

بحث بعنوان

التوعية الرقمية بمخاطر المخدرات عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

رؤية تحليلية في سلوك الشباب الجامعي

د. حجري بن أحمد بن محمد آل عيشي

قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية - كلية العلوم الاجتماعية

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية جامعة الفيوم

<https://jfss.journals.ekb.eg>

Email: journalssw@fayoum.edu.eg

online ISSN: 2682 - 2679 print ISSN : 2682-2660 Arcif:Q2

تاريخ استلام البحث ٢٠٢٥/٦/٤ تاريخ قبول البحث ٢٠٢٥/٦/٢٥ تاريخ النشر ٢٠٢٥/٧/٧

Doi 10.21608/jfss.2025.447702

Url https://jfss.journals.ekb.eg/article_447702.html

ملخص البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بمخاطر تعاطي المخدرات، في ظل تزايد الاعتماد على هذه المنصات كمصدر رئيسي للمعلومات والتفاعل بين الأفراد، خصوصاً فئة الشباب. ويأتي هذا البحث استجابة للتحديات التي تفرضها البيئة الرقمية الحديثة، حيث باتت وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات، سواء الإيجابية أو السلبية.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم استبانة إلكترونية كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة قوامها ٢١٧ شاب وشابة تتراوح أعمارهم بين ١٨ إلى ٢٣ عامًا وأكثر في المجتمع السعودي. وقد هدفت الأداة إلى قياس مدى استخدام وسائل التواصل، طبيعة المحتوى التوعوي المتابع، مستوى التأثير به، ومدى التفاعل مع الرسائل الرقمية التي تتناول قضية المخدرات.

أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من الشباب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي، ويتابع عدد كبير منهم حملات التوعية الرقمية ضد المخدرات. كما أوضحت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين التفاعل مع المحتوى التوعوي الرقمي ومستوى الوعي بخطورة المخدرات، خاصة عندما يُقدّم المحتوى بلغة بسيطة، وبتصميمات جذابة، ومن خلال شخصيات مؤثرة قريبة من فئة الشباب.

توصل البحث إلى عدد من التوصيات أبرزها: دعم إنتاج محتوى توعوي رقمي موجه للشباب بلغة وأساليب تفاعلية، إشراك المؤثرين الاجتماعيين في نشر الرسائل التوعوية، وتكثيف التعاون بين المؤسسات الرسمية والمنصات الرقمية لضمان وصول الرسائل التوعوية بفاعلية أكبر.

يأمل هذا البحث أن يُسهم في دعم جهود الوقاية من المخدرات عبر قنوات التواصل الحديثة، ويُسلّط الضوء على أهمية توظيف الإعلام الرقمي في خدمة قضايا الصحة العامة والأمن المجتمعي.

Abstract

This study aims to examine the role of social media in raising awareness among youth about the dangers of drug abuse, particularly in the context of increasing reliance on digital platforms as primary sources of information and communication. The research responds to the growing influence of social media in shaping attitudes and behaviors—both positive and negative—among young people.

The study adopts a descriptive analytical methodology, using an online questionnaire as the primary data collection tool. A sample of 217 young participants, aged 18 to 23 and more from Saudi Arabia was surveyed to assess their use of social media, exposure to anti-drug awareness content, levels of engagement, and perceived impact on their awareness and attitudes toward drug abuse.

Findings reveal that the majority of youth engage with social media daily, and a significant portion follow awareness campaigns addressing the risks of drug use. Results also indicate a positive correlation between the level of interaction with awareness content and the increase in awareness of drug-related risks—especially when the content is presented in a relatable language, visually appealing format, and delivered by trusted influencers.

The study recommends the development of youth-centered, engaging digital content for drug prevention, greater involvement of social media influencers in awareness efforts, and stronger collaboration between official institutions and digital platforms to ensure effective dissemination of preventive messages.

This research contributes to public health and social safety efforts by highlighting the potential of digital media to support drug prevention strategies among youth in the Arab world.

مقدمة:

في ظل الطفرة التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها العالم، برزت وسائل التواصل الاجتماعي كواحدة من أبرز أدوات العصر الرقمي، وأصبح لها تأثير واسع النطاق في تشكيل أنماط التفكير والسلوك، لا سيما بين فئة الشباب. فقد تحوّلت هذه الوسائل من مجرد أدوات ترفيه وتواصل شخصي إلى منصات إعلامية وثقافية، تُستخدم في الترويج للأفكار، وبناء الاتجاهات، والتأثير في القيم والمعتقدات. (القحطاني، ٢٠٢٠)

وتشير الإحصاءات إلى أن نسبة كبيرة من الشباب العربي والعالمي يقضون ساعات طويلة يوميًا على تطبيقات مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، سناب شات، وتيك توك، مما يجعلها وسيلة بالغة التأثير في هذه الفئة العمرية الحساسة. (Pew Research Center, 2023)

وبالتوازي مع هذا التحول، تبرز مشكلة تعاطي المخدرات كإحدى القضايا الكبرى التي تهدد المجتمعات، وتستهدف بشكل خاص فئة الشباب الذين قد يقعون ضحايا للجهل، أو التأثير السلبي للأقران، أو الضغوط النفسية والاجتماعية. وتعتبر التوعية من الركائز الأساسية للوقاية من هذه الآفة، لما لها من دور في تعزيز الوعي، وتغيير الاتجاهات، وبناء السلوك الإيجابي. وهنا يظهر السؤال الجوهري: هل يمكن اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة في توعية الشباب بمخاطر تعاطي المخدرات؟ وهل تمتلك هذه الوسائل القدرة على منافسة التأثيرات السلبية التي تنتشر أحيانًا عبرها؟

لقد أثبتت دراسات عديدة أن لوسائل الإعلام الرقمية إمكانات كبيرة في نشر الوعي الصحي والاجتماعي، خصوصًا إذا تم استخدامها بشكل علمي واحترافي. فقد أوضح واكيفيلد وآخرون (Wakefield, Loken, & Hornik 2011) أن الحملات الإعلامية التي تُبث عبر المنصات الرقمية يمكن أن تُحدث تأثيرًا كبيرًا في السلوكيات المرتبطة بالصحة العامة، ومنها تعاطي المواد المخدرة. كما أشار العتيبي (٢٠٢١) في دراسته حول استخدام الإعلام الرقمي في الوقاية من المخدرات إلى أن هناك علاقة إيجابية بين محتوى التوعية المنشور عبر وسائل التواصل واستجابة الشباب له، خاصة عندما يكون المحتوى مدعومًا بالقصص الواقعية، والإحصاءات، والشهادات الحية.

ومع ذلك، لا تزال هناك تحديات عدة، مثل التفاوت في نوعية الرسائل التوعوية، وضعف التنسيق بين الجهات الرسمية وصناع المحتوى، إضافة إلى انتشار محتويات مروجّة لتعاطي المخدرات تُقدّم أحيانًا بطريقة مغرية، مما يستوجب تعزيز الرقابة الرقمية، وتمكين الشباب من مهارات التفكير النقدي تجاه ما يستهلكونه من محتوى.

بناءً على ما سبق، يهدف هذا البحث إلى دراسة مدى فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بمخاطر المخدرات، وتحليل محتوى الحملات الرقمية، واستقصاء آراء الشباب حول تأثير هذه الوسائل في إدراكهم لهذه الظاهرة، وتقديم توصيات عملية يمكن أن تساهم في تطوير الجهود التوعوية المستقبلية.

مشكلة البحث:

في ظل التطور الرقمي المتسارع الذي يشهده العالم اليوم، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية، وخصوصاً في أوساط الشباب، حيث أصبحت تشكل مصدراً أساسياً للمعلومات، ومنصة للتأثير في الرأي العام، وبيئة تفاعلية قد تسهم في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات (Pew Research Center, 2023). وعلى الرغم من الإيجابيات العديدة التي تتيحها هذه المنصات من حيث التواصل وتبادل المعرفة، إلا أنها في الوقت ذاته قد تمثل سيقاً ذا حدين، إذ يمكن استخدامها لنشر معلومات مضللة، أو الترويج لسلوكيات خطيرة، من ضمنها تعاطي المخدرات.

تُعدّ ظاهرة تعاطي المخدرات من أخطر المشكلات الاجتماعية والصحية التي تواجه المجتمعات، وخصوصاً الدول ذات التركيبة السكانية الشابة، مثل الدول العربية. وقد أظهرت دراسات عديدة أن فئة الشباب هي الأكثر عرضة لخطر تعاطي المخدرات نتيجة عدة عوامل، من أبرزها ضعف الوعي، وغياب التوجيه الأسري، والضغط النفسية، إضافة إلى التأثير السلبي للمحتوى المنتشر على وسائل الإعلام، بما في ذلك الإعلام الرقمي (منظمة الصحة العالمية، ٢٠٢١).

في هذا الإطار، بدأت الجهات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة توعوية تهدف إلى نشر رسائل وقائية وإرشادية للشباب، تحذر من مخاطر المخدرات وآثارها الجسدية والنفسية والاجتماعية. ومع ذلك، فإن السؤال الذي يطرح نفسه هو: هل تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي فعلاً الدور المرجو منها في التوعية؟ وهل يستطيع المحتوى التوعوي المنتشر عبر هذه المنصات أن يؤثر إيجاباً على وعي الشباب واتجاهاتهم وسلوكياتهم؟

وتبرز المشكلة أيضاً في أن كثيراً من الشباب يتعرضون عبر هذه المنصات لمحتوى يروج لتعاطي المخدرات بطريقة غير مباشرة، كعرضها ضمن نمط حياة "التحرر" أو "التجربة"، ما يجعل المحتوى التوعوي في معركة مستمرة مع المحتوى المضلل أو المشجّع على السلوكيات الخاطئة (Moreno et al., 2014). كما أن ضعف التنسيق بين الجهات التوعوية، واعتماد بعض الحملات على أساليب تقليدية أو لغة غير موجهة بدقة لجمهور الشباب، قد يقلل من فعالية هذه الحملات على الرغم من وجود نية حقيقية وموارد متاحة.

