعي	١٨	٢.٥٩	٠.٥٠٣	١٠.١٥٩	٠.٠٠٠
	تعليم جامعي	١٦١	٢.١٨	٠.٥٩٨		
	دراسات عليا	٣٧	٢.٣٤	٠.٤٥٧		
التأثيرات الوجدانية	تعليم عام أقل من جامعي	١٨	٢.٥٣	٠.٤٤٣	٦.٦٣٨	٠.٠٠١
	تعليم جامعي	٣٧	٢.١٩	٠.٦٠٤		
	دراسات عليا	١٠٤	٢.٢٤	٠.٤٧٥		
التأثيرات السلوكية	تعليم عام أقل من جامعي	١٨	٢.٤٩	٠.٤٧٧	٨.٤٤٨	٠.٠٠٠
	تعليم جامعي	٣٧	٢.١١	٠.٥٨٤		
	دراسات عليا	١٠٤	٢.٢١	٠.٥٣٦		

تشير نتائج الجدول رقم (٢٥) إلى الآتي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا" تعود لاختلاف المستوى التعليمي للمبحوثين، حيث بلغت قيمة $F(10.159)$ ، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ (٠.٠٠٠٠). ولتحديد مصدر الفروق، تم استخدام اختبار شيفيه Scheffe، وكشف الاختبار عن وجود اختلافات بين فئة التعليم العام والتعليم الجامعي، إذ بلغت قيمة الفرق بين المتوسطين (٠.٤٠٦)، عند مستوى دلالة (٠.٠٠١)، وجاءت الفروق لصالح فئة التعليم العام حيث بلغ متوسطها

الحسابي (٢.٥٩)، مقابل متوسط حسابي (٢.١٨) لفئة التعليم الجامعي، وهذا يعني أن التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي قد تحققت في الفئة الأقل تعليماً بدرجة أعلى من تحققها في الفئة الأعلى تعليماً.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا" تعود لاختلاف المستوى التعليمي للمبحوثين، حيث بلغت قيمة $F(6.638)$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ (٠.٠٠٠١). ولتحديد مصدر الفروق، تم استخدام اختبار شيفيه Scheffe، وكشف الاختبار عن وجود اختلافات بين فئة التعليم العام من جهة وفئة التعليم الجامعي والدراسات العليا من جهة أخرى إذ بلغت قيمة الفرق بين متوسطي التعليم العام والجامعي (٠.٣٤٠)، عند مستوى دلالة (٠.٠٠٢)، كما بلغت قيمة الفرق بين متوسطي التعليم العام والدراسات العليا (٠.٢٩٨)، عند مستوى دلالة (٠.٠٢٤)، وجاءت الفروق لصالح فئة التعليم العام حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٥٣)، مقابل متوسط حسابي (٢.١٩) لفئة التعليم الجامعي، ومتوسط حسابي (٢.٢٤) لفئة الدراسات العليا؛ وهذا يعني أن التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي قد تحققت في الفئة الأقل تعليماً بدرجة أعلى من تحققها في الفئات الأعلى تعليماً.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا" تعود لاختلاف المستوى التعليمي للمبحوثين، حيث بلغت قيمة $F(8.448)$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ (٠.٠٠٠٠). ولتحديد مصدر الفروق، تم استخدام اختبار شيفيه Scheffe، وكشف الاختبار عن وجود اختلافات بين فئة التعليم العام من جهة وفئة التعليم الجامعي والدراسات العليا من جهة أخرى إذ بلغت قيمة الفرق بين متوسطي التعليم العام والجامعي (٠.٣٨٣)، عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠٠)، كما بلغت قيمة الفرق بين متوسطي التعليم العام والدراسات العليا (٠.٢٨٠)، عند مستوى دلالة (٠.٠٣٨)، وجاءت الفروق لصالح فئة التعليم العام

حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٤٩)، مقابل متوسط حسابي (٢.١١) لفئة التعليم الجامعي، ومتوسط حسابي (٢.٢١) لفئة الدراسات العليا؛ وهذا يعني أن التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي قد تحققت في الفئة الأقل تعليماً بدرجة أعلى من تحققها في الفئات الأعلى تعليماً.

