

دراسة وطنية لتطبيق الوكز السلوكي

تجربة عشوائية محكمة باستخدام رسائل مختلفة للتشجيع على تلقي لقاح كوفيد ١٩ في المملكة العربية السعودية.



المحتويات

1 المقدمة

2 الأدوات والمنهجية

3 النتائج

4 المناقشة

5 الخاتمة

الخلاصة

موضوع الدراسة

بالرغم من توافر لقاح كوفيد 19، وسهولة الحصول عليه وفاعليته، إلا أن العديد من أفراد المجتمع لم يتلقوا اللقاح بعد.

منهجية البحث

تتبع هذه التجربة عددًا من الوسائل لقياس فاعلية خمسة أنواع من الرسائل، وهي: الالتزام والنفور من الخسارة والأهمية والأعراف الاجتماعية والأنا. واشتملت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من 7547 شخصًا بالغًا من الذين سبق لهم التسجيل الأولي للحصول على لقاح كوفيد 19، لكن لم يُجدولوا موعدًا للحصول على الجرعة. وكان المُخرج الرئيسي هو حجز أفراد العينة لموعد تلقي لقاح كوفيد 19 بين مجموعة التدخل ومجموعة التحكم.

نتائج الدراسة

أظهرت نتائج الدراسة أن جميع أنواع الرسائل - باستثناء الالتزام - قد حققت زيادة ملحوظة في عدد المواعيد المحجوزة مقارنة بمجموعة التحكم. كما أُكدت النتائج كذلك على تسجيل رسائل العادات الاجتماعية أعلى زيادة في المواعيد المحجوزة (بنسبة 21.0%، $p = .001$). تليها رسائل الأنا (بنسبة 19.0%، $p = .011$). ثم رسائل الأهمية (19.0%، $p = 0.13$) بمقارنة كل مجموعة على حدا مع مجموعة التحكم. فارت اختبارات مربع كاي النسبة المئوية للمواعيد المحجوزة بين المجموعات التي تعرّضت للتدخل ومجموعة التحكم.

الخاتمة

أثبت تطبيق العلوم السلوكية في صياغة رسائل نصية لوكز الأفراد على تلقي لقاح كوفيد 19 فاعليته، ومن الجدير بالذكر أن الوكز السلوكي ساعد على تحسين أعداد المتلقين للقاح كوفيد 19 بتكلفة منخفضة لا تكاد تذكر. وبالرغم من تنوع استجابات الأفراد ممن تلقوا رسائل نصية بإطارات سلوكية مختلفة؛ إلا أن الرسائل المبنية على الأعراف الاجتماعية والرسائل المبنية على مفهوم الأنا كانت الأبلغ تأثيرًا.

اشتملت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من

7,547
شخصًا بالغًا

أكدت النتائج على تسجيل رسائل العادات الاجتماعية أعلى زيادة في المواعيد المحجوزة بنسبة:

21%
رسائل العادات الاجتماعية

19%
رسائل الأنا

19%
رسائل الأهمية

المقدمة

رصدت مدينة ووهان في الصين في الربع الأخير من عام 2019 أولى حالات متلازمة التهاب التنفسي الفيروسي التاجي الحاد الثاني (سارس أو كوفيد - 2 أو كوفيد 19)، والذي عقبه تفشي وانتشاره في جميع أنحاء العالم مخلقاً أكثر من 280 مليون إصابة و5.4 مليون حالة وفاة مؤكدة في جميع أنحاء العالم وفقاً للبيانات العامة المتاحة من منظمة الصحة العالمية. وأعلنت منظمة الصحة العالمية في شهر مارس من عام 2020 بأن الفيروس أصبح جائحة، محاولة منها للسيطرة على تأثير هذا الوضع الصحي الهائل والصعب.

وهبت الحكومات من جميع أنحاء العالم لتنفيذ السياسات التي اقترحتها منظمة الصحة العالمية، وأكدت عليها جهاتها الصحية المحلية. وضمت هذه الإجراءات الاحترازية العاجلة إغلاق الخدمات العامة، وفرض حظر التجول، وفرض الحجر الصحي، وتطبيق التباعد الاجتماعي، وفرض قيود السفر. وساعدت هذه الإجراءات في الحد من عدد الحالات الجديدة المسجلة وأوهنت انتشار الفيروس؛ إلا أنها خلّفت وراءها عواقب اجتماعية واقتصادية وسياسية وخيمة وغير متوقعة. ولهذا يتزايد الإلحاح بالتخلص من مثل هذه الإجراءات الاحترازية والعودة للحياة الطبيعية.





