



بحوث باللغة العربية:

- التغطية الإعلامية لرؤية ٢٠٣٠ في صحافة المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية لصحيفة "عكاظ" أ.م.د. أحمد علي الزهراني (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ٩
- معالجة الصحف الورقية والإلكترونية لظاهرة اختطاف الأطفال بمصر (خلال الفترة من يناير ٢٠١٣م إلى يناير ٢٠١٨م): دراسة تحليلية مقارنة أ.م.د. عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق زقزوق (جامعة المنوفية) ... ص ٥٧
- المعالجة الإعلامية للأزمات المصرية عبر موقع اليوتيوب واتجاهات الشباب الجامعي نحوها د. لبنى مسعود عبد العظيم (جامعة سيناء) ... ص ١٣٣
- تأثير الانفوجرافيك التفاعلي والثابت بمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي بأعراض فيروس كورونا المستجد وطرق الوقاية منه: دراسة ميدانية د. حنان كامل حنفي مرعي (جامعة كفر الشيخ) ... ص ١٧١
- الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وعلاقتها بمستوى القلق لديهم في إطار نظرية الثراء الإعلامي د. هبة مصطفى حسن مصطفى (جامعة بورسعيد) ... ص ٢٢٣
- دوافع استخدام طلبة الجامعات السعودية لوسائل الإعلام الرقمي وإشباعاتها: دراسة ميدانية د. أحمد محمد قرآن الزهراني (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ٢٨٩
- دور اليوتيوب في تنمية وعي المراهقين بالأمن الإلكتروني د. أحمد متولي عبد الرحيم عمار (جامعة عين شمس) ... ص ٣٤٩
- تأثيرات المشاهدة النهمية لمحتوى منصة نتفليكس على البناء القيمي للمجتمع المصري: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الحتمية القيمية د. ياسمين محمد إبراهيم السيد (جامعة بني سويف) ... ص ٣٩١
- د. منة الله كمال موسى دياب (جامعة بني سويف) ... ص ٣٩١

ملخصات رسائل علمية:

- البرامج الدراسية للعلاقات العامة بالجامعات المصرية وانعكاسها على واقع الممارسة المهنية ريم أبو الفتوح محمود (جامعة جنوب الوادي) ... ص ٤٣٥

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي 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. محمد معوض إبراهيم (مصر)

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

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

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

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لثنون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لثنون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للنبات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (لبنان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لثنون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة عين - أبو ظبي

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

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

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

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

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

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

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي (كندا)
أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. محمد حسن العامري (العراق)
أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

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

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

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

سيد أحمد شريف

علي حسين الميهي

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٣٢١١١ صندوق بريدي: 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 الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام 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: ٢٤٢٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

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
Or

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

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

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

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

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

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 أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكييمها 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 دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة 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 وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل 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 أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً 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 جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (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 وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني 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 معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنية مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين 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. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل 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 جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- 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 جنية 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 ٦٠٠ جنية، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثلاثون 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 - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة - 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 تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى.

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العيبكان - معرفة).

وفي العدد الحادي والثلاثين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة في المجلة، ومن جامعة الملك عبد العزيز، نجد بحثًا مشتركًا تحت عنوان: "التغطية الإعلامية لرؤية ٢٠٣٠ في صحافة المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية لصحيفة عكاظ"، وهو مقدم من: أ.م.د. أحمد علي الزهراني، من السعودية، وأ.م.د. رضوان دراجي محمد سلامن، من الجزائر.

ومن جامعة المنوفية، قدّم: أ.م.د. **عبد الخالق إبراهيم زقروق**، من مصر، بحثاً بعنوان: " معالجة الصحف الورقية والإلكترونية لظاهرة اختطاف الأطفال بمصر (خلال الفترة من يناير ٢٠١٣م إلى يناير ٢٠١٨م): دراسة تحليلية مقارنة".

ومن جامعة سيناء، قدّمت: د. **لبنى مسعود عبد العظيم**، من مصر، بحثاً بعنوان: "المعالجة الإعلامية للأزمات المصرية عبر موقع اليوتيوب واتجاهات الشباب الجامعي نحوها".
وقدّمت: د. **حنان كامل مرعي**، من جامعة كفر الشيخ، من مصر، بحثاً بعنوان: "تأثير الانفوجرافيك التفاعلي والثابت بمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي بأعراض فيروس كورونا المستجد وطرق الوقاية منه: دراسة ميدانية".

ومن جامعة بورسعيد، قدّمت: د. **هبة مصطفى حسن**، من مصر، بحثاً بعنوان: "الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وعلاقتها بمستوى القلق لديهم في إطار نظرية الثراء الإعلامي".

ومن السعودية من جامعة الملك عبد العزيز، قدّم: د. **أحمد قران الزهراني**، دراسة ميدانية تحت عنوان: "دوافع استخدام طلبة الجامعات السعودية لوسائل الإعلام الرقمي وإشباعاتها".
ومن جامعة عين شمس، قدّم: د. **أحمد متولي عمار**، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور اليوتيوب في تنمية وعي المراهقين بالأمن الإلكتروني".

أما د. **ياسمين محمد السيد**، ود. **منة الله كمال دياب** من جامعة بني سويف، من مصر، فقد قدّمتا دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الحتمية القيمية تحت عنوان: "تأثيرات المشاهدة النهمّة لمحتوى منصة نتفليكس على البناء القيمي للمجتمع المصري".

وأخيراً من جامعة جنوب الوادي، استعرضت **ريم محمود أبو الفتوح**، من مصر، ملخصاً لرسالتها لنيل درجة الماجستير والتي أجازت تحت عنوان: "البرامج الدراسية للعلاقات العامة بالجامعات المصرية وانعكاسها على واقع الممارسة المهنية".

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

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

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

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء
جائحة كورونا، وعلاقتها بمستوى القلق لديهم
في إطار نظرية الشراء الإعلامي**

إعداد

د. هبة مصطفى حسن مصطفى (*)

(*) مدرس الإعلام التربوي في كلية التربية النوعية - جامعة بورسعيد.

الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وعلاقتها بمستوى القلق لديهم في إطار نظرية الثراء الاعلامي

د. هبة مصطفى حسن مصطفى

drhebamostafa@gmail.com

جامعة بورسعيد

ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وعلاقتها بمستوى القلق لديهم في إطار نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية؛ حيث استخدمت كلاً من منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، بالاعتماد على أدوات تحليل المضمون لعينة من منشورات الصفحات الصحية الرسمية، متمثلة في: (صفحة وزارة الصحة المصرية)، والصفحات غير الرسمية متمثلة في صفحة (صحتي) بإجمالي (٥٧) منشور، وأداة الاستبيان الإلكتروني لعينة من المراهقين ممن تتراوح أعمارهم بين ١١-١٥ عاماً قوامها (٣٨٧) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى:

١. عدم وجود فروق في تراتيب معايير الثراء الإعلامي بين الصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية.
٢. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وبين مستوى القلق لديهم.

الكلمات المفتاحية: الأدوار الاتصالية - جائحة كورونا - فيروس كورونا المستجد - القلق - المراهقين.

مقدمة:

شهد العالم على مر العصور انتشار العديد من الأمراض والأوبئة والتي تسببت في فقد الملايين من البشر في ظل عجز الأطباء عن مواجهتها أو الحد من انتشارها لتتحول إلى فيروسات فتاكة تثير الفزع والخوف لدى البشرية ومنها فيروس كورونا المستجد والمعروف علمياً باسم (كوفيد-١٩) والذي بدأ ظهوره في مدينة ووهان بمقاطعة هوبي بوسط الصين في أواخر عام (٢٠١٩م) وسرعان ما انتشر في دول آسيا ومنها لكافة أنحاء العالم.

وانطلاقاً من تحول الفيروس إلى جائحة عالمية شديدة الخطورة اضطرت دول العالم ومؤسسات الصحة العالمية لوضع معايير للإجراءات الاحترازية والتباعد الاجتماعي لفرض بقاء الجميع في منازلهم لمكافحة الانتشار السريع لتلك الجائحة، مما أفسح مجالاً رحباً لاستخدام الاتصال الاجتماعي الرقمي بأشكاله المختلفة على نطاق تاريخي غير مسبق، وبدورها شهدت الصفحات الصحية اهتماماً كبيراً من قبل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة تطورات فيروس كورونا وأعراضه وسبل الوقاية منه.

حيث تشير التقديرات إلى زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحلول (٢٠٢٠م) بنسبة ٤٥٪ لترتفع من ٢,٦٥ مليار مستخدم إلى ٣,٩٦٪ بليون مستخدم (Statista, 2020) فأصبحت مواقع التواصل تشكل حلقة الوصل بين الأفراد لإشباع الحاجات الاجتماعية التي فرض التباعد الاجتماعي الحرمان منها وقد جاء موقع الفيسبوك في صدارة قائمة المواقع الأكثر استخداماً في مصر ممثلاً (٦٦٪) من جملة مستخدمي الانترنت والتي بلغت في يونيو ٢٠٢٠ (٤٢) مليون مستخدم وفقاً لما جاء في تقرير مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (٢٠٢٠م) بعدد ساعات تخطى (١٨) ساعة يومياً وذلك وفقاً لإحصائيات موقع اليكسا (٢٠٢٠م).

ولعل المراهقين باعتبارهم أكثر الفئات كثافة في استخدام هذه المواقع حيث يصل استخدامهم اليومي لها في المعتاد أكثر من ٧ ساعات وهو ما صنف كإفراط في الاستخدام (العمرى، ٢٠١٨، ص١٥٦) فإنهم مع الإقامة القسرية المطولة بالمنازل لم يعد أمامهم سوى تحويل التركيز من الأنشطة الاجتماعية إلى الأنشطة الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (Lin; Broström; Griffiths; Pakpour, 2020) حيث يمارسون أدواراً اتصالية مختلفة فمنهم من يجد فيها مجالاً خصباً ليقدم ما يرغب من محتوى ومنهم من يستمتع بالتفاعل عبر المنشورات المتعددة والبعض مازال يتعامل معها بحذر ليتعرف فقط على ما يدور داخل ذلك العالم الافتراضي.

لذلك من الضروري فهم طبيعة الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصةً أنهم معرضون لخطر التأثيرات النفسية السلبية كالقلق والاكتئاب وغيرها (Oosterhoff; Palmer ; Wilson; Shook,2020) الناجمة عن التباعد الاجتماعي من ناحية والاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي من ناحية أخرى في الوقت الذي تتميز فيه مرحلة المراهقة بالاحتياج المتزايد للعلاقات المباشرة مع الأقران للحصول على الدعم الاجتماعي اللازم للصحة الاجتماعية والنفسية للمراهقين وفي ذات السياق فهم مدى استخدامهم للصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية أثناء الجائحة، ودوافع هذا الاستخدام ومدى ارتباطه بمستوى القلق.

مشكلة الدراسة:

لا يعد ظهور فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) مجرد جائحة لما تسبب فيه من ملايين الإصابات والوفيات فقط إنما تتمثل خطورته بشكل أكبر فيما قد يترتب عليه من اضطرابات ومشكلات نفسية ترتبط بالشعور بالقلق الذي قد يؤثر على المراهقين في المستقبل نظراً لطبيعة تلك المرحلة العمرية الشائكة، وما يصاحبها من تغيرات نفسية وفسولوجية متلاحقة والتي يكون فيها المراهقون في احتياج للتفاعل مع الآخرين من حولهم لتكوين شخصية سوية نفسياً ولكن في ظل الإجراءات الاحترازية والتباعد الاجتماعي، لم يعد أمامهم سوى اللجوء للاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي للشعور بالتقارب النفسي مع الآخرين وخاصةً الأقران وتخفيف معدلات الغموض حول تطورات الجائحة للحد من الشعور

بالقلق، وهم في أثناء هذا الاستخدام يختلفون في أدوارهم الاتصالية بين كونهم مستخدمين متلقين أو مستخدمين متواصلين أم مستخدمين نشطين ووفقاً لتلك الأدوار ومعايير الثراء التي تحتويها صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة الصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية يختلف مستوى القلق لديهم ومن هنا تنبثق مشكلة الدراسة والتي تتضح من خلال التساؤل الآتي:

ما الأدوار الاتصالية التي يمارسها المراهقون عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وما علاقتها بمستوى القلق لديهم في إطار ما تحتويه هذه المواقع من معايير ثراء الوسيلة.

أهمية الدراسة:

١. لم يعد جمهور وسائل الاعلام مجرد متلقي للرسائل الإعلامية فقد طرأت على طبيعة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أدواراً جديدة ومن هنا تأتي أهمية دراسة طبيعة الأدوار الاتصالية للمراهقين أثناء استخدامهم لتلك المواقع باعتبارهم من أكثر الفئات العمرية استخداماً للتكنولوجيا بكل أشكالها ووسائلها.
٢. أهمية دراسة مستوى القلق لدى المراهقين باعتبارهم في مرحلة عمرية تتميز بالانطلاق والحيوية والنشاط وهو ما يتعارض تماماً مع الإجراءات الاحترازية لفيروس كورونا المستجد، والتي أرغمتهم على البقاء بالمنازل والتباعد الاجتماعي مما قد ينتج عنه الإحساس بالقلق.
٣. تسلط الدراسة الضوء على ضرورة اهتمام مؤسسات الدولة بالدور المحوري لبرامج الصحة النفسية للمواطنين وخاصة المراهقين في ظل جائحة كورونا، وما قد يتولد عنها من مشاكل نفسية يكون لها تأثيرات خطيرة على المجتمع في المستقبل إذا لم يتم تداركها في الوقت المناسب.
٤. تتبع أهمية الدراسة من الدور الهام الذي تقدمه الصفحات الصحية في أثناء جائحة كورونا وأهمية دورها التوعوي والوقائي لمستخدميها وكيفية توظيفها لمعايير الثراء الاعلامي وتقييم المراهقين لتلك المعايير.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على معايير الثراء الاعلامي في الصفحات الصحية الرسمية، وغير الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٢. تحديد نوع المصادر التي اعتمدت عليها الصفحات الصحية الرسمية، وغير الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٣. التعرف على القوالب الفنية التي استخدمتها الصفحات الصحية الرسمية، وغير الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٤. رصد الأساليب الإقناعية التي استخدمتها الصفحات الصحية الرسمية، وغير الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٥. الكشف عن الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بمستوى القلق لديهم.
٦. التعرف على طبيعة استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد -١٩).
٧. التعرف على العلاقة بين طبيعة استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي، ومستوى القلق الناتج عن ظهور جائحة كورونا (كوفيد -١٩).
٨. عرض معايير التراث الإعلامي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بطبيعة استخدام المراهقين لها.
٩. التعرف على تأثير العوامل الديمجرافية (النوع - نوع التعليم) على طبيعة استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي.
١٠. التعرف على تأثير العوامل الديمجرافية (النوع - نوع التعليم) على مستوى القلق لدى المراهقين.

الدراسات السابقة:

أولا الدراسات التي تناولت القلق والتأثيرات النفسية لجائحة كورونا:

تناولت دراسة (عمر، ٢٠٢٠م) استخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدي والجديد للحصول على معلومات عن أزمة كورونا وذلك باستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة وتوصلت إلى صدارة الفيس بوك من حيث كثافة الاستخدام مقارنة بالتلفزيون كما أكد أكثر من ٥٠٪ من مفردات العينة أن منشورات الفيسبوك حول انتشار فيروس كورونا تسبب حالة من الهلع والفرع. وكشفت دراسة (Marques ;Bruno ; Oliveira ; Simoes-e- Silva,2020) عن كيفية تأثير جائحة كوفيد -١٩ على الصحة العقلية للأطفال والمراهقين بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني مرسل عبر أربع قواعد للبيانات هي (Google Scholars ,pub Med, Scopus, Scioli) وذلك من خلال عرض عدد من المقالات وتحديد استجابات الأطفال والمراهقين لها وقد توصلت لوجود معدلات مرتفعة من القلق والاكتئاب وأعراض ما بعد الصدمة لدى عينة الدراسة كما أن الفتيات كانوا الأكثر عرضة للإصابة بالقلق من الذكور.

في حين هدفت دراسة (Oosterhoff; Palmer ; Wilson; Shook, 2020) إلى التعرف على دوافع المراهقين للانخراط في التباعد الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد-١٩) وعلاقتها بالصحة العقلية والاجتماعية لهم وذلك في الفترة من ٢٩-٣٠ مارس ٢٠٢٠م من خلال عينة من المراهقين قوامها (٦٨٣) مفردة تم اختيارها من خلال عرض الاستبيان الإلكتروني عبر مواقع (Facebook , Instagram , Twitter , Reddit) وقد توصلت إلى أن ٩٨٪ يشاركون في القليل من التباعد الاجتماعي، وارتبطت أعراض القلق بطبيعة الدوافع من التباعد الاجتماعي حيث أن المراهقين الذين

كانت لديهم دوافع لعدم الرغبة في الإصابة جاءت أعراض القلق والاكتئاب لديهم بصورة أكبر من المراهقين الذين يفضلون البقاء في المنازل .

كما أوضحت دراسة (Pulido; Carballido; Sama,2020) نوع التغريدات التي يتم تداولها عبر موقع تويتر حول تفشي كوفيد -١٩ وذلك بالاعتماد على عينة قوامها (١٠٠٠) تغريدة تم مشاركتها في خلال يومين من أجل تحليل كيفية مشاركة المعلومات الخاطئة والصحيحة عبر موقع تويتر، وقد توصلت الدراسة إلى أنه يتم نشر التغريدات التي تحمل معلومات خاطئة بشكل أكبر، ولكن يعاد تغريدها مرة أخرى بصورة أقل حيث يفضل المستخدمون إعادة تغريد المعلومات الصحيحة التي تستند إلى أدلة علمية.

وتناولت دراسة Zhou; Zhang; Wang; Guo; Wang; Chen; Liu; Chen; (Chen,2020) تقييم معدلات انتشار أعراض الاكتئاب والقلق بين المراهقين بالصين ممن تتراوح أعمارهم بين (١٢-١٨) عاماً وما يرتبط بها من عوامل اجتماعية وديموغرافية وذلك خلال فترة انتشار (كوفيد -١٩) بالاعتماد على الاستبيان الإلكتروني وقد أظهرت وجود فروق في معدلات الاكتئاب والقلق بين الذكور والإناث، حيث تعتبر الإناث أعلى في معدلات الإصابة به كما وجدت انتشاراً كبيراً لمشاكل الصحة النفسية بين المراهقين، وهو ما يرتبط سلباً بمستوى المعرفة والوعي.

وتطرقت دراسة (سعود، ٢٠١٨م) إلى اختبار العلاقة بين معدل التعرض للأخبار السلبية في شبكات التواصل الاجتماعي ومعدل القلق السياسي لدى الشباب السعودي وأشارت نتائج الدراسة الي أن نشر أخبار الكوارث الطبيعية والحوادث والجرائم وقضايا العنف الأسري جاءت في مقدمة الاخبار السلبية في شبكات التواصل الاجتماعي، وتبين أن منشأ القلق لا يكمن في مجرد التعرض للأخبار السلبية بل في تصديقها، كما كان أكثر المستخدمين تصديقاً وثقة في وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار هي الفئة الأكثر قلقاً.

أما دراسة (woods ; Scott ,2020) فقد تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي جودة النوم، الثقة بالنفس، والقلق والاكتئاب، وتم تطبيقها على ٤٦٧ مراهقاً في اسكتلندا فقد توصلت إلى أن المراهقين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة هم الأكثر تعرضاً لاضطرابات الأرق الأولي وضعف مستوى الثقة بالنفس، كما كشفت الدراسة عن تنامي معدلات الإصابة بالقلق والاكتئاب.

بينما هدفت دراسة (الفرم، ٢٠١٤م) إلى التعرف على مستوى استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض لشبكات التواصل الاجتماعي (بوتوب- فيس بوك- تويتر) في التوعية الصحية لمرض كورونا وهي من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على أداة تحليل المضمون للرسائل التوعوية عبر الشبكات الثلاث لمدة شهر وقد توصلت إلى نتائجها إلى التفريط في توظيف الشبكات الاتصالية الفاعلة خلال الأمراض والأوبئة مما يعزز من حجم الخسائر الوطنية الناجمة عن ضعف التوعية وقصورها.