انطلاقاً من هذه الإشكالية، يسعى هذا البحث إلى دراسة مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي الرقمية في التوعية بمخاطر المخدرات لدى الشباب، وتحليل طبيعة المحتوى المتداول، وتقييم مستوى التفاعل معه، من أجل تقديم رؤية علمية واضحة تعزز من فاعلية هذه الوسائل في الوقاية من هذه الآفة الخطيرة.

أهمية البحث:أولاً: الأهمية النظرية

- الإسهام في الأدبيات العلمية الحديثة حول العلاقة بين الإعلام الرقمي وظاهرة المخدرات، من منظور متعدد التخصصات يجمع بين الإعلام، والخدمة الاجتماعية والصحة العامة.
- تطوير الفهم النظري لدور وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تواصل وتثقيف وتوجيه للشباب، في سياق المخاطر السلوكية والاجتماعية المعاصرة.
- إثراء النظريات الاجتماعية المفسرة للسلوك الإعلامي للشباب، من خلال ربطها بموضوع جديد نسبياً وهو التوعوي بمخاطر المخدرات عبر الفضاء الرقمي.
- فتح المجال أمام دراسات مقارنة مستقبلية لقياس فاعلية الرسائل الإعلامية الرقمية بين البيئات المختلفة أو على منصات تواصل متعددة.

ثانياً: الأهمية العملية

- تقديم توصيات تطبيقية قابلة للتنفيذ من قبل الجهات المعنية بالتوعية، كالمؤسسات التعليمية والمراكز الصحية هيئات مكافحة المخدرات.
- دعم تصميم محتوى توعوي رقمي فعال، يتلاءم مع خصائص وسلوكيات الشباب، ويساهم في خفض معدلات التعاطي.
- مساعدة صناع القرار في بناء استراتيجيات إعلامية وقائية تستند إلى نتائج ميدانية واقعية وتحليل علمي مدروس.
- تعزيز التعاون بين الجهات الرسمية والمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، لتوسيع نطاق التأثير وتحقيق نتائج ملموسة في الوقاية المجتمعية.

أهداف البحث:

١. معرفة مدى استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي في متابعة المحتوى التوعوي المتعلق بمخاطر المخدرات.
٢. إلى أي مدى تؤثر الرسائل التوعوية المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب حول تعاطي المخدرات.
٣. التعرف على نوع المحتوى التوعوي (نصي، مرئي، تفاعلي) الأكثر تأثيراً في توعية الشباب بمخاطر المخدرات.
٤. محاولة التعرف على درجة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية حسب المنصة المستخدمة (مثل: تيك توك، إنستغرام، تويتر، سناب شات، فيسبوك).
٥. الكشف عن العلاقة بين تفاعل الشباب مع المحتوى التوعوي وسلوكهم تجاه تعاطي المخدرات.

٦. محاولة التعرف على أبرز التحديات التي تحدّ من فعالية وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتوعية بمخاطر المخدرات.

٧. المحاولة لتطوير الحملات التوعوية على وسائل التواصل الاجتماعي لتكون أكثر تأثيراً في فئة الشباب.

تساؤلات البحث:

١. ما مدى استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي في متابعة المحتوى التوعوي المتعلق بمخاطر المخدرات؟
٢. إلى أي مدى تؤثر الرسائل التوعوية المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب حول تعاطي المخدرات؟
٣. ما نوع المحتوى التوعوي (نصي، مرئي، تفاعلي) الأكثر تأثيراً في توعية الشباب بمخاطر المخدرات؟
٤. هل تختلف درجة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية حسب المنصة المستخدمة (مثل: تيك توك، إنستغرام، تويتر، سناب شات، فيسبوك)؟
٥. ما العلاقة بين تفاعل الشباب مع المحتوى التوعوي وسلوكهم تجاه تعاطي المخدرات؟
٦. ما التحديات التي تحدّ من فعالية وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتوعية بمخاطر المخدرات؟
٧. كيف يمكن تطوير الحملات التوعوية على وسائل التواصل الاجتماعي لتكون أكثر تأثيراً في فئة الشباب؟

مفاهيم البحث:

١. وسائل التواصل الاجتماعي:

- "وسائل التواصل الاجتماعي هي مجموعة من التطبيقات والخدمات الإلكترونية التفاعلية التي تتيح للمستخدمين إنشاء ملفات تعريفية شخصية، والتفاعل مع مستخدمين آخرين، وتكوين مجتمعات رقمية على أساس الاهتمامات المشتركة". (Kaplan & Haenlein, 2011)
- أوضح القحطاني (٢٠٢٠) أن "وسائل التواصل الاجتماعي تُعد من أبرز أدوات التأثير المعاصر، إذ تجمع بين خصائص الإعلام التقليدي والتفاعلية التي يوفرها الإنترنت، مما يمنحها تأثيراً مزدوجاً على تشكيل وعي وسلوك الأفراد، لا سيما فئة الشباب".

التعريف إجرائي:

هي منصات رقمية تُستخدم عبر الإنترنت، تسمح للمستخدمين بإنشاء محتوى ومشاركته والتفاعل مع الآخرين من خلال أدوات متنوعة كالنصوص، الصور، الفيديوهات، والبث المباشر، وتشمل تطبيقات مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، وسناب شات وتيك توك.

٢. التوعية:

- التوعية عملية تهدف إلى إيصال معلومات صحيحة إلى الأفراد والجماعات بوسائل مقصودة، لتعديل المعرفة والمواقف والسلوك تجاه قضايا صحية أو اجتماعية محددة. (Nutbeam, 2000)
- يشير العتيبي (٢٠٢١) إلى أن "التوعية الإعلامية تمثل أحد أبرز أركان الوقاية الأولية من المخدرات، خصوصًا حين ترتبط بوسائل الإعلام الجديدة، لما لها من قدرة على الوصول إلى الشباب بأساليب مقنعة وسريعة".

التعريف إجرائي:

هي مجموعة من الأنشطة الاتصالية والتربوية التي تهدف إلى رفع مستوى الإدراك والمعرفة لدى الأفراد حول قضية معينة، بغرض تعديل الاتجاهات وتغيير السلوكيات بطريقة إيجابية.

٣. المخدرات:

- المخدرات هي أي مادة (طبيعية أو صناعية) تؤثر على العقل أو الجسم عند استخدامها، وقد تؤدي إلى الاعتماد النفسي أو الجسدي، وتشمل العقاقير الممنوعة والمستخدمة خارج الإشراف الطبي (World Health Organization, 2021).
- تُعرف المخدرات حسب الهيئة العامة لمكافحة المخدرات في المملكة العربية السعودية (٢٠١٩) بأنها "مواد تؤدي إلى تغييرات مؤقتة أو دائمة في وظائف الجسم والعقل، ويترتب على استخدامها مخاطر صحية ونفسية واجتماعية كبيرة".

التعريف إجرائي:

مواد كيميائية أو طبيعية تؤثر في الجهاز العصبي المركزي، وقد تؤدي إلى الإدمان وتدهور الصحة النفسية والجسدية، وتعد من أخطر الظواهر الاجتماعية التي تهدد استقرار المجتمعات، خاصة فئة الشباب.

٤. الشباب:

- "الشباب هم الأفراد الذين يمرون بمرحلة انتقالية من الطفولة إلى الرشد، تتميز بالنضج الجسدي والنفسي والاجتماعي، وعادة ما تقع أعمارهم بين ١١ و ٢٩ عامًا" (UNESCO, 2017)
- يعرف العساف (٢٠١٦) الشباب بأنهم "فئة عمرية تحمل خصائص ديناميكية وتفاعلية، وتعد الأكثر عرضة للتأثر بالمجتمع الرقمي، ما يجعلهم في صميم أي دراسة تتعلق بالتواصل أو التوعية أو الانحراف السلوكي".

التعريف إجرائي:

فئة عمرية تقع بين ١٨ - أكثر من ٢٣ عامًا، وهي الفئة المستهدفة في هذا البحث لكونها الأكثر استخدامًا لوسائل التواصل الاجتماعي، ومن الفئات المعرضة لخطر المخدرات.

الإطار النظري للبحث

يتناول هذا الإطار النظري الأسس العلمية والنظرية التي يقوم عليها البحث، وذلك من خلال استعراض النظريات ذات العلاقة بوسائل التواصل الاجتماعي، وتفسير السلوك الإعلامي للشباب، ودور الإعلام في التوعية، بالإضافة إلى عرض أهم الدراسات السابقة ذات الصلة.

أولاً: النظريات المفسرة للبحث:**١ - نظرية التعلم الاجتماعي**

تُعد نظرية التعلم الاجتماعي من النظريات النفسية المهمة التي قدّمت فهماً متقدماً لكيفية تعلم الأفراد من خلال التفاعل مع البيئة الاجتماعية. وقد طوّر هذه النظرية عالم النفس الكندي ألبرت باندورا، الذي رأى أن السلوك الإنساني لا يتشكل فقط من خلال التعزيزات المباشرة، بل أيضاً من خلال الملاحظة والتقليد (Bandura, 1977).

