

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

- د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
- د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

- أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الستون - الجزء الثاني - جمادى الأولى ١٤٤٣ هـ - يناير ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- ٥٨٣ ■ سلطة المكانة السوسيوومترية الرمزية للمؤثرين وعلاقتها بتحقيق أهداف تسويق الأفكار على مواقع التواصل الاجتماعي في مصر- دراسة ميدانية  
أ.م.د/ نهله زيدان الحوراني
- ٦٢٥ ■ تقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات الصحية عبر تقنيات الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم (دراسة في إطار نموذجي الاستخدام والتأثيرات، وتقبل التكنولوجيا)  
أ.م.د/ محمد محمد عبده بكير
- ٦٨١ ■ اتجاهات الشباب المصري نحو معالجة قنوات اليوتيوب لجرائم العنف الأسري «دراسة ميدانية»  
أ.م.د/ سعاد محمد محمد المصري
- ٧٤٣ ■ واقع استخدام المواقع الإخبارية لمستويات العبء الإدراكي في تحقيق التوازن البصري بين عناصر التصميم  
د/ منال محمد أبوالمجد
- ٧٩٣ ■ المعالجة الإعلامية لأزمة سد النهضة بموقع تويتر - دراسة تحليلية للرسائل الاتصالية (التغريدات) للمتحدث الرسمي لوزارة الخارجية المصرية  
د/ ولاء يحيى مصطفى
- ٨٤٣ ■ أطر معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لقضايا حقوق الطفل - دراسة تحليلية  
د/ مها مدحت محمد كمال
- ٩٠٣ ■ ضوابط حماية الحق في الخصوصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية  
د/ شيرين محمد كدواني

٩٤٩

■ أطر معالجة العلاقات الأمريكية الصينية في مواقع القنوات الإخبارية الأمريكية والصينية- دراسة تحليلية مقارنة لموقعي CNN & CGTN الناطقين بالعربية  
د/ ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان

---

١٠٢٣

■ استخدام أخصائي الإعلام التربوي لصفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) كبديل لصحف الحائط أثناء جائحة كورونا  
د/ عبد الرحمن شوقي محمد يونس

---

١٠٥٩

■ رؤية القائم بالاتصال في الصحافة الاستقصائية لواقع الممارسة المهنية لعمله وانعكاسها على مستوى أدائه المهني «دراسة لإشكاليات ممارسة العمل الصحفي الاستقصائي في مصر بين الواقع والمأمول»  
د/ سامح حسنين عبد الرحمن

---



ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة (بوليني) (2021)	اسم المجلة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	2
2682-4683	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإلإعآة و التلآلرررر	الدراسات الإعلامية	3
2735-4326	2536-9237	6.5	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2682-4620	2356-9168	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	5
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان	الدراسات الإعلامية	6
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	7
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإتصال الجماهرى	الدراسات الإعلامية	8
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأى العام	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	الدراسات الإعلامية	9
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	10
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد النولى العالى للإعلام بالشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	11
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	12
2786-0167	2682-213X	6	معهد الجزيرة العالى للإعلام وعلوم الإتصال	مجلة بحوث الإعلام وعلوم الإتصال	الدراسات الإعلامية	13

• يتم إعداده تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر فى هذه المجلات.



**تقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات الصحية عبر تقنيات الهواتف  
الذكية في المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم  
(دراسة في إطار نموذجي الاستخدام والتأثيرات، وتقبل التكنولوجيا)**

- **Public acceptance of the uses of health applications  
through smart phone technologies in the Kingdom of  
Saudi Arabia and its communicative effects on them**

(A study in a typical framework of use, influences, and acceptance of technology)

● أ.م.د / محمد محمد عبده بكير

أستاذ مساعد بقسم الإعلام- كلية التربية النوعية- جامعة بورسعيد

أستاذ الإعلام المشارك- كلية الآداب- جامعة الملك سعود

E. Mail: mmbakier@hotmail.com

### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى الكشف عن النشاط المدعم والمعوق للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور في المجتمع السعودي (من المواطنين والمقيمين) مع التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، ورصد العوامل المؤثرة في تقبل الجمهور للتطبيقات الصحية، واختبار وتفسير العلاقة بين التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، وعوامل تقبل الجمهور لاستخدامها عبر الهواتف الذكية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى عوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي من المواطنين والمقيمين لاستخدام التطبيقات الصحية، عبر تطبيقات الهواتف الذكية؛ والتي تمثلت في: (سهولة الاستخدام المدركة)، ثم (الاستفادة المدركة)، ثم (النوايا السلوكية)، وأخيرًا (الاستخدام الفعلي)، وخرجت بوجود علاقة ارتباطية دالة بين التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، وعوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية، باستثناء عدم وجود علاقة ارتباطية لتأثيرات الواقعية وكل من النوايا السلوكية، والاستفادة المدركة لتقبل الجمهور للاستخدام، وأيضًا عدم وجود علاقة لتأثيرات الرضا، والاستخدام الفعلي للتطبيقات.

الكلمات المفتاحية: التأثيرات الاتصالية- التطبيقات الصحية- تقبل التكنولوجيا- الهواتف الذكية.

### Abstract

The study aimed to reveal the activity that supports and hinders the communication effects of the public in Saudi society (citizens and residents) with health applications via smartphones, Monitoring the factors affecting public acceptance of health applications, testing, and interpreting the relationship between the communicative effects of health applications, and public acceptance factors for their use via smartphones.

The results of the study found the factors that the public in Saudi society, citizens and residents, accept to use health applications through smart phone applications, It was represented in (perceived ease of use), then (perceived benefit), then (behavioral intentions) and finally (actual use), And it came out that there is a significant relationship between the communicative effects of health applications, and the factors of public acceptance in Saudi society for their use via smart phones, Except that there is no relationship to the effects of realism and both behavioral intentions, and the perceived benefit of audience acceptance of use, and also no relationship to effects of satisfaction, actual use of applications.

Keywords: Communication effects- health applications- acceptance of technology- smart phones.

شهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات؛ ما دفع المجتمعات بقبول هذه المستحدثات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات، وشهد هذا العصر ثورة في جميع المجالات، وأهمها: ثورة الاتصالات وانتشار الهواتف الذكية، وأصبح استخدام واقع لا خيار على الشخص، وصاحب ذلك وجود تطبيقات لهذه الهواتف، فأصبحت جزءاً أساسياً ومهماً في حياة الفرد، وأصبح استخدام الإنسان للهاتف الذكي ضرورة حياتية، حيث أغنى عن مشاهدة التلفاز، وتصفح الجريدة، أو استخدام وسائل الاتصالات التقليدية.

ففي ظل التقدم العلمي وظهور ما يسمى بالتقنية الرقمية أو الإلكترونية، دخلت تطبيقات الهواتف الذكية كل المجالات المختلفة، ففي المجال الصحي هناك تطبيقات تمكن المستخدم من خلالها طرح سؤال على طبيب أو مختص للحصول على خدمة طبية، أو الحصول على موعد طبي، وغيرها من المزايا، ومنها تطبيق (صحة- توكلنا- صحي) بالمملكة العربية السعودية، وفي المجال التعليمي أصبح بإمكان المستخدم تعلم لغة جديدة في أي بلد تجهل التعامل بلغته طالما أن التطبيق على جهازه الذكي، وبالمجال التجاري أصبح بالإمكان الشراء والبيع والإعلان عن السلع بجميع أشكالها من أثاث، أراضٍ، سيارات، ملابس، عن طريق التطبيقات الذكية مثل تطبيق السوق المفتوح، وتقوم تطبيقات الهواتف الذكية على الصعيد الحكومي بدور فعال لتحسين الخدمات الجماهيرية، فبدأت الحكومات تتبنى العديد من تطبيقات الهواتف الذكية؛ لجعل الخدمات العامة في جيب كل مواطن من خلال الخدمات التفاعلية.

والمملكة العربية السعودية لم تكن بعيدة عن هذه الثورة التكنولوجية؛ فقد سعت منذ عقود إلى مجال التحول للمجتمع التقني القائم على الاستفادة من تقنية الاتصال في جميع الميادين، لمواكبة عصر المعلومات الذي فرض على الجميع، حتى لا تجد نفسها في عزلة عن بقية دول العالم.

وقد استند الباحث في استدلالاته البحثية على مدخلين في هذه الدراسة، الأول (نموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات)، والثاني (نموذج تقبل التكنولوجيا)، وجاء المدخل الأول "نموذج الاستخدامات والتأثيرات" ليضفي على الملتقي صفة الإيجابية؛ حيث يقترح الربط بين استخدامات الجمهور لوسائل التكنولوجيا، والتأثيرات الناتجة عن الخيارات والسلوكيات الفردية لأفراد الجمهور تجاه هذه الوسائل المختلفة، والمتمثلة في تأثيرات الرضا، والتفاعل والواقعية؛ وذلك نتيجة الاستخدامات النشطة للتطبيقات التكنولوجية<sup>(1)</sup>، ويعتمد المدخل الثاني "نموذج تقبل التكنولوجيا" على عنصر "توقع الفائدة، وسهولة الاستخدام"، وتم ابتكاره من قبل Davis الذي افترض فيه أن قبول نظم المعلومات من قبل الأفراد يتحقق بمتغيرين رئيسيين "المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة"<sup>(2)</sup>.

وفي هذا السياق تهدف الدراسة من تطبيق نموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات، وذلك بجانب نموذج تقبل التكنولوجيا (Technology Acceptance Model)، والذي يحمل الاختصار (TAM)، إلى التعرف على العوامل الخارجية والسلوكية التي تساعد في قياس مدى تقبل الجمهور في المجتمع السعودي للتكنولوجيا؛ للخروج برؤية متكاملة حول مدى تأثير استخدام الجمهور للتطبيقات الصحية على تقبلهم للتكنولوجيا عبر الهواتف الذكية.

#### مشكلة الدراسة:

هناك العديد من نظم المعلومات المبتكرة والأكثر تعقيداً وصعوبة في تعامل الأفراد معها، وتعد عناصر معوقة للمستخدم النهائي الذي عادة ما يواجه مشكلة في القدرة على التعامل مع التقنيات الحديثة والمعقدة عند تطبيقها على الجمهور أو المنشآت، أو عند استبدال الأنظمة القديمة بأخرى أكثر حداثة، وهذا تحدٍ للتقنيات والأنظمة الجديدة في الوصول إلى الهدف الذي وضعت من أجله.

وتمثل قضية تبني تطبيقات تكنولوجيا المعلومات واحدة من أهم القضايا التي تواجه المنظمات المعاصرة، وتمثل مشكلة قبولها من الأفراد العاملين عائقاً مهماً أمام

استخدامها بكفاءة وفاعلية، وحظي البحث عن العوامل المؤثرة في قبول تكنولوجيا المعلومات لدى المستخدمين باهتمام الكثير من الباحثين.

وفي حدود اطلاع الباحث هناك قصور في التعرف على استخدامات الجمهور للتطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية، وعلاقة ذلك بتأثيرات الاتصال المختلفة كالرضا والتفاعل والواقعية على أفراد الجمهور، والتعرف على الدور الذي تؤديه دوافع المستخدمين وأنماط نشاطهم في عملية تأثير هذه التطبيقات عليهم، فعندما يعتقد الجمهور في المجتمع السعودي أن استخدام التطبيقات الصحية من شأنه أن يوفر له خدمات جيدة؛ سيكون هذا عاملاً مهماً لزيادة تقبلهم لتكنولوجيا الهواتف الذكية، من هنا يجب الأخذ بعين الاعتبار أن فشل الأنظمة الجديدة غالباً ما تكون بسبب عدم تقبل المستخدمين للتعامل معها إما بسبب أنهم لا يرون فائدة مرجوة من استخدامها، أو لأنهم يرون تعقيداً كبيراً فيها؛ مما يسبب لهم الكثير من المتاعب في التعامل معها، وتكون المحصلة هي فشل الاستخدام، ويؤكد نموذج تقبل التكنولوجيا على أنه كلما كانت نظرة المستخدم للتكنولوجيا الجديدة على أنها سهلة الاستخدام ومفيدة، كلما كان هناك اتجاه إيجابي نحوها، وبالتالي توافر الرغبة أو الدافعية في استخدامها والإقبال عليها.

❖ ومن هنا يمكن صياغة مشكلة البحث في السؤال: ما العلاقة بين التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الجمهور (مواطنين- ومقيمين) للتطبيقات الصحية عبر تقنيات الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية، وقبولهم لهذه التكنولوجيا؟

#### أهمية الدراسة:

- 1- قد تجذب الدراسة الحالية انتباه الباحثين إلى فكرة تبني وتقبل تكنولوجيا المعلومات واستخدامها، حيث إن هناك الكثير من التطبيقات الجديدة لتكنولوجيا المعلومات تحتاج لتقويم من ناحية التنبؤ والاستخدام من الباحثين.
- 2- اعتمدت الدراسة على نماذج اتصالية تمثلت في: "الاستخدامات والتأثيرات، تقبل التكنولوجيا (TAM)"، حيث لم يتم التطرق لهما معاً في أي دراسة عربية أو أجنبية، وفقاً لاطلاع الباحث؛ مما يعد إسهاماً نظرياً وتطبيقياً في فهم أوسع وأشمل لمتغيرات عملية استخدام التطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية.
- 3- قد تسهم الدراسة في تقديم رؤية جديدة للجمهور، من خلال الاهتمام بتأثيرات التقنيات التكنولوجية عليهم، ومعرفة مدى تقبلهم لاستخداماتها في المجالات الصحية المختلفة.

- 4- توضح الدراسة الوضع الراهن في قبول الجمهور المستفيد للخدمات الإلكترونية الصحية، ومدى توقع الاستخدام الأمثل لها، وما يمكن أن تسهم به المكتبات والمستفيدين وصناع القرار.
- 5- قد تكون هذه الدراسة إضافة علمية في علاقة التقنيات التكنولوجية عبر الهواتف الذكية بالصحة العامة للجمهور، حيث لم يتطرق إليه أحد من قبل على مستوى البحوث الإعلامية، في حدود اطلاع الباحث.
- أهداف الدراسة:** من خلال نموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات، ونموذج تقبل التكنولوجيا (TAM)، والنظر في العلاقات السببية وتأثير المتغيرات الخارجية على العوامل الأساسية للنموذجين، قام الباحث بصياغة الأهداف التالية:
- 1- توصيف أنماط استخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية، والتعرف على مدى ثقتهم في المعلومات المقدمة من خلالها.
  - 2- الوقوف على دوافع استخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، والكشف عن التأثيرات الناتجة عن الاستخدام.
  - 3- الكشف عن النشاط المدعم والمعوق للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور في المجتمع السعودي مع التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، ورصد أهم العوامل المؤثرة في تقبل الجمهور للتطبيقات الصحية.
  - 4- اختبار وتفسير العلاقة بين التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، وعوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية.
  - 5- رصد وتحليل تأثير نوايا الجمهور بالمجتمع السعودي نحو التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، واستخدامهم الفعلي لها.
  - 6- اختبار العلاقة بين كل من سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المتوقعة، وبين النوايا السلوكية لتقبل استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية لدى الجمهور في المجتمع السعودي.
  - 7- تفسير وتحليل العلاقة بين الدوافع (النفعية- والطقوسية) لاستخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، والتأثيرات الاتصالية (الرضا- التفاعل- الواقعية) الناتجة عن الاستخدام.



8- التعرف على علاقة أنماط النشاط (المدعم- والمعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور في المجتمع السعودي، بالتأثيرات الاتصالية (الرضا- التفاعل- الواقعية) الناتجة عن استخدامهم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

#### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أهم أنماط استخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية؟
  - 2- ما مدى ثقة الجمهور في المجتمع السعودي في المعلومات المقدمة عبر استخدام التطبيقات الصحية بالهواتف الذكية؟
  - 3- ما أهم الدوافع النفسية والطقوسية لاستخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية؟
  - 4- ما أنماط النشاط المدعم والمعوق للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور في المجتمع السعودي مع التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية؟
  - 5- ما أهم التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية؟
  - 6- ما أهم العوامل المؤثرة في تقبل الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية؟
- فرضيات الدراسة: بالاستناد لنموذج تقبل التكنولوجيا (TAM)، ونموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات، والنظر في العلاقات السببية وتأثير المتغيرات الخارجية بالنموذجين، قام الباحث بصياغة الفرضيات التالية:
- 1- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، وعوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية.
  - 2- تؤثر النوايا السلوكية للجمهور في المجتمع السعودي نحو التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية تأثيراً معنوياً في استخدامهم الفعلي لها.
  - 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سهولة الاستخدام المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية لدى الجمهور في المجتمع السعودي.

