

اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها: دراسة مسحية عن محافظة الأحساء بالمملكة العربية السعودية

أصايل صالح إبراهيم النقموش

باحث ماجستير الاتصال الاستراتيجي، قسم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية، 222400811@student.kfu.edu.sa

زكية النور يوسف مكي

أستاذ مشارك في الإعلام، قسم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية، zakya7099@gmail.com

المخلص:

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها، والوقوف على تقييم المرأة السعودية لدور منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها، واعتمدت على المنهج المسحي، باستخدام أسلوب المسح بالعينة، وذلك فيما يتعلق بمسح عينة عمدية متاحة من سكان المملكة العربية السعودية من النساء بمحافظة الأحساء ممن يتعرضن للمضامين الصحية عبر منصة تويتر، وبحجم قدره 194 مفردة، بالاعتماد على الاستبانة كأداة لهذه الدراسة، وقد توصلت أهم نتائج الدراسة إلى أن المرأة السعودية تعتمد على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي لديها بشكل كبير، وتتأثر معرفيًا نتيجة لاعتمادها على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، بصورة أكبر من التأثير الوجداني والسلوكي، كما أن هناك علاقة طردية قوية بين معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في التوعية الصحية، ومستوى الفائدة المتحققة من هذا الاعتماد.

الكلمات المفتاحية: الوعي الصحي، المرأة السعودية، تويتر.

Saudi Women's Dependence on Twitter Platform in Developing their Health Awareness: A Survey Study on Al-Ahsa Governorate, Saudi Arabia

Asayel Saleh Ibrahim Alnuqmush

Master's Researcher in Strategic Communication, Department of Communication and Media,
College of Arts, King Faisal University, Kingdom of Saudi Arabia
222400811@student.kfu.edu.sa

Zakya Elnour Yousif Maki

Associate Professor of Media, Department of Communication and Media, College of Arts, King
Faisal University, Kingdom of Saudi Arabia
zakya7099@gmail.com

Abstract:

The study aimed to find out the extent to which Saudi women depend on the Twitter platform in developing their health awareness and to stand up to Saudi women's evaluation of the role of the Twitter platform in developing their health awareness. The population of the Kingdom of Saudi Arabia is women in Al-Ahsa Governorate who are exposed to health contents via the Twitter platform, with a size of 200 items, relying on the questionnaire as a tool for this study. Cognitively as a result of her reliance on the Twitter platform in the field of health awareness, more than emotional and behavioral vulnerability, and there is a strong direct relationship between the rate of Saudi women's reliance on the Twitter platform in health awareness and the level of benefit achieved from this reliance.

Keywords: Health Awareness, Saudi Women, Twitter.

المقدمة

تعد شبكات التواصل الاجتماعي في العصر الحالي نافذة إعلامية واسعة، تحتوي على كم هائل من المعلومات لجميع الفئات العمرية في شتى المجالات، اقتصادية كانت أو ثقافية أو صحية، حيث إن الأخيرة لها أهمية لدى أفراد المجتمع، وتعد من أهم المجالات الأساسية لبنائه بشكل جيد، وفي ظل تزايد إقبال الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في خلق واقع جديد في مجال التوعية الصحية وذلك من خلال نشر المعلومات الصحية والبرامج التوعوية. ووفقاً للتقرير الصادر من (البي بي سي، 2022) فإن المملكة تمتلك أكبر أسواق وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بسبب المعدل المرتفع لاستخدام الهواتف الذكية، ويأتي المستخدمون الأكثر نشاطاً عبر منصات التويتر واليوتيوب والفيس بوك، وحيث بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في السعودية حوالي 34.84 مليون (social,2022).

ويعرف الوعي الصحي بأنه: "إلمام أفراد المجتمع بالمعلومات الصحية وإحساسهم بالمسؤولية اتجاه صحتهم وصحة غيرهم، وذلك من خلال الممارسات الصحية السليمة نتيجة الفهم والاقتناع بتحويل هذه الممارسات إلى عادات تمارس بشكل يومي" (بدح وآخرون، 2019). ونظراً لأهمية المجال التوعوي فمن الضروري أن يكون لدى الأفراد قاعدة من المعلومات والمعارف لتنمية الوعي الصحي، والتماس أهم الأسس الصحية السليمة من أجل العيش بأسلوب صحي.

وقد امتدت مجالات استخدام منصة تويتر وأهدافها لتشتمل أهداف مختلفة تعود على الفرد والمجتمع بفوائد عدة كالتثقيف والتوعية والتربية والترفيه، حيث ساهمت منصة تويتر في رفع مستوى الوعي لدى الأفراد وذلك من خلال نشر المعلومات والحقائق وغرس الممارسات الصحية لتنمية الوعي الصحي، وتعد منصة تويتر من أكثر المنصات التي تحظى بنسبة متابعة عالية من الجمهور السعودي، "حيث كشفت إحصائية نشرها موقع Business Insider، والتي قامت بها مؤسسة BI Intelligence البحثية، عن تحليل النسب المئوية لمختلف دول العالم التي تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية، أن 41% من مستخدمي الإنترنت في السعودية يستخدمون شبكة (تويتر)، وهي أعلى نسبة من إجمالي المستخدمين في العالم".

وتعد المرأة من بين الفئات الأكثر استخداماً وتفاعلاً على منصة تويتر، كما أنها تهتم بالبحث عن المعلومات والحقائق لحلول مشاكلها الصحية، "وأشارت دراسة قامت بها منصة Crowd Analyzer أن عدد مستخدمي البرنامج في المملكة 11 مليون مستخدم نشط حيث يبلغ عدد النساء 4 ملايين مغردة"؛ لذلك ترى الباحثة أنه من الضروري إشراك المرأة في أنشطة التوعية الصحية من خلال تحمل المسؤولية عن صحتها الجسدية

والنفسية وصحة أفراد أسرته، والتخلي عن العادات الصحية السيئة التي تسبب المرض أو تفاقمه، ولأن المرأة خط الوقاية الأول من أجل سلامة المجتمعات وإذا كان مستوى الوعي الصحي لديها فإن نتائج مواجهة العديد من المشاكل الصحية ستكون إيجابية، وفي إطار هذه الدراسة ستقوم الباحثتان بالتعرف على مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في تنمية وتعزيز الوعي الصحي لديها.

مشكلة الدراسة:

أصبح الوعي الصحي مطلبًا إنسانيًا سواء كان على المستوى الفردي أو على مستوى الدول، وتحتل منصة تويتر جماهيرية كبيرة في المجتمع السعودي وذلك بسبب الدور الفعال التي تقوم به في تنمية البناء الفكري للمجتمع في كافة المجالات وعلى وجه الخصوص المجال الصحي؛ لتصبح أداة من أدوات الإعلام وتنمية الوعي الصحي، وتعد منصة تويتر مصدرًا من أهم مصادر المعلومات لدى الأفراد بشكل عام وللمرأة بشكل خاص، حيث تزداد ساعات تصفحها وتعرضها للمضامين الصحية لتنمية وعيها الصحي، وذلك من خلال تبني الأساليب الصحية الموجبة والتخلي عن الممارسات السلبية، وعليه تتبلور مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الآتي: ما مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها؟

أهمية الدراسة:

- الأهمية العلمية: تمثل دراسات التوعية الصحية كحقل بحثي دعمًا وإثراءً لمجال البحث العلمي في مجال التوعية الصحية ومجال توظيف شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تتميز الدراسة الحالية في كونها تعالج موضوع من الموضوعات الهامة وهو تنمية الوعي الصحي للمرأة السعودية، وقد لاحظت الباحثتان بأن هناك فجوة معرفية في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي الصحي للمرأة، كما أن معظم دراسات التوعية الصحية تدور في حقول الأزمات.
- الأهمية التطبيقية: إمكانية استفادة شبكات التواصل الاجتماعي من نتائج الدراسة في بناء برامج توعوية فعالة، وإفادة العاملين في الإعلام الصحي والجهات المعنية بالتوعية الصحية.

أهداف الدراسة:

1. معرفة مدى تعرض المرأة السعودية لمنصة تويتر وعلاقته بتنمية الوعي الصحي لديها.
2. التعرف على مستوى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي.

3. تحديد نوعية المضامين الصحية التي تستقيها المرأة السعودية من منصة تويتر حول التوعية الصحية.
4. الوقوف على التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية.
5. رصد مدى إفادة المرأة السعودية من التفاعل والمشاركة حول موضوعات التوعية الصحية على منصة تويتر.
6. الوقوف على تقييم المرأة السعودية لدور منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها.

تساؤلات الدراسة:

1. ما معدل تعرض المرأة السعودية لمنصة تويتر وعلاقته بتنمية الوعي الصحي لديها؟
2. ما مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي؟
3. ما نوعية المضامين الصحية التي تستقيها المرأة السعودية من منصة تويتر حول التوعية الصحية؟
4. ما التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية؟
5. ما مستوى إفادة المرأة السعودية من التفاعل والمشاركة حول موضوعات التوعية الصحية على منصة تويتر؟
6. ما تقييم المرأة السعودية لدور منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة طردية بين معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر ومستوى الوعي الصحي لديها.
- الفرض الثاني: توجد علاقة بين معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر ومعدل التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد.
- الفرض الثالث: توجد فروق بين تأثيرات الوعي الصحي واعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في رفع مستوى الوعي الصحي لديها وفقاً للخصائص الديموغرافية (العمر. المستوى التعليمي. المستوى اتجاه).

- **الفرض الرابع:** تختلف دوافع استخدام المرأة السعودية على منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها باختلاف المتغيرات الديموغرافية (العمر. المستوى التعليمي. المستوى اتجاه).