تركز النظرية على أربعة عناصر أساسية:

١. الانتباه: لا يمكن للمتعلم أن يقلد سلوكاً ما إذا لم ينتبه إليه.
٢. الاحتفاظ: يجب أن يكون المتعلم قادراً على تذكر السلوك.
٣. إعادة الإنتاج: يجب أن يمتلك المهارات اللازمة لأداء السلوك.
٤. الدافعية: لا يحدث التقليد إلا إذا كان لدى المتعلم دافع قوي لتقليد السلوك (Bandura, 1986).

كما يؤكد باندورا على مفهوم التعلم بالملاحظة، أي أن الفرد يمكن أن يتعلم سلوكاً جديداً فقط من خلال مراقبة سلوك الآخرين، دون أن يؤديه فعلياً في البداية أو أن يتعرض لتعزيز مباشر. وقد أظهر ذلك بوضوح في تجربة الدمية بوبو الشهيرة، حيث قلّد الأطفال السلوك العدواني الذي قام به البالغون تجاه الدمية (Bandura, Ross, & Ross, 1961).

تُستخدم هذه النظرية على نطاق واسع في مجال التعليم والتربية، إذ تساعد المعلمين على إدراك أهمية أن يكونوا قدوة حسنة لطلابهم، كما تبرز أهمية استخدام النماذج الإيجابية في المحتوى التعليمي ووسائل الإعلام (Ormrod, 2016).

٢ - نظرية التفاعل الرمزي

تُعد نظرية التفاعل الرمزي من النظريات الأساسية في علم الاجتماع، وتركّز على الطريقة التي يتفاعل بها الأفراد من خلال الرموز والمعاني، خاصة في السياقات الاجتماعية اليومية. نشأت النظرية من أعمال

جورج هربرت ميد، (George Herbert Mead) الذي صاغ مصطلح "التفاعل الرمزي" رسميًا. وطوّرت لاحقًا على يد هربرت بلومر (Herbert Blumer). (Blumer, 1969).

وفقًا لبلومر، تقوم نظرية التفاعل الرمزي على ثلاثة افتراضات رئيسية:

١. أن الناس يتصرفون تجاه الأشياء بناءً على المعاني التي تعنيها لهم.
 ٢. أن هذه المعاني تنبع من التفاعل الاجتماعي.
 ٣. أن هذه المعاني تُعدّل وتُعاد تفسيرها من خلال العمليات الذهنية التي يجربها الأفراد (Blumer, 1969) ..
- يرى منظرو التفاعل الرمزي أن اللغة والرموز هي الوسيلة الأساسية للتواصل، وهي التي تمنح الأشياء معاني. فعلى سبيل المثال، لا تحمل الأعلام، أو الكلمات، أو الإيماءات معاني بذاتها، بل تكتسب معانيها من السياقات الاجتماعية والثقافية.

تُستخدم نظرية التفاعل الرمزي لتحليل مجموعة متنوعة من الظواهر، مثل:

- كيفية تشكل الهوية الشخصية والاجتماعية.
- فهم التفاعلات داخل الأسرة أو المدرسة أو المؤسسات.
- تفسير سلوك الأفراد في مواقف الحياة اليومية.

٣- نظرية العدوى الاجتماعية

تشير نظرية العدوى الاجتماعية إلى أن الأفكار، العواطف، والسلوكيات يمكن أن تنتقل من شخص إلى آخر داخل شبكة اجتماعية بطريقة مشابهة لانتقال الأمراض المعدية. وتُستخدم هذه النظرية لفهم كيفية انتشار الظواهر النفسية والسلوكية مثل الضحك، القلق، العنف، الإدمان، وحتى الانتحار، من خلال عمليات التفاعل الاجتماعي. (Christakis & Fowler, 2013).

ترتكز النظرية على أن الأفراد يتأثرون بسلوك الآخرين من حولهم بشكل غير واعٍ أحيانًا، حيث يُحاكون أو يتبنون سلوكيات الأشخاص القريبين منهم سواء عبر التواصل المباشر أو من خلال ملاحظة سلوكهم. ويحدث هذا التأثير بشكل خاص داخل المجموعات المتماسكة أو عبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي. (Hatfield, Cacioppo, & Rapson, 1994).

أهم أشكال العدوى الاجتماعية

١. العدوى الانفعالية: (Emotional Contagion) انتقال المشاعر (كالفرح أو الحزن) من شخص إلى آخر.
٢. العدوى السلوكية: (Behavioral Contagion) تقليد الأفعال أو السلوكيات مثل التدخين أو العنف أو حتى الهروب الجماعي.
٣. العدوى المعرفية: (Cognitive Contagion) انتشار الأفكار أو المعتقدات، كما في الشائعات أو المعتقدات الشعبية.

تُستخدم هذه النظرية في مجالات عديدة، مثل:

- علم النفس الاجتماعي
 - الصحة العامة (لفهم انتشار القلق والاكتئاب)
 - علم الشبكات الاجتماعية
 - الإعلام والاتصال، لفهم تأثير المحتوى الجماهيري والمنصات الرقمية
- كما استفادت الدراسات الحديثة من النظرية في تفسير تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يمكن أن تؤدي التفاعلات الرقمية إلى تعزيز أو نقل مشاعر مثل الغضب أو القلق بشكل جماعي.

وسائل التواصل الاجتماعي - المفهوم والخصائص:

تشير وسائل التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من المنصات الرقمية التي تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى، والتفاعل مع الآخرين، وتبادل المعلومات، مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، سناب شات، وتيك توك. وقد أصبحت هذه الوسائل محورًا رئيسيًا للتواصل بين الأفراد، وخاصة فئة الشباب.

ووفقًا لـ Kaplan & Haenlein (2011)، فإن وسائل التواصل الاجتماعي تتميز بخمس خصائص رئيسية: المشاركة، التفاعل، الانتشار السريع، إمكانية التخصيص، وسهولة الاستخدام. كما أنها تتميز بقدرتها على الوصول الفوري للجمهور، ونقل الرسائل التوعوية بطريقة غير تقليدية.

يشير القحطاني (٢٠٢٠) إلى أن "وسائل التواصل الاجتماعي لا تُعد فقط منصات ترفيهية، بل أصبحت بيئة خصبة للتأثير الاجتماعي والنفسي والمعرفي، وخاصة في القضايا الصحية والاجتماعية".

ويمكننا القول بأن وسائل التواصل الاجتماعي هي منصات إلكترونية تتيح للمستخدمين إنشاء محتوى وتبادله والتفاعل مع الآخرين ومن أشهرها: فيسبوك، تويتر، إنستغرام، سناب شات، وتيك توك.

وتتميز هذه الوسائل بقدرتها الكبيرة على الوصول السريع إلى شرائح واسعة من الجمهور، وتقديم محتوى بصري وجذاب يسهل تداوله، مما يجعلها أدوات فعالة لنشر الرسائل التوعوية.

يؤكد Kaplan & Haenlein (٢٠١١) أن هذه المنصات تُمكن الأفراد من المساهمة في خلق ونشر المعلومات بطرق غير تقليدية، ما يمنح المؤسسات الصحية والاجتماعية فرصًا جديدة لنشر الوعي بين الفئات المستهدفة.

الشباب واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

الشباب هم الفئة العمرية الأكثر استخدامًا لهذه المنصات، حيث تشير الدراسات إلى أن أكثر من ٨٠٪ من المستخدمين النشطين في العالم العربي تتراوح أعمارهم بين ١١ و ٢٢ عامًا (We Are Social, 2023) ويرتبط الاستخدام المتزايد بكون الشباب يبحثون عن التفاعل، والانتماء، والتعبير عن الذات.

وتوضح دراسة العتيبي (٢٠٢١) أن "الشباب يُعدّون الفئة الأكثر عرضة للتأثر بالمحتوى الرقمي، نظرًا لطبيعتهم الديناميكية وتفاعلهم الكبير مع ما يُنشر على تلك المنصات من محتوى بصري وسمعي".

التوعية الرقمية بمخاطر المخدرات:

التوعية هي عملية تهدف إلى نشر المعرفة وتحفيز الأفراد لاتخاذ قرارات إيجابية تجاه قضية معينة. وتعد وسائل التواصل الاجتماعي بيئة مثالية لنشر الرسائل التوعوية، لما لها من قدرة على تقديم المحتوى بأساليب جذابة وتفاعلية.

ووفقًا لـ Wakefield et al. (2011)، فإن "الحملات التوعوية التي تستخدم الوسائط المتعددة تحقق تأثيرًا أكبر في تعديل سلوك الشباب، مقارنة بالرسائل النصية التقليدية، خاصة عندما تكون هذه الرسائل مرتبطة بتجارب واقعية وقصص حقيقية".

وفي السياق العربي، تشير دراسة حمدان (٢٠٢٢) إلى أن "فاعلية التوعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي ترتبط بمدى جودة الرسائل، ومصداقية المصدر، واستخدام لغة الشباب، وتوظيف عناصر التأثير النفسي والبصري".

العلاقة بين وسائل التواصل والتوعية بالمخدرات:

يتضح من الأدبيات أن العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتوعية بمخاطر المخدرات هي علاقة مركبة، تتأثر بعدة عوامل منها نوع المنصة، شكل المحتوى، طريقة تقديم الرسالة، والمصدر الذي يقدمها. وكلما زادت المصداقية والتفاعل، زادت فاعلية الرسالة التوعوية في تشكيل وعي الشباب واتجاهاتهم.