منذ بداية الجائحة سجّلت عدد من الدراسات تقدّمًا ملحوظًا في إنتاج لقاحات مضادّة للفيروس

232



لقاحًا مرشحًا سجله الطب الحديث في مراحل مختلفة من التطوير

9



لقاحات حظيت على الموافقة بموجب ترخيص الاستخدام الطارئ في عدد من البلدان

ولم يصل العلم في الوقت الحالي بعد إلى أي دواء لعلاج كوفيد 19، إلا أنه ومنذ بداية الجائحة سجّلت عدد من الدراسات تقدّمًا ملحوظًا في إنتاج لقاحات مضادّة للفيروس، وعليها انعقد الأمل الوحيد لتجاوز هذه الجائحة. وسجل الطب الحديث - في الوقت الذي كتبت فيه هذه الدراسة - 232 لقاحًا مرشحًا في مراحل مختلفة من التطوير، حظي تسعة منها على الموافقة بموجب ترخيص الاستخدام الطارئ في عدد من البلدان.

وانبعت الجهات المحليّة في المملكة العربية السعودية تدابير متقدّمة قدّمت فيها أنواعًا مختلفة من اللقاحات ووفّرتها لجميع المواطنين والمقيمين عبر منصة "صحتي" وهي تطبيق للهواتف الذكية يمكن من خلاله المواطنين السعوديين الوصول إلى المعلومات الطبيّة، والحصول على مختلف الخدمات الطبيّة الإلكترونيّة التي تقدّمها مختلف المؤسسات الصحيّة في المملكة؛ فمن خلال تطبيق صحتي يمكن حجز مواعيد لتلقّي اللقاح بسهولة ومجانًا، وبالرغم من كل التسهيلات المقدّمة لا زال حوالي 1.2 مليون مواطن في السعودية لم يتلقّوا اللقاح بعد (سجل اللقاح الوطني التابع لوزارة الصحة).

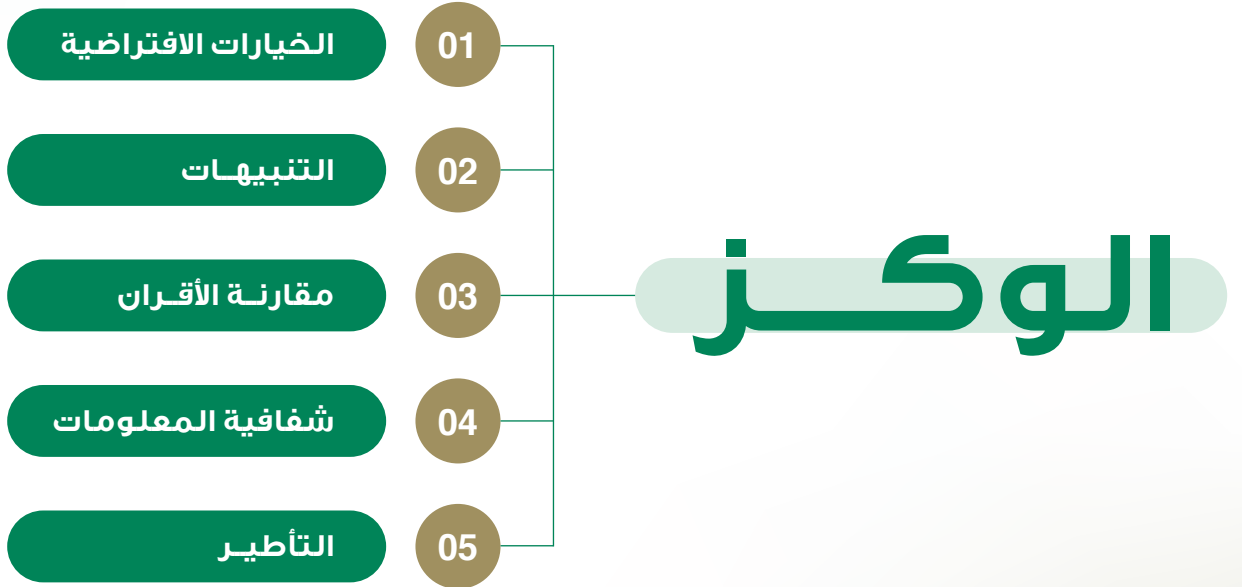
وتتزايد شكوك الأفراد وتردد هم حيال اللقاح من ناحية سلامته وأهمّيته؛ مما يؤدي إلى مخاطر صحيّة، ويقف عائقًا أمام تحقيق مناعة الجماعة؛ حيث يهدد التشكيك والتّردد في اللقاح الصحة العالميّة، وقد يقودنا إلى عودة تفشي الفيروس. ومن هنا تنبّو الحاجة الماسّة إلى نشر استراتيجيات قائمة على الأدلة التي يمكن نشرها بسرعة على نطاق واسعٍ للتشجيع على التطعيم. ويجدر الاسترشاد بمثل هذه الاستراتيجيات في علم السلوك والتي تميّز بانخفاض تكلفتها وقابليتها للتطوير.

