وينتفل فيجا يهني

مجلة بحورے (العلاقات (العامة

(الشرق (الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠١٩م = ١٣٢١.

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة ـ السنة الثامنة ـ العدد الناسع والعشرون ـ الجزء الثاني ـ ١٠ أكتوبر ٢٠٢٠م

(الإعلام وجائحة كورونا .. مصداقية أم أزمات وشائعات؟)

- توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا (كوفيد ١٩)
- د. مجد عبد الحميد أحمد (جامعة الأزهر) ... ص٣٧٧
- تقييم الأساليب الاتصالية المستخدمة في التعليم الالكتروني خلال جائحة كورونا، ومدى فاعليتها لدى الطلاب: د. ميرهان محسن مجد السيد طنطاوي (جامعة فاروس) ... ص٤٣١ دراسة حالة
- استخدام الجمهور المصري للتليفزيون والفيسبوك للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الآداء
 الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي

د. هاجر محمود محد عمر (جامعة ٦ أكتوبر) ... ص٥٤٥

- العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالي للجمهور المصري في أثناء أزمة فيروس كورونا: دراسة ميدانية دراسة ميدانية دراسة ميدانية دراسة ميدانية دراسة مين شمس ... ص١٣٥٥
 - أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد-١٩) في المواقع الإخبارية الإلكترونية :دراسة تحليلية على عينة من المواقع
 الإخبارية المصرية

د. محد عثمان حسن على (معهد الإسكندرية العالى للإعلام) ... ص٧٥٥

اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات أثناء الأزمات الصحية:
 جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد -١٩) أنموذجاً

د. محمود محدد عبد الحليم (جامعة عين شمس) ... ص٨٩٥

- دور المواقع الاخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩" د. عبد الحفيظ عبدالجواد درويش مصطفى (جامعة طيبة) ... ص ٦٤١
- استراتیجیات مواجهة الشائعات حول أرمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونیة الرسمیة: دراسة تطبیقیة
 على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمیة

شيماء محد عبد الرحيم زيان (جامعة دمنهور) ... ص١٩٧٠

(ISSN 2314-8721) الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية (ENSTINET) بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٣٤٣٠ هي مصر جميع الحقوق محفوظة ٣٠٠٠ هي APRA الوكلة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. على السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق) أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر) أسناذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر) أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الأداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر) أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشنون خدمة المجتمع وتنمية البينة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف مجد طايع (مصر) أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر) استاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشنون خدمة المجتمع وتتمية البيئة سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر) أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز هجد عبد الله (مصر) أستاذ الإذاعة والتلفزيون – وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الأداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محد العربي (السعودية) أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الأداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر) أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن) استاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة العين – أبو ظبي

أ.د. هجد عبد الستار البخاري (سوريا) بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أد. على قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أد رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال ـ جامعة الجزائر

أ.د. هشام محد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

* الأسماء مرتبة وفقًا لتاريخ الحصول على درجة أستاذ جامعي.



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

عدد التاسع والعشرون / الجزء الثاني ـ السنة الثامنة ـ ١٠ أكتوبر ٢٠٢٠م

مؤسسها ورئيس مُجلسُ الإدارة

د. حاتم محد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. على السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د. مجد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محد السنوسي أستاذ مشارك بكلية الاتصال جامعة الشارقة

أ.م.د. مجد حسن العامري أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. فؤاد علي سعدان أستاذ العلاقات العامة المشارك كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

على حسين الميهي

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي بينُ السّراياتُ – أ شارع مُحّد الزغبي

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم رَمْزُ بریدي: ۳۲۱۱۱ صندوق بریدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency



جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطيع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجـوز، دون الحصـول علـى إذن خطـي مـن الناشـر، اسـتخدام أي مـن المـواد التـي تتضـمنها هـذه المجلـة، أو استنسـاخها أو نقلهـا، كليّـا أو جزئيًّا، فـي أي شـكل وبأيـة وسـيلة، سـواء بطريقـة الكترونيـة أو آليـة، بمـا فـي ذلـك الاستنسـاخ الفوتـوجرافي، أو التسـجيل أو اســتخدام أي نظـام مــن نظــم تخــزين المعلومــات واســترجاعها، وتطبــق جميــع الشــروط والأحكــام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

> الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة (ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية (ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية (ENSTINET) بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر رقم الإيداع: ٢٤٣٨/ ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسـارات، يرجـي الاتصـال بـرئيس مجلـس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الاتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st. Postal code: 32111 Post Box: 66

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

موقع ویب: www.apr.agency - www.jprr.epra.org.eg

الهاتف : 818- 20-376-20 (+2) -1 -151 - 11- 14- 157 - (+2) 0114 -157 - 14- 157 - (+2) 0114 -157 - 14- 157 الهاتف

فاكس : 73- 00-231-90 (++)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:











مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاتًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).

والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- ول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي NSP الموسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
 - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
 - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية _ وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير
 والدكتوراه.
- يقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية الإنجليزية الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراَعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه، ويُراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢.٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقًا للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقًا للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقًا لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلًا خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًا فيرسله الباحث بعد ١٥ يومًا من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠٥ المصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥%) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأى عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
 - لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4 في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب١٠ .
 - يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
 - ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٢٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين ١٨٠\$. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠\$ ، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٢٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٥٠٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهًا ومن خارج مصر ٤٥٠\$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الأراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- ثرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة جمهورية مصر العربية المنوفية شبين الكوم تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١ صندوق بريدي: ٣٦، والإيميل المعتمد من المجلة وإرسال صورة أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة <u>ceo@apr.agency</u> بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر ـ ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثمانية وعشرون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط ـ وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة ـ وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصَّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتويً باللغة العربية بمعدل = ١٠٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ١٠٥٠ في عام ٢٠١٩م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمربكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى. كما صُنفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية Q2" وهي الفئة الوسطى المرتفعة، كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخخص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القري.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة").

وفي العدد التاسع والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا خاصًا على جزأين حول: "الإعلام وجائحة كورونا .. مصداقية أم أزمات وشائعات؟" يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة وللأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوبن رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة في الجزء الأول بالعدد "التاسع والعشرين" من المجلة، ومن جامعة الجزائر ٣، نجد بحثًا تحت عنوان: " كوفيد_٩، الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة: تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة"، وهو مقدم من: أ.د. على قسايسية، من الجزائر.

ومن جامعة بني سويف، قدمت: أ.م.د. مروى ياسين بسيوني، من مصر، بحثًا بعنوان: "التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية، وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا)".

ومن جامعة قناة السويس، قدّمت: د. سارة سعيد عبد الجواد دسوقي، من مصر، بحثًا بعنوان: "اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا".

وقدّمت: د. آلاء بنت علي بكر آل شيخ، من جامعة الملك عبد العزيز، من السعودية، بحثًا بعنوان: "دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي العمرة نحو قرار المملكة بتعليقها مع بداية جائحة كورونا وعلاقته بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية".

ومن جامعة كفر الشيخ، قدّمت: د. إيناس منصور كامل شرف، من مصر، بحثًا بعنوان: "دور مواقع التواصل الإجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد – ١٩)".

ومن الكويت من جامعة الكويت، قدّمت: د. فاطمة سعود عبد العزيز السالم، بحثًا تحت عنوان: "مصداقية الإعلام الكويتي الرسمي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد-١٩) نموذجًا".

ومن جامعة القاهرة، قدّم: د. حسين خليفة حسن خليفة، من مصر، بحثًا بعنوان: "التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية".

أما حاتم حيدر علي الصالحي، من جامعة صنعاء، من اليمن، فقد قدّم بحثًا تحت عنوان: "توظيف تطبيقات الإنترنت في الحد من تفشى وباء كوفيد-٩٠: دراسة حالة التجربة اليمنية ".

وأخيرًا من جامعة سوهاج، قدّمت: أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد، من مصر، بحثًا تحت عنوان: "اتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا: دراسة تعليقات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الإفتراضية على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية".

أما الجزء الثاني من العدد التاسع والعشرين فضم عددًا من البحوث في ذات الموضوع، ومن جامعة الأزهر، نجد بحثًا تحت عنوان: "توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا (كوفيد – ١٩)"، وهو مقدم من: د. محد عبد الحميد أحمد، من مصر.

ومن جامعة فاروس بالإسكندرية، قدمت: د. ميرهان مجد السيد طنطاوي، من مصر، دراسة حالة بعنوان: "تقييم الأساليب الإتصالية المستخدمة في التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا، ومدى فاعليتها لدى الطلاب".

ومن جامعة ٦ أكتوبر، قدّمت: د. هاجر محمود مجهد عمر، من مصر، بحثًا بعنوان: "استخدام الجمهور المصري للتليفزيون والفيسبوك للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الآداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي".

وقدّم: د. كهد عثمان حسن علي، من معهد الإسكندرية العالي للإعلام، من مصر، بحثًا بعنوان: " أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد-١٩) في المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية ".

ومن جامعة طيبة بالسعودية، قدّم: د. عبد الحفيظ عبد الجواد درويش مصطفى، من مصر، بحثًا بعنوان: "دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد- ١٩.

ومن مصر من جامعة عين شمس، قدّمت: د. إيمان صادق صابر شاهين، دراسة ميدانية بعنوان: "العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالى للجمهور المصري في أثناء أزمة فيروس كورونا".

ومن الجامعة ذاتها، قدّم: د. محمود مجد عبد الحليم، من مصر، بحثًا بعنوان: "اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات أثناء الأزمات الصحية: جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩)أنموذجاً".

وأخيرًا من جامعة دمنهور، قدّمت: شيماء كهد عبد الرحيم زيان، من مصر، دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية تحت عنوان: "استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة أ.د. على عجوة

اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية:جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد – ١٩) أنموذجاً

إعداد

د. محمود محمد محمد الحليم (*)

اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية: جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد – ١٩) أنموذجاً

د. محمود محجد عبد الحليم dr.haleem87@gmail.com جامعة عين شمس

ملخص:

استهدفت الدراسة الكشف عن مدى اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات، أثناء الأزمات الصحية بالتطبيق على جائحة فيروس كورونا المستجد. وبلغت عينة الدراسة (٠٠٠) مبحوثاً، من المراهقين المصريين والسعوديين، مشتملة الذكور والإناث، وتحقيقاً لهدف الدراسة الوصفية تم بناء مقاييس، وتم إجراء المعالجات الإحصائية. وقد أشارت النتائج العامة إلى حرص غالبية المبحوثين على متابعة مستجدات جائحة كورونا على وسائل الإعلام بمستوي (مرتفع). كما توصلت الدراسة إلى تأثر غالبية المبحوثين بالنواحي المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة إعتمادهم على وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق بين مجموعات المراهقين الذين يمثلون مستويات المعرفة ومستويات الثقة المختلفة بالأزمات الصحية، وذلك على مقياس أبعاد الإعتماد على وسائل الإعلام وهي: الفهم الذاتي، والفهم الاجتماعي، وتوجيه الفعل، وتوجيه النفعل، وتوجيه النفيل الإعلام كومصدر للمعلومات، وهي التأثيرات الصحية، وذلك على مقياس تأثيرات الاعتماد على مستويات المعرفة ومستويات الثقة المختلفة بالأزمات الصحية، وذلك على مقياس تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، وهي التأثيرات الصحية، وذلك على مقياس تأثيرات السلوكية.

الكلمات المفتاحية: فيروس كورونا، الأزمات الصحية، الوباء.

ەقدەة:

إن الإرتفاع المستمر في عدد ونوعية الأزمات والكوارث من جهة، وتطور تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام وثورة المعلومات من جهة أخرى، يدفع نحو الإهتمام ببحوث ودراسات إعلام الأزمات، كما يفتح إشكاليات عديدة أمام الباحثين تستدعي إلقاء المزيد من الضوء عليها، فكثير من وسائل وفنون التغطية الإعلامية ووسائل الاتصال قد تطورت بحيث يسمح بالفورية في نشر المعلومات.

وعادةً ما تكون الأزمات والكوارث محط اهتمام وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، فغالبية مستخدمي وسائل الإعلام يهتمون بهذه النوعية من الأحداث، سواءً كانوا معنيين بالأمر أو بهدف الفضول، مثل الأزمات الناتجة عن انتشار أمراض أو أوبئة، أو كوارث طبيعية، أو أزمات الشركات، أو الأعمال الإرهابية،(Grégoire & Tripp,2015.p 173-182) فنجد أن وسائل الإعلام ظلت أول ما يلجأ إليها

الجمهور لمعرفة المزيد من المعلومات عن حادث أو أزمة ما؛ فهي توفر المعلومات متنوعة المصادر والمحسورة ونشرها وتبادل الآراء حولها مع المعلومات المنشورة ونشرها وتبادل الآراء حولها مع الأخرين.(Veil & Palenchar, 2014. p110-122)

ويتصاعد مستوى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات في حالة وقوع أزمة أو كارثة، وتتزايد هذه العلاقة بوضوح في ظل ظروف عدم الإستقرار الاجتماعي والتغيرات والتهديدات المجتمعية، وخاصة في حالة الأزمات الصحية من أجل خلق تفسيرات للأحداث. (صلاح، ٢٠١٢م)

وهنا تبرز عدة أهداف للإعلام في تغطيته للأزمة ومنها: سرعة مواجهة الأزمة والحد من الخسائر، وطمأنة الجمهور الداخلي والخارجي، (مكاوي، ٢٠٠٥م. ص١٤٥) والتنسيق بين الأجهزة المختلفة لمواجهة الأزمة، والقضاء على الشائعات في حالة نقص المعلومات، بالاضافة إلى تزويد الجماهير بالمعلومات الدقيقة المرتبطة بالأزمة وكسب تأييدهم. (العبد، ٢٠٠٩م. ص٣٦٣)

وساعد تطور تكنولوجيا الاتصالات الرقمية، وظهور وسائل الإعلام الاجتماعي إلى تغيير بيئة اتصالات الأزمة، حيث قدمت هذه الوسائل نمطاً جديداً للاتصال أوقات الأزمات، إلى درجة اعتماد متخذي القرار عليها في تقييم الأوضاع وصياغة المواقف واستراتيجيات الاستجابة. & Getchell . & Sellnow, 2016. p597-606) وقد أدى هذا التطور إلى خلق واقع جديد، فقد أصبح لهذه الوسائل تواجد يماثل بل ويفوق في بعض الأحيان وسائل الإعلام التقليدية، التي باتت تعتمد على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول مختلف الأحداث وخاصة الأزمات والكوارث. (, 2015 P97-102 . () والكوارث، فهي تتيح للمنظمات والدول اتصالاً فورياً ومباشرًا مع أصحاب المصالح والرأي العام، حيث ومتفاعل معهم. (Liu & Pennington, 2015 p.76-84)

وقد ساهم انتشار جائحة كورونا في نقل العالم إلى ظواهر اجتماعية جديدة، حيث اتجه العالم إلى سياسة التباعد الاجتماعي والتواصل عبر تكنولوجيا الاعلام الجديد؛ بهدف تحقيق أعلى درجات الحماية من الإصابة من هذا الفيروس القاتل، علاوة علي دور الإعلام في توجيه الكتل البشرية نحو الاجراءات السليمة والآمنة في تقليل تفشي الجائحة عالمياً ومحلياً. (المغير، ٢٠٢٠م. ص٥٥٨)

ومن ثم برزت ضرورة التعرف على مستوي إعتماد المراهق المصري والسعودي على وسائل الإعلام وخاصة أثناء الأزمات الصحية، وقد تم تناول أزمة فيروس كورونا المستجد نموذجاً لهذه الدراسة الحالية نظراً لحداثتها، وتناولها بشكل مُكثّف في كل وسائل الإعلام المحلية والعالمية وذلك في ضوء مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام.

مشكلة الدراسة:

أدت تكنولوجيات الإعلام إلى تعميم المعرفة، مما كرَّس حربة الوصول إلى المعلومات بما في ذلك المعلومات العلمية والتثقيفية، وأصبح بإمكان أي شخص الحصول على المعلومات التي يربدها بشكل سهل وسريع وبتكلفة زهيدة، وظهر في المجال الطبي ما يسمى بالعلاج الذاتي (Self- Medication) حيث يشخُّص المربض حالته الصحية أحياناً من خلال تصفحه لوسائل الإعلام الالكترونية المتخصصة في المجال الطبي، وفي شراء الأدوية دون استشارة الطبيب رغم ما يحمله ذلك من مخاطر.

ومع بدء تسجيل إصابات بفيروس كورونا المستجد في عدد من الدول العربية؛ فإن الأمر يستدعي اتباع إجراءات وقائية تساعد متبعيها على الحد من خطر الإصابة بأشكال العدوى التنفسية المختلفة. (العجرم، ٢٠٢٠م. ص٦) ونتيجة تفشى مرض الفيروس التاجي (covid-۱۹) ظهرت أزمة صحية عالمية أثرت على الحياة اليومية؛ وتم اللجوء لإجراءات السلامة من أجل احتواء انتشار الفيروس، ولمواجهة هذه الظاهرة العالمية كان لابد من تفعيل استراتيجيات التغطية الإعلامية للوقاية من جائحة كوفيد-١٩، مثل تشجيع التباعد الاجتماعي والالتزام بالحجر الصحى وغيرها من المضامين التي تناولتها وسائل الإعلام. (علة، ۲۰۲۰م. ص٤٩٧)

وبجدر التأكيد على أن الاستجابة الفعالة والكفوءة للأوبئة من شأنها أن تقلل الوفيات والإصابات، وكذلك تقليل الآثار الاقتصادية والاجتماعية والأمنية لانتشارها. وهذه الاستجابة تعتمد بشكل أساسي على جودة وكمية المعلومات المتوفرة في أي وقت، والتنسيق الجيد بين الأطراف المعنية وكذلك سهولة تبادل المعلومات والاتصال بينهم. (عبدالمجيد، ٢٠٢٠م. ص٧)

وقد كانت ولازالت المملكة العربية السعودية من أبرز الدول التي تبنت استراتجيات جيدة بشأن مواجهة كورونا؛ حيث أعلنت وزارة الخارجية السعودية في ٢٨ فبراير الماضي إتخاذها بعض الإجراءات الإحترازية فيما يتعلق بمواجهة كورونا، تمثَّلت في تعليق دخول مواطني دول مجلس التعاون الخليجي إلى مدينتي مكة المكرمة والمدينة المنورة على أن يُستثنى منهم مواطنو دول مجلس التعاون الذين مضى على وجودهم في السعودية ١٤ يومًا متصلة، ولم تظهر عليهم علامات الإصابة بالفيروس. (زكريا، ٢٠٢٠م. ص١٣) وقد سجلت المملكة العربية السعودية عدد ١٠٠١١ إصابة جديدة في نفس اليوم الذي سجلت فيه جمهورية مصر العربية عدد ١٠٥٧٥ إصابة جديدة لفيروس كورونا المستجد.

