

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

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

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة- عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

سكرتارية التحرير:

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / رامى جمال مهدي - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ / السيد مصطفى - مدرس مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والخمسون - الجزء الرابع - صفر ١٤٤٢هـ - أكتوبر ٢٠٢٠ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

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

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

الهيئة الاستشارية للمجلة

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

محتويات العدد

- ١٩٢١ ■ تقييم تجربة التحول الرقمي في التعليم من وجهة نظر طلاب الإعلام بالتطبيق على منظومة التعليم الإلكتروني وقت جائحة كورونا ووضع تصور لإستراتيجية تطويره «دراسة كمية - كيفية» أ.د. إلهام يونس
- ٢٠١١ ■ تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري - دراسة ميدانية أ.د. حنان عبدالوهاب عبدالحميد
- ٢٠٦٧ ■ تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا (كوفيد-١٩) في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية أ.د. رباب صلاح السيد إبراهيم
- ٢١٣٣ ■ الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية- دراسة تحليلية د. إبراهيم علي بسيوني محمد
- ٢٢٢٥ ■ تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً (EWOM) حول إدارة الحكومة المصرية لأزمة كورونا على الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك د. مایسة حمدي زكي
- ٢٣٠٧ ■ توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) - دراسة حالة على موضوع فيروس (كورونا COVID-19) المستجد د. ريم نجيب زناتي
- ٢٣٧٩ ■ دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بالمخاطر المجتمعية لجائحة كورونا (دراسة ميدانية) د. أحمد عمران محمود

- المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا
٢٤٤٧ د. زينب الحسيني رجب بلال ريحان «دراسة تحليلية»
-
- الخطاب البصري لجائحة كورونا كما تعكسه أغلفة المجلات العربية
٢٤٨٧ د. سمير محمد محمود «دراسة تحليلية»
-
- الخطاب الإقناعي في التلفزيون المصري .. دراسة في تحليل الخطاب
٢٥٧٥ الصحي بالبرامج الحوارية «جائحة كورونا أنموذجًا»
د. عبد الله عمران علي إبراهيم
-
- The Role of PR in Tourism Companies for Maintaining
٢٦١٩ Contact with the Audience during the COVID-19 Crisis
Mohammed Alrushud
-

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً (EWOM) حول إدارة الحكومة
المصرية لأزمة كورونا على الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك

- The Impact of Electronic Word of Mouth (EWOM) about the Egyptian Government's Management of the Corona Crisis on the Psychological Security of Facebook Users

د. مایسة حمدي زكي

مدرس العلاقات العامة والإعلان بقسم الإعلام - كلية الآداب جامعة المنصورة

maysahamdy2011@gmail.com

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة بحث تأثير الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا على مستوى الأمن النفسي للمبحوثين، كما استهدفت اختبار تأثير أبعاد العلاقات الاجتماعية كمتغيرات وسيطة على العلاقة بين طبيعة الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا ومستوى الأمن النفسي للمبحوثين، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وأداته الاستبيان الإلكتروني، الذي تم تطبيقه على عينة عمدية متاحة قوامها (400) مفردة من مستخدمي الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- جاءت طبيعة الكلمات المنطوقة من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا إيجابية في المقام الأول بنسبة مرتفعة بلغت 71%، وفي الترتيب الثاني جاءت الكلمات المحايدة بنسبة 26%، أما الكلمات السلبية فقد تراجعت إلى الترتيب الأخير بنسبة ضعيفة جداً بلغت 3% فقط.
 - جاء مستوى الأمن النفسي للمبحوثين متوسطاً بنسبة 73.2%، يليه المستوى المرتفع بنسبة 24.3%، بينما انخفض مستوى الأمن النفسي لدى 2.5% فقط من أفراد العينة رغم ظروف الأزمة.
- الكلمات المفتاحية: الكلمات المنطوقة إلكترونياً، الأمن النفسي، إدارة أزمة كورونا، ال EWOM، جهود الدولة.

Abstract

The study aimed to investigate the effect of the word of Mouth on Facebook about the country's efforts to confront the Coronavirus crisis on the level of psychological security of the respondents. It also aimed to test the impact of social relations aspects as intermediate variables on the relationship between Word of Mouth on Facebook about the country's efforts to confront the Corona virus crisis and the level of psychological security of the respondents. The study used the survey method, and its electronic questionnaire tool, which was applied to a deliberate available sample of (400) respondents used by Facebook users. The study found several results, most notably:

- The nature of the Word of Mouth by the respondents' contacts on Facebook about the country's efforts to confront the Corona virus crisis was positive in the first place, with a high rate of 71%, and in the second place is the neutral words by 26%, while the negative words fell back to the last place, with a very weak rate, only 3%.
- As for the level of psychological security of the respondents, it was intermediate for 73.2%, followed by high for 24.3%, while the level of psychological security decreased for only 2.5% of the sample, despite the circumstances of the crisis.

Key Words: electronic word of mouth, psychological security, Corona crisis management, EWOM, country's efforts.

بفضل الأسس التكنولوجية لـ Web 2.0 أصبح العالم كله متصلًا من خلال الشبكات الاجتماعية، التي تسمح بإنتاج وتبادل المحتوى على شبكة الإنترنت عبر إمكانات تفاعلية وحوارية هائلة حولت المستخدم من مجرد متلقٍ سلبي للمعلومات إلى مشارك نشط في العملية الاتصالية، بل ومنتج للمحتوى الاتصالي.

وكما تغلبت الشبكات الاجتماعية على حدود المكان، وجد العالم نفسه في مطلع العام (2020م) أمام جائحة تخطت الحدود الجغرافية للدول؛ هي جائحة فيروس كورونا المستجد، الذي ظهر في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر (2019م)، وسرعان ما انتشر في دول العالم؛ الأمر الذي جعل منظمة الصحة العالمية تعلن أنه جائحة (وباء عالمي) في شهر مارس من العام نفسه، ومع ما ساد العالم من خوف وهلع، وما حملته تصريحات زعماء العالم حول الفيروس من رسائل تشاؤمية استدعت جؤًا من التوتر والقلق، أصبحت مواجهة هذه الجائحة أبرز المهام التي تقوم بها الحكومات والمؤسسات المختلفة.

وقبل إعلان وزارة الصحة المصرية عن ظهور أول حالة مصابة بالفيروس في مصر في (14 فبراير 2020م)، بادر مستخدمو "الفيسبوك" باتهام الحكومة بإنكار حقيقة وجود حالات مصابة في مصر والتباطؤ في اتخاذ قرار بشأن تفعيل الإجراءات الاحترازية، وفي منتصف مارس، وبعد إعلان رئيس الوزراء المصري وقف حركة الطيران وتعليق الدراسة وتخفيض عدد العاملين في الدولة، وما تبع ذلك من إجراءات احترازية أكثر تعقيدًا، حتى بعد إعلان إجراءات التعايش مع الفيروس، تبادل مستخدمو "الفيسبوك" الآراء والتعليقات الإيجابية والسلبية بين مؤيد ومعارض لجهود الحكومة المصرية لمواجهة الفيروس.

تلك الكلمات المنطوقة إلكترونيًا، التي تنوعت أشكالها وصورها بين إبداء الرأي من خلال منشور (بوست) مكتوب أو في صورة فيديو أو (كوميكس) أو من خلال تعليق، كما تنوعت مصادرها بين مستخدم متخصص وخبير ومستخدم غير متخصص، وتباينت

مستويات المشاركة فيها بين قيادة الرأي والسعي نحو المعلومات وتناقل الآراء، واختلفت طبيعتها بين إيجابية وسلبية، كما اختلفت وسيلتها بين الصفحة الشخصية للمستخدم وتعليقاته على منشورات الصفحات الحكومية الرسمية وفي كلتا الحالتين تظهر لدى جهات اتصاله في الصفحة الرئيسية. والتساؤل الذي يطرح نفسه هنا هو: هل تؤثر تلك الكلمات المنطوقة إلكترونياً في ظل ظروف استثنائية لم تحدث في تاريخ البشرية من قبل على الأمن النفسي الذي يُعد دعامة للأمن القومي؟

ومن هنا يمكن صياغة المشكلة البحثية على النحو الآتي:

في ضوء الاستخدام المتزايد للفيديو في مصر⁽¹⁾، خاصة في ظل ظروف الحجر المنزلي التي فرضتها جائحة كورونا، وفي ضوء تطور طبيعة استخدام الفيديو الذي تحول إلى مشارك نشط في العملية الاتصالية ومنتج للمحتوى وناشر لكلماته التي تعبر عن آرائه واتجاهاته، التي تركزت في ظل تفشي فيروس كورونا المستجد وتطور تداعياته الصحية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية، وتزايد معدلات الإصابة والوفيات، على جهود الحكومة المصرية لمواجهة أزمة فيروس كورونا، وفي ضوء أبعاد العلاقات الاجتماعية التي خلقتها البيئة الافتراضية التي تمثل أساس التفاعل داخلها، تسعى الدراسة الراهنة إلى بحث تأثير الكلمات المنطوقة عبر الفيديو (مستوى المشاركة بها، ومدى الاهتمام بها، وطبيعتها) حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا على مستوى الأمن النفسي للمبحوثين، كما تستهدف الدراسة اختبار تأثير أبعاد العلاقات الاجتماعية (رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيديو، والقابلية للتأثر بالآخرين) كمتغيرات وسيطة على العلاقة بين الكلمات المنطوقة عبر الفيديو حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا ومستوى الأمن النفسي للمبحوثين.

الدراسات السابقة:

بعد الرجوع إلى عدد كبير من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، أمكن تقسيمها إلى ثلاثة محاور على النحو الآتي:

المحور الأول: دراسات تناولت الكلمات المنطوقة إلكترونياً EWOM:

استهدفت دراسة محمد خطاب، ومحمد الهاجري (2020م) الكشف عن دور التسويق الابتكاري للمعرفة البيئية في تعزيز الكلمة المنطوقة الإلكترونية الخضراء، كما

(1) حيث تجاوز عدد مستخدمي الفيديو في مصر 42 مليون مستخدم في نهاية ديسمبر 2019م وفقاً لإحصائيات موقع <https://www.internetworldstats.com/stats1.htm>. تاريخ الزيارة 2020/9/18م

سعت للتعرف على واقع الكلمة الإلكترونية الخضراء بين طلاب جامعة المنصورة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية، وذلك من خلال التعرف على مدى تبنيهم للقضايا البيئية ومشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال آليات التسويق الابتكاري، واعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي والمنهج الاستنباطي، واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات من عينة قوامها 382 مفردة من طلاب جامعة المنصورة، وأثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد التسويق الابتكاري للمعرفة البيئية (التسويق الفيروسي، والتسويق العصبي، والتسويق المغناطيسي) والكلمة الإلكترونية المنطوقة الخضراء لدى طلاب جامعة المنصورة⁽¹⁾.

بينما استهدفت دراسة سالمونس وآخرون "M. Mar Salmones et. al., 2020" تفسير نوايا مشاركة الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول الأخبار السلبية عن المسؤولية الاجتماعية للشركة والتعليق عليها على الفيسبوك، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 208 مفردات من مستخدمي الفيسبوك ممن سبق لهم تقييم خبر زائف حول قضية بيئية، ووجدت الدراسة أن الوعي الاجتماعي والبيئي، وكذلك الفائدة المدركة للمعلومات، أهم العوامل الرئيسية التي تؤثر بشكل مباشر على نوايا مشاركة الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول الأخبار الزائفة والتعليق عليها⁽²⁾.

واستهدفت دراسة كورنيوان ومفتوحة "Mohamed Kurniawan & Ida Maftukhah 2020" تحليل تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً وصورة المقصد السياحي وقرار الزيارة على رضا الزائر، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 120 مفردة من زوار قرية Banjarejo السياحية، وأظهرت نتائج الدراسة أن الكلمة المنطوقة إلكترونياً وصورة المقصد السياحي لهما تأثير إيجابي ومهم على رضا الزائر، وتوسط قرار الزيارة العلاقة بين كلٍ من الكلمة المنطوقة إلكترونياً وصورة المقصد السياحي ورضا الزائر⁽³⁾.