كما أثبتت بعض استراتيجيات الوكز فعاليتها ودرجة تأثيرها وإحرازها لنتائج مهمة. فعلى سبيل المثال زادت وحدة الاقتصاد السلوكي في المملكة المتحدة معدلات موافقة التبرع بالأعضاء، وكذلك الإيرادات الضريبية والمساهمات الخيرية. كما زادت معدلات وصفات الأدوية العامة من 75% إلى 98% وذلك بتطبيق منهجيات الوكز فقط. إلا أن أساليب الوكز لم تُطبق بعد في المملكة العربية السعودية، ويمكنها أن تبرز تقدماً في الأوضاع الحالية التي ما يزال يتردد فيها صدى التشكيك في لقاح كوفيد 19.

تهدف هذه الدراسة إلى فحص فاعلية خمسة أنواع من الصياغات المكتوبة في الرسائل النصية المرسلة لتحفيز عينة من المواطنين السعوديين على تلقي اللقاح المضاد كوفيد 19. وقد ثرتي نتائج هذه الدراسة وسائل الإعلام وممارسي التوعية الصحية، وتساعدهم في تصميم الحملات الجماهيرية المقبلة لزيادة التسجيل لتلقي اللقاح.

يُطبق علم السلوك حاليًا في عدد من الدراسات لفهم الأسباب خلف قبول التطعيم والتردد حياله. كما يمكن توظيفه لزيادة معدلات التطعيم من خلال إجراء عدد من التدخلات السلوكية مثل "الوكز". تعمّد إجراءات الوكز على التدخل بتغيير "بيئة الخيارات" التي يتخذ بها الفرد قراراته. ويعمل الوكز كذلك من خلال التأثير على التحيزات المعرفية المتأصلة لدى الأفراد؛ وذلك بتشجيع السلوك المرغوب اجتماعيًا دون فرض أي قيود على الاختيارات المتاحة.

يمكن تصميم الوكز للتذكير بالسلوك أو توجيهه أو تشجيعه عبر العديد من التقنيات المختلفة؛ مثل:



الأدوات والمنهجية

تصميم الدراسة وإعدادها

تتبع هذه التجربة عددًا من الوسائل لقياس فاعلية خمسة أنواع من الرسائل لتحفيز الأفراد على تلقي اللقاح، وهي: **الالتزام والنفور من الخسارة والأهمية والأعراف الاجتماعية والأنا.**

مجتمع الدراسة واختيار العينة

الأفراد البالغين من العمر

18

عامًا وأكبر

والذين سبق لهم ملء استمارة أهلية الحصول على اللقاح، ولكن لم يأخذوا اللقاح حسب سجل اللقاح الوطني في المملكة.

يبلغ عدد هذه العينة

1,291.686

فردًا

واستبعدت الدراسة من كان لديهم نتيجة فحص PCR إيجابية خلال العشرة أيام الماضية قبل بدء الدراسة.

كما عمدت الدراسة كذلك إلى استثناء أي جنسيات أخرى غير السعودية؛ حرصًا على التركيز على الفروقات المحلية الدقيقة والأبعاد الثقافية للغة العربية المكتوبة بها الرسائل.

وأخيرًا، فإن العينة اشتملت فقط على من سُنحت لهم الفرصة بتحميل تطبيق صحي وتفعيل التنبيهات فيه (والتي يمكن التحقق منها عبر نظام التشغيل). بلغ عدد عينة الدراسة بعد تطبيق هذه المعايير 7547 فردًا مؤهلاً.