(https://www.care.gov.eg/EgyptCare/Index.aspx)

وبمكن الوقوف على أبعاد مشكلة الدراسة من خلال الآتى:

تعتبر الأزمة مصدرًا مهمًا لإنتشار القلق والتوجس وازدياد الرغبة الملحة في الشعور بالأمان، والحاجة إلى المعرفة، ومن ثم تستدعي الأزمة حالة من استنفار المعارف والمعلومات، لذا يتعاظم دور وسائل الإعلام خاصة في وقت الأزمات الصحية.

- قدرة وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام من خلال نشر المعلومات وتناولها لمدى واسع من الموضوعات والقضايا خلال فترة زمنية محددة.
- اعتماد المراهقين المصربين والسعوديين على وسائل الإعلام في ظل الأزمات، وطرحها للأحداث وشرحها وتفسيرها والتعليق عليها بأسلوب يستهدف التأثير على الجمهور.
- قيام الباحث بعمل دراسة استطلاعية علي المراهقين للوقوف على أكثر الوسائل الإعلامية متابعة في ظل انتشار فيروس كورونا المستجد، فجاءت مواقع التواصل الإجتماعي ثم القنوات الفضائية من أكثر تلك الوسائل.

ومن ثم يمكننا بلورة مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي:

ما مدى اعتماد المراهقين المصربين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات أثناء الأزمات الصحية "جائحة فيروس كورونا المستجد"؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة في ضوء الإعتبارات التالية:

- كون هذه الدراسة من الدراسات الأولى التي تستهدف تشخيص المعالجات الإعلامية للأحداث في وسائل الإعلام من خلال قياس اعتماد عينة من المراهقين المصريين والسعوديين, على وسائل الإعلام في تناولها الأزمات الصحية والكوارث, بالتطبيق على أزمة "فيروس كورونا المستجد", والتي انعكست علي كافة النواحي الإجتماعية والإقتصادية وغيرها على الصعيد العربي والعالمي.
- تأتي أهمية الدراسة متزامنة مع أهمية نشر وزيادة الوعي الصحي بخطورة فيروس كورونا المستجد، ولا يكون ذلك إلا من خلال الاهتمام بنشر المعلومات والحقائق الصحيحة عن هذا الفيروس، عن مصادر طبية أو ذات صلة بالمجال الطبي عبر وسائل الإعلام المختلفة، وبالتالي رفع درجة الوعي الصحي للمواطنين بالتعرف على المعلومات السليمة التي تعين على الوقاية من الفيروس.
- سمح تفاقم الأزمات الصحية، خاصة في ظل تدني مستوي الخدمات، لوسائل الإعلام بممارسة دورها في خلق حالة من النقاش بين أفراد المجتمع المصري والسعودي، في ظل ارتفاع حجم الخسائر والأضرار التي أحدثتها الأزمة منذ وقوعها حتى الآن سواء على المستوى الفردي أو القومي.
- جاءت الدراسة استكمالاً لنتائج دراسات سابقة تؤكد علي أن حالة عدم الاستقرار في المجتمع نتيجة الأزمات إنما هي حالة استثنائية، وهذا ينعكس علي التغطية الإعلامية لهذه الأزمات إذ تستنفذ الوسيلة الإعلامية كل طاقاتها وتحشد جهودها لمتابعة الأزمات وتقدم تقارير حية عن وقائعها ومستجداتها. (البشر، ١٩٩٧م. ص١٦١) وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد اعتماد أفراده على الوسائل الإعلامية، (الطرابيشي، ٢٠٠١م. ص١٧٥) وهذا يوضح مدي تنامي اعتماد المراهقين على وسائل الإعلام خاصة في أوقات الأزمات. حيث يعتبر فيروس كورونا أحد المستجدات الطارئة علي الساحة الدولية مما يستوجب ضرورة دراسته اعلامياً.

- أهمية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات, لما تتسم به من قدرتها في التأثير على المراهقين عامة, علاوة على انتشار وسائل الإعلام بحيث أصبحت متاحة للمراهقين. وخاصة الوسائل الإلكترونية التي تستحوذ على متابعتهم بصفة دائمة.
- تختبر الدراسة فروض مدخل الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام, حيث تعد بحوث اختبار فروض الاعتماد على وسائل الإعلام من الأهمية بمكان داخل نطاق الدراسات الإعلامية العربية, نظراً لأنها توضح مقدار وقوة التأثير الذي تمارسه الوسيلة الإعلامية في الجمهور نتيجة التعرض لها.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى اعتماد المراهقين المصربين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات أثناء الأزمات الصحية بالتطبيق علي جائحة فيروس كورونا المستجد وذلك من خلال:

- ١. التعرف على حجم متابعة المراهقين لمستجدات جائحة كورونا على وسائل الإعلام.
- ٢. الوقوف على أكثر وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المراهقون حول مستجدات جائحة كورونا.
 - ٣. رصد دوافع متابعة المراهقين للوسائل الإعلامية حول مستجدات جائحة فيروس كورونا.
- ٤. قياس مستوي المعلومات التي اكتسبها المراهقون من وسائل الإعلام حول جائحة فيروس كورونا.
 - ٥. التعرف علي أبعاد اعتماد المراهقين علي وسائل الإعلام حول جائحة فيروس كورونا.
- ٦. قياس مستوي ثقة المراهقين بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات أوقات الأزمات.
- ٧. التوصل إلي التأثيرات الناتجة عن إعتماد المراهقين على وسائل الإعلام حول مستجدات فيروس كورونا.
- ٨. قياس العلاقة الإرتباطية بين مستويات استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام ومستويات متابعة الأزمات الصحية (جائحة كورونا).
- 9. قياس مدي تأثير متغير دوافع متابعة المراهقين لوسائل الإعلام ومتغير مستوى ثقة المراهقين بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، على شدة العلاقة بين حجم متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية ومستوى اكتسابهم المعلومات حول جائحة كورونا.
- ١٠. قياس العلاقة الإرتباطية بين دوافع متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية وبين التأثيرات الناتجة عن إعتمادهم على وسائل الإعلام في متابعة مستجدات فيروس كورونا.

الإطار النظرى للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام):

اعتمدت الدراسة في بنائها النظري وصياغة فروضها على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ويفترض كل من Deflelur & Rokeach بأنه كلما برزت الحاجة للمعلومات، وزادت قوة الدافع للبحث عنها لسد هذه الحاجة، كلما زادت قوة الاعتماد على الوسيط الاتصالى وبالتالى زادت فرص هذا الوسيط

للتأثير على الإطار المعرفي والوجداني والسلوكي لأفراد الجمهور، كما أكدا على أنه كلما استطاعت إحدى القنوات الاتصالية توفير قدر أكبر من المعلومات للفرد، كلما اعتمد هذا الفرد على تلك القناة الاتصالية بشكل أكبر، (199-1914 Windahl. P184) ولذا تؤكد هذه النظرية على أن العلاقات بين وسائل الإعلام أكبر، (199-1914 الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك تغرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع، (الطرابيشي& السيد، ٢٠٠٦م. ص١٢٧) وهو ما يدفع أفراد الجمهور لإنشاء علاقات متطورة مع وسائل الإعلام معلومات كافية، وقد يستمر لشهور أو سنوات في مشكلة الغموض سريعاً إذا ما قدمت وسائل الإعلام معلومات كافية، وقد يستمر لشهور أو سنوات في حول روكيتش" في إطار التأثيرات المعرفية حول الغموض والذي نجده يرتبط بنقص المعلومات أو وجود معلومات متناقضة ومتضاربة لدي الناس لفهم حدث معين، أو لإيجاد تفسير صحيح للحدث من تفسيرات ممكنة وعديدة. (عبد الحميد، ۱۹۹۷م. ص٢٣٤) وهو ما يدفع أفراد الجمهور لانشاء علاقات متطورة مع وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم.

ومن خلال تطبيق فرضيات نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام، قام الباحث بوضع مقاييس فرعية لاختبار فروض النظرية لقياس كثافة الاعتماد وأبعاده وتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات الصحية على النحو التالى:

أولاً: أبعاد الاعتماد على وسائل الإعلام:

تحددت أبعاد اعتماد المراهقين علي وسائل الإعلام خلال ثلاث علاقات هي الفهم والتوجيه والتسلية، ولكل من هذه العلاقات أبعاد اجتماعية وشخصية، وهي ستة أنواع من أبعاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام وهذه الأبعاد هي:

- الفهم الذاتي self Understanding: يتضمن تقييم الذات، الاعتقادات، القيم، والاتجاهات والتعرض لمصادر نظام الوسيلة لتحقيق أهداف فهم الشخص لذاته، ويشير إلى علاقات وسائل الإعلام التي توسع من قدرات الأفراد، أو تحافظ عليها، لتفسير معتقداتهم وسلوكهم، ومفاهيمهم الذاتية، وشخصياتهم. (Loges, 1994.p 5-23)
- الفهم الاجتماعي Social Understanding: تمثل المعرفة التي يمتلكها الفرد لكيفية عمل المجتمع ومؤسساته ودور الفرد في المجتمع والمؤسسات، ويوظف لتحقيق أهداف فهم البيئة الاجتماعية, واستخدامها لفهم طبيعة الآخرين وثقافتهم، والأحداث المحيطة، فتجعل الفرد في حالة ارتباط بما يحدث داخل المجتمع، وكذلك الأحداث العالمية.

- توجيه الفعل Orientation: يهدف للتصرف بطريقة تتلاءم مع التوقعات والأنماط الاجتماعية في موقف محدد، ويعني استخدام وسائل الإعلام في صنع القرارات السلوكية، وتوجيه العمل، والتصرف بشكل يتمشى مع أخلاقيات المجتمع.
- توجيه التفاعل Orientation مناسبة ومؤثرة فردية الجتماعية والحصول على إرشادات حول كيفية التفاعل مع الأفراد الآخرين، الذين يتصل بهم الفرد بشكل مباشر كالأسرة والأصدقاء والزملاء، وكذلك نحو الأفراد غير المعروفين، كالجماعات الخارجية ذوي الثقافات الأخرى.
- التسلية المنعزلة أو الدور المنعزل Play: تهدف إلى التسلية والهروب من الذات ومن المشاكل الضاغطة في الحياة، ويتضمن استهلاك منتجات الوسيلة لقيمة ترفيهية، لتحقيق قيمة المتعة، فاستخدام الفرد لوسائل الإعلام بطريقة فردية، تساعده علي الاسترخاء، كما تسهم في تخليصه من متاعب يوم شاق.
- التسلية الاجتماعية Social Play: تهدف للتسلية والهروب من خلال صحبة الآخرين، وتتضمن استخدام الوسيلة لممارسة أهداف تتصل بالانسجام الاجتماعي، وتتضمن التسلية التي تركز عليها وسائل الإعلام، ويشارك فيها الفرد مع الآخرين، مثل الصحبة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية.

ثانياً: آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

- التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects: وتشمل كشف الغموض الناتج عن تناقض المعلومات أو نقصها أو عدم كفايتها، وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا المجتمع، وترتيب أولويات الاهتمام بالنسبة للجمهور، وتوسيع دائرة معتقداته والتأثير في القيم.
- التأثيرات الوجدانية: Affective Effects: وتشمل آثار وسائل الإعلام في العواطف والمشاعر، ومنها: الفتور العاطفي، القلق، الاغتراب. ونجد مشاعر المتلقين واستجاباتهم العاطفية لها هي أقل أنواع التأثير خضوعاً للبحث. (ديفلير& روكيتش، ٢٠٠١م. ص٣٤٨)
- التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects: وهي التي تنشط الفرد للقيام بسلوك معين نتيجة تعرضه للوسيلة الإعلامية، وهي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وقد تظهر التأثيرات على شكل الخمول، ويعني تجنب القائم بعمل ما مثل المشاركة السياسية، وتتحصر الآثار السلوكية المترتبة على اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في نقطتين هما: التنشيط Activation، الخمول DeFleur, Deactivation. المحمول 1970

وقد أشار إسماعيل (٢٠٠٣م) إلى أن نظرية الإعتماد تعد نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يعكس الميل العلمي

السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة وهو الميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج.

وتسعى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التأكيد على دور العديد من الأنظمة السياسية والتربوية والأسرية والاجتماعية التي هي مكملة للأنظمة الإعلامية في تحقيق أهداف التوجيه والتعلم والفهم والتسلية للأفراد. (حسين، ١٩٩٨م. ص٣١٠)
- التأكيد على دور التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية كإحدى التأثيرات الناتجة عن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام.
- إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تؤكد على علاقة المتغيرات الديموجرافية للجمهور مثل (النوع السن المستوى التعليمي المستوى الثقافي والاقتصادي) بدرجة وقوة اعتماده على وسائل الإعلام. (ديفلير & روكيتش، ٢٠٠١م. ص٣٥٢)

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ويمكن تلخيص أبرز الفروض التي تم اختبارها في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على النحو التالى:

- كلما زادت الحاجة إلى المعلومات، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وكلما زاد احتمال أن تغير المعلومات التي تطرحها وسائل الإعلام أشكالاً مختلفة من معارف الجمهور ومشاعره وسلوكياته، وبالتالي يطور المجتمع علاقات متبادلة ومعقدة وكثيفة مع وسائل الإعلام. وتزداد إمكانية التأثير إلى درجة كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغيرات. (إبراهيم، ٢٠٠٩م)
- يزداد اعتماد الجمهور على معلومات الوسائل الإعلامية في المجتمعات التي تتطور فيها الأنظمة المنتمية إليها هذه الوسائل، بالإضافة إلى زبادة مستوى الصراع الاجتماعي.
- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة ما إذا كانت القدرة على تلقي المعلومات من خلال مصادر الاتصال الشخصى مقيدة. (Dillman & Ball-Rokeach, 1986)
- يختلف الجمهور من حيث درجة اعتماده على وسائل الإعلام، وفقاً لاختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية كما يؤثر السن، والخبرات السابقة على مستوى الاعتماد. (Halpern, 1994 p.80)

- أن الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة معينة يكونون أكثر قدرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة.(Miller & Reese, 1982 p. 227-248)
 - كلما زادت المجتمعات تعقيداً زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة.

ويمكن توظيف هذه النظريه لخدمة الدراسة الحالية في ضوء الاعتبارات التالية:

- اختبار مدى اعتماد المراهق المصري والسعودي على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الأزمات الصحية، بالتطبيق علي جائحة فيروس كورونا المستجد، وذلك للتعرف على متى؟ ولماذا وإلى أي حد يعتمد المراهقون عليها في الحصول على معلومات حول هذه الأزمات؟ وما أهداف هذا الاعتماد؟ وما التأثيرات الناتجة عنه؟، ولهذا يعد هذا المدخل مناسبا لأنه يتضمن توصيفًا دقيقاً لدوافع الإعتماد وتأثيراته المختلفة.
- أصبحت دراسة تأثيرات وسائل الإعلام على المعارف والاتجاهات والسلوكيات السياسية لأفراد الجمهور الأساس الأكثر استخدامًا والأكثر تركيزًا عليه في أبحاث الاتصال الجماهيري، والكثير من هذه الأبحاث تعترف بتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام في هذا الشأن. -838 p. 838 و (Pierce & Lovrich, 1990 p. 838)
- خلال الأزمات يزداد شعور الجمهور بالتهديد مما يؤدي إلى المزيد من الإعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، بالإضافة إلى أن هذا المدخل يسمح بقياس تأثيرات ونتائج هذا التعرض والاعتماد، لذا فهو يعد المدخل الأنسب لدراسة درجة اعتماد المراهق المصري والسعودي على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية؛ والتي حددها الباحث في جائحة كورونا باعتبارها أزمة عالمية ألزمت غالبية الحكومات بتطبيق الحظر على المواطنين تفاديًا لسرعة انتشار العدوى.

الإطار المعرفى:

وسائل الإعلام ومعالجتها للأزمات الصحية (فيروس كورونا المستجد):

تزداد أهمية وسائل الإعلام في أوقات الأزمات التي تصيب المجتمعات، فتشكل إحدى أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في استقاء المعلومات المرتبطة بهذه الأحداث، ولا ينكر أي أحد مكانة الإعلام ووسائله في عصرنا الحالي، فقد أصبح أهم مصدر للمعلومات والأخبار التي تقع في البيئة المحيطة بنا أو حتى في البيئة العالمية، بحيث قرَّبت المسافات وأدت إلى ديمقراطية المعلومات وجعلتها في متناول الجميع، فالعلاقة بين الإعلام والأزمات هي علاقة ينظر إليها على أساس التكامل والتداخل، وعلى اعتبار أن الإعلام عامل مهم في إدارة الأزمات. (زقزوق، ٢٠١٦م. ص٨٨) ويحتاج الجمهور إلى فهم هذه المعلومات لكي يتخذ قرارات قائمة على أساس معرفي ومعلومات صحيحة ودقيقة في مجال الرعاية الصحية، فالجمهور يحتاج إلى فهم فوائد ومخاطر البدائل المختلفة للوقاية والتشخيص والعلاج والنتائج

المترتبة علي استخدامها، وللأسف فإن المعرفة العلمية في العصر الحديث ينتج عنها حالة من عدم التيقن نتيجة لكثافة وتعقد وتشعب المعلومات المتوفرة.

فالصحة أحد أهم أولويات الناس لاسيما مع ارتفاع مستوى الوعي الصحي لدى الأفراد، حيث يشكل الوعي الصحي لدى الأفراد حجر الأساس في أنماط سلوكياتهم اليومية التي لها أثر كبيرا ومهمًا في بناء الصحية بشكل عام، وتعتبر وسائل الإعلام المصدر الرئيسي للمعلومات وتؤدي دورًا كبيرًا ومهمًا في بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي، من خلال عملها على زيادة رصيده من المعلومات والبيانات التي تنسج مواقفه وآراءه وسلوكياته، ومن خلال اعتماده عليها، فوسائل الإعلام أضحت أداة مؤثرة في استحداث وتغيير السلوكيات والممارسات، فمضامينه أصبحت مرتبة للأفكار واصفة للمعايير ناقلة للحياة، (الشلهوب، ٢٠١٢م. ص٥٥) وأضحت هذه الوسائل قوة كبيرة من خلال إحكام سيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها أفراد المجتمع ومجموعاته ومنظماته في اتخاذ الآراء والقرارات وتحقيق الأهداف، ولأجل ذلك يسعى الأفراد إلى إقامة علاقة اعتماد على وسائل الإعلام.