ثانياً الدراسات التي تناولت علاقة المراهقين بوسائل التواصل الاجتماعي:

هدفت دراسة (Nguyen; Gruber; Fuchs; Marler; Hunsaker; Hargittai , 2020) إلى التعرف على التغيرات في استخدام الوسائط الرقمية خلال جائحة كورونا في الفترة من ٤-٨ أبريل ٢٠٢٠م بالاعتماد على أسلوب الاستبيان الإلكتروني لعينة قوامها (١٣٧٤) من المراهقين والبالغين، وقد توصلت إلى زيادة سلوكيات الاتصال الرقمي وخاصة لدى الإناث، واختلاف أنماط التواصل الإلكتروني حيث زادت معدلات استخدام التفاعل الرقمي باستخدام تقنية الاتصال "وجهاً لوجه" بشكل كبير في أثناء انتشار جائحة كورونا.

بينما كشفت دراسة (Plaisime; Robertson-James; Mejia; Núñez; Wolf; Reels, 2020) عن كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز صحة المراهقين بإجراء مسح على عينة عمدية قوامها (١٥٢) مراهقاً تتراوح أعمارهم بين (١٣-١٨) عاماً حيث تم اختيار فصول محددة من قبل مسؤولي مدرستين في كل من فيلادلفيا، بنسلفانيا، وتوصلت الدراسة إلى أن ٣,٥% فقط من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يهدفون إلى الحصول على معلومات متعلقة بالصحة أن ٩٠% من المراهقين لديهم الثقة في المعلومات الطبية والصحية المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي.

وأشارت دراسة (Lin; Broström; Griffiths; Pakpour, 2020) للآثار الوسيطة للخوف من خلال دراسة العلاقة بين استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي والضيق النفسي والأرق، واعتمدت على أداة الاستبيان الإلكتروني لعينة قوامها (١٠٧٨) مفردة وقد توصلت إلى وجود علاقة دالة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والضيق النسبي بشكل مباشر وغير مباشر، وكذلك وجود تأثيرات غير مباشرة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الإحساس بالخوف وعدم الفهم.

واستهدفت دراسة (منصور، ٢٠١٧م) التعرف على دوافع الاستخدام ومستوي اعتماد طلاب الجامعة على شبكات التواصل الاجتماعي لأهداف مختلفة بالتطبيق على مجتمعين مختلفين في الظروف الأمنية والسياسية والاقتصادية وأشارت النتائج إلى قبول الفرض القائل بأن متغير استقرار المجتمع يؤثر على درجة اعتماد الطلاب على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر إخباري وتعليمي، وجاءت الدوافع النفعية في مقدمة الدوافع لاستخدام الشبكات الاجتماعية وخاصة دافع التواصل مع الآخرين، كما جاء اعتماد الشباب الجامعي على الشبكات كمصدر إخباري أعلى من الاعتماد عليها كمصدر تعليمي، وكانت تأثيرات الاعتماد في الحالتين (الإخبارية والتعليمية) معرفية في المقام الأول، تليها التأثيرات السلوكية ثم الوجدانية.

بينما هدفت دراسة (عبد السلام؛ عبد المجيد، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العوامل المؤثرة في تبني استخدامات الشباب العربي للمضمون الإخباري عبر المنصات الإلكترونية المحمولة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم العوامل المؤثرة في استخدام المنصات الإلكترونية كانت إدراك المستخدمين لمدي

سهولة الوصول للمضمون الإخباري سواء من خلال المواقع الإعلامية أو شبكات التواصل الاجتماعي، وإدراكهم للإمكانيات المميزة لهذه المنصات من حيث سهولة الاستخدام وإمكانيات التفاعل.

بينما سعت دراسة (البرجي، ٢٠١٥م) إلى معرفة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات بين أفراد الأسرة المصرية، وما يرتبط بها من التأثيرات الاجتماعية وذلك بالاعتماد على منهج المسح باستخدام أداة الاستبيان لعينة قوامها (٤٢٠) مفردة مقسمة بالتساوي بين الآباء والأبناء، ومن أبرز نتائجها أن موقع الفيس بوك جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي من حيث معدل الاستخدام أن ٥٣,٣% من الآباء عينة الدراسة، أقرروا أن الفيس بوك له تأثير على تكوين شخصية الأبناء.

وكشفت دراسة (اللبان؛ محمد؛ البهي ٢٠١٣م) عن أهم عناصر ومؤشرات التفاعلية ومستوياتها المختلفة وأبعادها التي تستخدمها مواقع التواصل الاجتماعي والمقارنة بينها، واعتمدت على المنهج الوصفي باستخدام أداة تحليل الشكل لمدة شهر، وجاء من أهم نتائجها تفوق موقع الفيس بوك في استخدام أبعاد ثراء الوسيلة والتي قسمتها الدراسة إلى (اللغة الطبيعية - التركيز الشخصي - الفورية تعدد الرموز - التوجه المتعدد - التسجيل الخارجي - الذاكرة الحاسوبية).

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

١. على الرغم من حداثة جائحة كورونا، إلا أن الباحثة وجدت بعض الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت دراسة العلاقة بين انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) ووسائل الاعلام على اختلافها وتنوعها، ولكنها جاءت كدراسات استكشافية للتعرف على التأثيرات الأولية للجائحة.

٢. اهتمت دراسات المحور الأول بدراسة التأثيرات الصحية والنفسية والاجتماعية للجائحة، والتي تنوعت بين الشعور بالهلع والاكتئاب والفرح ومروراً بالقلق، وأعراض ما بعد الصدمة، وهو ما أفاد الباحثة في مقارنة النتائج.

٣. تناولت دراسات المحور الثاني استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والتي ركزت على مرحلتي الشباب والمراهقة من حيث دوافع الاستخدام، والعوامل المؤثرة عليه، والآثار الناجمة عنه، والتي تبين من خلالها تنامي الاستخدام الرقمي المكثف بصورة كبيرة مع بداية عام ٢٠٢٠م.

٤. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في التعرف على مقاييس القلق والإفادة منها في الأساليب المنهجية، وإجراءاتها وتحديد مفرداتها، وأدوات جمع البيانات التي تتلاءم مع طبيعة الدراسة.

٥. معظم الدراسات ركزت على استخدام الاستبيان الإلكتروني والاعتماد على المنصات التعليمية ومواقع التواصل الاجتماعي للوصول لمفردات العينة في ظل الحظر المنزلي الذي طبق في العديد من دول العالم.

٦. الاستفادة من الدراسات في تحديد العينة الزمنية لتحليل مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تختلف وفقاً لطبيعة الموضوع وتتراوح بين يومين إلى شهر.

٧. رغم تعدد الدراسات السابقة وتنوعها، إلا أنها لم تتطرق لدراسة أدوار المراهقين الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثير ممارسة تلك الأدوار على مستويات القلق لديهم.

تساؤلات الدراسة:

أولاً - تساؤلات الدراسة التحليلية:

١. ما معايير الثراء الإعلامي بالصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٢. ما الأساليب الإقناعية التي استخدمتها الصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. ما القوالب الفنية التي اعتمدت عليها الصفحات الصحية الرسمية، وغير الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٤. ما مصادر الموضوعات التي اعتمدت عليها الصفحات الصحية الرسمية، وغير الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

ثانياً - تساؤلات الدراسة الميدانية:

١. ما الأدوار الاتصالية التي يمارسها المراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد -١٩)؟
٢. ما طبيعة استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد -١٩)؟
٣. ما تأثير جائحة كورونا (كوفيد -١٩) على معدل استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
٤. ما العلاقة بين استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي وبين مستوى القلق الناتج عن ظهور جائحة كورونا (كوفيد -١٩)؟
٥. ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المراهقون أثناء جائحة كورونا (كوفيد -١٩)؟
٦. ما تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع التعليم) على مستوى القلق لدى المراهقين خلال جائحة كورونا (كوفيد -١٩)؟
٧. ما الصفحات الرسمية وغير الرسمية التي يتابع المراهقون من خلالها تطور جائحة كورونا (كوفيد -١٩)؟
٨. ما أهم معايير الثراء الاعلامي بوسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المراهقين؟

فروض الدراسة:**أولاً فروض الدراسة التحليلية:**

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معايير الثراء الاعلامي في الصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية.
٢. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الأساليب الإقناعية في الصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية.

ثانياً فروض الدراسة الميدانية:

١. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد -١٩)، وبين مستوى القلق لديهم.
٢. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد -١٩) وبين مستوى القلق لديهم.
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف نوعية الصفحات (رسمية - غير رسمية) التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي.
٤. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدلات متابعة المراهقين لجائحة كورونا (كوفيد -١٩) عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى القلق لديهم.
٥. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد -١٩) وبين معايير ثراء هذه المواقع.
٦. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد -١٩) وبين مستوى القلق لديهم تختلف باختلاف العوامل الديموغرافية (النوع- نوع التعليم).

مصطلحات الدراسة:**الأدوار الاتصالية:**

تشير إلى فعالية ونشاط المستخدمين عبر وسائل الإعلام الرقمي، وكيفية تفاعلهم مع المضامين الإعلامية الرقمية.

ووفقاً لهذا التعريف تنقسم الأدوار الاتصالية إلى ثلاث أنواع (البديوي، ٢٠١٧م، ص ٦٥-٦٧) هي:

١. المستخدم المتلقي:

هو المستخدم الحر الذي يستهلك المضامين الإعلامية الرقمية مثلما يتلقى مضامين وسائل الإعلام التقليدية وفقاً لاحتياجاته.

٢. المستخدم المتواصل:

هو المستخدم الذي يقع عليه الفعل الاتصالي ويقوم بدور مساوٍ للفعل الذي يقوم به المتصل حيث يبادر بنقل المعلومة.

٣. المستخدم المنتج:

هو المستخدم القادر على انتاج المحتوى والأفكار ذات المعاني بما يلبي احتياجاته.

جائحة كورونا (كوفيد - ١٩):

هي جائحة عالمية سببها فيروس متلازمة الشرق الأوسط التنفسية الحادة والذي يتسبب في أزمات تنفسية مصاحبه لدرجة حرارة مرتفعة وينتقل بين الأفراد عن طريق المخالطة اللصيقة عبر الرذاذ والفطريات التنفسية الناتجة عن السعال وقد يؤدي تقاوم الأعراض إلى الوفاة (منظمة الصحة العالمية، ٢٠٢٠).

القلق (Anxiety):

هو حالة من الاضطراب والتوتر الشامل يصيب الإنسان نتيجة شعوره بالتهديد أو الخوف، يصاحبه أعراض نفسية وجسمية كالعزلة والتغير في الشهية وعادات النوم والتعب الدائم وذلك دون الخوف والتوتر (عبد العال، ٢٠٠٨، ص ٣٨٨).

مستوى القلق:

ويقصد به مستوى ما يشعر به المراقبون من أعراض نفسية وجسمية ظاهرة وصريحة للقلق.

الإطار النظري:

تعتبر نظرية الثراء الاعلامي احدى النظريات البارزة في تفسير العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الإعلام؛ حيث تختلف تلك الوسائل في قدرتها على تيسير عملية الفهم، فوسائل الاتصال بكافة أشكالها يمكن أن تصنف كوسائل مرتفعة أو منخفضة الثراء مما يتطلب تحديد الوسيلة الأكثر ملائمة لكل موقف اتصالي، ويعد كل من "روبرت لينجل" Robert H. Lengel و"ريتشارد دافت" Richard L. Daft أول من قدما النظرية عام ١٩٨٦م إذ ربطا بين الثراء وفهم الرسالة الاتصالية، فكما استطاعت الوسيلة توضيح غموض الرسالة وتغيير الفهم، كلما أصبحت أكثر ثراءً (Dennis, A, 2009,p642).

وتعتمد النظرية على مجموعة من الفروض (Daft;Lengle;Trevino,1987,360)

(Daft; Lengle,1986, p565) وهي:

١. يستخدم الجمهور وسائل الإعلام الأكثر ثراء عندما يكون مستوي الغموض أعلى لتخفيض درجة عدم الفهم.

٢. تختلف وسائل الإعلام في درجة ثرائها، والتي ترتبط بمدى تلبيتها لمتطلبات وطبيعة الموقف

الاتصالي.

ومن أبرز معايير تحديد ثراء الوسيلة الإعلامية (الطرابيشي؛ عبد العزيز، ٢٠٠٦، ص ٢١٨):

١. سرعة الصدى: وتعني إمكانية حصول القائم بالاتصال على رجع صدى على الرسالة الإعلامية.
 ٢. تعدد الرموز: حيث تعد قدرة الوسيلة على استخدام إشارات أو تقنيات متعددة (كالصوت، الحضور المادي، مقاطع الفيديو، المعينات البصرية، غيرها) من أبرز عوامل تيسير نقل المعلومات.
 ٣. استخدام اللغة الطبيعية: فاستخدام اللغة السائدة والمألوفة في المجتمع يعمل على سهولة التواصل بين أطراف العملية الاتصالية.
 ٤. التركيز الشخصي: ويقصد بها مدى قدرة الوسيلة على تلبية احتياجات المستخدم.
- ويمكن القول أن النظرية قد جمعت في إطارها بين مميزات الوسيلة وهدف المستخدم والموقف الاتصالي، حيث يرتبط نشاط وقرار وفاعلية المستخدم بعناصر الجذب والتصميم ومدى توافر الوسائط المتعددة، فقد تطورت طبيعة مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتأخذ أشكالاً متعددة من الأدوار الاتصالية فهناك المستخدم المتلقي (Media Consumer) وهو مستخدم حر يستهلك وينتقي بفاعلية المضامين الاتصالية في ضوء احتياجاته، أما المستخدم المتواصل (Communicated) فذلك الذي يتساوى مع المتصل في القيام بنفس الدور حيث يبادر بنقل المعلومة، كما أصبح هناك المستخدم المنتج (Producer User) الذي لديه القدرة على التواصل، وبناء المحتوى لتحقيق أهدافه الخاصة. (البدوي، ٢٠١٧، ص ٦٥).
- ووفقاً لهذا الطرح نجد أن تفاعل المراهقين من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في ظل كثافة الاستخدام التي فرضها الحظر المنزلي والتباعد الاجتماعي الناجم عن انتشار (جائحة كورونا - كوفيد ١٩) يختلف وفقاً لفهمهم لأدوارهم الاتصالية جنباً إلى جنب مع ما تقدمه تلك المواقع وبصفة خاصة المواقع ذات المضمون الصحي سواء الرسمية أو غير الرسمية من معايير للثراء الإعلامي.
- فقد أدى انتشار جائحة كورونا (كوفيد-١٩) في نهاية عام ٢٠١٩م عبر العالم أجمع في غضون شهور قليلة إلى تعرض المجتمعات لتغييرات غير مسبوقه طرأت قهراً على نمط الحياة، فبات المراهق أسيراً لإجراءات الحجر الصحي المنزلي الصارمة، ويضاف إلى ذلك القدر الكبير من المعلومات الخاطئة والأرقام المخيفة التي تتناقلها بعض مواقع التواصل الاجتماعي (Velavan;Meyer,2020,p279) مما ينعكس على احساسه بالقلق والتوتر وما قد يترتب عليه من اضطرابات نفسية أخرى كالاكتئاب حيث يعد القلق من أكثر الاضطرابات النفسية شيوعاً لدى المراهقين (الشبؤون، ٢٠١١م، ص ٧٦٢).

ونقصد هنا تحديداً نمط القلق الموضوعي والذي يعد خبرة انفعالية مؤلمة تنتج عن إدراك مصدر خطر في البيئة التي يعيش فيها الفرد؛ إذ أن إدراك الفرد لوجود هذا الخطر يثير القلق لديه (عبد الغفار، ١٩٧٦م، ص ١٢١)، ويشتمل القلق على ثلاث مكونات هي (القريطي، ١٩٩٨م، ص ١٢٧، ١٢٨):

١. مكون انفعالي: يتمثل بمشاعر الخوف والفرع والتوجس والتوتر والهلع الذاتي والانزعاج.
٢. مكون معرفي: يتضح في التأثيرات السلبية لهذه المشاعر على مقدرة الشخص في إدراك الموقف الحياتي إدراكاً سليماً.
٣. مكون فسيولوجي: يظهر فيما يترتب على حالة الخوف من استثارة وتنشيط للجهاز العصبي المستقل، مما يؤدي إلى تغيرات فسيولوجية عديدة منها، شحوب الوجه، زيادة ضربات القلب، سرعة التنفس، التعرق.

وفي ظل هيمنة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اهتمام ووقت المراهقين وتحديداً أثناء انتشار جائحة كورونا أصبح من الضروري التحول نحو التباعد عن وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها حلقة وصل في انتشار العدوى العاطفية فيما يتم مشاركته من موضوعات تخص فيروس كوفيد-١٩ حيث تسود المشاعر السلبية وعلى رأسها القلق (Steinert,2020,p2) الذي يرتبط بالعديد من المخاوف مثل القلق المرتبط بالسلامة الجسدية أو فقد الآخرين وعجز التواصل الاجتماعي المباشر مع الأقران وغيرها من المخاوف.

وفي ضوء ذلك نجد أن معدل انتشار القلق بين المراهقين يتأثر بمجموعة من العوامل (Zhou; Zhang; Wang; Guo; Wang; Chen; Liu; Chen; Chen,2020,p754):

١. السياق الاجتماعي والثقافي والاقتصادي (فالقلق يرتبط عكسياً مع مستوى الوعي ومستوى الإمكانيات الطبية المتاحة ومدى حضارة المنطقة التي يقيم بها المراهق).
٢. الفترات المبكرة لانتشار جائحة كورونا وذروة الانتشار يمثلان أعلى مستويات القلق نظراً لكثافة التعرض للأخبار التي تحمل الكثير من المخاوف في طياتها.
٣. العوامل الديموغرافية كالنوع (فالفتيات يعانين من تأثير نفسي أكبر أثناء تفشي الجائحة).

وفي هذا السياق نرى أن المراهقين ضعفاء لأنهم يمرون بفترة حرجة من التغيرات الفسيولوجية والنفسية سريعة الوتيرة، والتي ترجع لطبيعة هذه المرحلة العمرية التي تتطلب في الأساس حرصاً شديداً لكيلا يتعرض خلالها المراهقون لصدمات نفسية تؤثر على شخصيتهم وسلوكياتهم في المراحل العمرية التالية بينما نجد بالإضافة لتلك التغيرات أن المراهقين وجدوا أنفسهم يتعرضون لجائحة عالمية منعتهم من ممارسة حياتهم بشكل طبيعي، بل ودفعتهم للإفراط في استخدام التكنولوجيا، وبصفه خاصة مواقع التواصل الاجتماعي مما قد يكون له تأثيرات نفسية على المدى البعيد.

نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف رصد وتحليل وتقييم خصائص موقف يغلب عليه صفة التحديد للحصول على معلومات دقيقة وكافية عن الظاهرة (حسين، ١٩٩٥م، ص ١٣١) حيث تستهدف الدراسة رصد مستوى القلق لدى المراهقين وعلاقته باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا.

منهج الدراسة:

في إطار التكامل المنهجي تعتمد الدراسة على مجموعة من المناهج هي:

١. منهج المسح الإعلامي: والذي يستخدم في جمع وتصنيف وتحليل البيانات والربط بينها وذلك من خلال مسح المضمون للصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمسح الميداني للمراهقين.

٢. المنهج المقارن: وتعتمد عليه الدراسة في:

- المقارنة بين معايير الثراء الإعلامي التي تعتمد عليها الصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية، والأساليب الإقناعية المستخدمة أثناء جائحة كورونا.
- المقارنة بين الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في:

المجتمع الوثائقي: ويتمثل في المضامين الإعلامية بالصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على محتوى المضامين التي تناولت فيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩).

المجتمع البشري: ويتمثل في المراهقين الذكور والإناث ممن تتراوح أعمارهم بين (١١-١٥) عامًا.

عينة الدراسة:

أولاً - عينة الدراسة التحليلية:

تعتمد الدراسة على تحليل المضمون لصفحتي (وزارة الصحة والسكان المصرية) والتي تمثل صفحة صحية رسمية عبر موقع الفيس بوك، وصفحة (صحتي) والتي تمثل صفحة صحية غير رسمية، وقد تم اختيار العينة من خلال دراسة استطلاعية تم إجراؤها على عينة من المراهقين بلغت (٢٠) مفردة، وقد تم اختيار فترة تحليل الصفحات بدءاً من (١ ابريل ٢٠٢٠م) وحتى (١٥ أبريل ٢٠٢٠م)، وهي تمثل الأسبوع الثاني في فترة حظر التجول الليلي الأولى التي فرضتها الحكومة المصرية ضمن الإجراءات الاحترازية لمنع انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩)، وتمتد إلى الأسبوع الأول من فترة المد الثانية

للحظر، وهي الفترة التي جاءت عكس توقعات الجميع بالعودة للحياة الطبيعية مرة أخرى، مما يشكل أهمية لدراسة ما تم نشره خلالها من موضوعات تتعلق بفيروس كورونا المستجد.