شمل مجتمع الدراسة

معايير الأهلية

البداية

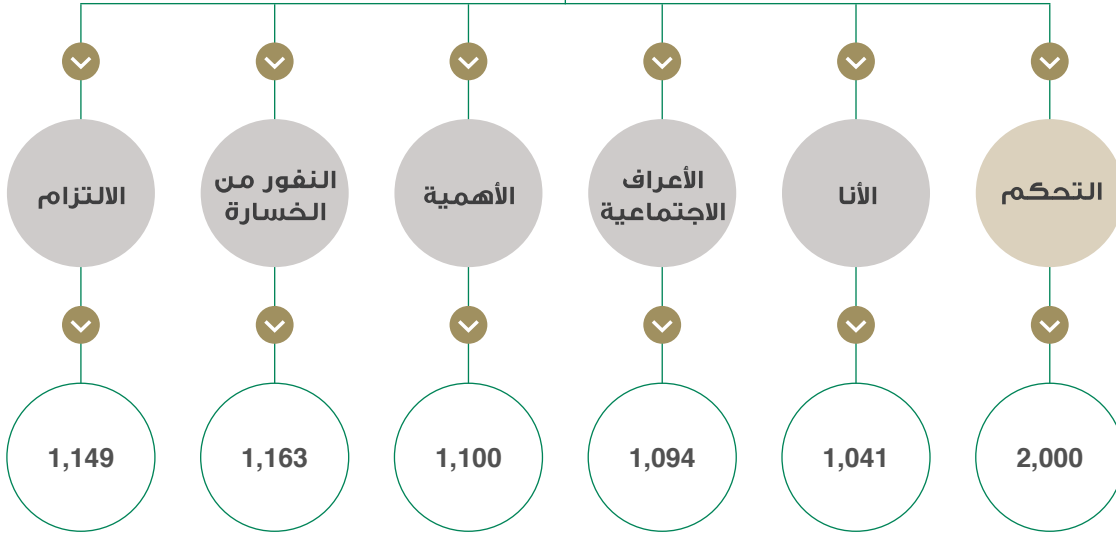
- ≥ 18 عامًا وأكبر
- تم تسجيله مسبقًا للحصول على اللقاح ولكن لم يأخذ اللقاح
- من كان لديهم نتيجة فحص PCR إيجابية

1,291,686

- معايير الشمول:**
- سعودي الجنسية
 - تطبيق صحي مثبت
 - التنبهات مفعلة

7,547

تم توزيع المشاركين عشوائيًا على كل مجموعة



المخرج: هل حجزَ المشارك موعدًا للتطعيم خلال خمسة أيام من تلقيه الرسالة؟ (نعم/لا)

الشكل 1 يلخص منهجية الدراسة



التدخل والمخرجات

وزّعت الدراسة الأفراد المؤهلين من العيّنة عشوائيًا باستخدام خاصية التوزيع العشوائي في برنامج إكسل، وبالتساوي 6 مجموعات: خمس مجموعات تدخل والتي تلقت أحد أنواع الرسائل السلوكية، أو مجموعة التحكم. واشتملت صياغة الرسائل السلوكية على خمسة أنواع مختلفة من الصياغات منها: (الالتزام أو النفور من الخسارة أو الأهمية أو الأعراف الاجتماعية أو الأنا).

عمدت صياغة (تأطير) هذه الرسائل بناءً على **إطار عمل مايند سبيس MINDSPACE**، والذي يزد فيه تحديد للعوامل الأكثر تأثيرًا وشيوعًا في السلوك البشري، وهي: تأثير المرسل، والمكافآت، والأعراف، والخيار الافتراضي، والأهمية، والتهيئة، والعاطفة، والالتزام، وشعور الأنا.

وسبق استخدام هذا الإطار المبني على الاقتصاد السلوكي وعلم النفس عدّة مرات في تدخلات العلوم السلوكية للتأثير على اتخاذ القرار في سياقات مختلفة وبتكلفة منخفضة. أخصي فريق البحث في وحدة الاقتصاد السلوكي الرسائل للتدقيق، وأجرى عليها مراجعات متعدّدة لضمان الحساسية الثقافية ودقة اللغة المستخدمة. واختتمت كل الرسائل محتواها برابط مباشر لحجز موعد اللقاح (رابط إلكتروني يتوافق مع جميع أنواع الهواتف الذكية لضمان الشمولية). ويضمن إرفاق رابط حجز الموعد توجيه المشاركين إلى السلوك المطلوب فورًا بعد قراءة الرسالة، أو التنبيه. وتظهر هذه الرسائل بشكل إشعار منبثق على الهاتف. وفي المقابل لم تتلق مجموعة التحكم أي رسائل أو تنبيهات. ويسرد الجدول 1 محتوى كل رسالة.