4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستفادة المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية لدى الجمهور في المجتمع السعودي.

5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدوافع (النفعية- والطقوسية) لاستخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

6- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط النشاط (المدعم- والمعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور في المجتمع السعودي، والتأثيرات الاتصالية (الرضا- التفاعل- الواقعية) الناتجة عن استخدامهم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

التعريفات الإجرائية لمفاهيم الدراسة: هناك عدة مفاهيم سيكرر استخدامها على امتداد الدراسة، ومنها:

1- الجمهور في المجتمع السعودي: يقصد به في الدراسة كل من المواطنين السعوديين والمقيمين من الجنسيات العربية المختلفة من العاملين بالمملكة العربية السعودية.

2- تقبل التكنولوجيا: الدرجة التي يعلن فيها المستخدم تقبله للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، باستخدامه الفعلي لها، وبناءً على نية سلوكية وسهولة الاستخدام التكنولوجي، ليحقق معها فائدة متوقعة.

3- التأثيرات الاتصالية: تعني القدرة على تغيير موقف واتجاه وسلوك الأفراد الناتجة عن التعرض للتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية، وتنقسم إلى ثلاثة تأثيرات: (الرضا- التفاعل- الواقعية)، وتم قياس هذه التأثيرات في الدراسة من خلال تصميم مقياس التأثيرات الاتصالية.

4- التطبيقات الصحية: برامج تعمل على الهواتف الذكية بالاعتماد على عدد من المزايا الإلكترونية التي تتوفر بها وتقدم بشكل فردي لكل مستخدم، وتعتمد على الاتصال بشبكة الإنترنت، ويتم تحميلها بكل سهولة ويسر على الهواتف الذكية للمواطنين والمقيمين على حد سواء، مثل تطبيق "توكلنا- صحة-صحتي".

5- الهواتف الذكية: عبارة عن هواتف متقلة تقدم قدرات حسابية واتصالية أكثر تقدماً من الهواتف العادية، وتعد أجهزة حاسوب محمولة مزودة بخدمة الهواتف، تمكن المستخدمين من تحميل واستخدام تطبيقات أكثر تعقيداً من الهواتف المحمولة

العادية، ويتم تنزيلها عن طريق المتاجر الإلكترونية، وتقدم خدماتها للمستخدمين مجاناً أو مدفوعة.

#### حدود الدراسة:

تتخصر الحدود البشرية للدراسة في عينة من الجمهور بالمملكة العربية السعودية (المواطنين-والمقيمين) المستخدمين للتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية، وينصب موضوع الدراسة حول التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية على الجمهور في المجتمع السعودي، وعلاقتها بتقبلهم للتكنولوجيا عبر الهواتف الذكية، وتم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة (أبريل- مايو- يونيو) 2021م.

المنطلقات النظرية والفكرية للدراسة: تعتمد الدراسة في إطارها النظري وبناء فروضها على مدخلين، الأول: الاستخدامات والتأثيرات لـ (كيم وروبين)، والثاني: نموذج تقبل التكنولوجيا (TAM).

#### المدخل الأول: نموذج الاستخدامات والتأثيرات: Uses and Effects Model

ظهر مجالاً البحث في الاستخدامات والتأثيرات متقاربين، وأصبح الآن متكاملين بطريقة متبادلة ومتفاعلة، حيث كانت الصعوبة الرئيسة التي تواجه مدخل الاستخدامات والإشباع، بالإضافة للتركيز على السؤال الرئيس (ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاتصال؟)، مع الوضع في الاعتبار تأثير هذه الوسائل عليهم، وبالتالي فإن الاتجاه الحديث في البحوث هو المزج بين الاستخدامات والتأثيرات، بافتراض أن الجمهور يبحث عن وسائل الاتصال للحصول على المعلومة التي يريدها، وبحصوله عليها يبدأ بالتصرف بطريقة معينة، ثم يرجع للوسيلة للحصول على المزيد منها، وهكذا تستمر عملية الاستخدام والتأثير من الوسيلة، وأصبح الباحثون يتحدثون عن وجود متغيرات وسيطة تحدد التأثيرات الاتصالية على الأفراد، فالدراسات الحديثة تتحدث عن وجود علاقة بين مجموعة المنافع التي يحصل عليها الجمهور من استخدامه للوسيلة من جهة، والتأثيرات الاتصالية من جهة أخرى، وساعدت هذه الدراسات الخاصة بالاستخدامات والتأثيرات على سد الفجوة بين منهج التأثيرات التقليدي، ومنهج الاستخدامات والإشباع<sup>(3)</sup>.

وبالتالي فإن مدخل الاستخدامات والتأثيرات غير الطرق التقليدية للتفكير في التأثيرات الاتصالية، فيبحث في كيف يستقبل أفراد الجمهور الرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة، ويؤكد على أن الأفراد يقومون باختيارات واعية من

بين العناصر المختلفة لمضمون الاتصال، ويختارون ما يشاهدونه، وبالتالي فإن درجة وتنوع التأثيرات الاتصالية سوف تعتمد على حاجة أفراد الجمهور<sup>(4)</sup>.

وطور باحثو الاتصال نماذج تفسير العلاقة بين الاستخدامات والتأثيرات الاتصالية، والتي كانت موضع التركيز الرئيس لمدخل الاستخدامات والتأثيرات، ومنها: النموذج الإجرائي لماكلويد وبيكر (McLeod&Becker, 1974)، ونموذج توقع القيمة لجرين ورايبورن (Palm green&Rayburn, 1985)، ونموذج الاستخدام والاعتماد لروبين وويندال (Rubin&Windahl, 1986)، ونموذج البحث عن الإشباع ونشاط الجمهور لروبين وبيزرز (Rubin&Peres, 1987)، ونموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات (Kim&Rubin, 1997). وهو المدخل الثاني الذي تعتمد عليه هذه الدراسة.

❖ **ويقوم نموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات على عدد من المفاهيم أو العناصر**

#### الأساسية كما يلي:

**أولاً: نشاط الجمهور وعلاقته بالتأثيرات الاتصالية:** يقوم بافتراض أساسي وهو أن نشاط الجمهور في دراسات الاتصال يمكن أن يقوم بوظيفتين: إما أن يدعم ويشجع، أو يعوق ويحد من التأثيرات الاتصالية، وتم تقسيم أنماط نشاط الجمهور إلى نمطين رئيسيين كما يلي<sup>(5)</sup>:

- 1) أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية، تمثلت في (الانتقائية- والانتباه- والاستغراق) في الرسائل الاتصالية.
- 2) أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية، تمثلت في (التجنب- وتحويل الانتباه- والشك) في الرسائل الاتصالية.

**ثانياً: الدوافع وعلاقتها بالتأثيرات الاتصالية:** هناك عاملان رئيسان، هما: الدوافع الطقوسية، وتشير إلى الاستخدامات القائمة على أساس العادة، والدوافع النفعية، وتشير إلى الاستخدامات الموجهة بأهداف محددة لإشباع الاحتياجات والدوافع المختلفة، حيث يفترض وجود دور نشيط لدوافع الاستخدام واتجاهاتها في عملية التأثيرات الاتصالية.

**ثالثاً: التأثيرات الاتصالية:** ركز كيم وروبين على ثلاثة تأثيرات، وهي: (الرضا- والتفاعل- والواقعية)، وهذه التأثيرات تنتج عن الاستخدام النفعي للاتصال، حسب دراسة بول روكيتش وزملائها<sup>(6)</sup>.

1- **تأثيرات الرضا:** ينتج عن تدعيم السلوك، وعن التقدير الإدراكي للمحتوى، والرضا عن القيم المقدمة بمضمون الاتصال فيؤدي للقيام بسلوكيات أخرى بهدف تدعيم الإدراك الإيجابي للذات.

2- **تأثيرات التفاعل:** تتبع من عمليات التعرض الانتقائي والانتباه للمضمون، وبالتالي فإن تأثيرات التفاعل تكون ناتجة عن الاستخدامات النفعية للمضمون، وتؤثر على السلوكيات والتأثيرات اللاحقة أيضاً.

3- **تأثيرات الواقعية:** تتم من خلال غرس القيم والمثل في ثنايا الرسائل الإعلامية بأشكال مختلفة، ومع مرور الوقت وتكرار العرض يحدث الأثر المطلوب أو على الأقل جزء منه.

المدخل الثاني/ نموذج تقبل التكنولوجيا: Technology Acceptance Model  
يمثل نموذج تقبل التكنولوجيا (TAM) واحداً من أهم النظريات التي قدمت لتفسير سلوكيات الأفراد في تبني التكنولوجيا، ولقد أُستُخدم من الباحثين لتفسير هذه السلوكيات ولتحديد العوامل المؤثرة في تبني تكنولوجيا المعلومات، وابتكر (Davis) النموذج في عام 1986.

ويعد الهدف الرئيس لنموذج (TAM) هو إيجاد توضيح حول محددات قبول التكنولوجيا، وتقديم تفسيرات نظرية حول النموذج وقدرته على تفسير السلوكيات في قبول تقنية ونظم المعلومات، ويستند نموذج (TAM) على عنصرين أساسيين لتفسير سلوكيات قبول التكنولوجيا، وهما: "الاستفادة المدركة، وسهولة الاستخدام". ولقد عرفت الاستفادة المدركة على أنها "درجة اعتقاد الفرد بأن استخدام نظام معين من الممكن أن يعزز أداءه الوظيفي"، أما سهولة الاستخدام فلقد عرفت على أنها "درجة اعتقاد الفرد بأن استخدام نظام معين من الممكن أن يقلل جهد أداء العمل إلى أدنى حد ممكن"، والشكل التالي يوضح النموذج (7):



(شكل توضيحي لنموذج تقبل التكنولوجيا)

ويبين (Davis) (8) أن أهم سببين محددتين يجعلان الناس يقبلون أو يحجمون عن استخدام التكنولوجيا هما: الأول: أن الناس يميلون لاستخدام تطبيق معين حين يعتقدون أنه سيمكنهم من أداء وظائفهم بصورة أفضل، وقد سمي هذا العامل الاستفادة المدركة (9)، وقد أكدت العديد من الدراسات تأثير الاستفادة المدركة على الميل السلوكي للاستخدام مثل دراسة ليجرس وآخرين (Legris, & et. al, 2003) (10)، ودراسة كارالي وآخرين (Karaali, & et. al, 2011) (11)، أما العامل الثاني: أن الناس إذا اقتنعوا بأن هذا التطبيق مفيد لهم فهم ربما في نفس الوقت يعتقدون أنه من الصعب جداً عليهم التعامل معه، وذلك قد يرجح على المنفعة المتوقعة من استخدام النظام فيؤدي لعدم الاستخدام، وسمي هذا العامل سهولة الاستخدام المدركة (12).

ومن خلال السنوات الماضية احتل نموذج قبول التكنولوجيا المرتبة الأولى بين النماذج التي تحاول تفسير وفشل نظم المعلومات، واعتبرت من النظريات القوية التي تفسر وتتنبأ بسلوك المستخدم لنظم المعلومات، وتم اختبار النموذج تجريبياً بشكل واسع ومكثف؛ مما أدى إلى الاعتقاد بقوته ومصداقيته وموثوقيته واعتماده من قبل المجتمع الأكاديمي لدراسة نجاح نظم المعلومات أو تبني وقبول التكنولوجيا (13).

يعتبر نموذج (TAM) أحد النماذج الموثقة لتفسير تقبل واستخدام نظم المعلومات، وتم اختباره بشكل واسع على العديد من العينات ذات الأحجام المختلفة، لتفسير سلوك المستخدم تجاه نظم المعلومات، إضافة إلى التنبؤ بنية الاستخدام والاستخدام الفعلي (14).

فسر (Davis) حافز المستخدم لنظام المعلومات في النموذج الأصلي بالاعتماد على ثلاثة عوامل، وهي: المنفعة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، والموقف تجاه الاستخدام. وافترض أن موقف المستخدم هو المحدد الرئيس في الاستخدام أو عدم الاستخدام الفعلي، وقام بتعديل النموذج، وافترض أن الفائدة المدركة لها تأثير مباشر على الاستخدام الفعلي للنظام، وأن هنالك تأثيراً مباشراً لخصائص النظام على موقف المستخدم دون الحاجة إلى الاعتماد الفعلي للنظام، ثم تطور النموذج ليشتمل النية السلوكية للاستخدام كمتغير يتأثر مباشرة بالمنفعة المدركة، ويتوسط الاستخدام الفعلي، والموقف تجاه الاستخدام (15).

ثم قام (Davis) (16) باختبار التعديل الثاني للنموذج، وأظهرت النتائج وجود تأثير قوي بين النية السلوكية للمستخدم والاستخدام؛ حيث اعتبرت الفائدة المدركة ذات تأثير

أكبر من تأثير سهولة الاستخدام المدركة على النية السلوكية، وأن كلاً من سهولة الاستخدام والفائدة المدركة لهما تأثير مباشر على النية السلوكية للمستخدمين، ومن هنا تم استبعاد متغير الموقف تجاه الاستخدام من النموذج السابق (17).

مكونات نموذج قبول التكنولوجيا:

تتكون النسخة الأخيرة والمعدلة من نموذج تقبل التكنولوجيا (TAM) من العوامل التالية (18):

❖ **العوامل السلوكية، وتشمل:**

- **سهولة الاستخدام المدركة:** وهي درجة اعتقاد الفرد أن استخدام التكنولوجيا سهل ولا يتطلب أي جهد أو معاناة.

- **الاستفادة المدركة:** الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يعزز ويحسن من أدائه في العمل.

- **النوايا السلوكية:** ويتم توقعه من خلال سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.

- **الاستخدام الفعلي:** الممارسة الفعلية لاستخدام التكنولوجيا لدى الفرد، ويتم التنبؤ به من خلال النية السلوكية.

❖ **المتغيرات الخارجية:** كالتغيرات الديموغرافية وتؤثر على سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.

**مراجعة بعض الدراسات السابقة:** تم استعراض بعض الدراسات السابقة في المحاور التالية:

1- دراسات تناولت نموذج تقبل التكنولوجيا.

2- دراسات تناولت نموذج الاستخدامات والتأثيرات.

3- دراسات تناولت تأثير تطبيقات الهواتف الذكية.

**المحور الأول: دراسات تناولت نموذج تقبل التكنولوجيا:**

• أسفرت دراسة (الحربي، 2021م)، حول "العوامل المؤثرة في تواصل الجمهور السعودي عبر التطبيقات الطبية"، عن وجود علاقة دالة بين سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة عن استخدام التكنولوجيا المساندة في تطبيق صحة، ووجود علاقة بين مدى استخدام تطبيق صحة والعوائق التي واجهها المرضى أثناء استخدام التطبيق، ووجود علاقة بين النوايا السلوكية والاستخدام الفعلي للتكنولوجيا المساندة في تطبيق صحة (19).