أما دراسة فيرنانديز وإيزابيلا "Roberta Fernandes & Giuliana Isabella 2020" فقد سعت للتعرف على إستراتيجيات الاستجابة المختلفة المستخدمة لحماية سمعة المنظمة في بيئة الإنترنت، وذلك فيما يتعلق بمعالجة الكلمات السلبية المنطوقة إلكترونياً، وإجراء مقابلات متعمقة مع (10) من مديري وكالات علاقات عامة تتولى إدارة عدد من العلامات التجارية، وتحليل الكلمات المنطوقة على حسابات مواقع التواصل الاجتماعي للعلامات التجارية نفسها، جاءت إستراتيجية الاعتذار في مقدمة

الإستراتيجيات المستخدمة، يليها إستراتيجية إخفاء الرسالة الأصلية، ثم الرد بشكل خاص على مصدر الكلمة السلبية، وأخيرًا تجاهل التعليقات السلبية من العملاء⁽⁴⁾. وسعت دراسة زنيفا وآخرون "Robert Zniva et al., 2020" لاختبار تأثير ثلاثة أنواع للكلمات المنطوقة إلكترونيًا على اتجاهات المستهلك نحو العلامة التجارية، وطُبقت الدراسة على عينة متاحة قوامها 343 مفردة من طلاب إحدى الجامعات الناطقة باللغة الألمانية، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي، وتوصلت إلى أن الكلمات المنطوقة إلكترونيًا عبر وسائل التواصل الاجتماعي Social Media EWOM جعلت الكلمات المعتادة بين المعارف أو الغرباء وكذلك التقييمات الإجمالية المقدمة حول المنتج عبر المواقع الإلكترونية لا قيمة لها⁽⁵⁾.

وأثبتت دراسة ليز وفيشر "Bettina Lis & Maximilian Fischer 2019" عدم وجود مخاطر عالمية فيما يتعلق بالكلمات المنطوقة الإلكترونية السلبية، فبعد تكوين اتجاه سلبي نتيجة التعرض لكلمات سلبية إلكترونية عن المنتج يمكن للكلمات الإيجابية التي تشر لاحقًا أن تغير من الاتجاه السابق، وللكشف عما إذا كانت الأنواع المختلفة للكلمات السلبية تؤثر بدرجات مختلفة على الاتجاه الإيجابي المبدئي لدى المستهلك، تم إجراء دراسة تجريبية على عينة مكونة من 375 مفردة بمواصفات محددة أهمها: اهتمامهم بدرجة كبيرة بأراء المستهلكين الآخرين، ومشاركتهم بنشاط في اتصالات الكلمة المنطوقة الإلكترونية حول أجهزة الكمبيوتر المحمول، وتوصلت الدراسة إلى أن النقد الوظيفي Functional Criticism يؤثر على اتجاهات المستهلكين بدرجة أكبر من النقد الأخلاقي Ethical Criticism والنقد العاطفي الهدام Destructive Emotional Criticism؛ لذلك أكدت النتائج أن السمات الأخلاقية للعلامة التجارية تؤدي دورًا ثانيًا خلال عملية اتخاذ قرار الشراء مقارنة بالخصائص الوظيفية للمنتج⁽⁶⁾.

وسعت دراسة رانيا محمد الشرقاوي (2019م) إلى الكشف عن تأثير الكلمة المنطوقة إلكترونيًا من حيث (جودة الكلمة، وكمية الكلمة، وخبرة المرسل)، على الثقة في العلامة التجارية (جدارة العلامة التجارية، وأمان العلامة التجارية)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأداته الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية بسيطة قوامها 354 مفردة من عملاء شركة مصر للطيران، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية لأبعاد الكلمة المنطوقة إلكترونيًا على أبعاد الثقة في العلامة التجارية، وكذلك وجود تأثير معنوي لأبعاد الكلمة المنطوقة إلكترونيًا على أبعاد الثقة في العلامة التجارية لدى عملاء شركة مصر للطيران، كما أثبتت الدراسة وجود فروق معنوية لدى

أفراد عينة الدراسة حول أبعاد الكلمة المنطوقة إلكترونيًا وأبعاد الثقة في العلامة التجارية وفقًا للمتغيرات الديموجرافية⁽⁷⁾.

واهتمت دراسة نام وآخرون "*Kichan Nam et. al., 2019*" بالتعرف على محددات الكلمات المنطوقة إلكترونيًا الإيجابية والسلبية، من خلال استبيان تم تطبيقه على عينة قوامها 438 مفردة من أعضاء موقع TripAdvisor ممن سبق لهم الإقامة بأحد الفنادق المجدولة بالموقع خلال الستة أشهر الأخيرة، وكانوا قد قرأوا تعليقات حول الفندق قبل الإقامة به، وتوصلت الدراسة إلى أن العملاء يكتبون كلمات سلبية عندما يكونوا غير راضين، وعندما تتعارض تجربتهم الواقعية مع الكلمات المنطوقة إلكترونيًا عبر الموقع في الفترة السابقة لتجربتهم الواقعية، وهو ما يعني أن توقعاتهم عبر الإنترنت لم تتأكد، أما الكلمات الإيجابية فلم تتأثر بتأكيد التوقعات بشأن المنتج أو الخدمة، ولا بتأكيد التوقعات بشأن الكلمات المنطوقة إلكترونيًا السابقة، ولم تتأثر أيضًا بالرضا، وأشارت النتائج إلى أن الرغبة في تقديم النفع للآخرين والارتباط والاستمتاع (وكلها عوامل حسية ترتبط بالمشاعر) تمثل مؤشرات مهمة للكلمات الإيجابية المنطوقة إلكترونيًا، وأن عوامل الإيثار والاستمتاع تمثل مؤشرات مهمة للكلمات السلبية⁽⁸⁾.

واستهدفت دراسة ميسون علي عبد الكريم، وعبد السلام حامد (2019م) التعرف على أثر المنفعة المدركة للشراء عبر الإنترنت على النية الشرائية، وما إذا كانت الكلمة المنطوقة إلكترونيًا تعدل العلاقة بين المتغيرين السابقين، واستخدمت الدراسة الاستبيان لجمع البيانات من عينة من المشاركين في مجموعات الشراء عبر الفيسبوك والواتساب بلغ عددها 173 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين المنفعة المدركة للشراء عبر الإنترنت والنوايا الشرائية، وأثبتت الدراسة أن الكلمة المنطوقة إلكترونيًا تعدل العلاقة بينهما⁽⁹⁾.

بينما سعت دراسة ديلافروز وآخرون "*Narges Delafrooz et. al., 2019*" إلى التعرف على المدى الذي يعكس من خلاله المستهلكون سلوكهم واتجاهاتهم نحو العلامة التجارية، وتصوراتهم عن جودة العلامة، واستخدامهم لموقع إنستجرام، وعدد العلامات التجارية التي يتابعونها على المستهلكين الآخرين، وذلك بهدف توجيه المسوقين وخبراء وسائل التواصل الاجتماعي إلى المداخل الأكثر ملاءمة لإدارة العلامة التجارية، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية متاحة قوامها 384 مفردة من مستخدمي الإنستجرام، وتوصلت الدراسة إلى أن الاتصالات بين الأقران Peer Communication، والاتجاه نحو العلامة التجارية Brand Attitude، وجودة العلاقة بالعلامة التجارية Brand

Relationship Quality تؤثر جميعاً على طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً على انستجرام، كما أشارت النتائج إلى أن المستويات الأعلى من التفاعل مع المتابعين على انستجرام، والاستخدام المتكرر، وعدد المنشورات تؤدي إلى تأثير أكبر من قبل الأعضاء على اتصالات الكلمة المنطوقة إلكترونياً⁽¹⁰⁾.

واختبرت دراسة عباس وآخرون "Humza Abbas et. al, 2018" تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً بين المستهلكين على صورة العلامة التجارية ونوايا الشراء، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي بالتطبيق على عينة مكونة من 385 مفردة ممن شاركوا بمعلومات عبر مجموعات الشراء الباكستانية عبر الإنترنت وتفاعلوا مع المستخدمين الآخرين، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول صناعة الملابس الباكستانية عبر مجموعات الشراء عبر الإنترنت وصورة العلامة التجارية وكذلك نوايا الشراء⁽¹¹⁾.

وقدمت دراسة جفيلي وليفي "Yaniv Gvili & Shalom Levy 2018" نموذجاً نظرياً مقترحاً يفسر تفاعل المستهلكين مع اتصالات الكلمات المنطوقة إلكترونياً عبر الشبكات الاجتماعية وفقاً للسمات الرئيسية للوسيلة (المصداقية المدركة، ورأس المال الاجتماعي)، واختبار دقة النموذج طبقت الدراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك والواتساب قوامها 506 مفردات من خلال الاستبيان الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى أن رأس المال الاجتماعي التواصلي أكثر تأثيراً من رأس المال الاجتماعي الترابطي فيما يتعلق بالمصداقية المدركة والاتجاه والمشاركة السلوكية في الكلمات المنطوقة إلكترونياً، كما توصلت إلى أن المصداقية المدركة للوسيلة تؤثر في تعزيز مشاركة المستهلكين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً، بشرط أن يكون لدى المستهلك اتجاه إيجابي مسبق نحو الوسيلة⁽¹²⁾.

واستهدفت دراسة مضاء فيصل الياسين (2017م) التعرف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي من خلال الكلمة المنطوقة الإلكترونية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي الإحصائي، ومن خلال الاستبيان الإلكتروني تم جمع بيانات الدراسة من عينة عمدية قوامها 396 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المتواجدين على الصفحات المتخصصة ببيع الملابس بالأردن، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأبعاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الوعي بخصائص الموقع، والتفاعل) على السلوك الشرائي من خلال الكلمة المنطوقة ببعديها (الكلمة من قبل المشاهير، والكلمة من قبل الأصدقاء) لقطاع الملابس في الأردن⁽¹³⁾.

أما دراسة تينج وآخرون "Shasha Teng et. al., 2017" فقد سعت للتعرف على العوامل المؤثرة على اتجاهات وسلوك المستهلكين الصينيين والماليزيين عند معالجة الرسائل المقنعة للكلمات المنطوقة إلكترونياً، وطُبقت الدراسة على عينة احتمالية قوامها 147 مفردة من الطلاب الصينيين، من خلال نشر رابط الاستبيان على 3 مجموعات لاستكمال الدراسة بالخارج على منصة QQ (تطبيق للرسائل الفورية)، و125 مفردة من الطلاب الماليزيين، من خلال نشر رابط الاستبيان على المجموعات الخاصة باستكمال الدراسة بالخارج على موقع الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين الصينيين والماليزيين يقرأون التقييمات reviews عبر الإنترنت بشكل متكرر بدرجة أكبر من نشر تعليقاتهم عبر الشبكات الاجتماعية، وجاءت جودة الحجة Argument Quality باعتبارها العامل الأكثر تحديداً لرسائل الكلمات المنطوقة إلكترونياً المقنعة Persuasive EWOM Massage، وقد وضع المستخدمون الصينيون وزناً أعلى لجودة الحجة من نظرائهم الماليزيين، والأمر نفسه بالنسبة لمصدقية المصدر التي مثّلت عاملاً آخرًا للحكم على مدى إقناعية الكلمات المنطوقة إلكترونياً، وفيما يتعلق بجاذبية المصدر فقد قيّم المستخدمون الصينيون والماليزيون الكلمات المنطوقة على أنها جذّابة في حالة توافقها مع آرائهم، أما بالنسبة للتصورات حول المصدر -كعامل مؤثر آخر على مدى إقناعية الكلمات المنطوقة إلكترونياً- فقد مثّلت التقييمات الصادرة من الأصدقاء والأشخاص ذوي الخلفية التعليمية والاجتماعية المماثلة مصادر مهمة جدًّا عند اتخاذ قرار بشأن الدراسة بالخارج بالنسبة للماليزيين، على عكس الصينيين، وفيما يتعلق بأسلوب المصدر فقد فضّل المستخدمون الماليزيون التقييمات التفصيلية المدعمة بالصور، وأثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة اقناع الكلمات المنطوقة إلكترونياً وتغيير الاتجاه لدى المستخدمين الصينيين والماليزيين⁽¹⁴⁾.

وسعت دراسة هاجر نوبي (2017م) للتعرف على ماهية التأثيرات الإيجابية أو السلبية الناتجة عن الكلمات المنطوقة حول شركات المحمول الثلاثة، التي تنعكس على صورة العلامة التجارية لهذه الشركات لدى الجمهور المصري، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وطُبقت على عينة عمدية قوامها 300 مفردة من مستخدمي صفحات شركات المحمول عبر الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين الأبعاد الثلاثة المدروسة للكلمة المنطوقة إلكترونياً (جودة الكلمة، وكثافة انتشارها، وثقة الجمهور بها) وصورة العلامة التجارية المنعكسة في أذهان جمهور الشركات الثلاث، ووفقاً لنتائج الدراسة تقدمت التأثيرات السلبية للكلمة المنطوقة إلكترونياً على التأثيرات الإيجابية⁽¹⁵⁾.