إضافة إلى أن مجموعة المعارف والمعتقدات التي يكوَّنها الأفراد عن الأمور والقضايا والمشكلات الصحية والأمراض، كما في المشكلات الصحية المزمنة كالتدخين والإدمان والسمنة، فإن مكافحة ذلك تعتمد على تغيير أنماط حياة وعادات الأفراد السلوكية في مجالات متعددة، وحجر الأساس في هذا التغيير هو المعرفة، والتي تعني المعرفة الأولية بالعوامل والمسببات التي تؤدي إلى هذه المشكلة الصحية. (العربي، ٢٠١٤م. ص٢١٦)

كما أن استخدام القنوات الإعلامية والشبكات الاجتماعية يخلق فرصة كبيرة لتسهيل تدفق المعلومات الصحية بحكم البيئة الديناميكية والمتطورة للشبكات على مختلف منصات شبكات التواصل الاجتماعي؛ مما يرفع المساهمة في زيادة وعي الجمهور والخدمات ذات الصلة من خلال تسريع سرعة تبادل المعلومات.(Thackeray & Neiger, 2009 p. 171-175) فقد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي.(Kaplan & Haenlein, 2010 p. 59-68) من خلال إنشاء المحتوى ونشر التوعية والتثقيف الصحي.(Trusov & Pauwels, 2009 p. 90-102) وهذا يتطلب الاعتراف بقوة شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها الكبير في برامج التوعية الصحية والوصول إلى شرائح واسعة من جهة، والكلفة الكبيرة للرعاية الصحية التي تستدعي تفعيل الطب الوقائي عبر استخدام الحملات التوعوية في شبكات التواصل الاجتماعي الأقل كلفة وأكثر فاعلية.(243-221 p. 2009 p. 2009) كما إن الاتجاهات الحديثة للمنظمات الصحية في برامجها التوعوية؛ تقوم على توأمة منصات شبكات التواصل الاجتماعي، في التخطيط ومواءمة أنشطتها وتوسيع التواصل مع الجمهور والمجتمع المحلي. (Trusov & Pauwels,



وأثر انتشار فيروس كورونا على الدورة الاقتصادية والتي ساهمت في هبوط حاد بالأسواق العالمية وارتفاع معدلات الخسائر المادية في العالم، بسبب توقف الحركة التجارية والصناعية وتقييد حركة المواطنين والمجتمعات والزامهم بالجلوس بالبيوت، وقد أصبح التوجه لاستخدام تقنيات الإعلام الإلكتروني في إدارة الوظائف بأساليب وأدوات جديدة والاستفادة القصوي من وسائل الإعلام الحديث في إدارة تلك الوظائف وتسخير تكنولوجيا الاتصال والتواصل لتطوير جودة الأعمال الإدارية والتقنيات التعليمية الحديثة. (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الإسكوا"، ٢٠٢٠)

وتم الإبلاغ في مدينة وهان الصينية يوم ٣١ ديسمبر ٢٠١٩م بوجود حالات مرضية ولها أعراض غير تقليدية ظهرت على مجموعة من الأفراد، وبعد البحث والتقصَّى ظهر انتشار فيروس أطلق عليه كورونا (Covid - ۱۹)، وعليه بدأت منظمة الصحة العامة بالتعاون مع كافة الشركاء والخبراء العالميين والحكومات للإسراع في توسيع نطاق المعرفة العلمية عن حيثيات هذا الفيروس الجديد ومتابعة سبل انتشاره، وتحديث الإجراءات والتدابير الوقائية الواجب اتباعها للحد من انتشاره وتفشيه في المجتمعات. (منظمة الصحة العالمية، ٢٠٢٠م)

وتسبب الفيروس التاجي المكتشف حديثًا في الإصابة ب(١٩ - covid) أو مرض التاج التاجي الذي يحمل أعراض الحمى والسعال الجاف والتعب والأوجاع والآلام والتهاب الحلق وضيق التنفس، تم الإبلاغ عن المرض لأول مرة في ديسمبر ٢٠١٩م في ووهان، الصين وخلال نهاية شهر يناير تم الإبلاغ ظهور حالات أخرى وانتشار الفيروس عبر دول مختلفة بما في ذلك أسيا وأوروبا والولايات المتحدة وكندا وغيرها الكثير خارج الصين، عندها أعلنت منظمة الصحة العالمية على الفور عن تفشي فيروس كورونا كحالة طارئة للصحة العامة،(Zaman& Hossain,2020) ، وفقاً لمنظمة الصحة العالمية، فإن ١٦- ٢١% من المصابين بالفيروس أصيبوا بمرض شديد مع معدل وفيات ٢-٣%؛ مع أحدث رقم تكاثر فيروسي تقديري، فإن متوسط عدد الأشخاص الآخرين الذين سينقلهم الفرد المصاب بالفيروس إلى السكان غير المناعي تمامًا، يبلغ حوالي ٣.٧٧، مما يشير إلى أن الانتشار السريع للمرض وشيك، لذلك من المهم تحديد الأفراد المصابين في أقرب وقت ممكن وإجراءات الحجر الصحى والعلاج. يعتمد تشخيص ١٩-COVID على المعايير التالية: الأعراض السربرية والتاريخ الوبائي وصور الأشعة المقطعية الإيجابية وكذلك الاختبارات المسببة للأمراض الإيجابية. تشمل الخصائص السربرية ل ١٩-COVID أعراض الجهاز التنفسي والحمي والسعال و dyspna والالتهاب الرئوي الفيروسي، ومع ذلك فإن هذه الأعراض غير محددة حيث توجد حالات معزولة حيث، على سبيل المثال في عائلة مصابة بدون أعراض صدر كشف التصوير المقطعي المحوسب عن الالتهاب الرئوي وعاد الاختبار المسبب للأمراض إلى الفيروس.(Wang & Xu,2020)

الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، للتعرف على أبرز الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، بهدف الاستفادة منها للوقوف على أبعاد المشكلة البحثية، وأيضاً في وضع الإطار المنهجي للدراسة وتحديد إجراءاتها واختيار العينة وتفسير النتائج، مع مراعاة ترتيبها زمنياً من الأقدم إلى الأحدث.

أولاً: الدراسات التي تناولت فيروس كورونا Covid-19 في وسائل الإعلام:

هدفت دراسة موسي (٢٠٠٠م) إلى التعرف على استراتيجيات القنوات الفضائية الإخبارية وأساليب تغطيتها جائحة فيروس كورونا، والكشف عن أبرز المحددات لتغطية الأزمة، وأيضاً لفت الإهتمام لأهمية الإعلام الصحي مستخدمة المنهج النوعي الإستكشافي، وقام ببناء صحيفة تحليل مضمون كأداة لجمع البيانات تشمل أربع قنوات إخبارية، وهي: قناة "سي إن إن (CNN)"، و"فوكس نيوز "Fox News" الأميركيتين؛ وقناة "العربية"، وقناة "سكاي نيوز عربية". وتوصلت الدراسة إلى أن التغطيات الإخبارية لجائحة كورونا، في بعض القنوات الفضائية مستمرة ومستدامة، وكشفت مدى اهتمام الإعلام المعاصر بالجانب الصحي للمجتمع، وأهليته لكي يتصدر الأجندة الإعلامية. ونبهت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام المعاصرة يجب أن تأخذ العبرة من تجربة تغطيتها لجائحة فيروس كورونا، وتعيد النظر في فهمها وإبرازها للإعلام الصحي حتى لا تتكرر مثل هذه الجائحة، في عصر تدَّعي فيه البشرية أنها خطت خطوات متقدمة في النمو والتطور بينما يصعب عليها الاستعداد لمخاطر تهددها منذ القدم، وتكرر أخطاءها التواصلية.

تناولت دراسة المغير (٢٠٢٠م) السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا، وهدفت إلى دراسة السياسات الإعلامية ودروها في الحد من مخاطر تفشي فيروس كورونا مستخدمة المنهج الوصفي والحدسي الذي يعتمد علي خبرات الباحث، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك حاجة لتحليل السياسات والاستراتيجيات الإعلامية في التعامل مع فيروس كورونا وما صاحب ذلك من إجراءات اعلامية وتوعوية، وكذلك أهمية الإعلام التفاعلي والاجتماعي في تواصل العمل والأنشطة البشرية في أماكن الحجر الصحى واستدامة التعليم الإلكتروني، من أجل التعايش الأمن مع الفيروس.

تناولت دراسة سليم (٢٠٠٠م) لغة المغاربة التي يستخدمونها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي وقد تمثل مجتمع الدراسة في مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي، من خلال أداة الإستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى أن اللغة السائدة والموظفة التي يستعملها المغاربة في مواقع التواصل الاجتماعي: لغة متداولة في حياتهم اليومية: ليست دارجه صرفاً، ولا عربية، وإنما لغة يمكن أن ننعتها ب: لغة فايسبوكية جديدة. كما توصلت إلى أن



هناك فئة أبدعت في لغتها في هذه الأزمة خاصة في برامج التعلم عن بعد: مسابقات شعرية، قصص، مقالات كما نضحت سجياتهم الإبداعية، وتفتقت ملكاتهم الفنية. وتوصلت الدراسة إلى نقطة سلبية هي أن فئة تستعمل ألفاظاً لغوية للإثارة وجلب الاعجابات والمشاركة، وكثرة التعليقات.

تناولت دراسة فلوس وتومى (٢٠٢٠م) إلى ماهية الإعلام الجديد والكشف عن مجالات تأثيره بالنسبة للفرد والمجتمع، بالإضافة إلى مفهوم الصحة النفسية وأبرز قيمها ومبادئها التي تدعمها، وتوضيح العلاقة القائمة بين هذين المصطلحين باعتبار أن الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية للأفراد داخل المجتمعات جرَّاء انتشار فيروس كورونا المستجد، وما يعانيه الأفراد من خوف وقلق وتوتر نتيجة البرامج الإعلامية المختلفة، مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أن برامج الوقاية والتوجيه والإرشاد التي تبثها وسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا المستجد من شأنها أن تقضى على الصحة النفسية للأفراد؛ بدليل أنها تسبب لهم القلق النفسي والخوف والتوتر الذين من شأنهم أن يجعلوا الفرد أكثر عرضة للإصابة بهذا الفيروس الخطير.

هدفت دراسة عيشة علة (٢٠٢٠م) للتحقق من إمكانية التنبؤ بدور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعى الصحى ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-١٩) في الجزائر ، مستخدمة المنهج الوصفي وتكونت العينة من ١٤٠ مفردة؛ باستخدام أداة الإستبيان، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أنه: يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحى ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-١٩) في الجزائر، كما أن هناك فروقًا في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحى ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-١٩) في الجزائر تعزي لمتغير المجال المهني، وليس لمتغيري الجنس والفئات العمرية.

هدفت دراسة الزغبي (٢٠٢٠م) إلى معرفة طبيعة تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية، مستخدمة المنهج المسحى، تم تطبيق الاستبيان على عينة قوامها (٢٢٨) مفردة من النخب العربية (سياسيون، أكاديميون، وإعلاميون) وفق أسلوب العينة المتاحة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة يتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة. وأن أفراد النخبة العربية يفضلون متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية المحلية. وأن التغطية الإخبارية الخاصة تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية. وأن القنوات الفضائية تتمتع بالدقة في تغطيتها للأحداث المتعلقة بأزمة كورونا.

هدفت دراسة عاشور (٢٠٢٠م) إلى قياس مدى إسهام وسائل الإعلام في التنبؤ وزيادة الوعي لمواجهة فيروس كورونا، مستخدمة منهج المسح، وتطبيق آداة الإستبيان على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة من أرباب الأسر بمدينة سوهاج، وتوصلت الدراسة إلى تأثير وسائل الإعلام في التوعية الأسربة لمواجهة فيروس كورونا، وذلك يتحقق في ضوء تقديم معلومات عن الفيروس وإنتاج برامج طبية وثقافية للمواجهة، كما توصلت إلى أن تأثير وسائل الإعلام لم يختلف طبقاً لمحل الإقامة أو النوع، كما أوضحت الدراسة الأهمية التي يمكن أن تحققها شبكات التواصل الإجتماعي لتطبيقات الذكاء الإصطناعي في ضوء تشكيل المعارف والمعلومات والإتجاهات الحياتية.

هدفت دراسة الأمين وحمد (٢٠٢٠م) للكشف عن إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى المجتمع السوداني للوقاية من فيروس كرونا؛ والتعرف على مصدر رسائل صفحة فيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية عن الفيروس، مستخدمة المنهج الكيفي، وتم تطبيق الدراسة علي عينة الحصر الشامل لكل الرسائل في صفحة فيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية لمدة سبعة أيام تبدأ من الأسبوع الأول في شهر أبريل ٢٠٢م وهي فترة تصاعد جائحة كرونا في السودان. وتوصلت نتائج الدراسة إلي اهتمام صفحة فيسبوك بموقع الوزارة بتعزيز الوعي الصحي بنشر الأخبار المستمرة عن فيروس كرونا، وكذلك نشر رسائل التوعية الصحية بمختلف أشكالها وباستخدام أساليب متنوعة والاعتماد على مصادر مختلفة. وأن بعض الأخبار بالفيسبوك جاءت مدعومة بالصور مما يعزّز من مصداقيتها.

هدفت دراسة عويضات (٢٠٢٠م) إلى التعرف على مدى تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر الفيسبوك بصفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "France عربي"، مستخدمة المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة الميدانية من ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعتي "القاهرة، والمنيا "من متابعي طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحتي قناة "المملكة الأردنية، وقناة "France 24" عربي"، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر الفيسبوك بصفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "France 24" عربي" بدرجة مرتفعة، كما توصلت إلى وجود فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفحتي قناة "المملكة الأردنية، وقناة "France 24"، لصالح صفحة قناة "المملكة الأردنية، وقناة "France 24"، لصالح صفحة قناة "France 24".

تناولت دراسة صابر (٢٠٢٠م) إدارة أزمة فيروس كورونا COVID-19 من خلال تعزيز الصحة النفسية في ظل الحجر الصحي المنزلي، وهدفت الدراسة إلي تقديم مجموعة من المقترحات لإدارة أزمة فيروس كورنا Covid-19 وتنوير الأشخاص بأهمية تعزيز الصحة النفسية في ظل الحجر الصحي. مستخدمة المنهج الوصفي، وقد توصلت الدراسة إلي مقترحات وإرشادات من شأنها تعزيز الصحة النفسية في ظل انتشار فيروس كورونا ومنها: تقبل الحجر، وتجنب الإدمان على الأخبار الخاصة بالفيروس، وتجنب تصديق الإشاعات والتركيز فقط علي المعلومات الصادرة من الهيئات الرسمية، وتجنب الإفراط في استخدام مواقع التواصل الإجتماعي لأنها تسبب الإكتئاب، وتنويع الأنشطة المنزلية وإدارة الوقت،

وبناء علاقات اجتماعية عن طريق مواقع التواصل الإجتماعي، والقيام بالتمارين الرياضية، والتعبير عن المخاوف من فيروس كورونا.

ثانياً: الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام والأزمات:

هدفت دراسة الإسدوديّ (۲۰۱۸م) إلى التعرف على الأزمات المصرية التي تعالجها البرامج الحوارية، والتعرف علي الدور الذي يقوم به المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات، مستخدمة منهج المسح، وباستخدام استمارة تحليل المضمون تم تحليل برنامج (صفحة جديدة بقناة النيل لايف) ممثلة للقنوات الحكومية، وبرنامج (هنا العاصمة) بقناة (CBC) ممثلة للقنوات الخاصة في الفترة من أول يناير ۲۰۱۸م ولمدة ٣ شهور، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أنه كان الغرض من ظهور المتحدث الرسمي في البرامج الحوارية للتحدث عن طبيعة الأزمة ثم تقديم مقترحات لحل الأزمة فيما بعد، ثم شرح ما تم لحل الأزمة والتغلب عليها. كما توصلت إلى أن استراتيجية الدفاع الهجومي قد جاءت في مقدمة استراتيجيات المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات في البرامج الحوارية، ثم الاستراتيجية القانونية، ثم الهروب من المسئولية، ثم استراتيجية التبرير والاعتذار، وأخيراً استراتيجية حائط الصد.

سعت دراسة الشامي (٢٠١٨) إلى تقصي مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الحروب والأزمات، وذلك بالتطبيق على "عاصفة الحزم". وأجريت الدراسة على ٥٩ صحفياً من الصحفيين اليمنيين العاملين في الصحافة: المطبوعة والإذاعية والإلكترونية، وممن يشغلون مناصب صحفية قيادية مختلفة، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد الصحفيين على الإنترنت عامة، وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة، للحصول على الأخبار والمعلومات المتصلة بالقضايا والشؤون الداخلية خاصة، بما في ذلك أخبار الحرب الدائرة في اليمن في أثناء إجراء الدراسة. وقد تصدر "فيس بوك" شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الصحفيون للحصول على الأخبار، ثم واتس آب"، ثم تتويتر". كما جاءت صفحات الصحفيين على "فيس بوك" في صدارة الصفحات التي يحرصون على زيارتها، ثم صفحات النشطاء المدنيين والحقوقيين. وأظهر الصحفيون اتجاهات إيجابية نحو شبكات التواصل الاجتماعي، وإضافتها المهمة للعمل الصحفي، ولكنهم في الوقت نفسه عبَّروا عن مخاوفهم لما تمثله هذه الشبكات من تهديدات للمبادئ الأساسية للعمل الصحفي، وقيم الأخبار التقليدية.

سعت دراسة حسين مجهد الزياني (٢٠١٨م) إلى التعرف على مدى اعتماد النخب الجامعية على الفضائيات الإخبارية في أوقات الأزمات كمصدر للمعلومات، والكشف عن أهم التأثيرات الناتجة عن عمليات المشاهدة للفضائيات، مستخدمة منهج المسح، وبتطبيق الإستبيان في الفترة من منتصف شهر فيراير ٢٠١٧م ولمدة شهر بالتطبيق على عينة قوامها ٢٧٤ مفردة، توصلت نتائج الدراسة إلى أنه: جاء أهم أسباب اعتماد المبحوثين على البرامج الإخبارية هو نقلها للأحداث مع تحليلها ثم لأنها مصدر للمعلومات، كما توصلت إلى أن غالبية عينة الدراسة تزداد عملية مشاهدتهم الفضائيات الإخبارية أثناء

الأزمات التي تمر بها البلاد سواء بصفة مستمرة أو بصفة متقطعة، كما توصلت إلى أن بعض المبحوثين يتأثرون وبتفاعلون مع الأزمة، وقد أصبح لديهم وضوح تجاه الأزمة.