ثانياً - عينة الدراسة الميدانية:

تعتمد الدراسة على اختيار العينة بالأسلوب غير الاحتمالي عن طريق العينة الشبكية (كرة الثلج) حيث يساعد هذا الأسلوب من العينات في تحقيق الوصول إلى المبحوثين بصورة أيسر نظراً لصعوبة حصر مفردات المجتمع الأصلي خاصة في ظل ظروف الإجراءات الاحترازية والحجر المنزلي الذي فرضته الحكومة المصرية على البلاد وقت انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) وتعتبر عينة كرة الثلج مناسبة للعينات غير المتاحة كما هو الحال في ظروف هذه الدراسة حيث تم ارسال استمارة الاستبيان الالكترونية لمجموعة من المراهقين عبر حساباتهم على الفيس بوك والواتس آب، كما قاموا بإرسالها كذلك لأصدقائهم ممن تتراوح أعمارهم بين (١١-١٥) عاماً حتى بلغت العينة (٣٨٧) مفردة ممن أجابوا على الاستبيان الإلكتروني عبر (Google Forms).

أدوات جمع البيانات:

تتمثل أدوات جمع البيانات في هذه الدراسة في:

صحفية تحليل المضمون: وذلك لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة التحليلية والتي تشمل تساؤلات الدراسة وتحقق أهدافها حيث شملت فئات تحليل المضمون (ماذا قيل) وفئات تحليل الشكل (كيف قيل).

استمارة الاستبيان الإلكتروني: والتي تعتبر الأداة الأكثر ملائمة لمستخدمي الإعلام الرقمي، كما أنها الطريقة المثلى لجمع البيانات من المبحوثين بطريقة منهجية من أجل التحقق من فروض الدراسة وتساؤلاتها في ظل جائحة كورونا، وما تتطلبه من اتخاذ إجراءات احترازية، والالتزام بالتباعد الاجتماعي، وخاصة مع غلق المدارس وتعليق الدراسة بها، وقد اشتملت على:

- أسئلة لقياس معدل ومستوى استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي، والصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية.
- مقياس (تايلور) للقلق والذي يقيس بدرجة كبيرة من الموضوعية مستوى القلق الذي يعانيه الأفراد عن طريق ما يشعرون به من أعراض ظاهرة وصريحة وهو يصلح لجميع الأعمار وخاصة الفئة العمرية من (١٠-١٥) عاماً، واعتمدت الدراسة على الاختبار المقنن للقلق الصريح الذي قدمته عالمة النفس الأمريكية "جانيت تايلور"، وقاما بتقنيه واختبار ثباته وصحته كل من: الدكتور "مصطفى فهمي" والدكتور "أحمد غالي"؛ حيث يشمل المقياس (٥٠) عبارة تعبر عن موقف أو حالة شعورية، ويمنح المبحوث خيارين إما (نعم) وإما (لا)، وتأخذ كل عبارة بنعم درجة واحدة، والإجابة بلا تأخذ صفر، أما في العبارات العكسية فنعم تأخذ صفر، والإجابة بلا تأخذ واحد، وتشير درجات المبحوثين لمستوى القلق كالاتي:

- من صفر إلى ١٦ مستوى قلق منخفض جداً.
 - من ١٧ إلى ١٩ مستوى قلق منخفض (طبيعي).
 - من ٢٠ إلى ٢٤ مستوى قلق متوسط.
 - من ٢٥ إلى ٢٩ مستوى قلق فوق المتوسط.
 - من ٣٠ إلى ٥٠ مستوى قلق مرتفع.
- أسئلة خاصة بالمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (النوع- نوع التعليم).

أساليب التحليل:

اعتمدت الباحثة على أسلوب التحليل الكمي والكيفي لتحقيق شمولية البحث العلمي حيث يساهم التحليل الكمي درجة أكبر من الضبط وتقليل أخطاء التحيز، في حين يساعد الأسلوب الكيفي في تفسير النتائج والاستدلال على الأسباب والمبررات.

مقياس الصدق والثبات:

تم عرض استمارة الاستبيان الإلكتروني على مجموعة من الأساتذة والخبراء المتخصصين * في موضوع البحث لإضفاء الصدق والموضوعية على الاستبيان، للتأكد من صلاحيته، كما تم استخدام أسلوب إعادة الاستبيان على عينة بنسبة (١٠٪) من المبحوثين تم اختيارهم بطريقة عشوائية ممن أرسل لهم الاستبيان الإلكتروني عبر حساباتهم بعد ١٠ أيام من تطبيق الاستبيان، وبلغت قيمة معامل الثبات (٨٩٪)، وهي قيمة تشير إلى دقة ثبات المقياس.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج الخاصة بالدراسة التحليلية:

١- توزيع العينة التحليلية بصفحات الفيس بوك، وفقاً لعدد المنشورات:

جدول (١)

توزيع العينة التحليلية بصفحات الفيس بوك وفقاً لعدد المنشورات

المنشورات		اسم الصفحة
ك	%	
٢٩	٥٠,٩	وزارة الصحة والسكان المصرية
٢٨	٤٩,١	صحتي
٥٧	١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن جاء عدد منشورات الصفحة الرسمية (وزارة الصحة المصرية والسكان) ٢٩ منشورًا خلال فترة التحليل وبنسبة ٥٠.٩% من إجمالي العينة التحليلية، بينما جاء عدد منشورات الصفحة غير الرسمية (صحتي) ٢٨ منشورًا وبنسبة ٤٩.١% من إجمالي العينة التحليلية. بعد تفريغ البيانات من خلال الصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية التي تمثل عينة الدراسة توصلت الدراسة إلى:

تتخذ الصفحات الرسمية شعار وزارة الصحة وبالرغم من وجود عناوين صفحات الوزارة بكل من تويتر وفيس بوك وانستجرام، إلا إنها صورة لا تمثل روابط لهذه الصفحات بينما يأتي شعار صفحة (صحتي) غير الرسمية في شكل فيديو قصير لشعار الصفحة، ولكنه مقدم باللغة الإنجليزية، وهو ما يشير إلى توافق اختيار الشعار مع الدلالة الرسمية أو غير الرسمية للصفحة.

- فئات الشكل للنص

٢- معايير ثراء الوسيلة الاعلامية

أ- استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة بمنشورات صفحات الفيس بوك:

جدول (٢)

استخدام اللغة الطبيعية والمألوفة بالعينة التحليلية من صفحات الفيس بوك

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة	اللغة المستخدمة
				%	ك		
٨٦	٤٩	١٠٠	٢٨	٧٢,٤	٢١	فصحى	
١٢,٣	٧	٠	٠	٢٤,١	٧	عامية	
١,٨	١	٠	٠	٣,٤	١	يجمع بين الفصحى والعامية	
١٠٠	٥٧	١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٩	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت (اللغة الفصحى) في المقدمة بنسبة ٨٦% كلغة سائدة الاستخدام في منشورات صفحات الفيس بوك عينة الدراسة التحليلية، ثم (اللغة العامية) في الترتيب الثاني بنسبة ١٢.٣%، ثم (منشورات تجمع بين اللغة الفصحى والعامية) في الترتيب الثالث بنسبة ١.٨%. كما تشير نتائج الجدول إلى تنوع اللغات المستخدمة في منشورات الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية) حيث جاءت (اللغة الفصحى) في الترتيب الأول بنسبة ٧٢.٤%، وفي الترتيب الثاني (اللغة العامية) بنسبة ٢٤.١%، وفي الترتيب الثالث جاءت (منشورات تجمع بين اللغة الفصحى والعامية) بنسبة ٣.٤%.

بينما اعتمدت الصفحة غير الرسمية (صحتي) على (اللغة الفصحى) فقط بنسبة ١٠٠٪ من إجمالي منشوراتها.

اعتمدت (وزارة الصحة والسكان) في صفحتها على التنوع في استخدام اللغة عبر المنشورات خلال مدة الدراسة حيث استخدمت اللغة الفصحى في التقرير اليومي المحدث لفيروس كورونا المستجد في كل من شكله النصي والمصور، في حين اعتمدت على اللغة العامية فيما قدمته من حوارات مع الأطباء وذلك بهدف تسهيل وصول المعلومة لمختلف فئات الجمهور، في حين اعتمدت صفحة (صحتي) على اللغة العربية الفصحى في جميع المنشورات، وبذلك نجد أن كلتا الصفحتين حرصت على استخدام اللغة اللائقة بمنبر يقدم موضوعات ذات طبيعة جادة وهو ما يعد متقفا مع نظرية ثراء الإعلام.

ب- مدى تحقق معيار تعدد الرموز والوسائط لتقديم المادة الإعلامية:

جدول (٣)

مدى تحقق معيار تعدد الرموز والوسائط لتقديم المادة الإعلامية

الاجمالي	صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة تعدد الرموز والوسائط	
	ك	%	ك	%		
٢٧,٠	٢٤	٠	٠	٧٢,٧	٢٤	نص وفيديو
٣,٤	٣	٠	٠	٩,١	٣	نص وانفوجرافيك
٣١,٥	٢٨	٥٠	٢٨	٠,٠	٠	صورة ونص
١,١	١	٠	٠	٣,٠	١	صورة فقط
٣٦,٠	٣٢	٥٠	٢٨	١٢,١	٤	روابط تشعبية بالموقع الرسمي
١,١	١	٠	٠	٣,٠	١	روابط تشعبية بمواقع أخرى
١٠٠	٨٩	١٠٠	٥٦	١٠٠	٣٣	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن تقدمت (الروابط تشعبية بالموقع الرسمي) الرموز والوسائط المستخدمة لتقديم المادة الإعلامية بنسبة ٣٦٪، ثم (صورة ونص) في الترتيب الثاني بنسبة ٣١.٥٪، ثم (نص وفيديو) في الترتيب الثالث بنسبة ٢٧٪، وفي الترتيب الرابع جاء (نص وانفوجرافيك) بنسبة ٣.٤٪، وفي الترتيب الخامس والأخير جاء كل من (صورة فقط) و (الروابط التشعبية بمواقع أخرى) بنسبة ١.١.

كما تشير نتائج الجدول إلى تعدد الرموز والوسائط لتقديم المادة الإعلامية بمنشورات الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية)، حيث جاء (نص وفيديو) في الترتيب الأول بنسبة ٧٢.٧٪،

وفي الترتيب الثاني (روابط تشعبية بالموقع الرسمي) بنسبة ١٢.١٪، وفي الترتيب الثالث جاء (نص وانفوجرافيك) بنسبة ٩.١٪، وفي الترتيب الرابع (الروابط التشعبية بمواقع أخرى) بنسبة ٣٪. بينما اعتمدت الصفحة غير الرسمية (صحتي) على نوعين فقط من الرموز والوسائط المستخدمة لتقديم المادة الإعلامية (صورة ونص) و (روابط تشعبية بالموقع الرسمي) بنسبة ٥٠٪ لكل منهما. بالنظر إلى صفحة (وزارة الصحة والسكان) نجد أنها اعتمدت بشكل كبير على تقديم (النص المصاحب للفيديو)، وهو ما يشير إلى قوة استفادتها من امكانيات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث كونها وسيلة متعددة الوسائط تسمح بالمزج بين النص والصور والفيديو، وهو ما يؤدي دوراً محورياً في جعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً ويجعلها تتفوق على صفحة (صحتي) والتي اقتصر على تقديم (النص المصاحب لصورة) مما يفقدها استقطاب انتباه الجمهور للمادة الإعلامية المقدمة ويقلل من نسب الاطلاع عليها ومشاركتها، أما فيما يتعلق بتوظيف الروابط لم تحقق صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) الاستفادة منها فلم يتعد استخدامها لها نسبة (١٥,١٪) من المنشورات، وجاءت مرتكزة فحسب على المواقع الرسمية لوزارة الصحة المصرية ومنظمة الصحة العالمية، بينما سجلت صفحتا (صحتي) توظيفها للروابط نسبة (١٠٠٪) من الموضوعات، وإن كانت مقتصرة كذلك على الموقع الإلكتروني للصفحة، والذي يمثل مساراً إجبارياً لتجول المستخدم لقراءة المنشور، فالصفحة عبر موقع الفيس بوك تشكل حلقة وصل للموضوعات على الموقع الإلكتروني، وهو ما يعد أوجه قصور في كلا الصفحتين نظراً لضعف الاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية التي يتيحها الروابط التشعبية، والتي تعد ضرورة في ظل جائحة كورونا (كوفيد - ١٩)، فهناك العديد من المواقع التي استطاعت انتاج فيديوهات قصيرة لكيفية الحماية من انتشار الفيروس، وكذلك الاهتمام بالصحة النفسية أثناء فترة حظر التجول، مما يضيف مزيداً من المصداقية لما تقدمه الصفحتان من معلومات، ويعزز من استفادتهما من امكانيات التكنولوجية للوسيلة مما تجده الباحثة قصوراً في معيار توظيف الروابط التشعبية.

وقد اتفقت الدراسة مع دراسة (عجوة، ٢٠٢٠، ص ٢٤٦٦) والتي توصلت إلى استخدام (النص مع الصورة) في المرتبة الأولى بمرحلة الأزمة في صفحة (وزارة الصحة والسكان).

٣- مدى تحقيق معيار سرعة رجع الصدى على صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (٤)
حجم التفاعلية على صفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة	حجم التفاعلية
%	ك	%	ك	%	ك		
٠,٠	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٠	أقل من ١٠٠	الإعجاب
١٤,٨	٢٨	٣٣,٧	٢٨	٠,٠	٠	من ١٠٠ : ١٠٠٠	
١٥,٣	٢٩	٠,٠	٠	٢٧,٤	٢٩	من ١٠٠٠ : ٥٠٠ ألف	
٠,٠	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٠	من ٥٠٠ ألف : مليون	
١٤,٣	٢٧	٣٢,٥	٢٧	٠,٠	٠	أقل من ١٠٠	التعليقات
٥,٣	١٠	٠,٠	٠	٩,٤	١٠	من ١٠٠ : ١٠٠٠	
١٠,١	١٩	٠,٠	٠	١٧,٩	١٩	من ١٠٠٠ : ٥٠٠ ألف	
٠,٠	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٠	من ٥٠٠ ألف : مليون	
١٤,٣	٢٧	٣٢,٥	٢٧	٠,٠	٠	أقل من ١٠٠	المشاركات
٥,٣	١٠	١,٢	١	٨,٥	٩	من ١٠٠ : ١٠٠٠	
٥,٣	١٠	٠,٠	٠	٩,٤	١٠	من ١٠٠٠ : ٥٠٠ ألف	
٠,٠	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٠	من ٥٠٠ ألف : مليون	
٠,٠	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٠	أقل من ١٠٠	المشاهدات (فيديو)
٠,٠	٠	٠,٠	٠	٠,٠	٠	من ١٠٠ : ١٠٠٠	
٣,٢	٦	٠,٠	٠	٥,٧	٦	من ١٠٠٠ : ٥٠٠ ألف	
١٢,٢	٢٣	٠,٠	٠	٢١,٧	٢٣	من ٥٠٠ ألف : مليون	
١٠٠	١٨٩	١٠٠	٨٣	١٠٠	١٠٦	الإجمالي	

يشير الجدول السابق: إلى تعدد أشكال التفاعلية على منشورات الصفحات عينة التحليل، فعلى مستوى الإعجاب جاءت نسبة ١٥.٣٪ لحجم التفاعل عن طريق الإعجاب (من ١٠٠٠ : ٥٠٠ ألف)، ثم (من ١٠٠ : ١٠٠٠) بنسبة ١٤.٨٪ من إجمالي حجم التفاعلية.

أما على مستوى التعليقات فبلغت نسبة التفاعل عن طريق التعليق على المنشورات لـ (أقل من ١٠٠ تعليق) ١٤.٣٪، و (من ٥٠٠ : ١٠٠٠ ألف تعليق) بنسبة ١٠.١٪، و (من ١٠٠ : ١٠٠٠ ألف تعليق) بنسبة ٥.٣٪ من إجمالي حجم التفاعلية.

وعلى مستوى المشاركات فبلغت نسبة التفاعل عن طريق المشاركة للمنشورات لـ (أقل من ١٠٠ مشاركة) بنسبة ١٤.٣٪، وكلاً من (١٠٠ : ١٠٠٠) و (٥٠٠ : ١٠٠٠ ألف) بنسبة ٥.٣٪ من إجمالي حجم التفاعلية.

أما المشاهدات الخاصة بمقاطع الفيديو، فبلغت نسبة التفاعل عن طريق المشاهدة (من ٥٠٠ ألف: مليون) ١٢.٢٪، بالإضافة إلى نسبة ٣.٢٪ لمستوى المشاهدات (من ١٠٠٠ : ٥٠٠ ألف)، كما تشير نتائج الجدول السابق إلى تفوق الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية) في حجم التفاعل عن طريق الإعجاب والتعليقات والمشاركة ومشاهدات مقاطع الفيديو.

جاءت صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) في ترتيب متقدم من حيث درجة تفاعلية المستخدمين مع المنشورات حيث تعدى عدد مشاهدات الفيديو (٧ مليون) مشاهدة وذلك فيما يخص فيديو البيان المحدث اليومي لفيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) مما يشير إلى ارتفاع اهتمام المستخدمين بمتابعة المستجدات اليومية للفيروس، وكذلك ارتفاع معدل تفاعلهم بالإعجاب على الفيديو اليومي، في حين جاء تفاعل المستخدمين بالتعليقات والمشاركات أقل من معدل المشاهدات، وابداء الإعجاب مع احتفاظ صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) بمستوى تفاعل أعلى من صفحة (صحتي) مما تراه الباحثة مؤشراً لتوافق صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) مع معايير ثراء الوسيلة في هذا المعيار.

٤- مدى تحقق معيار التركيز الشخصي لصفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (٥)

مدى تحقق معيار التركيز الشخصي لصفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة		التركيز الشخصي
%	ك	%	ك	%	ك			
١٢,٥	٥٧	١٤,٣	٢٨	١١,١	٢٩	إلكترونية	المحادثة	
٦,٣	٢٩	٠,٠	٠	١١,١	٢٩	هاتفية		
١٢,٥	٥٧	١٤,٣	٢٨	١١,١	٢٩	روابط الموقع الإلكتروني للصفحة		
١٢,٥	٥٧	١٤,٣	٢٨	١١,١	٢٩	تبويب للفيديو		
١٢,٥	٥٧	١٤,٣	٢٨	١١,١	٢٩	تبويب للصور		
١٢,٥	٥٧	١٤,٣	٢٨	١١,١	٢٩	البحث داخل الصفحة		
٦,٣	٢٩	٠,٠	٠	١١,١	٢٩	تويتر	اتصال عبر تطبيقات أخرى	
١٢,٥	٥٧	١٤,٣	٢٨	١١,١	٢٩	واتساب		
١٢,٥	٥٧	١٤,٣	٢٨	١١,١	٢٩	انستجرام		
١٠٠	٤٥٧	١٠٠	١٩٦	١٠٠	٢٦١	الإجمالي		

يتضح من الجدول السابق: أن تعددت عناصر التركيز الشخصي مع منشورات الحملات على صفحات الفيس بوك عينة التحليل حيث توفرت (المحادثات الإلكترونية) و(روابط الموقع الإلكتروني للصفحة) و(تبويب الفيديو) و(تبويب الصور) و(البحث داخل الصفحة) و(الاتصال عبر الواتس) و(الاتصال عبر انستجرام) بنسبة ١٢.٥% لكل عنصر.

بينما حصلت (المحادثة الهاتفية) و(الاتصال عبر تويتر) على نسبة ٦.٣% لكل منهما من إجمالي عناصر معيار التركيز الشخصي.

كما يشير الجدول إلى توافر كافة عناصر معيار التركيز الشخصي لكافة منشورات الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية)، في حين غاب عنصرا (المحادثات الهاتفية) و(اتصال عبر تطبيق تويتر) عن عناصر التركيز الشخصي لمنشورات الصفحة غير الرسمية (صحتي).