واستهدفت دراسة داليا محمد عبد الله (2015م) بحث العوامل المؤثرة على قيام الفرد باتصالات الكلمة المنطوقة عبر الفيسبوك، وكذلك بحث العلاقة بين الرغبة في الاشتراك في الكلمة المنطوقة الإلكترونية والنوايا الشرائية للفرد، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وتم تطبيق الاستبيان على عينة عمدية قوامها 437 مفردة من مستخدمي الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى أن 74.1% من المبحوثين لديهم رغبة متوسطة للاشتراك بالكلمة المنطوقة إلكترونياً بأبعادها المختلفة، و15.8% منهم لديهم رغبة مرتفعة للاشتراك، و81.4% من المبحوثين تتأثر نواياهم الشرائية بالكلمات المنطوقة إلكترونياً بدرجة متوسطة ومرتفعة، وأثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباط بين (مدرجات الأفراد للعلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، وقابلية الفرد للتأثر بالآخرين، والثقة في أعضاء شبكة الفرد الاجتماعية) والرغبة في الاشتراك في الكلمة المنطوقة إلكترونياً بأبعادها المختلفة⁽¹⁶⁾.

وتحققت دراسة هورنيك وآخرون "*Jacob Hornik et. al., 2015*" من التحيز السلبي للكلمات المنطوقة إلكترونياً من خلال دراسة سلوك النشر الفعلي، ولتحقيق ذلك تم إجراء دراستين إلكترونياً، إحداهما تجريبية على (81) من طلاب الماجستير، والأخرى ميدانية على (61) من طلاب الماجستير، وبما يتفق مع نظرية التأثير الاجتماعي الديناميكي، أظهرت النتائج أن المستهلكين ينشرون المحتوى السلبي عبر الإنترنت إلى عدد كبير من المتلقين، ولفترة أطول، وبطريقة أكثر تفصيلاً، وبشكل قابل للاستيعاب بدرجة أكبر مما يفعلون مع المعلومات الإيجابية⁽¹⁷⁾.

وبحثت دراسة فو وآخرون "*Jen-Ruci Fu et. al., 2015*" العوامل المؤثرة على نوايا المشاركة في اتصالات الكلمات المنطوقة إلكترونياً بنوعيتها (الإيجابية والسلبية)، ووظفت الدراسة عامل الخبرة المبني على تجارب التسوق السابقة كعامل وسيط (حيث طلب من المبحوثين استدعاء تجارب التسوق الإيجابية والسلبية التي تمت في الفترة الأخيرة)، ووفقاً لنتائج الدراسة فقد تأثرت نوايا نشر الكلمات الإيجابية بدرجة أكبر بالعوامل السلوكية أو المرتبطة بالمواقف، أما نوايا نشر الكلمات السلبية فقد تأثرت بالضغط الاجتماعي Social Pressure⁽¹⁸⁾.

وفي السياق ذاته، استهدفت دراسة إيمان خطاب، وجيهان رجب (2014م) التعرف على تأثير أبعاد العلاقات الاجتماعية (الثقة، وقوة العلاقة، والتشابه، ورأس المال الاجتماعي) كمحددات للكلمة المنطوقة الإلكترونية على السلوك الشرائي للشباب، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها 433 مفردة من طلاب جامعة عين شمس، وتوصلت

الدراسة إلى أن الشباب الجامعي يعتمد في قراره الشرائي بمراحله (الوعي، والاهتمام، والقرار الشرائي) على أبعاد العلاقات الاجتماعية للكلمة المنطوقة، وهو ما يعني وجود تأثير إيجابي قوي للكلمة المنطوقة على مراحل اتخاذ قرار شراء السلع غير المعمرة (19). أما دراسة جيناداري "Erandi Jinadari 2014" فقد استهدفت اختبار تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً على تقييم العلامات التجارية في أوقات الدعاية السلبية، وذلك من خلال تحليل الدراسات المتوفرة في إدارة الأزمات والاتصال من خلال الكلمات المنطوقة الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أنه في حالة اختلاف الكلمات المنطوقة في أوقات الأزمات فإن تواصل الشركة مع عملائها لتحفيز التقييمات الإيجابية يتوسطه نوع المنصة التي يتم التواصل من خلالها؛ فتدخل الويب الاستباقي Proactive Web (الاتصالات القائمة على التنبؤ) يؤدي إلى مزيد من التقييمات الإيجابية لمحتوى العلامة التجارية بدرجة أكبر من الويب التفاعلي Reactive Web (الاتصالات القائمة على رد الفعل)، وبدرجة أكبر من المحتوى المنتج من قبل المستهلك UGC (20).

المحور الثاني: دراسات تناولت الأمن النفسي وعلاقته باستخدام الإنترنت والشبكات الاجتماعية:

استهدفت دراسة نيو وآخرون "Gengfeng Niu et. al., 2020" اختبار الدور الوسيط للأمن النفسي والنمو العقلي في العلاقة بين التعرض للتمر الإلكتروني والاكتماب بين المراهقين، واستخدمت الدراسة الاستبيان لجمع البيانات من عينة قوامها (755) مراهقاً من طلاب اثنتين من المدارس الثانوية صغيرة الحجم، وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتباط إيجابي دال إحصائياً بين التعرض للتمر الإلكتروني والإصابة بالاكتماب من خلال التأثير الوسيط للأمن النفسي، ومثلت العقلية عالية النمو وسيطاً إيجابياً في العلاقة بين التعرض للتمر الإلكتروني والأمن النفسي والاكتماب لدى المراهقين، وأثبتت النتائج أيضاً أن التمر الإلكتروني يدمر الأمن النفسي؛ فهو يؤدي إلى الشعور بالعزلة وعدم الأمان، وأن الشدائد الشخصية لا يمكن السيطرة عليها، كما أنه أحد العوامل المهمة المؤدية للإدراك السلبي الخاطئ (مثل القلق واليأس)؛ وهو ما يؤدي إلى مستويات أعلى من الاكتماب (21).

واختبرت دراسة القداح وآخرون "Mohammad Al Qudah et. al., 2020" العلاقة بين التمر الإلكتروني والأمن النفسي والوحدة النفسية والعمر، وتحديد القوة التنبؤية للمتغيرات الثلاثة على التمر الإلكتروني بين طلاب الجامعة، واستخدمت الدراسة الاستبيان لجمع البيانات من عينة قوامها (426) من طلاب الجامعة السعوديين

من الذكور والإناث، وتوصلت الدراسة إلى أن 16.7% من المبحوثين يمارسون التتمر عبر الإنترنت، وكشفت النتائج وجود فروق كبيرة في التتمر الإلكتروني وفقاً للنوع لصالح الذكور، وثبت وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين التتمر الإلكتروني والأمن النفسي والوحدة النفسية والعمر، كما كشفت النتائج أن التتمر الإلكتروني بين طلاب الجامعة يمكن أن يتبأ بالوحدة النفسية والعمر⁽²²⁾.

وسعت دراسة إلهام جلال، وعبد الله صالح (2019م) إلى التعرف على الآثار المعرفية والنفسية والاجتماعية الدينية والأخلاقية والسياسية المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية والأمن النفسي لدى طلاب الجامعة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بشقيه المقارن والارتباطي بالتطبيق على عينة قوامها (230) مفردة من طلاب جامعة الشقراء بالمملكة العربية السعودية، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين الآثار الإيجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية والأمن النفسي ترجع إلى الآثار النفسية والاجتماعية والسياسية، ووجدت الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية بين مرتفعي ومنخفضي الهوية في الآثار الإيجابية (النفسية، والاجتماعية، والسياسية) والأمن النفسي لصالح مرتفعي الهوية الثقافية، بينما لم توجد فروق بينهما في الآثار الإيجابية (المعرفية، والدينية، والأخلاقية)⁽²³⁾.

واختبرت دراسة عبدالله شراب، وسما شراب (2019م) تأثير المناخ الأسري كمتغير وسيط في العلاقة بين العنف الإلكتروني والأمن النفسي، وتحديد مسار العلاقة بين المتغيرات الثلاثة لدى الفئة العمرية 14: 16 عاماً (المراهقة المتوسطة)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطُبقت على عينة عشوائية بسيطة من طلاب الصفوف الدراسية (الثامن، والتاسع، والعاشر) للمدارس التابعة لمديرية تربية وتعليم غرب محافظة خان يونس بفلسطين، وأثبتت النتائج وجود ارتباط عكسي دال إحصائياً بين العنف الإلكتروني والأمن النفسي لدى المبحوثين، ووجود ارتباط طردي بين المناخ الأسري والأمن النفسي؛ فكلما كان المناخ الأسري أكثر إيجابية ارتفع مستوى الأمن النفسي، كما أثبتت وجود تأثير سلبي للمناخ الأسري على العنف الإلكتروني، وهو ما يدل على أن المناخ الأسري الإيجابي له دور في تعزيز الأمن النفسي بعد التعرض للعنف الإلكتروني⁽²⁴⁾.

واستهدفت دراسة عبير الصبان، وسماح الحربي (2019م) رصد العلاقة بين الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وإدمانها وتهديد الأمن النفسي والسيبراني لدى طلاب جامعة طيبة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطُبقت على

عينة عشوائية قوامها (252) مفردة من طلاب جامعة طيبة بالمدينة المنورة في الفئة العمرية من 19 : 27 عامًا في مستويات دراسية مختلفة وتخصصات مختلفة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط عكسية دالة إحصائيًا بين مستوى إدمان الطلاب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الأمن النفسي لديهم، ووجود علاقة ارتباط عكسية بين تعرض الطلاب للجرائم السيبرانية وأمنهم النفسي، بما يعني انخفاض مستوى الأمن النفسي للطلاب في ضوء ارتفاع مستوى إدمانهم لمواقع التواصل الاجتماعي وزيادة تورطهم في الجرائم السيبرانية⁽²⁵⁾.

ورصدت دراسة أحمد عادل عبد الفتاح (2018م) علاقة تعرض الشباب للعنف الرمزي عبر وسائل الإعلام الجديدة ومدى إدراكهم له بمفهوم الذات والأمن النفسي لديهم، ووظفت الدراسة أسلوب المسح الميداني وأسلوب المقارنة، بالتطبيق على عينة عمدية متاحة قوامها (200) مفردة من الشباب المصري مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة بمحافظات (الدقهلية، والقاهرة، والمنيا، وبورسعيد)، وتوصلت الدراسة إلى أن 98% من الباحثين تعرضوا لمظاهر العنف الرمزي عبر وسائل الإعلام الجديدة، وأثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة ومفهوم الذات والأمن النفسي لديهم، كما أثبتت وجود علاقة ارتباطية عكسية بين تعرض الباحثين للعنف الرمزي عبر وسائل الإعلام الجديدة ومفهوم الذات والأمن النفسي لديهم⁽²⁶⁾.

وسعت دراسة جيا وآخرون "*Jicho Jia et. al., 2017*" لبحث التأثير الوسيط للأمن النفسي والأقران ذوي السلوك المنحرف على العلاقة بين الطالب والمعلم وإدمان الإنترنت. طُبقت الدراسة على عينة قوامها (747) من طلاب المدارس الإعدادية في مقاطعة Henan بالصين بمتوسط عمر 13.73. ووفقًا لنتائج الدراسة ارتبطت علاقة المعلم بالطالب سلبيًا بإدمان الإنترنت، وتوسط متغيري الأمن النفسي والارتباط بالأقران ذوي السلوك المنحرف العلاقة بين الطالب والمعلم وإدمان الإنترنت جزئيًا⁽²⁷⁾.

واستهدفت دراسة همت مختار مصطفى (2016م) تحديد العلاقة بين استخدام الفيسبوك والمتغيرات النفسية (الثقة بالنفس، وتقدير الذات، والأمن النفسي) وبيان الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام الفيسبوك لدى عينة عشوائية قوامها (150) من الطلاب الملتحقين بالمؤسسات الإيوائية بمرحلتي التعليم المتوسط والثانوي، الذين تتراوح أعمارهم بين 13 : 18 عامًا بمحافظة القاهرة في العام الدراسي 2015 / 2016م، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين استخدام الفيسبوك والثقة

بالنفس وكذلك تقدير الذات والأمن النفسي، وظهرت فروق دالة إحصائية بين مستخدمي الفيسبوك في المتغيرات الثلاثة لصالح المستوى الأعلى للاستخدام، بما يعني أن المبحوثين الأكثر استخداماً للفيسبوك هم الأعلى ثقة بأنفسهم والأكثر تقديرًا لذواتهم ومستوى الأمن النفسي لديهم مرتفع⁽²⁸⁾.