❖ **المحور الأول: دراسات تناولت شبكات التواصل الاجتماعي والوعي الصحي للمرأة:**

دراسة قابوش، وآخرون (2021)¹ المرأة الجزائرية والمعلومات الصحية على مواقع التواصل: دراسة في الاعتماد على موقع الفيسبوك.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد المرأة الجزائرية على الفيسبوك للحصول على المعلومات الصحية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى: أن موقع الفيسبوك يشكل أرضية خصبة لتداول المعلومات الصحية التي تنسم نوعاً ما بالمصادقية لاكتساب سلوكيات صحية إيجابية.

دراسة السيد نجلاء (2020)² شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية وعي المرأة بأزمة فيروس كورونا المستجد كمتغير في التخطيط لإدارة الأزمات.

سعت الدراسة إلى التعرف على إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وعي المرأة بأزمة فيروس كورونا، وتم الاعتماد على المنهج الكمي والمنهج الكيفي طريقة المسح الاجتماعي بالعينة، وجاءت حجم العينة (762)، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى: أن الشبكات الاجتماعية بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة هي البديل الأفضل لوسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد عليها المرأة بدرجة كبيرة للحصول على معلومات حول الفيروس.

دراسة زهيري، وبودية (2019)³ مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب الوعي الصحي للمرأة.

استهدفت الدراسة معرفة مدى مساهمة مضامين مواقع اليوتيوب في تنمية وعيهم الصحي على اعتبار أن الموقع يحمل كمًا هائلاً من الفيديوهات المرئية حول الصحة، وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبيان

(1) قابوش، صفية، وعبادي، ولدومية (2021)، المرأة الجزائرية والمعلومات الصحية علي مواقع التواصل: دراسة في الاعتماد علي موقع الفيسبوك. مجلة العلوم الإنسانية، مج 8، ع1، 18.

(2) السيد، نجلاء (2020)، شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية وعي المرأة بأزمة فيروس كورونا المستجد كمتغير في التخطيط لإدارة الأزمات. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، ع52، ج1، 121-154.

(3) زهيري، وبودية (2019)، مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب الوعي الصحي للمرأة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة عبد الحميد ابن باديس لولاية مستغانم.

لجمع البيانات وعينة قصدية متماثلة في جميع النساء المتابعات لموقع اليوتيوب القاطنات بولاية غليزان و التي تمثلت في 60 امرأة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن النساء الأكثر استخداما و متابعة لموقع اليوتيوب هم من فئة الشباب اللواتي تتراوح أعمارهن من 21 إلى 30 سنة، كما أن الوسيلة الأكثر استخداما في التصفح لموقع اليوتيوب تمثلت في الهاتف بنسبة 73%.

دراسة أبو رقية، وآخرون (2019)⁴ دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الأردنية بالكشف المبكر عن سرطان الثدي: الفيسبوك أنموذجاً.

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير المعلومات والمضامين التي يقدمها الفيسبوك في التوعية الصحية للفحص المبكر عن سرطان الثدي ومستوى الوعي الصحي لدى المرأة الأردنية. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد تم الاعتماد فيها على المنهج المسحي من خلال الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المجتمع الأصلي للدراسة والمتمثل في المرأة الأردنية، وقد توصلت أهم نتائج الدراسة إلى أن درجة اعتماد المرأة الأردنية على موقع الفيسبوك للحصول على المعلومات الصحية الخاصة بسرطان الثدي كانت كبيرة.

دراسة عبد المحسن، إيمان (2017)⁵ تعرض طالبات الجامعة للمواقع الصحية الإلكترونية والتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى المعرفة الصحية لهم.

استهدفت الدراسة التعرف على مدى تعرض طالبات الجامعة للمواقع الصحية الإلكترونية والتطبيقات الصحية في الهواتف الذكية بمستوى المعرفة الصحية لديهم، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وطبقت على عينة عمدية من مستخدمي المواقع الإلكترونية الصحية والتطبيقات الصحية في الهواتف على طالبات جامعة أم القرى قوامها 200 امرأة، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى: ارتفاع معدل التعرض للمواقع الصحية الإلكترونية لدى المبحوثات، وجاءت أهم المضامين الصحية التي تتعرض لها مبحوثات عينة الدراسة معلومات عن مرض معين بنسبة 38,5%.

❖ المحور الثاني: دراسات تناولت المرأة والوعي الصحي لديها.

(4) أبو رقية، بيان، والسلعوس (2019). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الأردنية بالكشف المبكر عن سرطان الثدي: الفيسبوك أنموذجاً. رسالة ماجستير، جامعة البرموك.

(5) عبدالمحسن، إيمان (2017). تعرض طالبات الجامعة للمواقع الصحية الإلكترونية والتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى المعرفة الصحية لديهم. المجلة المصرية لبحوث الأعلام 658-595.

دراسة المصري، دينا (2022)⁶ دور البرامج الطبية في تنمية الوعي الصحي للريفية وعلاقته بالتنمية الشاملة.

سعت الدراسة إلى الوقوف على دور البرامج الطبية في تنمية الوعي الصحي للمرأة الريفية وعلاقته بالتنمية الشاملة، وذلك من خلال قياس الوعي الصحي لدى المرأة الريفية نتيجة لمشاهدة البرامج الطبية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني عن طريق مسح جمهور البرامج الطبية المتمثل في المرأة الريفية التي تشاهد هذه البرامج، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى: أن الغالبية العظمى من المبحوثين (95%) يرون أن البرامج التليفزيونية توعي صحياً، لكن الأمر يقف على مستوى الاقتناع.

دراسة مرسى، أحمد (2020)⁷ إسهامات المبادرات التطوعية في تنمية الوعي الصحي للمرأة بالمناطق العشوائية.

استهدفت الدراسة تنمية الوعي الصحي للمرأة، وتحديد إسهامات المبادرات التطوعية في تنمية الوعي الصحي لديها بالمناطق العشوائية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد تم استخدام منهج المسح الاجتماعي الشامل و الاعتماد علي استمارة الاستبيان، وتوصلت أهم النتائج الدراسة إلى: أن إسهام المبادرات التطوعية في تزويد المرأة بالمعارف والمعلومات المرتبطة بالأمراض المستجدة من وجهة نظر المستفيدات المتعلقات جاءت مرتفعة.

دراسة حجازي، رشا (2020)⁸ دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية بالتطبيق على حملة 100 مليون صحة (مبادرة رئيس الجمهورية لدعم صحة المرأة المصرية)، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والاعتماد فيها على منهج المسح الإعلامي والاستبيان لجمع المعلومات،

(6) المصري، دينا (2022). دور البرامج الطبية في تنمية الوعي الصحي للمرأة الريفية وعلاقته بالتنمية الشاملة: دراسة ميدانية. مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة 71(71).

(7) مرسى، أحمد (2020). إسهامات المبادرات التطوعية في تنمية الوعي الصحي للمرأة بالمناطق العشوائية. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية 22-181، 51(1).

(8) حجازي، رشا (2020). دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية: دراسة تطبيقية على حملة 100 مليون صحة. مجلة البحوث الإعلامية 53(53-ج2) 867-928.

حيث طبقت على عينة عمدية (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج: حيث أكد 55,2% من عينة الدراسة على وجود دور مؤثر لحملة 100 مليون صحة لرفع مستوى الوعي الصحي لديهم.

دراسة خنوس، ودغنة (2020)⁹ دور البرامج الصحية التلفزيونية في تنمية الوعي الصحي لدى المرأة الجزائرية.

سعت الدراسة إلى معرفة دور البرامج الصحية التلفزيونية في تنمية الوعي لدى المرأة الجزائرية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التحليلية، حيث اقتضت طبيعة الدراسة استخدام منهج تحليل المضمون والاعتماد على استمارة تحليل المحتوى وأداة المقابلة، وتمثلت عينة الدراسة في 9 فقرات من كل حصة لها علاقة بالمرأة، وقد توصلت أهم نتائج الدراسة إلى: أن برنامج "العيادة" يقدم معلومات مهمة للمرأة بتنوع المواضيع التي تركز على الجانب الوقائي الذي يتجسد في رفع مستوى الوعي لديها.

دراسة عثمان، وموسى (2018)¹⁰ فاعلية استراتيجيات حملات العلاقات العامة في التوعية الصحية.

استهدفت الدراسة التعرف على إسهامات استراتيجيات حملات العلاقات العامة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الملاحظة والمقابلة والاستبانة كأدوات لجمع البيانات، حيث تكوّن مجتمع الدراسة من العاملين بالبرنامج القومي للصحة الإنجابية بالسودان، وطبقت الدراسة على عينة بلغت 69 من الجمهور الخارجي من النساء في سن الإنجاب، و 31 من الجمهور الداخلي من المتخصصين في العلاقات العامة والصحة، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى: استخدام العلاقات العامة في حملات التوعية الصحية أنشطة الاتصال المباشر وغير المباشر لرفع مستوى الوعي الصحي بالمجتمعات.

التعليق على الدراسات السابقة:

(9) خنوس، ودغنة (2020). دور البرامج الصحية التلفزيونية في تنمية الوعي الصحي لدى المرأة الجزائرية - دراسة تحليلية لعينة من برنامج "العيادة". قناة نوميديا نيوز (Doctoral dissertation).

(10) عثمان، وموسى (2018). فاعلية استراتيجيات حملات العلاقات العامة في التوعية الصحية: دراسة وصفية تحليلية على إدارة العلاقات العامة للبرنامج القومي للصحة الإنجابية. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مجلد 19، العدد 2، ص: 36-19.