حيث أتاحت صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) إمكانية التواصل للجمهور من خلال الاتصالات الإلكترونية من خلال ساحات النقاش وكذلك الاتصالات الهاتفية بينما لم تتح صفحة (صحتي) سوى الاتصالات الإلكترونية فقط وهوما يمكن ارجاعه إلى أن صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) صفحة

رسمية لديها من الطاقات البشرية ما يؤهلها للتعامل مع الجمهور بشكل مباشر، أو عبر خطوط الهاتف وأرقام الخط الساخن مما لا يمثل عبئاً عليها في الاستجابة الفورية للمستخدمين، وهو ما لم يتوفر للصفحة غير الرسمية (صحتي).

استخدمت كلتا الصفحتين الرابط التشعبي لموقعها الرسمي وتبويب الصور والفيديو بما يتيح يسر الاستخدام وسرعة الوصول علاوة على إمكانية البحث داخل الصفحة عن منشور أو موضوع محدد دون الاضطرار لاستخدام سحب الشاشة وقضاء الوقت في انتظار عملية تحميل الصفحة.

استفادت كلتا الصفحتين من تعدد وتنوع وسائل التواصل الاجتماعي فأتاحت صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) إمكانية الوصول لمستخدميها لصفحاتها عبر واتس آب، توتير، انستجرام، في حين اكتفت صفحة (صحتي) بروابط لها على كل من انستجرام، واتس آب، وهو ما يرجع إلى عدم ملاءمة توتير للمادة الاعلامية التي تتيحها الصفحة لمستخدميها من حيث تقديم روابط لموقعها الذي يحتوي موضوعات كاملة.

وبذلك نجد أن كلتا الصفحتين حققت الاتفاق مع نظرية ثراء الوسيلة من خلال التركيز الشخصي، الذي يتيح للمستخدمين التكيف الشخصي مع الصفحة وفقاً لرغباتهم، وما يلائم حساباتهم الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة (سلام، ٢٠١٧م، ص ٢٤٦) والتي وجدت اتفاقاً بين صفحتي حملة الرئيس السيسي والمرشح حمدين صباحي مع نظرية ثراء الوسيلة فيما يتعلق بمعيار استخدام وتوظيف اللغة واتفاق جزئي مع تحقيق التركيز الشخصي بالإضافة إلى اتفاقها مع دراسة (اللبان؛ محمد؛ السيد، ٢٠١٣م، ص ٤٣٧) بتحقيق معدل الثراء في موقع الفيس بوك بنسبة (٦٣,٧٪).

- فئات الشكل لمقاطع الفيديو

١- زمن مقاطع الفيديو على صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (٦)

زمن مقاطع الفيديو على صفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة الزمن
ك	%	ك	%	ك	%	
١٥	٥٥,٦	٠	٠	١٥	٥٥,٦	أكثر من دقيقتين
٨	٢٩,٦	٠	٠	٨	٢٩,٦	أقل من دقيقة
٤	١٤,٨	٠	٠	٤	١٤,٨	٢:١ دقيقة
٢٧	١٠٠	٠	١٠٠	٢٧	١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن جاء زمن مقاطع الفيديو على الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية) (أكثر من دقيقتين) في الترتيب الأول بنسبة ٥٥.٦٪، وفي الترتيب الثاني (أقل من دقيقة) بنسبة ٢٩.٦٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (٢:١ دقيقة) بنسبة ١٤.٨٪، في حين لم تتوفر مقاطع الفيديو على الصفحة غير الرسمية (صحتي).

يلاحظ أن صفحة (صحتي) لم تقدم أي مقاطع فيديو مصاحبة لمنشوراتها عبر الصفحة فيما يخص فيروس كورونا المستجد (كوفيد -١٩) على الرغم مما أتاحتها من مقاطع فيديو لموضوعات مرتبطة بالصحة بشكل عام، في حين قدمت صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) مقاطع فيديو مصاحبة إما لتقارير كما هو الحال في التقرير اليومي المحدث والذي تخطت مدته (٢ دقيقة) أو مقاطع فيديو تهدف للتوعية بالإجراءات الاحترازية تراوحت مدتها بين (أقل من دقيقة) إلى (٢ دقيقة)، وهو ما يشير إلى استفادة الصفحة من مميزات الوسائط المتعددة في تقديم موضوعاتها، مع مراعاة عدم طول المدة الزمنية بما لا يمثل عبئاً على باقات الانترنت الخاصة بالمستخدمين علاوة على تحقيق الأهداف المنشودة من النشر بصورة كبيرة وتأثير أقوى.

٢ - المعينات البصرية بمقاطع الفيديو على صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (٧)

المعينات البصرية بمقاطع الفيديو على صفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة المعينات البصرية
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٧,٧	١٥	٠	٠	٥٧,٧	١٥	أرقام الخط الساخن
٢٣,١	٦	٠	٠	٢٣,١	٦	انفوجرافيك
٧,٧	٢	٠	٠	٧,٧	٢	فيديو جرافيك
٧,٧	٢	٠	٠	٧,٧	٢	أخرى
٣,٨	١	٠	٠	٣,٨	١	ترجمة للغة الإشارة
١٠٠	٢٦	١٠٠	٠	١٠٠	٢٦	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت المعينات البصرية بمقاطع الفيديو على الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية) في الترتيب الأول (أرقام الخط الساخن) بنسبة ٥٧.٧٪، وفي الترتيب الثاني (انفوجرافيك) بنسبة ٢٣.١٪، وفي الترتيب الثالث كلاً من (فيديو جرافيك) و(أخرى) بنسبة ٧.٧٪،

وفي الترتيب الرابع والأخير جاءت (ترجمة لغة الإشارة) بنسبة ٣.٨٪، في حين لم تتوفر مقاطع الفيديو على الصفحة غير الرسمية (صحتي). وهو ما يمكن إرجاعه إلى وجود إعلاميين قائلين على إنتاج تلك الوسائط، بما يتيح الاستفادة القصوى من استخدام تلك التقنيات.

٣- القوالب الفنية لمقاطع الفيديو على صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (٨)

القوالب الفنية لمقاطع الفيديو على صفحات الفيس بوك عينة التحليل

القوالب	اسم الصفحة		وزارة الصحة والسكان المصرية		صحتي		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
فيديو توضيحي	١١	٤٠,٧	٠	٠	١١	٤٠,٧	١١	٤٠,٧
تقرير	٩	٣٣,٣	٠	٠	٩	٣٣,٣	٩	٣٣,٣
حديث مباشر	٤	١٤,٨	٠	٠	٤	١٤,٨	٤	١٤,٨
حوار	٣	١١,٢	٠	٠	٣	١١,٢	٣	١١,٢
الإجمالي	٢٧	١٠٠	٠	١٠٠	٢٧	١٠٠	٢٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت القوالب الفنية لمقاطع الفيديو على الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية) في الترتيب الأول (فيديو توضيحي) بنسبة ٤٠.٧٪، وفي الترتيب الثاني (تقرير) بنسبة ٣٣.٣٪، وفي الترتيب الثالث (حديث مباشر) بنسبة ١٤.٨٪، وفي الترتيب الرابع والأخير جاء (حوار) بنسبة ١١.٢٪، في حين لم تتوفر مقاطع الفيديو على الصفحة غير الرسمية (صحتي). ويرجع اهتمام الصفحة بالفيديوهات التوضيحية للوقاية من فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) نظراً لطبيعة الموضوع، والتي تتطلب الاهتمام بنشر الوعي بالإجراءات الاحترازية، والتي تتضح كذلك من خلال قالب الحوار مع أطباء ومسؤولين في وزارة الصحة ولم تكتف الصفحة بتحقيق وظيفة التوعية فقط، وإنما امتد دورها أيضاً لتقديم وظيفة الإعلام والإخبار من خلال نشر تقرير يومي حول أعداد الإصابات والشفاء والوفيات، بما لا يدع مجالاً لنشر الشائعات، وإثارة البلبلة والقلق.

٤- تخصص ضيوف مقاطع الفيديو على صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (٩)

تخصص ضيوف مقاطع الفيديو على صفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة تخصص الضيوف
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٨,١	١٣	٠	٠	٤٨,١	١٣	مسئولين
٣٣,٣	٩	٠	٠	٣٣,٣	٩	شخصيات كارتونية
١١,٢	٣	٠	٠	١١,٢	٣	أخرى
٧,٤	٢	٠	٠	٧,٤	٢	أطباء
١٠٠	٢٧	١٠٠	٠	١٠٠	٢٧	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن جاء تخصص ضيوف مقاطع الفيديو على الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية) في الترتيب الأول (مسئولين) بنسبة ٤٨.١٪، وفي الترتيب الثاني (شخصيات كارتونية) بنسبة ٣٣.٣٪، وفي الترتيب الثالث (أخرى) بنسبة ١٤.٨٪، وفي الترتيب الرابع والأخير جاء (أطباء) بنسبة ١١.٢٪، في حين لم تتوفر مقاطع الفيديو على الصفحة غير الرسمية (صحتي). ويمكن إرجاع ذلك لطبيعة الصفحة بصفتها الرسمية فجميع ضيوف الحوار ينتمون للقطاع الطبي لوزارة الصحة، مما يؤكد على اهتمام القائمين على الصفحة بدعم المصادقية لما يتم نشره من موضوعات، واتضح ذلك أيضاً في نشر التقرير اليومي الذي تقدمه وزيرة الصحة، وعدم الاستعانة بالمتحدث الإعلامي لكي يقوم بتقديمه.

- فئات المضمون

١- نوع الموضوع المثار بصفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (١٠)

نوع الموضوع المثار بصفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة نوع الموضوع
%	ك	%	ك	%	ك	
٩٤,٧	٥٤	١٠٠	٢٨	٨٩,٧	٢٦	صحي
١,٨	١	٠	٠	٣,٤	١	علمي
١,٨	١	٠	٠	٣,٤	١	سياسي
١,٨	١	٠	٠	٣,٤	١	تعليمي
١٠٠	٥٧	١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٩	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن جاء نوع الموضوع المثار بصفحات الفيس بوك عينة التحليل في الترتيب الأول (صحي) بنسبة ٩٤.٧٪، وفي الترتيب الثاني كل من (سياسي) و(علمي) و(تعليمي) بنسبة ١.٨٪.

وتشير نتائج الجدول إلى تنوع ضعيف في نوع الموضوعات المثارة على الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية)، حيث جاء في الترتيب الأول(صحي) بنسبة ٨٩.٧٪، وفي الترتيب الثاني (وفي الترتيب الثاني كل من (سياسي) و (علمي) و(تعليمي) بنسبة ٣.٤٪. بينما اعتمدت الصفحة غير الرسمية (صحتي) على الموضوعات الصحية فقط بنسبة ١٠٠٪ من إجمالي منشوراتها.

ويمكن إرجاع ذلك إلى تركيز القائمين على الصفحة بدرجة كبيرة على نشر الموضوعات التي تتناول فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) من الجانب الصحي وبالأخص الموضوعات الطبية والعلاجية والوقائية دون محاولة لنشر موضوعات ذات صلة بالفيروس، خاصة بالنواحي التعليمية والسياسية والعلمية إلا في أضيق الحدود.

وهو ما يعد من أوجه القصور في كلا الصفحتين، فمن الضروري أن تغطي المنشورات التي تتناول فيروس كورونا كافة المضامين التي لها تأثيرات صحية على المواطنين، في ظل انتشار فيروس عالمي فتاك بهذا الشكل.

٢- الجمهور المستهدف من موضوعات صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (١١)

الجمهور المستهدف من موضوعات صفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة الجمهور المستهدف
%	ك	%	ك	%	ك	
٨٤,٢	٤٨	٧٨,٦	٢٢	٨٩,٧	٢٦	الجمهور العام
٧,٠	٤	١٤,٢	٤	٠	٠	نساء
٥,٣	٣	٠	٠	١١,٣	٣	أطفال
١,٨	١	٣,٦	١	٠	٠	كبار
١,٨	١	٣,٦	١	٠	٠	أخرى
١٠٠	٥٧	١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٩	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن جاء الجمهور المستهدف من مضامين صفحات الفيس بوك عينة التحليل في الترتيب الأول (الجمهور العام) بنسبة ٨٤.٢٪، وفي الترتيب الثاني (النساء) بنسبة ٧٪، وفي الترتيب الثالث (الأطفال) بنسبة ٥.٣٪، وفي الترتيب الرابع والآخر جاء كل من (الكبار)، و(أخرى) بنسبة ١.٨٪.

وتشير نتائج الجدول إلى تنوع في فئات الجمهور المستهدف بشكل أكبر على الصفحة غير الرسمية (صحتي)، حيث جاء في الترتيب الأول (الجمهور العام) بنسبة ٧٨.٧٪، وفي الترتيب الثاني (النساء) بنسبة ١٤.٢٪، وفي الترتيب الثالث جاء كل من (الكبار) و(أخرى) بنسبة ٣.٦٪. بينما اعتمدت الصفحة الرسمية على (الجمهور العام) في الترتيب الأول بنسبة ٨٩.٧٪، وفي الترتيب الثاني والأخير (الأطفال) بنسبة ١١.٣٪ من إجمالي منشوراتها.

وهو ما يعد ملائماً لظروف الجائحة التي تتطلب توعية جميع فئات المجتمع بالإجراءات الاحترازية، وعلى الرغم من ذلك حرصت كلتا الصفحتين على التركيز على بعض الفئات، إما نظراً لأهمية دورها في اتخاذ الإجراءات الاحترازية كالنساء، واللاتي يقع على عاتقهن عبء الالتزام بهذه الإجراءات داخل المنزل للحفاظ على سلامة أسرهم، أو نظراً لحاجاتهن لتبسيط المعلومات بما يتلاءم مع المرحلة العمرية كالأطفال، وإما نظراً لكونهن أكثر الفئات عرضة للإصابة، مع احتمالية عالية لوجود مضاعفات قد تؤدي للوفاة ومنهن كبيرات السن، ولكن ما يعد أحد أوجه القصور هو نقص كثافة النشر وليس نقص الاهتمام بالفئات المستهدفة.

٣- أساليب الإقناع والبرهنة بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (١٢)

أساليب الإقناع والبرهنة بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة	
%	ك	%	ك	%	ك	أساليب الإقناع والبرهنة	
٢٥,٧	٢٦	٥٨,٥	١٧	١٢,٥	٩	مبررات عقلية	
١٣,٩	١٤	٠	٠	١٩,٤	١٤	احصائيات وأرقام	
٨,٩	٩	٠	٠	١٢,٥	٩	بيانات وتقارير رسمية	
٢,٠	٢	٠	٠	٢,٨	٢	مبررات سياسية	
١,٠	١	٠	٠	١,٤	١	أخرى	
١١,٩	١٢	١٠,٣	٣	١٢,٥	٩	ترغيب	
٩,٩	١٠	٢٠,٧	٦	٥,٦	٤	ترهيب	
١٠,٩	١١	٦,٩	٢	١٢,٥	٩	إثارة المشاعر الإنسانية	
١٥,٨	١٦	٣,٤	١	٢٠,٨	١٥	الاثنان معا	
١٠٠	١٠١	١٠٠	٢٩	١٠٠	٧٢	الإجمالي	

وأشارت نتائج الجدول السابق إلى تقدم الاستمالات المنطقية على الاستمالات العاطفية؛ حيث جاءت (مبررات عقلية) في مقدمة الاستمالات بنسبة ٢٥.٧٪ من إجمالي الاستمالات المستخدمة كأساليب للإقناع والبرهنة، يليها (احصائيات وأرقام) بنسبة ١٣.٩٪، وجاء في المرتبة الثالثة (بيانات وتقارير رسمية) بنسبة ٨.٩٪، وفي المرتبة الرابعة جاءت (مبررات سياسية بنسبة ٢٪، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة على مستوى الاستمالات المنطقية جاءت (أخرى) بنسبة ١٪.

في حين جاء على مستوى الاستمالات العاطفية (الترغيب) في المرتبة الأولى بنسبة ١١.٩٪، وجاءت في المرتبة الثانية (إثارة المشاعر الإنسانية) بنسبة ١٠.٩٪ وفي المرتبة الثالثة والأخيرة (الترهيب) بنسبة ٩.٩٪، كما تشير نتائج الجدول إلى استخدام الاستمالات (المنطقية والعاطفية معا) بنسبة ١٥.٨٪ من إجمالي الاستمالات المستخدمة.

ويشير تقدم أساليب الإقناع المنطقية والقائمة على استخدام البيانات والإحصائيات والأرقام في صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) إلى امتلاك البيانات والاحصائيات الرسمية من جانب، والتركيز على تأدية وظيفة الاعلام والايخبار كمنصة إعلامية لمؤسسة رسمية من جانب آخر، بالإضافة إلى

الاهتمام كذلك بالاستمالات العاطفية للتأثير على سلوكيات المستخدمين للالتزام بالإجراءات الاحترازية، من خلال توعية المستخدمين بالسلوكيات السليمة، حيث اعتمدت على تكرار شعار (احمي نفسك ومن حولك).

وتتفق النتائج مع دراسة (عجوة، ٢٠٢٠م، ص٢٤٥٨)، والتي توصلت إلى أن الصفحة عملت على تقليل الغموض بعرض التقارير الرسمية، وكذلك الترويج للسلوكيات الفعالة. في حين لم تعتمد صفحة (صحتي) على تقديم المبررات العقلية التي تقدم حقائق علمية وطبية، وهو ما جاء متوافقاً مع الاهتمامات الطبية للصفحة.

٤ - الشخصيات الفاعلة بمضامين منشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (١٣)

الشخصيات الفاعلة بمضامين منشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة الشخصيات الفاعلة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٦,٧	٣٢	١٠٠	٢٨	٢٠	٤	لا يوجد
٣٣,٤	١٦	٠	٠	٨٠	١٦	مسؤولون
٠	٠	٠	٠	٠	٠	إعلاميون
١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن جاء (لا يوجد) في مقدمة الشخصيات الفاعلة بمضامين صفحات الفيس بوك عينة التحليل في الترتيب الأول بنسبة ٦٦.٧٪، وفي الترتيب الثاني (المسؤولين) بنسبة ٣٣.٤٪.

وتشير نتائج الجدول إلى تنوع في الشخصيات الفاعلة بشكل أكبر على الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية) نوعاً ما، حيث جاء في الترتيب الأول (مسؤولون) بنسبة ٨٠٪، وفي الترتيب الثاني (لا يوجد) بنسبة ٢٠٪، بينما اعتمدت الصفحة غير الرسمية (صحتي) على (لا يوجد) فقط بنسبة ١٠٠٪.

وهو ما يمكن إرجاعه إلى عدم وجود نص مصاحب للمنشورات، والاقتصار على مشاركتها في صورة روابط تشعبية لما يهتم نشره على موقعها الإلكتروني فقط، دون نشر مقدمة أو ملخص لما يحتويه الرابط، في حين اعتمدت صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) على وجود النص كاملاً حتى إذا كان مصاحباً لفديو.

٥- المصادر بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (١٤)

المصادر بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل

المصدر	اسم الصفحة	وزارة الصحة والسكان المصرية		صحتي		الاجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
جهات رسمية		٢٩	١٠٠	٠	٠	٢٩	٥٠,٩
غير معلوم		٠	٠	٢٨	١٠٠	٢٨	٤٩,١
الإجمالي		٢٩	١٠٠	٢٨	١٠٠	٥٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت مصادر مضامين منشورات الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية) بنسبة ١٠٠٪ (جهات رسمية).
بينما جاءت مصادر الصفحة غير الرسمية (صحتي) (غير معلومة) بنسبة ١٠٠٪ من إجمالي مضامين منشوراتها.

ركزت صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) على الالتزام بالمعايير الإعلامية الواجب اتباعها في النشر الإعلامي وهو ما يمكن إرجاعه لوجود إدارة إعلامية بالمؤسسة تهتم بدعم مصداقية المنشورات وعرض مصادر موضوعاتها، بينما يعد القائمون على صفحة (صحتي) وهم أطباء من غير المتخصصين في المجال الإعلامي؛ لذلك لم يهتموا بذكر المصدر على اعتبار أنهم يشاركون موضوعات طبية.

٦- طبيعة الموضوع بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (١٥)

طبيعة الموضوع بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل

طبيعة الموضوع	اسم الصفحة	وزارة الصحة والسكان المصرية		صحتي		الاجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
نصائح وإرشادات		١٤	٤٨,٣	٢٧	٩٦,٤	٤١	٧١,٩
احصائيات وأرقام		١٤	٤٨,٣	٠	٠	١٤	٢٤,٦
حقائق علمية		١	٣,٤	١	٣,٦	٢	٣,٥
الإجمالي		٢٩	١٠٠	٢٨	١٠٠	٥٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت طبيعة الموضوع بصفحات الفيس بوك عينة التحليل (نصائح وارشادات) في الترتيب الأول بنسبة ٧١.٩٪، ثم (احصائيات وأرقام) بنسبة ٢٤.٦٪، وفي الترتيب الثالث والأخير جاءت (حقائق علمية) بنسبة ٣.٥٪.