نص رسائل التّدخل المرسلّة

الأهميّة

أغلب مرضى كورونا الموجودين في العناية المركزة هم أشخاص لم يأخذوا اللقاح. احجز جرعتك الأولى الآن عبر تطبيق صحتي:
<https://identity.sehhaty.com/download>

الالتزام

استكمالاً لخطوات حصولك على لقاح كورونا، احجز جرعتك الأولى خلال ٤٨ ساعة القادمة عبر تطبيق صحتي:
<https://identity.sehhaty.com/download>

الأعراف الاجتماعيّة

حسب بيانات وزارة الصحة، فإنك من الفئة القليلة التي سجلت للقاح ولم تأخذه حتى الآن. مناعتنا المجتمعية بيدك. احجز جرعتك الأولى عبر تطبيق صحتي:
<https://identity.sehhaty.com/download>

النفور من الخسارة

لا تكن ضحية فيروس كورونا المتحوّر ذي الانتشار السريع والأعراض الخطيرة. احجز جرعتك الأولى الآن عبر تطبيق صحتي:
<https://identity.sehhaty.com/download>

الأنا

افتخر بدورك في الحفاظ على صدارة المملكة عالمياً في مواجهة الجائحة. أخطك للقاح يحميك ويبقىنا في القمة. احجز جرعتك الأولى عبر تطبيق صحتي:
<https://identity.sehhaty.com/download>

وكان المُخرَج الرئيسي للقياس هو ما إذا حجز المشاركون موعداً للتطعيم بحلول نهاية اليوم الخامس من تلقيه الرسالة، بناءً على بيانات سجل اللقاحات الوطني. وبدأ إرسال جميع الرسائل بعد ظهر يوم الأحد (وهو أول أيام العمل في المملكة العربية السعودية). وانتهى إرسال رسائل التّدخل بنهاية اليوم الخامس من الأسبوع (الخميس)، ووافق هذا الأسبوع ما بين 5 إلى 9 من شهر سبتمبر 2021.

التحليل

اعتمد تحليل البيانات باستخدام اختبار مربع كاي لتقييم فاعلية التّدخل على مقارنة كل مجموعة على حدة مع مجموعة التحكم. وكان المتغير لها هو حجز موعد للتطعيم ذي خانتين (حجز الموعد من عدمه). كما يشمل التحليل كذلك بيانات توضح الفروقات بين الجنسين والفئات العمرية في مجموعات التّدخل باستخدام مربع كاي كذلك. وأجرت الدراسة التحليلات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعيّة الإصدار 23. وضبطت الدلالة الإحصائية عند $p < 0.05$.

النتائج

جمعت الدراسة البيانات من 7547 مشاركًا. وكانت أغلب عيّنة الدراسة من الإناث بنسبة (60.4%). ومثل الأفراد الأصغر سنًا أكثر من نصف عيّنة الدراسة بنسبة (62.1%). انظر الجدول رقم 2.

الفئة العمرية	إجمالي العينة: 7,547	%
18-25	2,066	27.4
26-35	2,619	34.7
36-45	1,618	21.4
46-55	671	8.9
56-65	463	6.1
> 65	110	1.5

الجدول 2 يوضّح التوزيع الديموغرافي لعيّنة الدراسة

7,547

إجمالي العينة



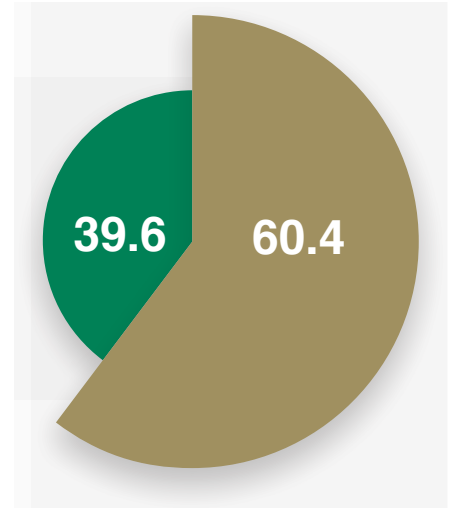
2,986

ذكر



4,561

أنثى



وأظهرت نتيجة اختبار مربع كاي لمقارنة عدد المواعيد المحجوزة بين مختلف مجموعات التدخل ومجموعة التحكم أن جميع أنواع الرسائل المؤطرة - باستثناء الالتزام - حققت زيادة إحصائية معتبرة في عدد المواعيد المحجوزة (انظر الجدول رقم 3). حيث سجلت مجموعة رسالة الأعراف الاجتماعية أعلى زيادة في المواعيد المحجوزة ($p= .001$, 21.0%)، تليها مجموعة الأنا (19.1%)، ثم مجموعة الأهمية بنسبة ($p=0.011$, 19.0%) مقارنة مع مجموعة التحكم. كما أظهرت المقارنة بين مجموعة التحكم مع مجموعات التدخل مجتمعة اختلافًا ذو دلالة إحصائية معتبرة؛ حيث بلغت نسبة المواعيد المحجوزة 18.9% في مجموعات التدخل، فيما سجلت مجموعة التحكم نسبة 15.5% (X^2 ; $p<.001 = 11.40$). انظر الجدول رقم 3.