المحور الثالث: دراسات تناولت الإدارة الحكومية لأزمة كورونا:

استهدفت دراسة أمال إسماعيل محمد زيدان (2020م) قياس مدى فاعلية الإستراتيجيات الاتصالية والإدارية التي استخدمتها الحكومة في المراحل الثلاث للأزمة، كما سعت للتعرف على إستراتيجيات الإعلام الرسمي في مواجهة الشائعات، ومدى التزامه في تناوله للأزمة بالمعايير المهنية، وذلك من وجهة نظر النخبة المصرية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقه الميداني، وتم التطبيق على عينة عمدية من النخبة الإعلامية والأكاديمية والطبية قوامها (120) مفردة موزعة بالتساوي، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود تراخٍ من جانب الحكومة في اتخاذ بعض القرارات في مرحلة ميلاد الأزمة، حيث جاء تقييم النخبة لقرارات هذه المرحلة في مستوى المتوسط بنسبة 56.7٪، بينما ارتفع مستوى التقييم لقرارات مرحلة الوقاية والاستعداد إلى 74.2٪، وتصدرت إستراتيجية تقديم المعلومات الإستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها الحكومة المصرية في إدارة أزمة كورونا، تليها إستراتيجية تحويل اللوم إلى المواطنين بسبب سلوكياتهم، ثم إستراتيجية تقديم الأزمة على أنها جائحة مأساوية ونكبة على الجميع، وفيما يتعلق بالتناول الإعلامي للأزمة، فقد ركز الإعلام الرسمي على استخدام الإستراتيجيات الدفاعية في محاربة الشائعات، حيث جاءت إستراتيجية التواصل مع المسؤولين في المقدمة بنسبة 47.5٪، تليها الإستراتيجية النفسية 42.5٪، ثم الإستراتيجية الثقافية والاجتماعية لتعديل سلوكيات المواطنين وتصحيح المفاهيم المغلوطة بنسبة 40٪⁽²⁹⁾.

وسعت دراسة إيسايسون وآخرون "Beter Esaiasson et. al., 2020" للتعرف على مدى التغير في ثقة المواطن السويدي المؤسسية والشخصية مع تطور أزمة كورونا من مرحلة أولية إلى جائحة في ربيع 2020م، وطُبقت الدراسة إلكترونياً على عينة طبقية كبيرة الحجم بلغ قوامها (11406) مفردات، ووفقاً لنتائج الدراسة، أدى تطور أزمة فيروس كورونا إلى مستوى أعلى من الثقة المؤسسية والشخصية للجمهور السويدي، وجاء تأثير الأزمة أقوى على مستوى الثقة في السلطات الحكومية مقارنة بالثقة الشخصية في الجهات الأخرى غير المعروفة بالنسبة للمبحوثين، حيث اتبعت الحكومة السويدية نهجاً فريداً لإدارة الأزمات قائم على الثقة بما يعني الامتثال الطوعي من جانب الجمهور بدلاً

من الإغلاق الإجباري للمجتمع، وأظهرت النتائج أن المواطنين السويديين يتفاعلون مع أزمة فيروس كورونا على أنها تمثل تهديدًا خارجيًا لمجتمعهم كما لو كانوا في حالة حرب أو عندما يتعرضون لهجوم إرهابي؛ لذلك تنبأت الدراسة بأنهم سوف يلتفوا حول الحكومة بشكل مستقل عن اختيار إستراتيجية التعامل مع الفيروس وبشكل مستقل أيضًا عن الوضع الديموقراطي للنظام⁽³⁰⁾.

بينما استهدفت دراسة نرمين علي عجوة (2020م) التعرف على إستراتيجيات اتصالات المخاطر التي استخدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية في الاتصال بالجمهور المصري عبر الفيسبوك أثناء جائحة كورونا في المراحل المختلفة للأزمة، وذلك من خلال تحليل منشورات صفحتي وزارة الصحة والسكان المصرية والمتحدث الرسمي لها على الفيسبوك تحليلًا كميًا وكيفيًا خلال الفترة من 1 يناير 2020 حتى 30 يونيو 2020م، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه تم استخدام إستراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في غالبية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة بهدف توضيح إجراءات الاستعداد للتعامل مع الأزمة، تليها إستراتيجية الطمأنة للتأكيد على عدم رصد أي حالات مصابة بمصر، ثم إستراتيجية التحذير من المخاطر، واحتلت إستراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية المرتبة الأولى في مرحلة الأحداث الأولية للأزمة، تليها إستراتيجية تخفيض الغموض، ثم إستراتيجية ترويج السلوكيات الفعّالة، ثم إستراتيجية الطمأنة، كما تم استخدام إستراتيجية تصحيح الشائعات وسوء الفهم في هذه المرحلة وما قبل الأزمة بنسبة أكبر من مرحلة الأزمة؛ وهو ما يشير إلى زيادة الشائعات نتيجة الغموض مع اندلاع الأزمة، أما في مرحلة الأزمة فقد غلب استخدام إستراتيجية تخفيض الغموض، تليها إستراتيجية ترويج السلوكيات الفعّالة، ثم إستراتيجية تقديم النصائح⁽³¹⁾.

أما دراسة لي وآخرون "Sabinne lee et. al., 2020" فقد سعت للتعرف على كيفية صنع سياسات إدارة الأزمات، من خلال دراسة حالة لكوريا الجنوبية التي وظفت إستراتيجيات للتعايش مع فيروس كورونا دون اللجوء إلى إغلاق الحياة اليومية للمواطنين، كما بحثت الدراسة أيضًا العوامل الحاسمة لتحقيق التعلم التنظيمي الفعال مثل القيادة والمعلومات والشفافية، فضلًا عن مشاركة المواطنين والحكومة، وأشارت نتائج دراسة الحالة إلى أن الحكومة الكورية وظّفت نموذج التعلم الرباعي - Quadruple-loop Learning model الذي يسلط الضوء على السياق (الحالة العامة للمجتمع الكوري) والتعلم الداخلي والتعلم في المرحلة الأولى والتعلم الخارجي وراء الكواليس، وبناءً عليه دأبت الحكومة الكورية على مراجعة افتراضاتها باستمرار وتصحيح إجراءاتها وفقًا

لتطورات الوضع، ولذلك تعتبر إدارة الأزمات في كوريا الجنوبية واحدة من أنجح الحالات في التخفيف الاستباقي Proactively Mitigating من آثار جائحة كورونا دون حدوث اضطرابات جوهرية في الأنشطة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وفي إطار نظرية التعلم التنظيمي Organizational Learning Theory وظّفت الحكومة الكورية نهج القيادة الرشيقة التكيفية فالقرارات السياسية الحاسمة تبنى على الأدلة والأحكام المقدمة من المتخصصين في الطب والأوساط العلمية، كما شاركت شركات القطاع الخاص والمواطنون بفاعلية في عمليات صنع السياسات العامة من خلال الامتثال الطوعي لإرشادات الحكومة، مثل ارتداء الأقنعة والتعقيم الشخصي والتباعد الاجتماعي⁽³²⁾.

وفي السياق ذاته، وبما يتفق مع أهداف ونتائج الدراسة السابقة، استهدفت دراسة كريستينسين "Tom Christensen 2020" وصف كيفية تعامل الحكومة النرويجية مع جائحة فيروس كورونا وتحليلها، والبحث عن أسباب تفوق النرويج في التعامل مع الأزمة مقارنة بعدد من البلدان الأخرى، وذلك من خلال التحليل الكيفي للإجراءات التي اتخذتها الحكومة النرويجية لمواجهة الأزمة في ضوء الوضع العام للنرويج والموارد المتاحة وتحليل قدرة الحكومة وشرعيتها، ووفقاً لنتائج الدراسة يمكن تفسير الأداء النرويجي العالي في مواجهة فيروس كورونا في سياق تكامل عوامل النجاح (سياسيين أكفاء، ومجتمع عالٍ الثقة، مع بيروقراطية موثوقة ومهنية، ودولة قوية، ووضع اقتصادي جيد، ودولة رفاهية كبيرة، وكثافة سكانية منخفضة)، وتحقق ذلك من خلال:

- قدرة الحكومة النرويجية على الموازنة بين السيطرة السياسية والاستقلالية المهنية؛ حيث تمكنت الجهات الفاعلة السياسية والمهنية معاً من تقديم فهم مقنع لما يحدث وما يجب القيام به لتقليل عواقب الأزمة، الأمر الذي عزز ثقة المواطنين في الحكومة وشرعية الحكم.
- اعتمدت الحكومة النرويجية إستراتيجية قمع، يليها إستراتيجية مكافحة بناء على قرار تعاوني وعملي والتواصل الناجح مع الجمهور ومستوى عالٍ من ثقة المواطنين في الحكومة.
- ركّز النهج النرويجي بشدة على الجانب الصحي، لكنه في الوقت نفسه كان قادراً على تخصيص موارد حكومية كافية وحزم تحفيز لمساعدة المتضررين وإعادة تشغيل الاقتصاد، وبذلك يمكن القول أن نجاح الحالة النرويجية ارتبط بالعلاقة بين القدرة على إدارة الأزمات والشرعية (الشرعية الديمقراطية والقدرة على الحكم)⁽³³⁾.

مناقشة الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- منهجياً: استخدمت أغلب الدراسات منهج المسح بشقه الميداني فقط، ووظفت دراسات محدودة الشق التحليلي، يليه المنهج الوصفي الارتباطي، والمقارن والتحليلي، ثم المنهج التجريبي، وغلب على الدراسات السابقة استخدام الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات، وطُبقت أغلب الدراسات على عينة عمدية وبصفة خاصة العينة العمدية المتاحة، يليها العينة العشوائية البسيطة.
- انقسمت الدراسات المتعلقة بالكلمات المنطوقة إلكترونيًا إلى: دراسات تستهدف الكشف عن العلاقة بين الكلمات المنطوقة إلكترونيًا ومخرجات التسويق (السلوك الشرائي/ النوايا الشرائية، والرضا، والولاء، وصورة العلامة التجارية والاتجاه نحوها والثقة فيها)، ودراسات استهدفت التعرف على العوامل المؤثرة على المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونيًا، وندرت الدراسات التي عالجت الكلمات المنطوقة إلكترونيًا في سياق الأزمات، واقتصرت الأزمات فيها على الدعاية السلبية الناتجة عن الكلمات السلبية حول العلامة التجارية، وبمراجعة نتائج هذه الدراسات تبين ما يأتي:

- أكدت الدراسات وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين الكلمات المنطوقة إلكترونيًا ومخرجات العملية التسويقية، مما يؤكد فاعلية الكلمات المنطوقة إلكترونيًا في تحقيق أهداف التسويق.
- اختلفت محددات الكلمات المنطوقة إلكترونيًا (العوامل المؤثرة على الاشتراك في اتصالات الكلمة المنطوقة إلكترونيًا) بين الدراسات الأحدث (2019: في اتصالات الكلمة المنطوقة إلكترونيًا) بين الدراسات الأحدث (2019: في اتصالات الكلمة المنطوقة إلكترونيًا) في الوعي الاجتماعي والبيئي والفائدة المدركة للمعلومات في دراسة "M. Mar Salmones et. al., 2020"، والإيثار والارتباط والاستمتاع في دراسة "Kichan Nam et. al., 2019"، والاتصالات بين الأقران والاتجاه نحو العلامة التجارية وجودتها ومستويات التفاعل مع المتابعين وكثافة الاستخدام وعدد المنشورات في دراسة "Narges Delafrooz et. al., 2019"، أما الدراسات السابقة لها (2014: 2018م) فقد اتفقت على أبعاد العلاقات الاجتماعية (رأس المال الاجتماعي، والثقة، وقوة العلاقة، والتشابه، والقابلية للتأثر بالآخرين) كمحددات للكلمة الإلكترونية المنطوقة.