استطاعت (وزارة الصحة والسكان المصرية) المواءمة بين وظيفتي الإعلام والتوعية؛ حيث قدمت البيان المحدث اليومي، والذي يستعرض التطورات اليومية لأعداد الإصابات الجديدة، وحالات الشفاء وأعداد الاحالات التي خرجت فعلياً بعد شفائها، وحالات الوفيات وآخر الاستعدادات التي تقوم بها الوزارة لمواجهة انتشار الجائحة، كما قدمت منشورات تعرض ارشادات للتغلب على الشعور بالقلق، وكيفية الحفاظ على صحة الأطفال وكبار السن، في حين اقتصرت صفحة (صحتي) غير الرسمية على القيام بوظيفة التوعية من خلال ما تقدمه من مضامين قائمة على النصح والإرشاد فقط، وهو ما يشير إلى تقدم صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) من حيث المهنية في تنوع ما تقوم به من وظائف للمستخدمين. وقد اتفقت النتائج مع دراسة كل من (أحمد، ٢٠٢٠م، ص ٤٢١) حيث وجدت أن المواقع الإخبارية توسعت في نشر الموضوعات التي تقدم التقارير اليومية، إلى جانب النصائح الصحية، والتي تزيد من مناعة الفرد، ودراسة (عجوة، ٢٠٢٠م، ص ٢٤٧١) والتي توصلت لتقديم استخدام استراتيجية النصائح والتوصيات في مرحلة الأزمة.

٧- اتجاه المضمون بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (١٦)

اتجاه المضمون بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة والسكان المصرية		اسم الصفحة اتجاه المضمون
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٣,٩	٢٥	٢٥,٠	٧	٦٢,١	١٨	ايجابي
٣٣,٣	١٩	٣٢,١	٩	٣٤,٥	١٠	محايد
٢٢,٨	١٣	٤٢,٩	١٢	٣,٤	١	سلبي
١٠٠	٥٧	١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٩	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت طبيعة الموضوع بصفحات الفيس بوك عينة التحليل (ايجابي) في الترتيب الأول بنسبة ٤٣.٩٪، ثم (محايد) بنسبة ٣٣.٣٪، وفي الترتيب الثالث والأخير جاءت (سلبي) بنسبة ٢٢.٨٪.

كما تشير نتائج الجدول إلى اتجاه المضمون بمنشورات الصفحة الرسمية (وزارة الصحة والسكان المصرية) إلى المضمون الإيجابي، حيث جاء في الترتيب الأول اتجاه ايجابي نسبة ٦٢.١% من إجمالي منشوراتها، في حين اتجه مضمون الصفحة غير الرسمية نحو المضمون السلبي في الترتيب الأول بنسبة ٤٢.٩% من إجمالي منشوراتها.

ويرجع ذلك إلى تركيز صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) على دعم الصحة النفسية للمستخدمين والبعد عن إثارة الذعر والقلق، الذي يمكن أن يؤدي إلى ضعف المناعة الطبيعية، وبالتالي زيادة احتمالية الإصابة بفيروس كورونا، وهو ما حرصت الصفحة ليس فقط على استخدامه، كاتجاه في مضامينها، ولكنها قدمت أيضاً أرقام الخط الساخن المخصص للدعم النفسي للمستخدمين، للتقليل من الأضرار النفسية المترتبة على الحظر المنزلي، واتباع اجراءات التباعد الاجتماعي.

٨- طريقة تناول الموضوع بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل:

جدول (١٧)

طريقة تناول الموضوع بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل

الاجمالي		صحتي		وزارة الصحة		اسم الصفحة
				والسكان المصرية		
%	ك	%	ك	%	ك	تناول الموضوع
١٠٠	٥٧	١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٩	مباشر
١٠٠	٥٧	١٠٠	٢٨	١٠٠	٢٩	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت طريقة تناول الموضوعات بمنشورات صفحات الفيس بوك عينة التحليل (مباشرة) بنسبة ١٠٠%.

اهتمت كلتا الصفحتين بالإشارة في عناوين المنشورات إلى ارتباطها بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) بطريقة مباشرة، حتى وإن كانت المنشورات نفسها تحمل مضموناً توعوياً للاهتمام بالصحة العامة في العموم، فقد وظفته كلتا الصفحتين ضمن الإجراءات الاحترازية للحفاظ على السلامة الصحية، وهو ما يعد إجراءً محموداً من حيث توظيف مقاطع الفيديو السابق إنتاجها في ظل حداثة المرض وسرعة انتشاره والذي أربك المؤسسات والهيئات الطبية والصحية على مستوى العالم أجمع.

- فروض الدراسة التحليلية:

الفرض الأول: " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات الرسمية والصفحات غير الرسمية في ترتيب معايير الثراء الاعلامي ".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار "مان ويتني" لقياس الفروق بين الصفحات الرسمية والصفحات غير الرسمية في ترتيب معايير الثراء الاعلامي، وذلك كما يلي:

جدول (١٨)

نتائج اختبار (مان ويتني) لدلالة الفروق بين الصفحات الرسمية والصفحات غير الرسمية في ترتيب معايير الثراء الاعلامي

المتغير	صفحات رسمية			صفحات غير رسمية			U	W	Z	مستوى الدلالة
	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب				
معايير الثراء	٩	١٠,٦٧	٩٦,٠٠	٩	٨,٣٣	٧٥,٠٠	٣٠,٠٠	٧٥,٠٠	-٠,٩٥٩	غير دالة

تشير نتائج تطبيق اختبار "مان ويتني": إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحات الرسمية والصفحات غير الرسمية في ترتيب معايير الثراء الاعلامي، حيث بلغت قيمة "Z" (-٠.٩٥٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

وبذلك فإننا نرفض صحة الفرض الأول حيث ثبت عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الصفحات الرسمية، والصفحات غير الرسمية في ترتيب معايير الثراء الاعلامي.

ويمكن إرجاع ذلك إلى ما فرضته ظروف الحظر والإجراءات الاحترازية على الجميع، على اعتبار أن مواقع التواصل هي الوسيلة المثلى للوصول للجمهور والتأثير عليه، فاستطاعت كلتا الصفحتين تحقيق معايير الثراء الإعلامي الأربعة.

الفرض الثاني: " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصفحات الرسمية والصفحات غير الرسمية في ترتيب الأساليب الاقناعية ".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار "مان ويتني" لقياس الفروق بين الصفحات الرسمية والصفحات غير الرسمية في ترتيب الأساليب الاقناعية، وذلك كما يلي:

جدول (١٩)

نتائج اختبار (مان ويتني) لدلالة الفروق بين الصفحات الرسمية والصفحات غير الرسمية في ترتيب الأساليب الاقناعية

المتغير	صفحات رسمية			صفحات غير رسمية			U	W	Z	مستوى الدلالة
	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب				
الأساليب الاقناعية	٩	١٢,٢٢	١١٠,٠٠	٩	٦,٧٨	٦١,٠٠	١٦,٠٠	٦١,٠٠	-٢,١٨٨	٠,٠٥

تشير نتائج تطبيق اختبار "مان ويتني": إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الصفحات الرسمية والصفحات غير الرسمية في ترتيب الأساليب الإقناعية، حيث بلغت قيمة "Z" (-٢.١٨٨)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

وبذلك فإننا نقبل صحة الفرض الثاني حيث وجود فروق دالة إحصائياً بين الصفحات الرسمية والصفحات غير الرسمية في ترتيب الأساليب الإقناعية.

ويرجع ذلك إلى اعتماد صفحة (وزارة الصحة والسكان المصرية) على أساليب إقناعية متعددة في عرض منشوراتها، والمزج بين أكثر من أسلوب في المنشور الواحد، في حين اهتمت صفحة (صحتي) بالأساليب العقلية بصورة أكبر.

نتائج الدراسة الميدانية:

النتائج الخاصة بالدراسة الميدانية:

١- مدى استخدام المراهقين مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٢٠)

مدى استخدام المراهقين مواقع التواصل الاجتماعي

مدى الاستخدام	ك	%
دائماً	١٥٦	٤٠,٣
أحياناً	٩٤	٢٤,٣
غالباً	٦٣	١٦,٣
نادراً	٦٢	١٦,٠
لا استخدمه مطلقاً	١٢	٣,١
الإجمالي	٣٨٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاء مستوى استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي (دائماً) في الترتيب الأول بنسبة ٤٠.٣٪، يليها في الترتيب الثاني (أحياناً) بنسبة ٢٤.٣٪، وفي الترتيب الثالث (غالباً) بنسبة ١٦.٣٪، وفي الترتيب الرابع (نادراً) بنسبة ١٦٪، وجاء في الترتيب الخامس والأخير (لا استخدمه مطلقاً) بنسبة ٣.١٪.

ويشير ارتفاع معدلات استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم إلى ما تتيحه هذه الوسائل من أنماط الاتصال التفاعلي، والحرية الافتراضية التي تمكنهم من تحقيق العديد من الإشباعات، كالتعبير عن الذات والحصول على المعلومات المنشودة بسرعة ودقة، والاتصال بالأقران والترفيه، وغيرها من المزايا التي تتيحها تلك المواقع. وهو ما جاء متفقاً مع ما توصلت إليه دراسة (عبد الحليم، ٢٠٢٠م، ص ٦١٦)، حيث جاءت استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة ٦٤,٦٪.

وهو ما جاء متفقاً مع ما توصلت إليه دراسة (عبد الحليم، ٢٠٢٠م، ص ٦١٦) حيث جاءت استخدامات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة ٦٤,٦%.

٢- تفضيلات المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٢١)

استجابات المراهقين عينة الدراسة على مواقع التواصل الأكثر تفضيلاً

مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
فيس بوك	٣١٤	٢٧,٣
انستجرام	٢٠٧	١٨,٠
تيك توك	١٨٥	١٦,١
تويتر	١٧١	١٤,٩
واتس اب	١٥٩	١٣,٨
تليجرام	٩٦	٨,٤
ماي سبيس	١٧	١,٥
الإجمالي	١١٤٩	١٠٠
اجمالي من سئولا	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت استجابات المراهقين عينة الدراسة على مواقع التواصل الأكثر تفضيلاً من وجهة نظرهم (فيس بوك) في الترتيب الأول بنسبة ٢٧.٣%، يليها في الترتيب الثاني (انستجرام) بنسبة ١٨%، وفي الترتيب الثالث (تيك توك) بنسبة ١٦.١%، وفي الترتيب الرابع (تويتر) بنسبة ١٤.٩%، وجاء في الترتيب الخامس (واتس اب) بنسبة ١٣.٨%، وفي الترتيب السادس (تليجرام) بنسبة ٨.٤%، وجاء في الترتيب السابع والأخير موقع (ماي سبيس) بنسبة ١.٥%.

ويمكن إرجاع صدارة الفيس بوك لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي نظراً للأدوات التفاعلية التي يوفرها دون قيود، مثلما يحدث في الوسائل الأخرى التي تحد من حرية المستخدم، فيشترط نشر نوع واحد فقط من الوسائط، أو عدد كلمات محدد، في حين يتيح الفيس بوك إمكانيات التواصل الصوتي واستخدام النصوص والصور ومقاطع الفيديو والاتصال المباشر، وغيرها من المميزات التي تشعره بالخصوصية والمسئولية.

وانتقلت النتائج مع دراسة (سلام، ٢٠١٧م، ص ٢٢٧) والتي جاء فيها الفيس بوك في مقدمة وسائل التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام.

٣- معدل استخدام المراهقين مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٢٢)

معدل استخدام المراهقين مواقع التواصل الاجتماعي

معدل الاستخدام	ك	%
طوال أيام الاسبوع (يوميًا)	١١٨	٣١,٥
من ٢-٣ مرات أسبوعياً	٨٥	٢٢,٧
من ٤-٥ مرات أسبوعياً	٧٨	٢٠,٨
مرة واحدة أسبوعياً	٦٤	١٧,١
على فترات متباعدة	٣٠	٨,٠
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاء معدل استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي (طوال أيام الاسبوع (يوميًا)) في الترتيب الأول بنسبة ٣١.٥٪، يليها في الترتيب الثاني (من ٢-٣ مرات اسبوعياً) بنسبة ٢٢.٧٪، وفي الترتيب الثالث (من ٤-٥ مرات اسبوعياً) بنسبة ٢٠.٨٪، وفي الترتيب الرابع (نادراً) بنسبة ١٧.١٪، وجاء في الترتيب الخامس والأخير (على فترات متباعدة) بنسبة ٨٪.

وتعد النتيجة مقبولة نظراً لزيادة معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا، واضطرار المراهقين للالتزام بالحظر المنزلي، فيجدون في هذا الاستخدام ما يساعدهم على شغل وقت الفراغ والبعد عن التوتر والقلق.

وتتفق مع ما توصلت إليه دراسة (جبريل، ٢٠٢٠م، ص ٢٢٥١)، والتي وجدت أن مشاهدة مقاطع الفيديو التشاركية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتم بشكل يومي بنسبة (٤٣,٥٪) وخاصة في أوقات الحظر المنزلي.

٤- متوسط عدد ساعات استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي يومياً:

جدول (٢٣)

متوسط عدد ساعات استخدام المراهقين مواقع التواصل الاجتماعي يومياً

عدد الساعات	ك	%
أكثر من ٨ ساعات	١٢٠	٣٢,٠
من ٣-٦ ساعات	٨٦	٢٢,٩
من ١-٣ ساعات	٧٠	١٨,٧
من ٦-٨ ساعات	٦٨	١٨,١
أقل من ساعة يومياً	٣١	٨,٣
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاء متوسط عدد ساعات استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي يومياً (أكثر من ٨ ساعات) في الترتيب الأول بنسبة ٣٢٪، يليها في الترتيب الثاني (من ٦-٣ ساعات) بنسبة ٢٢.٩٪، وفي الترتيب الثالث (من ٣-١ ساعات) بنسبة ١٨.٧٪، وفي الترتيب الرابع (من ٨-٦ ساعات) بنسبة ١٨.١٪، وجاء في الترتيب الخامس والأخير (أقل من ساعة يومياً) بنسبة ٨.٣٪.

وتشير النتائج السابقة إلى وصول المراهقين لمستوى مرتفع من الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي الذي يصل إلى حد الإدمان، وخاصة أن أجهزة الهواتف المحمولة أصبحت تتيح لهم سرعة الاستخدام في أي وقت وأي مكان لكافة التقنيات.

وتتفق الدراسة مع دراسة (العمرى، ٢٠١٨، ص ١٥٢)، والتي توصلت إلى أن غالبية المراهقين يقضون أكثر من (٧ ساعات) مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٥- أسباب استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا:

جدول (٢٤)

استجابات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أسباب استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا

الاتجاه العام	الإحراف المعياري	المتوسط المرجح	معارض بشده		معارض		محايد		موافق		موافق بشده		الاتجاه العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	١,٢٢١	٣,٨٤	٤,٣	١٦	١٤,١	٥٣	١٥,٥	٥	٢٥,٣	٩٥	٤٠,٨	١٥	للاضمام لمجموعات صحية ترتبط بفيروس كورونا
موافق	١,٢٧٦	٣,٧٩	٦,٩	٢٦	١٢,٨	٤٨	١٤,١	٥	٢٦,٩	١٠	٣٩,٢	١٤	للهرب من ضغوط الحظر المنزلي
موافق	١,٣١١	٣,٦٦	٨,٠	٣٠	١٤,٧	٥٥	١٦,٨	٦	٢٤,٨	٩٣	٣٥,٧	١٣	للتزود بمعلومات عن فيروس كورونا
موافق	١,٣٤٤	٣,٥٣	٨,٠	٣٠	١٨,٧	٧٠	٢٠,٨	٧	١٧,٦	٦٦	٣٤,٩	١٣	لمتابعة ما يدور حولي من تطورات فيروس كورونا
محايد	١,٤٥٢	٣,٧٩	١٥,٥	٥٨	١٨,٩	٧١	١٦,٨	٦	١٩,٢	٧٢	٢٩,٦	١١	للتواصل مع الاصدقاء
محايد	١,٤٣٤	٣,٢٥	١٤,٩	٥٦	١٩,٧	٧٤	٢٠,٠	٧	١٦,٥	٦٢	٢٨,٨	١٠	لأنها تتيح تغطية متواصلة لكل ما يخص فيروس كورونا

١٨,١	٧	١٨,٧	٢٣,٢	٧٣	١٩,٥	٢,٩٧	١٣٤,١	١٨,١	٧	١٨,٧	٢٣,٢	٧٣	١٩,٥	٢,٩٧	١٣٤,١	لأنها تتفق مع ميولي
١٢,٨	٧	١٩,٥	٢٢,١	٨١	٢١,٦	٢,٩٥	٥٨٤,١	١٢,٨	٧	١٩,٥	٢٢,١	٨١	٢١,٦	٢,٩٥	٥٨٤,١	للتسلية والترفيه في وقت الحظر
٣٧٥			المتوسط المرجح للمقياس			٣,٤١			موافق			جملة من سنلوا				

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة (للانضمام لمجموعات صحية ترتبط بفيروس كورونا) جاءت في مقدمة استجابات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أسباب استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا بمتوسط مرجح ٣.٨٤، ثم (للهرب من ضغوط الحظر المنزلي) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٣.٧٩، ثم (للترود بمعلومات عن فيروس كورونا) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٣.٦٦، ثم في المرتبة الرابعة (لمتابعة ما يدور حولي من تطورات فيروس كورونا) بمتوسط مرجح ٣.٥٣، ثم في المرتبة الخامسة (للتواصل مع الأصدقاء) بمتوسط مرجح ٣.٢٩، وفي المرتبة السادسة جاءت عبارة (لأنها تتيح تغطية متواصلة لكل ما يخص فيروس كورونا) بمتوسط مرجح ٣.٢٥، وفي المرتبة السابعة (لأنها تتفق مع ميولي) بمتوسط مرجح ٢.٩٧، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة جاءت عبارة (للتسلية والترفيه في وقت الحظر) بمتوسط مرجح ٢.٩٥.

وجاء المتوسط المرجح لمقياس (أسباب استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي) ٣.٤١ وهو ما يعادل اتجاه موافق على مقياس ليكرت الخماسي.

ويشير ذلك إلى ارتفاع دوافع استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا، وتقدم الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية في استخدامات المراهقين لتلك المواقع أثناء جائحة كورونا. وجاء ذلك متفقاً مع ما توصلت إليه دراسة (عبد الحليم، ٢٠٢٠م، ص ٦١٩)، والتي وجدت ارتفاع في نسبة الدوافع النفعية عن الدوافع الطقوسية، واستخدام وسائل الاعلام من أجل الفهم أكثر من التسلية دراسة (شاهين، ٢٠٢٠م، ص ٥٤٠) والتي توصلت لتنوع السلوك الاتصالي ليتصدر البحث عن المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا في مقدمة الأسباب.

٦- تصنيف دور المراهقين الاتصالي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا:

جدول (٢٥)

الدور الاتصالي	ك	%
المستخدم المتلقي	١٧٧	٤٧,٢
المستخدم المنتج	١٢٩	٣٤,٤
المستخدم المتواصل	٦٩	١٨,٤
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاء دور (المستخدم المتلقي) في مقدمة الأدوار الاتصالية للمراهقين أثناء جائحة كورونا في الترتيب الأول بنسبة ٤٧.٢٪، يليه في الترتيب الثاني دور (المستخدم المنتج) بنسبة ٣٤.٤٪، وفي الترتيب الثالث دور (المستخدم المتواصل) بنسبة ١٨.٤٪.