- وخرجت دراسة (القحطاني وصبري، 2020م)، حول "العوامل المؤثرة في تقبل الفصول الافتراضية لدى طلبة كلية التربية الأساسية بالكويت في ضوء نموذج قبول التقنية TAM"، بوجود علاقة إيجابية بين قبول استخدام الفصول الافتراضية وكل من نية استخدامها، الفائدة (المنفعة)، لدى الطلاب، ووجود علاقة بين النية لاستخدام الفصول الافتراضية وعوامل الفائدة المحققة وسهولة استخدام تقنية التعليم المتاحة في الفصول الافتراضية (20).
- أشارت دراسة (Leong, et. al. 2018)، حول "التأثير المعتدل للتجربة على نية اعتماد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي للأجهزة المحمولة لأغراض تربية"، إلى أن النية لاستخدام مواقع التواصل تمثل المحدد الرئيس للاستخدام الحقيقي لها، إذ فسر هذا بوجود علاقة بين نية الاستخدام والاستخدام الحقيقي (21).
- وأسفرت دراسة (السبعوي وسالم، 2018م)، حول "استخدام نموذج TAM لقياس قبول نظام التوزيع الإلكتروني للمنتجات النفطية المنطقة الشمالية"، عن وجود محددتين رئيسيين يؤثران في سهولة استخدام النظام، هما: كفاءة استخدام الحاسوب والتسهيلات، وأن المعايير الذاتية كانت تؤثر في النية لاستخدام نظام التوزيع الإلكتروني للمنتجات النفطية، في حين أن سهولة استخدام النظام لا تؤثر في المنفعة المدركة، وتؤثر النية لاستخدام النظام في الاستخدام الحقيقي (22).
- وأثبتت دراسة (Wamba, 2018)، حول "استخدام الوسائط الاجتماعية في العمل: تطبيق امتداد لنموذج قبول التكنولوجيا عبر بلدان متعددة"، أن سهولة استخدام الوسائط الاجتماعية في العمل كانت أكثر العوامل تأثيراً في المنفعة المدركة للنظام لدى الأفراد العاملين (23).
- وخرجت دراسة (بشير، 2017م)، حول "دور الثقافة التنظيمية في قبول واستخدام الإدارة الإلكترونية" بوجود علاقة إيجابية بين قبول استخدام الإدارة الإلكترونية ونية استخدامها، ووجود علاقة إيجابية بين المنفعة وقبول استخدام تقنية المعلومات المتاحة (24).
- وأكدت دراسة (Mohammadi, 2015)، حول "وجهات نظر مستخدمي الكمبيوتر حول التعلم الإلكتروني في إطار نموذج تام TAM" على أن النية لاستخدام الكمبيوتر في التعليم الإلكتروني تمثل المحدد الرئيس للاستخدام الحقيقي له (25).



- وتوصلت دراسة (نصري، 2015م)، حول "نموذج تبني استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية في تونس"، إلى أن الاتجاه نحو الاستخدام، والصعوبة المدركة، والمعايير الموضوعية، والفائدة المدركة لها تأثير مباشر على النية تجاه استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية، وتؤثر سهولة الاستخدام في المنفعة المدركة والاتجاه نحو الاستخدام<sup>(26)</sup>.
- وخرجت دراسة (Ilias&Marias,2014)، حول "العوامل المؤثرة على استخدام الإنترنت في الخدمات باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا"، بوجود تأثير إيجابي للمنفعة المدركة، والابتكار الشخصي، والشفافية المدركة، نحو الرضا عن استخدام الصراف الآلي، وسهولة الاستخدام، وأن الابتكار الشخصي يؤثر على نية استخدام مقابل تأثير الدخل سلباً على نية استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية<sup>(27)</sup>.
- وجاءت دراسة (Selva&Sevgi,2014)، حول "استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت"، بعشرة عوامل تؤثر على النية تجاه استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية، وهي: المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام، والصعوبة المتوقعة، والتأثير الاجتماعي، والملاءمة، والمخاطر المدركة، وميزات الموقع، والارتباط بالخدمة، والوعي، والتشخيص، وهناك خمسة عوامل لها تأثير مباشر على نية الاستخدام، وهي: المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام، والملاءمة، والتشخيص، والارتباط بالخدمة<sup>(28)</sup>.
- وأسفرت نتائج دراسة (Carolina et al,2014)، حول "تبني الخدمات المصرفية عبر الإنترنت لدى عينة باستخدام النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"، بوجود تأثير إيجابي لكل من الجودة، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي، والمخاطر المدركة على نية استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية<sup>(29)</sup>.
- وتوصلت دراسة (Mohd,et. al.,2012)، حول "الكفاءة الذاتية في استخدام الحاسوب على نية استخدام الإنترنت في الخدمات"، إلى وجود أربعة متغيرات لها تأثير مباشر على نية استخدام هذه التكنولوجيا وهي: المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام، والمصدقية المدركة، والكفاءة في استخدام الحاسوب، وتوصلت إلى تأثير الكفاءة في استخدام الحاسوب على المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام، والمصدقية المدركة<sup>(30)</sup>.
- وركزت دراسة (Nasri&Charefeddine,2012)، حول "عوامل استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية باستخدام نموذج تقبل التكنولوجيا ونظرية الفعل

المخطط"، على وجود أربعة عوامل لها تأثير مباشر على نية الاستخدام، وهي: المنفعة المدركة، وسهولة الاستخدام، والمعايير الموضوعية، والاتجاه نحو الاستخدام والصعوبة المتوقعة، وتوصلت إلى أن المنفعة المدركة تؤثر على نية استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية<sup>(31)</sup>.

- وتوصلت دراسة (Bander&Charles,2010)، حول "قبول استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية"، إلى وجود تأثير إيجابي لكل من المنفعة المدركة، والثقة، على اتجاه المستخدم، وأظهرت تأثير الصعوبة المتوقعة على كل من الفائدة المدركة، والثقة التي بدورها لها تأثير على المنفعة المدركة، وتأثير المعايير الموضوعية على قدرة التحكم والثقة<sup>(32)</sup>.

- وفي دراسة (Bomil&Ingoo,2002)، حول "تأثير الثقة في استخدام الإنترنت في الخدمات المالية"، باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا، تضمنت المتغيرات: المنفعة المدركة، والسهولة المدركة، والاتجاه نحو الاستخدام، والثقة، وتوصلت إلى وجود تأثير إيجابي للثقة في استخدام الإنترنت في المعاملات المالية<sup>(33)</sup>.

#### المحور الثاني: دراسات تناولت نموذج الاستخدامات والتأثيرات:

- جاءت في دراسة (الشمري، 2019م)، حول "تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي"، غالبية فئة الشباب العراقي المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد بصورة كثيرة وكثيرة جداً يرون أن التأثيرات تكون في المدى البعيد وليس القريب أو المتوسط، وأن أكثر الأبعاد تأثراً هو البعد المجتمعي، يليه البعد الأخلاقي ثم البعد الأسري<sup>(34)</sup>.

- أثبتت دراسة (بكير، 2016م)، حول "التأثيرات الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري في المجتمع كما تراها النخب السعودية"، وجود علاقة بين أنماط النشاط المدعم في تحقيق الأمن الفكري عند تعرض النخب للشبكات، والتأثيرات الاتصالية (الرضا- التفاعل) الناتجة عن التعرض، مقابل عدم وجود علاقة بين أنماط النشاط المدعم، وتأثيرات (الواقعية) الناتجة عن التعرض، وعدم وجود علاقة بين أنماط النشاط المعوق، والتأثيرات الاتصالية (الرضا- الواقعية) الناتجة عن التعرض، مقابل وجود علاقة بين أنماط النشاط المعوق، وتأثيرات (التفاعل) الناتجة عن التعرض<sup>(35)</sup>.

- وخرجت دراسة (المحمدي، 2015)، حول "تأثير تعرض الجمهور المصري لإعلانات الفيسبوك على القرار الشرائي"، بوجود علاقة بين الدوافع النفسية، وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وبين القرار الشرائي بعد التعرض للإعلانات عبر الفيسبوك، وعدم وجود علاقة بين أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين اتجاهات عينة الدراسة نحو الإعلانات عبر موقع الفيسبوك<sup>(36)</sup>.
- وأسفرت دراسة (آل سعود، 2014م)، حول "تأثيرات وسائل الإعلام ودورها في زيادة الوعي الصحي لدى المجتمع السعودي" عن وجود علاقة بين التأثيرات الاتصالية (الرضا- التفاعل- الواقعية) الناتجة عن تعرض الجمهور السعودي لوسائل الإعلام المختلفة، ومستوى المعرفة الصحية لديهم، ووجود علاقة بين دوافع استخدام الجمهور السعودي (الهادفة-الطقوسية) لوسائل الإعلام، ومستوى المعرفة الصحية لديهم<sup>(37)</sup>.
- ووجدت دراسة (بكير، 2008م)، حول "أساليب الحياة التي تعكسها المسلسلات المدبلجة بالثقوات الفضائية ومدى ملاءمتها للأسرة العربية"، وجود علاقة بين أنماط النشاط (المدعم- المعوق) التي تمارسها الأسر عند التعرض للمسلسلات المدبلجة، والتأثيرات الاتصالية (الرضا- التفاعل- الغرس) الناتجة عن التعرض<sup>(38)</sup>.
- وجدت دراسة (Austin, et. al, 2002)، حول "آثار زيادة المشاركة المعرفية على تفسيرات طلاب الجامعة لإعلانات المجلات عن الكحول" أن زيادة مستويات الشك في الرسالة تؤثر على كل من الجوانب العقلية والعاطفية لعملية اتخاذ القرار بشأن الرسالة الاتصالية ومضمونها، وأن الشك في الرسالة يمكن أن يكون له تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على عملية تفسير الرسائل الاتصالية<sup>(39)</sup>.
- وأثبتت دراسة (Kim&Rubin, 1997)، حول "التأثير المتغير للجمهور النشط على أبحاث اتصالات تأثيرات الوسائط"، وجود علاقة ارتباط إيجابية بين كل من دوافع المشاهدة للترفيه المثير والانتباه من ناحية، وتأثيرات الرضا من ناحية أخرى، بينما كان تجنب المضمون الدرامي والشك فيه يرتبطان سلبياً بتأثيرات الرضا، وأن تأثيرات التفاعل تكون ناتجة عن الاستخدامات النفسية للمضمون، وأن التعرض الانتقائي يقوي كل من تأثيرات الرضا عن الرسائل الاتصالية وتأثيرات التفاعل مع شخصيات الوسيلة<sup>(40)</sup>.

- وأثبتت دراسة (Perse&Rubin, 1988)، حول "نشاط الجمهور ورضاهم عن المسلسل التلفزيوني المفضل أن أنماط نشاط الجمهور (قبل- وأثناء- وبعد) التعرض للمسلسلات الدرامية تسهم في إدراك الرضا عن المسلسلات، وأن تأثيرات الرضا ترتبط بالدوافع النفسية<sup>(41)</sup>.
- وتؤكد دراسة (Alexander, 1985)، حول "مشاهدة المسلسلات التلفزيونية وإدراك العلاقات"، على أن المعدلات المرتفعة للتعرض يصاحبها مستويات مرتفعة من الدوافع الطقوسية للمشاهدة، ويصبح الفرد أكثر عرضة لتأثيرات الرسائل الاتصالية، ووجدت الدراسة تفاعلاً معقداً بين أنماط الدوافع والتأثيرات الاتصالية<sup>(43)</sup>.
- وجاءت دراسة (Rouner&Perloff. 1988)، حول "تصور انتقائي لنتائج الانتخابات الرئاسية عام 1984"، لتثبت أن الأفراد يدركون بطريقة تلقائية الرسائل التي تتوافق معهم وتدعم معتقداتهم، ويتجاهلون الرسائل التي تكون أقل توافقاً معهم، والاختلافات بين الأفراد تؤثر على إدراكهم الانتقائي للرسائل، وعلى تأثيرات استخدامهم لهذه الرسائل<sup>(42)</sup>.

#### المحور الثالث: دراسات تناولت تأثير تطبيقات الهواتف الذكية:

- وأظهرت دراسة (Edmund,et. al,2021)، حول "مدى تأثير العناصر المحببة على سلوك استخدام الشباب لتطبيقات الهاتف المحمول ذات الصلة بالاستهلاك" أن سلوك الاستخدام لدى الشباب من 12 : 25 عاماً، لتطبيقات الهاتف المحمول يتأثر بالألعاب، وتتأثر النية السلوكية للاستخدام بالأداء المتوقع، والجهد المتوقع، لتصميمات تطبيقات الهواتف، ولا تؤثر خصائص تطبيقات الهواتف على النية السلوكية لاستخدام التطبيقات<sup>(44)</sup>.
- أظهرت دراسة (Chakraborty,2020)، حول "العناصر التي تؤثر على توقع استخدام الهواتف الذكية لمختلف تطبيقات الرعاية الصحية" أن تطبيقاتها مفيدة وشائعة بين المستهلكين في المناطق الحضرية لأسباب عديدة، مثل تقليل الوقت والجهد والمال، وتتمتع تطبيقات الرعاية الصحية بالعديد من المزايا؛ حيث يتلقى المستهلكون التقييمات والاقتراحات مجاناً<sup>(45)</sup>.
- وأثبتت دراسة (المطيري والقحطاني، 2019م)، حول "واقع استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العملية التعليمية لدى أعضاء هيئة التدريس من وجهة نظر طالبات الدراسات العليا"، وجود اتجاهات إيجابية لدى طالبات الدراسات العليا في

جامعة الملك سعود نحو استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية، ووجود صعوبات بدرجة متوسطة تواجه الطالبات عند استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العملية التعليمية<sup>(46)</sup>.

• وأشارت دراسة (Gudah,2019)، حول "تأثير التطبيقات الصحية المتنقلة على العلاقات بين المريض ومقدم الرعاية الصحية"، لتأثير التطبيقات الصحية الإيجابي على علاقات المرضى بمقدمي خدمات الرعاية الصحية، وتدعم التطبيقات الكفاءة الذاتية للمرضى ومقدمي الخدمات في إعداد تنظيم عمل الإسعافات، ويؤثر استخدام التطبيقات الصحية المتنقلة على التواصل بين المرضى ومقدمي الخدمات بشكل إيجابي<sup>(47)</sup>.

• وخلصت دراسة (Chao-Yan,2019)، حول "عوامل تأثير الشركات الصغيرة والمتوسطة على نية استخدام منصة معلومات الهاتف المحمول- استناداً إلى منظور تكامل TAM وUTAUT" بأن الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام لها آثار إيجابية على موقف التبني تجاه منصة معلومات الهاتف المحمول، ولها تأثير إيجابي على نية الاستخدام، وتؤثر المعايير الذاتية والصورة العامة للمنصة بشكل إيجابي على نية استخدام الشركات الصغيرة والمتوسطة<sup>(48)</sup>.

• وأثبتت دراسة كيون كيم وآخرين (Kaeun Kim,et. al,2018)، حول "إدمان الهواتف الذكية واليقظة مقارنة بين الأجيال"، أن قلة اليقظة ترتبط بإدمان الهواتف الذكية ونتائج الصحة ونوعية الحياة، وهناك اختلافات في الغفلة والنتائج الصحية الناتجة عن الهواتف الذكية بين المستهلكين الأصغر والأكبر سناً، وكان التأثير السلبي للغفلة على نوعية الحياة أكبر على البالغين الأصغر من الأكبر سناً<sup>(49)</sup>.

• توصلت دراسة (Salehi,2018)، حول "الهاتف الذكي لاتصالات الرعاية الصحية" لدى 85% من المشاركين أن الهواتف الذكية تسهم في تحسين جودة اتصالات الرعاية الصحية وتعزيز سلامة المرضى، ويجد الأطباء أن الهواتف الذكية تسهم في تحديد أولويات المهام بشكل كبير فيما بينهم، ومكنت الأجهزة الذكية من سهولة عمليات التسليم بين مقدمي الخدمات من خلال تبادل المعلومات<sup>(50)</sup>.

• أظهرت دراسة (حسين وأسامة، 2017م)، حول "إمكانية توظيف الحوسبة السحابية المتنقلة في تطبيقات الصحة المتنقلة" إمكانية الاستفادة من استخدام منصة Firebase السحابية للمستشفيات العراقية التي تفتقر إلى البنية التحتية وبتكلفة

منخفضة، وأن قدرة عمل تطبيقات الهواتف الذكية على الارتباط بمنصة Firebase السحابية بسهولة لإنشاء تطبيقات سحابية متقلة تسهم في حفظ المعلومات الصحية وتقييم الخدمات، وتوصلت إلى سهولة ربط التطبيقات الذكية بالمنصة السحابية المتقلة (51).

- كشفت دراسة (Tak, P&Panwar, 2017)، حول "استخدام نموذج UTAUT2 للتنبؤ بالتسوق المستند إلى تطبيقات الجوال"، تأثير تبؤات المتعة والعتادات أقوى على نية المستخدمين السلوكية لاستخدام تطبيقات الأجهزة المحمولة للتسوق، ويتأثر المستجيبون بالصفقات التي يقدمها المسوقون، وجاءت دراسة النوايا وسلوك الاستخدام لتقنيات المستهلك من خلال اعتماد نموذج UTAUT2 لشرح النوايا وسلوك الاستخدام تجاه تطبيقات الجوال للتسوق (52).