سعت دراسة النشار (٢٠١٨م) إلى التعرف علي كيفية استخدام الأفراد وسائل التواصل الاجتماعي لجمع الأخبار حول الأزمات، وتحديد آليات انتشار الأخبار وتداولها بشأن الأزمة بين المستخدمين، واستكشاف كيفية وضع الحلول للمشكلات الناتجة عن هذه الأزمات، والوصول إلى فهم وافي بأنشطة التكيف الذاتي معها، من خلال دراسة كيفية أن تقوم بدراسة وقراءة البيانات والأحداث بأسلوب غير كمي، وتحليل الأحداث والصور والمواقف والوثائق، واستخدمت الباحثة مجموعات المناقشة المركزة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه من خلال نقاشات الأعضاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي تشكلت بينهم حالة من المعرفة المشتركة ومن ثم الفهم المشترك لحقيقة الأزمة، أدى بدوره إلى الفرصة للاشتراك في مجموعة من الأنشطة المتماسكة والمتسقة والمجتمعة التي أتاحت لهم تحقيق هدف الجماعة في اجتياز الأزمة على النحو المناسب، فقد اتبع الأعضاء نفس القواعد وعملوا من أجل أهداف ومهام مشتركة متفق عليها، ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على وصولهم إليها، ومن ثم أوجدت أنشطة بحياة يدفعها فيه مساهمات الأعضاء الاختيارية. كما توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تكن فقط ساحة النقاش بشأن الأزمة، وإنما أفسحت المجال لإدارتها وساعدت المستخدمين على إيجاد بدائل مختلفة للتعامل معها، وهو تعامل اختلفت أوجهه باختلاف خبراتهم الذاتية ومستويات انخراطهم في مختلفة للتعامل معها، وهو تعامل اختلفت أوجهه باختلاف خبراتهم الذاتية ومستويات انخراطهم في

سعت دراسة المعصم (٢٠١٩م) إلى الكشف عن أبرز استراتيجيات العلاقات العامة الإتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات، ومعرفة دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، مستخدمة المنهج المسحي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن للعلاقات العامة دورًا جوهريًا في حياة المؤسسات، ولاسيما عند مواجهتها للأزمات. وأن الأزمات ظاهرة شائعة، ومن الممكن أن تؤثر أيضًا حتى في المنظمات الناجحة. وأن وسائل الإعلام التقليدية والجديدة مهمة وضرورية جدًا في إدارة الأزمات، كما توصلت إلى أن الأزمات تعد ظاهرة شائعة يمكن أن تؤثر في المنظمات جيدة الإعداد، كما أن العلاقة بين اتصالات العلاقات العامة وإدارة الأزمات تعد علاقة وطيدة.

سعت دراسة الكبكبي (٢٠١٩م) إلى التعرف على استراتيجيات وكالات العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسات التجارية، وذلك بالوقوف على أبرز أشكال الأزمات وأكثر الإستراتيجيات فاعلية في حلها، ومعرفة المعوقات التي تحد من عمل فريق إدارة الأزمات بوكالات العلاقات العامة، وباستخدام أسلوب الحصر الشامل للعاملين في إدارة الأزمات بوكالتي اداليد للعلاقات العامة وشركة زد للإعلان والعلاقات العامة، وبلغ عدد العاملين في فريق إدارة الأزمات لدى الوكالتين سبع مفردات، مستخدمة منهج



المسح وبتطبيق استمارة استبيان على العاملين في فريق إدارة الأزمة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن إستراتيجية الأفعال التصحيحية تعد أكثر إستراتيجية استخداماً ثم (إستراتيجية التبرس والاعتذار -إستراتيجية تغيير المسار) وكذلك جاء التدخلان الأبرز للشركات التجاربة في عمل فريق الأزمة بوكالات العلاقات العامة متمثلين في (اختيار فربق إدارة الأزمة بوكالات العلاقات العامة بالتنسيق مع إدارات الشركات التجارية، وتعيين الشركات التجارية بعض من موظفيها للمشاركة في إدارة الأزمة مع العاملين في إدارة الأزمات بالوكالات).

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة تبين الآتي:

- ركزت معظم الدراسات على آداتي الإستبيان وتحليل المضمون في التعرف على حجم الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام للأزمات.
- حداثة البحوث والدراسات المصربة التي تناولت معالجة وسائل الإعلام للأزمات الصحية وندرتها بصفة عامة، والأمراض الوبائية بصورها المختلفة بصفة خاصة مثل فيروس كورونا المستجد، مما يؤكد أهمية إجراء المزيد من الدراسات في هذا الشأن، على حين تعددت الدراسات العربية التي تناولت الأزمات والقضايا الصحية.
- ظهر الإعلام بوسائله المختلفه، في بعض الدراسات، ليمثل أزمة في حد ذاته، إما لعدم وجود عدالة في التغطية مما يفقده مصداقيته فتحدث الأزمة. (Barnhurst, 2011 p. 573-593)، أو لقيامه بتضخيم الأزمة وآثارها وأضرارها واثارة الفزع والرعب في نفوس الآخرين، مما يجعل من الصعوبة بمكان التحكم في هذه الأزمة وإدارتها من قبل المسؤلين، خاصة في حالة الأزمات الصحية. .Lindholm & Olsson, 2011 p.) 254 - 271)
- أكدت الدراسات في مجملها على أهمية عملية إدارة الإتصالات والمعلومات وتأثيراتها الواضحة على إدارة الأزمة بمختلف أنواعها سواءً بإستخدام تكنولوجيا المعلومات ووسائل الإعلام أو طرق الإتصال الشخصى.
- استفاد الباحث من عرض الدراسات السابقة التمكن من التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة ومتغيراتها، والإجراءات المنهجية الملائمة لموضوع الدراسة. وكيفية وضع بعض بنود استمارة الاستبيان وصياغة تساؤلات وفروض الدراسة بناء على نتائج الدراسات السابقة. واختيار الإطار النظري المناسب، في ظل قلة الأبحاث والدراسات التي تناولت موضوع الدراسة. فضلاً عن مقارنة نتائجها بالنتائج ذات الصلة التي انتهت إليها هذه الدراسات.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

- الجائحة: Pandemic تعتبر الجائحة أعلى درجات انتشار المرض وفق الطبيعة الجغرافية، بحيث أنه لا تكاد تخلو منطقة من التأثير المباشر بها؛ مما يتطلب تدخلات مباشرة وإشرافًا من قبل المنظمات الدولية وخاصة منظمة الصحة العالمية لمتابعة الإجراءات الوقائية وتحديد السياسات الصحية العالمية، إذ أنها تعتبر المنظمة صاحبة اليد العليا في رسم ملامح التعاطي مع الجائحة على الصعيد العالمي. (منظمة الصحة العالمية، ٢٠٢٠م)
- فيروس كورونا: إن كوفيد ١٩ هو مرض تتسبب فيه سلالة جديدة من الفيروسات التاجية كورونا، والاسم الإنجليزي للمرض مشتق كالتالي CO هما أول حرفين من كلمة كورونا CORONA و VIRUS و كا أول حرفين من كلمة فيروس VIRUS، و D أول حرف من كلمة مرض DISEASE وأطلق على هذا المرض سابقاً دروسات كورونا تسبب دروسات كورونا تسبب التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي، التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل: متلازمة الشرق الأوسط التنفسية والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة. (الأونروا، ٢٠٢٠م) وقد أظهرت الدراسات المعدة من قبل منظمة الصحة العالمية أنه يستهدف الفئات الأكثر هشاشة والمجموعات المستضعفة، (كبار السن، أصحاب الأمراض المزمنة، من يتسمون بنقص المناعة، مرضى القلب والسكرى). (صندوق الأمم المتحدة للسكان، ٢٠٢٠م)

تساؤلات الدراسة:

- ١. ما حجم متابعة المراهقين لمستجدات جائحة كورونا على وسائل الإعلام؟.
- ٢. ما أكثر وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المراهقون حول مستجدات جائحة كورونا؟.
- ٣. ما دوافع متابعة المراهقين للوسائل الإعلامية حول مستجدات جائحة فيروس كورونا؟.
- ٤. ما المعلومات التي اكتسبها المراهقون من وسائل الإعلام حول جائحة فيروس كورونا؟.
 - ٥. ما أبعاد اعتماد المراهقين علي وسائل الإعلام حول جائحة فيروس كورونا؟.
- ٦. ما مستوى ثقة المراهقين بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات أوقات الأزمات؟.
 - ٧. ما التأثيرات الناتجة عن إعتماد المراهقين على وسائل الإعلام حول مستجدات فيروس كورونا؟.
- ٨. ما العلاقة بين مستويات استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام ومستويات متابعة الأزمات الصحية (جائحة كورونا)؟.
- 9. ما مدي تأثير المتغيرات التالية على شدة العلاقة بين حجم متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية ومستوى اكتسابهم المعلومات حول جائحة كورونا: "(أ) دوافع متابعتهم لوسائل الإعلام، (ب) مستوى ثقتهم بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات؟.

1. ما العلاقة بين دوافع متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية وبين التأثيرات الناتجة عن إعتمادهم على وسائل الإعلام في متابعة مستجدات فيروس كورونا؟.

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام ومستويات متابعة الأزمات الصحية (جائحة كورونا).
- الفرض الثانى: تزداد درجة معرفة المبحوثين بأخبار الأزمات الصحية (جائحة كورونا) بزيادة درجة الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات.
- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على متغيرات الاعتماد على وسائل الإعلام خلال متابعتهم للأزمات الصحية (جائحة كورونا) وفقاً لاختلاف مستوبات معرفة المبحوثين بالأزمات الصحية.
- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على متغيرات الاعتماد على وسائل الإعلام وفقاً لاختلاف مستويات ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الأزمات الصحية (جائحة كورونا).
- الفرض الخامس: تؤثر المتغيرات التالية على شدة العلاقة بين حجم متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية ومستوى اكتسابهم المعلومات حول جائحة كورونا: "(أ) دوافع متابعتهم لوسائل الإعلام (ب) مستوى ثقتهم بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات.
- الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين دوافع متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية وبين التأثيرات الناتجة عن إعتمادهم على وسائل الإعلام في متابعة مستجدات فيروس كورونا.
- الفرض السابع: يتأثر مستوى الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية (جائحة كورونا) بالمتغيرات الديموغرافية، وتشتمل على: النوع: (ذكر أنثى)، الجنسية: (مصري سعودي).

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: معدل متابعة المراهقين الأزمات الصحية على وسائل الإعلام.
- المتغير التابع: مستوى الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية (جائحة كورونا).
- المتغيرات الوسيطة: المتغيرات الديموغرافية: النوع: (ذكر أنثى)، الجنسية: (مصري سعودي).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع البيانات الخاصة بجمهور المبحوثين من المراهقين المصريين والسعوديين، واعتمدت على منهج المسح؛ والذى يعد جهدًا علميًا منظمًا للحصول على البيانات بغرض وصف وتحليل الظاهرة محل الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يضم مجتمع الدراسة جميع المراهقين المصريين والسعوديين الذين يتابعون وسائل الإعلام، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية قوامها (٠٠٠) مفردة من المراهقين المصريين والسعوديين وتم تجميع بيانات الدراسة من خلال الاستبيان (حيث تم تصميم الإستبيان الكتروني باستخدام جوجل ونشره على عينة من المبحوثين (محافظتي القاهرة والشرقية بمصر ومحافظتي الرياض والدمام بالسعودية)، وتم اجراء الاستبيان خلال الفترة من ٥ مايو إلى ٥ يونيه ٢٠٢٠م: وتوزع العينة على ٥٠% مصريين، و٥٠% سعوديين.

أدوات جمع بيانات الدراسة :

تعتمد الدراسة على استمارة الإستبيان بطريقة إلكترونية على الإنترنت كأداة لجمع البيانات المطلوبة التي ضمت عدداً من المقاييس وتم تطبيق استبيان يتكون من ١٠ أسئلة، عبارة عن عدة مقاييس.

صدق وثبات أدوات جمع البيانات:

أولاً: الصدق:

يقصد بصدق الاختبار قياس ما وضع لقياسه، وللتحقق من صدق مقاييس الإستبيان تم الاعتماد على طرق مختلفة وهي: الصدق الظاهري أو صدق المحكمين والصدق العاملي.

- الصدق الظاهري (صدق المحكمين): تم عرض مقاييس الإستبيان علي مجموعة من المحكمين من أساتذة وخبراء الإعلام، (*) وذلك بغرض دراسة مفردات الإستبيان في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الإستبيان، وقد أقر المحكمون صلاحية المقياس بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي إقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداها المحكمون.

^(*) أسماء السادة محكمي الإستبيان: (الأسماء مرتبة أبجدياً وفقاً للدرجة العلمية):

أ.د / جمال النجار: أستاذ الإعلام، جامعة الأزهر.

⁻ أ.د / زكريا الدسوقي: أستاذ الإعلام، جامعة عين شمس.

⁻ أ. د/ محد زين: أستاذ الإعلام، جامعة بني سويف.

⁻ أ.م.د/ تامر سكر: أستاذ مساعد الاذاعة والتليفزيون، جامعة فاروس.

⁻ أ.م. د/ ممدوح مكاوي: أستاذ مساعد الاذاعة والتليفزيون، جامعة بني سويف.



- الصدق العاملي: ولدراسة الصدق العاملي للمقاييس تم استخدام التحليل العاملي Factor Analysis بطريقة المكونات الأساسية Principal Components لاستخلاص العوامل مع أسلوب الفاريماكس Varimax لتدويرها. (*) وقد خلص الاختبار إلى أن جميع عبارات المقاييس، تم تحميلها على عدة عوامل، ولا توجد عبارة «يتيمة» «Orphan Item» أي عبارة محملة بمفردها على عامل مما يستوجب حذفها، وأن قيمة احصائى الإختبار KMO تساوي ٠٠٨١٣ أى أكبر من الحد الأدنى الذي اشترطه Kaiser وبالتالي يمكننا الحكم بكفاية حجم العينة في التحليل الحالي. وأن قيمة قياس Barlett للدائرية، مع العلم أن الهدف من هذا الإختبار هو تحديد ما إذا كانت مصفوفة الإرتباط هي مصفوفة الوحدة أم لا. (*) وأن قيمة الإحتمال P.value تساوي الصفر أي أقل من مستوى المعنوبة ٥%، إذا نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل، وبالتالي مصفوفة الإرتباط ليست مصفوفة الوحدة. كما أن قيم التباين المشترك زادت عن ٣٠.٠، وتراوحت قيم التشبعات بالنسبة للمقياس بين ٥٠.٠ و ٠٠٩٠. ومما سبق يمكن استخلاص أن جميع عبارات هذا المقياس صالحة للاستخدام، ولم يتم حذف أي عبارة منها.

ثانياً: الثبات:

تم استخدام معاملات إحصائية للتأكد من صلاحية مقاييس الإستبيان، من حيث الاتساق الداخلي والثبات، ولذلك تم حساب معامل ألفا كرونباخ الذي يستخدم لتحليل ثبات المقاييس Reliability Analysis بتقدير الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للمقياس عن طريق حساب متوسط الارتباطات بين عبارات المقياس، وقد بلغت قيمة معامل Cronbach' Alpha (*) الخاص بمقياس كثافة الاعتماد على وسائل الإعلام (١٨٨٧)، والخاص بمقياس دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام حول جائحة فيروس كورونا (٠.٨٩٥)، والخاص بمقياس مستوى ثقة الجمهور بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات أوقات الأزمات (٠.٨٤١)، والخاص بمقياس مستوى المعرفة بأزمة فيروس كورونا (٠.٨٩٢)، والخاص بمقياس التأثيرات المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام (٠.٨٥٧)، وهي قيم مرتفعة لثبات هذه المقاييس وقبولها واستخدامها في هذه الدراسة.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

مقياس كثافة الاعتماد على وسائل الإعلام: قام الباحث ببناء مقياس مكون من سؤالين وبشتمل كل سؤال على ثلاث استجابات، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ٢: ٦ درجة، تم تقسيمه إلى

^(*) يطلق على هذه الطريقة: Extraction Method : Principal Component Analysis with Varimax Rotation (*) من خلال هذا الإختباريتم الحكم علي مدي كفاية حجم العينة وبصفة عامة، تتراوح قيمة احصائي الإختبار KMO بين الصفر والواحد الصحيح. وكلما اقتربت قيمته من الواحد الصحيح كلما دل ذلك علي زيادة الإعتمادية للعوامل التي نحصل عليها من التحليل، والعكس صحيح. ويشير صاحب

الإختبار Kaiser إلي أن الحد الأدني المقبول لهذا الإحصائي هي ٠٥٠٠ حتى يمكن الحكم بكفاية حجم العينة أما في حالة أن تكون قيمته أقل من ذلك،

^(*) تتراوح قيمة معامل Cronbach'Alpha ما بين صفر وواحد، وإذا كانت القيمة ٦. • فأقل فإن ذلك يعبر عن انخفاض مستوى ثبات المقياس

ثلاثة مستويات: الأول منخفض الاعتماد ويحصل على الدرجة من ٢ إلى ٣ والثاني متوسط الاعتماد وبحصل على الدرجة من ٤ إلى ٥ والثالث كثيف الاعتماد وبحصل على الدرجة ٦.

ب- مقياس دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام حول جائحة فيروس كورونا: قام الباحث ببناء مقياس تجميعى مكون من (٨) عبارات وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ٨: ٢٤ درجة، تم تقسيمه إلى ثلاثة مستويات: الأول منخفض ويحصل على الدرجة من ٨ إلى ١٣ والثانى متوسط ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤. وتضمن المقياس الدرجة من ٢٠ إلى ١٩ والثالث كثيف ويحصل على الدرجة من ٢٠ إلى ٢٤. وتضمن المقياس العبارات التالية (كانت المصدر الوحيد لمعرفتي عن الفيروس، ولفورية نشرها للأخبار والمعلومات وكل ما هو جديد حول الفيروس، ولتنوع المصادر التي يمكن الحصول من خلالها على معلومات موثوقة، ومعرفة ما سيحدث على المستوى المحلي والدولي، وللتخفيف من الشعور بالتوتر والقلق التي يخلقها إنتشار المرض، ولمتابعة المنشورات الساخرة حول الفيروس، ومحاولة القضاء على وقت الفراغ بسبب الحجر الصحى، والتعود على متابعة أخبار الفيروس).

ج- مقياس الاعتماد على وسائل الإعلام حول جائحة فيروس كورونا: قام الباحث ببناء مقياس من خلال العديد من الدراسات وهو عبارة عن مقياس يحتوى على ١٨ عبارة بطريقة ليكرت الثلاثية، ويتم الإجابة عنها من خلال الاختيار بين ثلاثة بدائل (موافق، محايد، معارض)، وبناءً على ذلك تم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ١٨: ٤٥ درجه، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات: الأول منخفض الاعتماد على وسائل الإعلام ويحصل على الدرجة من ١٨ إلى ٢٩ والثانى متوسط الاعتماد ويحصل على الدرجة من ٣٠ إلى ٢١ والثالث كثيف الاعتماد ويحصل على الدرجة من ٣٠ إلى ٤١ والثالث كثيف الاعتماد ويحصل على الدرجة من

وتضمن المقياس الأبعاد المتعددة للاعتماد (بُعد الفهم الذاتى، بعد الفهم الاجتماعى، بعد توجيه الفعل، بعد توجيه التفاعل، بُعد التسلية الاجتماعية، بعد التسلية الانعزالية)، وذلك من خلال صياغة ثلاث عبارات تعبر عن كل بُعد منها، وفيما يتعلق ببعد الفهم الذاتى في (اكتساب معرفة حول ذاتى وكيفية القيام ببعض الأشياء للوقاية من الفيروس، تصور ما سوف تكون عليه الأمور فى المستقبل، ملاحظة كيفية التعامل بنجاح مع المواقف والمشاكل التى تواجهنى)، أما بالنسبة لبعد الفهم الاجتماعى في (أظل متابعاً للأحداث العالمية، أظل متابعاً للأحداث المحلية، التعرف على ما يحدث فى المجتمع وفهم أبعاد الوعي الإجتماعي في مواجهة الفيروس)، وجاء بعد توجيه الفعل فى (أعبر عن رأيى فى الموضوعات المطروحة حول الفيروس، وأقرر كيفية وقاية نفسي من الفيروس، وأقرر ماذا أشترى؟ وأين أذهب للحصول على الخدمات لتجنب الإصابة بالفيروس؟)، أما بعد توجيه التفاعل في (أكتشف طرقاً أفضل للاتصال بالآخرين، أفكر حول كيفية العمل مع الأصدقاء والأقارب والزملاء، أتعرف على أفكار

ومهارات جديدة وكيف أضاهي الآخرين في المواقف المهمة؟)، كما تضمن بعد التسلية الانعزالية في (أتخفف من عناء عمل شاق، أشعر بالاسترخاء، أنشغل بشئ عندما لا يكون لدى ما أفعله)، وتضمن بعد التسلية الاجتماعية في (أتعلم شيئاً أصنعه مع الأسرة، أشعر بالبهجة والسعادة مع الأسرة والأصدقاء، أكون جزءاً من الأحداث التي أستمتع بها بدون الحاجة للإحتكاك بالآخرين).