د/ الفروق وفقاً لمستوى الدخل الشهري:

جدول (٢٦) اختبار تحليل التباين (ANOVA) لقياس الفروق في تأثيرات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلنا" وفقاً لمستوى الدخل الشهري

المتغيرات	الدخل الشهري	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة
التأثيرات المعرفية	أقل من خمسة آلاف ريال	١٦٢	٢.٢٤	٠.٦٠٩	٠.٣٩٨	٠.٦٧٢
	من ٥ - أقل من ١٠ آلاف ريال	٥٢	٢.٢٨	٠.٥٤٦		
	١٠ آلاف ريال فأكثر	١٠٦	٢.٣١	٠.٥٣٤		
التأثيرات الوجدانية	أقل من خمسة آلاف ريال	١٦٢	٢.٢٧	٠.٦٣٣	٠.١٧٥	٠.٨٤٠
	من ٥ - أقل من ١٠ آلاف ريال	٥٢	٢.٢٥	٠.٤٩٣		
	١٠ آلاف ريال فأكثر	١٠٦	٢.٢٢	٠.٥٠١		
التأثيرات السلوكية	أقل من خمسة آلاف ريال	١٦٢	٢.١٤	٠.٦٠٩	١.١٢٤	٠.٣٢٦
	من ٥ - أقل من ١٠ آلاف ريال	٥٢	٢.١٩	٠.٥١٤		
	١٠ آلاف ريال فأكثر	١٠٦	٢.٢٥	٠.٥٤٥		

تشير نتائج الجدول رقم (٢٦) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) المترتبة على الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا" تبعاً لمتغير الدخل، حيث جاءت جميع قيم F المحسوبة أقل من قيم F الجدولية، وتجاوز مستوى المعنوية قيمة الخطأ المسموح به ٠.٠٥، وهذا يعني أن متغير الدخل الشهري لا يؤثر على تأثيرات الاعتماد الناتجة عن متابعة المتحور "دلتا" عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تحققت تأثيرات الاعتماد (المعرفية والوجدانية والسلوكية) لدى جميع فئات الدخل المختلفة بدرجات متقاربة.

خلاصة النتائج:

سعت الدراسة إلى استكشاف دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالمتحور "دلتا"، والتعرف على الدوافع التي توجه الجمهور نحو استخدام هذه الشبكات في التعرف على المتحور "دلتا"، ومعرفة التأثيرات المترتبة عن اعتماد الجمهور على هذه الشبكات كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا"، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، نُحْمَلُ أهمها في الآتي:

١- يستخدم نصف الباحثين شبكات التواصل الاجتماعي بمستوى مرتفع، فيما يستخدمها ٤٨.٤% بمستوى متوسط، في المقابل فإن نسبة ضعيفة جدا ١.٦% من الباحثين يستخدمونها بمستوى منخفض، وهذه النتيجة تتناسب تماما مع ما توصلت إليه دراسة (Mohammed، 2021) حول استخدام ٩٩% من الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي.

٢- تصدر منصة تويتر قائمة شبكات التواصل الاجتماعي في الاعتماد عليها من قبل الباحثين كمصدر للحصول على المعلومات حول المتحور "دلتا"، يليها منصة الواتساب، ثم منصة يوتيوب، فمنصة سناب شات، وتأتي منصة TIKTOK في المرتبة الأخيرة.

٣- تصدرت الحسابات الرسمية لوزارة الصحة السعودية المرتبة الأولى بين حسابات شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الباحثون في الحصول على معلومات حول المتحور "دلتا"، يليها الحسابات الطبية المتخصصة، ثم الحسابات الإعلامية العامة، وأخيرا حسابات الإعلاميين والمشاهير المؤثرين، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (خيرة، ٢٠٢٠) التي ذكرت أن الإعلام الصحي الرسمي استطاع استقطاب الجمهور للحصول على المعلومات الخاصة بالوباء رغم