- استهدفت أغلب الدراسات المتعلقة بالأمن النفسي دراسة العلاقة بين سلبيات الإنترنت والشبكات الاجتماعية (التنمر الإلكتروني، والعنف الإلكتروني، والجرائم السيبرانية، والعنف الرمزي، وإدمان الإنترنت)، واستهدف بعض آخر منها تحديد العلاقة بين كثافة استخدام الإنترنت والشبكات الاجتماعية -بصفة خاصة الفيسبوك- وكذلك تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد على الأمن النفسي، وبمراجعة نتائج هذه الدراسات تؤكد وجود علاقة ارتباط عكسية بين سلبيات الإنترنت والشبكات الاجتماعية والأمن النفسي للمستخدمين، وثبت وجود علاقة ارتباطية موجبة بين الآثار الإيجابية للاعتماد على وسائل الإعلام الجديد والأمن النفسي.
- في حين سعت الدراسات العربية (المصرية) إلى رصد الإستراتيجيات التي اتبعتها الحكومة في إدارة أزمة كورونا وتقييم فاعلية هذه الإستراتيجيات، استهدفت الدراسات الأجنبية بحث عوامل النجاح في إطار نماذج ونظريات إدارة الأزمات واختبار مدى تأثيرها على ثقة المواطنين في حكوماتهم.
- بناءً على ما سبق، نجد أن الدراسات السابقة تناولت كل متغير من متغيرات الدراسة الراهنة على حدة؛ فدراسات الكلمات المنطوقة إلكترونياً لم تتناول متغير الأمن النفسي على الإطلاق، كما لم يتم معالجتها في سياق الأزمات إلا فيما يتعلق بإستراتيجيات بناء السمعة في حالة تعرض المنظمة لكلمات سلبية، كما أن دراسات الأمن النفسي لم تتطرق إلى الكلمات المنطوقة إلكترونياً بأي شكل من الأشكال، ودراسات الإدارة الحكومية لأزمة كورونا اقتصر على رصد وتحليل إستراتيجيات إدارة الأزمة ودراسة عوامل النجاح ولم تلتفت إلى الكلمات المنطوقة إلكترونياً من جانب الجمهور حول جهود إدارة الأزمة وما قد تحدثه من تأثير على الأمن النفسي لديهم؛ ومن هنا تتأتى أهمية الدراسة الراهنة التي تدرس متغيرات لم تتم دراستها مجتمعة من قبل وهي: "تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول إدارة الحكومة المصرية لأزمة كورونا على الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك".
- وقد ساعد الاطلاع على الدراسات السابقة في تعميق فهم الباحثة بموضوع الدراسة الراهنة معرفياً ونظرياً ومنهجياً، مما أسفر عن:
- التحديد الدقيق لمتغيرات الدراسة، حيث تمثل طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً ومستوى الاهتمام بها ومستوى المشاركة بها المتغيرات المستقلة، ويمثل الأمن

- النفسي المتغير التابع، ويتوسط العلاقة بين المتغيرات السابقة عدد من المتغيرات الوسيطة تجسدت في أبعاد العلاقات الاجتماعية وكثافة استخدام الفيسبوك.
- تطوير النموذج النظري الخاص بالدراسة الراهنة، وسيتم توضيح ذلك بالتفصيل لاحقاً في الإطار النظري للدراسة.
 - تحديد نوع العينة التي تتناسب وطبيعة الدراسة؛ حيث استقرت الباحثة على التطبيق على عينة عمدية متاحة، كما ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في بناء المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة.
 - تفسير النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية بشكل أكثر عمقاً من خلال مقارنتها بنتائج الدراسات السابقة.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الراهنة أهميتها من:

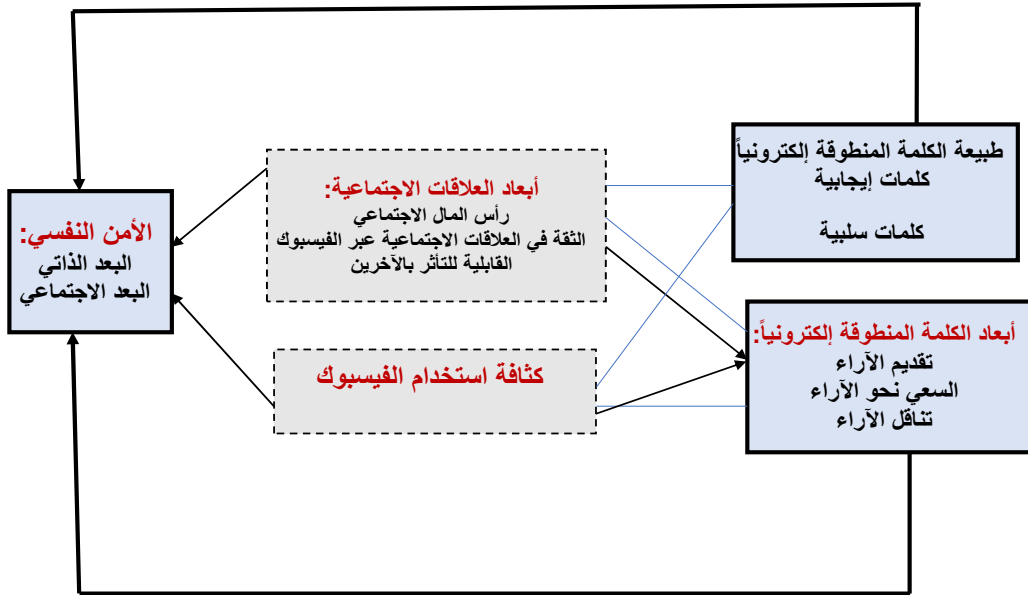
- 1- خطورة الأزمة التي اجتاحت العالم أجمع، التي خلقت حالة استثنائية لم تشهدها البشرية من قبل، كما تستمد أهميتها من استمرار الأزمة وشدة تداعياتها، وعدم وجود علاج أو لقاح ضد الفيروس حتى الآن (فترة إجراء الدراسة سبتمبر 2020م)، وبالتالي استمرار الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة.
- 2- وظّفت الدراسة الراهنة الكلمات المنطوقة إلكترونياً خارج حدود الاتصالات التسويقية بمفهومها التقليدي الذي يربط العلامة التجارية بمنتج أو بخدمة متجاوزة ذلك إلى اعتبار الدولة علامة تجارية، وهو اتجاه لم تلتفت إليه الدراسات السابقة العربية والأجنبية، مما قد يفتح آفاقاً علمية للتعمق فيه من قبل الباحثين في المستقبل.
- 3- تعتبر الدراسة الراهنة من الدراسات البيئية التي تجمع عدد من المجالات العلمية المختلفة هي: علوم الاتصال وعلم النفس، وفي ضوء انعدام الدراسات التي تجمع بين متغيرات الدراسة الراهنة قد تمثل هذه الدراسة إضافة للمكتبة العلمية.
- 4- وعلى المستوى التطبيقي تتجلى أهمية الدراسة فيها قدمته من توصيات بُنيت بدقة على ما توصلت إليه من نتائج- للجنة إدارة الأزمات فيما يتعلق بآليات التوظيف الأمثل لقوة الكلمات المنطوقة عبر الشبكات الاجتماعية أثناء الأزمات.

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف عام يتمثل في: التعرف على تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول إدارة الحكومة المصرية لأزمة كورونا على الأمن النفسي لدى مستخدمي الفيسبوك، وفي إطار هذا الهدف العام تسعى الدراسة إلى:
- 1- التعرف على مستوى اهتمام الباحثين بمتابعة أخبار أزمة فيروس كورونا المستجد، والكشف عن الموضوعات التي يهتمون بمتابعتها فيما يتعلق بالأزمة.
 - 2- الكشف عن مستوى اهتمام الباحثين بآراء وتعليقات أصدقائهم عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، ومن ثم التعرف على درجة اتفاهم أو اختلافهم مع الكلمات السلبية المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، التي انتشرت على الفيسبوك منذ بدء الأزمة.
 - 3- التعرف على مستوى الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك في ظل الأزمة.
 - 4- الكشف عن طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً (إيجابية/ سلبية) حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، ومن ثم اختبار تأثيرها على مستوى الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك.
 - 5- التعرف على مستويات مشاركة مستخدمي الفيسبوك في الكلمات المنطوقة إلكترونياً بأبعادها المختلفة (تقديم الآراء، والسعي نحو الآراء، وتناقل الآراء) حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، ومن ثم الكشف عن تأثيرها على مستوى الأمن النفسي لديهم.
 - 6- التعرف على كثافة استخدام الباحثين للفيسبوك في ظل أزمة فيروس كورونا، وذلك للتعرف على تأثيرها على العلاقة بين طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، وكذا مستويات مشاركة الباحثين بها ومستوى الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك.
 - 7- التعرف على معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي الافتراضي لدى الباحثين، وكذلك مستوى ثقتهم في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، فضلاً عن مستوى قابليتهم للتأثر بالآخرين، وذلك للكشف عن تأثير أبعاد العلاقات الاجتماعية على العلاقة بين طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، وكذا مستويات مشاركة الباحثين بها ومستوى الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك.

الإطار النظري للدراسة:

استنادًا إلى النموذج الذي قدمته سواريس وآخرون *Ana Maria Soares et. al.,* "2020⁽³⁴⁾ وما أجرته عليه داليا عبد الله (2015م)⁽³⁵⁾ من تعديلات، وبمراجعة الدراسات السابقة التي تناولت الكلمة المنطوقة إلكترونيًا لاحظت الباحثة عدم وجود مداخل نظرية أو نماذج محددة يتم التطبيق عليها لدراسة الكلمات المنطوقة إلكترونيًا، ولكن تقدم كل دراسة نموذجًا إجرائيًا خاصًا بمتغيرات الدراسة والعلاقات الارتباطية بينها، وبناء على ما سبق طوّرت الباحثة نموذجًا للدراسة على النحو الآتي:



شكل رقم (1) نموذج الدراسة

شرح النموذج وكيفية تطبيقه على الدراسة:

1) يفترض النموذج أن الكلمات المنطوقة إلكترونيًا ستؤثر على الأمن النفسي

لمستخدمي الفيسبوك ببعديه الذاتي والاجتماعي على النحو الآتي:

- طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونيًا: تعرف الكلمة المنطوقة إلكترونيًا بأنها أي تصريح أو بيان أو تعليق إيجابي أو سلبي، صادر عن عميل محتمل أو فعلي أو سابق حول منتج أو شركة أو علامة تجارية، ويكون متاحًا أمام عديد من الأشخاص أو المؤسسات عبر الإنترنت⁽³⁶⁾، ومع الاتجاه نحو دراسة الدولة كعلامة تجارية Nation Branding نجد أن التعامل مع العلامة التجارية قد امتد خارج حدود المنتجات والخدمات ليشمل الأماكن والدول⁽³⁷⁾، وهو المفهوم الذي تبنته

الدراسة الحالية لتصبح الكلمات المنطوقة إلكترونياً في الدراسة الراهنة هي "أي رأي أو تعليق إيجابي أو سلبي صادر عن مستخدمي الفيسبوك حول جهود الحكومة المصرية لمواجهة أزمة كورونا"، وافترضت الباحثة وجود علاقة ارتباط بين طبيعة الكلمات المنطوقة (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم، وذلك من خلال الفرض الثالث.

- أبعاد الكلمات المنطوقة إلكترونياً: اتفق عديد من الدراسات⁽³⁸⁾ على ثلاثة أبعاد للكلمة المنطوقة إلكترونياً هي:

- تقديم الآراء Opinion Leadership: ويمثل هذا البعد أفراد لديهم الرغبة في تقديم النصح والمعلومات لأصدقائهم؛ لذلك فهم يبادرون بنشر آرائهم وتعليقاتهم حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا عبر الفيسبوك.
- السعي نحو الآراء أو المعلومات Seeking Information: ويمثل هذا البعد الأفراد الذين يطلبون النصح والمعلومات من أصدقائهم عند رغبتهم في صنع قرار أو تشكيل اتجاههم ورؤيتهم الخاصة حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا.
- تناقل الآراء Opinion Passing: ويمثل هذا البعد الأفراد الذين ينقلون المعلومات والآراء التي تصلهم حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا إلى جهات اتصالهم عبر الفيسبوك.