- اتفقت أغلب الدراسات السابقة على هدف مشترك وهو اعتماد المرأة على شبكات التواصل الاجتماعي لتنمية الوعي الصحي لديها، باستثناء دراسة (المصري، 2022) مع دراسة (خنوس، 2020) حيث تتفق في نفس الهدف وهو التعرف على دور البرامج الطبية في تنمية الوعي الصحي للمرأة، وتتفق دراسة (حجازي، 2020) مع دراسة (عثمان، 2018) في التعرف على دور الحملات في تشكيل الوعي الصحي للمرأة، حيث تختلف دراسة (مرسي، 2020) عن الدراسات السابقة والتي تهدف إلى التعرف إسهامات المبادرات التطوعية في تنمية الوعي الصحي للمرأة، بينما تركز الدراسة الحالية على التعرف على مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في تنمية وتعزيز الوعي الصحي لديها.
- تنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة، حيث تتفق الدراسة الحالية مع دراسة (أبو رقية، 2019) ودراسة (فتحي، 2017) ودراسة (حجازي، 2020) في استخدام المنهج الوصفي، وتتفق دراسة (زهيري، 2019)، ودراسة (عثمان، 2018) في استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتتفق دراسة (قابوش، 2021) ودراسة (مرسي، 2020) في منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وجاءت دراسة (خنوس، 2020) مستخدمة المنهج التحليلي، واعتمدت دراسة (أبو رقية، 2019) المنهج المسحي، ودراسة (المصري، 2022) المنهج المسح الميداني.
- تشابهت الأدوات في الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في الاستبيان كأدوات لجمع البيانات، باستثناء دراسة (خنوس، 2020) تم استخدام استمارة تحليل المحتوى، ودراسة (عثمان، 2018) حيث تم استخدام الملاحظة والمقابلة بالإضافة إلى الاستبيان.
- محدودية الدراسات السابقة التي ربطت بين شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي الصحي للمرأة وتحديدًا منصة تويتر، وجاءت غالبية الدراسات عن الفيسبوك بوصفه مصدرًا لتنمية الوعي الصحي.

الإطار النظري للدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كما يلي:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

قدم كل من ديفلور وروكيتش (M. Defleur S. Ball Rokeach) نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي انصببت على رصد تأثيرات وسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع، وذلك في العام (1976م) في مقالة

لهما نشرت بعنوان "نموذج الاعتماد لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام". وهو نموذج يوضح العلاقة المتداخلة بين كل من الوسيلة الإعلامية والجمهور والنظام الاجتماعي (الجمال، 2010).

ومن الممكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على النحو التالي: وهي أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات والحقائق بشكل متميز ومكثف، وأن هذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حال وجود عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور من الممكن أن تصبح تأثيراً مرتدّاً لتغيير كُّل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع (الظاهر، 2012).

وتفترض نظرية الاعتماد أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات يزيد في الظروف الاجتماعية غير المستقرة، وتحديدًا في حالات الصراع والأزمات وعدم الاستقرار، حيث تزيد في هذه الظروف دوافع الحصول على المعلومات للمساهمة في تفسير الأحداث بشكل سليم (عبد الغفار، 2012).

واستنادًا إلى ما سبق ظهرت هذه النظرية كنموذج لتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام الذي يعد من المداخل الوظيفية الاجتماعية الشارحة لعملية الاتصال، حيث إنها تتأثر بعوامل عدة، مثل: نوعية الموضوعات، واهتمام أفراد الجمهور؛ مما يؤدي إلى تذبذب درجة التأثير بوسائل الاتصال الجماهيرية، فيكون التأثير في بعض الأحيان قويًا، وأحيانًا يكون ضعيفًا (العبد، 2008).

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على الفروض التالية:

- كلما كانت المعلومات التي تبث عبر وسائل الإعلام ذات أهمية للأفراد زاد اعتمادهم عليها.
- كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على هؤلاء الأفراد.
- كلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار في المجتمع زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الحاجات الفردية.
- يزداد اعتماد الجماهير على وسائل الإعلام في المجتمعات التي تتطور فيها أنظمة هذه الوسائل.
- يقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية كلما توافرت لديهم مصادر أخرى بديلة، أو مصادر إعلام خارجية.

- يختلف الأفراد فيما بينهم من حيث درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام، فجمهور الصفوة مثلاً تتعدد مصادر المعلومات لديهم على نحو أكبر من الجمهور العام.
- كلما زادت المجتمعات تعقيداً زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة.

استخدام النظرية في الدراسة الحالية:

تم الاستناد في هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام؛ لكونها ركزت على فرضية تزايد الاعتماد على وسائل الإعلام أثناء عدم الاستقرار في المجتمع، وذلك بسبب الصراعات والتغيرات التي تحدث، وكما تنص النظرية بقدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم الوسائل بنقل المعلومات والحقائق بشكل مختلف ومميز، وبناءً على ما سبق تعتمد المرأة على وسائل الإعلام باعتبارها نظاماً فرعياً لفهم وإدراك الواقع؛ ونتيجة لذلك وظفت الباحثتان هذه النظرية لمناسبتها لمشكلة الدراسة ولأهدافها وتساؤلاتها وتطبيقها من أجل التعرف على مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها.

الدراسة الميدانية:

منهجية الدراسة:

- نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة إحدى الدراسات الوصفية، التي تسعى إلى تتبع ظاهرة معينة لوصفها وتحليلها وكشف الأسباب التي تقف وراءها، وعليه فإن الباحثتان تسعيان إلى توصيف وتحليل الدور الذي تقوم به منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي للمرأة السعودية.

- منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي، وهو من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وتحديداً البحوث الوصفية، وقد اعتمدت الباحثتان على أسلوب المسح بالعينة، لمسح عينة عمدية متاحة من سكان المملكة العربية السعودية من النساء بمحافظة الأحساء ممن يتعرضن للمضامين الصحية عبر منصة تويتر.

- أدوات جمع البيانات:

وانطلاقاً من طبيعة موضوع الدراسة اعتمدت الباحثتان على أداة استمارة الاستبيان لجمع البيانات، "ويعد الاستبيان أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أساسية ومباشرة من العينة للحصول على أكبر قدر من المعلومات والبيانات" (عبد الحميد، 2015، ص 155)، وذلك للتعرف على مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها، وقد تمت صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي بما يتناسب مع تساؤلات وفروض الدراسة، حيث اشتملت على 6 محاور أساسية، وذلك على النحو الآتي:

- **المحور الأول:** معدل تعرض المرأة السعودية لمنصة تويتر وعلاقته بتنمية الوعي الصحي لديها.
- **المحور الثاني:** مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي.
- **المحور الثالث:** أبرز المضامين الصحية التي تستقيها المرأة السعودية من منصة تويتر حول التوعية الصحية.
- **المحور الرابع:** التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية.
- **المحور الخامس:** مستوى إفادة المرأة السعودية من التفاعل والمشاركة حول موضوعات التوعية الصحية على منصة تويتر.
- **المحور السادس:** تقييم المرأة السعودية لدور منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها.

مجتمع الدراسة:

تمثل المجتمع المستهدف بالدراسة في المرأة السعودية بمحافظة الأحساء، وتشمل الفئة العمرية من 60- (18) سنة.

عينة الدراسة:

تم تطبيق استمارة الاستبيان على عينة عمدية متاحة من المرأة السعودية بمحافظة الأحساء قوامها 200 مفردة. تم استبعاد 6 استمارات لعدم استيفائها كامل الإجابات وأجريت الإحصاءات على 194 مفردة.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول (1): النسب والتكرارات للبيانات الديموغرافية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرارات	العمر
25.3	49	25-18 سنة
31.4	61	25-35 سنة
20.1	39	35-45 سنة
13.9	27	45-55 سنة
9.3	18	55 سنة فأكثر
النطاق الجغرافي		
99.0	192	مدينة
1.0	2	قرية
المستوى التعليمي		
27.8	54	ثانوية
62.4	121	جامعي
9.8	19	فوق جامعي
المستوى الوظيفي		
25.8	50	طالبة
3.6	7	صاحبة مشروع
21.1	41	قطاع حكومي
16.0	31	قطاع خاص
33.5	65	لا تعمل

من الجدول أعلاه نجد أن عينة الدراسة المكونة من (194) مشاركة، توزعت حسب الفئات العمرية بنسبة 25.3% من ذوي الفئة العمرية (25-18 سنة)، وبنسبة 31.4% من ذوي الفئة العمرية (25-35 سنة) وهم النسبة الأكبر من العينة، بينما بلغت نسبة ذوي الفئة العمرية (35-45 سنة) 20.1%، وبلغت نسبة ذوي الفئة العمرية (45-55 سنة) 22.7% وهم النسبة الأقل من مجموع العينة، وبلغت نسبة ذوي الفئة العمرية

(39-35 سنة) حوالي 13.9%، وكانت النسبة الأقل من مجموع العينة هم ذوي الفئة العمرية (55 سنة فأكثر) بمقدار 9.3%. وكانت أغلبية العينة المبحوثة من الحاصلين على مؤهل جامعي، بنسبة 62.4%، بينما كان الحاصلون على شهادة الثانوية في المرتبة الثانية بنسبة 27.8%، وبلغت نسبة الحاصلين على مؤهلات فوق الجامعي 9.8%، وكانت الأغلبية من قاطني المدن بنسبة 99%، وبحسب المستوى الوظيفي كانت النسبة الأكبر من اللواتي بدون عمل بحوالي 33.5%، والنسبة الأقل للواتي يعملن في مشاريعهن الخاصة بمقدار 3.6%.