- تنافسه مع شبكات التواصل الاجتماعي، كذلك اتفقت مع دراسة (Mejova، 2020) التي أشارت إلى أن الحسابات الحكومية وغير الربحية هي التي تجتذب معظم عمليات إعادة التغريد. واختلفت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الفرم، ٢٠١٤) التي أشارت إلى ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لاستخدام المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع، وذلك لاستخدام الجهات الحكومية شبكات التواصل الاجتماعي بشكل موسع خلال السنوات الأخيرة، ما يوضح عناية الدولة بشبكات التواصل الاجتماعي.
- ٤- يتابع الباحثون شبكات التواصل الاجتماعي بدافع الحصول على المعرفة والمعلومات الجديد حول المتحور "دلتا"، حيث حصل محور الدوافع على متوسط حسابي ٢.٥٢، ويقع هذا المتوسط ضمن درجات الموافقة المرتفعة.
- ٥- يرى أغلب الباحثين أن المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا" كافية تماما، ويتقون في هذه المعلومات ثقة كاملة ومتوسطة، بينما نسبة ضعيفة جدا ترى عدم كفاية المعلومات المقدمة حول المتحور "دلتا" عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ولا تثق في تلك المعلومات. واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (عيشوش وبوسرسوب، ٢٠٢٠) التي أوضحت أن رأي أغلب الباحثين أن صفحات أخبار فيروس كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي مصدر كاف لهم.
- ٦- استفاد معظم الباحثين من التوعية الصحية المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا"، بدرجة كبيرة أو متوسطة أو منخفضة، فيما نسبة ضعيفة جدا ٣.٨% لم تستفد من هذه التوعية، وهو ما أشارت إليه دراسة (Mohammed، 2021) أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مناسب لتثقيف شعب المملكة العربية السعودية حول كيفية تعزيز الصحة العامة وإدارة عبء الأمراض التي تصيبهم.
- ٧- تحققت تأثيرات اعتماد الباحثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول المتحور "دلتا" بدرجة متوسطة، وتصدرت التأثيرات المعرفية المرتبة الأولى، يليها التأثيرات الوجدانية، ثم التأثيرات السلوكية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عزوز، ٢٠٢٠) التي أوضحت أن عينة الدراسة اعتمدوا على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة جائحة كورونا.
- ٨- تحقق فرض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الذي تشير إلى زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أوقات الأزمات والكوارث، وينتج عن هذا الاعتماد مجموعة من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، حيث أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة

- اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول المتحور "دلتا"، وبين التأثيرات الوجدانية والسلوكية المترتبة عن هذا الاعتماد. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (بن لبد، ٢٠٢٠) التي أوضحت أن متابعة عينة الدراسة لإعلانات حملات التوعية الصحية على قنوات الإعلام الجديد أسهمت في تحديد العوامل المؤثرة في سلوك المشاركة المجتمعية، وعلى السلوكيات التي يقومون بها بعد مشاهدة هذه الحملات.
- ٩- وُجدت علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة بين دوافع استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي في التعرف على المتحور "دلتا" وبين درجة استفادتهم منها.
- ١٠- وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة القوة بين كفاية المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول المتحور "دلتا" وبين درجة اعتمادهم عليها.
- ١١- وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة القوة بين دوافع تعرض المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي وبين درجة تفاعلهم مع المضامين المنشورة عبرها حول المتحور "دلتا".
- ١٢- تحقق فرض الاعتماد المتعلق بالفروق الفردية، الذي يشير إلى أن الجمهور يختلف في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة الاختلاف في الأهداف، والمصالح، والحاجات الفردية^(٣٧). حيث ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في التأثيرات المعرفية والوجدانية المترتبة عن درجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا"، وجاءت الفروق لصالح الذكور. كما ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا" تبعاً لمستوياتهم التعليمية، وجاءت الفروق لصالح الفئات الأقل تعليماً.
- ١٣- لا يؤثر متغيرا العمر والدخل على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا".
- ١٤- أظهرت نتائج الدراسة أن الكثير من المبحوثين يستفيدون من المحتوى المنشور حول المتحور "دلتا" ولا يتفاعلون معه بالمشاركة أو التعليق أو بالإعجاب.



التوصيات:

- بناء على النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة، يوصي الباحث بالآتي:
- على وزارة الصحة والمؤسسات الطبية في المملكة العربية السعودية زيادة الاهتمام بمنصة "تويتر" كمنصة إعلامية في حملاتها التوعوية الصحية، حيث تصدرت منصة تويتر قائمة شبكات التواصل الاجتماعي في الاعتماد عليها كمصدر معلومات حول المتحور "دلتا"، واحتلت الحسابات الرسمية للوزارة والمؤسسات الطبية المراتب الأولى في الحسابات الأكثر متابعة من الجمهور للحصول على معلومات حول المتحور "دلتا"، ويتحقق الاهتمام من خلال تنشيط النشر عبر الحسابات الرسمية لهذه المؤسسات أوقات الأزمات الصحية، وإمداد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أول بأول، والرد على استفسارات الجمهور، وتنفيذ الشائعات التي تروج لها أطراف أخرى بهدف بث الرعب والقلق في نفوس المواطنين أثناء انتشار الأوبئة.
 - يزداد العبء على القائمين بالاتصال في الحسابات الرسمية لوزارة الصحة والمؤسسات الطبية المتخصصة بعدم الاكتفاء بنشر المعلومات المتعلقة بالوباء أوقات الأزمات الصحية، بل عليهم نشر تعليمات وإرشادات واضحة للجمهور لكيفية الوقاية من الوباء، وكيفية التعامل معه عند وقوعه، وتوضيح طرق وإجراءات حماية النفس والآخرين منه. حيث كشفت النتائج أن أكثر من نصف العينة يتقيدون - بشكل كامل - بالتعليمات المُنقعة، والمنشورة في الحسابات التي يثقون بها، فيما يتقيد ما يقارب من ربع العينة بجزء من هذه التعليمات.
 - على القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحية أن يدركوا أن فعالية المنشور أو التغريدة التي ينشرونها عبر الحسابات الرسمية أو الخاصة ليس بالضرورة أن تظهر من خلال تعليقات وإعجابات الجمهور عليها، فبعض المنشورات يستفيد الجمهور منها دون أن يرد أو يتفاعل معها، بالرغم من استفادته منها، وهذا ما كشفتته نتائج الدراسة الحالية، حيث أظهرت أن الكثير من الباحثين يستفيدون من المحتوى المنشور ولا يتفاعلون معه بالمشاركة أو التعليق أو الإعجاب.

قائمة المراجع

١. بي بي سي عربي، فيروس كورونا: خريطة انتشار الوباء وأحدث الأرقام المسجلة، <https://www.bbc.com/arabic/51855397>، ٢٠٢١/٧/١١م.
٢. مصطفى، عبدالحفيظ. (٢٠١٩)، دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، مجلد ٨، العدد الخاص (التاسع والعشرون) الإعلام وجائحة كورونا، مصداقية أم أزمات وشائعات؟ الجزء الثاني، ص ٦٤٥.
٣. بالعربي CNN. (٢٠٢٠)، "لقاح كورونا يهدف لتغيير الحمض النووي للإنسان" .. أمير سعودي يرد على نظرية مؤامرة، <https://arabic.cnn.com/middle-east/article/2020/12/17/coronavirus-vaccine-human-control-conspiracy-theory-tweets-saudi-prince-response>
٤. محمد فاضل علي. (٢٠١٧). دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور: دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية. (أطروحة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
5. Suci, P. (2021, Jul 16). Misinformation: The White House And Jen Psaki Didn't Actually Call For Censorship Of Social Media. Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2021/07/16/misinformation-the-white-house-and-jen-psaki-didnt-actually-call-for-censorship-of-social-media/?sh=daf7e75b39c6> .
6. Nandita Bose, E. C. (2021, July 17). Biden says Facebook, others 'killing people' by carrying COVID misinformation. Retrieved from Reuters: <https://www.reuters.com/business/healthcare-pharmaceuticals/white-house-says-facebooks-steps-stop-vaccine-misinformation-are-inadequate-2021-07-16/> .
٧. العربية. (٢٠٢٠). معلومات مضللة ونظريات مؤامرة.. هذا ما يتم تداوله عن لقاح كورونا!، <https://www.alarabiya.net/medicine-and-health/2020/12/19> .
٨. الحرة. (٢٠٢١)، "تناول اللقاح معناه انتهاء حريتك للأبد" .. احذروا مجموعات "العالم الموازي"، <https://www.alhurra.com/coronavirus/2021/01/12> .
٩. أخبار السعودية:، (2021, July 18). Retrieved from <https://twitter.com/SaudiNews50/status/1416804159341449219?s=20>