مقياس مستوى ثقة الجمهور بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات أوقات الأزمات: تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (٩) عبارات وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٩ إلى ٢٧ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول منخفض مستوي الثقة ويحصل على الدرجة ٩ إلى ١٤، والثاني متوسط مستوى الثقة ويحصل على الدرجة من ١٥ إلى ٢٠، والثالث مرتفع مستوى الثقة ويحصل على الدرجة من ٢١ إلى ٢٧. وتضمن المقياس العبارات التالية: (نشر وتناول المعلومات بشكل يتمتع بالشفافية، وذكر المعلومات المجردة الخالية من الإضافة والتهويل والتضخيم وعدم المبالغة، وتتميز بالصدق وعدم الخوض في أمور لا يصدقها العقل، واللغة الواضحة والبسيطة وغير المسطحة واستخدام الفاظ مفهومة، والعمل لصالح الحقيقة ونشرها من خلال قول الحقائق دون تغليب المصالح لجهة، والمعلومات دقيقة (دقة الأسماء والألفاظ والأحكام والوصف والتواريخ والأرقام)، وتقديم موضوعات صدرت واستندت على وثائق، وممارسة أخلاقيات المهنة دون تحيز وعدم خلط الرأي بالمعلومات, واتباع المهنية الإعلامية، ونشر الأمور الصحيحة في حالة اكتشاف الخطأ وتعديلها، والأخذ بالتعددية وترك الأحادية وبشمل السياسة والوسائل الاعلامية والموضوعات والآراء والاتجاهات).

ه - مقياس مستوى المعرفة بأزمة فيروس كورونا: تم تكوبن مقياس تجميعي مكون من (٩) عبارات وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٩ إلى ٢٧ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات، الأول مستوى معرفة منخفض ويحصل على الدرجة ٩ إلى ١٤، والثاني مستوى معرفة متوسط ويحصل على الدرجة من ١٥ إلى ٢٠، والثالث مستوى معرفة مرتفع وبحصل على الدرجة من ٢١ إلى ٢٧. وتضمن المقياس العبارات التالية (مسح وتطهير الأسطح المحيطة يساعد على الوقاية من الفيروس، وعند مخالطة الآخرين يجب التباعد على الأقل متر ونصف، وتتضمن المضاعفات التهاب كلتا الرئتين ومتلازمة تنفسية حادة، وللرضاعة الطبيعية دور فعال في وقاية الطفل من الأمراض لأنها تقوى الجهاز المناعي عن طريق نقل أجسام مضادة من الأم إلى الطفل، والتباعد الاجتماعي والمكوث بالمنزل ضرورة لانحصار الفيروس، وبمكن انتقال الفيرس من جثث الموتى المتوفين به، وكبار السن وأصحاب الأمراض المزمنة والحوامل أكثر عرضة للإصابة، وبتم علاج المرضى ببروتوكول تم وضعه من قبل وزارة الصحة، وتنظيف اليدين واستخدام الماسك

الواقى "الكمامة" وغسل الأنف يساعد في الوقاية من العدوى بفيروس كورونا).

و- مقياس التأثيرات المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام: تم تكوين مقياس تجميعى مكون من (٩) عبارات وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وتم تقسيم المقياس إلى ثلات عبارات تقيس التأثيرات المعرفية، وثلاث عبارات تقيس التأثيرات الوجدانية، وثلاث عبارات تقيس التأثيرات السلوكية، وتم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين ٩ إلى ٢٧ درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات، الأول منخفض درجة التأثير ويحصل على الدرجة ٩ إلى ١٤، والثانى متوسط مستوى التأثير ويحصل على الدرجة من ١٥ إلى ٢٠، والثالث مرتفع مستوى التأثير ويحصل على الدرجة من ٢١ إلى ٢٧. وتضمن المقياس العبارات التالية: (الإسهام في توعية من حولي بمخاطر الفيروس، التزمت بالحجر المنزلي، اتخاذ إجراءات وقائية ضد المرض، وجعلتني أتعاطف مع شعوب المناطق المصابة، وطمأنتني تجاه دراستى أو عملى، وأثارت لدئ القلق والكآبة والخوف من الإصابة بفيروس كورونا، ومعرفة آخر الإحصاءات المتعلقة بالإصابة والشفاء والوفيات، ومعرفة طرق انتقال العدوى بالفيروس وطرق العلاج وأسباب انتشاره، وصححت معلومات ومعتقدات خاطئة اكتسبتها من مصادر أخرى، وعلمت من خلالها جهود الدولة والوزارة لمواجهة الأزمة).

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم Statistical Package for the Social Sciences ، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار كالمحداول الاقتران ومعامل التوافق ومعامل ارتباط بيرسون واختبار (ت) للمجموعات المستقلة وتحليل التباين ذي البعد الواحد.

نتائج الدراسة:

١. مستوى متابعة المراهقين لمستجدات جائحة كورونا على وسائل الإعلام:

جدول رقم (١) مستوي متابعة المراهقين لمستجدات جائحة كورونا على وسائل الإعلام وفقاً للجنسية

'جمالي	ÌΙ	ود <i>ي</i>	2 .u	مصري		الجنسية
%	أی	%	<u>أ</u> ى	%	<u>أ</u> ى	مستوى المتابعة
٧٥.٦	٣٧٨	۸۳.۲	۲.۸	٦٨.٠	١٧٠	مستوي مرتفع
1 2 . 2	٧٢	11.7	۲٩	17.7	٤٣	مستوي متوسط
١٠.٠	٥,	0.7	١٣	18.1	٣٧	مستوي منخفض
1	0	1	70.	1	70.	الإجمالي

قيمة كا ٌ=١٨٠٠٦٢ درجة الحرية=٢٪ مستوي المعنوية=٠٠٠٠٠ مستوي الدلالة=٠٠٠٠١ معامل التوافق=٠٠١٨٧٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى: أن ٥٠٠٧% من المبحوثين يتابعون مستجدات جائحة كورونا على وسائل الإعلام بمستوي (مرتفع)، ويتعرض ١٠٤% منهم بمستوى (متوسط)، وأخيرًا يتابعها ١٠% منهم بمستوى (منخفض).

بحساب قيمة كا للغت (١٨٠٠٦٢) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة دالة إحصائيًا. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (مصري، سعودي) ومستوى متابعتهم لمستجدات جائحة كورونا على وسائل الإعلام عند مستوي ثقة ٩٩٩٩%.

ويمكن تفسير هذة النتيجة بأنه في ظل انتشار الفيروس بشكل سريع، وفرض الحكومة المصرية والسعودية لحظر التجوال، لجأ العديد من المراهقين للإعتماد علي وسائل الإعلام لمعرفة أسباب انتشار الفيروس وطرق الوقاية منه، وأيضاً لتنوع المصادر التي يمكن الحصول من خلالها على معلومات موثوقة لحماية أنفسهم وأهليهم، وللتخفيف من الشعور بالتوتر والقلق التي يخلقها إنتشار فيروس كورونا.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سليم) التي تشير إلى ارتفاع استخدام المبحوثين لأحد وسائل الإعلام (شبكات التواصل الإجتماعي) في ظل أزمة الوباء العالمي لفيروس كورونا المستجد من ساعة إلى ساعتين بنسبة ٢٩%، (سليم، ٢٠٢٠م، ص٤٧٥)

وتتفق هذة النتيجة مع دراسة (الزغبي) التي تشير إلى ارتفاع عدد أيام متابعة المبحوثين لتغطية أزمة كورونا يومياً بنسبة ٨٦.٨%، وارتفاع عدد ساعات متابعة المبحوثين لتغطية أزمة كورونا أكثر من ساعتين بنسبة ٩٣.٤%.(الزغبي، ٢٠٢٠م، ص٥٢٧)

وتتفق هذة النتيجة مع دراسة (عاشور) التي تشير إلى ارتفاع متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام بشكل مرتفع لمواجهة أزمة فيروس كورونا بنسبة ٨٩%.(عاشور، ٢٠٢٠م، ص٥٤٣)

٢. أكثر الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها المراهقون في متابعة مستجدات جائحة كورونا:

جدول رقم (٢) أكثر الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها المراهقون في متابعة مستجدات جائحة كورونا وفقاً للجنسية

الي	الإجم	.ي	سعود	ي	مصرو	الجنسية
%	اک	%	أى	%	ك	الوسائل
78.7	474	۸٠.٤	7.1	٤٨.٨	177	مواقع التواصل الاجتماعي
۱۳.۰	70	11.7	۲۸	۱٤.٨	47	المواقع الالكترونية للصحف
۱۲.۸	٦٤	٠.٤	١	70.7	٦٣	القنوات التلفزيونية
٦.٦	٣٣	٣.٢	٨	١٠.٠	70	المواقع الالكترونية للقنوات الفضائية
٣.٠	10	٤.٨	17	1.7	٣	الصحف
1	0.,	١٠٠.	70.	١٠٠.	۲٥.	جملة من سئلوا

قيمة كا ح.٧٨٨ و رجة الحربة=٤ مستوى المعنوبة=٠٠٠٠٠ مستوى الدلالة=٠٠٠٠١ معامل التوافق=٩٩٥٠٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها المراهقون في متابعة مستجدات جائحة كورونا: حيث جاءت (مواقع التواصل الاجتماعي) في المرتبة الأولى بنسبة ٢٠٤، وجاءت (القنوات التلفزيونية) في وجاءت (المواقع الإلكترونية للصحف) في المرتبة الثانية بنسبه ١٣%، وجاءت (القنوات التلفزيونية) في المرتبة الثالثة بنسبه ١٢.٨%، وجاءت (المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية) في المرتبة الرابعة بنسبه ١٨.٢%، وأخيراً جاءت (الصحف) بنسبه ٣%.

بحساب قيمة كا للغت (٩٤.٧٨٨) عند درجة حرية = (٤)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (مصري، سعودي) وأكثر الوسائل الإعلامية التي يعتمدون عليها في متابعة مستجدات جائحة كورونا عند مستوى ثقة ٩٩.٩%.

ويمكن تفسير هذة النتيجة بأنه في الغالب يستخدم المراهقون وسائل التواصل الإجتماعي نظراً لأنها تتيح لهم إمكانية التواصل مع الآخرين وإنشاء شبكات اجتماعية. كما يستخدمونها للترفيه والتعبير عن المذات. ومعرفة الأحداث الحالية، والتفاعل عبر الحواجز الجغرافية ولتعلم مجموعة متنوعة من الموضوعات، بما في ذلك السلوكيات الصحية. كما تُوفر اتصالًا مفيدًا مع الأقران بالإضافة إلى شبكة اجتماعية واسعة قد تُساعد المراهقين على تجنب الاكتئاب. وعلى الجانب الآخر يستخدم بعض المراهقين القنوات التلفزيونية والمواقع الإلكترونية للصحف نظراً لتميزها بالصدق واللغة الواضحة والبسيطة وغير المسطحة واستخدام ألفاظ مفهومة، وممارسة أخلاقيات المهنة دون تحيز وعدم خلط الرأي بالمعلومات، واتباع المهنية الإعلامية حول فيروس كورونا.



وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سليم) التي تشير إلى ارتفاع استخدام المبحوثين في ظل أزمة الوباء العالمي لفيروس كورونا المستجد، حيث نجد استخدام الفيسبوك في أزمة كورونا دائماً بنسبة ٤٩%، واستخدام الواتساب في أزمة كورونا دائماً بنسبة ٧٧%، واستخدام التويتر في أزمة كورونا دائماً بنسبة ۱۱% (سليم، ۲۰۲۰م، ص٤٧٥)

وتتفق هذة النتيجة مع دراسة (الزغبي) التي تشير إلى ارتفاع متابعة المبحوثين لأزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة مرتفعة تصل إلى ٤٣.٩%، وبدرجة متوسطة تصل إلى ٥٠٠٤ %. (الزغبي، ٢٠٢٠م، ص٥٢٥)

وتتفق هذة النتيجة مع دراسة (الأمين) التي تشير إلى أهمية شبكات التواصل الإجتماعي في زيادة الـوعى الصـحى للوقايـة من فيـروس كورونـا المستجد، وأيضـاً ارتفـاع نسبة التفاعل ومشـاركة الأخبـار الخاصة بعدد الإصابات بفيروس كورونا. (الأمين، ٢٠٢٠م، ص٥٦٧)

وتتفق هذة النتيجة مع دراسة (عويدات) التي تشير إلى وجود فروق بين أشكال تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفحتى قناة المملكة الأردنية، وقناة فرنسا ٢٤ عربي، لصالح قناة فرنسا ۲۶ عربی. (عویدات، ۲۰۲۰م، ص۵۸)

وبمكن عرض أكثر الصفحات الرسمية التي تابعها المراهقون من خلالها مستجدات جائحة كورونا على وسائل الإعلام: ومنها صفحة وزارة الخارجية، والصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصربة، والصفحة الرسمية للمتحدث باسم وزارة الصحة، والصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري، وصفحة وزارة الصحة السعودية، وصفحة وزارة الداخلية السعودية، وصفحة منظمة الصحة العالمية، وصفحة اليونيسيف. وصفحات المواقع الإخبارية الإلكترونية.

٣. دوافع متابعة المراهقين للوسائل الإعلامية حول مستجدات جائحة فيروس كورونا:

جدول رقم (٣) دوافع متابعة المراهقين للوسائل الإعلامية حول مستجدات جائحة فيروس كورونا

الاستجابة(*)	الانحراف	•	ِفق	موا	عايد	~	رض	معار	الاستجابة
, , -	المعياري	الحسابي	%	أى	%	أى	%	أى	الدوافع
موافق	• ٤٧٧	۲.۷۷	۸٠.٠	٤٠٠	۱٧.٤	۸٧	۲.٦	١٣	لفورية نشرها للأخبار والمعلومات وكل ما هو جديد حول الفيروس
موافق	٠.٤٨١	۲.٧٤	٧٦.٤	" ለፕ	۲۱.٦	١٠٨	۲.۰	١.	لتنوع المصادر التي يمكن الحصول من خلالها على معلومات موثوقة.
موافق	079	۲.۷۲	٧٥.٤	***	۲٠.۸	١٠٤	٣.٨	19	معرفة ما سيحدث على المستوى المحلي والدولي
موافق	٠.٦٥٣	۲.0٠	٥٨.٨	798	٣٢.٤	١٦٢	۸.۸	٤٤	كانت المصدر الوحيد لمعرفتي عن الفيروس
موافق	۸۲۷.۰	7.79	٥٣.٤	777	۳۲.۰	١٦.	18.7	٧٣	التعود على متابعة أخبار الفيروس
محايد	٧٥٥	۲.۲۹	٤٧.٠	770	٣٤.٨	١٧٤	۱۸.۲	91	للتخفيف من الشعور بالتوتر والقلق التي يخلقها إنتشار المرض
محايد	٠.٨٥٣	1.97	٣٤.٨	١٧٤	۲۷.۲	١٣٦	٣٨.٠	19.	محاولة القضاء على وقت الفراغ بسبب الحجر الصحي
محايد	۰.۸۳٦	1.40	۲۸.٤	1 £ 7	۲۸.۰	1 : •	٤٣.٦	717	لمتابعة المنشورات الساخرة حول الفيروس
			٥.,					_	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: استجابات المبحوثين حول دوافع متابعتهم للوسائل الإعلامية حول مستجدات جائحة فيروس كورونا، وقد جاء (لفورية نشرها للأخبار والمعلومات وكل ما هو جديد حول الفيروس) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢٠٧٧، وجاءت (لتنوع المصادر التي يمكن الحصول من خلالها على معلومات موثوقة) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي ٢٠٧٤، وجاءت (معرفة ما سيحدث على المستوى المحلي والدولي) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي ٢٠٠٧، وجاءت (كانت المصدر الوحيد لمعرفتي عن الفيروس) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي ٢٠٥٠، وجاءت (التعود على متابعة أخبار الفيروس) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي ٢٠٥٠، وأخيرًا جاءت (لمتابعة المنشورات الساخرة حول الفيروس) بمتوسط حسابي موسط حسابي ٢٠٥٠، وأخيرًا جاءت (المتابعة المنشورات الساخرة حول

_

^(*) من ١ إلى ١.٦٦ معارض -- من ١.٦٧ إلى ٢.٣٣ محايد -- من ٢.٣٤ إلى ٣ موافق

وقد أظهرت النتائج ارتفاع نسبة الدوافع النفعية عن الدوافع الطقوسية واعتمد المراهقون على وسائل الإعلام من أجل الفهم والتوجيه أكثر من التسلية.

وتتفق هذة النتيجة مع دراسة (سليم) التي تشير إلى دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعي؛ ومنها تبادل الآراء حول المرض في شبكات التواصل الإجتماعي بنسبة مرتفعة تصل إلى ٧٧%. وأيضاً التعامل مع المنشورات المتعلقة بالوباء من خلال تسجيل الإعجاب بنسبة ٩٠%، والتعليق عليها بنسبة ٧٠% (سليم، ٢٠٢٠م، ص٤٧٦)

وتتفق هذة النتيجة مع دراسة (الزغبي) التي تشير إلى دوافع متابعة المبحوثين لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا؛ ومنها لأنها تتصف بالآنية والحالية في متابعتها لأزمة كورنا، ولأنها تعتمد على مصادر خاصة من المراسلين ومندوبين في التغطية، وتناولها لأزمة كورونا بكافة مراحلها. (الزغبي، ۲۰۲۰م، ص۲۲۵)

دوافع متابعة المراهقين للوسائل الإعلامية حول مستجدات جائحة فيروس كورونا:

جدول رقم (٤) مستويات دوافع متابعة المراهقين للوسائل الإعلامية حول مستجدات جائحة فيروس كورونا وفقاً للجنسية

إجمالي	31	عودي	س	ري	مصر	الجنسية
%	آی	%	آی	%	اک	المستوى
٥٣.٠	770	01.7	١٢٨	٥٤.٨	١٣٧	مستوى متوسط
٤٥.٠	770	٤٨.٨	177	٤١.٢	١٠٣	مستو <i>ی</i> مرتفع
۲.۰	١.	٠.٠	•	٤.٠	١.	مستوى منخفض
1	0.,	1	70.	1	70.	الإجمالي

قيمة كا ٢ = ١١.٩١٠ درجة الحربة ٢ - مستوي المعنوبة = ٠٠٠٠ الدلالة = ٠٠٠١ معامل التوافق = ١٥٣٠.