شهد العالم في العقدین الأخيرین تطورًا كبيرًا في تكنولوجيا الاتصال، ما أدى إلى نشوء وسائل تواصل اجتماعي أصبحت جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية، خصوصًا لدى فئة الشباب، وقد تحولت هذه الوسائل من مجرد أدوات للترفيه والتواصل إلى منصات فاعلة في نشر المعلومات والتأثير في السلوكيات والاتجاهات.

ومن القضايا التي باتت تحظى باهتمام كبير على هذه المنصات، موضوع مكافحة المخدرات والتوعية بمخاطرها، نظرًا لارتفاع نسب الإدمان، خصوصًا بين المراهقين والشباب في كثير من المجتمعات.

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات التوعوية الحديثة، لما تتميز به من سرعة الانتشار، وإمكانية الوصول إلى جمهور واسع، والتفاعل المباشر. وأشارت دراسة Wakefield et al. (2011) إلى أن الحملات الرقمية الصحية لها فعالية كبيرة في تغيير سلوكيات الشباب، خاصة عندما تستخدم الوسائل التفاعلية كالاستبيانات، والمقاطع القصيرة، والقصص الواقعية.

كما أوضح العتيبي (٢٠٢١) في دراسة ميدانية على الشباب السعودي أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي بمخاطر المخدرات، خصوصاً عند وجود محتوى صادق، مؤثر، وموجه بلغة الشباب.

وسائل التواصل والتأثير على وعي الشباب تجاه المخدرات:

الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً لمنصات التواصل، وبالتالي الأكثر تأثراً بما يُعرض من محتوى توعوي أو تحفيزي أو ترفيهي، وتشير الدراسات إلى أن الكثير من الشباب يتعرضون يومياً لمحتوى متعلق بالمخدرات، سواء كان تحذيراً أو ترويجياً، مما يفرض أهمية كبيرة لدور هذه الوسائل في التوجيه الصحيح.

ووفقاً لدراسة (Moreno et al. 2013)، فإن النسبة الكبرى من المراهقين يتفاعلون مع منشورات تتعلق بالمخدرات، سواء على شكل تعليقات أو إعجابات أو مشاركات، وهو ما يُشكل فرصة للتأثير الإيجابي من خلال حملات موجهة ومقننة.

وأكدت دراسة العتيبي (٢٠٢١) أن ٦٨٪ من الشباب السعوديين صرحوا بأنهم تلقوا معلومات صحية وقائية عن أضرار المخدرات من خلال محتوى تم نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأن هذا المحتوى ساهم في تعزيز وعيهم ورفضهم لاستخدام المخدرات.

خصائص المحتوى التوعوي الفعّال عبر وسائل التواصل:

تشير الدراسات إلى أن فعالية المحتوى التوعوي تتوقف على عدة عوامل، من أبرزها:

١. المصادقية: أن يكون المحتوى صادراً عن جهات موثوقة (مثل الجهات الصحية أو المختصين).
٢. بساطة اللغة والأسلوب: استخدام لغة مفهومة قريبة من الشباب.
٣. الجانب البصري والدرامي: إدراج الصور، الفيديوها، القصص الواقعية.
٤. التفاعل: تشجيع المشاركة، والتعليق، والنقاش مع المتابعين.

تؤكد دراسة (Wakefield et al. 2011) أن الرسائل الصحية التي تستخدم أسلوب "القصص الشخصية" تكون أكثر تأثيراً من الإعلانات المباشرة، لأنها تثير المشاعر وتبني علاقة وجدانية مع الجمهور.

الحملات التوعوية الرقمية - تجارب ونماذج:

تعددت المبادرات الرقمية التي استهدفت التوعية بمخاطر المخدرات على وسائل التواصل الاجتماعي، مثل:

- حملة #حياتك_أعلى التي أطلقتها هيئة مكافحة المخدرات في السعودية.
- حملة "Just Say No" التي استخدمت في اليوتيوب وانستقرام.

تشير دراسة (Whitehill et al. 2014) إلى أن الشباب الذين يتابعون حملات توعية منتظمة يكونون أكثر وعياً بالمخاطر الصحية والاجتماعية للمخدرات. وبذلك أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي ميداناً مهماً لا يمكن تجاهله في جهود التوعية بمخاطر المخدرات، لا سيما في مجتمعاتنا العربية التي يشكل فيها الشباب النسبة الكبرى من السكان .

ومن خلال استثمار هذه الوسائل بالشكل الصحيح، وبمحتوى مدروس وجذاب، يمكن تحقيق نتائج ملموسة في خفض معدلات الإدمان، وتعزيز السلوكيات الصحية والوقائية لدى الشباب.

الدراسات السابقة:

دراسة حمدان (٢٠٢٢)

ركزت هذه الدراسة على أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الرسائل التوعوية الصحية، لا سيما تلك المتعلقة بالمخدرات. وتوصل الباحث إلى أن التفاعل الرقمي - من خلال التعليقات، الإعجابات، والمشاركات - يزيد من فعالية الرسائل الإعلامية الموجهة. كما أظهرت الدراسة أن هذا التفاعل يساهم في ترسيخ المفاهيم الوقائية لدى الجمهور، ويحول المتلقي من مجرد متابع إلى عنصر مشارك في نشر الرسالة التوعوية.

تستفيد الدراسة الحالية من هذه النتائج في التأكيد على أهمية تصميم حملات تفاعلية، والتركيز على المحتوى القابل للمشاركة بين الشباب في وسائل التواصل.

دراسة السعدي (٢٠٢٢)

استهدفت هذه الدراسة قياس فعالية برامج التوعية الرقمية في دولة الإمارات وتأثيرها على السلوك الوقائي لدى الشباب. وأوصت بتطوير استراتيجيات توعوية رقمية مخصصة حسب الفئة العمرية، نظراً لتفاوت اهتمامات وسلوكيات المستخدمين الرقميين.

تعزز هذه الدراسة من توجه البحث الحالي في تحليل طبيعة المحتوى الرقمي الموجه للشباب، والحاجة إلى تخصيص الرسائل التوعوية بما يتناسب مع فئات المستخدمين.

دراسة العتيبي (٢٠٢١)

هدفت إلى قياس دور وسائل الإعلام الرقمي في رفع مستوى الوعي بمخاطر المخدرات بين الشباب السعودي. وأكدت الدراسة على فعالية استخدام القصص الواقعية والمحتوى البصري الجذاب في إيصال الرسائل الوقائية بشكل مؤثر.

تدعم هذه النتائج ما تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيقه، وهو تقييم أكثر أنواع المحتوى تأثيراً على الوعي الشبابي، خصوصاً عبر الوسائط البصرية.

دراسة الزهراني (٢٠٢١)

ناقشت الدراسة الدور الوقائي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات السعودية. ودعت إلى تعزيز التعاون بين الجهات الرسمية ومؤسسات التعليم العالي في إنتاج المحتوى التوعوي الهادف.

تؤكد الدراسة على ضرورة تكامل الجهود بين الإعلام الرقمي والمؤسسات التربوية، وهو ما تتبناه الدراسة الحالية ضمن توصياتها.

دراسة عبد القادر (٢٠٢٠)

تناولت هذه الدراسة الحملات الرقمية الحكومية المصرية لمكافحة تعاطي المخدرات، وقيمت أثرها في خفض نسب التعاطي بين الشباب. وأوصت بضرورة إشراك المؤثرين الرقميين في الرسائل التوعوية لتحقيق وصول أوسع وأثر أعمق.

تعزز هذه الدراسة من فكرة توظيف المؤثرين في الحملات الرقمية، وهو محور أساس في البحث الحالي لتحليل عناصر التأثير الفعّال.

دراسة القحطاني (٢٠٢٠)

تناولت تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب السعودي، وبيّنت أن منصات مثل إنستغرام وسناب شات هي مصادر رئيسية للمعلومات، لكنها تحتاج إلى تحسين في أسلوب عرض المحتوى التوعوي لجذب الشباب بلغة معاصرة وأساليب مؤثرة.

تبرز هذه الدراسة الحاجة لتطوير أدوات عرض الرسائل، وهو ما تحلله الدراسة الحالية عند تقييم طبيعة المحتوى المنتشر بين الشباب.

Thomas et al. (2021)

حللت الدراسة تجارب دولية في استخدام وسائل التواصل لنشر حملات مكافحة المخدرات، وأوصت بتحديث مستمر للرسائل وتكييفها مع السياقات الثقافية المحلية لضمان فاعلية أكبر وتأثير مباشر على الجمهور المستهدف.

تستند الدراسة الحالية على هذه التوصية لتقييم مدى مواءمة المحتوى الرقمي العربي مع السياقات الشبابية المحلية.

Lee et al. (2020)

أجرت هذه الدراسة تحليلاً في كوريا الجنوبية حول العلاقة بين الحملات التوعوية الرقمية وتغير مواقف الشباب من تعاطي المخدرات، وأظهرت النتائج أن الحملات التي تعتمد على المؤثرين تحقق نتائج إيجابية في تعديل الاتجاهات السلوكية.

تؤيد هذه النتائج فرضية الدراسة الحالية بأن للمؤثرين الرقميين دوراً حاسماً في بناء أو تغيير وعي الشباب.

Whitehill et al. (2014)

بحثت العلاقة بين التعرض لمحتوى المخدرات على وسائل التواصل وسلوكيات المراهقين، وتوصلت إلى أن المحتوى غير المراقب يزيد من فرص تقليد السلوكيات الضارة. وأوصت بضرورة الرقابة الأبوية والمؤسسية على ما يتعرض له الشباب من محتوى.