حجز الموعد				
المتغير	نعم	لا	X ²	p
الالتزام	195 (17.0%)	954 (83.0%)		
مجموعة التحكم	310 (15.5%)	1,690 (84.5%)	1.17	.279
المجموع	505 (16.0%)	2,644 (84.0%)		
النفور من الخسارة	214 (18.4%)	949 (81.6%)		
مجموعة التحكم	310 (15.5%)	1,690 (84.5%)	0.04	.034
المجموع	524 (16.6%)	2,639 (83.4%)		
الأهمية	209 (19.0%)	891 (81.0%)		
مجموعة التحكم	310 (15.5%)	1,690 (84.5%)	-0.05	.013
المجموع	519 (16.7%)	2,581 (83.3%)		
الأعراف الاجتماعية	230 (21.0%)	864 (79.0%)		
مجموعة التحكم	310 (15.5%)	1,690 (84.5%)	-0.07	.001
المجموع	540 (17.5%)	2,554 (82.5%)		
الأنا	199 (19.1%)	842 (80.9%)		
مجموعة التحكم	310 (15.5%)	1,690 (84.5%)	-0.05	.011
المجموع	509 (16.7%)	2,532 (83.3%)		
مجموعات التدخل^أ	1,047 (18.9%)	4,500 (81.1%)		
مجموعة التحكم	310 (15.5%)	1,690 (84.5%)	11.40	.000
المجموع	1,357 (18.0%)	6,190 (82.0%)		

أ = إجمالي مجموعات التدخل كاملة

كما عقب التحليل الظاهر في جدول رقم 3 تحليل آخر لتقييم الفروقات بين الجنسين في النتيجة؛ (حيث بلغ عدد الإناث = 4,561، أما عدد الذكور فبلغ = 2,986). لكن لم يُظهر التقييم أي دلالات إحصائية في جميع المقارنات، واستثنينا عرض نتائج هذا التحليل للإيجاز.

المناقشة

كما كشفت رسائل الأنا والأهمية عن نتائج واعدة؛ حيث يميل الناس عمومًا إلى السلوكيات التي تدعم صورتهم الإيجابية، ويتحسّن أدائهم عندما يتوقع الآخرون منهم أمالًا كبيرة. ومن هذا المنطلق أثبتت رسائل الأنا في هذه الدراسة على دور الأفراد في أن تكون بلادهم في مصاف الدول المتقدمة، وعلى أكتافهم وفق جمل حماية المجتمع من خلال المبادرة لأخذ اللقاح. وفي عصرنا الذي تعجّ فيه وسائل التواصل الاجتماعي بالمعلومات الكثيرة جدًا في كل لحظة؛ أصبح تركيز الفرد سلعة نادرة وتحديًا يواجه جهات الصحة العامة والقطاع الخاص على حد سواء، وبات يُعزّف باسم "اقتصاد الانتباه"، أي أن هناك سوق كامل تتنافس فيه الجهات على "تركيز وانتباه" المستخدم. لذلك فإن أحد أبرز عناصر الوكز هو الأهمية، والذي يعمل على إبراز عناصر محددة من الخدمة أو السلعة (مثل فائدتها أو شكلها الفني). وظفت الدراسة الحالية الأهمية من خلال التأكيد على حقيقة أن معظم المرضى في وحدات العناية المركزة في المستشفيات كانوا ممن لم يتلقوا اللقاح. وهذه حقيقة افترضنا أنها ستثير انتباه الفرد في ضم السيل العازم من المعلومات التي تصل الأفراد على هواتفهم.

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم فاعلية رسائل الوكز المختلفة في تأثيرها على المواطنين لحجز موعد التطعيم بلقاح كوفيد 19 في السعودية. واشتملت عينة الدراسة على أفراد أبدوا اهتمامهم بالتطعيم، وسبق لهم التسجيل لأخذ لقاح كوفيد 19، لكن لم يحجزوا موعدًا لتلقي اللقاح. وبدت نظرية الوكز الخيار الأمثل للتعامل مع هذه الحالة؛ إذ أن النظرية تؤثر بشكل أكبر في حالات التردد مقارنة بما لو كان الفرد يظهر رفضًا قاطعًا لتلقي اللقاح أو لا يبدي أي اهتمام بالتطعيم.