تشير نتائج الجدول السابق إلى: أن ٥٣% من المبحوثين يتابعون الوسائل الإعلامية حول مستجدات جائحـة فيروس كورونـا بمستوى (متوسط)، وبتعرض ٤٥% منهم بمستوى (مرتفع)، وأخيراً يتابعها ٢% منهم بمستوى (منخفض).

بحساب قيمة كا للغت (١١.٩١٠) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة دالة إحصائيًا. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائيًا بين جنسية المبحوثين (مصري، سعودي) ودوافع متابعتهم للوسائل الإعلامية حول مستجدات جائحة فيروس كورونا، عند مستوى ثقة ٩٩%.

ه. مستوبات أبعاد الإعتماد على وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا:

جدول رقم (٥)
مستويات أبعاد الإعتماد علي وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا وفقاً للجنسية

'جمالي	ÌΙ	ود <i>ي</i>	2	ىري	مم	الجنسية
%	أی	%	<u>ای</u>	%	<u>ای</u>	المستوى
٧٦.٠	٣٨.	٧٧.٢	198	٧٤.٨	١٨٧	مستو <i>ی</i> مرتفع
۲۳.٤	117	۸.۲۲	٥٧	7 ٤.٠	٦.	مستوى متوسط
٠.٦	٣	٠.٠	•	1.7	٣	مستو <i>ی</i> منخف <i>ض</i>
1	0.,	1	70.	1	70.	الإجمالي

قيمة كا ٣.١٧٢ درجة الحرية ٢- مستوي المعنوية ٥.٢٠٥ الدلالة عغير دالة معامل التوافق ٥٠٠٧٩.

تشير نتائج الجدول السابق إلى: أن ٧٦% من المبحوثين يعتمدون على وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا بمستوى (مرتفع)، ويعتمد ٢٣.٤% منهم بمستوى (متوسط)، وأخيرًا يعتمد ٢٠.٠% منهم بمستوى (منخفض).

بحساب قيمة كا للغت (٣٠١٧٢) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (مصري، سعودي) وأبعاد الإعتماد علي وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا.

ويمكن تفسير ذلك في ظل توجه المراهقين للإعتماد علي وسائل الإعلام من أجل اكتساب معرفة حول ذاتهم، وكيفية القيام ببعض الأشياء للوقاية من الفيروس، وتصور ما ستكون عليه الأمور في المستقبل، والتعرف على ما يحدث في المجتمع وفهم أبعاد الوعي الإجتماعي في مواجهة الفيروس، ومعرفة كيفية وقاية أنفسهم من الفيروس، واكتشاف طرقٍ أفضل للاتصال بالآخرين، وليكونوا جزءاً من الأحداث بدون الحاجة للإحتكاك بالآخرين.

٦. التأثيرات الناتجة عن إعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا:

جدول رقم (٦) التأثيرات الناتجة عن إعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا وفقاً للجنسية

إجمالي	1 1	عودي	س	مصري		الجنسية
%	ای	%	آی	%	[ی	المستوى
۸۸.۲	٤٤١	۸٧.٢	717	۸۹.۲	777	مستو <i>ی</i> مرتفع
١١.٦	٥٨	۱۲.۸	44	١٠.٤	47	مستوى متوسط
٠.٢	١	*.*	•	٠.٤	١	مستوى منخفض
١٠٠.٠	0	1	70.	1	70.	الإجمالي

قيمة كا ۗ =١.٦٧٧ درجة الحرية=٢ مستوي المعنوية=٠٠.٤٣٢ الدلالة=غير دالة معامل التوافق=٠٠٠٥٨

تشير نتائج الجدول السابق إلي: أن ٨٨.٢% من المبحوثين يتأثرون نتيجة إعتمادهم على وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا بمستوى (مرتفع)، ويتأثر ١١.٦% منهم بمستوي (متوسط)، وأخيراً يتأثر ٢٠٠٠% منهم بمستوي (منخفض).

بحساب قيمة كا بلغت (١.٦٧٧) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (مصري، سعودي) ومستوى التأثير الناتج عن إعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا.

ويمكن تفسير هذه النتيجة نظراً لخطورة وسرعة انتشار فيروس كورونا؛ وزيادة أعداد الإصابات والوفيات؛ فقد لجأ المراهقون إلي معرفة آخر الإحصاءات المتعلقة بالإصابة والشفاء والوفيات، ومعرفة طرق انتقال العدوي بالفيروس، وطرق العلاج وأسباب انتشاره.

٧. مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول مستجدات جائحة فيروس كورونا:

جدول رقم (٧) مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول مستجدات جائحة فيروس كورونا وفقاً للجنسية

إجمالي	الأ	ود <i>ي</i>	2	ىىري	مم	الجنسية
%	اک	%	أى	%	أى	المستوى
00.7	777	٧٤.٨	١٨٧	٣٦.٤	91	مستو <i>ي</i> مرتفع
٣٢.٢	171	١٨.٠	٤٥	٤٦.٤	۱۱۲	مستوي متوسط
17.7	٦١	٧.٢	١٨	١٧.٢	٤٣	مست <i>وي</i> منخفض
1	0	1	70.	1	70.	الإجمالي

قيمة كا٢=٨٠٤.٧٠ درجة الحرية ٢= مستوي المعنوية=٠٠٠٠٠ الدلالة =٠٠٠١ معامل التوافق=٣٦١.٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى: أن ٥٥.٦% من المبحوثين يثقون بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول مستجدات جائحة فيروس كورونا بمستوي (مرتفع)، ويثق ٣٢.٢% منهم بمستوى (متوسط)، وأخيراً يثق ١٢.٢% منهم بمستوى (منخفض).

بحساب قيمة كا بلغت (٧٤.٧٠٨) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة دالة إحصائياً. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (مصري، سعودي) ومستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول مستجدات جائحة فيروس كورونا عند مستوي ثقة 9.9%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنه قد تسبب انتشار جائحة فيروس كورونا في فرض حظر التجول لأوقات كثيرة، وانتشار ثقافة التباعد الإجتماعي بين الأفراد وبالتالي انخفضت عملية التواصل المباشر بين الأفراد، مما أدى إلى لجوئهم إلى وسائل الإعلام نظراً لممارستها أخلاقيات المهنة دون تحيز وعدم

خلط الرأي بالمعلومات, واتباع المهنية الإعلامية، وتقديم موضوعات مستندة علي وثائق، والعمل لصالح الحقيقة ونشرها من خلال قول الحقائق دون تغليب المصالح لجهة، ونشر وتناول المعلومات بشكل يتمتع بالشفافية، ذكر المعلومات المجردة الخالية من الاضافة والتهوبل والتضخيم وعدم المبالغة.

٨. مستوبات المعرفة لدى المبحوثين حول مستجدات جائحة فيروس كورونا:

جدول رقم (٨) مستويات المعرفة لدي المبحوثين حول مستجدات جائحة فيروس كورونا وفقاً للجنسية

'جمالي	ÌΙ	ود <i>ي</i>	2	ىري	مم	الجنسية
%	أی	%	<u>ای</u>	%	<u>ای</u>	مستوبات المعرفة
۸۹.٦	٤٤٨	٩٠.٤	777	۸۸.۸	777	مستو <i>ي</i> مرتفع
٩.٤	٤٧	٩.٦	۲ ٤	٩.٢	74	مستوي متوسط
١.٠	0	*.*	•	۲.۰	0	مستو <i>ي</i> منخف <i>ض</i>
١٠٠.٠	0,,	1	70.	١٠٠.٠	70.	الإجمالي

قيمة كا ٩٠٠٥٧ درجة الحرية =٢ مستوي المعنوية =٠٠٠٨٠ مستوي الدلالة =غير دالة معامل التوافق =٠٠١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى: أن ٨٩.٦% من المبحوثين قد اكتسبوا مستوي معرفة (مرتفعًا) حول مستجدات جائحة فيروس كورونا نتيجة تعرضهم لوسائل الإعلام، وقد اكتسب ٩٠٤% منهم مستوي معرفة (متوسطًا)، وأخيراً اكتسب ١% منهم مستوي معرفة (منخفضًا).

بحساب قيمة كا^٢ بلغت (٥٠٠٥٧) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين جنسية المبحوثين (مصري، سعودي) ومستويات معرفتهم حول مستجدات جائحة فيروس كورونا.

ويمكن تفسير هذه النتيجة: نظراً لإعتماد المراهقين علي وسائل الإعلام؛ وارتفاع مستويات الثقة في المضامين الإعلامية؛ وحاجتهم الشديدة لمعرفة أعداد المصابين والوفيات وطرق الوقاية، وتنوع المصادر التي يمكن الإعتماد عليها في الحصول علي معلومات حول فيروس كورونا وخاصة في ظل الإهتمام العالمي من كافة وسائل الإعلام.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام ومستويات متابعة الأزمات الصحية (جائحة كورونا).

جدول رقم (٩)	

	ä	مات الصحي	متابعة الأز	م ومستويات .	ئل الإعلاد	بحوثين لوسا	ستخدام الم	العلاقة بين مستويات ا
مالي	الإج	فض	منذ	متوسط		مرتفع		مستوى استخدام وسائل
%	أى	%	أى	%	أى	%	اک	الإعلام
٦٨.٦	757	78.+	٣٢	9 ٤ . ٤	٦٨	78.8	757	مرتفع
79.7	١٤٨	٣٠.٠	10	٥.٦	٤	٣٤.١	179	متوسط
١.٨	٩	·	٣	*.*	*	١.٦	٦	منخفض
1	0.,	1	٥,	1	٧٢	1	٣٧٨	الإجمالي

قيمة كا ح ٣١.١٦٤ درجة الحربة على عامل التوافق - ٠٠٠٠ مستوى الدلالة = ١٠٠٠٠

بحساب قيمة كا للغت (٣١.١٦٤) عند درجة حربة = (٤)، وهي قيمة دالة إحصائياً. وبعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين مستوى استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام (مرتفع- متوسط-منخفض) ومستوى متابعة الأزمات الصحية حول جائحة كورونا (مرتفع- متوسط- منخفض). عند مستوى ثقة ٩٩%.

وباستعراض النتائج السابقة يتبين لنا أنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين مستوبات استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام وبين مستوبات متابعة الأزمات الصحية، أي أنه كلما زادت كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام، تزداد بالتالي كثافة متابعة الأزمات الصحية حول جائحة كورونا، وبالتالي فقد ثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوبات استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام ومستوبات متابعة الأزمات الصحية (جائحة كورونا).

وتتفق هذة النتيجة مع دراسة (سليم) التي تشير إلى استخدام المبحوثين معلومات عن هذا المرض من مصادرها بنسبة مرتفعة تصل إلى ٨٩%.(سليم، ٢٠٢٠م، ص٤٧٦)

الفرض الثاني: تزداد درجة معرفة المبحوثين بالأزمات الصحية (جائحة كورونا) بزيادة درجة الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات.

جدول رقم (۱۰) معامل ارتباط سبيرمان لقياس العلاقة بين درجة معرفة المبحوثين بالأزمات الصحية (جائحة كورونا) ودرجة الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات

	ثين بالأزمات	رفة المبحو	المتغيرات		
الدلالة	مستوى المعنوية	القوة	<u>.</u>		
٠.٠٠١	*.**	متوسطة	طردية	**170	درجة الاعتماد على وسائل الإعلام

تشير بيانات الجدول السابق إلى انه تزداد درجة معرفة المبحوثين بالأزمات الصحية (جائحة كورونا) بزيادة درجة الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.١٢٥) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩.٩%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ظل قدرة وسائل الإعلام على جمع المعلومات وتحليلها على كل مستوى من مستويات النظام الصحي المجتمعي. واعتماد المراهقين عليها في الحصول علي المعلومات حول جائحة فيروس كورونا مما انعكس على زيادة معرفتهم بتلك الأزمة.

وتتفق هذة النتيجة مع دراسة (علة) التي تشير إلى الدور الإيجابي لوسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا المستجد. (علة، ٢٠٢٠م، ص٥٠٨)

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عاشور) التي تشير إلى دور وسائل الإعلام في التوعية الأسرية لمواجهة أزمة فيروس كورونا وكانت مظاهر تأثير إيجابية، وقد ظهر ذلك في اهتمام وسائل الإعلام بالدعوة لمواجهة الفيروس، وسعي وسائل الإعلام بنشر أعداد المصابين وكل ما هو جديد بالفيروس لحث الأسرة على المواجهة. (عاشور، ٢٠٢٠م، ص ص ٤٥٥: ٥٥٥)

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على متغيرات الاعتماد على وسائل الإعلام خلال متابعتهم للأزمات الصحية (جائحة كورونا) وفقاً لاختلاف مستويات معرفة المبحوثين بالأزمات الصحية.

جدول رقم (١١) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متغيرات الاعتماد تبعاً لاختلاف مستوبات المعرفة بالأزمات الصحية

مستويات المعرفة بالأزمات الصحية							
الدلالة	قيمة ف	متوسط	درجة	مجموعات	مصدر التباين	ت الاعتماد	متغيرا
	۲.٦٥٥	1.7.49	۲	٣.٣٧٧	بين المجموعات	ة الاعتماد	۵۱÷۲
	1.(88	٠.٦٣٦	٤٩٧	٣١٦.١٣	داخل المجموعات	4 الاعتماد	حاف
			٤٩٩	719.01	المجموع		
	۲۱.۸۱	٤٦.٦١٠	۲	98.719	بين المجموعات	-1:t1 :t1	
*.***	٨	1.270	٤٩٧	٧٢٨.٠٥	داخل المجموعات	الفهم الذاتي	
			٤٩٩	۸۲۱.۲۷	المجموع		
	٣٩.٤٢	٣٩.٩٥٥	۲	٧٩.٩٠٩	بين المجموعات	الفهم	
*.***	۲	118	٤٩٧	0.4.71	داخل المجموعات	الاجتماعي	
	•		٤٩٩	٥٨٣.٦٢	المجموع	٠٠٠ - اي	<u>~</u> j.
	۲۲.۲۲	٣٦.٤٧٠	۲	٧٢.٩٤٠	بين المجموعات	1 **11 ,	أبعاد الاعتماد
*.***	۲	1.090	٤٩٧	14.79	داخل المجموعات	توجيه الفعل	رُعَتِم
			٤٩٩	170.70	المجموع		7
	١٠.٢٤	۲٠.٨٦٤	۲	٤١.٧٢٧	بين المجموعات	توجيه	
*.***	٥	۲.۰۳٦	٤٩٧	1.17.1	داخل المجموعات	التفاعل	
			٤٩٩	1.08.1	المجموع	,سب ص	
٠.٥٢٨	٠.٦٣٩	۲.٦٠٩	۲	0.719	بين المجموعات	التسلية	
		٤.٠٨٦	٤٩٧	٧٠٣٠.٧	داخل المجموعات	,	

			٤٩٩	۲۰۳٦.۰	المجموع	الانعزالية	
	7 1/7 2	۱۷.۸۸۲	۲	٣٥.٧٦٤	بين المجموعات	التسلية	
1	7.770	۲.٦٤٣	٤٩٧	1818.8	داخل المجموعات	الاجتماعية	
			٤٩٩	184.0	المجموع	1. 51.	
	٦٨.٥١	07.109	۲	1.0.71	بين المجموعات	التأثيرات	
*.***	7	٠.٧٧٢	٤٩٧	٣٨٣.٤٥	داخل المجموعات	المعرفية	
	,		٤٩٩	٤٨٩.١٦	المجموع	العربية	<u>.:</u>
	۱۷.٥٨	۲۹.۷9 A	۲	٥٩.٥٩٦	بين المجموعات	التأثيرات	تأثيرات
*.**	٨	1.798	٤٩٧	۸٤٢.٠٤	داخل المجموعات	الوجدانية	
	,,		٤٩٩	9 • 1 . 7 ٣	المجموع	الوجدانيا-	الإعتماد
	٧٥.٨٦	٦٢.09٣	۲	170.11	بين المجموعات	التأثيرات	٠,
*.***	V	٠.٨٢٥	٤٩٧	٤١٠.٠٤	داخل المجموعات	السلوكية	
	'		٤٩٩	070.77	المجموع	السوبيا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستوبات المعرفة المختلفة بالأزمات الصحية، وذلك على مقياس كثافة الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تلك الأزمات، حيث بلغت قيمة ف ٢.٦٥٥ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى أقل من ٠٠٠٠ وهو ما يثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الأزمات الصحية تبعاً لاختلاف مستوى المعرفة بتلك الأزمة.

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات المعرفة المختلفة بالأزمات الصحية، وذلك على مقياس أبعاد الإعتماد علي وسائل الإعلام وهي: الفهم الذاتي، والفهم الاجتماعي، وتوجيه الفعل، وتوجيه التفاعل، والتسلية الاجتماعية، حيث بلغت قيمة ف قيماً دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =١٠٠٠٠، وهو ما يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس أبعاد الإعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الأزمات الصحية تبعاً لاختلاف مستوبات معرفة المبحوثين بالأزمات، فيما عدا بُعد التسلية الانعزالية الذي لم يثبت صحته.

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات المعرفة المختلفة بالأزمات الصحية، وذلك على مقياس تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، وهي التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية، حيث بلغت قيمة ف قيماً دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ١٠٠٠٠، وهو ما يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الأزمات الصحية تبعاً لاختلاف مستوبات معرفة المبحوثين بالأزمات. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول رقم (۱۲)
نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس متغيرات الاعتماد

متوسط	مرتفع	المجموعات	غيرات الاعتماد	مت
*771		منخفض	الفهم الذاتي	
*1.770	*.**	متوسط	,	
*1.7.7	*.**	منخفض	الفهم الاجتماعي	<u>~</u> 7.
*1.775	*.**	متوسط	·	أبعاد الاعتماد
*1.7\٤		متوسط	توجيه الفعل	لإعتما
*•.977		متوسط	توجيه التفاعل	ال
*1.907	٠.٠٠٨	منخفض	التسلية الاجتماعية	
* 70 .	9	متوسط		
7.157		منخفض	التأثيرات المعرفية	
1.£19	*.**	متوسط		<u>;</u> :1.
1.777	٠٣	منخفض	التأثيرات الوجدانية	<u></u>
1 £ £		متوسط		تأثيرات الاعتماد
١.٨٢٦		منخفض	التأثيرات السلوكية	ا اد
۱.٦١٨		متوسط		

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات المعرفة المختلفة، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة. حيث أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين كالتالي:

فيما يتعلق ببعد (الفهم الذاتى) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢٠٠٦ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض)، وبين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٣٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ١٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط).