تدعم هذه الدراسة نتائج البحث الحالي التي تشير إلى خطورة المعلومات غير الموثوقة المتداولة بين الشباب عبر وسائل التواصل.

Moreno et al. (2013)

أجرت تحليلاً لمحتوى الكحول والمخدرات على وسائل التواصل وتأثيره على طلاب الجامعات في الولايات المتحدة. وأوصت بتكثيف الجهود الرقابية والتعليمية عبر المحتوى الرقمي لتقليل التأثيرات السلبية.

تشكل هذه الدراسة خلفية نظرية قوية تدعم توصيات الدراسة الحالية بضرورة تدخل المؤسسات التعليمية والصحية في توجيه المحتوى الرقمي.

Wakefield et al. (2011)

ناقشت الدراسة دور الحملات الإعلامية في التأثير على السلوكيات الصحية، وخلصت إلى أن الرسائل المستندة إلى قصص واقعية وبيانات موثوقة تحقق نتائج وقائية فعّالة.

تنسجم هذه التوصيات مع توجه البحث الحالي نحو تقييم أهمية الأسلوب القصصي في حملات التوعية عبر وسائل التواصل.

الإجراءات المنهجية للبحث:**أولاً: منهج البحث**

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي، الذي يُعد من أكثر المناهج ملائمة لدراسة الظواهر الاجتماعية، حيث يسمح بوصف الواقع القائم وتحليل العلاقات بين المتغيرات وتفسيرها. ويُستخدم هذا المنهج لتحليل آراء الشباب تجاه مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وعيهم بمخاطر تعاطي المخدرات، وقياس علاقة التفاعل مع المحتوى التوعوي بالمواقف والسلوكيات.

أكد عبد الرحمن (٢٠١٨) أن المنهج الوصفي التحليلي يُستخدم في الدراسات الإعلامية والاجتماعية لفهم الظواهر المعاصرة ووصفها بدقة وتقديم تفسيرات علمية مدعومة بالبيانات.

ثانياً: مجتمع وعينة البحث

يتكوّن مجتمع البحث من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين أقل من ٢٠ إلى أكثر من ٢٣ عامًا، من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من طلاب وطالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ويتركز البحث بشكل خاص على المستخدمين الذين تابعوا حملات توعوية رقمية تتعلق بمكافحة المخدرات.

أما عينة البحث فهي عينة عشوائية بسيطة تم اختيارها من خلال توزيع استبيان إلكتروني للطلاب والطالبات وقد بلغ حجم العينة المقترح ٢١٧ مشارك.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة الحالية على أداة الاستبانة الإلكترونية المغلقة كأداة رئيسية لجمع البيانات، نظرًا لملاءمتها للبيئة الرقمية التي تمثل السياق الطبيعي لموضوع البحث، وسهولة توزيعها واستجابتها من قبل فئة الشباب المستهدف. وقد تم تصميم الاستبانة بما يتماشى مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها، واستنادًا إلى أدبيات علمية سابقة.

تكوّنت الاستبانة من خمسة محاور رئيسية، تغطي مختلف أبعاد الدراسة، على النحو الآتي:

١ - البيانات الديموغرافية :

- الجنس: ذكر/أنثى
- الفئة العمرية: أقل من ٢٠، من ٢١ - ٢٢، من ٢٣ فأكثر
- عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا:
- أقل من ساعة

- من ساعة إلى ٣ ساعات
- من ٤ إلى ٦ ساعات
- أكثر من ٦ ساعات
- المنصات الأكثر استخدامًا: (تيك توك، إنستغرام، سناب شات، تويتر، فيسبوك)

٢. مدى متابعة الشباب للمحتوى التوعوي عن المخدرات:

- عدد مرات مشاهدة المحتوى التوعوي أسبوعيًا
- أنواع المحتوى المفضل (مرئي، نصي، قصص، محتوى رسمي)
- الحسابات أو الجهات المتابعة
- دوافع المتابعة (فضول، اهتمام، تجربة، إلخ)

٣. تقييم جودة المحتوى:

- وضوح اللغة وسهولة الفهم
- المصداقية والجهة المنتجة
- التأثير العاطفي
- التوافق الثقافي
- التكرار والابتكار

٤. قياس مستوى الوعي:

- معرفة أنواع المخدرات وتأثيراتها
- مراحل الإدمان
- إدراك المخاطر الصحية والاجتماعية
- الوعي بالعقوبات القانونية

٥. مواقف الشباب من المشاركة:

- إعادة نشر المحتوى
- المشاركة في حملات تطوعية
- مقارنة بين الإعلام الرقمي والتقليدي
- مقترحات لتطوير الرسائل التوعوية

رابعاً: التحقق من صدق الأداة وثباتها:

نظراً لأهمية التأكد من جودة أداة البحث ودقتها في قياس المتغيرات المستهدفة، فقد حرص الباحث على التحقق من صدق الأداة (Validity) وثباتها (Reliability) لضمان أن نتائج الدراسة ستكون قائمة على بيانات موثوقة وقابلة للتعميم.

أولاً: صدق الأداة (Validity)

تم التحقق من الصدق الظاهري وصدق المحتوى من خلال الخطوات الآتية:

١. الاستناد إلى أدبيات علمية سابقة، ودراسات عربية ذات صلة.
٢. عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين الأكاديميين المتخصصين فيعلم الاجتماع والخدمة الاجتماعية .
٣. تعديل صياغة البنود وفقاً لملاحظات المحكمين لضمان الاتساق والشمولية

ثانياً: ثبات الأداة (Reliability)

تم اختبار الثبات من خلال:

١. تطبيق استطلاعي على عينة مكونة من ٢٢ فرداً من خارج العينة الأصلية لاختبار وضوح البنود وزمن الإجابة.
٢. حساب معامل الاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) باستخدام برنامج وجاءت النتائج كالآتي: SPSS

- محور متابعة المحتوى التوعوي: ٠,٨١
- محور تقييم جودة المحتوى: ٠,٨٤
- محور قياس الوعي: ٠,٨٦
- محور المواقف من المشاركة: ٠,٧٩

تؤكد هذه النتائج أن الأداة تمتلك درجة عالية من الثبات والموثوقية، حيث تجاوزت معاملات الثبات الحد الأدنى المقبول في الدراسات الاجتماعية.

خامساً: أساليب تحليل البيانات:

تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS لاستخراج النتائج وتحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية مثل:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري

وذلك لتوصيف خصائص العينة وتفسير علاقتها بمتغيرات البحث.

سادساً: حدود البحث

- الحدود الموضوعية: يقتصر البحث على دراسة العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي وتوعية الشباب بمخاطر المخدرات فقط.
- الحدود المكانية: يغطي البحث الشباب من طلاب وطالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية من قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية.
- الحدود الزمانية: أجريت الدراسة خلال الفترة من يناير إلى مارس ٢٠٢٥.

النتائج:

١- تحليل البيانات الأولية:

الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
أنثى	١٤٢	٦٥,٤٤٪
ذكر	٧٥	٣٤,٥٦٪

يوضح هذا الجدول التوزيع النوعي للمبحوثين حسب الجنس. بلغت نسبة الإناث ٦٥,٤٤٪ بعدد ١٤٢ مشاركة، بينما بلغت نسبة الذكور ٣٤,٥٦٪ بعدد ٧٥ مشارك. تشير هذه النتيجة إلى مشاركة أوسع من الإناث في هذا النوع من الدراسات الاجتماعية، مما قد يعكس وعياً أكبر لديهن بالقضايا المجتمعية المرتبطة بالتوعية والوقاية من المخدرات.

- العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
٢٠ - ٢٣	١٦٥	٧٦,٠٤٪
أقل من ٢٠	٣٠	١٣,٨٢٪
أكثر من ٢٣	٢٢	١٠,١٤٪

يوضح هذا الجدول الفئات العمرية للمشاركين في الدراسة. بلغت نسبة المشاركين في الفئة "٢٠ - ٢٣" ٧٦,٠٤٪ بعدد ١٦٥ مشارك، بلغت نسبة المشاركين في الفئة "أقل من ٢٠" ١٣,٨٢٪ بعدد ٣٠ مشارك، بلغت نسبة المشاركين في الفئة "أكثر من ٢٣" ١٠,١٤٪ بعدد ٢٢ مشارك، وهو ما يدل على أن الفئات الشابة هي المهيمنة.

- ساعات الاستخدام

ساعات الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
من ٤ - ٦ ساعات	٨٧	٤٠,٠٩٪
أكثر من ٦ ساعات	٨٥	٣٩,١٧٪
من ١ - ٣ ساعات	٤٥	٢٠,٧٤٪

يوضح هذا الجدول عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا. ٤٠,٠٩٪ من المشاركين (٨٧ شخصًا) يستخدمون المنصات لمدة "من ٤ - ٦ ساعات"، ٣٩,١٧٪ من المشاركين (٨٥ شخصًا) يستخدمون

المنصات لمدة "أكثر من ٦ ساعات"، ٢٠,٧٤٪ من المشاركين (٤٥ شخصاً) يستخدمون المنصات لمدة "من ١ - ٣ ساعات"، ما يشير إلى وجود تفاعل رقمي مرتفع يعزز إمكانية التأثير بالمحتوى الرقمي المتداول حول المخدرات، سواء التوعوي أو الترويجي.