وتحدد الأبعاد الثلاثة السابقة مستوى المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونياً، وفي هذا السياق صنفت دراسة جفيلي وليفي *Yaniv Gvili & Shalom Levy*, "2018 المشاركة في الـ EWOM إلى مشاركة إيجابية وتتجسد في نوايا إرسال الـ EWOM التي تشمل تقديم الآراء وتناقل الآراء، ومشاركة سلبية وتتجسد في نوايا استقبال الـ EWOM المتمثلة في السعي نحو الآراء⁽³⁹⁾. وافترضت الباحثة وجود علاقة ارتباط بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم، وذلك من خلال الفرض الثاني، كما افترضت الباحثة وجود علاقة بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة وأبعاد العلاقات الاجتماعية لديهم، وذلك من خلال الفرض الأول.

2) كما يفترض النموذج أن العلاقة بين الكلمات المنطوقة إلكترونياً والأمن النفسي

ببعديه الذاتي والاجتماعي تتأثر بعدد من المتغيرات الوسيطة على النحو الآتي:

- **أبعاد العلاقات الاجتماعية:** بالرجوع إلى دراسة حسين وآخرين (Md. Alamgir, Yaniv Gvili & Hossain et. al., 2019)⁽⁴⁰⁾ ودراسة جفيلي وليفي (41) (Shalom Levy, 2018) ودراسة (داليا عبد الله 2015م)⁽⁴²⁾ ودراسة (إيمان مدحت خطاب وجيهان عبد المنعم رجب 2014م)⁽⁴³⁾ ودراسة سواريس وآخرين (Ana Maria Soares et. al., 2012)⁽⁴⁴⁾ ودراسة تشو وتشوي (Shu-Chuan Chu & Sejung Marina Choi, 2011)⁽⁴⁵⁾ تبين أن محددات الاشتراك في الكلمات المنطوقة إلكترونياً تتمثل في أبعاد العلاقات الاجتماعية، التي حددتها الدراسات السابقة على أنها (رأس المال الاجتماعي، وقوة الرابطة، والثقة في أعضاء الشبكة الاجتماعية، والقابلية للتأثر بالآخرين)، وبالرجوع إلى التراث الأدبي الخاص برأس المال الاجتماعي، اتضح للباحثة أن قوة الرابطة تعرف ضمناً من نوع رأس المال الاجتماعي، حيث يوجد نوعان لرأس المال الاجتماعي هما: رأس المال الاجتماعي التواصلي Bridging social capital وينشأ من العلاقات ذات الروابط الضعيفة، ورأس المال الاجتماعي الترابطي Bonding social capital وينشأ أساساً من العلاقات ذات الروابط القوية. وبناءً على ما سبق تصبح أبعاد العلاقات الاجتماعية في الدراسة الراهنة هي: رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين.

- **رأس المال الاجتماعي:** يعرف رأس المال الاجتماعي بأنه حصيلة العلاقات والروابط الاجتماعية المتراكمة بين الأفراد بما يعود بالنفع على المجتمع بأكمله⁽⁴⁶⁾، وهو الموارد المحتملة المتاحة للأشخاص من خلال تفاعلاتهم الاجتماعية داخل بعض الشبكات الاجتماعية وما يرتبط بها من معايير المعاملة بالمثل والجدارة بالثقة. وقد تم دمج رأس المال الاجتماعي في بنية الشبكات الاجتماعية ومواقف المشاركين داخل هذه الأنظمة⁽⁴⁷⁾، بحيث يمكن الوصول لهذه الموارد واستخدامها من قبل الجهات الفاعلة داخل الشبكة. ويسعى الأفراد من خلال استخدامهم للشبكات الاجتماعية لزيادة رأس مالهم الاجتماعي أو الحفاظ عليه⁽⁴⁸⁾. ويعد الفيس بوك فضاءً خصباً لاستثمار رأس المال الاجتماعي بما يوفره من علاقات واتصالات وإمكانية الالتحاق والانتماء للعديد من الصفحات والمجموعات ذات

الاهتمامات المشتركة. وبمجرد انضمام الأفراد لهذا العالم الافتراضي لا يلبثون أن ينخرطوا في العديد من النشاطات التي تسهم بشكل أو آخرفى خلق أو تدعيم رأس المال الاجتماعي عبر آليات للتعارف والتشبيك وتعميق التفاعلات⁽⁴⁹⁾. وقد توصلت دراسة هونج ولي *Kineta H. Hung, Stella Yiyun Li, 2007* إلى أن رأس المال الاجتماعي في المجتمع الافتراضي يولد كلمات منطوقة إلكترونياً موثوقاً بها، ولذلك يمكن اعتبار رأس المال الاجتماعي متبناً بال EWOM عبر الشبكات الاجتماعية⁽⁵⁰⁾.

ويتم تصنيف رأس المال الاجتماعي إلى نوعين مرتبطين لا يستبعد أحدهما وجود الآخر، هما:

❖ **رأس المال الاجتماعي التواصلي Bridging social capital:** هو أحد مستويات تحقق رأس المال الاجتماعي، الذي ينشأ بفعل العلاقات الاجتماعية السطحية أو الضعيفة بين الأفراد، وتقتصر مخرجاته الاجتماعية في سعي أطراف العلاقة لتوسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية من خلال اكتساب صداقات جديدة، إضافة إلى الرغبة في تبادل المعلومات أو الأخبار حول الأحداث الجارية.

❖ **رأس المال الاجتماعي الترابطي Bonding social capital:** ينشأ هذا النوع بفعل العلاقات الاجتماعية القائمة بالفعل بين أشخاص يرتبطون بعلاقات اجتماعية قوية كأفراد الأسرة الواحدة أو الأصدقاء المقربين، وتتجلى مظاهر هذا النوع من رأس المال الاجتماعي في سعي أطراف العلاقة لتبادل الآراء والمشاعر الشخصية على نحو يزيد من قوة هذه العلاقات الاجتماعية⁽⁵¹⁾.

وفيما يتعلق بالعلاقة بين بُعدي رأس المال الاجتماعي والمشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونياً والاتجاه نحوها، نجد أنه بالرغم مما أشارت إليه الدراسات التي بحثت الكلمات المنطوقة تقليدياً بأن ميل المستهلكين للمشاركة في اتصالات الكلمة المنطوقة يعتمد على قوة الرابطة الاجتماعية مع الأطراف الأخرى المعنية؛ بما يعني أن اتصالات الكلمة المنطوقة تتم على نطاق واسع داخل المجموعات ذات العلاقات القوية بدرجة أكبر من المجموعات ذات الروابط الضعيفة⁽⁵²⁾، فإن الدراسات التي بحثت ال EWOM قد توصلت إلى أن رأس المال الاجتماعي التواصلي أكثر تأثيراً من رأس المال الاجتماعي الترابطي على المشاركة السلوكية في ال EWOM والاتجاه

نحوها، فالقدرة على الوصول إلى أعضاء مختلفين على الشبكات الاجتماعية يعزز اتجاه المستخدمين نحو الـ EWOM بما يؤدي إلى مستوى أعلى من المشاركة. في المقابل يعتمد تأثير مصادر الروابط الأقوى بشكل أساسي على المصدقية المدركة لهذه المصادر بدلاً من قربها من المستقبل⁽⁵³⁾.

- **الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك:** تعد الثقة بعدًا آخرًا للعلاقات الاجتماعية ذا صلة مباشرة بالكلمات المنطوقة، فقد وجدت الدراسات أن الثقة تسهل تبادل واستخدام المعلومات؛ حيث تتزايد المصدقية المدركة للمعلومات عندما يكون مصدر المعلومات موثوقًا به في العلاقات الاجتماعية. لذلك يصبح منطقيًا الاعتقاد بأن الثقة في الأشخاص كمصادر للمعلومات يمكن أن تؤثر على طبيعة ونمط سلوك الـ EWOM⁽⁵⁴⁾.

- **القابلية للتأثر بالآخرين:** يميل الأفراد الذين يتمتعون بمستوى عالٍ من القابلية للتأثر بالآخرين إلى اتباع توقعات الآخرين ذوي الأهمية، والسعي نحو الآراء والمعلومات التي ينشرها الآخرون، مما قد يؤدي إلى زيادة الكلمات المنطوقة. لذلك يتم تحديد قابلية المستخدم للتأثر بالآخرين كعامل محتمل للعلاقة الاجتماعية التي تتنبأ بالكلمات المنطوقة إلكترونيًا⁽⁵⁵⁾.

- **كثافة استخدام الفيسبوك:** افترضت الباحثة أن كثافة استخدام الفيسبوك قد تعني مزيدًا من الاهتمام والتفاعل مع الكلمات المنطوقة إلكترونيًا، كما قد تؤثر على مستوى المشاركة بالكلمات المنطوقة إلكترونيًا، إضافة إلى أن كثافة الاستخدام يمكن أن تؤثر على تحقق معدل رأس المال الاجتماعي والثقة في أعضاء الشبكة الاجتماعية والقابلية للتأثر بالآخرين؛ لذلك يمكن أن تتوسط العلاقات الارتباطية المفترضة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

وتسعى الدراسة الراهنة لاختبار تأثير المتغيرات الوسيطة السابقة على شدة العلاقة بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم، وذلك من خلال الفرض السادس، وكذلك تأثيرها على شدة العلاقة بين طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونيًا (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم، وذلك من خلال الفرض السابع.

3) يمثل الأمن النفسي المتغير التابع في الدراسة الراهنة، ويعرف الأمن النفسي بأنه شعور الفرد بالسعادة والرضا والراحة النفسية، وبأنه آمن مطمئن، وذلك من خلال إحساسه بأنه متوافق مع ذاته ومع المحيطين به، حيث يتكون الأمن النفسي من بعدين أساسيين أحدهما ذاتي والآخر اجتماعي.

- **البعد الذاتي للأمن النفسي:** هو شعور الفرد بالثقة في النفس والرضا عن الذات وأنه آمن مطمئن لديه القناعة بما كتبه الله سبحانه وتعالى له، قادراً على مواجهة الصعوبات وحل المشكلات التي تواجهه مما يؤدي إلى شعوره بالراحة النفسية.

- **البعد الاجتماعي للأمن النفسي:** هو شعور الفرد بأنه مقبول ومحبوب من المحيطين به، شاعراً بمكانته وأهميته بالنسبة إليهم قادراً على إقامة علاقات اجتماعية إيجابية معهم، وعلى مساعدتهم عندما يلجأون إليه مما يؤدي إلى شعوره بالراحة النفسية⁽⁵⁶⁾.

ويعرف الأمن النفسي إجرائياً بأنه الدرجة الكلية التي تحصل عليها عينة الدراسة في أبعاد مقياس الأمن النفسي وهي: البعد الذاتي متمثلاً في الثقة بالنفس، والرضا عن الذات، والرضا عن الحياة، والشعور بالأمن والأمان، والقدرة على مواجهة الصعاب، والشعور بالراحة النفسية، والبعد الاجتماعي متمثلاً في: الاستقرار الاجتماعي والانتماء للمجتمع، والشعور بالحب والتقدير الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

أولاً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما معدل استخدام المبحوثين للفيسبوك؟
- 2- ما مستوى ارتباط المبحوثين نفسياً بالفيسبوك؟
- 3- ما معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي الافتراضي للمبحوثين؟
- 4- ما مستوى ثقة المبحوثين في علاقاتهم الاجتماعية عبر الفيسبوك؟
- 5- ما مستوى قابلية المبحوثين للتأثر بالآخرين عبر الفيسبوك؟
- 6- ما مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار أزمة فيروس كورونا المستجد؟
- 7- ما الموضوعات التي يهتم المبحوثون بمتابعتها فيما يتعلق بأزمة كورونا؟
- 8- ما مستوى اهتمام المبحوثين بآراء وتعليقات أصدقائهم (الكلمات المنطوقة) عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا؟

- 9- كيف يتفاعل المبحوثون مع الكلمات المنطوقة إلكترونياً من قبل جهات اتصالهم عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا؟
- 10- ما مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة في مواجهة أزمة كورونا؟
- 11- ما طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك؟
- 12- ما مستوى اتفاق المبحوثين مع الكلمات السلبية المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا؟
- 13- ما مستوى الأمن النفسي للمبحوثين؟

ثانياً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا وأبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين طبيعة الكلمات المنطوقة (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين مستوى اهتمام المبحوثين بالكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين مستوى اتفاق المبحوثين مع الكلمات السلبية المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لإدارة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم.

الفرض السادس: تتأثر شدة العلاقة بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم بالمتغيرات الآتية:

- 1- أبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين).
- 2- كثافة استخدام الفيسبوك.

الفرض السابع: تتأثر شدة العلاقة بين طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم بالمتغيرات الآتية:

- 1- أبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين).
- 2- كثافة استخدام الفيسبوك.