#### التعليق على الدراسات السابقة:

- باستعراض الدراسات السابقة وبمراجعة التراث العلمي، والتي قسمت لثلاثة محاور، حول: نموذج تقبل التكنولوجيا، ونموذج الاستخدام والتأثيرات، وتأثير تطبيقات الهواتف الذكية، اتضح ما يلي:
- أفاد الباحث من خلال اطلاعه واستعراضه لمحاور الدراسات السابقة في تعميق مشكلة البحث وتحديد بدقة، ووضع تصور عام للدراسة، بالإضافة إلى الوقوف على التراكم المعرفي المرتبط بالموضوع محل الدراسة وخلفياته السابقة، ومقارنة النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة وتفسيرها في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة من حيث الاتفاق والاختلاف.
  - جاءت الدراسات متنوعة من حيث الهدف والأهمية والعينة والأدوات المستخدمة؛ مما أفاد الباحث في تحديد مشكلة الدراسة وصياغة الفروض والتساؤلات، في محاولة لتفسير العلاقات بين متغيرات الدراسة وفي تحديد أساليب القياس، وتطوير استراتيجيات الدراسة وأداتها البحثية.
  - استخدمت معظم الدراسات السابقة منهج المسح وأداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وبالتالي قام الباحث باستخدام منهج المسح على عينة الشباب وأداة الاستبانة لجمع بيانات الدراسة.
  - جاءت معظم الدراسات - حسب علم الباحث - فيما يخص محوري تطبيقات الهواتف الذكية، ونموذج تقبل التكنولوجيا في موضوعات التسويق، التعليم، الإدارة، الخدمات

المصرفية، ولم يتم دراسة مجال تأثير التطبيقات الصحية على المستخدمين من خلال تطبيقات الهواتف الذكية.

- أن معظم الدراسات السابقة التي اختبرت فرضيات نموذجي الدراسة "تقبل التكنولوجيا، والاستخدامات والتأثيرات"، دراسات أجنبية أُجريت في مجتمعات تختلف عن المجتمعات العربية؛ مما يدل على قلة الدراسات العربية، الأمر الذي ركزت فيه الدراسة على اختيار موضوع البحث، من خلال الجمع بين النموذجين في دراسة واحدة.

- اتفقت بعض الدراسات في أن الأفراد يدركون بطريقة تلقائية الرسائل بطريقة متوافقة معهم لتدعيم معتقداتهم، ويتجاهلون الرسائل التي تكون أقل توافقاً معهم، والاختلافات بين الأفراد تؤثر على إدراكهم الانتقائي للرسائل، وعلى تأثيرات استخدامهم لهذه الرسائل، وأن زيادة مستوى الشك في الرسالة يمكن أن يكون له تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على عملية تفسير الرسائل الاتصالية.

❖ وبناء على ما سبق- وفي حدود علم الباحث- ومن خلال استعراض هذه المحاور، انتهى الباحث- بعد اطلاعه على ما توافر له من أدبيات مرتبطة بموضوع الدراسة- إلى عدم وجود دراسة تعرضت لتقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات الصحية، عبر تقنيات الهواتف الذكية وتأثيراتها عليهم، وبناء على ذلك، تبحث الدراسة في التعرف على علاقة التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، وعوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### ● منهج الدراسة:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها من دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها، كما تستهدف تقدير مرات تكرار حدوث ظاهرة معينة، ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة من الظواهر، حيث تستهدف هذه الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، ومدى تقبل المستخدمين للتكنولوجيا عبر الهواتف الذكية، واعتمدت على منهج المسح Survey وفي إطار هذا المنهج تم الاعتماد على أسلوب المسح

بالعينة؛ وذلك لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع مفردات الدراسة من الجمهور في المجتمع السعودي.

• مجتمع وعينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على عينة من الجمهور في المجتمع السعودي قوامها 320 مفردة من الجنسين، وتشمل 160 مفردة من المواطنين السعوديين، و160 أخرى من المقيمين، مقسمة بالتساوي إلى 40 مفردة من الجنسيات "المصرية، والسورية، والسودانية، واليمنية"، وتم اختيار عينة عمدية بأسلوب كرة الثلج بعد تقسيم مجتمع الدراسة إلى عدد من المجموعات، ولجأ الباحث إليها حتى يتمكن من توفير بعض السمات الخاصة في أفراد العينة، مثل النوع (ذكور- وإناث)، المستوى التعليمي (متوسط-جامعي- وفوق الجامعي)، واقتصر اختيار العينة على المستخدمين للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، وتم توزيع 360 مفردة ليستقر الباحث على فرزها واستبعاد عدد 10 مفردات من كل جنسية، والاقتصار على 320 مفردة من الجمهور في المجتمع السعودي، كما يتضح بالجدول التالي رقم (1):

جدول (1)

توصيف عينة الدراسة مج = 320

النسبة	العدد	الخصائص
50%	160	النوع / - الذكور
50%	160	- الإناث
50%	160	الجنسية / - مواطنين سعوديين
50%	160	- مقيمين (مصريين، سوريين، سودانيين، يمنيين)
34.7%	111	مستوى التعليم / - متوسطي التعليم
36.9%	118	- جامعيين
28.4%	91	- فوق الجامعي

• أدوات ومقاييس جمع البيانات:

قام الباحث بتصميم استمارة الاستبانة في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها، وبعد الاطلاع على عدد من الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع الدراسة، ويهدف رصد وقياس متغيرات الدراسة والعلاقات المترابطة فيما بينها، مستخدماً مقياس ليكرت الثلاثي (عالي-متوسط-منخفض)، وتم تصميمها لقياس المتغيرات التالية:



- المتغيرات الديموغرافية: شملت النوع (ذكور- وإناث)، والجنسية (مواطن سعودي- ومقيم غير سعودي)، ومستوى التعليم (متوسط- جامعي- فوق الجامعي).
- أنماط الاستخدام: تم قياسه من خلال (مستوى اهتمام- أسلوب- مكان- كثافة ساعات) الاستخدام.
- مدى ثقة المستخدمين: وتم قياسها بمقياس درجة ثقة المبحوث في استخدام التطبيقات الصحية بالهواتف الذكية.
- مقياس دوافع الاستخدام: وتم قياسها بمقياس دوافع استخدام التطبيقات الصحية الطقوسية والمنفعية.
- مقياس أنماط نشاط الجمهور: وتم قياسه بمقياس النشاط المدعم (الانتقائية- الانتباه- الاستغراق)، والمعوق (التجنب- تحويل الانتباه- الشك)، للتأثيرات الاتصالية.
- مقياس التأثيرات الاتصالية: وتم قياسه بمقياس التأثيرات الاتصالية الناتجة عن الاستخدام للتطبيقات الصحية، وتشمل تأثيرات (الرضا- والتفاعل- والغرس).
- مقياس مدى تقبل تكنولوجيا التطبيقات عبر الهواتف الذكية: وتم تقسيمه أربعة أجزاء حول (النوايا السلوكية، الاستخدام الفعلي، سهولة الاستخدام المدركة، الاستفادة المدركة).

#### • الصدق والثبات:

تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري من خلال عرض نموذج الاستمارة على مجموعة من أساتذة الإعلام<sup>(53)</sup>، الذين أقرروا بأن الاستمارة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه، وذلك بعد إجراء بعض التعديلات التي أبدأها بعض المحكمين، ووصولاً للاتفاق بين المحكمين حول مدى تحقيق الاستمارة لأهداف الدراسة وتساؤلاتها، ولقياس ثبات البيانات استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار على عينة عشوائية من (32) مفردة بواقع (10٪) من إجمالي عدد الاستمارات، وذلك بعد أسبوعين من تطبيق الاستمارة، وبلغت نسبة الثبات (0.89) وهي قيمة تؤكد ثبات المقياس ودقته.

#### • المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة:

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة من خلال البرنامج الإحصائي SPSS وتم استخدام الاختبارات والمعاملات الإحصائية التالية: معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient لاختبار العلاقة بين المتغيرات، حساب

المتوسطات والانحرافات المعيارية للمتغيرات المختلفة، حساب التكرارات والنسب المئوية لكافة متغيرات وأسئلة الدراسة.

#### نتائج الدراسة ومناقشتها:

يتم عرض النتائج في محورين، هما:

1- النتائج العامة للدراسة. 2- نتائج اختبار الفروض.

#### أولاً: النتائج العامة للدراسة:

• أنماط استخدام الجمهور للتطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية: قام الباحث بصياغة أنماط استخدام الجمهور للتطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية بهذا المحور من خلال: (مستوى اهتمام- أسلوب- مكان- كثافة ساعات) الاستخدام.

#### جدول (2)

أنماط استخدام الجمهور للتطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية ن=320

تصنيف العينة		المتغيرات	المستويات
النسبة	التكرار		
84.4%	270 -	مستوى الاهتمام باستخدام التطبيقات الصحية	عالي - متوسط - منخفض
100%	320 -	أسلوب الاستخدام اختيار متعدد	بمفرد - حسب الحاجة للاستخدام - مع الأهل - مع الأصدقاء في العمل
53.4%	171 -	مكان الاستخدام اختيار متعدد	المنزل - الأسواق والأماكن الترفيهية - العمل
59.4%	190 -	كثافة ساعات الاستخدام	من 3 ساعات فأكثر / (كثيف الاستخدام) - من 1: أقل من 3 ساعات / (متوسط الاستخدام) - أقل من ساعة / (قليل الاستخدام)
7.8%	25 -		
7.8%	25 -		
81.3%	260 -		
93.8%	300 -		
34.4%	110 -		
30.3%	97 -		
16.3%	52 -		
25%	80 -		
15.6%	50 -		

يتضح من بيانات الجدول (2) تباين أنماط استخدام الجمهور للتطبيقات الصحية عبر

الهواتف الذكية؛ وذلك كما يلي:

- تشير نتائج الدراسة إلى أن 84.4% من الجمهور في المجتمع السعودي- عينة الدراسة- يهتمون بدرجة عالية بالتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، وجاء مستوى الاهتمام عند البعض منهم بدرجة متوسطة، وبدرجة منخفضة بنسبة متساوية 7.8%.
- كما أثبتت النتائج أن أسلوب الاستخدام الذي يفضلهُ مستخدمو التطبيقات جاء: بمفرد في المقام الأول، يليه حسب الحاجة للاستخدام، ثم مع الأهل، وأخيراً مع الأصدقاء في العمل.
- وحول مكان الاستخدام لدى الجمهور في المجتمع السعودي، جاء في المقام الأول بالمنزل، يليه الاستخدام بالأسواق والأماكن الترفيهية، ثم مكان العمل.
- وبناءً على ساعات الاستخدام، تم تصنيف العينة إلى ثلاثة مستويات في كثافة استخدام الجمهور للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية إلى: (كثيف- ومتوسط- وقليل) الاستخدام، اتضح ارتفاع معدل كثافة الاستخدام 59.4%، يليه متوسط الاستخدام 25%، مقابل قليلي الاستخدام 15.6%، من مفردات العينة. وتتفق هذه النتائج، مع كل من (Salehi, 2018)، و(Tak, P&Panwar, 2017)، فيما يتعلق بمستوى الاهتمام الكبير وكثافة الاستخدام لتطبيقات الهواتف الذكية.
- ❖ وينوه الباحث على زمن تطبيق الدراسة الميدانية، وقت جائحة كورونا، التي اتخذت فيه المملكة العربية السعودية الكثير من الإجراءات الاحترازية، الأمر الذي أدى لارتفاع مستوى اهتمام الجمهور، وكثافة استخدامهم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، بالإضافة لتتبع أماكن استخدامها؛ مما يبسط تقديم الرعاية الصحية اللازمة، وذلك لمساعدة المواطنين والمقيمين على حد سواء في الوقوف أمام هذه الجائحة.
- مدى ثقة الجمهور في معلومات التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية: قام الباحث بصياغة مقياس مدى ثقة الجمهور في المجتمع السعودي بالتطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية بهذا المحور من خلال ثلاث درجات للثقة (عالية- متوسطة- ضعيفة).

## جدول (3)

مدى ثقة الجمهور في معلومات التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية مج=320

درجة الثقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة ثقة الجمهور في استخدام التطبيقات الصحية بالهواتف الذكية		
			عالية	متوسطة	ضعيفة
عالية	0.85	2.28	41	88	191
			%12.8	%27.5	%59.7
متوسطة	0.86	2.04	56	188	75
			%17.5	%59.1	%23.4
متوسطة	1.03	2.06	64	71	185
			%20	%22.2	%57.8
متوسطة	1.05	1.89	75	128	128
			%20	%40	%40
المتوسط العام 2.08 (متوسطة)					

بمراجعة بيانات الجدول السابق رقم (3) جاء المتوسط العام لدرجة ثقة الجمهور في المجتمع السعودي بمعلومات التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية (2.08) بدرجة متوسطة، وتبين أن الجمهور يثق في التطبيقات الصحية لأنها تتبع الجهات الحكومية بدرجة عالية بمتوسط حسابي (2.28)، وجاءت الثقة بسياسات التطبيقات الصحية في الأمان والسرية بمتوسط (2.04) بدرجة متوسطة، ثم ذكر معلوماتهم الشخصية وأسرتهم كاملة وبدون تردد بمتوسط (2.06) بدرجة متوسطة، وذكر معلومات الحالة الصحية بالتطبيقات دون تردد بمتوسط (1.89) بدرجة متوسطة.

ويرى الباحث أن ثقة الجمهور من المواطنين السعوديين والمقيمين في التطبيقات الصحية عبر الهواتف الصحية، ينتج عن تبعيتها لجهات حكومية، والجهد المبذول من حكومة المملكة في الاهتمام بهذه التطبيقات؛ للتيسير على الجمهور خلال جائحة كورونا، وللتعامل مع الجهات المختلفة مؤسسات حكومية، وجهات خاصة، وأسواق، وأماكن ترفيهيه، وغيرها.

وتتفق هذه النتائج فيما يتعلق بثقة الجمهور في تطبيقات الهواتف الذكية مع (Edmund, et. al, 2021)، حيث كشفت عن تأثير النية السلوكية للاستخدام بالأداء المتوقع، والجهد المتوقع، لتطبيقات الهاتف المحمول، ودراسة (حسين وأسامة، 2017م)، التي أثبت أن الثقة في التطبيقات الصحية المتنقلة بالعراق ناتج عن سهولة الاستخدام.

• دوافع استخدام الجمهور للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية:

قام الباحث بوضع مقياس للتعرف على دوافع استخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية بهذا المحور من خلال ثلاث درجات (عالية- متوسطة- منخفضة)، لنوعين من الدوافع (الهادفة- الطقوسية).

جدول (4)

دوافع استخدام الجمهور للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية مع=320

درجة الدوافع	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دوافع استخدم الجمهور للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية	المتوسط الحسابي لكل نوع
عالية	0.73	2.77	الحصول على معلومات حول التطبيقات الصحية	الدوافع الهادفة بمتوسط (2.58) بدرجة (عالية)
عالية	0.85	2.73	التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا	
عالية	0.97	2.41	مناقشة موضوعات التطبيقات الصحية مع الآخرين	
عالية	0.97	2.41	التواصل بالمختصين حول موضوعات التطبيقات الصحية	
عالية	0.98	2.36	للاسترخاء والهروب من الواقع وروتين الحياة	الدوافع الطقوسية بمتوسط (2.09) بدرجة (متوسطة)
عالية	1.04	2.24	بحكم العادة لارتباطي بالهاتف الذكي	
متوسطة	1.02	2.04	أستخدم التطبيقات الصحية للفضول وبحكم وجودها على	
منخفضة	1.15	1.71	أستخدم التطبيقات لملء وقت الفراغ والتخلص من الملل	
(عالية)	بدرجة	2.34	المتوسط الحسابي العام	

- بمراجعة بيانات الجدول السابق رقم (4) جاء المتوسط العام لدوافع استخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية (2.34) بدرجة عالية، وظهرت الدوافع الهادفة لاستخدامات الجمهور بمتوسط (2.58) وبدرجة عالية، أعلى من الدوافع الطقوسية لديهم والتي جاءت بمتوسط (2.09) وبدرجة متوسطة.
- واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Alexander, 1985)، حيث أظهرت دراسته تفوق الدوافع الطقوسية من خلال أن المعدلات المرتفعة من التعرض للمسلسلات التليفزيونية يصاحبها مستويات مرتفعة من الدوافع الطقوسية للمشاهدة، ويصبح الفرد أكثر عرضة لتأثيرات الرسائل الاتصالية.
- وتمثلت الدوافع الهادفة لاستخدامات الجمهور على النحو التالي: الحصول على معلومات حول التطبيقات الصحية بالهواتف الذكية، ثم التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا الصحية، يليه مناقشة موضوعات التطبيقات الصحية مع

الآخرين، وأخيراً التواصل مع المختصين حول موضوعات التطبيقات الصحية وتبادل الخبرات معهم.