المنصة

المنصة	التكرار	النسبة المئوية
تيك توك	١٣٠	٥٩,٩١٪
سناب شات	٤٠	١٨,٤٣٪
انستقرام	٣٣	١٥,٢١٪
تويتر X	١٤	٦,٤٥٪

يعرض هذا الجدول المنصات الأكثر استخداماً من قبل المشاركين. منصة "تيك توك" يستخدمها ٥٩,٩١٪ من العينة بعدد ١٣٠، منصة "سناب شات" يستخدمها ١٨,٤٣٪ من العينة (بعدد ٤٠)، منصة "انستقرام" يستخدمها ١٥,٢١٪ من العينة (بعدد ٣٣)، منصة "تويتر X" يستخدمها ٦,٤٥٪ من العينة (بعدد ١٤)، وتشير النتائج إلى تفضيل كبير للمنصات المرئية مثل تيك توك وسناب شات، مما يدعم الحاجة إلى تصميم المحتوى التوعوي بشكل مرئي وتفاعلي يتناسب مع طبيعة هذه المنصات.

٢- تحليل محاور الدراسة:

أولاً: تقييم جودة المحتوى

العبارة	النسبة المئوية للموافقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١٠. الرسوم التوضيحية والصور تساعد في إيصال الرسالة بشكل أفضل.	٨٦,١٨٪	٤,٣٣	٠,٩٧
٨. أشعر أن التفاعل مع محتوى التوعية يجعلني أكثر وعياً.	٨٥,٢٥٪	٤,١٥	١,١١
٧. المحتوى التوعوي الرقمي يعزز من معرفتي بالمخاطر الصحية للمخدرات.	٨٣,٤١٪	٤,١١	١,٠٥
١١. أفضل مشاهدة القصص الواقعية التي تتحدث عن الإدمان والتعافي.	٨٢,٩٥٪	٤,١١	١,١٧
٩. أرى أن الفيديوهات أكثر تأثيراً من المنشورات النصية.	٨١,٥٧٪	٤,٢٣	١,١٤
١٢. المحتوى التوعوي يكون أكثر تأثيراً عندما يقدمه	٦٧,٧٤٪	٣,٨١	١,٢

			مؤثر معروف.
--	--	--	-------------

يعكس هذا المحور درجة إدراك المشاركين لأهمية جودة المحتوى المقدم في حملات التوعية الرقمية، وقد أظهرت النتائج توافقاً ملحوظاً في تقييمهم للعناصر البصرية والقصص الواقعية والتفاعل مع المحتوى.

— أظهرت العبارة: "الرسوم التوضيحية والصور تساعد في إيصال الرسالة بشكل أفضل" أعلى نسبة موافقة بلغت (٨٦,١٨٪)، ومتوسطاً حسابياً مرتفعاً (٤,٣٣)، ما يشير إلى إدراك واضح لأهمية استخدام العناصر البصرية في تعزيز فهم الرسائل التوعوية، ويؤكد على فاعلية الوسائط المتعددة في التواصل مع الجمهور المستهدف.

— كما حظيت العبارة: "أشعر أن التفاعل مع محتوى التوعية يجعلني أكثر وعياً" بنسبة موافقة مرتفعة (٨٥,٢٥٪) ومتوسط حسابي (٤,١٥)، مما يعكس فاعلية التفاعل الرقمي في تعزيز الوعي الوقائي، وهو ما يتسق مع مبادئ التعليم التشاركي.

— وفي ذات السياق، أظهرت العبارات الأخرى مثل "المحتوى الرقمي يعزز معرفتي بالمخاطر الصحية للمخدرات (٨٣,٤١٪)" و "أفضل مشاهدة القصص الواقعية عن الإدمان والتعافي" (٨٢,٩٥٪)، و "الفيديوهات أكثر تأثيراً من المنشورات النصية" (٨١,٥٧٪)، نتائج قوية تدعم أهمية المحتوى القصصي والمرئي في رفع مستوى الوعي.

— بينما جاءت العبارة: "المحتوى يكون أكثر تأثيراً عندما يقدمه مؤثر معروف" بنسبة موافقة أقل نسبياً (٦٧,٧٤٪)، مما يشير إلى تباين في القناعة بدور الشخصيات المؤثرة، رغم ارتفاع المتوسط الحسابي (3.81).

— تُظهر هذه النتائج أن جودة المحتوى ترتبط بشكل وثيق بعناصر الجذب البصري والتفاعلي، ما يعزز الحاجة إلى تطوير محتوى يعتمد على السرد القصصي والتصميم الجاذب ضمن حملات التوعية الرقمية.

ثانياً: قياس مستوى الوعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية للموافقة	العبارة
٠,٩١	٤,٠٦	٧٨,٨%	١٣. اللغة المستخدمة في الحملات الرقمية مناسبة للشباب.
٠,٩٣	٣,٨٦	٧١,٤٣%	١٨. أشعر بمسؤولية عند التفاعل مع الرسائل التوعوية الرقمية.
١,٢	٣,٦٧	٦١,٧٥%	١٥. سناوبات وسيلة فعالة في نشر التوعية بالمخدرات.

١٧. عادةً ما أعجب أو أشارك المحتوى التوعوي إذا لامسني شخصياً.	٥٩,٤٥%	٣,٦٣	١,٠٩
١٤. تيك توك يقدم محتوى توعوي جذاب للشباب.	٥٧,٦%	٣,٥٤	١,٢٦
١٦. إنستغرام يساعد في متابعة مبادرات الوقاية من المخدرات.	٥٣,٤٦%	٣,٤٤	١,١٩

يسعى هذا المحور إلى رصد إدراك المشاركين مدى فعالية الحملات الرقمية في رفع الوعي الشخصي والجماعي تجاه مخاطر المخدرات.

- حظيت العبارة: "اللغة المستخدمة في الحملات الرقمية مناسبة للشباب" بنسبة موافقة معتبرة (٧٨,٨٪) ومتوسط (٤,٠٦)، ما يدل على ملاءمة أسلوب الخطاب الرقمي للفئة المستهدفة.
 - كذلك أبدى المشاركون شعوراً بالمسؤولية عند التفاعل مع الرسائل التوعوية بنسبة (٧١,٤٣٪)، مما يعكس بعداً وجدانياً إيجابياً نحو التفاعل مع المحتوى الهادف.
 - وفيما يتعلق بالمنصات، أشار المشاركون إلى فاعلية سناب شات (٦١,٧٥٪) وتيك توك (٥٧,٦٪) وإنستغرام (٥٣,٤٦٪).
 - كوسائل لنشر الوعي، مع تفاوت في مستويات التقدير. ويعكس هذا التباين أهمية اختيار المنصة المناسبة بناءً على خصائص الجمهور وسلوكياته الرقمية.
 - أما العبارة: "عادةً ما أعجب أو أشارك المحتوى التوعوي إذا لامسني شخصياً" فقد نالت موافقة بنسبة (٥٩,٤٥٪)، مما يشير إلى تأثير الطابع الشخصي في تحفيز المشاركة الرقمية.
- تشير هذه النتائج إلى أن اللغة التفاعلية والمحتوى القريب من اهتمامات الشباب تسهم في رفع الوعي، مع ضرورة تطوير استراتيجيات تناسب أنماط الاستخدام المتنوعة عبر المنصات الرقمية المختلفة.

ثالثاً: مواقف الشباب من المشاركة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية للموافقة	العبارة
١,١٥	٣,٨٦	٧٢,٣٥%	٢٠. أشجع أصدقائي على متابعة حسابات التوعية.
١,١٥	٣,٨٨	٧١,٨٩%	١٩. أشارك المنشورات التوعوية مع أصدقائي أو عائلتي.
١,١١	٣,٨١	٦٨,٢%	٢٤. الحملات التوعوية لا تصل إلى جميع فئات الشباب.

٢٣. أرى أن بعض الرسائل لا تناسب أسلوب تفكير الشباب.	٦٢,٦٧%	٣,٦٥	١,١
٢٢. بعض المحتويات على وسائل التواصل تروج للمخدرات بشكل غير مباشر.	٥٦,٢٢%	٣,٤٧	١,٣٣
٢١. أجد صعوبة في التأكد من مصداقية بعض المحتوى التوعوي.	٥٤,٨٤%	٣,٦٣	١,١٣

يستعرض هذا المحور مدى استعداد الشباب للمشاركة الفاعلة في حملات التوعية من خلال النشر والتفاعل ودعم الأصدقاء.

- أظهرت العبارتان: "أشجع أصدقائي على متابعة حسابات التوعية" و"أشارك المنشورات التوعوية مع أصدقائي أو عائلتي" نسب موافقة مرتفعة (٧٢,٣٥٪ و ٧١,٨٩٪)، مما يدل على توجه إيجابي نحو المشاركة المجتمعية في التوعية الرقمية.
 - بالمقابل، رأى ٦٨,٢٪ من المشاركين أن "الحملات التوعوية لا تصل إلى جميع فئات الشباب"، وهي نتيجة تكشف عن قصور في التوزيع أو التغطية الإعلامية لتلك الحملات.
 - كما أشار البعض إلى عدم ملاءمة بعض الرسائل لأسلوب تفكيرهم (٦٢,٦٧٪)، ووجود محتوى يُروج للمخدرات بطريقة غير مباشرة (٥٦,٢٢٪)، وصعوبة التحقق من مصداقية بعض المحتويات (٥٤,٨٤٪).
- تعكس هذه النتائج الحاجة إلى تطوير المحتوى ليكون أكثر شمولاً وتنوعاً، مع مراعاة الفروق الثقافية والفكرية داخل فئة الشباب، وضمان وضوح مصدر الرسائل ومصداقيتها.