فيما يتعلق ببعد (الفهم الاجتماعي) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٦٠٢ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ١٠٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض). وبين

المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط) والمبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٢٧٤ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوسة ٠٠٠٠١ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط).

فيما يتعلق ببعد (توجيه الفعل) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط) والمبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٢٨٤ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوبة ٠٠٠٠١ لصالح المبحوثين ذوى مستوى المعرفة (المتوسط).

فيما يتعلق ببعد (توجيه التفاعل) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط) والمبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٩٦٧ ٠.٩ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوبة ٠٠٠٠١ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط).

فيما يتعلق ببعد (التسلية الاجتماعية) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوي المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٩٥٧ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠٠٠١ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط) والمبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠٠٦٥٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوبة ٠٠٠١ لصالح المبحوثين ذوى مستوى المعرفة (المتوسط).

فيما يتعلق بالتأثيرات (المعرفية) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوى مستوى المعرفة (المنخفض) والمبحوثين ذوى مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢٠١٤٧ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوبة ٠٠٠٠١ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط) والمبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٤١٩ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠٠٠٠١ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط).

فيما يتعلق بالتأثيرات (الوجدانية) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوي المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١.٧٣٣ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠٠٠١ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط) والمبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٠٤٤ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠٠٠٠١ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط).

فيما يتعلق بالتأثيرات (السلوكية) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٨٢٦ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوبة ٢٠٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط) والمبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٠٠٨ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠٠٠٠١ لصالح المبحوثين ذوي مستوى المعرفة (المتوسط).

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على متغيرات الاعتماد على وسائل الإعلام وفقاً لاختلاف مستويات ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الأزمات الصحية (جائحة كورونا).

جدول رقم (١٣) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متغيرات الاعتماد تبعاً لاختلاف مستويات ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الأزمات الصحية

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع	درجة	مجموعات	مصدر التباين	يرات الاعتماد	متغ	
٢.١٨٦		1.797	۲	۲.۷۸٦	بين المجموعات			
	٠.٦٣٧	٤٩٧	٣ ١٦.٧٢٦	داخل المجموعات	ثافة الاعتماد	ک		
			٤٩٩	719.017	المجموع			
		٣٨.٢٥٥	۲	٧٦.٥١١	بين المجموعات			
•.••	70.079	1.£99	٤٩٧	V££.V71	داخل المجموعات	الفهم الذاتى		
			٤٩٩	۸۲۱.۲۷۲	المجموع			
		٣٧.٩٥٣	۲	٧٥.٩٠٦	بين المجموعات			
	۳۷.10۲	177	٤٩٧	0.7.717	داخل المجموعات	الفهم الاجتماعي		
			٤٩٩	۵۸۳.٦۲۲	المجموع			
		٤١.٣٢٦	۲	۲٥٢.٢٨	بين المجموعات			
*.***	۸۲۲.۲۲	1.077	٤٩٧	٧٨٣.٠٩٨	داخل المجموعات	توجيه الفعل	أبعاد الإعتماد	
			٤٩٩	۸٦٥.٧٥٠	المجموع	-		
		٧.٣٤٣	۲	١٤.٦٨٦	بين المجموعات	توجيه التفاعل		
٠.٠٣١	71 7.017	۲.۰۹۱	٤٩٧	1.49.177	داخل المجموعات			
			٤٩٩	1.08.17	المجموع			
		٧٨.٧٢٣	۲	107.557	بين المجموعات			
•.••	٧٠.٨٢٧	۳.٧٨٠	٤٩٧	1111.005	داخل المجموعات	التسلية الانعزالية		
			٤٩٩	۲۰۳٦.۰۰۰	المجموع			
		٤١.٦٦٦	۲	۸۳.۳۳۲	بين المجموعات			
•.••	17.700	۲.0٤٨	٤٩٧	۱۲٦٦.١٨٠	داخل المجموعات	التسلية الاجتماعية		
			٤٩٩	184.017	المجموع			
		15.115	۲	۲۸.۲۲۸	بين المجموعات			
*.**	10.711	٠.٩٢٧	٤٩٧	٤٦٠.9٤٠	داخل المجموعات	التأثيرات المعرفية	تأثيران	
			٤٩٩	٤٨٩.١٦٨	المجموع		- تأثيرات الإعتماد	
	٣٦.٦٢١	٥٧.٩٠٤	۲	110.1.4	بين المجموعات	التأثيرات الوجدانية	<u>।</u> नू	
		1.011	٤٩٧	٧٨٥.٨٣١	داخل المجموعات			

		٤٩٩	۹۰۱.۲۳۸	المجموع		
	٣٨.١٧٦	۲	۲۵۳.۲۷	بين المجموعات		
 ٤١.٣٤٧	۰.۹۲۳	٤٩٧	٤٥٨.٨٨٠	داخل المجموعات	التأثيرات السلوكية	
		٤٩٩	070.777	المجموع		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستوبات الثقة المختلفة في وسائل الإعلام كمصدر للحصول على المعلومات عن الأزمات الصحية، وذلك على مقياس كثافة الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تلك الأزمات، حيث بلغت قيمة ف ٢٠١٨٦ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى أقل من ٠٠٠٥ وهو ما يثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الأزمات الصحية تبعاً لاختلاف مستوبات الثقة في تلك الوسائل.

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بالأزمات الصحية، وذلك على مقياس أبعاد الإعتماد على وسائل الإعلام وهي: الفهم الذاتي، والفهم الاجتماعي، وتوجيه الفعل، وتوجيه التفاعل، والتسلية الإنعزالية، والتسلية الإجتماعية، حيث بلغت قيمة ف قيماً دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٥٠.٠٥، وهو ما يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس أبعاد الإعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الأزمات الصحية تبعاً لاختلاف مستويات ثقة المبحوثين بتلك الوسائل.

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستوبات الثقة المختلفة بالأزمات الصحية، وذلك على مقياس تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، وهي التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية، حيث بلغت قيمة ف قيماً دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =١٠٠٠٠، وهو ما يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن الأزمات الصحية تبعاً لاختلاف مستوبات ثقة المبحوثين بتلك الوسائل.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي. جدول رقم (١٤) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس متغيرات الاعتماد

قياس متغيرات الاعتماد	وثين علي م	رجات المبح	بن متوسطات د	رفة مصدر الفروق بب	ًى L.S.D لمعر	نتائج تحليا
متوسط الإختلافات	مرتفع	متوسط	منخفض	المجموعات	الاعتماد	متغيرات
*111		_	_	منخفض	الفهم	
* • . 77 £		-	-	متوسط	الذاتي	
* • . 771	*.**	_	-	منخفض	الفهم	
\٣	*.	_	ı	متوسط	الاجتماعي	
*1.171	*.**	_	١	منخفض	توجيه	" ¬1.
*0\	*.**	_	-	متوسط	الفعل	أبعاد ١١
* • . ٤٣٤	٠.٠٣٤	_	-	منخفض	توجيه	الإعتماد
* ۲۹۸	٠٣٨	_	-	متوسط	التفاعل	ำ
*1.055	*.**	-	ı	منخفض	التسلية	
* • \ •	*.**	_	-	متوسط	الانعزالية	
*09.	٠.٠٠٩	-	ı	منخفض	التسلية	
* • \	*.**	_	-	متوسط	الاجتماعي	
۴۰.۲۸۹	_	٠.٠٤٦	-	منخفض	التأثيرات	
* • . ٣٦٦	*.**	_	-	متوسط	المعرفية	
* • ٦ ٥ ٦	_	-		مرتفع		ੂੰ:ਜ. ਹੈ
* • . 7 ٤ •	_	1	_	منخفض	التأثيرات	تأثيرات ا
* • . ٧ ١ ٤		-	_	متوسط	الوجدانية	الاعتماد
*1.70٤		_		مرتفع		년 -
* • . 9 ۲ 9		_	1	منخفض	التأثيرات	
* • . ٧ ١ ٩		_	_	متوسط	السلوكية	

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات الثقة المختلفة، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة. حيث أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين المبحوثين كالتالى:

فيما يتعلق ببعد (الفهم الذاتي) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٠١ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسط).

فيما يتعلق ببعد (الفهم الاجتماعي) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢٦٦٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسطين المتوسطين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢٨٠٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسط).

فيما يتعلق ببعد (توجيه الفعل) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٦١٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ١٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسطين المتوسطين المتوسطين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٠٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ١٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسط).

فيما يتعلق ببعد (توجيه التفاعل) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٤٣٤٠٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسطين المتوسطين دوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢٩٨٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسط).

فيما يتعلق ببعد (التسلية الانعزالية) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٥٤ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسطين المتوسطين دوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢٨٠٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسط).

فيما يتعلق ببعد (التسلية الاجتماعية) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوي الثقة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٥٩٠٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسطين المتوسطين دوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٨٨٣٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسط).

فيما يتعلق بالتأثيرات (المعرفية) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسط) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢٨٩٠، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٥٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسط). وبين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢٦٦٠، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢٥٦، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي معنوية (المنخفض).

فيما يتعلق بالتأثيرات (الوجدانية) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوي الثقة (المتوسط) بفرق بين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسط). وبين فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٢٠٠٠ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) والمبحوثين ذوي مستوى معنوية ١٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١٠٣٥٤ وهو فرق دال إحصائياً عند مستوي معنوية المنخفض).

فيما يتعلق بالتأثيرات (السلوكية) اتضح أن هناك اختلافًا بين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض) والمبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٩٢٩. وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المنخفض). وبين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المرتفع) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٩٢٩. وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٢٠٠٠ لصالح المبحوثين ذوي مستوى الثقة (المتوسط).

الفرض الخامس: تؤثر المتغيرات التالية على شدة العلاقة بين حجم متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية ومستوى اكتسابهم المعلومات حول جائحة كورونا: "(أ) دوافع متابعتهم لوسائل الإعلام (ب) مستوى ثقتهم بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات.

جدول رقم (١٥) لقياس العلاقة الارتباطية بين المتغيرين (حجم متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية) ومستوى (اكتسابهم المعلومات حول جائحة كورونا) بعد ضبط المتغيرات الوسيطة Controlling variables، وذلك بمعامل الارتباط الجزئى Partial Correlation ومقارنة النتيجة (شدة العلاقة) بما أسفرت عنه نتيجة الارتباط الصفرى السابقة.

العلاقة بين حجم المتابعة ومستوى اكتساب	المتغيرات الوسيطة
R = •.111	دوافع متابعتهم لوسائل الإعلام
R =17£	مستوى ثقتهم بصدق وموضوعية وسائل الإعلام

يتضح من الجدول السابق أن ضبط متغير دوافع متابعتهم لوسائل الإعلام أضعف من شدة العلاقة، وأصبحت بعد ضبط المتغير ر = ١٠١١، مما يعني أن متغير دوافع متابعتهم لوسائل الإعلام زاد من شدة العلاقة بين حجم متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية ومستوى اكتسابهم المعلومات حول جائحة كورونا، وبالتالى نقبل الفرض.

يتضح من الجدول السابق أن ضبط متغير مستوى ثقتهم بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات أضعف من شدة العلاقة، وأصبحت بعد ضبط المتغير ر = ١١٢٤، مما يعني أن متغير مستوى ثقتهم بصدق وموضوعية وسائل الإعلام زاد من شدة العلاقة بين حجم متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية ومستوى اكتسابهم المعلومات حول جائحة كورونا، وبالتالي نقبل الفرض.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية وبين التأثيرات الناتجة عن إعتمادهم على وسائل الإعلام في متابعة مستجدات فيروس كورونا.

جدول رقم (١٦) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية وبين التأثيرات الناتجة عن إعتمادهم على وسائل الإعلام في متابعة مستجدات فيروس كورونا.

إجمالي التأثيرات	السلوكية	الوجدانية	المعرفية	التأثيرات
**0.9	** • . ٤ • ٨	**·. £ V A	**•.٣٣٢	معامل الارتباط
	*.**	*.***	•.••	مستوي المعنوية
1	1	•.••	1	الدلالة
متوسطة	متوسطة	متوسطة	متوسطة	القوة

تشير نتائج الجدول السابق إلى ما يلى: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية وبين التأثيرات الناتجة عن إعتمادهم على وسائل الإعلام في متابعة مستجدات فيروس كورونا، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠٠٥٠٠) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩.٩%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فلوس وتومي) التي تشير إلى تنوع التأثيرات المعرفية نتيجة متابعة المبحوثين للإعلام الجديد حول فيروس كورونا، ومنها تجاوز الغموض الذي ينتج لدى الأفراد تجاه ظروف الأزمة، والذي يحدث أساسًا من خلال التناقضات في المعلومات التي يتلقاها الفرد، أو نتيجة عدم استقبال المعلومات الكافية لفهم الظرف أو الحادثة أو الموضوع بصفة عامة، أو نتيجة تناقض عرض أو إنتاج الرسائل الإعلامية من طرف وسائل الإعلام، وأيضاً تنوع التأثيرات الوجدانية، حيث يقوم الإعلام الجديد بتقديم رسائل إعلامية متعددة ومختلفة التأثير على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، جراء أزمة فيروس كورونا، فتعرض الأفراد للرسائل الإعلامية التي تنتجها وسائل الإعلام الجديد يؤثر بصفة كبيرة على مشاعرهم ووجدانهم. (فلوس؛ تومى، ٢٠٢٠م، ص٤٨٩)

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبدالحليم) التي تشير إلى تأثير وسائل الإعلام من خلال تقديم معلومات كافية عن الفيروس، وإنتاج برامج طبية وثقافية للمواجهة، ونجاح حملة إلزم بيتك، وتقديم نماذج من المصابين وأسرهم والطاقم الطبي المعالج لإبراز المعاناة التي يعانونها وضرورة حماية أفراد الأسرة من الفيروس، وأيضاً بيان الأضرار الناتجة عن انتشار الفيروس. (عاشور، ٢٠٢٠م، ص٥٠٠)

الفرض الثامن: يتأثر مستوى الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية (جائحة كورونا) بالمتغيرات الديموغرافية، وتشتمل على: النوع: (ذكر – أنثي)، الجنسية: (مصري – سعودي).

لاختبار تأثير المتغيرات (النوع، الجنسية) على مستوى الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية (جائحة كورونا)، تم تقدير علاقة الانحدار الخطية Linear Regression بطريقة عدول رقم (۱۷)

جدول رقم (١٧) نتائج اختبار الانحدار للعلاقة بين المتغيرات والحصول علي المعلومات

مستوى المعنوية	قيمة T	المعاملات القياسية Standardized		المعاملات غب dardized	المتغيرات
Sig.		В	Std. error	В	- 3.
*.**	75.779		٠.٨٤٧	۲۰.۸٥٤	(Constant)
*.**	٤.٣٢٢	7 £ 7	٠٠.٣٣١	1.581	النوع (ذكور – اناث)
٠.٠٠٦	۲.۷۷٤	100	٠.٣١٩	٠.٨٨٥	الجنسية (مصري – سعودي)

أشارت النتائج إلى أن قيمة معامل الارتباط المتعدد (R) Multi- Correlation بين المتغيرات السابقة هي ٩٠.١٩، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٩٠.١٠،

أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير (النوع) يؤثر على مستوى الحصول علي المعلومات أثناء الأزمات الصحية (جائحة كورونا)، وكانت قيمة T هي ٤.٣٢٢، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية .٠٠٠١

أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير (الجنسية) يؤثر على مستوى الحصول علي المعلومات أثناء الأزمات الصحية (جائحة كورونا)، وكانت قيمة T هي ٢٠٧٧، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية .٠١

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (علة) التي تشير إلي عدم وجود فروق بين المبحوثين من حيث النوع ذكور وإناث حول دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي. (علة، ٢٠٢٠، ص٥١٠)

النتائج العامة للدراسة:

تصدت الدراسة الراهنة للبحث في إشكالية رصد وتفسير مدى اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات أثناء الأزمات الصحية، بالتطبيق على جائحة فيروس كورونا المستجد 19- Covid ، وفي ضوء ذلك حاولت الدراسة التعرف على تأثير كل من المتغيرات التالية: النوع (ذكور، إناث) والجنسية (مصري، سعودي) والمتغيرات ذات الصلة، وتم إجراء الدراسة على عينة قوامها ٠٠٠ مفردة، من المراهقين المصريين والسعوديين، وذلك للإجابة على عدد من التساؤلات البحثية وفروض الدراسة، واستعان الباحث بنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام لبناء فروض الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج في إطار الأهداف التي تسعى إليها الدراسة من أهمها:

- أشارت النتائج العامة إلى حرص غالبية المبحوثين علي متابعة مستجدات جائحة كورونا على وسائل الإعلام بمستوي (مرتفع).
- أشارت النتائج إلى اعتماد المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مرتفع في الحصول على المعلومات حول مستجدات جائحة كورونا، ثم الإعتماد على المواقع الإلكترونية للصحف ثم القنوات النظريونية ثم المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية.
- اعتمد المبحوثون على الوسائل الإعلامية حول مستجدات جائحة فيروس كورونا؛ نظراً لفورية نشرها للأخبار والمعلومات وكل ما هو جديد حول الفيروس، ولتنوع المصادر التى يمكن الحصول من خلالها على معلومات موثوقة، ولمعرفة ما سيحدث على المستوى المحلي والدولي، ولأنها المصدر الوحيد لمعرفتي عن الفيروس.
- توصلت الدراسة إلى تأثر غالبية المبحوثين بالنواحي المعرفية والوجدانية والسلوكية؛ نتيجة إعتمادهم على وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا.
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من نصف عينة المبحوثين يثقون بصدق وموضوعية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول مستجدات جائحة فيروس كورونا.
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين قد اكتسبوا مستوي معرفة (مرتفعًا) حول مستجدات جائحة فيروس كورونا نتيجة تعرضهم لوسائل الإعلام.
- توصلت الدراسة إلي عدم وجود فروق بين المراهقين الذين يمثلون مستويات المعرفة ومستويات الثقة المختلفة في وسائل الإعلام كمصدر للحصول علي المعلومات عن الأزمات الصحية، وذلك علي مقياس كثافة الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن تلك الأزمات.
- توصلت الدراسة إلي وجود فروق بين مجموعات المراهقين الذين يمثلون مستويات المعرفة ومستويات الثقة المختلفة بالأزمات الصحية، وذلك علي مقياس أبعاد الإعتماد علي وسائل الإعلام وهي: الفهم الذاتي، والفهم الاجتماعي، وتوجيه الفعل، وتوجيه النفاعل، والتسلية الإجتماعية.

- توصلت الدراسة إلى وجود فروق بين مجموعات المراهقين الذين يمثلون مستويات المعرفة ومستويات الثقة المختلفة بالأزمات الصحية، وذلك على مقياس تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، وهي التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية.
- أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين دوافع متابعة المراهقين لوسائل الإعلام حول الأزمات الصحية، وبين التأثيرات الناتجة عن إعتمادهم على وسائل الإعلام في متابعة مستجدات فيروس كورونا.