الفرض الثامن: توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي لديهم وفقاً لـ:

- 1- المتغيرات الديموجرافية (النوع، والسن، ومستوى التعليم، ومتوسط الدخل).
- 2- كثافة استخدام الفيسبوك.
- 3- الإصابة أو عدم الإصابة بالفيروس.

تصميم الدراسة:

نوع الدراسة:

وفقاً لطبيعة المشكلة البحثية تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية الكمية، التي تستهدف اختبار تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا على الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك، وذلك من خلال وصف وتحليل العلاقة بين طبيعة تلك الكلمات ومدى الاهتمام بها ومستوى المشاركة بها ومدى الاتفاق معها ومستوى الأمن النفسي للمبحوثين، إضافة إلى وصف أبعاد العلاقات الاجتماعية (رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين) للمبحوثين وتحليل تأثيرها على العلاقة بين المتغيرات السابقة.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، باعتباره من أنسب المناهج العلمية ملائمة لطبيعة الدراسة، حيث يتم توظيفه في الدراسة الميدانية لمسح عينة الدراسة من الجمهور المصري من مستخدمي الفيسبوك، للتعرف على تأثير

الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا على الأمن النفسي للمبحوثين.

مجتمع الدراسة الميدانية:

يتمثل مجتمع الدراسة في كل فرد من أفراد المجتمع المصري ممن يستخدمون الفيسبوك وينتمون للفئة العمرية 18 عاماً فأكثر؛ حيث يتميز الفرد في هذه الفئات العمرية بالوعي وإدراك ما يحيط به من متغيرات ومثيرات، كما تضم هذه الفئات العمرية في تصنيفها الديموجرافي مستويات تعليمية مختلفة ومستويات مختلفة للدخل، كما تضم فئات مختلفة من حيث درجة وطبيعة تأثيرها بأزمة فيروس كورونا المستجد؛ حيث تضم طلاب الثانوية العامة، والدبلومات الفنية، وطلاب الجامعات، والدراسات العليا، وأولياء أمورهم، والمعلمين، وأساتذة الجامعات، والموظفين بكافة قطاعات الدولة، إضافة إلى بعض من عمال اليومية وأفراد الأسرة المصرية بشكل عام.

عينة الدراسة الميدانية:

تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية متاحة قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري من مستخدمي الفيسبوك، وتم الاعتماد على العينة العمدية المتاحة باعتبارها الأكثر ملاءمة لطبيعة الدراسة ولطبيعة الفترة الراهنة، حيث تم تطبيق الاستبيان إلكترونياً لصعوبة التطبيق من خلال المقابلة وجهاً لوجه في ظل ظروف انتشار فيروس كورونا، وتم سحب العينة وفق أسلوب كرة الثلج من خلال توجيه أداة الدراسة لمن تنطبق عليهم الشروط، ثم قيامهم بترشيح عدد آخر من الأشخاص تنطبق عليهم الشروط أيضاً للوصول إلى العينة الكلية، وتم تطبيق الدراسة الميدانية خلال شهر سبتمبر 2020م.

ويوضح الجدول الآتي خصائص عينة الدراسة وفقاً للنوع، والفئة العمرية، والمؤهل الدراسي، ومتوسط الدخل الشهري، ومدى الإصابة بفيروس كورونا.

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة

%	ك	خصائص عينة الدراسة	
		النوع	
33.5%	134	ذكر	
66.5%	266	أنثى	
37.8%	151	من 18 إلى أقل من 25 عاما	السن
36.8%	147	من 25 إلى أقل من 35 عاما	
19.5%	78	من 35 إلى أقل من 45 عاما	
5.3%	21	من 45 إلى أقل من 55 عاما	
0.8%	3	55 عاما فأكثر	
3.5%	14	طالب	مستوى التعليم
1.8%	7	تعليم متوسط	
5.3%	21	تعليم فوق متوسط	
51.2%	205	تعليم جامعي	
38.2%	153	دراسات عليا	
32.3%	129	أقل من 3 آلاف جنيه	متوسط الدخل الشهري للأسرة
35.2%	141	من 3 آلاف لأقل من 5 آلاف جنيه	
19.5%	78	من 5 آلاف لأقل من 7 آلاف	
13%	52	7 آلاف فأكثر	
26.5%	106	نعم	مدى الإصابة بكورونا من قبل
73.5%	294	لا	

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات والمعلومات والحقائق والآراء من الباحثين، حيث تم تقسيمه إلى محاور عدة تجيب عن تساؤلات الدراسة وفروضها وتحقق أهدافها، وقامت الباحثة بتصميم استبيان إلكتروني على google drive، وتم وضع رابط الاستبيان⁽⁵⁷⁾ على صفحة الباحثة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وعلى بعض صفحات ومجموعات الموقع، ومن خلال إرساله عبر تطبيق الرسائل الخاص بالموقع، وكذلك عبر الواتساب لجهات الاتصال الخاصة بالباحثة، وطلبت الباحثة ممن استجابوا من متلقي تلك الرسائل وممن استجابوا من خلال الرابط

المنشور على حائط صفحتها الشخصية وعلى مجموعات الموقع أن يُرسلوا الرابط لجهات اتصالهم ممن تتوافر فيهم السمات المطلوبة، ثم قامت الباحثة بإيقاف استقبال الردود على الاستبيان بعد الحصول على (400) استجابة صالحة للتحليل الإحصائي.

مقاييس الدراسة:

1- مستوى الاهتمام بالكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة

كورونا: (المتوسط الحسابي=15.26، الانحراف المعياري=3.389، معامل ألفا

كرونباخ=0.755، معامل الصدق الذاتي=0.868):

تشكل هذا المقياس من سؤالين هما (7 و 8) في استمارة الاستبيان: الأول عن الاهتمام بآراء وتعليقات الأصدقاء على فيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، وتوزعت بدائل الإجابة بين مهتم بدرجة كبيرة (3 درجات)، ومهتم بدرجة متوسطة (درجتان)، ومهتم بدرجة ضعيفة (درجة واحدة)، والثاني يشمل (7) عبارات عن كيفية التفاعل، يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي ببدائل اختيار: دائماً (3 درجات)، وأحياناً (درجتان)، ولا (درجة واحدة)، وتراوحت درجات المقياس ككل بين 8 و 24 درجة، وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى منخفض (8-13 درجة)، ومتوسط (14-18 درجة)، ومرتفع (19-24 درجة).

2- مستوى المشاركة في الكلمة المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة

فيروس كورونا: (المتوسط الحسابي=12.69، الانحراف المعياري=3.652، معامل ألفا

كرونباخ=0.781، معامل الصدق الذاتي=0.883).

يشمل هذا المقياس ثلاثة أبعاد هي: تقديم الآراء (وتمثلها العبارات من 1: 3 بالسؤال رقم 9 في استمارة الاستبيان)، والسعي نحو الآراء (العبارتان 4، و5)، وتناقل الآراء (العبارتان 6، و7)، وبالتالي يمثل هذا المقياس حاصل جمع درجات المبحوثين على العبارات التي يشتمل عليها السؤال رقم (9) في استمارة الاستبيان، وتراوحت درجات المقياس ككل بين (7 و 21) درجة، وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى منخفض (7-11 درجة)، ومتوسط (12-16 درجة)، ومرتفع (17-21 درجة).

3- طبيعة الكلمة المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس

كورونا(58): (المتوسط الحسابي=152.86، الانحراف المعياري=27.033، معامل ألفا

كرونباخ=0.749، معامل الصدق الذاتي=0.865).

يمثل هذا المقياس حاصل جمع درجات المبحوثين على الأسئلة أرقام (10 و 11 و 12 و 13) في استمارة الاستبيان، التي اشتملت على (7) عبارات تعبر عن الإجراءات التي اتخذتها الحكومة المصرية لدعم الاقتصاد المصري، و(17) عبارة تمثل الإجراءات التي اتخذتها الدولة لاحتواء انتشار فيروس كورونا المستجد، و(4) عبارات تجسد أبرز إجراءات التعايش التي أعلنتها الحكومة المصرية في إطار الاتجاه نحو الفتح التدريجي والعودة للحياة الطبيعية، و(19) عبارة تمثل أبرز جهود الدولة لدعم كافة أطراف المجتمع (الأسر الأكثر احتياجًا، والعمالة غير المنتظمة، والمرأة، والشباب، والعاملين بالقطاع العام وأصحاب المعاشات، وطلاب المدارس والجامعات، والمصريين العالقين بالخارج)، وتراوحت درجات المقياس ككل بين (47 و 188) درجة، وتم تصنيف طبيعة الكلمات المنطوقة الصادرة عن جهات الاتصال الخاصة بالمبحوثين عبر الفيسبوك وفق درجاتهم على المقياس إلى سلبية (47-93 درجة)، ومحايدة (94-141 درجة)، وإيجابية (142-188 درجة).

4- مستوى الاتفاق مع الكلمات السلبية التي انتشرت على الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا: (المتوسط الحسابي=60.27، الانحراف المعياري=12.302، معامل ألفا كرونباخ=0.761، معامل الصدق الذاتي=0.872). تم قياس هذا المتغير ب(16) عبارة يشتمل عليها السؤال رقم (15) في استمارة الاستبيان، ويحدد المبحوث موقفه منها على مقياس خماسي، وتراوحت درجات المقياس ككل بين (16 و 80) درجة، وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى موافق (16-37 درجة)، ومحايد (38-58 درجة)، ومعارض (59-80 درجة).

5- مقياس كثافة استخدام الفيسبوك: (المتوسط الحسابي=18.82، الانحراف المعياري=4.223، معامل ألفا كرونباخ=0.749، معامل الصدق الذاتي=0.865). تضمن مقياس كثافة استخدام الفيسبوك في الدراسة الراهنة ثلاثة أبعاد (59)، الأول يقيس معدل الاستخدام اليومي للفيسبوك، والثاني يقيس عدد الأصدقاء والمتابعين عبر الفيسبوك، أما الثالث فيقيس مدى الارتباط النفسي للمبحوث بالفيسبوك، وذلك من خلال (6) عبارات (60)، يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، ومن ثم تراوحت درجات المقياس ككل بين (8 و 26) درجة، وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى منخفض (8-13 درجة)، متوسط (14-20 درجة)، مرتفع (21-26 درجة).

6- مقياس رأس المال الاجتماعي⁽⁶¹⁾: يشتمل هذا المقياس على اثنين من المقاييس الفرعية هي:

أ- رأس المال الاجتماعي الترابطي Poding Social Capital (المتوسط الحسابي=12.37، الانحراف المعياري=3.125، معامل ألفا كرونباخ=0.756، معامل الصدق الذاتي=0.869).
تم قياس هذا المتغير من خلال العبارات من (1: 6) بالسؤال رقم (4) في استمارة الاستبيان، ويحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، وتراوح درجات المقياس بين (6 و 18) درجة، وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى منخفض (6-9 درجات)، ومتوسط (10-14 درجة)، ومرتفع (15-18 درجة).

ب- رأس المال الاجتماعي التواصلي Bridging Social Capital (المتوسط الحسابي=15.88، الانحراف المعياري=2.424، معامل ألفا كرونباخ=0.753، معامل الصدق الذاتي=0.867).
تم قياس هذا المتغير من خلال العبارات من (7: 12) بالسؤال رقم (4) في استمارة الاستبيان، ويحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، وتراوح درجات المقياس ككل بين (6 و 18) درجة، وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى منخفض (6-9 درجات)، ومتوسط (10-14 درجة)، ومرتفع (15-18 درجة).

7- الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك⁽⁶²⁾: (المتوسط الحسابي=7.67، الانحراف المعياري=2.197، معامل ألفا كرونباخ=0.798، معامل الصدق الذاتي=0.893).
تم قياس هذا المتغير من خلال العبارات من (13: 16) بالسؤال رقم (4) في استمارة الاستبيان، ويحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، ببدائل اختيار: موافق (3 درجات)، ولا أستطيع التحديد (درجتان)، ومعارض (درجة واحدة)، وتراوح درجات المقياس ككل بين (4 و 12) درجة، وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى منخفض (4-6 درجات)، ومتوسط (7-9 درجات)، ومرتفع (10-12 درجة).

8- مقياس القابلية للتأثر بالآخرين: (المتوسط الحسابي=8.63، الانحراف المعياري=1.970، معامل ألفا كرونباخ=0.759، معامل الصدق الذاتي=0.871).