ويمكن إرجاع ذلك نظراً لحالة الارتباك التي عانى منها المراهقين أثناء فترة الحظر، وهو ما جعل ٤٧.٢٪ يفضلون القيام بدور المستخدم المتلقي لاستكشاف تطورات انتشار فيروس كورونا، وما سيقترتب عليه من نتائج تؤثر على كافة جوانب الحياة في حين أن ٥٢,٨٪ استطاعوا القيام بدور المستخدم المتواصل والمستخدم المنتج أثناء استخدامهم لتلك المواقع، حيث يجد المراهقون أنفسهم في إنتاج العديد من المنشورات التي يحصلون من خلالها على الدعم النفسي من الأقران، وذلك في ظل المنافسة بينهم للوصول إلى عدد أكبر من التعليقات والإعجاب التي يجد فيها المراهق وسيلة قوية للتعبير عن نفسه والشعور بإرضاء الذات، وهو ما يرتبط بخصائص هذه المرحلة العمرية التي يتمتع فيها المراهق بالجرأة والإقدام على تجربة كل ما هو جديد، والتعبير عن ذاته بحرية دون الخضوع لقيود المجتمع، مما جعل الأدوار الاتصالية للمراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا :

جدول (٢٦)

استجابات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أدوارهم الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (المحور الأول المستخدم المتواصل)

الاتجاه العام	الإحراف المعياري	المتوسط المرجح	لا استخدمه		نادراً		أحياناً		غالباً		دائماً		الاتجاه العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
أحياناً	١,٣٨٨	٢,٦٩	٢٣,٧	٨٩	٢٨,٠	١٠٥	٢١,٩	٨٢	٨,٨	٣٣	١٧,٦	٦٦	الإشارة إلى الأصدقاء
أحياناً	١,٤٢٢	٢,٦٧	٢٦,٧	١٠٠	٢٥,٩	٩٧	٢٠,٣	٧٦	٩,٣	٣٥	١٧,٣	٦٧	إضافة أو الغاء الصداقة
أحياناً	١,٤٣٤	٢,٦٦	٢٧,٧	١٠٤	٢٤,٨	٩٣	١٩,٢	٧٢	١٠,٧	٤٠	١٧,٦	٦٦	التعليق على صور الأخرين
أحياناً	١,٣٩٩	٢,٦٢	٢٧,٢	١٠٢	٢٦,١	٩٨	٢٠,٥	٧٧	٩,٩	٣٧	١٦,٣	٦١	إرسال واستقبال رسائل مع الأصدقاء
نادراً	١,٣٩٢	٢,٥٩	٢٨,٣	١٠٦	٢٥,٣	٩٥	21.1	٧٩	٩,٩	٣٧	١٥,٥	٥٨	التفاعل مع المجموعات
أحياناً			٢,٦٤		المتوسط المرجح للمحور الأول				٣٧٥				جملة من سنلوا

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة (الإشارة إلى الأصدقاء) جاءت في مقدمة استجابات المراهقين عينة الدراسة على المحور الأول من مقياس الأدوار الاتصالية للمراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا بمتوسط مرجح ٢.٦٩، ثم (إضافة أو الغاء الصداقة) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٢.٦٧، ثم (التعليق على صور الآخرين) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٢.٦٦، ثم في المرتبة الرابعة (إرسال واستقبال رسائل مع الأصدقاء) بمتوسط مرجح ٢.٦٢، ثم في المرتبة الخامسة والأخيرة (التفاعل مع المجموعات) بمتوسط مرجح ٢.٥٩.

وجاء المتوسط المرجح للمحور الأول (دور المستخدم المتواصل) 2.64 وهو ما يعادل اتجاه احيانا على مقياس ليكرت الخماسي، وذلك يشير إلى أن ممارسة المراهقين لدور المستخدم المتواصل بمواقع التواصل الاجتماعي جاءت متوسطة.

جدول (٢٧)

استجابات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أدوارهم الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (المحور الثاني المستخدم المتلقي)

الاتجاه العام	الإحراف المعياري	المتوسط المرجح	لا استخدمه		نادرًا		أحيانًا		غالبًا		دائمًا		الاتجاه العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
غالبًا	١,٢٩٦	٣,٥٨	٥,٦	٢١	١٩,٥	٧٣	٢٢,٧	٨٥	١٧,١	٦٤	٣٥,٢	١٣٢	الإطلاع على ما يحدث في المجموعات المشترك بها
غالبًا	١,٣٣٠	٣,٥٧	٨,٠	٣٠	١٦,٠	٦٠	٢٢,٩	٨٦	١٧,١	٦٤	٣٦,٠	١٣٥	قراءة ما يظهر عندي من منشورات
غالبًا	١,٣١٦	٣,٥١	٧,٢	٢٧	١٨,٩	٧١	٢٢,٧	٨٥	١٧,٩	٦٧	٣٣,٣	١٢٥	قراءة الأحداث التي تتعلق بالأصدقاء
غالبًا	١,٣٣٠	٣,٤٩	٧,٧	٢٩	١٩,٢	٧٢	٢٢,٤	٨٤	١٧,٣	٦٥	٣٣,٣	١٢٥	قراءة تعليقات الآخرين على صوري
أحيانًا	١,٣٤٧	٣,١٩	١٢,٣	٤٦	٢٢,٤	٨٤	٢٣,٥	٨٨	١٨,١	٦٨	٢٣,٧	٨٩	الإطلاع على آخر الأحداث
غالبًا			٣,٤٧		المتوسط المرجح للمحور الثاني				٣٧٥		جملة من سئلوا		

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة (الاطلاع على ما يحدث في المجموعات المشترك بها) جاءت في مقدمة استجابات المراهقين عينة الدراسة على المحور الثاني من مقياس الأدوار الاتصالية للمراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي اثناء جائحة كورونا بمتوسط مرجح ٣.٥٨ ، ثم (قراءة ما يظهر عندي من منشورات) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٣.٥٧ ، ثم (قراءة الأحداث التي تتعلق بالأصدقاء) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٣.٥١ ، ثم في المرتبة الرابعة (قراءة تعليقات الآخرين على صوري) بمتوسط مرجح ٣.٤٩ ، ثم في المرتبة الخامسة والأخيرة (الاطلاع على آخر الأحداث) بمتوسط مرجح ٣.١٩ .

وجاء المتوسط المرجح للمحور الثاني (دور المستخدم المتلقي) ٣.٤٧ وهو ما يعادل اتجاه غالباً على مقياس ليكرت الخماسي، وذلك يشير إلى أن ممارسة المراهقين لدور المستخدم المتلقي بمواقع التواصل الاجتماعي جاءت مرتفعة.

ويمكن إرجاع ذلك إلى أن بعض المراهقين يتصورون أنهم مختلفون عن الآخرين، ومن المحتمل أن يحصلوا على استجابات سلبية إذا ما قاموا بمشاركة منشورات أو تعليقات وغيرها من أساليب التفاعل، فيفضلون القيام بدور المستخدم المتلقي لحماية صورتهم الذاتية وخوفاً من تقليل احترام الذات.

وتتفق النتيجة مع دراسة (Jiang ; Ngien,2020,p7) والتي وجد أن استخدام الانستجرام له تأثيرات على المقارنة الاجتماعية واحترام الذات، وأن استخدام الشبكات الاجتماعية له تأثيرات على الحالة النفسية ومشاعر المستخدمين، وكذلك دراسة (جبريل، ٢٠٢٠، ص ٢٢٥٦) والتي توصلت أن نسبة (٥٧,٥%) تفضل الاكتفاء بمشاهدة مقاطع الفيديو التشاركية وعدم التفاعل وإبداء الرأي فيها.

استجابات المراهقين عينة الدراسة على مقياس أدوارهم الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (المحور الثالث المستخدم المنتج)

الاتجاه العام	الاحتراف المعياري	المتوسط المرجح	لا استخدمه		نادرا		أحيانا		غالباً		دائماً		الاتجاه العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
أحيانا	١,٣١٤	٣,٨٣	٨,٥	٣٢	٢٠,٥	٧٧	٢٤,٠	٩٠	١٨,٧	٧٠	٢٨,٣	١٠٦	وضع ملفات فيديو خاصة بي
أحيانا	١,٣٩١	٣,٢١	١٢,٨	٤٨	٢٢,٤	٨٤	٢٣,٧	٨٩	١٣,٦	٥١	٢٧,٥	١٠٣	كتابة المنشورات
أحيانا	١,٤١٠	٣,١٩	١٤,١	٥٣	٢١,١	٧٩	٢٤,٥	٩٢	١٢,٣	٤٦	٢٨,٠	١٠٥	انشاء مجموعات
أحيانا	١,٣٦٦	٣,٠٠	١٦,٥	٦٢	٢٣,٧	٨٩	٢٢,٧	٨٥	١٧,٣	٦٥	١٩,٧	٧٤	التعبير عن رأيي في الموضوعات التي تهمني
أحيانا	١,٣٦١	٢,٩٢	١٨,٤	٦٩	٢٣,٧	٨٩	٢٣,٥	٨٨	١٦,٥	٦٢	١٧,٩	٦٧	نشر الصور
أحيانا			٣,١٣		المتوسط المرجح للمحور الثالث				٣٧٥		جملة من سئلا		

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة (وضع ملفات فيديو خاصة بي) جاءت في مقدمة استجابات المراهقين عينة الدراسة على المحور الثالث من مقياس الأدوار الاتصالية للمراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا بمتوسط مرجح ٣.٣٨، ثم (كتابة المنشورات) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٣.٢١، ثم (انشاء مجموعات) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٣.١٩، ثم (التعبير عن رأيي في الموضوعات التي تهمني) في المرتبة الرابعة بمتوسط مرجح ٣.٠٠، ثم في المرتبة الخامسة والأخيرة (نشر الصور) بمتوسط مرجح ٢.٩٢.

وجاء المتوسط المرجح للمحور الثالث (دور المستخدم المنتج) ٣.١٣، وهو ما يعادل اتجاه أحيانا على مقياس ليكرت الخماسي، وذلك يشير إلى أن ممارسة المراهقين لدور المستخدم المنتج بمواقع التواصل الاجتماعي جاءت متوسطة.

ويرجع ذلك إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنشر المحتوى الخاص بالمستخدمين يساهم بشكل كبير في زيادة مستوى اتقانهم ويسر استخدامهم لتلك المواقع، مما ينعكس على أدائهم لدورهم كمستخدمين منتجين، علاوة على أن الاتصال عبر تلك المواقع أصبح قائماً على المقارنة الاجتماعية، حيث يقارن المستخدمون أنفسهم بغيرهم وشعبيتهم بمواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يرتبط لدى المراهقين بالرغبة في إثبات الذات والحصول على احترام الآخرين، مما يترتب عليه التنافس في الحصول

على الصدارة في عدد التفاعلات على منشوراتهم، بل إن طبيعة الإعجاب تختلف في تقييمها لديهم، لذلك يفضل المراهقون بدرجة كبيرة مشاركة مقاطع فيديو خاصة بهم، والتي تشبع الحاجة لديهم لإثبات الذات.

٧- توقيت تسجيل المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٢٩)

توقيت تسجيل المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي

توقيت التسجيل	ك	%
منذ أكثر من عام	٢١٣	٥٦,٨
منذ بداية الحظر	١٠٥	٢٨
منذ عام	٥٧	١٥,٢
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاء توقيت تسجيل المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي (منذ أكثر من عام) في الترتيب الأول بنسبة ٥٦.٨٪، وفي الترتيب الثاني (منذ بداية الحظر) بنسبة ٢٨٪، وفي الترتيب الثالث والأخير (منذ عام) بنسبة ١٥.٢٪.

وتشير النتائج إلى زيادة إقبال المراهقين على التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي مع بداية جائحة كورونا، مما يدل على محاولة المراهقين تطوير مهاراتهم الشخصية وكذلك تعويض النقص في الاتصال المواجهي بالأقران بالتواصل الاجتماعي الافتراضي للقضاء على الشعور بالوحدة والقلق الناجم عن الحظر المنزلي.

٨- مستوى ثقة المراهقين في المنشورات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٣٠)

مستوى ثقة المراهقين في المنشورات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي

مستوى الثقة	ك	%
لا أثق بدرجة كبيرة	٩٨	٢٦,١
لا أثق	٩٠	٢٤,٠
محايد	٨٣	٢٢,١
أثق بدرجة كبيرة	٥٨	١٥,٥
أثق	٤٦	١٢,٣
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت ثقة المراهقين في المنشورات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي (لا أثق بدرجة كبيرة) في الترتيب الأول بنسبة 26.1%، يليها في الترتيب الثاني (لا أثق) بنسبة ٢٤%، وفي الترتيب الثالث (محايد) بنسبة ٢٢.١%، وفي الترتيب الرابع (أثق بدرجة كبيرة) بنسبة ١٥.٥%، وجاء في الترتيب الخامس والأخير (أثق) بنسبة ١٢.٣%.

ويرجع ذلك إلى حالة الزخم الإخباري الذي اتسمت به مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى قلة معلومات المراهقين عن الجائحة، وكذلك حالة القلق والتوتر التي اجتاحت العالم جراء تضاعف حالات الإصابة والوفاة من الفيروس في إيطاليا، وما يتم تداوله من الإحصائيات الخاصة بأعداد الإصابات والوفيات، مما أحدث قدراً من عدم الثقة في بعض الأحيان فيما ينشر من معلومات.

واتفقت النتائج مع دراسة (بريك، ٢٠٢٠، ص ٣٦٣٣) والتي وجدت تأخرًا للدافع المتعلق بصدق المعلومات في استخدامات صحافة الموبايل كذلك دراسة (شاهين، ٢٠٢٠، ص ٥٣٥) والتي توصلت لتراجع ثقة المبحوثين فيما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٩- قراءة المراهقين عن فيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٣١)

قراءة المراهقين عن فيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي

هل قرأت عن فيروس كورونا؟	ك	%
نعم	٣٧٥	١٠٠
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن إجمالي عينة الدراسة من المراهقين تعرضوا لقراءة منشورات عن فيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٠٠%.

ويرجع ذلك لتصدر تطورات انتشار فيروس كورونا المستجد جميع المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف مضامينها سواء الاجتماعية أو التعليمية أو الصحية وأيضاً الترفيهية -التي تناولت السخرية من الفيروس - لما يمثله من كونه أزمة عالمية أربكت العالم أجمع وفرضت الحظر المنزلي على الجميع بما في ذلك المراهقين أنفسهم.

١٠- معدل متابعة المراهقين لفيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٣٢)

معدل متابعة المراهقين لفيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي

معدل المتابعة	ك	%
يوميًا	٢٠٢	٥٤,٩
حسب ما يظهر لي من منشورات	٥٩	١٥,٧
على فترات متباعدة	٤٠	١٠,٧
اسبوعياً	٣٩	١٠,٤
لا اهتم بالمتابعة	٣٥	٩,٣
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاء معدل متابعة المراهقين لفيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي (يوميًا) في الترتيب الأول بنسبة ٥٣.٩٪، يليها في الترتيب الثاني (حسب ما يظهر لي من منشورات) بنسبة ١٥.٧٪، وفي الترتيب الثالث (على فترات متباعدة) بنسبة ١٠.٧٪، وفي الترتيب الرابع (أسبوعياً) بنسبة ١٠.٤٪، وجاء في الترتيب الخامس والأخير (لا أهتم بالمتابعة) بنسبة ٩.٣٪. وهو ما يشير إلى زيادة اهتمام المراهقين بالتعرف على التطورات اليومية للفيروس؛ حيث أصبح لديهم الرغبة في معرفة توقيت انتهاء الحظر المنزلي، والعودة للقاء الأقران وممارسة الأنشطة الحياتية خارج المنازل.

١١- ترتيب المراهقين للمعلومات عن فيروس كورونا وفقاً للأهمية المتابعة:

جدول (٣٣)

من وجهة نظرهم ترتيب المراهقين للمعلومات عن فيروس كورونا وفقاً للأهمية المتابعة

الوزن النسبي	مجموع الأوزان	الترتيب					المعلومات الأكثر متابعة	
		الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس		
٢٢,١	١٢٤٥	٩٩	٨٦	٧٥	٦٦	٤٩	اعداد المصابين والوفيات في مصر	
٢١,٢	١١٩٢	١٠٧	٧٣	٦١	٤٨	٨٦	اعداد المصابين والوفيات في العالم	
٢٠,٣	١١٤٠	٥٨	٩٨	٧١	٩٧	٥١	اعداد المصابين والوفيات في محافظتك	
١٩,٦	١١٠٣	٦٥	٦٩	٨٤	٩٣	٦٤	اماكن سكن المصابين والوفيات في محافظتك	
١٦,٨	٩٤٥	٤٦	٤٩	٨٤	٧١	١٢٥	اعداد المصابين والوفيات من مدرستك	
٥٦٢٥	مجموع الأوزان المرجحة	٣٧٥						جملة من سنلوا

يتضح من الجدول السابق: تقدم (أعداد المصابين والوفيات في مصر) كأهم المعلومات التي يتابعها المراهقين عينة الدراسة بشأن فيروس كورونا حيث جاء في المرتبة الأولى بوزن مؤوي ٢٢.١٪، وفي المرتبة الثانية (اعداد المصابين والوفيات في العالم) بوزن مؤوي ٢١.٢٪، وفي الترتيب الثالث جاء (اعداد المصابين والوفيات في محافظتك) بوزن مؤوي ٢٠.٣٪، وفي المرتبة الرابعة جاء (أماكن سكن المصابين والوفيات في محافظتك) بوزن مؤوي ١٩.٦٪، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاء (أعداد المصابين والوفيات من مدرستك) بوزن مؤوي ١٦.٨٪.

تشير النتائج إلى حرص المراهقين على متابعة أعداد المصابين والوفيات في مصر، ويدل ذلك على حالة القلق التي سببها انتشار فيروس كورونا لكونه خطراً على الأرواح من جانب، ومن جانب آخر يمثل استمرار ارتفاع أعداد الإصابات وبصورة أكثر تحديداً أعداد الوفيات استمراراً للحظر المنزلي والمزيد من الإجراءات الاحترازية التي تمثل قيوداً على المراهقين في ممارسة الأنشطة الاجتماعية المباشرة.

ويأتي ذلك متفقاً مع ما توصلت إليه دراسة (Plaisime; Robertson-James; Mejia; Núñez; Wolf; Reels,2020,p7) من أن البحث عن المعلومات الصحية ليس على رأس قائمة اهتمامات المراهقين إلا أنهم يلجأون إلى مواقع التواصل الاجتماعي للبحث أحياناً للحصول عن المعلومات المتعلقة باللياقة والتغذية والصحة.

١٢- أهم ما يجذب المراهقين في المنشورات التي تتناول جائحة كورونا:

جدول (٣٤)

أهم ما يجذب المراهقين في المنشورات التي تتناول جائحة كورونا

عناصر الجذب	ك	%
فيديو توضيحي	٣١٤	٤٠,٩
نص مصاحب له صورة	٢٣٦	٣٠,٧
رسم انفوجرافيك	١٠٩	١٤,٢
فيديو مباشر	٩٢	١٢,٠
نص فقط	١٧	٢,٢
الإجمالي	٧٦٨	١٠٠
إجمالي من سئلوا	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاء (الفيديو التوضيحي) كأهم ما يجذب المراهقين في المنشورات التي تتناول جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة ٤٠.٩٪، يليها في الترتيب الثاني (نص مصاحب له صورة) بنسبة ٣٠.٧٪، وفي الترتيب الثالث (رسم انفوجرافيك) بنسبة ١٤.٢٪، وفي الترتيب الرابع (فيديو مباشر) بنسبة ١٢.٠٪، وجاء في الترتيب الخامس والأخير (نص فقط) بنسبة ٢.٢٪.

ويمكن ارجاع تصدر الفيديو التوضيحي للقوالب المفضلة للمراهقين؛ نظراً لما يتمتع به من عوامل جذب واستخدام للوسائط المتعددة التي تجمع بين الصوت والصورة والحركة والألوان وهوما يسهم في سرعة فهم وتذكر المحتوى.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (جبريل، ٢٠٢٠، ص٢٢٥٦) حيث يميل المستخدمون لمتابعة مواقع الفيديو نظراً لما تحققه من واقعية في المشاهدة.

١٣- نوعية الصفحات التي يتابعها المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول فيروس كورونا:

جدول (٣٥)

نوعية الصفحات التي يتابعها المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول فيروس كورونا

نوعية الصفحات	ك	%
صفحات غير رسمية	٢٠٥	٥٤,٧
صفحات رسمية	١٧٠	٥٤,٣
الإجمالي	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت نوعية الصفحات التي يتابعها المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول فيروس كورونا (صفحات غير رسمية) في الترتيب الأول بنسبة ٥٤.٧٪، يليها في الترتيب الثاني (صفحات رسمية) بنسبة ٤٥.٣٪.

وهو ما يشير إلى النزعة الشخصية لدى المراهق من الحاجة إلى الاستقلال والتحرر من السلطة الأبوية، والتي ترتبط لديه ذهنياً بكل ما هو رسمي سواء الأسرة أو المدرسة أو غيرها من المؤسسات الرسمية ومنها الصفحات التي تمثل جهات رسمية.