تتوافق نتائج هذه الدراسة مع الأبحاث السابقة التي تؤكد على تأثير رسائل الوكز النصية في البت في قرارات الأفراد المترددين. وأثبتت نتائج الدراسة الحالية -بإستثناء إطار الالتزام- فاعليتها، وسجلت زيادة كبيرة في حجز موعد التطعيم في مختلف المجموعات الديموغرافية. كما أكدت دراسات مماثلة على فاعلية استخدام الرسائل بصياغات معينة، وأثبتت فاعليتها وإمكانية زيادتها لنية الجمهور للتطعيم وتلقي اللقاح.

أظهرت هذه الدراسة تأثير صياغة الأعراف الاجتماعية الجلي، والذي سجّل أعلى أثرًا بين رسائل التدخل؛ حيث يتأثر الناس عادةً بأفعال الآخرين بسبب طبيعتنا الفطرية المتأصلة للانتماء إلى مجموعات مماثلة؛ مما يثبت قوة الأعراف الاجتماعية في تغيير السلوكيات. وقد صوّرت هذه الرسالة الفئة المترددة في أخذ اللقاح أنهم الأقلية في المجتمع، ووضعت عليهم المسؤولية في حماية المجتمع. كما فحصت دراسة مماثلة أجراها أجرانوف Agranove وزملاؤه تأثير المشاركة الاجتماعية والأعراف وثقافة الجماعة على اتخاذ قرار تلقي لقاح كوفيد 19، وأفضت نتائجها إلى تأثر الأفراد تأثرًا إيجابيًا بقرارات الآخرين للتطعيم وحثهم عليه.

بيد أن صياغة الالتزام المُستخدَم في الدراسة لم يخلّف أيّ أثر على زيادة الحجز للقاح. وهذا غير مستغرب، فالبي الآن لا يتم استخدام صياغة الالتزام على نطاق واسع في علم السلوك؛ بسبب التعقيدات الكبيرة التي تجعل الفرد ملتزمًا تجاه سلوكًا معينًا. وطلبت الرسالة المتضمنة في هذه الدراسة من المشاركين إتمام خطوات تلقي اللقاح من خلال حجز موعد في غضون 48 ساعة. ولهذا من المحتمل أن تؤدي النافذة الزمنية القصيرة والمستعجلة ذات 48 ساعة إلى نتائج عكسية؛ حيث قد ينشغل المشاركون بأولويات أخرى، مما يدفعهم إلى تأجيل أي استجابة لعجزهم عن تلبية المتطلبات خلال الإطار الزمني المحدد.

كما كشف تحليل إضافي حسب الفئات العمرية أن الفئات العمرية الأصغر سنًا (ما بين 18-35) حقّزتهم الأعراف الاجتماعية ورسائل الأنا أكثر مقارنةً بالمشاركين الأكبر سنًا. وتتناقض هذه النتيجة مع الدراسة التي أجراها ميلكمان Milkman وزملاؤه؛ ففيها لم ترد أي دلالة على استجابة الفئات العمرية المختلفة لتيّج الرسائل المختلفة. فيما تتوافق النتائج الحالية مع الأدلة التي تقضي بتأثر الأجيال الشابة بالأعراف الاجتماعية واستجابتهم للضغط. كما تتماشى هذه النتائج مع السياق السياسي السعودي الاجتماعي السائد؛ حيث يتزايد فيه الحس الوطني أكثر من أي وقت مضى، والذي تقوده الأجيال الشابة. وفي الواقع إن من أكثر الحقائق التي نتفأخر بها في السعودية اليوم -لا سيما في الخطاب السياسي- أن 70% من المواطنين يبلغون من العمر 35 عامًا أو أصغر، وبسواعدهم يبنون العناصر الداعمة لرؤية 2030 ويرسخونها. ولهذا، فإن العزف على وتر الكبرياء الوطني بين الشباب السعودي يلقي أدانا مرهفة، ويجدر تطويغه لتعزيز استجابتهم للصحة العامة.

تشري هذه الدراسة مجال العلوم السلوكية من عدة نواحي. فبالرغم من إثبات عدة دراسات سابقة لفاعلية صياغة الأهمية والأعراف الاجتماعية والنفور من الخسارة المتعلقة بتلقي اللقاحات، إلا أن -وعلى حد علمنا- هذه أول دراسة من نوعها تقدّم منظورًا حول صياغة الأنا والالتزام. كما يضمن اختيار العينات الوطنية عشوائيًا، وكذلك التوزيع العشوائي لها، الدقة المنهجية اللازمة في العلوم السلوكية، ويعزز مصداقية النتائج. ومن نقاط قوة هذه الدراسة كذلك هو استخدامها للقياس الموضوعي في تحديد حالة التطعيم قبل التدخل وبعده وذلك عبر التأكد من حالة تطعيم الفرد من السجل الوطني للقاحات، وليس عبر أي استبانات أو اجابات فردية. نأمل أن تكفل هذه العناصر الثقة المطلوبة في نتائج الدراسة.