- وتمثلت الدوافع الطقوسية لاستخدامات الجمهور على النحو التالي: للاسترخاء والهروب من الواقع وروتين الحياة، ثم بحكم العادة لارتباطي بالهاتف الذكي، يليه استخدام التطبيقات الصحية للفضول وبحكم وجودها على هاتفي الذكي، وأخيراً استخدام التطبيقات لملء وقت الفراغ والتخلص من الملل.

• أنماط النشاط للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور مع التطبيقات الصحية بالهواتف:

قام الباحث بوضع مقياس للتعرف على أنماط النشاط للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور في المجتمع السعودي مع التطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية، بهذا المحور من خلال ثلاث درجات (موافق- إلى حد ما- غير موافق)، لنوعين من النشاط (المدعم- المعوق).

- أشارت نتائج الدراسة كما سيتضح من الجدول (5)، و(6)، إلى نوعين من أنماط النشاط (المدعم- والمعوق) للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور في المجتمع السعودي (مواطنين- ومقيمين) وذلك مع التطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية، حيث جاء المتوسط الحسابي لأنماط النشاط المدعم (2.67)، أعلى من أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية بمتوسط (2.64)، وتختلف هذه النتيجة مع (Austin,et. al,2002) التي أثبتت أن النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية جاء أعلى من النشاط المدعم للاستخدام.

- ويرى الباحث تقارب النوعين للنشاط المدعم والمعوق، الأمر الذي يظهر معه أن الجمهور في المجتمع السعودي متساوين في أنماط نشاطهم للتأثيرات الاتصالية، فمن يرى أن التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية تساعده في مواجهة جائحة كورونا، وذلك من خلال نشاط (الانتقائية- والانتباه- والاستغراق) المبدول عند الاستخدام، في المقابل هناك من يجد أن التطبيقات الصحية يمكن أن تعوق تفكيره والتأثيرات الاتصالية عند الاستخدام، من خلال نشاط (التجنب- وتحويل الانتباه- والشك)، وبالنظر في تفاصيل الجدولين (5)، و(6) يتضح التالي:

جدول (5)

أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور مع التطبيقات الصحية مج=320

المتوسط الحسابي لكل نوع	النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور مع التطبيقات الصحية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
الانتقائية بمتوسط (2.75) بدرجة (موافق)	أحب متابعة الآراء التي تتفق مع آرائي حول التطبيقات	2.92	0.95	موافق
	أنجاهل الموضوعات التي لا تتفق مع آرائي حول التطبيقات	2.82	0.89	موافق
	أعرض للتطبيقات الصحية بهاتفي وفق الطريقة المفضلة	2.52	0.93	موافق
الانتباه بمتوسط (2.68) بدرجة (موافق)	أنتبه لموضوعات التطبيقات الصحية وأتابع تحديثاتها	2.81	0.94	موافق
	أنتبه إلى التطبيقات الصحية الجديدة التابعة لوزارة الصحة	2.74	1.09	موافق
	أنتبه إلى سياسات وشروط التطبيقات الصحية قبل	2.48	1.03	موافق
الاستغراق بمتوسط (2.58) بدرجة (موافق)	أأثر وأنفعل لما يحدث أثناء متابعتي للتطبيقات الصحية	2.69	0.84	موافق
	أفكر في تأثير مضمون التطبيقات الصحية لي ولأسرتي	2.58	0.96	موافق
	أفكر في تأثير التطبيقات الصحية على المجتمع	2.47	0.94	موافق
المتوسط الحسابي العام		2.67	بدرجة	(موافق)

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (5) أن المتوسط الحسابي العام للنشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور في المجتمع السعودي مع التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية (2.67) وبدرجة موافق، وجاءت أنواع النشاطات المدعمة في المقام الأول (الانتقائية) بمتوسط (2.75) وبدرجة موافق، يليه نشاط (الانتباه) بمتوسط (2.68) وبدرجة موافق، وأخيراً (الاستغراق) بمتوسط (2.58) وبدرجة موافق، وجاءت عبارات النشاط المدعم حسب رؤية عينة الدراسة كما يلي:

- جاءت (الانتقائية) في: أحب متابعة الآراء التي تتفق مع آرائي حول التطبيقات الصحية، يليه أنجاهل الموضوعات التي لا تتفق مع آرائي حول التطبيقات الصحية، وأعرض للتطبيقات الصحية بهاتفي وفق الطريقة المفضلة لي، وتمثل (الانتباه) في: أنتبه لموضوعات التطبيقات الصحية وأتابع تحديثاتها، وأنتبه إلى التطبيقات الصحية الجديدة التابعة لوزارة الصحة السعودية، وأنتبه إلى سياسات وشروط التطبيقات الصحية قبل استخدامها، وجاء (الاستغراق) في: أأثر وأنفعل لما يحدث أثناء متابعتي للتطبيقات الصحية، وأفكر في تأثير مضمون التطبيقات الصحية لي ولأسرتي، وأفكر في تأثير التطبيقات الصحية على المجتمع.

## جدول (6)

أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور مع التطبيقات الصحية مج=320

المتوسط الحسابي لكل نوع	النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور مع التطبيقات الصحية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
التجنب بمتوسط (2.72) بدرجة (موافق)	أتابع الكثير من التطبيقات الصحية لدرجة أنني لم أعد	2.89	0.89	موافق
	من الصعب فهم مضمون بعض التطبيقات الصحية	2.72	0.90	موافق
	أفضل الراحة والاسترخاء عن استخدام التطبيقات الصحية	2.54	0.95	موافق
تحويل الانتباه بمتوسط (2.64) بدرجة (موافق)	أنتبه لموضوعات التطبيقات الصحية وأتابع تحديثاتها	2.79	0.92	موافق
	أنتبه إلى التطبيقات الصحية الجديدة التابعة لوزارة الصحة	2.68	1.13	موافق
	أنتبه إلى سياسات وشروط التطبيقات الصحية قبل	2.45	1.08	موافق
الشك بمتوسط (2.55) بدرجة (موافق)	التطبيقات الصحية يمكن أن تستخدم بياناتي لأغراض غير	2.69	0.87	موافق
	يخاف البعض من متابعة التطبيقات لهم عبر هواتفهم	2.55	0.95	موافق
	التطبيقات الصحية عبر هاتفي تمثل خطراً على حساباتي	2.42	0.91	موافق
المتوسط الحسابي العام		2.64	بدرجة	(موافق)

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (6) أن المتوسط الحسابي العام للنشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور في المجتمع السعودي مع التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية (2.64) وبدرجة موافق، وجاءت أنواع النشاطات المعوقة في المقام الأول (التجنب) بمتوسط (2.72) وبدرجة موافق، يليه نشاط (تحويل الانتباه) بمتوسط (2.64) وبدرجة موافق، وأخيراً (الشك) بمتوسط (2.55) وبدرجة موافق، وجاءت عبارات النشاط المعوق حسب رؤية عينة الدراسة كما يلي:

- جاءت عبارات (التجنب) في: أتابع الكثير من التطبيقات الصحية لدرجة أنني لم أعد أريد متابعة المزيد، من الصعب فهم مضمون بعض التطبيقات الصحية ومتابعتها لكثرة أحداثها، أفضل الراحة والاسترخاء عن استخدام التطبيقات الصحية بالهواتف الذكية، وبالنسبة (تحويل الانتباه) في: أنتبه لموضوعات التطبيقات الصحية وأتابع تحديثاتها، أنتبه إلى التطبيقات الصحية الجديدة التابعة لوزارة الصحة، أنتبه إلى سياسات وشروط التطبيقات الصحية قبل استخدامها، وجاء (الشك) في: التطبيقات الصحية يمكن أن تستخدم بياناتي لأغراض غير معلومة، ويخاف البعض من متابعة التطبيقات لهم عبر هواتفهم الذكية، والتطبيقات الصحية عبر هاتفي تمثل خطراً على حساباتي الإلكترونية.



وتتفق نتائج الجدولين (5) و(6) مع كل من: دراسة (بكير، 2016م)، و(المحمدي، 2015)، و(آل سعود، 2014م)، وذلك فيما يتعلق بأنماط النشاط المدعم والمعوق للتأثيرات الاتصالية عند استخدام الوسيلة.

• التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية:

قام الباحث بوضع مقياس للتعرف على التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية، وتم تقسيم التأثيرات إلى (التفاعل- الرضا- الواقعية) بهذا المحور من خلال ثلاث درجات (قوية- متوسطة- ضعيفة). وبالنظر في تفاصيل الجدول (7) يتضح التالي:

جدول (7)

التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية مج=320

المتوسط الحسابي لكل نوع	التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
التفاعل بمتوسط (2.74) بدرجة (قوية)	أفاعل مع التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية بقدر	2.82	0.95	قوية
	أفتقد بشدة متابعة مستجدات التطبيقات الصحية عندما أكون خارج المنزل	2.78	0.89	قوية
	أشعر بالضيق عندما تتوقف التطبيقات الصحية عن العمل	2.62	0.93	قوية
الرضا بمتوسط (2.63) بدرجة (قوية)	أشعر بالرضا عن التطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف	2.71	0.94	قوية
	أرغب في متابعة المزيد من التطبيقات التي تمدني بالمعلومات	2.64	1.09	قوية
	أشعر بأنني حققت شيئاً مفيداً بعد استخدامي للتطبيقات	2.54	1.03	قوية
الواقعية بمتوسط (2.46) بدرجة (قوية)	التطبيقات الصحية تمدني بمعلومات وأفكار واقعية عن	2.62	0.84	قوية
	أصدق الخدمات التي تقدمها التطبيقات الصحية المختلفة	2.48	0.96	قوية
	التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية واقعية ومباشرة	2.27	0.94	قوية
المتوسط الحسابي العام		2.61	بدرجة	(قوية)

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (7) أن المتوسط الحسابي العام للتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الصحية (2.61)، وبدرجة قوية، وحققت (تأثيرات التفاعل) لدى الجمهور أعلى

متوسط (2.74)، يليها (تأثيرات الرضا) بمتوسط (2.63)، ثم (تأثيرات الواقعية) بمتوسط (2.46).

- وجاءت عبارات التأثيرات كما يراها الجمهور في المجتمع السعودي من خلال عبارات (التفاعل) في: أفاعل مع التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية بقدر كبير، وأفتقد بشدة متابعة مستجدات التطبيقات الصحية عندما أكون خارج المنزل، وأشعر بالضيق عندما تتوقف التطبيقات الصحية عن العمل، وتمثلت عبارات (الرضا) في: أشعر بالرضا عن التطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية، أرغب في متابعة المزيد من التطبيقات التي تمدني بالمعلومات، أشعر بأنني حققت شيئاً مفيداً بعد استخدامي للتطبيقات الصحية، وأخيراً عبارات (الواقعية) في: التطبيقات الصحية تمدني بمعلومات وأفكار واقعية عن صحتي، اصدق الخدمات التي تقدمها التطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف، التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية واقعية ومباشرة.

وتؤكد هذه النتيجة ما ذهب إليه كل من (الشمري، 2019م)، و(بكير، 2016م)، و(آل سعود، 2014م)، و(بكيـر، 2008م)، ودراسة (Kim&Rubin, 1997)، و(Roser, 1995)، و(Perse&Rubin. 1988)، و(Rouner&Perloff. 1988)، حيث اتفقوا على أن التعرض الانتقائي يقوي كل من تأثيرات الرضا عن الرسائل الاتصالية وتأثيرات التفاعل مع شخصيات الوسيلة.

• العوامل المؤثرة في تقبل الجمهور للتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية:  
(سهولة الاستخدام المدركة، الاستفادة المدركة، النوايا السلوكية، الاستخدام الفعلي)  
جدول (8)

العوامل المؤثرة في تقبل الجمهور للتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية مج=320

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			العبرة/ المتوسط العام (2.24) بدرجة موافق		عوامل التقبل
		معارض	محايد	موافق	ك	%	
0.89	2.56	20	50	250	ك	أستطيع التسجيل في التطبيقات الصحية بكل سهولة	سهولة الاستخدام بمتوسط (2.31)
		6.3	15.6	78.1	%		
1.03	2.26	50	84	186	ك	وضوح جميع الإجراءات بالتطبيقات الصحية أثناء الانتقال بين الصفحات	
		15.6	26.3	58.1	%		
1.12	2.12	54	74	192	ك	من السهل تحميل التطبيقات الصحية على الهواتف الذكية	
		16.9	23.1	60	%		
0.99	2.32	10	90	220	ك	التطبيقات الصحية تسهم في التعرف على الحالة الصحية للمستخدمين	الاستفادة المدركة بمتوسط (2.22)
		3.1	28.1	68.8	%		
0.86	2.24	45	35	240	ك	أستطيع من خلال التطبيقات الصحية توفير الوقت والجهد مقارنة بذهابي للمستشفى	
		14.1	10.9	75	%		
0.79	2.11	31	107	182	ك	يساعدني التطبيق في حل مشكلاتي	
		9.7	33.4	56.9	%		
0.96	2.31	31	89	200	ك	أنوي الاستمرار في استخدام التطبيقات الصحية خلال جائحة كورونا وبعدها	النوايا السلوكية بمتوسط (2.21)
		9.7	27.8	62.5	%		
0.97	2.22	89	81	150	ك	أشعر بالارتياح بعد استخدام التطبيقات الصحية	
		27.8	25.3	46.9	%		
1.02	2.10	45	90	185	ك	حقق استخدام التطبيقات الصحية كل توقعاتي في الحصول على الخدمات الصحية	
		14.1	28.1	57.8	%		
0.99	2.33	80	80	160	ك	أقوم باستخدام التطبيقات الصحية حسب الحاجة على مدار اليوم.	الاستخدام الفعلي بمتوسط (2.20)
		25	25	50	%		
1.13	2.16	55	65	120	ك	أوصي الآخرين بشدة على استخدام التطبيقات الصحية التي أستخدمها بالفعل	
		17.2	20.3	37.5	%		
0.79	2.11	74	106	140	ك	أستخدم التطبيق لأنه يراعي احتياجاتي الخاصة	
		23.1	33.1	43.8	%		

- اتضح من الجدول (8) أن المتوسط العام لعوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي من المواطنين والمقيمين (2.24) وبدرجة موافق، لاستخدام التطبيقات

الصحية، عبر تطبيقات الهواتف الذكية، تمثلت في أربعة عوامل على النحو التالي: سهولة الاستخدام المدركة بمتوسط حسابي (2.31)، الاستفادة المدركة بمتوسط (2.22)، النوايا السلوكية بمتوسط (2.21)، الاستخدام الفعلي بمتوسط (2.20).

- وجاء سهولة الاستخدام المدركة في رأي الجمهور عينة الدراسة متمثلاً في: استطاعة التسجيل في التطبيقات الصحية بكل سهولة، وضوح جميع الإجراءات بالتطبيقات أثناء التصفح، سهولة تحميل التطبيقات على الهواتف الذكية.
  - وتمثلت الاستفادة المدركة في: التطبيقات الصحية تسهم في التعرف على الحالة الصحية للمستخدمين، أستطيع من خلال التطبيقات الصحية توفير الوقت والجهد مقارنة بذهابي للمستشفى، يساعدني التطبيق في حل مشكلاتي.
  - وجاءت النوايا السلوكية من خلال: أنوي الاستمرار في استخدام التطبيقات الصحية خلال جائحة كورونا وبعدها، أشعر بالارتياح بعد استخدام التطبيقات الصحية، حقق استخدام التطبيقات كل توقعاتي في الحصول على الخدمات الصحية.
  - وتحقق الاستخدام الفعلي في: أقوم باستخدام التطبيقات الصحية حسب الحاجة على مدار اليوم، أوصي الآخرين بشدة باستخدام التطبيقات الصحية التي أستخدمها بالفعل، أستخدم التطبيق لأنه يراعي احتياجاتي الخاصة.
- وتتفق هذه النتائج مع دراسة (الحربي، 2021م)، و(القحطاني وصبري، 2020م)، و(السبعواوي وسالم، 2018م)، و(بشير، 2017م)، و(Ilias&Marias, 2014)، و(Selva&Sevgi, 2014)، و(Nasri&Charefeddine, 2012)، و(Bander&Charles, 2010)، وذلك حول العوامل المؤثرة في تقبل الجمهور للتكنولوجيا.