١٤- أسماء الصفحات التي يتابعها المراهقون على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول فيروس كورونا:

جدول (٣٦)

أسماء الصفحات التي يتابعها المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول فيروس كورونا

نوعية الصفحات	ك	%
صفحة صحي	٢٠١	٣٠,٦
صفحة وزارة الصحة المصرية	١٤٣	٢١,٨
صفحة منظمة الصحة العالمية	١١٤	١٧,٤
الصفحات الخاصة بمحافظتك	٩٢	١٤,٠
صفحة طبيبك الخاص أون لاين	٧٥	١١,٤
صفحة معلومات طبية صحية	٣١	٤,٧
الإجمالي	٦٥٦	١٠٠
إجمالي من سئلوا	٣٧٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت صفحة (صحتي) في الترتيب الأول بنسبة ٣٠.٦٪، يليها في الترتيب الثاني صفحة (وزارة الصحة المصرية) بنسبة ٢١.٨٪، وفي الترتيب الثالث جاءت صفحة (منظمة الصحة العالمية) بنسبة ١٧.٤٪، وفي الترتيب الرابع الصفحات الخاصة (بالمحافظة) ١٤٪، وفي الترتيب الخامس صفحة (طبيبك الخاص أون لاين) بنسبة ١١.٤٪، وفي الترتيب السادس والأخير جاءت صفحة (معلومات طبية صحية).

ويمكن تفسير ذلك انطلاقاً من رغبة المراهقين في التعرف على ما يحدث حولهم في المجتمع ومتابعة تطورات جائحة كورونا، وما يقدمه الأطباء من معلومات حول كيفية اتخاذ الإجراءات الاحترازية لتجنب الإصابة وماهية الأعراض التي يشعر بها المصاب، وإمكانية التوصل لاكتشاف أمصال علاجية ووقائية للقضاء على هذا الفيروس.

١٥ - اتجاهات المراهقين نحو معايير الثراء الإعلامي:

جدول (٣٧)

استجابات المراهقين عينة الدراسة على مقياس الاتجاهات نحو معايير الثراء الاعلامي

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		الاتجاه
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	١,٢١٥	٤,١٨	٣,٢	١٢	٨,٣	٣١	٧,٥	٢٨	٤٩,١	١٨٤	٣٢,٠	١٢٠	تجذبني تعدد الوسائط (صور - فيديو - صوت - مؤثرات) على مواقع التواصل
موافق	١,٠٠٧	٣,٩٨	١٢,٥	٤٧	٢٠,٠	٧٥	١٤,١	٥٣	٢٢,٤	٨٤	٣٠,٩	١١٦	اتابع الصفحات التي تتمتع بغيره وسرعة نشر الموضوعات
موافق	١,٢٢٧	٣,٧٥	٦,٩	٢٦	٥,٣	٢٠	٨,٥	٣٢	٢٠,٨	٧٨	٥٨,٤	٢١٩	أهتم بالصفحات التي تتميز بسهولة الأسلوب ووضوح اللغة
محايد	١,٤١٩	٣,٣٩	٥,٢	٢٠	٥,٩	٢٣	٨,٣	٣٢	٣٣,٦	١٣٠	٤٣,٩	١٧٠	ضرورة إتاحة الصفحة للتواصل وإمكانية نشر المحتوى الخاص بي من خلالها
موافق			3.91		المتوسط المرجح للمقياس				٣٧٥		جملة من سئلوا		

يتضح من الجدول السابق: أن عبارة (تجذبني تعدد الوسائط - صور - فيديو - صوت - مؤثرات) على مواقع التواصل جاءت في مقدمة استجابات المراهقين عينة الدراسة على اتجاهات المراهقين نحو معايير الثراء الإعلامي بمتوسط مرجح ٤.١٨، ثم (أتابع الصفحات التي تتمتع بغيره وسرعة نشر الموضوعات) في المرتبة الثانية بمتوسط مرجح ٣.٩٨، ثم (أهتم بالصفحات التي تتميز بسهولة الأسلوب ووضوح اللغة) في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح ٣.٧٥، ثم في المرتبة الرابعة (ضرورة إتاحة الصفحة للتواصل وإمكانية نشر المحتوى الخاص بي من خلالها) بمتوسط مرجح ٣.٣٩.

وجاء المتوسط المرجح للمقياس (اتجاهات المراهقين نحو معايير الثراء الإعلامي) ٢.٦٤، وهو ما يعادل اتجاه موافق على مقياس ليكرت الخماسي، ويشير ذلك إلى اتجاه إيجابي مرتفع للمراهقين نحو معايير الثراء الإعلامي حيث يتضح اقبالهم على الاستخدام التكنولوجي والاستفادة من الوسائط المتعددة في تقديم الرسائل الإعلامية بعيداً عن التقيد بشكل النص التقليدي لها، بالإضافة إلى ما يحققه تعدد رموز الرسالة من تلبية احتياجات اتصالية متعددة لدى المراهقين، كما يتضح كذلك أهمية النشر الفوري للصفحات في تقييمهم لمعايير الثراء بتلك المواقع؛ حيث تتسم شخصية المراهقين بالانفتاح على العالم الخارجي، والبحث عن كل ما هو جديد في ذلك العالم الافتراضي، ومحاولة التباهي بما لديه من معلومات لكي يثبت لمن حوله أنه لم يعد طفلاً، وأصبح لديه معرفة بالأمور مثلهم إن لم يكن أكثر منهم،

وفي السياق نفسه يمثل الإطار الدلالي للغة معياراً هاماً لاستخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث يفضلون عدم بذل جهد في تفسير الرسائل الإعلامية، فوضوح اللغة وسهولة الأسلوب المستخدم تسهم بشكل كبير في تفضيلاتهم لصفحات عن غيرها، وفي سياق متصل أوضح المراهقون كذلك أهمية التواصل مع الصفحات التي يستخدمونها وإمكانية نشر المحتوى الخاص بهم من خلالها، ويتطلب ذلك ألا تضع صفحات التواصل الاجتماعي قيوداً على النشر سواء كانت بمنعه أو حذفه.

وقد اتفقت النتائج مع دراسة (علي، ٢٠١١م، ص ٤٠) والتي توصلت إلى أنه كلما أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي مدى واسعاً من الرموز والوسائط زاد ذلك من قدرة المستخدمين على التواصل المعرفي والاجتماعي مع الآخرين.

١٦- أسباب عدم متابعة المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٣٨)

أسباب عدم متابعة المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي

أسباب عدم المتابعة	ك	%
أفضل تقضية الوقت في الألعاب الإلكترونية	١١	٣٤,٤
يرفض ولي أمري السماح لي باستخدامها	٩	٢٨,١
لا أجيد استخدامها	٧	٢١,٩
ليس لدى أصدقاء أتواصل معهم من خلالها	٥	١٥,٦
الإجمالي	٣٢	١٠٠
إجمالي من سئلوا	١٢	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت في مقدمة أسباب عدم متابعة المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي (أفضل تقضية الوقت في الألعاب الإلكترونية) في الترتيب الأول بنسبة ٣٤.٤٪، يليها في الترتيب الثاني (يرفض ولي أمري السماح لي باستخدامها) بنسبة ٢٨.١٪، وفي الترتيب الثالث جاءت (لا أجيد استخدامها) بنسبة ٢١.٩٪، وفي الترتيب الرابع والأخير (ليس لدى أصدقاء أتواصل معهم من خلالها) بنسبة ١٥.٦٪.

وتشير النتائج إلى أن الألعاب الإلكترونية مثلت جذباً للمراهقين لاستخدامها نظراً لما تتمتع به من تقنيات متطورة، تسمح له بمشاركة أقرانه اللعب والتحدث معهم بشكل فوري مما يمثل إشباعاً لحاجته للتواصل مع الأقران بصورة أفضل من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

١٧- استجابات المراهقين عينة الدراسة على مقياس تايلور للقلق:

جدول (٣٩)

استجابات المراهقين عينة الدراسة على مقياس تايلور للقلق

مستوى القلق	ك	%
قلق مرتفع (٣٠ فأكثر)	١٣٠	٣٣,٦
قلق متوسط (٢٠-٢٤)	٩٧	٢٥,١
قلق فوق المتوسط (٢٥-٢٩)	٧٦	١٩,٦
قلق منخفض (طبيعي) (١٧-١٩)	٦٦	١٧,١
قلق منخفض جدا (صفر -١٦)	١٨	٤,٧
الإجمالي	٣٨٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن جاء مستوى القلق لدى المراهقين وفقا لمقياس تايلور (قلق مرتفع) في الترتيب الأول بنسبة ٣٣.٦٪، يليها في الترتيب الثاني (قلق متوسط) بنسبة ٢٥.١٪، وفي الترتيب الثالث (قلق فوق المتوسط) بنسبة ١٩.٦٪، وفي الترتيب الرابع (قلق منخفض (طبيعي)) بنسبة ١٧.١٪، وجاء في الترتيب الخامس والأخير (قلق منخفض جدًا) بنسبة ٤.٧٪.

وتشير النتائج إلى ارتفاع مستوى القلق لدى المراهقين، ويرجع ذلك إلى الزخم المعلوماتي المتاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يتأرجح بين المعلومات الصحيحة والشائعات، والتي تؤدي بدورها لزيادة معدلات القلق وسوء الحالة النفسية، علاوة على ما تتضمنه تلك المواقع من أعداد الإصابات التي ترتفع كل يوم عن سابقه، وصور المرضي وهم في حالات متأخرة بالمستشفيات علاوة على صور الإجراءات الاحترازية للدفن والتي أظهرت جثث الموتى جراء الإصابة بهذا الفيروس وهي داخل أكياس قاتمة، وعدم قدرة أسر المتوفين على القيام بالصلاة الجنائزية عليهم مما يمثل حشدًا للمشاعر السلبية التي تفوق قدرة المراهقين النفسية، وتؤدي إلى الشعور بالقلق بل إنها قد يكون لها تأثيرات نفسية أخرى يمكن قياسها في المستقبل.

وتتفق النتائج مع دراسة (Jiang; Ngien,2020,p6) حيث توصلت إلى أن المشاعر السلبية الناجمة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تساهم في سوء الحالة النفسية التي تؤدي إلى القلق وكذلك دراسة كل من (عمر، ٢٠٢٠، ص٤٦٧)، (Li; Wang; Xue; Zhao; Zhu,2020,p8) حيث أثبتت النتائج وجود حالة عامة من الشعور بالقلق والهلع والفرع الناجم عن انتشار فيروس كورونا وأن الإناث أكثر شعوراً بالقلق من الذكور.

العوامل الديمجرافية للمراهقين لعينة الدراسة:

- النوع:

جدول (٤٠)
توزيع المراهقين عينة الدراسة وفقاً للنوع

النوع	ك	%
ذكور	٢١٢	٥٤,٨
إناث	١٧٥	٤٥,٢
الإجمالي	٣٨٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن بلغت نسبة الذكور من المراهقين عينة الدراسة نسبة ٤٥.٨٪، بينما جاءت نسبة الإناث ٤٥.٢٪ من عينة الدراسة.

وهو ما يشير إلى ارتفاع معدل استخدام الذكور لمواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى استخدام الباحثة لمواقع التواصل الاجتماعي في ارسال الاستبيان الالكتروني.

ويتفق ذلك مع دراسة (Plaisime; Robertson-James; Mejia; Núñez; Wolf; Reels,2020,p4) والتي وجدت أن الذكور أكثر من الإناث استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي.

- نوع التعليم:

جدول (٤١)
توزيع المراهقين عينة الدراسة وفقاً لنوع التعليم

نوع التعليم	ك	%
حكومي	٣٠٣	٧٨,٣
خاص	٨٤	٢١,٧
الإجمالي	٣٨٧	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن بلغت نسبة التعليم الحكومي من المراهقين عينة الدراسة نسبة ٧٨.٣٪، بينما جاءت نسبة التعليم الخاص ٢١.٧٪ من عينة الدراسة.

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأدوار الاتصالية لدى المراهقين عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى الأدوار الاتصالية لدى المراهقين عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم، وذلك كما يلي:

جدول (٤٢)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى الأدوار الاتصالية لدى المراهقين عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم

مستوى القلق		الأدوار الاتصالية
الدلالة	معامل الارتباط	
٠,٠١	**٠,٦٥٠	المستخدم المتواصل
٠,٠٥	*٠,١٠٥	المستخدم المنتج
٠,٠١	**٠,٧٠٧	المستخدم المتلقي

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين مستوى دور المستخدم المتواصل لدى المراهقين عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم، حيث بلغت قيمة r (-٠.٦٥٠**) وهي قيمة دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١).

كما تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى دور المستخدم المنتج لدى المراهقين عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩)، وبين مستوى القلق لديهم، حيث بلغت قيمة r (٠.١٠٥*) وهي قيمة دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

كما تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى دور المستخدم المتلقي لدى المراهقين عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم، حيث بلغت قيمة r (٠.٧٠٧**) وهي قيمة دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١).

وبذلك يتم قبول صحة الفرض الأول حيث وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الأدوار الاتصالية لدى المراهقين عبر وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم. ويرجع ذلك إلى أن كلا من المستخدم المنتج والمستخدم المتلقي يتعرضان للعديد من المضامين والتي يمكن أن تحمل اتجاهاً سلبياً يؤثر بشكل كبير على مستوى القلق دون أن يشاركا في التفاعل معها بنفس قدر تفاعل المستخدم المتواصل الذي يقع على عاتقه مسؤولية مشاركة المنشورات مرة أخرى أو مساهمته في المناقشات التي تدور في تعليقات الآخرين على تلك المنشورات، بما يساعده في الحصول على قدر أعمق من المعلومات، وقدرة على تمييز مدى صحتها مما جعل تأثيرها على مستوى القلق عكسياً.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي (مستوى استخدام - معدل استخدام) أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم، وذلك كما يلي:

جدول (٤٣)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي (مستوى الاستخدام - معدل الاستخدام) أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم

مستوى القلق		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
٠,٠١	**٠,٨٦٨	مستوى استخدام
٠,٠١	**٠,٧٥٤	معدل استخدام

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم، حيث بلغت قيمة ر (٠.٨٦٨**) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠١).

كما تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم، حيث بلغت قيمة ر (٠.٧٥٤**) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠١).

وبذلك يتم قبول صحة الفرض الثاني حيث وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين مستوى القلق لديهم.

ويرجع ذلك إلى أنه كلما ازداد استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي ازداد تعرضهم لكم من المضامين التي تتناول أعداد المصابين والوفيات بشكل سلبي ومحاولات التهريب، ونشر الفزع عبر صور المرضى بغرف العزل وصور المتوفين داخل أكياس سوداء والمستشفيات التي لم يعد بها أماكن للحظر والفيديوهات التي بثها البعض عن إصابته وما يعانیه من آلام لا يمكن تحملها ما أدى إلى ارتفاع مستوى القلق لديهم.

الفرض الثالث: " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف نوعية الصفحات (رسمية - غير رسمية) التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار "ت" لقياس الفروق في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف نوعية الصفحات (رسمية - غير رسمية) التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك كما يلي:

جدول (٤٤)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف نوعية الصفحات (رسمية - غير رسمية) التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي

النوع	صفحات رسمية			صفحات غير رسمية			الدرجة الحرية	مستوى الدلالة
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري		
مستوى القلق	١٧٠	٢,٩١	١,٠٣٣	٢٠٥	٤,٣٠	٠,٩٣٦	٣٧٣	٠,٠١

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق دالة إحصائية في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف نوعية الصفحات (رسمية - غير رسمية) التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (١٣.٦٦٩)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما تشير النتائج لاتجاه الفروق لصالح الصفحات غير الرسمية.

وبذلك فإننا نقبل صحة الفرض الثالث القائل بوجود فروق دالة إحصائية في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف نوعية الصفحات (رسمية - غير رسمية) التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي، لصالح الصفحات غير الرسمية.

ويرجع ذلك إلى تزايد اعتماد الصفحات الرسمية على الاتجاه الإيجابي في عرض المضامين الإعلامية المتعلقة بفيروس كورونا المستجد، والقائمة على الترغيب في اتخاذ الإجراءات الاحترازية لحماية النفس والآخرين في حين جاء الاتجاه السلبي الأكثر استخداماً في الصفحات غير الرسمية وأدى اعتماده على التخويف والترهيب إلى ارتفاع مستوى القلق لدى المراهقين حيث أن معدلات متابعتهم للصفحات غير الرسمية أعلى من متابعة الصفحات الرسمية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات متابعة المراهقين لجائحة كورونا (كوفيد ١٩) عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى القلق لديهم.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدلات متابعة المراهقين لجائحة كورونا (كوفيد ١٩) عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى القلق لديهم، وذلك كما يلي:

جدول (٤٥)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين معدلات متابعة المراهقين لجائحة كورونا (كوفيد ١٩) عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى القلق لديهم

مستوى القلق		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
٠,٠١	**٠,٣٦٩	معدل المتابعة

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدلات متابعة المراهقين لجائحة كورونا (كوفيد ١٩) عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى القلق لديهم، حيث بلغت قيمة ر (**٠.٣٦٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠١). وبذلك يتم قبول صحة الفرض الرابع حيث وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدلات متابعة المراهقين لجائحة كورونا (كوفيد ١٩) عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى القلق لديهم. ويرجع ذلك إلى أن المراهقين يحرصون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يومياً ولأكثر من ثماني ساعات في اليوم الواحد، وهو ما يصل إلى حد الإدمان على تلك المواقع، مما يؤدي بدوره إلى تعرضهم لزخم معلوماتي عن فيروس كورونا المستجد والذي شهدت مواقع التواصل الاجتماعي كماً غير مسبوق من النشر حوله بما يعد عبئاً نفسياً على المراهقين فيزيد إحساسهم بالقلق.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين معايير ثراء هذه المواقع.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين معايير ثراء هذه المواقع، وذلك كما يلي:

جدول (٤٦)

نتائج اختبار بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي (مستوى الاستخدام - معدل الاستخدام) أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين معايير ثراء هذه المواقع

معايير ثراء مواقع التواصل الاجتماعي		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
٠,٠١	**٠,٧٤٧	مستوى استخدام
٠,٠١	**٠,٨٦٣	معدل استخدام

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين معايير ثراء هذه المواقع، حيث بلغت قيمة ر (٠.٧٤٧**) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١).

كما تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين معايير ثراء هذه المواقع، حيث بلغت قيمة ر (٠.٨٦٣**) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١).

وبذلك يتم قبول صحة الفرض الخامس حيث وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وبين معايير ثراء هذه المواقع.

ويرجع ذلك إلى أن معايير الثراء الإعلامي لتلك الصفحات تحقق للمراهقين اشباعاً مختلفة ومزايا متعددة فكلما تنوعت الصفحات في توفير معايير الثراء كلما زاد استخدام المراهقين لها، فوجود اللغة الطبيعية المفهومة للمراهقين وتعدد الرموز والوسائط المستخدمة في المضامين الإعلامية، علاوة على سرعة النشر والتفاعل الحر، بالإضافة للتركيز الشخصي الذي يحقق احتياجات المراهقين أثناء الاستخدام يمثل عاملاً لجذبهم لزيادة الاستخدام، أو النفور من تلك الصفحات.

الفرض السادس: " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف العوامل الديمجرافية (النوع - نوع التعليم)."

أولاً: النوع (ذكور - إناث)

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار "ت" لقياس الفروق في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف النوع، وذلك كما يلي:

جدول (٤٧)
نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف النوع

النوع	ذكور			إناث			قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري			
مستوى القلق	٢١٢	٣,٠٩	١,١٤٨	١٧٥	٤,٢٢	١,٠٥١	٩,٩٩٦	٣٨٥	٠,٠١

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق دالة إحصائية في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف النوع، حيث بلغت قيمة "ت" (١٣.٦٦٩)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما تشير النتائج لاتجاه الفروق لصالح الإناث.

ويرجع ذلك إلى أن الإناث هم أكثر تأثراً بالمضامين مما يزيد من تفاعلهم العاطفي معها وتراكم المشاعر السلبية التي تؤدي إلى سوء الحالة النفسية فينعكس ذلك على مستوى القلق لديهم.