الفئات العمرية الأصغر
سنًا ما بين

18-35

حقّزتهم الأعراف الاجتماعية ورسائل
الأنا أكثر مقارنةً بالمشاركين
الأكبر سنًا





الخاتمة

أثبتت تقنيات الوكز فاعليتها في تحفيز الأفراد على التطعيم

وفي ظل استمرار تفشي الجائحة في جميع أنحاء العالم، وكثرة متحورات الفيروس الفتاك، تبدو اللقاحات من الخيارات القليلة المتاحة لمجابهته. ولهذا تكدح الحكومات ليلاً ونهاراً، وتحرص على تطعيم مواطنيها وتحصينهم ضدّه. وبالرغم من فاعلية الحجر الصحي والإجراءات الاحترازية الصارمة، إلا أن تطبيق منهجيات الوكز السلوكية على الأفراد المترددين حول التطعيم يُتيح لنا طريقة إضافية وفعّالة تُمكن من السيطرة على انتشار هذا الفيروس الخطير.

أثبتت تقنيات الوكز فاعليتها في تحفيز الأفراد على التطعيم. وأظهرت التدخلات المبنية على العلوم السلوكية كفاءتها عندما نَقارن الأثر بالتكلفة. فعلى سبيل المثال: كلفت الرسالة الواحدة المستخدمة في هذه الدراسة أقل من 0.33 دولار، لكنها حققت زيادة في مواعيد اللقاح بنسبة 18-21%. وهذا يدفعنا إلى حتّ صانعي السياسات وتشجيعهم على دعم التدخلات المبنية على العلوم السلوكية، خاصة التي تستخدم فيها منهجيات الأنا والأعراف الاجتماعية لتقليل التردد الذي يشوب موضوع التطعيم. ويمكن تطوير أساليب التدخل هذه بتصميمها وتوجيهها لفئات ديموغرافية محدّدة.

إعداد

أحمد الحميد

قائد أول تعلم الآلة في قسم
خدمات البيانات
a.alhomaidd@lean.sa

فهد السعوي

كبير مدراء خدمات
البيانات
f.alsaawid@lean.sa

د. محمد العبدالعالي

مساعد وزير الصحة،
والمتحدث الرسمي
لوزارة الصحة
MAL-Abdul-Aali@moh.gov.sa

عبد الله العثمان

مسؤول تحليل الأعمال في
قسم الخدمات الإلكترونية
a.alothman@lean.sa

ناصر العنزي

كبير مدراء خدمات
البيانات
n.alanazi@lean.sa

د. خالد العبدالكريم

الوكيل المساعد الملك
لرعاية الأولية بوزارة
الصحة
khalabdulkarim@moh.gov.sa

سارة الخضير

مهندس بيانات أول في
قسم خدمات البيانات
s.alkhudair@lean.sa

محمد النشار

مدير اول تطوير الاعمال
في قسم خدمات البيانات
m.alnashar@lean.sa

محمد الحاجي**

مدير إدارة التغيير السلوكي
في (نذج) في وزارة الصحة
alhajjim@moh.gov.sa

إبراهيم الجنيدل

مهندس بيانات في
قسم خدمات البيانات
i.aljenaidel@lean.sa

د. عبد الله الزبير**

مدير البحث والتطوير
في شركة لين
a.alzeer@lean.sa

سارة السحيباني

أستاذة مساعد في جامعة
الاميرة نوره بنت عبدالرحمن
كلية الصحة وعلوم التأهيل
ومستشار في وحدة الاقتصاد
السلوكي في وزارة الصحة
ssuhaibani@moh.gov.sa

دلال العلي

محلل بيانات في قسم
خدمات البيانات
d.alali@lean.sa

عبد الرحمن الألمعي

مدير تطوير الأعمال في
قسم تحسين العمليات
a.almaee@lean.sa

ريم الشهري

باحثة في إدارة التغيير
السلوكي (نذج) في وزارة
الصحة
rzalshehri@moh.gov.sa

إيمان الخليفي

مدير مشروع في قسم
الخدمات الإلكترونية
e.alkhulaifi@lean.sa

سعد البحيي*

باحث في إدارة التغيير
السلوكي (نذج) في وزارة
الصحة
salyahya@moh.gov.sa

للتواصل:

إيميل: alhajjim@moh.gov.sa هاتف: +96655 1996785
** شارك المؤلفان بالتساوي في إعداد هذه الدراسة.