ثانياً: نتائج اختبار الفروض:

1- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، وعوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية.

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين الأول التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، والثاني عوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية.

جدول (9)

العلاقة بين التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، وعوامل تقبل استخدامها عبر الهواتف الذكية

الاستخدام الفعلي		الاستفادة المدركة		سهولة الاستخدام		النوايا السلوكية		عوامل تقبل التطبيقات التأثيرات الاتصالية
معامل ارتباط بيرسون والدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون والدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون والدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون والدلالة	مستوى المعنوية	
0.000 (دالة)	*0.294	0.000 (دالة)	*0.332	0.000 (دالة)	*0.321	0.000 (دالة)	*0.314	التفاعل
0.058 (غير دالة)	0.014-	0.000 (دالة)	*0.304	0.000 (دالة)	*0.318	0.000 (دالة)	*0.308	الرضا
0.000 (دالة)	*0.345	0.000 (غير دالة)	0.009-	0.000 (دالة)	*0.312	0.057 (غير دالة)	0.012-	الواقعية

يتضح من الجدول السابق رقم (9): (قبول الفرض):

❖ وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الاتصالية (التفاعل- والرضا) للتطبيقات الصحية، والنوايا السلوكية لتقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط لتأثيرات التفاعل (0.314)، بمستوى معنوية 0.000، وجاء معامل الارتباط لتأثيرات الرضا (0.308)، بمستوى معنوية 0.000، وهي علاقة ارتباط متوسطة القوة، ودالة عند مستوى دلالة 0.05، مقابل عدم وجود علاقة بين تأثيرات الواقعية للتطبيقات الصحية، والنوايا السلوكية لتقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط لتأثيرات الواقعية، (0.012-) ومستوى معنوية 0.057، وهي علاقة ارتباط سلبية ضعيفة وغير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

- ❖ وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الاتصالية (التفاعل- والرضا- والواقعية) للتطبيقات الصحية، وسهولة الاستخدام لتقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط لتأثيرات التفاعل (0.321) بمستوى معنوية 0.000، ومعامل الارتباط لتأثيرات الرضا (0.318) بمستوى معنوية 0.000، ومعامل الارتباط لتأثيرات الواقعية (0.312) بمستوى معنوية 0.000، وهي علاقة ارتباط متوسطة القوة دالة عند مستوى دلالة 0.05.
- ❖ وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الاتصالية (التفاعل- والرضا) للتطبيقات الصحية، والاستفادة المدركة لتقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط لتأثيرات التفاعل (0.332) بمستوى معنوية 0.000، وجاء معامل الارتباط لتأثيرات الرضا (0.304) بمستوى معنوية 0.000، وهي علاقة ارتباط متوسطة القوة، ودالة عند مستوى دلالة 0.05، مقابل عدم وجود ارتباط بين تأثيرات الواقعية للتطبيقات الصحية والاستفادة المدركة لتقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط لتأثيرات الواقعية (-0.009) ومستوى معنوية 0.057، وهي علاقة ارتباط سلبية ضعيفة وغير دالة عند مستوى دلالة 0.05.
- ❖ وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات الاتصالية (التفاعل- والواقعية) للتطبيقات الصحية، والاستخدام الفعلي لتقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط لتأثيرات التفاعل (0.294) بمستوى معنوية 0.000، وجاء معامل الارتباط لتأثيرات الواقعية (0.345) بمستوى معنوية 0.000، وهي علاقة ارتباط متوسطة القوة، ودالة عند مستوى دلالة 0.05، مقابل عدم وجود ارتباط بين تأثيرات الرضا للتطبيقات الصحية، والاستخدام الفعلي لتقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط لتأثيرات الواقعية (-0.012)، ومستوى معنوية 0.057، وهي علاقة ارتباط سلبية ضعيفة، وغير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

◀ نخلص مما سبق بقبول الفرض الأول فيما يخص وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، وعوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية، مقابل عدم وجود علاقة لتأثيرات الواقعية وكل من النوايا السلوكية، والاستفادة المدركة لتقبل الجمهور للاستخدام، وأيضاً عدم وجود علاقة ارتباطية لتأثيرات الرضا، والاستخدام الفعلي للتطبيقات.

- وتتفق الدراسة مع (بكيبر، 2016م)، وتختلف هذه النتيجة مع (Kim&Rubin, 1997)، فيما يخص تأثيرات التفاعل، وتختلف مع (آل سعود، 2014م)، و (Austin, et. al, 2002)، و (Rouner&Perloff, 1988)، حيث أثبتت دراستهم إيجابية العلاقة بين كافة التأثيرات الاتصالية على الجمهور.
- ويرى الباحث أن التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية تؤثر بقوة في تقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية؛ وهذا يدل على وعي وحرص الجمهور في المجتمع السعودي من خلال المواطنين والمقيمين، على استغلال التكنولوجيا عبر الهواتف الذكية في أمور حياتهم العامة؛ للتصدي لجائحة كورونا التي هزت العالم أجمع.

## 2- تؤثر النوايا السلوكية للجمهور في المجتمع السعودي نحو التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية تأثيراً معنوياً في استخدامهم الفعلي لها.

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين الأول النوايا السلوكية للجمهور في المجتمع السعودي نحو التطبيقات الصحية عبر الهواتف، والثاني استخدام الجمهور الفعلي للتطبيقات.

جدول (10)

تأثير النوايا السلوكية للجمهور على الاستخدام الفعلي

استخدام الجمهور الفعلي للتطبيقات الصحية			الاستخدام الفعلي
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	النوايا السلوكية
دالة	0.000	*0.319	النوايا السلوكية للجمهور نحو التطبيقات الصحية

يتضح من الجدول السابق رقم (10): (قبول الفرض)





- المجتمع السعودي، حيث جاء معامل الارتباط لعلاقة سهولة الاستخدام المدركة بنوايا الجمهور السلوكية نحو التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، (0.305) بمستوى معنوية 0.000، وهي علاقة ارتباط متوسطة القوة، ودالة عند مستوى دلالة 0.05.
- وافق الباحث مع كل من (القحطاني وصبري، 2020م)، و(بشير، 2017م)، و(نصري، 2015م)، و(Mohd,et. al., 2012)، و(Nasri&Charefeddine, 2012)، حيث أجمعوا على تأثير سهولة الاستخدام المدركة للتكنولوجيا على النوايا السلوكية لتقبل التكنولوجيا، مقابل اختلاف الدراسة مع (Ilias&Marías, 2014)، حيث نفى وجود علاقة بين سهولة الاستخدام والنوايا السلوكية.
  - ويرى الباحث أن إدراك الجمهور بالمجتمع السعودي من المواطنين والمقيمين لسهولة استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، تكون نوايا السلوكية لتقبل استخدامها إيجابية.

#### 4- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاستفادة المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية لدى الجمهور في المجتمع السعودي.

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين، الأول الاستفادة المدركة من التطبيقات الصحية عبر الهواتف، والثاني النوايا السلوكية لتقبل استخدام التطبيقات الصحية.

جدول (12)

علاقة الاستفادة المدركة من التطبيقات الصحية بالنوايا السلوكية للجمهور

النوايا السلوكية لتقبل استخدام التطبيقات الصحية		النوايا السلوكية	
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	الاستفادة المدركة
دالة	0.000	*0.315	الاستفادة المدركة من التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية

يتضح من الجدول السابق رقم (12): (قبول الفرض)

❖ وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاستفادة المدركة، والنوايا السلوكية لتقبل استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية لدى الجمهور في المجتمع السعودي، حيث جاء معامل الارتباط لعلاقة الاستفادة المدركة بنوايا الجمهور

- السلوكية نحو التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية (0.315) بمستوى معنوية 0.000، وهي علاقة ارتباط متوسطة القوة، ودالة عند مستوى دلالة 0.05. ويتفق الباحث مع (القحطاني وصبري، 2020م)، و(Leong, et. al, 2018)، و(نصري، 2015م)، و(Ilias&Marías, 2014)، و(Carolina, et. al, 2014)، و(Mohd, et. al., 2012)، و(Nasri&Charefeddine, 2012)، حيث أجمعوا على تأثير الاستفادة المدركة للتكنولوجيا على النوايا السلوكية لتقبل التكنولوجيا.
- ويرى الباحث أنه كلما أدرك الجمهور بالمجتمع السعودي من المواطنين والمقيمين لحجم الاستفادة المدركة من التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، تكون نواياه السلوكية لتقبل استخدامها إيجابية.

5- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدوافع (النفعية، والطقوسية) لاستخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين الأول الدوافع (النفعية- والطقوسية) لاستخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف، والثاني التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

جدول (13)

دوافع استخدام التطبيقات الصحية، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن الاستخدام

الواقعية		التفاعل		الرضا		أنماط النشاط المدعم دوافع الاستخدام
مستوى المعنوية والدلالة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية والدلالة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية والدلالة	معامل ارتباط بيرسون	
0.000 (دالة)	*0.322	0.000 (دالة)	*0.324	0.000 (دالة)	*0.327	الدوافع النفعية
0.056 (غير دالة)	0.256	0.067 (غير دالة)	0.218	0.124 (غير دالة)	0.278	الدوافع الطقوسية

يتضح من الجدول السابق رقم (13) ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية بين الدوافع النفعية لاستخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

حيث جاء معامل الارتباط (0.327) بين الدوافع النفسية وتأثيرات الرضا، بمستوى معنوية 0.000، وجاء معامل الارتباط (0.324) بين الدوافع النفسية وتأثيرات التفاعل، بمستوى معنوية 0.000، وجاء معامل الارتباط (0.322) بين الدوافع النفسية وتأثيرات الواقعية بمستوى معنوية 0.000، وجميعاً دالة عند مستوى دلالة 0.05.

- عدم وجود علاقة ارتباطية بين الدوافع الطقوسية لاستخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

حيث جاء معامل الارتباط (0.278) بين الدوافع الطقوسية وتأثيرات الرضا، بمستوى معنوية 0.124، وجاء معامل الارتباط (0.218) بين الدوافع الطقوسية وتأثيرات التفاعل، بمستوى معنوية 0.067، وجاء معامل الارتباط (0.256) بين الدوافع النفسية وتأثيرات الواقعية، بمستوى معنوية 0.056، وجميعها غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

- واتفقت الدراسة مع (Rouner&Perloff, 1988)، حول علاقة الدوافع الهادفة والمنفعية بالتأثيرات الناتجة عن الاستخدام، مقابل الاختلاف مع (Kim&Rubin, 1997)، و(Alexander, 1985)؛ حيث أكدوا على أن زيادة معدلات تعرض الجمهور للوسيلة ي صاحبها مستويات مرتفعة من الدوافع الطقوسية لاستخدامها، فيصبح أكثر عرضة لتأثيرات الرسائل الاتصالية.

❖ ويرى الباحث أن التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية ترتبط بالدوافع الهادفة للجمهور بالمجتمع السعودي نحو التطبيقات؛ فكلما كانت دوافع الجمهور تهدف للمنفعة الشخصية، زاد رضاه عن التطبيقات الصحية، وزاد تفاعله معها، مقابل عدم ظهور أي ارتباط بين دوافع الجمهور الطقوسية نحو التطبيقات الصحية، والتأثيرات الناتجة عن الاستخدام؛ مما يعني اهتمام الجمهور بالتطبيقات الهادفة للوصول إلى أغراضه وخاصة وقت جائحة كورونا، فالجمهور يدرك بطريقة تلقائية الرسائل التي تتوافق معه وتدعم معتقداته، ويتجاهل الرسائل التي تكون أقل توافقاً معه.

◀ نخلص مما سبق بقبول الفرض جزئياً فيما يخص وجود علاقة ارتباطية بين الدوافع النفسية لاستخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، مقابل عدم وجود علاقة ارتباطية بين دوافع

الجمهور الطقوسية للتطبيقات الصحية، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن الاستخدام.

6- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أنماط النشاط (المدعم- والمعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور في المجتمع السعودي، والتأثيرات الاتصالية (الرضا-التفاعل- الواقعية) الناتجة عن استخدامهم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين الأول أنماط النشاط (المدعم- والمعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والثاني التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

وتم تقسيم الفرض السادس إلى:

أولاً: علاقة أنماط النشاط (المدعم) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والثاني التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.  
ثانياً: علاقة أنماط النشاط (المعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والثاني التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

- أولاً: فيما يتعلق بعلاقة أنماط النشاط (المدعم) والتأثيرات الاتصالية:

جدول (14)

أنماط النشاط المدعم والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية

الواقعية		التفاعل		الرضا		التأثيرات الاتصالية أنماط النشاط المدعم
مستوى المعنوية والدلالة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية والدلالة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية والدلالة	معامل ارتباط بيرسون	
0.001 (دالة)	*0.312	0.004 (دالة)	*0.338	0.000 (دالة)	*0.334	الانتقائية
0.012 (دالة)	*0.356	0.037 (دالة)	*0.320	0.024 (دالة)	*0.318	الانتباه
0.000 (دالة)	*0.344	0.001 (دالة)	*0.322	0.124 (غير دالة)	-0.256	الاستغراق

يتضح من الجدول السابق رقم (14) ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط المدعم فيما يتعلق (بالانتقائية) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط

(0.334) بين الانتقائية وتأثيرات الرضا، بمستوى معنوية 0.000، وجاء معامل الارتباط (0.338) بين الانتقائية وتأثيرات التفاعل، بمستوى معنوية 0.004، وجاء معامل الارتباط (0.312) بين الانتقائية وتأثيرات الواقعية، بمستوى معنوية 0.001، وجميعها متوسطة القوة، ودالة عند مستوى دلالة 0.05.

- وجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط المدعم فيما يتعلق (بالانتباه) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط (0.318) بين الانتباه وتأثيرات الرضا بمستوى معنوية 0.024، وجاء معامل الارتباط (0.320) بين الانتباه وتأثيرات التفاعل بمستوى معنوية 0.037، وجاء معامل الارتباط (0.356) بين الانتباه وتأثيرات الواقعية، بمستوى معنوية 0.012، وجميعها متوسطة القوة، ودالة عند مستوى دلالة 0.05.

- وجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط المدعم فيما يتعلق (بالاستغراق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط (0.322) بين الاستغراق وتأثيرات التفاعل بمستوى معنوية 0.001، وجاء معامل الارتباط (0.344) بين الاستغراق وتأثيرات الواقعية بمستوى معنوية 0.000، وجميعها متوسطة القوة، ودالة عند مستوى دلالة 0.05، في مقابل عدم وجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط المدعم فيما يتعلق (بالاستغراق) وتأثيرات الرضا، حيث جاء معامل الارتباط (-0.256) بين الاستغراق وتأثيرات الرضا بمستوى معنوية 0.125، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

- **ثانياً: فيما يتعلق بعلاقة أنماط النشاط المعوق (المعوق) والتأثيرات الاتصالية:**

جدول (15)

أنماط النشاط المعوق والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية

الواقعية		التفاعل		الرضا		التأثيرات الاتصالية أنماط النشاط المعوق
مستوى المعنوية والدلالة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية والدلالة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية والدلالة	معامل ارتباط بيرسون	
0.001 (دالة)	*0.322	0.004 (دالة)	*0.318	0.000 (دالة)	*0.328	التجنب
0.056 (غير دالة)	0.276	0.067 (غير دالة)	0.248	0.124 (غير دالة)	0.298	تحويل الانتباه
0.000 (دالة)	*0.315	0.000 (دالة)	*0.327	0.001 (دالة)	*0.356	الشك

يتضح من الجدول السابق رقم (15) ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط المعوق فيما يتعلق (بالتجنب) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط (0.328) بين التجنب وتأثيرات الرضا، بمستوى معنوية 0.000، وجاء معامل الارتباط (0.318) بين التجنب وتأثيرات التفاعل، بمستوى معنوية 0.004، وجاء معامل الارتباط (0.322) بين التجنب وتأثيرات الواقعية، بمستوى معنوية 0.001، وجميعاً متوسطة القوة، ودالة عند مستوى دلالة 0.05.
- عدم وجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط المعوق فيما يتعلق (بتحويل الانتباه) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط (0.298) بين تحويل الانتباه وتأثيرات الرضا بمستوى معنوية 0.124، وجاء معامل الارتباط (0.248) بين تحويل الانتباه وتأثيرات التفاعل بمستوى معنوية 0.067، وجاء معامل الارتباط (0.276) بين تحويل الانتباه وتأثيرات الواقعية بمستوى معنوية 0.056، وجميعها غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.
- وجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط المعوق فيما يتعلق (بالشك) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، حيث جاء معامل الارتباط (0.356)

بين الشك وتأثيرات الرضا بمستوى معنوية 0.001، وجاء معامل الارتباط (0.327) بين الشك وتأثيرات التفاعل بمستوى معنوية 0.000، وجاء معامل الارتباط (0.315) بين الشك وتأثيرات الواقعية بمستوى معنوية 0.000، وجميعها متوسطة القوة، ودالة عند مستوى دلالة 0.05.