ثانياً: اختبار الصديق والثبات لأداة الدراسة

يعني صديق الاستبانة التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، كما يقصد به شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية وضوح فقراتها ومفرداتها، وبحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها، وقد تم التأكد من صديق أداة الدراسة كما يلي:

الصديق الظاهري:

تم تحكيم استمارة الاستبيان من عدد من أساتذة الإعلام (أنظر ملاحق الدراسة)، وتم التعديل والإضافة عليها، وإخراجها بالشكل النهائي، ثم نشرها.

صديق الاتساق الداخلي:

تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة على العينة الأساسية البالغ حجمها 194 مشاركا ومشاركة، كما هو موضح في الجداول (2، 3، 4، 5، 6)، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له، ووجدنا أن معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور والمعدل الكلي للمحور، دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن القيمة الاحتمالية (P-value) لكل فقرة أقل من 0.05، لجميع المحاور؛ وبذلك تعتبر فقرات الاستبانة تحقق معايير صديق الاتساق الداخلي.

جدول (2): معاملات الارتباط لفقرات محور المضامين الصحية

الدالة الإحصائية P-value	معامل ارتباط بيرسون	رقم الفقرة
.000	.604**	1
.000	.546**	2
.000	.495**	3
.000	.494**	4
.000	.693**	5
.000	.678**	6
.000	.682**	7
.000	.708**	8
.000	.579**	9
.078	0.127	10

جدول (3): معاملات الارتباط لفقرات محور التأثيرات

الدالة الإحصائية P-value	معامل ارتباط بيرسون	رقم الفقرة
.000	.653**	1
.000	.707**	2
.000	.627**	3
.000	.709**	4
.000	.583**	5
.000	.788**	6
.005	.199**	7
.000	.626**	8
.000	.771**	9
.000	.738**	10
.000	.792**	11
.000	.778**	12

جدول (4): معاملات الارتباط لفقرات محور اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي

رقم الفقرة	مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي	
	معامل ارتباط بيرسون	الدلالة الإحصائية P-value
1	.581**	.000
2	.733**	.000
3	.658**	.000
4	.789**	.000
5	.789**	.000
6	.734**	.000
7	.545**	.000
8	.547**	.000
9	.764**	.000

جدول (5): معاملات الارتباط لفقرات محور إفادة المرأة السعودية من التفاعل والمشاركة حول موضوعات التوعية الصحية على منصة تويتر

رقم الفقرة	مستوى إفادة المرأة السعودية من التفاعل والمشاركة حول موضوعات التوعية الصحية على منصة تويتر	
	معامل ارتباط بيرسون	الدلالة الإحصائية P-value
1	.730**	.000
2	.767**	.000
3	.675**	.000
4	.803**	.000
5	.574**	.000
6		
7		
8		
9		

جدول (6): معاملات الارتباط لفقرات محور تقييم المرأة السعودية لدور منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها

تقييم المرأة السعودية لدور منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها		رقم الفقرة
الدلالة الإحصائية P-value	معامل ارتباط بيرسون	
.000	.580**	1
.000	.661**	2
.000	.506**	3
.000	.387**	4
.000	.654**	5
.000	.594**	6

صدق الاتساق البنائي:

وقد تم حساب صدق الاتساق البنائي للاستبانة عن طريق حساب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور من محاور الاستبانة، والدرجة الكلية لفقرات الاستبانة بالكامل، ويتضح من الجدول (7)، أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، حيث أن القيمة الاحتمالية (P-value) لكل محور أقل من 0.05؛ وبالتالي فصدق الاتساق البنائي متحقق في الاستبانة.

جدول (7): معاملات الارتباط بين درجات المحاور والدرجة الكلية للاستبانة

رقم المحور	عنوان المحور	الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل ارتباط بيرسون	الدلالة الإحصائية P-value
1	المضامين الصحية التي تستقيها المرأة السعودية من منصة تويتر حول التوعية الصحية	.849**	.000
2	التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية	0.896**	.000
3	مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي	.846**	.000
4	مستوى إفادة المرأة السعودية من التفاعل والمشاركة حول موضوعات التوعية الصحية على منصة تويتر	.793**	.000
5	تقييم المرأة السعودية لدور منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها	.637**	.000

الثبات للاستبانة بطريقة الفا كرونباخ:

يقصد بثبات أداة الدراسة التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريبا لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات مختلفة، وقد أجرت الباحثتان خطوات الثبات على العينة الأساسية بطريقة معامل الفا كرونباخ، وقد تم حساب معامل الفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة، وللإستبانة ككل، حيث نلاحظ أن قيمة معامل الفا كرونباخ للإستبانة ككل كان 0.933، وهي قيمة مرتفعة، حيث أنها قريبة من الواحد الصحيح، وكذلك نجد أن قيم معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة كانت مرتفعة، وأكبر من 0.70، ما عدا محور تقييم المرأة السعودية لدور منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها، كما هي موضحة في الجدول (9)، مما يعني تحقق شرط ثبات الاستبانة في جميع المحاور ما عدا الأخير، ولكن بما أن قيمة معامل الثبات الكلي للاستبانة مرتفعاً، فلا توجد مشكلة بالنسبة لقيمة معامل الثبات للمحور الأخير؛ وبالتالي فإن ثبات الاستبانة ممتازاً، وبهذا فإنها صالحة للاستخدام كأداة للدراسة.

جدول (8): قيم معامل ألفا كرونباخ للمحاور والاستبانة

رقم المحور	عنوان المحور	معامل ألفا كرونباخ
1	المضامين الصحية التي تستقيها المرأة السعودية من منصة تويتر حول التوعية الصحية	0.771
2	التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية	0.888
3	مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي	0.858
4	مستوى إفادة المرأة السعودية من التفاعل والمشاركة حول موضوعات التوعية الصحية على منصة تويتر	0.724
5	تقييم المرأة السعودية لدور منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها	0.549
	الثبات الكلي	0.933

ثالثاً: الأساليب الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج (SPSS) الإصدار 25، وفيما يلي الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

1- تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسوب، حسب المقياس الخماسي، ولتحديد طول فترة المقياس (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (5-1=4)، ثم تقسيمه على عدد فترات المقياس الخمسة للحصول على طول الفقرة أي (0.8=5/4)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي الواحد الصحيح، وذلك لتحديد الحد الأعلى للفترة الأولى وهكذا، والجدول (9) يوضح أطوال الفترات كما يلي:

جدول (9): أطوال فترات مقياس ليكارت

الفترة (متوسط الفترة)	1-1.8	1.8-2.6	2.6-3.4	3.4-4.2	4.2-5
التقدير	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5
الوزن النسبي %	20-36	37-52	53-68	69-84	85-100

- 2- تم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الصفات الشخصية لمفردات الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.
- 3- المتوسط الحسابي وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي، وكذلك في تفسير مدى الموافقة على العبارة.
- 4- تم استخدام الانحراف المعياري للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي، ويوضح الانحراف المعياري التشتت في استجابات أفراد الدراسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس، وإذا كان الانحراف المعياري واحدا صحيحا وأعلى فهذا يعني عدم تركيز الاستجابات وتشتتها.
- 5- اختبار الفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- 6- معادلة ارتباط بيرسون لقياس صدق الفقرات والمحاور.
- 7- معادلة ارتباط سيرمان لاختبار العلاقة بين المتغيرات.
- 8- اختبار تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفروق بين متوسطات المجموعات.

رابعاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة
إجابة التساؤل الأول: ما معدل تعرض المرأة السعودية لمنصة تويتر وعلاقته بتنمية الوعي الصحي لديها؟

جدول (10): التكرارات والنسب المئوية لمحو استخدام منصة تويتر

النسبة %	التكرارات	
ما متوسط استخدامك لمنصة تويتر يومياً؟ 1.49 (49.67%)		
62.9	122	1 أقل من ساعتين
25.3	49	2 من ساعتين إلى أقل من 4 ساعات
11.9	23	3 أكثر من 4 ساعات
ما هي الأجهزة التي تفضلين استخدامها لمتابعة المضامين على منصة تويتر		
92.8	180	1 الجوال
1.5	3	2 الكمبيوتر الشخصي
5.7	11	3 الجهاز اللوحي
ما أسباب استخدامك لمنصة تويتر؟		
55.7	108	1 الحصول على المعلومات الصحية
6.2	12	2 معرفة الجديد من الإحداث الطبية
4.1	8	3 الاستفادة في مجال التوعية الصحية
10.3	20	4 التواصل مع الإقارب والأصدقاء
5.2	10	5 التعرف على العادات والأنماط الصحية السليمة
2.6	5	6 لإنجاز المهام
2.6	5	7 تغيير سلوك
9.3	18	8 للتسلية وتمضية الوقت
2.6	5	9 زيادة الوعي الثقافي في مجال التوعية الصحية
1.5	3	10 أخرى بعيداً عن المجال الصحي

من الجدول رقم (10) الذي يوضح استخدام المشاركين والمشاركات لمنصة تويتر، نجد أن متوسط الاستخدام اليومي لمنصة تويتر بلغ (1.49) وبوزن نسبي 49.67%، مما يعني أن معدل استخدام تويتر يصل إلى أقل من ساعتين في اليوم، ونجد أن 92.8% من العينة المبحوثة يستخدمون الجوال لمتابعة المضامين الصحية على منصة تويتر. ونجد أن نسبة اللواتي يتصفحنا منصة تويتر لدوافع متعلقة بالصحة، بلغت 73.71%، من إجمالي العينة، أي أن هناك دور كبير لمنصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لدى المرأة السعودية.