ثانياً / نوع التعليم

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار "ت" لقياس الفروق في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف نوع التعليم، وذلك كما يلي:

جدول (٤٨)
نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف نوع التعليم

النوع	حكومي			خاص			قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى الدلالة
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري			
مستوى القلق	٣٠٣	٣,٥٥	١,٢٠٠	٨٤	٣,٨١	١,٣٥٧	١,٧١٧	٣٨٥	غير دالة

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف النوع، حيث بلغت قيمة "ت" (١.٧١٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

ويرجع ذلك إلى أن اللغة الطبيعية في المضامين التي تناولت فيروس كورونا المستجد كانت اللغة العربية، وتتنوع بين الفصحى والعامية أو الجمع بينهما، لذلك لم يمثل المراهقين باللغات الأجنبية تأثيراً على مستوى القلق لديهم.

وبذلك فإننا نقبل صحة الفرض السادس جزئياً كما يلي توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى القلق لدى المراهقين باختلاف النوع (ذكور - إناث).

مناقشة نتائج الدراسة:

١. يتضح من الدراسة أن ممارسة المراهقين لأدوارهم الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ارتبط بمستوى القلق لديهم فممارسو دور المستخدم المنتج والمستخدم المتلقي كانوا أكثر ارتباطاً بحصولهم على مستوى قلق مرتفع في حين أن المستخدم المتواصل لم يصاب بنفس مستوى القلق.
٢. عكست الصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية اهتماماً ملحوظاً بتحقيق معايير الثراء الإعلامي بصفحاتهم وهو ما انعكس على مستوى ومعدل استخدام المراهقين لتلك الصفحات والذي ارتبط طردياً مع توافر معايير ثراء الوسيلة بها والتي جاء في مقدمتها ضرورة تعدد الرموز واستخدام الوسائط المتعددة.
٣. تزايد اعتماد الصفحات الرسمية على المضمون الإيجابي في منشوراتها عن فيروس كورونا المستجد، وتنوع مضامينها واهتمامها بذكر مصادر منشوراتها أدى لتعرض المراهقين المتابعين لها لمستوى قلق أقل من أقرانهم من متابعي الصفحات غير الرسمية، والتي اتجهت نحو المضمون السلبي وتجاهلت ذكر مصادرها.
٤. اتجهت الصفحات الرسمية وغير الرسمية إلى المزوجة بين الأساليب المنطقية والأساليب العاطفية، حيث زاد استخدامها للمبررات العقلية إلى جانب أسلوب الترغيب في الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا وهو ما يعد إجراءً محموداً وخاصة في ظل أزمة عدم الثقة التي أظهرها المراهقون وبالتالي فوجود المبررات العقلية أمراً ضرورياً لكي تحقق تلك الصفحات الأهداف المرجوة من المنشورات.
٥. استهدفت الصفحات الصحية الرسمية وغير الرسمية الجمهور العام، مع الأخذ في الاعتبار بعض الفئات الأكثر تأثراً بالإصابة، وهم كبار السن والأطفال، وكذلك الفئات المرجو قيامها بدور فعال في اتخاذ الإجراءات الاحترازية كالنساء، وهو ما جاء مواكباً مع اهتمام المراهقين بالانضمام إلى المجموعات الصحية التي تتناول تطورات فيروس كورونا المستجد كأهم أسباب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء انتشار الجائحة.
٦. على الرغم من اهتمام الصفحات الصحية الرسمية بالنشر الفوري للمضامين المتعلقة بفيروس كورونا المستجد، إلا أنها جاءت في الترتيب التالي من حيث استخدام المراهقين لها في الحصول على المعلومات بعد الصفحات الصحية غير الرسمية، والتي لم تنتج النشر الفوري وهو ما يشير إلى أن استخدام المراهقين لتلك الصفحات يغلب عليه النزعة الشخصية والحاجة إلى الاستقلال عن كل ما يتخذ طابعاً رسمياً.

٧. تفوق الصفحات الرسمية في الاهتمام بعرض مقاطع الفيديو المتنوعة وهو ما يشير إلى مواكبتها لاهتمامات المستخدمين حيث اتضح أن قالب الفيديو التوضيحي من أهم ما يجذب المراهقين في المنشورات التي تتناول جائحة كورونا.

٨. تفوق الصفحات الرسمية في الاهتمام بعرض مقاطع الفيديو القصيرة مما يشير إلى مهنية القائم بالاتصال بها، وهو ما لم تقدمه الصفحات غير الرسمية بالرغم من أن نشر مقاطع الفيديو جاء في مقدمة الأدوار التي يهتم المراهقون بها كمستخدمين منتجين أو متواصلين.

٩. أوضحت الدراسة ارتفاع مدى ومعدل استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي، فهم يستخدمونها بشكل دائم ويومي ولأكثر من ثماني ساعات يومياً، وفي صدارة هذه المواقع موقع الفيس بوك، وهو ما يعد أحد أسباب ارتفاع مستوى القلق لديهم فالاستخدام الرقمي المكثف يعرضهم لقدر أكبر من الأخبار السلبية التي أثرت على صحتهم النفسية.

تعقيب على النتائج:

أشارت النتائج إلى الدور الإيجابي الذي سعت الصفحات الرسمية إلى تقديمه خلال جائحة كورونا وهو ما يؤكد التطور الملحوظ في أداء وزارة الصحة والسكان المصرية في ظل هيمنة تلك الجائحة على دول العالم ورؤيتها المستقبلية من خلال إطلاق الخط الساخن الخاص بالصحة النفسية للمواطنين، والذي جاء غاية في الأهمية من حيث اختيار الموضوع والتوقيت، فقد أظهرت الدراسة أن نسبة كبيرة من المراهقين يعانون من مستويات مختلفة من القلق، تتراوح بين المرتفع والمتوسط، والناجمة عن انتشار فيروس كورونا المستجد، وما يتطلبه من اتخاذ إجراءات احترازية والتباعد الاجتماعي من جانب، وبين استخدامهم الرقمي المكثف من جانب آخر فالتعرض للأخبار السلبية بشكل متزايد يمثل عبئاً نفسياً يصعب على المراهقين تحمله، في الوقت المفترض فيه أن يكون لديهم الحرية في ممارسة كافة الأنشطة الاجتماعية الواقعية وليست الافتراضية، فالمعدلات المرتفعة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تمثل خطورة على الصحة النفسية للمراهقين.

التوصيات:

١. أهمية القيام بالمزيد من الأبحاث والدراسات العلمية حول التأثيرات النفسية لفيروس كورونا المستجد.
٢. أهمية تطوير برامج للصحة النفسية تستهدف معالجة القلق لدى المراهقين.
٣. أهمية قياس مستويات القلق لدى فئات عمرية أخرى كالأطفال وكبار السن.
٤. ضرورة تقديم الصفحات الرسمية وغير الرسمية المزيد من مقاطع الفيديو عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على طمأنة المستخدمين والحد من شعورهم بالقلق.

هوامش الدراسة:

أولا الهوامش والمراجع العربية:

١. أحمد، محمد عبد الحميد (٢٠٢٠م) توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا المستجد (كوفيد-١٩)، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ج (٢)، ع (٢٩)، ص ٤٣٠-٣٧٧.**
٢. آل سعود، سعد (٢٠١٨م). الأخبار السلبية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوي القلق السياسي لدى الشباب الجامعي، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع (١٩)، ص ٦٩:٣١.**
٣. البدوي، ثريا (٢٠١٧م). تطور مفهوم المستخدم في المجال العام الرقمي، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع (١٤)، ص ٤٣-٧٢.**
٤. البرجي، هشام (٢٠١٥م). تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية، **رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.**
٥. الشبؤون، دانيا (٢٠١١م). القلق وعلاقته بالاكتئاب عند المراهقين: دراسة ميدانية لدى عينة من تلاميذ الصف التاسع من التعليم الأساسي في مدراس مدينة دمشق الرسمية، **مجلة جامعة دمشق، المجلد (٢٧)، ع (٣).**
٦. الطرابيشي، مرفت؛ السيد، عبد العزيز (٢٠٠٦م). **نظريات الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية.**
٧. العمري، عبد الرحمن (٢٠١٨م). الأبعاد الاجتماعية لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي: دراسة وصفية على عينة من طلبة المرحلة الثانوية بمدينة جدة، **مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الآداب والعلوم الانسانية، (م) ٢٦ (ع) ٣ ص ١٧١-١٣٩.**
٨. الفرم، خالد (٢٠١٤م). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع (٤٢)، ص ٢٦٧-٢٩٢.**
٩. القريظي، عبد المطلب أمين (١٩٩٨م). **الصحة النفسية، القاهرة: دار الفكر العربي، ط ١.**
١٠. اللبان، شريف؛ محمد، أحمد؛ السيد، أحمد (٢٠١٣م). التفاعلية كما تعكسها مواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الفيس بوك facebook واليوتيوب youtube في إطار نظرية ثراء الوسيلة، **مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، ع (٣١)، ص ٤٥٢ - ٣٣٦.**
١١. بريك، أيمن (٢٠٢٠م). دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا، **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع (٥٤)، الجزء (٦)، ص ٣٥٨٧-٣٦٨٢.**
١٢. جبريل، محمد (٢٠٢٠م). توظيف مقاطع الفيديو التشاركية في التوعية من جائحة كورونا والوقاية منها: دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية، **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع (٥٤)، ج (٤)، ص ٢٢٢٧-٢٢٩٠.**
١٣. حسين، سمير (١٩٩٥م). **دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الاعلام، ط ٢ (القاهرة: عالم الكتب) ص ١٣١.**
١٤. سلام، مروة؛ حجازي، فاطمة الزهراء؛ عبدي، صابر (٢٠١٧). إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٤ على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الاعلامية: دراسة تحليلية، **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع (١٧)، ص ٢٤٩ - ٢٤٩.**
١٥. شاهين، ايمان (٢٠٢٠م). العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالي للجمهور المصري في أثناء أزمة فيروس كورونا: دراسة ميدانية، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ج (٢)، ع (٢٩)، ص ٥١٣-٥٥٦.**
١٦. عبد الحليم، محمود (٢٠٢٠م). اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الاعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية: جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩) أنموذجا، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ج (٢)، ع (٢٩)، ص ٥٩٨-٦٤٠.**
١٧. عبد السلام، نجوى؛ عبد المجيد، مها (٢٠١٧م). استخدام الشباب العربي للمضمون الاخباري عبر المنصات الالكترونية المحمولة، **المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد ١٨، ص ١٦٧:٢٢٤.**
١٨. عبد الغفار، عبد السلام (١٩٧٦م). **علم نفس النمو، القاهرة: دار الفكر العربي.**
١٩. عبدالعال، السيد (٢٠٠٨م). القلق: مفهومه - تفسيره، **مجلة كلية التربية بالمنصورة، جامعة المنصورة، كلية التربية، ع (٦٨)، ج (١)، ص ٣٨٤-٤٠٠.**
٢٠. عجوة، نرمين (٢٠٢٠م). استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا، **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع (٥٤)، الجزء (٤)، ص ٢٤٣٣-٢٤٩٤.**
٢١. عمر، هاجر (٢٠٢٠م). استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع (٢٩)، ج (٢)، ص ٥١٢-٤٦٥.**

٢٢. علي، خالد (٢٠١١م). اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في إطار نظرية التراء الإعلامي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج (١٠)، ع (٤)، ص ٤٠.
٢٣. منصور، حسن (٢٠١٧م). شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر تعليمي واخباري لدي طلبة الجامعة، دراسة مقارنة في إطار نموذج الاستخدام والاعتمادية، **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**، جامعة الكويت، ج (٣٥)، ع (١٣٩)، ص ١١-٥٩.

* أسماء الأساتذة محكمي استمارات الدراسة:

١. أ.د/ محمد سعد: عميد المعهد العالي للإعلام بجامعة الشروق.
٢. أ.د/ هاني البطل: أستاذ الصحافة بكلية التربية النوعية جامعة بورسعيد.
- ثانياً الهوامش والمراجع الأجنبية:

1. Daft, R. L.; Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. **Management Science**, v. (32), p 554-571.
2. Daft, R. L.; Lengel, R. H.; Trevino, L. (1987). Message equivocality, media selection, and manager performance. **MIS Quarterly**, v. (11), p 355-366.
3. Dennis, A. (2009). Media richness theory. In S. W. Little john & K. A. Foss (Eds.), **Encyclopedia of communication theory**, Vol. (1). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. Advance online publication doi:10.4135/9781412959384.n238.
4. Jiang, Shaohai; Ngien, Annabel (2020) The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore, **Social Media + Society**, Advance online publication sagepub.com/journals-permissions DOI: 10.1177/2056305120912488 journals.sagepub.com/home/sms.
5. Li, S.; Wang, Y.; Xue, J.; Zhao, N.; Zhu, T. The Impact of COVID-19 Epidemic Declaration on Psychological Consequences: A Study on Active Weibo Users. **Int. J. Environ. Res. Public Health** 2020, v. (17), 2032, p1-10.
6. Lin, Chung-Ying; Broström, Anders; Griffiths, Mark D.; Pakpour, Amir H. (2020) Investigating mediated effects of fear of COVID-19 and COVID-19 misunderstanding in the association between problematic social media use, psychological distress, and insomnia, **Internet Interventions**, Vol(21), Advance online publication <https://doi.org/10.1016/j.invent.2020.100345>.
7. Lin, Chung-Ying; Broström, Anders; Griffiths, Mark D.; Pakpour, Amir H. (2020) Investigating mediated effects of fear of COVID-19 and COVID-19 misunderstanding in the association between problematic social media use, psychological distress, and insomnia, **Internet Interventions**, Vol. 21, Advance online publication <https://doi.org/10.1016/j.invent.2020.100345>.
8. Marques, Miranda; Bruno, Silva; Oliveira, Ana. Simoes-e- Silva, Ana. (2020). How is COVID-19 pandemic impacting mental health of children and adolescents? **International journal of disaster risk reduction: IJDRR**, 51, 101845. Advance online publication <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101845>.
9. Nguyen, M; Gruber, J.; Fuchs, J.; Marler, W.; Hunsaker, A., Hargittai, E. (2020). Changes in Digital Communication During the COVID-19 Global Pandemic: Implications for Digital Inequality and Future Research. **Social Media + Society**. Advance online publication <https://081138kt7-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2056305120948255>.
10. Oosterhoff, Benjamin; Palmer, Cara A.; Wilson, Jenna; Shook, Natalie. (2020) Adolescents' Motivations to Engage in Social Distancing During the COVID-19 Pandemic: Associations with Mental and Social Health **Journal of Adolescent Health**, Vol. 67, Issue 2, P 179-185, Advance online publication <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2020.05.004>.
11. Plaisime, M.; Robertson-James, C.; Mejia, L.; Núñez, A.; Wolf, J.; Reels, S. (2020). Social Media and Teens: A Needs Assessment Exploring the Potential Role of Social Media in Promoting Health. **Social Media + Society**. Advance online publication <https://081138kt7-1106-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1177/2056305119886025>.

12. Pulido, Cristina M; Carballido, Beatriz Villarejo; Sama, Gisela Redondo (2020) COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information, **International Sociology**, Vol. 35(4), p377–392, Advance online publication sagepub.com/journals-permissions DOI: 10.1177/0268580920914755 journals.sagepub.com/home/iss.
13. Steinert, S. (2020). Corona and value change. The role of social media and emotional contagion. **Ethics and information technology**, p 1–10. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s10676-020-09545-z>.
14. Velavan, T.P ; Meyer, C.G(2020), The COVID-19 epidemic, **Tropical Medicine and International Health**, V.(25), Issue 3, 1 March 2020, P 278-280 Advance online publication Advance online publication <https://081058z3c-1104-y-https-www-scopus-com.mplbci.ekb.eg>.
15. Woods, H.C.; Scott, H. (2016): sleepy teens: social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self- esteem. **Journal of adolescence**, v. (51), p41:49.
16. Zhou, S. J., Zhang, L. G., Wang, L. L., Guo, Z. C., Wang, J. Q., Chen, J. C., Liu, M., Chen, X., & Chen, J. X. (2020). Prevalence and socio-demographic correlates of psychological health problems in Chinese adolescents during the outbreak of COVID-19. **European child & adolescent psychiatry**, 29(6),p 749–758. Advance online publication <https://doi.org/10.1007/s00787-020-01541-4>. (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1054139X20302214>)

ثالثاً مواقع الإنترنت:

١. إحصائيات موقع اليكسا (٢٠٢٠) <https://www.alexa.com/topsites/countries/EG>
٢. تقرير مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (٢٠٢٠)، موقع وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. http://www.mcit.gov.eg/Upcont/Documents/swf/ICT_Indicators_in_Brief_June_2020/2/index.html#zoom=z
٣. موقع منظمة الصحة العالمية (٢٠٢٠)، فيروس كورونا. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10_4
4. Statista. (2020) Worldwide Digital Population as of January Available at: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> Google Scholar.

Communication Roles of Adolescents through Social Media during The Corona Pandemic and its Relationship to their Level of Anxiety: “Within framework of theory of richness of the media”

Dr. Heba Mostafa Hassan Mostafa

drhebamostafa@gmail.com

Assistant Prof. of Educational Media,
Educational Media Department,
Faculty of Specific Education,
Port said University

Abstract

The study aims to identify communication roles of adolescents through social media during the Corona pandemic and its relationship to their level of anxiety within framework of theory of richness of the media. The study belongs to the descriptive studies, which it used both the media survey method and the comparative approach, relying on the two content analysis tools for a sample of the official health pages represented by the “Egyptian Ministry of Health” Face book page and the unofficial pages represented by the “My Health” Face book page, which is consistent of 57 publications, and the electronic questionnaire tool for a sample of adolescents (N=387) aged 11-15 years old.

The study concluded:

- 1 .There are no differences in the ranking of media wealth standards between official and unofficial health pages.
- 2 .There is a statistically significant relationship between adolescents' use of social media during the Corona pandemic and their level of anxiety.

Keywords: Communication Roles - Corona Pandemic - Novel Coronavirus - Anxiety - Adolescents.

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

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

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

ceo@apr.agencyEmail: - 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 send an electronic copy of his manuscript by Email 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 Public Relations Association. 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.
- One copy of the journal is 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, Shibn El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@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 arbitrate 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 2.01 = 100% in the year of 2020G 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.

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 Manager

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

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Canada)

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 Saddam (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 Salem

Arabic Reviewers

**Ali Elmehy
Sayid Sherif**

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 - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jpr.epra.org.eg

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

Advisory Board **

JPRR.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. Mohamed Moawad (Egypt)

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

Prof. Dr. Abden Alsharaf (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 & Television 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.




Abstracts of Arabic Researches:

- *Associate Prof. Dr. Ahmed Alzahrani - King Abdul-Aziz University*
Associate Prof. Dr. Rrdwan Dragi Mohamad Slamene - King Abdul-Aziz University
Media Coverage of Vision 2030 in Saudi Press: An Analytical Study of Okaz Newspaper 7
- *Associate Prof. Dr. Abdel-Khalik Ibrahim Abdel-Khalik Zakzouk - Menofia University*
Paper and Electronic Newspapers Treatment of Phenomenon of Kidnapping of Children in Egypt: A comparative Analytical Study 8
- *Dr. Lobna Masoud Abd El-Azem Salem - Sinai University*
Media treatment of Egyptian crises via YouTube and Trends of College youth towards it 9
- *Dr. Hanan Kamel Hanafi Marei - Kafr El-Sheikh University*
Impact of the Interactive and Static Infographic on Social Media in Awareness University Youth about Symptoms of the Emerging COVID -19 and ways of Prevention 11
- *Dr. Heba Mostafa Hassan Mostafa - Port said University*
Communication Roles of Adolescents through Social Media during The Corona Pandemic and its Relationship to their Level of Anxiety: Within framework of theory of richness of the media 12
- *Dr. Ahmed Muhammad Qerran Al-Zahrani - King Abdul-Aziz University*
Motives for Saudi University Students' Use of Digital Media and its Gratification: A Survey Study 13
- *Dr. Ahmed Metwaly Abdel Rahim Ammar - Ain Shams University*
Role of YouTube in Developing Teenagers' Awareness of Cybersecurity 15
- *Dr. Yasmin Mohamed Ibrahim Elsayed - Beni Suef University*
Dr. Menna Allah Kamal Moussa Diab - Beni Suef University
Impacts of the insatiable watch of Netflix Platform on the Moral Construction of the Egyptian Community:
Applied study in light of the Value Determinism Theory 16

(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 2021@APRA 

www.jprr.epra.org.eg