- اتفقت الدراسة مع (بكير، 2016م)، و(آل سعود، 2014م)، و(بكير، 2008م)، و(Perse & Rubin, 1988)، و(Rouner & Perloff, 1988) بينما اختلفت مع دراسة (Austin et. al 2002)، و(Kim and Rubin, 1997)، حيث أظهرت أن تجنب المضمون والشك فيه يرتبطان سلبياً بتأثيرات الرضا، بينما أظهرت الدراسة إيجابية الارتباط.

◀ نخلص مما سبق بقبول الفرض جزئياً فيما يخص بوجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط (المدعم) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، في مقابل عدم وجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط المدعم فيما يتعلق (بالاستغراق) وتأثيرات الرضا.

◀ ووجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط (المعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، في مقابل عدم وجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط المعوق فيما يتعلق (بتحويل الانتباه)، وجميع التأثيرات الاتصالية (الرضا- التفاعل- الواقعية).

#### الخلاصة ومناقشة النتائج:

تشير نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من الجمهور في المجتمع السعودي يهتمون بدرجة عالية بالتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، وجاء مستوى الاهتمام عند البعض منهم بدرجة متوسطة، وبدرجة منخفضة؛ وهذا يدل على مدى وعي المواطنين والمقيمين في المملكة بأهمية التطبيقات الصحية، وخاصة خلال جائحة كورونا، وجاءت ثقة الجمهور في معلومات التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، نتيجة تبعيتها لجهات حكومية، فالجهد المبذول من حكومة المملكة في الاهتمام بهذه التطبيقات، لتيسير على الجمهور، ولتسهيل تعامله مع الجهات المختلفة حكومية، أو خاصة، ودخول أسواق، وأماكن ترفيهية، وغيرها، خلال جائحة كورونا.

وترتب على هذا الاهتمام بالتطبيقات ظهور الدوافع الهادفة لاستخدامات الجمهور للتطبيقات الصحية بدرجة عالية، أعلى من الدوافع الطقوسية لديهم والتي جاءت بدرجة متوسطة؛ وذلك بغية تحقيق أقصى إفادة متوقعة من الاستخدام الفعلي من الجمهور لهذه التطبيقات.

وأظهرت النتائج تقارب نوعين من النشاط (المدعم والمعوق) للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور؛ وذلك مع استخدامهم للتطبيقات الصحية المختلفة عبر الهواتف الذكية، وتبين تساوي نوعي أنماط نشاط التأثيرات الاتصالية لدى الجمهور، فالبعض يرى أن التطبيقات الصحية تساعده في مواجهة جائحة كورونا، وذلك من خلال نشاط (الانتقائية- والانتباه- والاستغراق) المبدول عند الاستخدام، في المقابل هناك من يجد أن التطبيقات الصحية يمكن أن تعوق تفكيره، من خلال نشاط (التجنب- وتحويل الانتباه- والشك).

وتحققت التأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام الجمهور للتطبيقات الصحية، بدرجة قوية بمتوسط عام (2.61)، وحققت تأثيرات التفاعل لدى الجمهور أعلى متوسط، يليها تأثيرات الرضا، ثم تأثيرات الواقعية، وهذا يؤكد على أن التعرض الانتقائي للتطبيقات يقوي كل من تأثيرات التفاعل والرضا عن الرسائل الاتصالية وتأثيرات الواقعية مع مضامين التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية.

وكشفت الدراسة عن عوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي من المواطنين والمقيمين، لاستخدام التطبيقات الصحية عبر تطبيقات الهواتف الذكية، في أربعة عوامل على النحو التالي: (سهولة الاستخدام المدركة) والتي تحققت نتيجة سهولة التسجيل في التطبيقات الصحية، ووضوح جميع الإجراءات بالتطبيقات أثناء التصفح، وسهولة تحميل التطبيقات على الهواتف الذكية، ثم (الاستفادة المدركة) التي تحققت من التعريف بالحالة الصحية للمستخدمين، وتوفير وقت وجهد المستخدم مقارنة بذهابه للمستشفى، والمساعدة في حل مشكلاته، ثم (النوايا السلوكية) التي تحققت من نية الاستمرار في استخدام التطبيقات الصحية، والشعور بالارتياح بعد الاستخدام، وتحقيق كل توقعات الحصول على الخدمات الصحية، وأخيراً (الاستخدام الفعلي) من خلال استخدام التطبيقات حسب الحاجة على مدار اليوم، وتوصية الآخرين باستخدامها، واستخدام التطبيق لتحقيق الاحتياجات الخاصة.

وخرجت الدراسة بوجود علاقة ارتباطية دالة بين التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، وعوامل تقبل الجمهور في المجتمع السعودي لاستخدامها عبر الهواتف الذكية،



مقابل عدم وجود علاقة لتأثيرات الواقعية وكل من النوايا السلوكية، والاستفادة المدركة لتقبل الجمهور للاستخدام، وأيضاً عدم وجود علاقة ارتباطية لتأثيرات الرضا والاستخدام الفعلي للتطبيقات؛ ويتضح من ذلك أن التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، تؤثر بقوة في تقبل الجمهور لاستخدامها عبر الهواتف الذكية، وهذا يدل على وعي وحرص الجمهور من خلال المواطنين والمقيمين على استغلال التكنولوجيا عبر الهواتف الذكية في أمور حياتهم العامة، للتصدي لجائحة كورونا التي هزت العالم أجمع. وكشفت الدراسة على أن النوايا السلوكية لدى الجمهور في المجتمع السعودي نحو التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية تؤثر في استخدامهم الفعلي لها، ويعني ذلك أنه كلما كانت النوايا السلوكية للجمهور من المواطنين والمقيمين، إيجابية نحو التطبيقات الصحية بالهواتف الذكية، زاد إقبال الجمهور على استخدامها بشكل فعلي.

كما أثبتت وجود علاقة ارتباطية دلالة بين كل من "سهولة الاستخدام والاستفادة المدركة"، بالنوايا السلوكية لتقبل استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية لدى الجمهور في المجتمع السعودي، فكلما أدرك الجمهور من المواطنين والمقيمين سهولة استخدام التطبيقات الصحية وحجم الاستفادة المدركة منها؛ تكون نواياهم السلوكية لتقبل استخدامها إيجابية.

أيضاً أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة بين الدوافع النفعية لاستخدام الجمهور في المجتمع السعودي للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدامهم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، مقابل عدم وجود علاقة ارتباطية بين دوافع الجمهور الطقوسية للتطبيقات، فكلما كانت دوافع الجمهور تهدف للمنفعة الشخصية، زاد رضاه عن التطبيقات الصحية، وزاد تفاعله معها، مقابل عدم ظهور أي ارتباط بين دوافع الجمهور الطقوسية نحو التطبيقات والتأثيرات الناتجة عن الاستخدام؛ مما يعني اهتمام الجمهور بالتطبيقات الصحية الهادفة للوصول إلى أغراضه وخاصة وقت جائحة كورونا، فالجمهور يدرك بطريقة تلقائية الرسائل التي تتوافق معه وتدعم معتقداته، ويتجاهل الرسائل التي تكون أقل توافقاً معه.

وكشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دلالة بين أنماط النشاط (المدعم) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، مقابل عدم وجود علاقة ارتباطية بين أنماط النشاط المدعم فيما يتعلق (بالاستغراق) وتأثيرات الرضا، ويتضح من هذه النتائج أن أنماط النشاط المدعم التي يمارسها الجمهور كالانتقائية في اختيار التطبيق الملائم لهم،

والانتباه وقت الاستخدام؛ ينتج عنها تأثيرات اتصالية من خلال رضا الجمهور عن التطبيقات، وتفاعله معها، وإدراكه لواقعية مضامينها، مقابل أن نشاط الاستغراق في التطبيق لم يؤثر في رضا الجمهور، ولم يمنع تأثيره على تفاعل الجمهور مع التطبيقات، وإدراكه لواقعية مضامينها.

وانتهت الدراسة بوجود علاقة ارتباطية دلالة بين أنماط النشاط (المعوق) للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها الجمهور، والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن استخدام التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، مقابل عدم وجود علاقة بين أنماط النشاط المعوق فيما يتعلق (بتحويل الانتباه)، وجميع التأثيرات الاتصالية (الرضا- التفاعل- الواقعية)، ويدل هذا على أن تجنب الجمهور للتطبيقات الصحية، والشك فيها يؤثر على رضا الجمهور من المواطنين والمقيمين عنها، ويترتب عليها عدم تفاعله معها، وعدم إدراكه لواقعها.

#### مقترحات الدراسة: في ضوء النتائج السابقة، تقترح الدراسة:

- ◀ توعية الجمهور بالمجتمع السعودي من (المواطنين- والمقيمين) بأهمية التطبيقات الصحية وخصوصاً في الوقت الراهن خلال استمرار جائحة كورونا، بالمؤسسات المختلفة في البلاد، والاستمرار في بيان أهميتها في تقديم أفضل المعلومات، والعمل على تأهيل الجمهور لكي يستطيع التعامل مع التطبيقات الإلكترونية؛ وذلك لزيادة عامل المنفعة المدركة والمتوقعة للمستخدمين.
- ◀ تطوير البنية التحتية الإلكترونية بتوفير الشبكات وتطوير سرعة الإنترنت، والاهتمام بأبراج المحمول في شتى بقاع الدولة، حتى لا يواجه المستخدم للتطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، أي صعوبة في الوصول وقتما شاء، وأينما شاء.
- ◀ حث وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والجديدة على بث تويجات وبرامج توضيحية عن التطبيقات الصحية؛ للتعريف بطرق التعامل معها، ودورها الخدمي للجمهور لتحقيق الاستخدام الفعلي لهذه التطبيقات.
- ◀ التركيز على جعل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هدفاً في حد ذاته بالمؤسسات الحكومية والخاصة لاستخدامها في المجالات المختلفة، خاصة في مجال الخدمات الصحية وتطبيقاتها المختلفة، ووسائلها لتسهيل المهام والرفع من أداء الخدمات الجماهيرية.
- ◀ الاهتمام بالعنصر البشري، واستقطاب الكفاءات المتميزة في مجال خدمات التطبيقات الصحية الإلكترونية، من خبراء ومختصين وفنيين لتصميم وتطوير

البرامج الإلكترونية، وللمساعدة في صيانة وتطوير وتحديث التطبيقات المختلفة للخدمات الجماهيرية في المجتمع.

◀ العمل على تحسين البيئة التشريعية والقانونية للخدمات الصحية الإلكترونية، كحرية انتقال المعلومات، وضمان احترام الخصوصية، وتوفير أمن وسرية المعلومات، وتطويرها بشكل مستمر، لزيادة إقبال الجمهور عليها، وحتى لا تزيد من أنماط النشاط المعوق من جانب المستخدمين للتطبيقات المختلفة، كتجنّبها، أو تحويل الانتباه عنها، والشك فيما تقدمه من خدمات.

◀ الاستعانة بنموذج قبول التكنولوجيا لتقييم العوامل المؤثرة في الاتجاهات السلوكية، لدى المستخدمين عند استخدام التطبيقات الصحية المختلفة، لتعزيز المنفعة الحقيقية للمستخدمين لها.

◀ ضرورة توضيح الفائدة للمستخدمين من استخدام التكنولوجيا، خاصة عبر الهواتف الذكية، الأمر الذي يجعل المنتجين ومصنعي التكنولوجيا أخذها بعين الاعتبار عند التعامل معها.

◀ استحداث أفكار بحثية قريبة من موضوع الدراسة، والتوسع في معرفة أبرز العوامل المؤثرة في استخدام وقبول التكنولوجيا، وتفاعل الجمهور مع التطبيقات المختلفة عبر الهواتف الذكية.

◀ استحداث دراسات حول القائمين بالاتصال بالتطبيقات الصحية، وتحليل العلاقة بين سماتهم الديموجرافية وأساليب تواصلهم مع المستخدمين المتأثرين بهذه التطبيقات.

◀ إجراء مزيد من الدراسات على غرار الدراسة الحالية، والتي لها الريادة في الجمع بين النموذجين، "نموذج قبول التكنولوجيا، ونموذج الاستخدام والتأثيرات"؛ للوقوف على الدور التكاملي لهما، وتحليل نوايا الجمهور والقائمين بالاتصال على هذه التطبيقات الصحية المقدمة لخدمة المجتمع.

◀ وأخيراً دعم الدراسات والبحوث المتعلقة بالاتصال الإلكتروني وتطبيقات النظام الرقمي، لتغطية جوانبه المختلفة، والإفادة من تجارب البلدان المتقدمة في مجال قبول استخدام تكنولوجيا المعلومات، وتطبيقها في مجال الاتصال والخدمات الجماهيرية.

## المراجع:

- 1- Kim.Jungle&Rubin,M.Alan.(1997)"The Variable Influence Of Audience Activey On **Media Effects communication Research** Vol24.No.2,April.
- 2- Davis,F.D.(1989),Perceived Usefulness Perceived Ease of Use& User Acceptance of Information,Technology. Management Information Systems Research Center, University of Minnesota,13(3).
- 3- محمد الحضيف، (1994م). كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، ط1، (الرياض: مكتبة العبيكان).
- 4- محمود سراج، (2006م). أثر وسائل الإعلام على المجتمع السعودي المعاصر، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 5- Sonia,Livingstone,(1988).**Making Sense Of Television:The Psychology of Audience Interpretation** . 2nd ed (London and New York): Rutledge.
- 6- Ball, Rokeach.s & M,Defleur,(1989)"**Theories of mass Communication**" 9th Edition. New York, Longman.
- 7- Davis,F.D.(1989),op.cit.
- 8- Davis,F.D.(1989),op.cit.
- 9- Ong, C.S., Lai, J.Y.&Wang,Y.S.(2004),Factors affecting engineers' acceptance of asynchronous e-learning systems in high-tech companies.Information & Management,41.
- 10- Legris, P., Ingham, J., &Collerette,P.(2003).Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model.Information & Management,40(3).
- 11- Karaali, D., Gumussoy, C., &Calisir,F.(2011).Factors affecting the intention to use a web-based learning system among blue-collar workers in the automotive industry.Computer in Human Behavior,27(1).
- 12- Davis,F.D.,et.al.(1992).Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace.Journal of Applied Social Psychology,22(14).
- 13- Davis.F.D,(2003),User Acceptance of Information Technology System Characteristics, user perspirations and Behavioral Impacts,International Journal of Man-Machine Studs,Vol 83. No3.
- 14- ليلي الطويل، (2011م). "تطوير نموذج تقبل التكنولوجيا واختباره على استخدام نظم المعلومات المحاسبية"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد33(1).
- 15- Davis,F.D.(1989),op.cit.
- 16- Davis,F.D.,et.al.(1989)'User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models' Management Science,35(8).
- 17- ليلي الطويل، (2011)، مرجع سابق.