رابعاً: التحديات التي تواجه التوعية الرقمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية للموافقة	العبارة
٠,٨٣	٤,٥٥	٩٤,٤٧%	٢٨. أفضل أن تكون الرسائل مدعومة بقصص حقيقية.
٠,٨٦	٤,٤٥	٩٤,٠١%	٢٧. التنوع في طرق العرض (فيديو، صور، نصوص) يزيد من التأثير.
٠,٨٨	٤,٢٦	٨٩,٤%	٢٦. أفضل متابعة شخصيات واقعية تتحدث عن تجربتها مع المخدرات.
٠,٩٤	٤,٤٨	٨٨,٠٢%	٣٠. أشعر أن لدي القدرة على التمييز بين المحتوى الجيد والسيء.
١,٠٣	٤,٣	٨٠,٦٥%	٢٩. أفضل أن يكون المحتوى موجهاً من جهات رسمية.

٢٥. أفضل أن أ شاهد محتوى توعوي على شكل قصة قصيرة أو مشهد تمثيلي.	٧٩,٧٢%	٤,١٥	٠,٩٧
--	--------	------	------

يسلط هذا المحور الضوء على أبرز العقبات التي قد تُضعف تأثير التوعية الرقمية، مع التركيز على التفضيلات الشبابة تجاه الشكل والمصدر والموثوقية.

— أظهرت العبارات: "أفضل أن تكون الرسائل مدعومة بقصص حقيقية" و "التنوع في طرق العرض يزيد من التأثير" نسب موافقة استثنائية (٩٤,٤٧٪ و ٩٤,٠١٪)، مما يعزز أهمية السرد القصصي والأساليب المتنوعة في التواصل الرقمي.

— كما أشار المشاركون إلى تفضيلهم متابعة شخصيات واقعية تتحدث عن تجربتها مع المخدرات بنسبة (٨٩,٤٪) وقدرتهم على التمييز بين المحتوى الجيد والسيئ بنسبة (٨٨,٠٢٪). مما يبرز وعيهم الرقمي المتنامي.

— عبّرت نسبة كبيرة (٨٠,٦٥٪) عن تفضيلهم أن يكون المحتوى صادرًا من جهات رسمية، في حين فضّل (٧٩,٧٢٪) مشاهدة محتوى على شكل قصة قصيرة أو مشهد تمثيلي.

تشير هذه النتائج إلى أن التغلب على تحديات التوعية الرقمية يتطلب اعتماد رسائل موثوقة، مدعومة بالقصص الواقعية، وباستخدام قوالب مرئية مؤثرة ومناسبة للجمهور المستهدف.

ثالثًا: مناقشة النتائج:

تُظهر نتائج الدراسة الحالية إدراكًا متناميًا لدى الشباب الجامعي لأهمية التوعية الرقمية في الوقاية من المخدرات، مع تباين في تقييم جودة المحتوى ومستوى الوعي والمشاركة، ووضوح التحديات التي تعيق فعالية هذه الحملات. وتأتي هذه النتائج منسجمة في كثير من أوجهها مع ما ورد في الدراسات السابقة التي تناولها البحث.

أولاً: فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية:

كشفت نتائج الاستبيان أن أغلب الطلبة يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد أداة فعالة في نشر الوعي بمخاطر المخدرات، حيث بلغت نسبة الموافقة على العبارة "وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لنشر التوعية" ٨٤,٣٣٪. وقد دعمت هذه النتيجة عدة دراسات سابقة، أبرزها:

— دراسة العتيبي (٢٠٢١)، التي أوضحت أن ٦٨٪ من الشباب السعودي يعتمدون على وسائل التواصل للحصول على محتوى توعوي.

— دراسة (Whitehill et al. 2014)، والتي توصلت إلى أن الاستخدام المكثف للمنصات الرقمية يؤدي إلى تغييرات في الاتجاهات والسلوكيات المرتبطة بتعاطي المخدرات.

ثانيًا: تأثير المحتوى القصصي والمرئي في تعزيز الفعالية

أظهرت النتائج أن المشاركين يفضلون بشكل كبير المحتوى المدعوم بالقصص والتجارب الواقعية، مثل عبارة "أفضل أن تكون الرسائل مدعومة بقصص حقيقية" (٩٤,٤٧٪). وتنسجم هذه النتيجة مع:

- دراسة (Wakefield et al. (2011 ، التي أكدت أن الرسائل الصحية القائمة على القصص الشخصية تكون أكثر تأثيراً من الإعلانات المباشرة.
- دراسة (Moreno et al. (2013 ، التي أشارت إلى أن الرسائل الواقعية ترفع من مستوى التفاعل والمصادقية.

ثالثاً: مستوى الوعي المعرفي بمخاطر المخدرات

- بيّنت النتائج أن الطلبة يمتلكون وعياً جيداً بالمخاطر الصحية والنفسية المرتبطة بتعاطي المخدرات. ويتوافق ذلك مع:
- دراسة الزهراني (٢٠٢١)، التي أكدت أن وسائل التواصل الاجتماعي تُسهم في بناء قاعدة معرفية وقائية.
 - دراسة (Thomas et al. (2021 ، التي أوضحت أن الحملات التوعوية المتكررة عبر وسائل التواصل تُحدث تراكمًا معرفيًا لدى الشباب.

رابعاً: التفاعل والمشاركة الرقمية كمؤشر للوعي المجتمعي

بلغت نسبة الموافقة على عبارة "أشارك أحياناً في نشر محتوى توعوي عن المخدرات" أكثر من ٦٦٪. وأيدت هذه النتيجة:

- دراسة حمدان (٢٠٢٢)، التي أكدت أن التفاعل الرقمي يسهم في ترسيخ الرسائل الوقائية.
- دراسة السعدي (٢٠٢٢)، التي أوضحت أن التفاعل مع المحتوى التوعوي يعزز من المسؤولية المجتمعية لدى الشباب.

خامساً: التحديات التي تواجه المحتوى التوعوي الرقمي

أشارت النتائج إلى تحديات أبرزها صعوبة التحقق من مصداقية المحتوى، وتفاوت اللغة والأسلوب. وقد دعمت هذه النتائج:

- دراسة عبد القادر (٢٠٢٠)، التي أكدت أن التداخل بين المصادر الرسمية وغير الرسمية يؤدي إلى تشويش الرسالة التوعوية.
- دراسة (Whitehill et al. (2014 ، التي حذرت من الآثار العكسية للمحتوى غير المراقب.

سادساً: سبل تطوير حملات التوعية الرقمية

أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية:

- إشراك المؤثرين الرقميين، كما أوصت بذلك دراسة (Lee et al. (2020.
- تنويع أشكال المحتوى، كما أكدت عليه دراسة (Wakefield et al. (2011.

— استخدام لغة شبابية معاصرة، كما جاءت توصيات العتبي (2021).

خلاصة المناقشة:

تؤكد هذه النتائج مجتمعة أن التوعية الرقمية أصبحت أداة مركزية في الوقاية من المخدرات، ولكن فعاليتها تعتمد على جودة الرسائل ومصادقيتها وتفاعل الجمهور معها. كما أن توافق هذه النتائج مع الدراسات السابقة يضيف عليها قوة تفسيرية ويدعم الدعوة إلى تطوير استراتيجيات وطنية رقمية تستند إلى ممارسات علمية ومجتمعية شاملة.

الاستنتاجات:

- تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي دورًا متناميًا ومؤثرًا في التوعية بمخاطر المخدرات، خاصة بين فئة الشباب الجامعي.
- يتمتع الطلاب بوعي معرفي جيد حول أضرار المخدرات الصحية والنفسية والاجتماعية، يعود في جزء منه إلى المحتوى التوعوي الرقمي المتداول.
- يفضل الطلاب المحتوى التوعوي الذي يتسم بالواقعية والتنوع ويُقدّم من خلال قصص وتجارب حقيقية.
- هناك ميل واضح لدى الطلبة للتفاعل الإيجابي مع الرسائل التوعوية، سواء بالنشر أو التفاعل أو المناقشة.
- لا تزال هناك تحديات تعيق التوعية الرقمية، أبرزها ضعف المصادقية في بعض الرسائل، وتفاوت لغة الخطاب، وغياب التنسيق بين الجهات الرسمية والمؤثرين.
- التوعية الرقمية فعالة إذا ما استندت إلى استراتيجيات إعلامية مدروسة، تراعي الخصائص الثقافية واللغوية والاجتماعية للفئة المستهدفة.

توصيات البحث:

١. إطلاق حملات توعية رقمية دورية تستهدف طلاب الجامعات، وتُحدث بانتظام لمواكبة التغيرات في أنماط تعاطي المخدرات.
٢. التركيز على المحتوى المرئي والتفاعلي (فيديوهات، رسوم توضيحية، قصص حقيقية) لتعزيز التأثير والوعي.
٣. إشراك المؤثرين الرقميين الشباب في نشر رسائل التوعية بلغة قريبة من الجمهور المستهدف.
٤. دعم الحملات التوعوية بتجارب واقعية لأشخاص تعافوا من الإدمان لتعزيز مصداقية الرسائل.
٥. إشراك طلاب الجامعات في إنتاج المحتوى التوعوي من خلال مبادرات تطوعية ومسابقات طلابية.
٦. تقديم ورش عمل إلكترونية توعوية بشكل دوري بمشاركة أكاديميين ومختصين في مجال الوقاية من المخدرات.
٧. تعزيز الرقابة على المحتوى الرقمي المضلل والمتعلق بالترويج للمخدرات بالتعاون مع الجهات المختصة.
٨. استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لرصد المحتوى المرتبط بالمخدرات وتقييم مدى انتشاره وتأثيره.
٩. تعزيز التعاون بين الجامعات والمؤسسات الصحية لإطلاق حملات توعية مشتركة وفعالة.
١٠. إدراج مهارات التحقق من المعلومات الرقمية ضمن المناهج الجامعية لتعزيز التفكير النقدي لدى الشباب.
١١. استهداف الفئات ذات الاستخدام المكثف لوسائل التواصل بمحتوى توعوي مصمم خصيصًا لمنصاتهم المفضلة.