تحليل فقرات ومحاو الاستبانة المعتمدة على مقياس ليكارت:

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي للمتوسط الحسابي لتحليل فقرات الاستبانة، وتكون الفقرة إيجابية إذا كان الوزن النسبي لها أكثر من 60%، وبدرجة موافقة إما عالية جداً أو عالية أو متوسطة أو منخفضة أو منخفضة جداً بناء على الوزن النسبي كما هو موضح في الجدول (11) أدناه:

جدول (11): درجات الموافقة وفقاً لقيمة الوزن النسبي

درجة الموافقة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	عالية	عالية جداً
الوزن النسبي %	36-20	52-36	68-52	84-68	100-84

إجابة التساؤل الثاني: ما نوعية المضامين الصحية التي تستقيها المرأة السعودية من منصة تويتر حول التوعية الصحية؟

جدول (12): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لفقرات محاور المضامين الصحية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
1. تزودني منصة تويتر حول موضوعات الرعاية الصحية.	4.00	0.782	80.00	3	عالية
2. أطلع على منصة تويتر حول موضوعات الصحة العقلية والنفسية.	3.68	0.983	73.51	7	عالية
3. أتصفح منصة تويتر للحصول على معلومات تساعدني في اختيار النظام الغذائي المناسب.	4.00	0.911	80.00	4	عالية
4. أكتسب من منصة تويتر معلومات عن الصحة البيئية.	3.64	1.020	72.78	9	عالية
5. أتابع الصفحة الرسمية لوزارة الصحة السعودية على منصة تويتر.	4.02	1.077	80.41	2	عالية
6. أحرص على متابعة الصفحات الشخصية للأطباء على منصة تويتر.	3.84	1.025	76.70	5	عالية
7. أهتم بمتابعة وكالة الأنباء السعودية على منصة تويتر.	3.71	1.284	74.12	6	عالية
8. أفضل متابعة صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة السعودية على منصة تويتر.	3.64	1.157	72.89	8	عالية
9. أقوم بمتابعة صحيفة الأحساء اليوم على منصة تويتر.	2.45	1.339	49.07	10	منخفضة
10. أقوم بالاطلاع على تغريدات حسابات الأفراد.	4.28	0.648	85.57	1	عالية جداً
المتوسط	3.73	1.02	74.51		

من الجدول رقم (12) الذي يبين استجابات أفراد العينة حول المضامين الصحية التي تستقيها المرأة السعودية من منصة تويتر حول التوعية الصحية، نجد أن أعلى فقرة حسب الوزن النسبي هي الفقرة رقم (10)، حيث بلغ الوزن النسبي 85.57% وهو أكبر من 60%، مما يدل على أن مستوى الاطلاع على تغريدات حسابات الأفراد في تويتر، عالياً جداً لدى المرأة السعودية. ويتضح أن أقل فقرة حسب الوزن النسبي هي الفقرة رقم (9)، حيث بلغ الوزن النسبي لها 49.07%، وهو أقل من 60%، مما يدل على انخفاض مستوى متابعة المرأة السعودية لصحيفة الأحساء اليوم على منصة تويتر.

وبصفة عامة يتبين أن المتوسط الحسابي للمضامين الصحية التي تستقيها المرأة السعودية من منصة تويتر حول التوعية الصحية يساوي 3.73 وبانحراف معياري يساوي 1.02، والوزن النسبي المتوسط يساوي 74.51%، وهو أكبر من الوزن النسبي المحايد (60%)، مما يدل على أن مستوى المضامين الصحية التي تستقيها المرأة السعودية من منصة تويتر حول التوعية الصحية عالياً.

إجابة التساؤل الثالث: ما التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية؟

جدول (13): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية ل فقرات بُعد التأثيرات المعرفية

التأثيرات المعرفية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
1. ارتفع مستوى ثقافتي في مجال التوعية الصحية.	4.03	0.854	80.52	1	عالية
2. زادت المعلومات التي تساعدني على الاعتناء أكثر بصحتي.	3.98	0.814	79.59	2	عالية
3. تزودني في معرفة الأعراض المرضية التي تستدعي الى تدخل طبي.	3.62	0.943	72.37	4	عالية
4. أحرص على تطبيق المعلومات التي حصلت عليها من منصة تويتر في حياتي اليومية.	3.71	0.881	74.23	3	عالية
المتوسط	3.83	0.87	76.68		

جدول (14): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لفقرات بُعد التأثيرات الوجدانية

التأثيرات الوجدانية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
1. إرتفع مستوى شعوري بالمسؤولية الاجتماعية تجاه نفسي والآخرين.	3.83	0.886	76.60	2	عالية
2. لم أعد أرغب بتناول الوجبات السريعة.	3.57	1.012	71.34	3	عالية
3. تساعدني على ملء أوقات فراغي لتخلص من الملل.	4.35	0.858	87.01	1	عالية جدا
4. زاد إهتمامي بمراجعة الأطباء للإطمئنان على صحتي.	3.54	0.977	70.82	4	عالية
المتوسط	3.82	0.93	76.44		

جدول (15): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لفقرات بُعد التأثيرات السلوكية

التأثيرات السلوكية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
1. إمتنعت عن الأغذية والمشروبات الغير صحية.	3.64	0.994	72.78	1	عالية
2. أصبحت أمارس الرياضة للحفاظ على رشاقتي.	3.47	0.993	69.38	3	عالية
3. إمتنعت عن تناول الوجبات السريعة.	3.52	1.044	70.41	2	عالية
4. أصبحت أتبع نظام غذائي متوازن.	3.43	0.986	68.66	4	متوسطة
المتوسط	3.52	1.00	70.31		

من الجدول رقم (13) الذي يبين استجابات أفراد العينة حول التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، نجد أن المتوسط الحسابي للتأثيرات المعرفية يساوي 3.83 وبانحراف معياري يساوي 0.87، والوزن النسبي المتوسط يساوي 76.68%، مما يدل على أن مستوى التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، عالياً.

ومن الجدول رقم (14) الذي يبين استجابات أفراد العينة حول التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، نجد أن المتوسط الحسابي للتأثيرات الوجدانية يساوي 3.82 وبانحراف معياري يساوي 0.93، والوزن النسبي المتوسط يساوي 76.44%، مما يدل على أن مستوى التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، عالياً.

ومن الجدول رقم (15) الذي يبين استجابات أفراد العينة حول التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، نجد أن المتوسط الحسابي للتأثيرات السلوكية يساوي

3.52 وبانحراف معياري يساوي 1.0، والوزن النسبي المتوسط يساوي 70.31%، مما يدل على أن مستوى التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، عالياً نوعاً ما.

إجابة التساؤل الرابع: ما مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي؟

جدول (16): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لفقرات محور اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
1. تزودني منصة تويتر بالمعلومات البسيطة والسريعة حول موضوعات التوعية الصحية.	4.35	0.659	86.91	2	عالية جداً
2. تقدم لي منصة تويتر معلومات موثوق بها في مجال التوعية الصحية.	3.43	1.142	68.56	9	متوسطة
3. تعرض لي منصة تويتر أهم التطورات الطبية في مجال التوعية الصحية.	3.82	1.008	76.49	4	عالية
4. أعتبر منصة تويتر من أدوات التوعية الصحية.	3.52	1.121	70.41	7	عالية
5. تؤثر منصة تويتر على طرق إتخاذ القرارات من خلال عرضها لمضامين التوعية الصحية.	3.65	0.955	73.09	6	عالية
6. تزودني منصة تويتر بالكثير من المعلومات الصحية التي أستفيد منها مع أسرتي.	3.68	1.024	73.51	5	عالية
7. تقدم لي منصة تويتر العديد من الخيارات المتنوعة والجذابة حول موضوعات التوعية الصحية.	4.35	0.706	87.01	1	عالية جداً
8. تقدم لي منصة تويتر معلومات عن التوعية الصحية غير متوفرة في وسائل الإعلام التقليدية.	4.14	0.942	82.78	3	عالية
9. أصبحت من خلال منصة تويتر أكثر قدرة على إتخاذ القرارات الصحية الصائبة.	3.46	1.003	69.28	8	عالية
المتوسط	3.82	0.95	76.45		

من الجدول رقم (16) الذي يبين استجابات أفراد العينة حول مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي، نجد أن أعلى فقرة حسب الوزن النسبي هي الفقرة رقم (7)، حيث بلغ الوزن

النسبي 87.01 % وهو أكبر من 60%، مما يدل على أن منصة تويتر تقدم العديد من الخيارات المتنوعة والجذابة حول موضوعات التوعية الصحية، بنسبة عالية جداً. ويتضح أن أقل فقرة حسب الوزن النسبي هي الفقرة رقم (2)، حيث بلغ الوزن النسبي لها 68.56%، وهو أقل من 60%، مما يدل على أن مستوى الثقة بمعلومات التوعية الصحية في منصة تويتر، متوسطاً.

وبصفة عامة يتبين أن المتوسط الحسابي لاعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي يساوي 3.82 وبانحراف معياري يساوي 0.95، والوزن النسبي المتوسط يساوي 76.45%، وهو أكبر من الوزن النسبي المحايد (60%)، مما يدل على أن مستوى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي عالياً.