- 18- Davis&Venkatesh,2000, <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- 19- سميرة الحربي، (2021م). العوامل المؤثرة في تواصل الجمهور السعودي عبر التطبيقات الطبية- تطبيق صحة نموذجًا، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الملك سعود.
- 20- سعيد القحطاني، ومحمد صبري، (2020م). العوامل المؤثرة في تقبل الفصول الافتراضية لدى طلبة كلية التربية الأساسية بالكويت في ضوء نموذج قبول التقنية TAM، الجامعة الإسلامية الدولية ماليزيا، مجلة سلطان الدين سليمان شاه، العدد7.
- 21- Leong, L. W, &et.al.(2018)‘The moderating effect of experience on the intention to adopt mobile social network sites for pedagogical purposes:An extension of the technology acceptance model’ **Education and Information Technologies**.
- 22- أحمد السباعي والسيد سالم، (2018م). استخدام نموذج TAM لقياس قبول نظام التوزيع الإلكتروني للمنتجات النفطية المنطقة الشمالية، المؤتمر العلمي التخصصي الرابع للكلية التقنية الإدارية، بغداد.
- 23- Wamba,S.F. (2018)‘Social Media Use in the Workspace:Applying an Extension of the Technology Acceptance Model Across Multiple Countries’. **In World Conference on Information Systems and Technologies**.  
<http://search.shamaa.org/PDF/Articles/EGBahtht/BahthtNo20P8Y2019>
- 24- صبحي بشير، (2017م). دور الثقافة التنظيمية في قبول واستخدام الإدارة الإلكترونية في جامعة الزاوية-ليبيا، رسالة دكتوراه، كلية القيادة، جامعة العلوم الإسلامية الماليزية- نيلاي.
- 25- Mohammadi,H. (2015)‘**Investigating users’perspectives on e-learning:An integration of TAM and IS success model’ Computers in Human Behavior**,45.
- 26- وديع نصري، (2015م). نموذج تبني استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية في تونس، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد11، العدد3.
- 27- Ilias, S.&Maria,K.(2014).**Investigating the Determinants of Internet Banking Adoption in Greece, Procedia Economics and Finance**,9.
- 28- Salva D.&Sevgi O. Y. (2014). Empirical investigation of internet banking usage:The case of Turkey, Procedia Technology,16  
[http://research.allacademic.com/index.php?click\\_key=2#search\\_top](http://research.allacademic.com/index.php?click_key=2#search_top).
- 29- Carolina M.,Tiago O.,&Ale S.P.(2014),Understanding the Internet banking adoption:A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application, **International Journal of Information Management**,34.
- 30- Mohd.S.M.&,et.al.,(2012).The Effects of Computer Self Efficacy and Technology Acceptance Model on Behavioral Intention in Internet Banking Systems,Procedia-**Social and Behavioral Sciences**,57.
- 31- Nasri, W.&Charfeddine L. (2012). Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. **Journal of High Technology Management Research**,23.
- 32- Bander, A.&Charles,D. (2010).Internet, banking acceptance model, Cross-market examination,**Journal of Business Research**,63.

- 33- Bomil, S., & Ingoo, H. (2002), Effect of trust on customer acceptance of Internet banking, Electronic Commerce Research and Applications, 1.
- 34- ياسين الشمري، (2019). تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي، كلية التربية، جامعة العراق، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية. ع.5، ج.2.
- 35- محمد بكير، (2016). التأثيرات الاتصالية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري في المجتمع كما تراها النخب السعودية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 36- سماح محمدي، (2015). تأثير تعرض الجمهور المصري لإعلانات الفيسبوك على القرار الشرائي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة. العدد الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 37- نايف آل سعود، (2014). تأثيرات وسائل الإعلام ودورها في زيادة الوعي الصحي لدى المجتمع السعودي، مجلة الآداب، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، المجلد 26 العدد 4 سبتمبر.
- 38- محمد بكير، (2008). أساليب الحياة التي تعكسها المسلسلات المدبلجة بالقنوات الفضائية ومدى ملاءمتها للأسرة العربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 30 أبريل- يونية.
- 39- Austin, weintreb, & et, al. (2002). "The Effects of Increased cognitive Involvement on College Students' Interpretations of magazine Advertisements for Alcohol" communication Research. Vol.29.No,2, April.
- 40- Kim, Jungle & Rubin, M. Alan. (1997), op.cit.
- 41- Perse. M, Elizabeth. & Rubin. M. Alan. (1988), Audience Activity and Satisfaction With Favorite Television soap opera, Journalism Quarterly Vol 65.No.2.
- 42- Rouner, Donna. & Perloff. M. Richard. (1988), Selective Perception of Outcome of first 1984 Presidential Debate, Journalism Quarterly. vol.65.No1.
- 43- Alexander. Alison "Adolescents. (1985), Soap opera Viewing & Relation Perceptions " Journal Of Broadcasting & Electronic Media, Vol.29. No. Summer.
- 44- Edmund Wut, Peggy Ng, Ka Shing Wilson Leung, Daisy Lee, (2021). "Do gamified elements affect young people's use behaviour on consumption-related mobile applications?", Young Consumers, Vol.22.No.3. <https://doi.org/10.1108/YC-10-1218>
- 45- Chakraborty, D. (2020), "Elements impacting the utilization expectation of various health-care apps in India: a study conducted on smartphone users", Foresight, Vol.22 No.3. <https://doi.org/10.1108/FS-11-2019-0098>
- 46- سلطان المطيري وعائشة القحطاني، (2019). واقع استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في العملية التعليمية لدى أعضاء هيئة التدريس من وجهة نظر طالبات الدراسات العليا بكلية التربية في جامعة الملك سعود، مجلة البحث العلمي في التربية، كلية التربية، جامعة الملك سعود، العدد 20.
- 47- Gudah, (2019), <https://www.ajsp.net/research>
- 48- Chao-Yan Wu, (2019), <https://www.worldscientific.com/doi/epdf>.

49- Kim, K., Milne, G. R.&Bahl,S.(2018),"Smartphone addiction and mindfulness:an intergenerational comparison", **International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing**,Vol.12No.

50- حامد صالحى، (2018م). الهاتف الذكي لاتصالات الرعاية الصحية.

**https://www.researchgate.net/publication/327576762\_Smartphone\_for\_Healthcare\_Communication**

51- ليث حسين وأحمد أسامة، (2017م). إمكانية توظيف الحوسبة السحابية المتنقلة في تطبيقات الصحة المتنقلة، **مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية**، العدد 40. متاح على الرابط:

**https://cutt.us/A3nmv/**

52- Tak, P.& Panwar, S. (2017),"UsingUTAUT2 model to predict mobile app-based shopping: evidence from India", **Journal of Indian Business Research**, Vol.9 No.3.**https://doi.org/10.1108/JIBR-11-2016-0132**

53- قام بتحكيم الاستبانة مجموعة من الأساتذة بجامعة مختلفة:

أ. د/ نايف آل سعود	أستاذ بقسم الإعلام- وعميد كلية الآداب- جامعة الملك سعود.
أ. د/ ثريا البدوي	أستاذ بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة الملك سعود.
أ. د/ محمد غريب	أستاذ بقسم العلوم الاجتماعية- جامعة أم القرى.
أ. د/ وديع العززي	أستاذ بقسم العلوم الاجتماعية- جامعة أم القرى.
أ. د/ محرز غالي	أستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

## References:

- Kim,Jungle&Rubin,M.Alan.(1997)"The Variable Influence Of Audience Activey On **Media Effects communication Research** Vol24.No.2,April.
- Davis,F.D.(1989),Perceived Usefulness Perceived Ease of Use& User Acceptance of Information,Technology. Management Information Systems Research Center, University of Minnesota,13(3).
- Al-Hasif, M. (1994). kayf tuathir wasayil al'iielami? dirasatan fi alnazariaat wal'asalibi, ta1, (Alriyad: maktabat Aleabikan).
- Siraj, M. (2006). 'athar wasayil al'iielam ealaa almujtamae alsaedii almueasiri, risalat majistir, kuliyyat Al'iielam, jamieat Alqahira.
- Sonia,Livingstone,(1988).**Making Sense Of Television:The Psychology of Audience Interpretation** . 2nd ed (London and New York): Rutledge.
- Ball, Rokeach.s & M,Defleur,(1989)"**Theories of mass Communication**" 9th Edition. New York, Longman.
- Ong, C.S., Lai, J.Y.&Wang,Y.S.(2004),Factors affecting engineers'acceptance of asynchronous e-learning systems in high-tech companies.Information & Management,41.
- Legris, P., Ingham, J., &Collerette,P.(2003).Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model.Information & Management,40(3).
- Karaali, D., Gumussoy, C., &Calisir,F.(2011).Factors affecting the intention to use a web-based learning system among blue-collar workers in the automotive industry.Computer in Human Behavior,27(1).
- Davis,F.D.,et.al.(1992).Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace.Journal of Applied Social Psychology,22(14).
- Davis.F.D,(2003),User Acceptance of Information Technology System Characteristics, user perspirations and Behavioral Impacts,International Journal of Man-Machine Studs,Vol 83. No3.
- Altawil, L. (2011mi). "tatwir namudhaj taqbal altiknulujia waikhtibarah ealaa aistikhdam nazam almaelumat almuhasabiati", majalat jamieat tishrin lilbuhuth waldirasat aleilmiati, silsilat aleulum alaiqtisadiat walqanuniati, 33(1).
- Davis,F.D.,et.al.(1989)'User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models' Management Science,35(8).  
Davis&Venkatesh,2000, <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Alharbi, S. (2021). aleawamil almuathirat fi tawasul aljumhur alsaedii eabr altatbiqat altibiyati- tatbiq sihat nmwdhjan, risalat majistir, kuliyyat aladab, jamieat Almalik Saeud.
- Alqahtani, S., Sabri, M. (2020mi). aleawamil almuathirat fi taqabul alfusul alaiftiradiat ladaa talbat kuliyyat altarbiat al'asasiat bialkuayt fi daw' namudhaj qabul altaqniat TAM, aljamieat al'iislat alduwaliat malizia, majalat sultan Aldiyn Sulayman Shahi, 7.



- Leong, L. W, &et,al.(2018)‘The moderating effect of experience on the intention to adopt mobile social network sites for pedagogical purposes:An extension of the technology acceptance model’ **Education and Information Technologies**.
- El Sebaei, A., Salem, A. (2018mi). aistikhdam namudhaj TAM liqias qabul nizam altawzie al'iiliktrunii lilmuntajatalnaftiat almintaqat alshamaliata, almutamar aleilmiu altakhasusiu alraabie lilkuliyat altaqniat Al'iidariati, Baghdad.
- Wamba,S.F. (2018)‘Social Media Use in the Workspace:Applying an Extension of the Technology Acceptance Model Across Multiple Countries’. **In World Conference on Information Systems and Technologies**.  
**<http://search.shamaa.org/PDF/Articles/EGBahtht/BahthtNo20P8Y2019>**
- Bashir, S. (2017mi). dawr althaqafat altanzimiat fi qabul waistikhdam al'iidarati al'iiliktruniat fi jamieat alzaawiati-libia, risalat dukturah, kuliyat alqiadati, jamieat aleulum al'iisliamiat Almalizia- Nilay.
- Mohammadi,H. (2015)‘**Investigating users’ perspectives on e-learning:An integration of TAM and IS success model**’ **Computers in Human Behavior**,45.
- Nasri, W. (2015mi). namudhaj tabani aistikhdam al'iintirnit fi alkhadamat almasrifiat fi tunus, eimadat albahth alealmii, aljamieat al'urduniyati, almajalat Al'urduniya fi 'iidarati al'aemali, 3(11).
- Ilias, S.&Maria,K.(2014).**Investigating the Determinants of Internet Banking Adoption in Greece, Procedia Economics and Finance**,9.
- Salva D.&Sevgi O. Y. (2014). Empirical investigation of internet banking usage:The case of Turkey, Procedia Technology,16  
**[http://research.allacademic.com/index.php?click\\_key=2#search\\_top](http://research.allacademic.com/index.php?click_key=2#search_top)**.
- Carolina M.,Tiago O.,&Ale S.P.(2014),Understanding the Internet banking adoption:A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application, **International Journal of Information Management**,34.
- Mohd.S.M.&,et.al.,(2012).The Effects of Computer Self Efficacy and Technology Acceptance Model on Behavioral Intention in Internet Banking Systems,**Procedia-Social and Behavioral Sciences**,57.
- Nasri, W.&Charfeddine L. (2012). Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. **Journal of High Technology Management Research**,23.
- Bander, A.&Charles,D. (2010).Internet, banking acceptance model, Cross-market examination,**Journal of Business Research**,63.
- Bomil, S., &Ingoo,H. (2002),Effect of trust on customer acceptance of Internet banking,**Electr onic Commerce Research and Applications**,1.
- Alshamrii, Y. (2019). tathirat wasayil al'ielam aljadid ealaa alshabab aljamieayi, kuliyat altarbiati, jamieat Aleiraq, majalat aljamie fi aldirasat alnafsiat waleulum altarbawiyati. 5(2).
- Bakir, M. (2016mi). altaathirat alaitisaliat lishabakat altawasul alaijtimaeei ealaa al'amn alfikrii fi almujtamae kama taraha alnukhab Alsaediati, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, kuliyat Al'ielam, jamieat Alqahirati.

- Muhamadi, S. (2015). tathir taerud aljumphur almisrii li'ielanat alfisbuk ealaa alqarar alsharayiy, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati- aleadad althaani, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahirati, 2 .
- Saeud, N. (2014). tathirat wasayil al'ielam wadawruha fi ziadat alwaey alsihiyi ladaa almujtamae alsaeudii, majalat aladab, kuliyyat aladab, jamieat Almalik Saeud, almujalad 26(4).
- Bakir, M. (2008ma). 'asalib alhayaat alati taekisuha almusalsalat almudablajaj bialqanawat alfadayiyat wamadaa mula'amatiha lil'usrat alearabiati, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, kuliyyat Al'ielam, jamieat Alqahira, 30.
- Austin, weintreb, & et,al. (2002)."The Effects of Increased cognitive Involvement on Collefr Students' Interpretations of magazine Advertisements for Alcohol"**communication Research**. Vol.29.No.2.April.
- Perse. M, Elizabeth. & Rubin.M.Alan.(1988),Audience Activity and Satisfaction With Favorite Television soap opera,**Journalism.Quarterly** Vol 65.No.2.
- Rouner, Donna. & Perloff.M.Richard,(1988),Selective Perception of Outcome of first 1984 Presidential Debate, **Journalism Quarterly**.vol.65.No1.
- Alexander.Alison"Adolescenrs. (1985), Soap opera Viewing & Relation Perceptions "**Journal Of Broadcasting & Electronic Media**, Vol.29.No.Summmmer.
- Edmund Wut, Peggy Ng, Ka Shing Wilson Leung, Daisy Lee, (2021)."Do gamified elements affect young people's use behaviour on consumption-related mobile applications?",Young Consumers,Vol.22.No.3. <https://doi.org/10.1108/YC-10-1218>
- Chakraborty,D.(2020),"Elements impacting the utilization expectation of various health-care apps in India: a study conducted on smartphone users",Foresight,Vol.22 No.3. <https://doi.org/10.1108/FS-11-2019-0098>
- Almutayri, S., Alqahtani, A. (2019mi). waqie aistikhdam tatbiqat alhawatif aldhakiat fi aleamaliat altaelimiat ladaa 'aeda' hayyat altadris min wijhat nazar talibat aldirasat aleulya bikuliyat altarbiat fi jamieat almalik saeud, majalat albahth aleilmii fi altarbiati, kuliyyat altarbiati, jamieat Almalik Saeud, 20.
- Gudah, (2019),<https://www.ajsp.net/research>
- Chao-Yan Wu, (2019), <https://www.worldscientific.com/doi/epdf>.
- Kim, K., Milne, G. R.&Bahl,S.(2018),"Smartphone addiction and mindfulness:an intergenerational comparison", **International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing**, Vol.12No. [https://www.researchgate.net/publication/327576762 Smartphone for Healthcare Communication](https://www.researchgate.net/publication/327576762_Smartphone_for_Healthcare_Communication) /-<https://cutt.us/A3nmv>
- Tak, P.& Panwar, S. (2017),"UsingUTAUT2 model to predict mobile app-based shopping: evidence from India", **Journal of Indian Business Research**, Vol.9 No.3.<https://doi.org/10.1108/JIBR-11-2016-0132>

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 60 January 2022 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.