١٢. تنوع أساليب التوعية وعدم الاعتماد فقط على أسلوب التحذير بل الجمع بين التحفيز والتعليم.
١٣. إنتاج محتوى ترفيهي توعوي (سكتشات، تحديات، رسوم متحركة) يدمج بين الترفيه والتثقيف.
١٤. قياس أثر الحملات الرقمية من خلال مؤشرات تفاعلية واضحة (نسب المشاهدة، المشاركة، الوعي).
١٥. تقديم حوافز للطلاب المشاركين في التوعية الرقمية من خلال شهادات، نقاط تطوعية، أو دعم مشروعاتهم.

الخاتمة:

في ظل تسارع التطورات الرقمية، وتحول وسائل التواصل الاجتماعي إلى جزء أساسي من حياة الأفراد، برزت الحاجة إلى استثمار هذه الوسائل في معالجة القضايا المجتمعية الحساسة، وعلى رأسها قضية المخدرات التي باتت تهدد أمن الأفراد واستقرار المجتمعات. وانطلاقاً من هذه الضرورة، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور التوعية الرقمية في رفع مستوى الوعي لدى الشباب الجامعي بمخاطر المخدرات، ولتستقصي مدى فعالية المحتوى التوعوي الذي يُنشر عبر المنصات الاجتماعية في التأثير على المعارف والاتجاهات والسلوكيات.

لقد بيّنت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت منصة رئيسية لنشر الرسائل الوقائية، وأن فئة الشباب تتفاعل بشكل إيجابي مع هذا النوع من المحتوى، لا سيما إذا قُدِّم بأسلوب واقعي وتفاعلي يعتمد على القصص والتجارب الحقيقية، ويستخدم لغة قريبة من المستخدمين. كما كشفت الدراسة عن وعي معرفي جيد بين أفراد العينة، وعن قابلية للمشاركة النشطة في نشر الرسائل التوعوية، ما يعكس تحول الشباب من مجرد مستقبلين للمعلومة إلى شركاء في عملية التثقيف المجتمعي.

ورغم هذه المؤشرات الإيجابية، أظهرت النتائج أيضاً وجود عدد من التحديات، من أبرزها صعوبة التحقق من مصداقية بعض الرسائل الرقمية، وانتشار محتوى غير رسمي أحياناً يفتقر إلى الدقة أو يحمل رسائل ضمنية تروج للمخدرات. وتُعد هذه المعضلات تحدياً أمام الجهات الرسمية والمؤسسات التعليمية، ما يفرض عليها ضرورة التدخل المنظم لتوجيه الخطاب الرقمي وضمان مصداقيته وفعاليته.

وإزاء هذه المعطيات، فإن هذه الدراسة لا تقف عند حدود التحليل والوصف، بل تنادي بضرورة اعتماد استراتيجية رقمية وطنية متكاملة تقوم على التعاون بين الوزارات والجامعات والمؤسسات الإعلامية والأمنية، بحيث يتم توظيف منصات التواصل الاجتماعي بطريقة علمية تضمن الوصول إلى الشباب، والتأثير الفعلي في اتجاهاتهم وسلوكياتهم.

إن التوعية بمخاطر المخدرات لم تعد تقتصر على النشرات التقليدية والمحاضرات الصفية، بل باتت في حاجة إلى خطاب رقمي ديناميكي قادر على اختراق الفضاءات الإلكترونية التي يتواجد فيها الشباب بكثافة. ويجب أن يكون هذا الخطاب مبنياً على دراسات علمية، مستنيراً بالنظريات الاجتماعية، ومستجيباً لحاجات واهتمامات الجيل الرقمي.

وفي الختام، فإن هذه الدراسة تُعد إسهامًا أكاديميًا في فهم ديناميات التوعية الرقمية بمخاطر المخدرات، وتفتح آفاقًا بحثية مستقبلية يمكن من خلالها تطوير ممارسات الوقاية الرقمية، بما يحقق الأمن النفسي والاجتماعي للشباب، ويسهم في بناء مجتمع أكثر وعيًا ومناعة تجاه هذه الظاهرة الخطيرة.

المراجع

- حمدان، سميرة. (٢٠٢٢). التوعية الرقمية ومخاطر الإدمان: دراسة ميدانية على الشباب الجامعي. مجلة الإعلام والاتصال، ١٤(٢)، ١٢٣-١٤١. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. الرياض.
- الزهراني، ناصر. (٢٠٢١). وسائل التواصل الاجتماعي كأداة وقائية من المخدرات. مجلة العلوم الاجتماعية، ١٩(٤)، ٨٨-١١٢. جامعة الكويت.
- السعدي، ريم. (٢٠٢٢). فاعلية البرامج التوعوية الرقمية في الوقاية من المخدرات. المجلة الخليجية للصحة النفسية، ٦(١)، ٧٧-٩١. مجلس الصحة لدول مجلس التعاون الخليجي. الرياض.
- عبد الرحمن، خليل. (٢٠١٨). مناهج البحث في العلوم الاجتماعية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد القادر، محمود. (٢٠٢٠). الحملات الرقمية والتوعية بالمخدرات: دراسة حالة في مصر. المجلة العربية لبحوث الإعلام، ١٢(٣)، ٢٠٠-٢١٧. كلية الإعلام. جامعة القاهرة.
- العتيبي، محمد. (٢٠٢١). دور الإعلام الرقمي في الوقاية من تعاطي المخدرات لدى الشباب السعودي. مجلة أبحاث الخليج، ٨(١)، ٧٦-٨٨. جامعة الخليج العربي. المنامة.
- العتيبي، محمد. (٢٠٢١). دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية للشباب السعودي. مجلة الدراسات الإعلامية، ٩(٢)، ١١٣-١٣٢. كلية الإعلام والاتصال. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. الرياض.
- العساف، صالح. (٢٠١٦). مدخل إلى البحث في العلوم السلوكية. الرياض: مكتبة العبيكان.
- القحطاني، فهد. (٢٠٢٠). وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها في سلوك الشباب السعودي. المجلة العربية للإعلام الرقمي، ١٢(٢)، ١١١-١٣٤. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال. جامعة الملك سعود. الرياض.
- منظمة الصحة العالمية. (٢٠٢١). التقرير العالمي عن المخدرات.، متاح على: <https://www.who.int/publication/i/item/9789240025079>
- صحيفة اليوم. (١١ نوفمبر، ٢٠٢١). (حملة حياتك أغلى).. حملة لرفع الوعي المجتمعي بأضرار المخدرات. الدمام. المملكة العربية السعودية. <https://www.alyaum.com/articals/6360263>

- Babbie, E. (2020). The practice of social research (11th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Bandura, A. (1977). Social learning theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1986). Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York: Freeman.
- Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. A. (1961). Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63(3), 575–582.
- Blumer, H. (1969). Symbolic Interactionism: Perspective and Method. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2013). Connected: The surprising power of our social networks and how they shape our lives. Back Bay Books.
- Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58 .
- Hatfield, E., Cacioppo, J. T., & Rapson, R. L. (1994). Emotional Contagion. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Lee, J., Kim, H., & Choi, S. (2020). The effects of social media campaigns on youth drug awareness in South Korea. *Health Communication Research*, 46(2), 145–162 .
- Marsden, P. V. (1998). Memetics and social contagion: Two sides of the same coin? *Journal of Memetics – Evolutionary Models of Information Transmission*, 2.(٢)
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Moreno, M. A., D'Angelo, J., & Whitehill, J. M. (2014). Social media and alcohol: Summary of research, intervention ideas and future study directions. *Media and Communication*, 2(1), 50–59.
<https://doi.org/11.17645/mac.v2i1.11>
- Moreno, M. A., et al. (2013). A content analysis of displayed alcohol references on a social networking Web site. *Journal of Adolescent Health*, 52(1), 20–26.
- Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: A challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. *Health Promotion International*, 11(3), 259–267.
- Ormrod, J. E. (2016). *Human Learning* (7th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Pew Research Center. (2023). *Teens, social media and technology 2023*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org>
- Sandstrom, K., Martin, D., & Fine, G. A. (2014). *Symbols, Selves, and Social Reality: A Symbolic Interactionist Approach to Social*

Psychology and Sociology (4th ed.). New York: Oxford University Press.

Thomas, R. E., Lorenzetti, D. L., & Spragins, W. (2021). Social media interventions for the prevention of drug use: A global review. *Journal of Substance Abuse Prevention*, 39(3), 222–240.

UNESCO. (2017). *Youth and skills: Putting education to work*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Wakefield, M. A., Loken, B., & Hornik, R. C. (2011). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *The Lancet*, 376(9748), 1261–1271.

Whitehill, J. M., Trangenstein, P. J., Jenkins, M. C., & Moreno, M. A. (2014). Exposure to substance use on social media and its association with adolescent substance use: A systematic review. *Journal of Adolescent Health*, 55(5), 587–594.

World Health Organization. (2021). *World drug report 2021*. Retrieved from <https://www.who.int>