إجابة التساؤل الخامس: ما مستوى إفادة المرأة السعودية من التفاعل والمشاركة حول موضوعات التوعية الصحية على منصة تويتر؟

جدول (17): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لفقرات بُعد طبيعة التفاعل على منصة تويتر

طبيعة التفاعل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
1. أقوم بالنشر على حسابي والتواصل مع الأصدقاء والأقارب لمعرفة آرائهم.	2.45	0.748	81.62	3	عالية
2. أتابع بعض الصفحات وأشارك بالنشر والتعليق.	2.45	0.748	81.62	4	عالية
3. أتابع بعض الصفحات ولا أشارك بالنشر والتعليق.	2.46	0.749	82.13	2	عالية
4. أتابع بعض الصفحات وأكتفي بالإعجاب ببعض التغريدات.	2.52	0.707	84.02	1	عالية
المتوسط	2.47	0.74	82.35		

من الجدول رقم (17) الذي يبين استجابات أفراد العينة حول طبيعة تفاعل المرأة السعودية حول موضوعات التوعية الصحية على منصة تويتر، نجد أن المتوسط الحسابي لطبيعة التفاعل يساوي 2.47

وبانحراف معياري يساوي 0.74، والوزن النسبي المتوسط يساوي 82.35%، مما يدل على أن مستوى تفاعل المرأة السعودية حول موضوعات التوعية الصحية على منصة تويتر، عالياً.

جدول (18): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لفقرات بُعد الفائدة المتحققة من منصة تويتر

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
1. أستفدت من منصة تويتر في مجال التوعية الصحية.	4.24	0.689	84.85	2	عالية
2. أقوم بتطبيق المعلومات المكتسبة من منصة تويتر في حياتي اليومية.	3.71	0.906	74.12	4	عالية
3. ساعدتني منصة تويتر على تصحيح بعض المفاهيم الصحية الخاطئة.	4.26	0.689	85.26	1	عالية جداً
4. حصلت على التوجيهات الصحية على منصة تويتر.	3.89	0.791	77.84	3	عالية
5. يمكنني الاستغناء عن الكتب الطبية المتخصصة والاستعاضة عنها بمنشورات الصحة عبر منصة تويتر.	3.07	1.152	61.34	5	متوسطة
المتوسط	3.83	0.85	76.68		

من الجدول رقم (18) الذي يبين استجابات أفراد العينة حول الفائدة المتحققة من منصة تويتر، نجد أن أعلى فقرة حسب الوزن النسبي هي الفقرة رقم (3)، حيث بلغ الوزن النسبي 85.26%، مما يعني أن مستوى مساعدة منصة تويتر على تصحيح بعض المفاهيم الصحية الخاطئة، عالياً جداً. ويتضح أن أقل فقرة حسب الوزن النسبي هي الفقرة رقم (5)، حيث بلغ الوزن النسبي لها 61.34%، مما يعني أن مستوى الاستعاضة عن الكتب الطبية بالتغريدات على منصة تويتر متوسطاً.

وبصفة عامة يتبين أن المتوسط الحسابي للفائدة المتحققة من منصة تويتر يساوي 3.83 وبانحراف معياري يساوي 0.85، والوزن النسبي المتوسط يساوي 76.68%، مما يدل على أن مستوى الفائدة المتحققة في مجال التوعية الصحية من منصة تويتر، عالياً.

إجابة التساؤل السادس: ما تقييم المرأة السعودية لدور منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها؟

جدول (19): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لفقرات بُعد تقييم الشكل في منصة تويتر

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
1. تقدم لي أشكال متعددة من الصور، والرسوم، والفيديو، والنصوص.	4.39	0.721	87.84	2	عالية جدا
2. تمكنني من الاطلاع على الإحصائيات الجديدة اليومية.	3.16	1.267	63.20	3	متوسطة
3. تتيح لي إمكانية المشاركة والتفاعل على التغريدات المنشورة.	4.47	0.669	89.38	1	عالية جدا
المتوسط	4.01	0.89	80.14		

من الجدول رقم (19) الذي يبين استجابات أفراد العينة حول تقييم الشكل للمضامين الصحية في منصة تويتر، نجد أن المتوسط الحسابي لتقييم الشكل يساوي 4.01 وبانحراف معياري يساوي 0.89، والوزن النسبي المتوسط يساوي 80.14%، مما يدل على أن مستوى جودة الشكل في منصة تويتر عالياً.

جدول (20): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لفقرات بُعد تقييم المضمون في منصة تويتر

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
1. تستخدم بعض المصطلحات الطبية صعبة الفهم ومعقدة.	3.15	0.991	63.09	3	متوسطة
2. اللغة المستخدمة في طرح المواضيع الصحية واضحة.	3.78	0.924	75.67	2	عالية
3. تقوم بنقل الأخبار بسرعة وفورية.	4.35	0.741	86.91	1	عالية جدا
المتوسط	3.76	0.89	75.22		

من الجدول رقم (20) الذي يبين استجابات أفراد العينة حول تقييم المضمون المتعلق بالتوعية الصحية في منصة تويتر، نجد أن المتوسط الحسابي لتقييم المضمون يساوي 3.76 وبانحراف معياري يساوي 0.89، والوزن النسبي المتوسط يساوي 75.22%، مما يدل على أن مستوى المضمون المتعلق بالتوعية الصحية في منصة تويتر عالياً.

خامساً: اختبار فروض الدراسة

- اختبار الفرض الأول: توجد علاقة طردية بين معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر ومستوى الفائدة المتحققة من اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية.

جدول (21): اختبار سبيرمان للارتباط بين معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر ومستوى الفائدة المتحققة

مستوى الفائدة المتحققة		
.611**	قيمة معامل سبيرمان للارتباط	معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر
.000	قيمة الدلالة الإحصائية	

من الجدول رقم (21) أعلاه نجد أن قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل سبيرمان للارتباط الذي تم استخدامه لاختبار الفرض الأول، أقل من 0.05، ما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، بين معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر ومستوى الفائدة المتحققة من اعتمادها على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، وتشير قيمة معامل سبيرمان (+0.611) إلى قوة هذه العلاقة، والإشارة الموجبة، تؤكد على أن هذه العلاقة طردية، أي أنه كلما زاد معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في التوعية الصحية، يزداد مستوى الفائدة المتحققة من هذا الاعتماد؛ وبالتالي فإن الفرض الأول صحيح.

- اختبار الفرض الثاني: توجد علاقة بين معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر ومعدل التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد.

جدول (22): اختبار سبيرمان للارتباط بين معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر، ومعدل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية

معدل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية		
.596**	قيمة معامل سبيرمان للارتباط	معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر
.000	قيمة الدلالة الإحصائية	

من الجدول رقم (22) أعلاه نجد أن قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل سيرمان للارتباط الذي تم استخدامه لاختبار الفرض الثاني، أقل من 0.05، ما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)، بين معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر ومعدل التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد، وتشير قيمة معامل سيرمان (+0.596) إلى قوة هذه العلاقة، والإشارة الموجبة، تؤكد على أن هذه العلاقة طردية، أي أنه كلما زاد معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في التوعية الصحية، يزداد معدل التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد؛ وبالتالي فإن الفرض الثاني صحيح.

- اختبار الفرض الثالث: توجد فروق بين تأثيرات الوعي الصحي واعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في رفع مستوى الوعي الصحي لديها وفقاً للخصائص الديموغرافية (العمر. المستوى التعليمي).

أولاً: اختبار الفروق بناء على متغير العمر

جدول (23): اختبار التباين بين مجموعات الفئات العمرية، في معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر، ومعدل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية

حجم التأثير	قيمة الدلالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربع	درجة الحرية	مجموع المربعات	
0.1	.000	5.274	275.318	4	1101.273	التأثيرات
0.054	.032	2.700	92.016	4	368.063	معدل الاعتماد
اختبار التجانس						
		قيمة الدلالة الإحصائية	درجة الحرية 2	درجة الحرية 1	معامل ليفين	
		.066	189	4	2.240	التأثيرات
		.004	189	4	4.016	معدل الاعتماد

جدول (24): الاختبار البعدي لتحديد الفروق بين مجموعات الفئات العمرية

التأثيرات	العمر		فرق المتوسطات	الخطأ المعياري	قيمة الدلالة الإحصائية	فترة الثقة 95%	
	18-25 سنة	25-35 سنة				الأدنى	الأقصى
التأثيرات	18-25 سنة	25-35 سنة	-5.26497*	1.38607	.007	-9.5769	-9.530
		35-45 سنة	-6.16745*	1.55047	.004	-10.9908	-1.3441
		45-55 سنة	-4.90249	1.73172	.096	-10.2897	.4847
		55 سنة فأكبر	-4.90249	1.99138	.199	-11.0975	1.2925
معدل الاعتماد	18-25 سنة	25-35 سنة	-2.93476	1.24742	.189	-6.5127	.6432
		35-45 سنة	-3.55939	1.26237	.058	-7.1889	.0701
		45-55 سنة	-2.69615	1.31370	.361	-6.4889	1.0966
		55 سنة فأكبر	-3.30726	1.82407	.561	-8.7794	2.1649

من الجدول رقم (23) أعلاه نجد أن قيمة الدلالة الإحصائية للفروق في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بناءً على متغير العمر، أقل من 0.05، وبحجم تأثير متوسط. وكذلك نجد أن قيمة الدلالة الإحصائية للفروق في معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في التوعية الصحية، بناءً على متغير العمر، أقل من 0.05، وبحجم تأثير ضعيف.

ومن الجدول (24) الذي يوضح نتائج الاختبار البعدي لمجموعات الفئات العمرية، للتأثيرات الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، ومعدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي، نجد أن نتيجة الاختبار البعدي أظهرت وجود فروق ذي دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، بين متوسط مجموعة الفئة العمرية (18-25 سنة) ومتوسط كل من مجموعتي الفئات العمرية (25-35 سنة)، (35-45 سنة)، لصالح الفئة الأكبر سناً. ومن الجدول نفسه نجد أنه لا يوجد فروق ذي دلالة إحصائية في معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي، بين أيّاً من مجموعات الفئات العمرية؛ والسبب في ذلك يعود إلى ضعف حجم التأثير.