١٠. واس. (2021, July 18). مصدر مسؤول في وزارة الداخلية: اشتراط أخذ الجرعة الثانية من اللقاح المضاد لفيروس كورونا المستجد للسفر إلى خارج المملكة لجميع المواطنين ابتداءً من ١ / ١ / ١٤٤٣هـ الموافق ٩ أغسطس ٢٠٢١م [Retrieved from https://www.spa.gov.sa/2262137](https://www.spa.gov.sa/2262137).
11. Mohammed, W., Alanzi, T., Alanezi, F., Alhodaib, H., & AlShammari, M. (2021). Usage of social media for health awareness purposes among health educators and students in Saudi Arabia. *Informatics in Medicine Unlocked*, 23, 100553.
١٢. بن لبد، سليمان فيحان فيصل. (٢٠٢٠). دور إعلانات حملات التوعية الصحية في وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز مشاركة المجتمع السعودي. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان* (١٩)، ١٥٥-١٩٥.
١٣. حسبية، صوكو، وبجج، فاطمة الزهرة. (2020). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر. (Doctoral dissertation).
14. Mejova, Y., & Suarez-Lledó, V. (2020, October). Impact of Online Health Awareness Campaign: Case of National Eating Disorders Association. In *International Conference on Social Informatics* (pp. 192-205). Springer, Cham.
15. Aldin, K. (2020). THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON CONSUMERS'HEALTH BEHAVIOR TOWARDS CHOOSING HERBAL COSMETICS. *Journal of Critical Reviews*, 7(9).
١٦. علي، محمد فضل. (٢٠١٧)، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور (دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية)، بحث لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
17. Rai, R. K., Khajanchi, S., Tiwari, P. K., Venturino, E., & Misra, A. K. (2021). Impact of social media advertisements on the transmission dynamics of COVID-19 pandemic in India. *Journal of Applied Mathematics and Computing*, 1-26.
١٨. عزوز، هويدا محمد السيد. (٢٠٢٠). اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي أثناء جائحة كورونا. *مجلة البحوث البيئية والطاقة*، ٩(١٥)، ١-٢١.
١٩. عيشوش، عمر، و بوسرسوب، حسان. (٢٠٢٠). دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا "كوفيد-١٩" دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجاً. *مجلة التمكين الاجتماعي*، ٢، ٢٨٨-٣٠٩.



٢٠. شهرزاد، صلم، و نورالهدى، صايلية. (٢٠٢٠)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية ضد فيروس كورونا، بحث لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير بقسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية— جامعة عبدالحميد بن باديس مستغانم، الجزائر.
٢١. خيرة محمدي. (٢٠٢٠). الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا كوفيد-١٩ في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية. مجلة التمكين الاجتماعي، ٢(٣)، ٣٤-٥٦.
٢٢. مصطفى، عبدالحفيظ. (٢٠١٩)، مرجع سابق، الصفحات ٦٤١ - ٦٩٦.
٢٣. الفرغ، خالد فيصل. (٢٠١٤). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية. مجلة البحوث الإعلامية - 267-292.
٢٤. نجم، طه عبد العاطي. (٢٠١٧). نظريات الإعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، <http://repository.nauss.edu.sa//handle/123456789/66916>
٢٥. Ssaja Oooqazeh. (٢٠٢٠.٢.٢٥)، نظريات الإعلام، ما هي فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
26. Bucher, T., & Helmond, A. (2017). The affordances of social media platforms. The SAGE handbook of social media, (233-253).
٢٧. منظمة الصحة العالمية، مرض فيروس كورونا (كوفيد-١٩)، الدخول يوم ٢٠٢١/٦/١٦ رابط الموقع: <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
٢٨. ويكيبيديا، متحور "دلتا"، الدخول يوم ٢٠٢١/١١/٦٢ رابط الموقع: https://en.wikipedia.org/wiki/SARS-CoV-2_Delta_variant
29. Hair, J.F., Black W.C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2014). Multivariate Data Analysis (Seventh Edition). USA: Pearson Education Limited., P. 7
٣٠. المحكمون لاستمارة الدراسة هم:
- أ.د. محمد بن علي القعاري، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
 - أ.د. حسن بن محمد منصور، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود.
 - أ.د. عبدالنبي بن عبدالله الطيب، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
 - د. حاتم بن علي الصالح، كلية الإعلام، جامعة صنعاء.



31. Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill building approach (Seventh edition). UK: John Wiley & Sons.P.222.
٣٢. سعد القحطاني (٢٠١٥)، الإحصاء التطبيقي: المفاهيم الأساسية وأدوات التحليل الإحصائي الأكثر استخداما في الدراسات والبحوث الاجتماعية والإنسانية باستخدام SPSS، ط١ (الرياض: معهد الإدارة العامة)، ص٢٩٠.
33. Hair, et al., (2014). Op. Cit., P.123
34. Pituch, K. A., & Stevens, J. P. (2016). Applied multivariate statistics for the social sciences (6th edition). New York: Routledge.
35. We Are Social (2021). Digital 2021. Retrieved at 17 July 2021 from: <https://wearesocial.com/digital-2021>
٣٦. حساب وزارة الصحة السعودية على تويتر، تاريخ الاسترجاع ١٧ يوليو ٢٠٢١، من الرابط: <https://twitter.com/SaudiMOH>
٣٧. محمد منير حجاب (٢٠١٠)، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع)، ص٣٠٣.