توصيات الدراسة:

في ضوء أدبيات الدراسة الحالية وما توصلت إليها من نتائج في الدراسة الميدانية تقدم الدراسة التوصيات الآتية:

- التنسيق بين الأطراف الإعلامية التي تمارس أدواراً مختلفة أثناء الأزمات، فالأجهزة المحلية والقومية تمارس أدواراً إعلامية، وكذلك إدارات الإعلام في المنظمات ذات الصلة بالأزمة، ووسائل الإعلام المختلفة من تليفزيون وصحافة ومواقع إلكترونية على اختلاف أنماط ملكيتها (حكومي خاص)، بحيث يجمعهم هدف واحد مشترك في سبيل مواجهة الأزمات الصحية.
- الاستفادة من ارتفاع درجة تفاعل المستخدمين لوسائل الإعلام بتشجيعهم على مشاركة الأخبار الصادقة، وتوعيتهم بتجنب نشر المعلومات دون التحقق من مصادرها. مع ضرورة وضع قوانين وتشريعات خاصة بالنشر على وسائل الإعلام الإلكترونية بما يكفل الحرية في تناول الرأى والرأى الأخر. دون تشهير بمعلومات خاطئة.
- توخّي الحذر في نقل الأخبار من وكالات الأنباء العالمية، باعتبار أن أولويات تلك الدول قد لا تتناسب وطبيعة المجتمع العربي، وبالتالي يكون تأثيرها مباشرًا خاصة على المراهقين.
- دعوة المؤسسات الإعلامية إلى الالتزام بأخلاقيات المهنية أوقات الأزمات، وتنفيذ مبادئ المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع.
- قيام وسائل الإعلام بحملات منظمة وندوات ثقافية لأفراد المجتمع والأسر؛ لبيان خطورة الأنماط والسلوكيات غير الصحيحة والمؤدية لانتشار الفيروس.
 - تطوير الإعلام الصحي خلال الأزمات الصحية وذلك من خلال تدريب العاملين بهذا القطاع.
- الاهتمام بإنتاج رسائل التوعية الصحية بوسائل الإعلام والتي تحد من الشائعات لزيادة الوعي الصحي المطلوب للوقاية من فيروس كورونا المستجد.
 - إجراء دراسة مستقبلية حول دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور نحو الأزمات الصحية.



مراجع الدراسة:

استخدم الباحث نظام التوثيق الخاص بالجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA) الإصدار السادس، في عرض المراجع بحيث يشير الإسم إلى المؤلف، ثم سنة النشر.

- ١. إبر اهيم، عبد الله عمر ان علي (٢٠٠٩م). اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة الفضائيات العربية للشئون المصرية: دراسة تحليلية ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأداب جامعة الزقازيق، القاهرة).
 - إسماعيل، محمود حسن (٢٠٠٣م). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- ٣. الأمين، مرتضى البشير عثمان؛ حمد، خالد عبدالحفيظ محد (٢٠٢٠م). وسائل التواصل الإجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا: صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجاً. مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين: ألمانيا، (العدد الحادي عشر).
 - ٤. البشر، محمد بن سعود (٩٩٧). مقدمة في الاتصال السياسي, الرياض: مكتبة العبيكان، ص١٦١.
- ديفلير، ملفين & روكيتش، ساندرا بول (۲۰۰۱م). ترجمة مجد ناجي الجوهر، نظريات الإعلام. عمان: دار الأمل للنشر والتوزيع، ص ص٣٤٨-٢٥٣.
- الزغبى، عرين عمر (٢٠٢٠م). تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية دراسة ميدانية. مجلة الدر اسات الإعلامية، المركز الديمقر اطي العربي، برلين: ألمانيا، (العدد الحادي عشر).
- ٧. زقزوق، عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق (٢٠١٦م). أطر معالجة الصحف الورقية والإلكترونية لأزمة فيروس سي بمصر المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام جامعة القاهرة، (العدد السادس)، ص٨٣.
- ٨. زكريا، مرفت (٢٠٢٠م). أزمات متفاقمة: كورونا والتصعيد بين إيران ودول المنطقة. مجلة آفاق سياسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، (العدد الرابع والخمسون)، ص١٣.
- ٩. الزياني، حسين محمد (٢٠١٨م). اعتماد النخب الجامعية على الفضائيات الإخبارية في أوقات الأزمات كمصدر للمعلومات. مجلة بحوث الاتصال، جامعة الزيتونة، كلية الفنون والإعلام، المجلد الثاني (العدد الرابع).
- ١٠. سليم، أشرف (٢٠٢٠). لغة المغاربة في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. مجلة الدر اسات الإعلامية، المركز الديمقر اطي العربي، برلين: ألمانيا، (العدد الحادي عشر).
- ١١. الشامي، عبدالرحمن مجد (٢٠١٨). اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الإجتماعي مصدرًا للأخبار في أثناء الحروب والأزمات. المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، المجلد ٣٦ (العدد ١٤٤).
- ١٢. الشلهوب، عبدالعزيز (٢٠١٢م). فن التحقيق الصحفي في الصحف السعودية در اسة تحليلية تقويمية على عينة من الصحف السعودية اليومية (رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محد بن سعود الإسلامية، السعودية)،
- ١٣. صابر، بحري (٢٠٢٠م). إدارة أزمة فيروس كورونا COVID-19 من خلال تعزيز الصحة النفسية في ظل الحجر الصحي المنزلي. مجلة العلوم الإجتماعية ، المركز الديمقر الحي العربي، برلين: ألمانيا، (العدد الثالث عشر).
- ١٤. الطرابيشي، مها كامل (٢٠٠١م). مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجتها للأزمات الطارئة: دراسة حالة على حادث سقوط الطائرة المصرية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام, كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (العدد الثالث)، ص١٧٥.
 - ١٥. الطرابيشي، ميرفت & السيد، عبد العزيز (٢٠٠٦م). *نظريات الاتصال.* القاهرة: دار النهضة العربية، ص١٢٢.
- ١٦. عاشور، وليد محد عبدالحليم (٢٠٢٠م). تأثير وسائل الإعلام في التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا covid-19. مجلة الدر اسات الإعلامية، المركز الديمقر اطى العربي، برلين: ألمانيا، (العدد الحادي عشر).
 - ١٧. عبد الحميد، محمد (١٩٩٧م). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب، ص٢٣٤.
- ١٨. العبد، نهي عاطف، (٢٠٠٩م). اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في اوقات الأزمات بالتطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (العدد الثالث والثلاثون)، ص ٣٦٣.
- ١٩. عبدالمجيد، ريم (٢٠٢٠م). عولمة الأمراض المعدية: كورونا وتدعياته الإقتصادية والإجتماعية. مجلة أفاق سياسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، (العدد الثالث والخمسون)، ص٧.
- ٠٠. العجرم، عبدالسميع بلعيد محمد بلعيد (٢٠٢٠م). مدي مسئولية الدولة عن تفشي فيروس كورونا وسبل مواجهته والحد منه. مجلة الفقة والقانون، ليبيا، (العدد التسعون)، ص٦.
- ٢١. العربي، عثمان مجد (٢٠١٤م). استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانـة والتغذيـة والنشـاط البدنـي: در اسة مسحية في مدينة الرياض. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، تصدر عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، ص٦١٢.

- ٢٢. علة، عيشة (٢٠٢٠م). دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد- ١٩) دراسة ميدانية. مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين: ألمانيا، (العدد الحادي عشر)، ص٤٩٧.
- ٢٣. عويدات، جاد (٢٠٠٠م). تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر الفيسبوك: دراسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "٢٤ عربي". مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين: ألمانيا، (العدد الحادي عشر).
- ٢٤. فلوس، مسعودة؛ تومي، الخنساء، (٢٠٢٠م). الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا. مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين: ألمانيا، (العدد الحادي عشر).
 - ٢٥. فيروس كورنا المستجد ١٩-covid، دليل توعوي صحي شامل، النسخة الأولى ٥-٣-٢٠٢٠، الأونروا. ، ٢٠٢٠م، ص٤.
- ٢٦. الكبكبي، خديجة حماد حمدي (٢٠١٩م). استراتيجيات وكالات العلاقات العامة في إدارة أزمات المؤسسات التجارية. مجلة بحوث العلاقات العامة، (العدد ٢٣).
- ٢٧. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا "الإسكوا" (٢٠٢٠م): فيروس كورونا التكلفة الاقتصادية على المنطقة العربية، لبنان.
- ٢٨. المعصم، معصم بلال جمعة (١٩ ٢٠ ٦م). العلاقات العامة وإدارة الأزمات في المؤسسات. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، (العدد ٢٤).
- ٢٩. المغير، محد محمد عبد ربه (٢٠٢٠م). السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا. مجلة الدر اسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين: ألمانيا، (العدد الحادي عشر)، ص٤٥٨.
 - ٣٠. مكاوى، حسن عماد (٢٠٠٥م). *الإعلام ومعالجة الأزمات*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ١٤٥.
- ٣١. موسى، محد الأمين (٢٠٢٠م). محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة. مركز الجزيرة للدراسات ٢٠٢٠. https://studies.aljazeera.net/ar/article
- ٣٢. النشار، غادة صلاح الدين (٢٠١٨م). تأثير استخدام وسائل التواصل الإجتماعي على أنشطة التكيف الذاتي للأفراد خلال فترات الأزمات: دراسة كيفية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال، جامعة الأهرام الكندية، (العدد ٢٣).
 - ٣٣. يونسيف، رسائل وأنشطة رئيسية للوقاية من مرض كوفيد ١٩ والسيطرة عليه، يوم ١٠/٥/ ٢٠٢٠م
- ٣٤. حسين، ليلى (١٩٩٨م، مايو). دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، بحث منشور بالمؤتمر العلمي الرابع (الإعلام وقضايا الشباب)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ص ٣٠٠.
- ٣٥. صلاح، مها عبد المجيد (٢٠١٢م، يونيو). *الإعلام الجديد وإدارة الأزمات الأمنية*، ورقة علمية مقدمة في الملتقى العلمي "الإعلام الأمنى ودوره في إدارة الأزمات"، عمان: الأردن.
- ٣٦. الإسدوديّ، نها نبيل. (٢٠١٨م، مايو). دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات: دراسة تحليلية على عينة من البرامج الحوارية. المؤتمر العلمي الدولي الرابع والعشرون (نحو تجسير الفجوة بين الإعلام والجمهور)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
 - ٣٧. صندوق الأمم المتحدة للسكان (مارس ٢٠٢٠م): موجز فيروس كورونا المستجد من منظور النوع الاجتماعي، نيويورك.
 - ٣٨. منظمة الصحة العالمية (١٩ مارس ٢٠٢٠م): المصطلحات الطبية المتعلقة بفيروس كورونا.
- ۳۹. منظمة الصحة العالمية (۱۸ مايو ۲۰۲۰ م): فيروس كورونا المستجد (nCoV-۲۰۱۹)، منشور المقال على رابط المنظمة https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance
- 1. Barnhurst, K. G. (2011). The new "media affect" and the crisis of representation for political communication. *The International Journal of Press/Politics*, 16(4), 573-593.
- 2. DeFleur, M. L. (1970). Theories of mass communication (No. 04; HM2258, D4 1970.).
- 3. DeFleur, M. L., & Dennis, E. E. (2002). Understanding mass communication.p.348.
- 4. Dillman, D., Hirschburg, P., & Ball-Rokeach, S. (1986). Media system dependency theory: Responses to the eruption of Mount St. Helens. *Media, audience, and social structure. Beverly Hills, CA: Sage*.
- 5. Getchell, M. C., & Sellnow, T. L. (2016). A network analysis of official Twitter accounts during the West Virginia water crisis. *Computers in Human Behavior*, *54*, 597-606.

- 6. Grégoire, Y., Salle, A., & Tripp, T. M. (2015). Managing social media crises with your customers: The good, the bad, and the ugly. *Business Horizons*, 58(2), 173-182.
- 7. Halpern, P. (1994). Media dependency and political perceptions in the authoritarian political system. *Journal of Communication.*, p.80
- 8. https://www.care.gov.eg/EgyptCare/Index.aspx
- 9. https://www.unicef.org/
- 10. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- 11. Lindholm, K., & Olsson, E. K. (2011). Crisis communication as a multilevel game: The Muhammad cartoons from a crisis diplomacy perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 16(2), 254-271.
- 12. Liu, B., Kim, H., & Pennington-Gray, L. (2015). Responding to the bed bug crisis in social media. *International Journal of Hospitality Management*, 47, 76-84.
- 13. Loges, W. E. (1994). Canaries in the coal mine: Perceptions of threat and media system dependency relations. *Communication Research*, 21(1), 5-23.
- 14. Miller, M. M., & Reese, S. D. (1982). Media dependency as interaction: Effects of exposure and reliance on political activity and efficacy. *Communication Research*, 9(2), 227-248.
- 15. Ott, L., & Theunissen, P. (2015). Reputations at risk: Engagement during social media crises. *Public relations review*, 41(1), 97-102.
- 16. Pierce, J. C., Lee-Sammons, L., Steger, M. A. E., & Lovrich Jr, N. P. (1990). Media reliance and public images of environmental politics in Ontario and Michigan. *Journalism Quarterly*, 67(4), 838-842.
- 17. Rubin, A. M., & Windahl, S. . The uses and dependency model of mass communication. *Critical Studies in Media Communication*, *3*(2), 184-199.
- 18. Skumanich, S. A., & Kintsfather, D. P. (1998). Individual media dependency relations within television shopping programming: A causal model reviewed and revised. *Communication Research*, 25(2), 200-219.
- 19. Thackeray, R., & Neiger, B. L. (2009). A multidirectional communication model: Implications for social marketing practice. *Health promotion practice*, *10*(2), 171-175.
- 20. Trusov, M., Bucklin, R. E., & Pauwels, K. (2009). Effects of word-of-mouth versus traditional marketing: findings from an internet social networking site. *Journal of marketing*, 73(5), 90-102.
- 21. Trusov, M., Bucklin, R. E., & Pauwels, K. (2009). Effects of word-of-mouth versus traditional marketing: findings from an internet social networking site. *Journal of marketing*, 73(5), 90-102...
- 22. Utz, S. (2009). The (potential) benefits of campaigning via social network sites. *Journal of computer-mediated communication*, 14(2), 221-243.
- 23. Veil, S. R., Buehner, T., & Palenchar, M. J. (2014). A work-in-process literature review: Incorporating social media in risk and crisis communication. *Journal of contingencies and crisis management*, 19(2), 110-122.
- 24. Wang, S., Kang, B., Ma, J., Zeng, X., Xiao, M., Guo, J., ... & Xu, B. (2020). A deep learning algorithm using CT images to screen for Corona Virus Disease (COVID-19). *MedRxiv*.
- 25. www.emro.who.int/ar/cov.org
- 26. WWW.unfps.org
- 27. Zaman, A., Islam, M. N., Zaki, T., & Hossain, M. S. (2020). ICT Intervention in the Containment of the Pandemic Spread of COVID-19: An Exploratory Study. *arXiv preprint arXiv:2004.09888*.

JPRR.ME No.29 - Part 2 13

Egyptian and Saudi Teenagers' Dependence on Media to Obtain Information during Health Crises: New Corona Pandemic 'Covid-19' as a Model

Dr. Mahmoud Mohamed Mohamed Abdel Halim

dr.haleem87@gmail.com
Assistant Professor,
Department of Media and Children's Culture,
Graduate School of Childhood,
Ain Shams University

Abstract

he study aimed to reveal the extent of the dependence of Egyptian and Saudi teenagers on media to obtain information during health crises by applying the pandemic of the emerging Corona virus. The sample of the study was (500) respondents, from Egyptian and Saudi teenagers, including males and females. To achieve the objective of the descriptive study, measures were built, and statistical treatments were performed. The general results indicated that most of the respondents were keen to follow the developments of the Corona pandemic on media at a high level. The study also found that the majority of the respondents were affected by cognitive, emotional, and behavioral aspects as a result of their dependence on the media about the developments of the Corona virus pandemic. Self-understanding, social understanding, directing action, directing interaction, and social entertainment. The study found differences between adolescent groups who represent different levels of knowledge and levels of confidence in health crises, based on the scale of the effects of reliance on the media as a source of information, namely cognitive effects, emotional effects, and behavioral influences.

key words: Corona virus - Pandemic.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network (ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shiben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Oı

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:











- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$.with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication, after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrative scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.50 = 100% in the year of 2019G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.



Journal of Public Relations Research Middle East (JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

Twenty Ninth Issue / Part 1 - Eighth year - 10 October 2020

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof.Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication & Coordinator College of Communication University of Sharjah (UAE)

Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Associate Professor & Head of Public Relations Dep. Mass Communication Faculty Baghdad University

Dr. Fouad Ali Saddan (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations Faculty of Mass Communication Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66 Mobile: +201141514157 Fax: +20482310073

Tel: +2237620818 www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board ** **IPRR.ME**

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)
Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts - King

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Televosion and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema.(Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

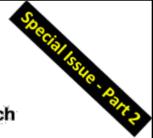
Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

^{**} Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal







9

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Eighth year - Twenty Ninth Issue / Part 2 - 10 October 2020

Arab Impact Factor 2019 = 1.5

Arcif Impact Factor 2019 = 0.1321

Media and the Corona pandemic: credibility or crises and rumors?

Abstracts of Arabic Researches:

•	Dr. Mohamed Abdel-Hamid Ahmed - Al-Azhar University
	Use of Electronic Newspapers for Infographics in Covering the Repercussions
	of the COVID 19 Pandemic

- Dr. Merhan Mohsen Tantawi Pharos University
 Evaluating the Communication Methods Used in E-Learning during the
 Corona Pandemic, and Extent of their Effectiveness for Students: Case Study 8
- Dr. Hagar Mahmoud Mohamed Omar 6th October University
 Egyptian Public's Use of "Television" and "Facebook" to Get Information about the Corona Pandemic and their Attitudes towards Governmental Performance in the Infodemic
- Dr. Eman Saber Sadek Shaheen Ain Shams University
 Influential Factors on Egyptian Public's communication behavior during
 COVID-19 crisis: A field study
- Dr. Mohamed Osman Hassan Alexandria Media Higher Institute
 Media Framing of the Corona Virus Pandemic (covid-19) on the Electronic
 News Websites: An analytical Study on a Sample of Egyptian news
 Websites
- Dr. Mahmoud Mohamed Mohamed Abdel Halim Ain Shams University
 Egyptian and Saudi Teenagers' Dependence on Media to Obtain Information during Health Crises: New Corona Pandemic 'Covid-19' as a Model
- Dr. AbdulHafiz AbdulJawad Darwish Taibah University
 Role of the Saudi News Websites in Health Education during the Corona
 'Covid-19' Pandemic Institutions
- Shimaa Mohmed AbdlRehem Zayan Damanhur University
 Strategies to Confront Rumors about the COVID 19 Crisis and Its
 Repercussions on Official Websites: An Applied Study on the Websites of the Ministry of Health and the World Health Organization

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network (ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit number: 24380 /2019 Copyright 2020@APRA

www.jprr.epra.org.eg