ثانياً: اختبار الفروق بناء على متغير المستوى التعليمي

جدول (25): اختبار التباين بين مجموعات المستوى التعليمي، في معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر، ومعدل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية

حجم التأثير	قيمة الدلالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربع	درجة الحرية	مجموع المربعات	
0.091	.000	9.561	499.071	2	998.141	التأثيرات
0.035	.032	3.503	120.454	2	240.909	معدل الاعتماد
اختبار التجانس						
		قيمة الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	درجة الحرية	معامل ليفين	
			2	1		
		.001	191	2	7.700	التأثيرات
		.001	191	2	6.782	معدل الاعتماد

جدول (26): الاختبار البعدي لتحديد الفروق بين مجموعات المستوى التعليمي

فترة الثقة 95%		قيمة الدلالة الإحصائية	الخطأ المعياري	فرق المتوسطات	المستوى التعليمي		
الأقصى	الأدنى						
-7.2043		.018	1.36907	-3.86165*	جامعي	ثانوي	التأثيرات
-12.7171		.001	2.00014	-7.74464*	فوق جامعي		
-4.3801		.318	1.09102	-1.71671	جامعي	ثانوي	معدل الاعتماد
-8.3622		.091	1.76171	-3.95029	فوق جامعي		

من الجدول رقم (25) أعلاه نجد أن قيمة الدلالة الإحصائية للفروق في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بناءً على متغير المستوى التعليمي، أقل من 0.05، وبحجم تأثير متوسط. وكذلك نجد أن قيمة الدلالة الإحصائية للفروق في معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في التوعية الصحية، بناءً على متغير المستوى التعليمي، أقل من 0.05، وبحجم تأثير ضعيف.

ومن الجدول (26) الذي يوضح نتائج الاختبار البعدي لمجموعات المستوى التعليمي، للتأثيرات الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، ومعدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي، نجد أن نتيجة الاختبار البعدي أظهرت وجود فروق ذي دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، بين متوسط مجموعة المستوى التعليمي (الثانوي) ومتوسط كل من مجموعتي المستوى التعليمي (الجامعي، فوق الجامعي) لصالح أصحاب المستوى التعليمي الأعلى. ومن الجدول نفسه نجد أنه لا يوجد فروق ذي دلالة إحصائية في معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي، بين أيًا من مجموعات المستوى التعليمي؛ والسبب في ذلك يعود إلى ضعف حجم التأثير. وبناءً على نتائج الاختبار للفروق في التأثيرات في الوعي الصحي، ومعدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي لديها، بناءً على متغير العمر، والمستوى التعليمي فإن؛ الفرض غير صحيح، حيث توجد فروق في تأثيرات الوعي الصحي وفقًا للخصائص الديموغرافية (العمر. المستوى التعليمي)، ولكن لا توجد فروق في اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في رفع مستوى الوعي الصحي لديها وفقًا للخصائص الديموغرافية (العمر. المستوى التعليمي).

- اختبار الفرض الرابع: تختلف دوافع استخدام المرأة السعودية لمنصة تويتر باختلاف المتغيرات الديموغرافية (العمر. المستوى التعليمي).
أولاً: اختبار الفروق بناءً على متغير العمر

جدول (27): اختبار التباين بين مجموعات الفئات العمرية، في دوافع استخدام تويتر، والاختبار البعدي لتحديد الفروق بين المجموعات

حجم التأثير	قيمة الدلالة الإحصائية	قيمة ف	متوسط المربع	درجة الحرية	مجموع المربعات	
0.085	.002	4.415	40.335	4	161.340	دوافع استخدام منصة تويتر
التجانس						
		قيمة الدلالة الإحصائية	درجة الحرية 2	درجة الحرية 1	معامل ليفين	
		.083	189	4	2.095	دوافع استخدام منصة تويتر
الاختبار البعدي						
	فترة الثقة 95%	قيمة الدلالة الإحصائية	الخطأ المعياري	فرق المتوسطات	العمر	
	الأقصى الأدنى					
		.149	.580	1.518	35-25 سنة	دوافع استخدام منصة تويتر
		.016	.649	2.299*	45-35 سنة	
		.022	.724	2.485*	55-45 سنة	
		.395	.833	1.688	55 سنة فأكبر	

من الجدول رقم (27) أعلاه نجد أن قيمة الدلالة الإحصائية للفروق في دوافع استخدام المرأة السعودية لمنصة تويتر بناءً على متغير العمر، أقل من 0.05، وبحجم تأثير متوسط.

ومن الجدول (27) أيضاً، الذي تظهر فيه نتائج الاختبار البعدي لمجموعات الفئات العمرية، لدوافع استخدام المرأة السعودية لمنصة تويتر، نجد أن نتيجة الاختبار البعدي أظهرت وجود فروق ذي دلالة إحصائية في دوافع استخدام المرأة السعودية لمنصة تويتر، بين متوسط مجموعة الفئة العمرية (25-18 سنة) ومتوسط كل من مجموعتي الفئات العمرية (45-35 سنة)، (45-55 سنة)، لصالح الفئة الأصغر سناً.

ثانياً: اختبار الفروق بناء على متغير المستوى التعليمي

جدول (28): اختبار التباين بين مجموعات المستوى التعليمي، في دوافع استخدام تويتر، والاختبار البعدي لتحديد الفروق بين المجموعات

مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربع	قيمة ف	قيمة الدلالة الإحصائية	حجم التأثير	
93.482	2	46.741	4.975	.008	0.050	
التجانس						
معامل ليفين	درجة الحرية 1	درجة الحرية 2	قيمة الدلالة الإحصائية			
4.735	2	191	.010			
الاختبار البعدي						
المستوى التعليمي		فرق المتوسطات	الخطأ المعياري	قيمة الدلالة الإحصائية	فترة الثقة 95%	
					الأدنى	الأقصى
دوافع استخدام منصة تويتر	ثانوي	جامعي	1.477*	.491	.010	.28
		فوق جامعي	.182	1.038	.997	- 2.47

من الجدول رقم (28) أعلاه نجد أن قيمة الدلالة الإحصائية للفروق في دوافع استخدام المرأة السعودية لمنصة تويتر بناءً على متغير المستوى التعليمي، أقل من 0.05، وبحجم تأثير ضعيف.

ومن الجدول (28) أيضاً، الذي تظهر فيه نتائج الاختبار البعدي لمجموعات المستوى التعليمي، لدوافع استخدام المرأة السعودية لمنصة تويتر، نجد أن نتيجة الاختبار البعدي أظهرت وجود فروق ذي دلالة إحصائية في دوافع استخدام المرأة السعودية لمنصة تويتر، بين متوسط مجموعة المستوى التعليمي (الثانوي) ومتوسط مجموعة المستوى التعليمي (الجامعي)، لصالح الفئة الأدنى تعليمياً (الثانوي). وبناءً على نتائج الاختبار للفروق بناءً على متغير العمر، والمستوى التعليمي فإن الفرض صحيح، حيث تختلف دوافع استخدام المرأة السعودية لمنصة تويتر باختلاف المتغيرات الديموغرافية (العمر. المستوى التعليمي).

ملخص النتائج:

- 1- توصلت الدراسة إلى أن معدل استخدام تويتر يصل إلى أقل من ساعتين في اليوم لدى العينة المبحوثة من النساء السعوديات.
- 2- يلعب تطبيق تويتر دوراً هاماً وكبيراً في تنمية الوعي الصحي لدى المرأة السعودية، حيث بلغت نسبة اللواتي يتصفحن التطبيق لدوافع متعلقة بالصحة 73.71%. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عبد المحسن (2017) في ارتفاع معدل التعرض للمواقع والتطبيقات الإلكترونية الصحية لدى المبحوثات.
- 3- أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى المضامين الصحية التي تستقيها المرأة السعودية من منصة تويتر حول التوعية الصحية عالياً.
- 4- توصلت الدراسة إلى أن مستوى التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، عالياً.
- 5- تتأثر المرأة السعودية وجدانياً وبنسبة عالية من اعتمادها على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية.
- 6- تتأثر المرأة السعودية سلوكياً وبنسبة عالية نوعاً ما من اعتمادها على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية. وتتفق هذه الدراسة في النتائج (4، 5، 6) جزئياً مع ما توصلت له دراسة السيد (2020) حول المساهمة القوية لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الصحي للمرأة بفيروس كورونا معرفياً ووجدانياً وسلوكياً.
- 7- تتأثر المرأة السعودية معرفياً نتيجة لاعتمادها على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، بصورة أكبر من التأثير الوجداني والسلوكي.
- 8- تعتمد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي لديها بشكل كبير. وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع ما توصلت له دراسة قابوش وآخرون (2021) في أن موقع الفيسبوك يشكل أرضية خصبة لتداول المعلومات الصحية التي تتسم نوعاً ما بالمصادقية لاكتساب سلوكيات صحية إيجابية للمرأة.
- 9- تتفاعل المرأة السعودية بمستوى عالي مع موضوعات التوعية الصحية المنشورة على منصة تويتر.
- 10- تستفيد المرأة السعودية بشكل كبير من منصة تويتر، في مجال التوعية الصحية، حيث بلغ متوسط الموافقة على الفائدة المتحققة مستوى عالياً.

- 11- تعتبر المرأة السعودية أن جودة الشكل للمحتوى المقدم في تويتر عالية، حيث يتم تقديم المحتوى بصورة واضحة من خلال الصور والفيديوهات والوسائل التوضيحية الأخرى.
- 12- يعتبر مستوى المضمون المتعلق بالتوعية الصحية في منصة تويتر عالياً، من وجهة نظر المرأة السعودية، حيث بلغ متوسط الموافقة على تقييم المضمون التوعوي الصحي مستوى عالي.
- 13- كلما زاد معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في التوعية الصحية، يزداد مستوى الفائدة المتحققة من هذا الاعتماد، حيث أن هناك علاقة ارتباط طردية قوية بينهما.
- 14- كلما زاد معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في التوعية الصحية، يزداد معدل التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد، حيث أن العلاقة الارتباطية بين معدل الاعتماد والتأثيرات الناتجة، علاقة طردية قوية.
- 15- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، بين متوسط مجموعة الفئة العمرية (18-25 سنة) ومتوسط كل من مجموعتي الفئات العمرية (25-35 سنة)، (35-45 سنة)، لصالح الفئة الأكبر سناً.
- 16- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي لديها، بين أيّاً من مجموعات الفئات العمرية؛ بسبب ضعف حجم التأثير.
- 17- هناك تفاوت في مستوى التأثيرات الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، بين النساء الحاصلات على مستوى تعليم أدنى، والحاصلات على مستوى تعليم أعلى. وأظهرت نتائج التحليل وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في مجال التوعية الصحية، بين متوسط مجموعة المستوى التعليمي (الثانوي) ومتوسط كل من مجموعتي المستوى التعليمي (الجامعي، فوق الجامعي) لصالح النساء ذات المستوى التعليمي الأعلى.
- 18- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر كمصدر لتنمية الوعي الصحي لديها، بناء على متغير المستوى التعليمي.
- 19- هناك تفاوت في دوافع استخدام منصة تويتر، بين النساء السعوديات الأصغر سناً، والأكبر سناً. حيث أظهر التحليل الإحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام المرأة السعودية لمنصة

تؤثر في التوعية الصحية، بين متوسط مجموعة الفئة العمرية (18-25 سنة) ومتوسط كل من مجموعة الفئة العمرية (35-45 سنة)، ومجموعة الفئة العمرية (45-55 سنة)، لصالح الفئة الأصغر سناً. 20- تتفاوت دوافع المرأة السعودية لاستخدام منصة تويتر في التوعية الصحية، بناءً على المستوى التعليمي، حيث أنه كلما كان مستوى تعليم المرأة أقل من الجامعي، كلما كانت دوافعها أكبر لاستخدام منصة تويتر في تنمية وعيها الصحي. وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع استخدام المرأة السعودية لمنصة تويتر في التوعية الصحية، بين متوسط مجموعة المستوى التعليمي (الثانوي) ومتوسط مجموعة المستوى التعليمي (الجامعي)، لصالح الفئة الأدنى تعليمياً (الثانوي). مما يعني أن الدراسة الجامعية تلعب دوراً مهماً في تنمية وتعزيز الوعي الصحي للمرأة السعودية، وبالتالي فإن استخدامها لمنصة تويتر لغرض التوعية الصحية كان بنسبة أقل، وعلى العكس من ذلك المرأة التي لم تحصل على مستوى تعليمي جامعي فقد كانت نسبة استخدامها لمنصة تويتر لغرض التوعية الصحية أكبر.

توصي الدراسة بالآتي:

- 1- أهمية التركيز على الجهات الصحية الرسمية المعنية بالتوعية الصحية بالحرص على الحضور التوعوي في شبكات التواصل الاجتماعي عموماً، وفي منصة تويتر بشكل خاص، من خلال الصفحات الرسمية والتفاعلية، وتخصيص صفحات تفاعلية للمرأة السعودية.
- 2- ضرورة إجراء دراسات حول مدى اعتماد المرأة السعودية على منصة تويتر في تنمية الوعي الصحي لديها، على مستوى أعمق، ونطاق أوسع، بحيث يشمل كامل المملكة العربية السعودية.
- 3- إجراء دراسات حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى (انستغرام، يوتيوب، فيسبوك).
- 4- العمل على دراسة المضمون الصحي الذي تتصفحه المرأة السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي، لمعرفة أهم المواضيع التي تهتم بها المرأة السعودية

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- 1- أبو رقية، بيان، والسلوس (2019). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الأردنية بالكشف المبكر عن سرطان الثدي: الفيسبوك أنموذجاً. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك.

- 2- الجمال، نجلاء (2010). اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة كمصدر لمعارفهم الثقافية: دراسة تطبيقية على الشباب والقائم بالاتصال. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ص 28.
- 3- السيد، نجلاء (2020)، شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية وعي المرأة بأزمة فيروس كورونا المستجد كمتغير في التخطيط لإدارة الأزمات. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، ع52، ج1، 121-154.
- 4- الظاهر، وجدي (2012). اعتماد الحجاج والمعتنمين على الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال كمصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية خلال الأزمات. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.
- 5- العبيد، إبراهيم (2015). آثار مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على طلاب كلية التربية بجامعة القصيم من وجهة نظرهم: التويتر أنموذجاً. مجلة العلوم التربوية والنفسية، مج8، ع745، 3-641.
- 6- العبد، نهى (2008). اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الإعلانية وعلاقته باتجاهاته الشرائية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة: جامعة القاهرة، العدد 31.
- 7- الكسواني، حنان (2009). دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية. مذكرة ماجستير جامعة الشرق الأوسط للدراسات. الأردن، ص 23.
- 8- المصري، دنيا (2022). دور البرامج الطبية في تنمية الوعي الصحي للمرأة الريفية وعلاقته بالتنمية الشاملة: دراسة ميدانية. مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة 71 (71).
- 9- الدليمي، عبد الرزاق (2005). الإعلام المتخصص، اليازوري، الأردن، ص 225.
- 10- بدح، أحمد، ومزاهر، أمين، بدران، زين (2009)، الثقافة الصحية. دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 11- حجازي، رشا (2020). دور الحملات الإعلامية في تشكيل الوعي الصحي للمرأة المصرية: دراسة تطبيقية على حملة 100 مليون صحة. مجلة البحوث الإعلامية 53 (53-ج2) 867-928.
- 12- حلاب، رباب (2018). مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص 20-19.
- 13- خنوس، ودغنة (2020). دور البرامج الصحية التلفزيونية في تنمية الوعي الصحي لدى المرأة الجزائرية - دراسة تحليلية لعينة من برنامج "العيادة". قناة نوميديا نيوز (Doctoral dissertation).
- 14- رضا، أمين (2015). الإعلام الجديد. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة: مصر، ط ١، ص 145.
- 15- رمزي، ناهد (2001). المرأة والإعلام في عالم متغير، الدار المصرية اللبنانية: القاهرة.
- 16- زهيري، وبودية (2019)، مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب الوعي الصحي للمرأة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة عبد الحميد ابن باديس لولاية مستغانم.
- 17- سابق، أحمد (2007). علاقة المقيمين المصريين في دول الخليج العربي بالصحافة المصرية دراسة: تحليلية وميدانية. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ص 54.

- 18- شهرزاد، وكثوم (2020). الثقافة الصحية والوعي الصحي: قراءة في المفهوم والدلالة. مجلة التمكين الاجتماعي، مج2، ع2، ص535.
- 19- قابوش، صفية، وعبادي، ولدومية (2021)، المرأة الجزائرية والمعلومات الصحية علي مواقع التواصل: دراسة في الاعتماد علي موقع الفيسبوك. مجلة العلوم الإنسانية، مج 8 ، ع3، ص18-19.
- 20- عبدالمحسن، إيمان(2017). تعرض طالبات الجامعة للمواقع الصحية الإلكترونية والتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى المعرفة الصحية لديهم. المجلة المصرية لبحوث الأعلام 658-595.
- 21- عثمان، وموسى (2018). فاعلية استراتيجيات حملات العلاقات العامة في التوعية الصحية: دراسة وصفية تحليلية على إدارة العلاقات العامة للبرنامج القومي للصحة الإنجابية. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مجلد 19، العدد 2، ص.ص: 19-36.
- 22- عبد الغفار، عادل (2012). اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الإخبارية في متابعة أحداث ثورة 25 يناير وتطوراتها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.
- 23- عبد الحميد، محمد (2015). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. عالم الكتب، القاهرة: مصر.
- 24- غريب، محمد (2008). اعتماد الجمهور المصري على القنوات الإخبارية باللغة العربية في الحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، القاهرة: جامعة القاهرة، العدد 4، مجلد 9، ص452.
- 25- مرسى، أحمد (2020). إسهامات المبادرات التطوعية في تنمية الوعي الصحي للمرأة بالمناطق العشوائية. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية 22-181، (1) 51.
- 26- مكوي، وليلى (2014) الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، ص 314-315.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- Lindegren, (2013) G.H:Purnell, S New English Encyclopedia, "Cansciousness"- London : and sons, LTD , P156.

ثالثاً: شبكة الإنترنت:

- 1- Socu, (2022) ,h.\-m.-y.-u.-i.-s.-a
- 2- <https://www.mcit.gov.sa/ar/media-center/news/94725>
دراسة علمية منشورة نتائجها بالمركز الإعلامي لوزارة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية، في 2021 -2-28
- 3- <https://www.almowaten.net/2018/04/11>

الملاحق: ملحق 1

قائمة بأسماء المحكمين

م	الاسم	المرتبة العلمية	التخصص	الجامعة
١	أ.د هشام محمد عباس زكريا	أستاذ بروفسيور	الإعلام	الجامعة القاسمية الإمارات العربية المتحدة
٢	أ.د عبد الحليم موسي يعقوب	أستاذ بروفسيور	الإعلام	جامعة الملك فيصل
٣	د.عبدالله محمد أطبيعة	أستاذ مساعد	الإعلام	جامعة سرت-ليبيا
٤	د.مؤمن جبر عبد الشافي	أستاذ مساعد	الإعلام وثقافة الأطفال	جامعة عين شمس-مصر