تم قياس هذا المتغير ب(4) عبارات يشتمل عليها السؤال رقم (14) في استمارة الاستبيان، ويحدد البحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، وتراوحت درجات المقياس ككل بين (4 و12) درجة، وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى منخفض (4-6 درجات)، ومتوسط (7-9 درجات)، ومرتفع (10-12 درجة).

9- مقياس الأمن النفسي: يشتمل هذا المقياس على اثنين من المقاييس الفرعية،

إضافة إلى المقياس الكلي، وهذه المقاييس هي:

أ- البعد الذاتي للأمن النفسي⁽⁶³⁾: (المتوسط الحسابي=64.72، الانحراف المعياري=8.273، معامل ألفا كرونباخ=0.719، معامل الصدق الذاتي=0.847).

تضمن هذا المقياس (6) أبعاد هي: الثقة بالنفس (تمثلها العبارات من 1 : 5 بالسؤال رقم 16 باستمارة الاستبيان)، والرضا عن الذات (العبارات من 6 : 11)، والرضا عن الحياة (العبارات 12 : 15)، والشعور بالأمن والأمان (16 : 20)، والقدرة على مواجهة الصعاب وحل المشكلات (21 : 24)، والشعور بالراحة النفسية (25 : 30)، وبالتالي يمثل هذا المقياس حاصل جمع درجات المبحوثين على الـ(30) عبارة الخاصة بالبعد الذاتي، التي يشتمل عليها السؤال رقم (16) في استمارة الاستبيان، وتراوحت درجات المقياس ككل بين (30 و90) درجة^(*)، وتم تصنيف مستوى الأمن النفسي للمبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى منخفض (30-49 درجة)، ومتوسط (50-70 درجة)، ومرتفع (71-90 درجة).

ب- البعد الاجتماعي للأمن النفسي: (المتوسط الحسابي=25.80، الانحراف المعياري=3.267، معامل ألفا كرونباخ=0.651، معامل الصدق الذاتي=0.806).

تضمن هذا المقياس بعدين هما: الاستقرار الاجتماعي والانتماء للمجتمع (وتمثله العبارات من 13 : 37)، والشعور بالحب والتقدير الاجتماعي (العبارات من 38 : 42)، وبالتالي يمثل هذا المقياس حاصل جمع درجات المبحوثين على العبارات من (31 : 42) التي يشتمل عليها السؤال رقم (16) في استمارة الاستبيان، وتراوحت درجات المقياس ككل بين (12 و36) درجة، وتم تصنيف مستوى الأمن النفسي

(*) تم مراعاة عكس التكويد بالنسبة للعبارات السلبية.

الاجتماعي للمبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى منخفض (12-19 درجة)، ومتوسط (20-28 درجة)، ومرتفع (29-36 درجة).

ج-الأمن النفسي الكلي: (المتوسط الحسابي=90.52، الانحراف المعياري=10.630، معامل ألفا كرونباخ=0.720، معامل الصدق الذاتي=0.848).

يمثل هذا المقياس حاصل جمع درجات المبحوثين على الـ(42) عبارة التي يشتمل عليها السؤال رقم (16) في استمارة الاستبيان، وتراوحت درجات المقياس ككل بين (42 و36) درجة، وتم تصنيف مستوى الأمن النفسي للمبحوثين وفق درجاتهم على المقياس إلى منخفض (42-69 درجة)، ومتوسط (70-98 درجة)، ومرتفع (99-126 درجة).

إجراءات الصدق والثبات:

للتأكد من صلاحية الاستبيان لتحقيق الهدف الذي صُمم من أجله تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين⁽⁶⁴⁾ من أساتذة العلاقات العامة لتقييم مدى صلاحيتها للإجابة عن تساؤلات الدراسة وفروضها وتحقيق أهدافها، وتم تعديلها وفقاً لما أشار إليه المحكمون، واستخدمت الباحثة معامل الصدق الذاتي لقياس صدق مقياس الدراسة، ويتم حساب الصدق الذاتي من خلال الجذر التربيعي لمعامل الثبات، ولحساب ثبات مقياس الدراسة اعتمدت الباحثة على معامل ألفا كرونباخ α Cronbach، وجاءت جميع القيم الكمية لمعالمي "ألفا كرونباخ" والصدق الذاتي لمقياس الدراسة أكبر من 0.06 وهي قيمة مرتفعة تدل على ثبات وصدق المقياس ومن ثم صلاحيتها للتطبيق كما سبق الإشارة إليه أثناء عرض مقياس الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" SPSS (Version 23)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وحساب الوزن النسبي للبنود المقاسة على مقياس ليكرت، ومعامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)، واختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين

متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)، وتحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)، والاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها، ومعامل الارتباط الجزئي (Partial Correlation Coefficient) لدراسة تأثير متغير وسيط على شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

1- كثافة استخدام المبحوثين للفيسبوك:

أوضحت نتائج الدراسة أن 29.5% من المبحوثين يقضون من 2 لأقل من 4 ساعات يومياً على الفيسبوك، و25.5% يقضون من 4 لأقل من 6 ساعات يومياً، بينما يقضي 24.8% 6 ساعات فأكثر يومياً، ويقضي 20.2% من المبحوثين أقل من ساعتين يومياً، كما أظهرت النتائج أن 43.7% من المبحوثين لديهم من 100 لأقل من 500 صديق ومتابع على الفيسبوك، و29.8% منهم لديهم 1000 صديق فأكثر على موقع الفيسبوك، أما من تراوحت جهات اتصالهم بين 500 لأقل من 1000 صديق ومتابع فقد بلغت نسبتهم 25.2%، بينما امتلك 10.3% من المبحوثين أقل من 100 صديق ومتابع على الفيسبوك.

أما عن نتائج البعد الثالث الذي تضمنه مقياس استخدام الفيسبوك، فقد جاء مستوى الارتباط النفسي للمبحوثين بالفيسبوك متوسطاً في المقام الأول بنسبة 45.5%، وجاء المستوى المرتفع للارتباط النفسي بالفيسبوك في الترتيب الثاني بنسبة 41.5%، أما المستوى المنخفض فقد جاء في الترتيب الأخير بنسبة 13%؛ حيث جاءت عبارة "التواصل عبر الفيسبوك أصبح يشكل أحد الأنشطة الروتينية في حياتي" في الترتيب الأول بوزن نسبي 91.2%، يليها عبارة "أستطيع عن طريق الفيسبوك أن أعبر عن آرائي ومشاعري" بمتوسط حسابي 78.6%، ثم باقي عبارات المقياس بأوزان نسبية متقاربة للغاية.

وبناء على ما سبق، جاءت كثافة استخدام المبحوثين للفيسبوك متوسطة في المقام الأول بنسبة 50.7%، يليها الكثافة المرتفعة للاستخدام بنسبة 37.8%، وأخيراً ذوو الكثافة المنخفضة بنسبة 11.5%، وهو ما يوضحه الجدول رقم (2).

جدول رقم (2) كثافة استخدام المبحوثين للفيسبوك

كثافة استخدام فيسبوك	ك	%
منخفض	46	11.5%
متوسط	203	50.7%
مرتفع	151	37.8%
الإجمالي	400	100%

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصل إليه عديد من الدراسات السابقة، حيث توصلت دراسة داليا محمد عبد الله (2015م) إلى أن 70.5% من إجمالي العينة يستخدمون الفيسبوك بكثافة مرتفعة⁽⁶⁵⁾، كما توصلت دراسة أحمد عادل عبد الفتاح (2018م) إلى أن 81.5% من أفراد العينة يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة استخدامًا كثيفًا⁽⁶⁶⁾، ويمكن تفسير هذا الاختلاف في ضوء اختلاف مقياس كثافة الاستخدام بالدراسة الراهنة الذي تضمن ثلاثة أبعاد هي: عدد ساعات الاستخدام اليومي، وعدد الأصدقاء والمتابعين، ومدى الارتباط النفسي للمبحوثين بالفيسبوك بما يتناسب مع طبيعة الدراسة الراهنة وبما يسهم في تحقيق أهدافها.

2- معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي:

أ- معدل تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي:

وفقاً لنتائج الدراسة، جاءت عبارة "الفيسبوك وسيلة جيدة لمعرفة وتبادل الأخبار حول الوظائف الشاغرة أو فرص التدريب واكتساب المهارات المهنية والوظيفية" في الترتيب الأول ضمن عبارات قياس معدل تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي بوزن نسبي 94%، يليها عبارة "أطلب المساعدة أحياناً من بعض الأصدقاء على الفيسبوك لحل مشكلة ما تواجهني" بوزن نسبي 72%، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "بعض الأصدقاء على الفيسبوك سيقفون بجواري إذا تعرضت لمشاكل شخصية" بوزن نسبي 66.8%، وتقاربت الأوزان النسبية للعبارات الثلاثة الأخيرة بدرجة كبيرة.

وبناء على ما سبق، تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي لدى المبحوثين بدرجة متوسطة في المقام الأول بنسبة 50.5٪، وتقاربت نسبة المعدلين المرتفع والمنخفض، التي مثلت 27.2٪ و 22.3٪ على الترتيب، وهو ما يوضحه الجدول رقم (3).

جدول رقم (3) معدل تحقق رأس المال الاجتماعي الترابطي

معدل رأس المال الاجتماعي الترابطي	ك	%
منخفض	89	22.3%
متوسط	202	50.5%
مرتفع	109	27.2%
الإجمالي	400	100%

ب- معدل تحقق رأس المال الاجتماعي التواصلي:

أشارت نتائج الدراسة إلى تصدر عبارة "الفيسبوك جعل العالم كله في تواصل مستمر" قائمة العبارات التي استهدفت قياس معدل تحقق رأس المال الاجتماعي التواصلي بوزن نسبي 95.2٪، تلتها عبارة "أتعرف من خلال الفيسبوك على ما يفكر فيه الآخرون المخالفون لي في الرأي" بوزن نسبي 91.5٪، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "يدفعي الفيسبوك إلى الاهتمام بقضايا وأحداث لم أكن أهتم بها من قبل" بوزن نسبي 90.7٪، وتقاربت الأوزان النسبية للعبارات الثلاث الأخيرة بدرجة كبيرة.

وبناء على ما سبق، نجد أن رأس المال الاجتماعي التواصلي قد تحقق لدى المبحوثين بدرجة مرتفعة في المقام الأول وبنسبة مرتفعة أيضاً بلغت 76.2٪، ثم جاء بعد ذلك المعدل المتوسط بنسبة 22٪، وهو ما يوضحه الجدول رقم (4).

جدول رقم (4) معدل تحقق رأس المال الاجتماعي التواصلي

فئات رأس المال الاجتماعي التواصلي	ك	%
منخفض	7	1.8%
متوسط	88	22%
مرتفع	305	76.2%
الإجمالي	400	100%

وتوضح النتائج السابقة أن المبحوثين يوظفون الفيسبوك في توسيع شبكة علاقاتهم الاجتماعية واكتساب أصدقاء جدد بصرف النظر عن قوة الرابطة، وكذلك يسعون لتبادل المعلومات والأخبار حول الأحداث الجارية بدرجة أكبر من سعيهم لتوطيد علاقاتهم الاجتماعية القائمة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة تشو وتشوي -Shu

"Chan Chu & Sejung Marina Choi, 2011" من ميل المبحوثين الأمريكيين إلى توسيع شبكاتهم من خلال إجراء عدد ضخم من الاتصالات عن بُعد بما يعني ميلهم لتجسير العلاقات بدرجة أكبر من توثيقها أو ترابطها⁽⁶⁷⁾.

3- الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك:

جدول رقم (5) موقف المبحوثين من عبارات الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	الموقف	
					ك	عبارات
66.3%	1.99	126	152	122	ك	أثق إلى حد كبير في المشتركين معي في صفحتي على الفيسبوك.
		31.5%	38%	30.5%	%	
63.8%	1.92	102	230	68	ك	أصدقائي على الفيسبوك يقدمون آراء صادقة.
		25.5%	57.5%	17%	%	
64.3%	1.93	138	152	110	ك	أشعر بالثقة بشأن إجراء مناقشات مع أصدقائي على الفيسبوك حول الأمور المهمة.
		34.5%	38%	27.5%	%	
61.3%	1.84	138	189	73	ك	أثق في المعلومات أو الأخبار أو القصص الاجتماعية التي ينشرها أصدقائي على الفيسبوك.
		34.5%	47.2%	18.3%	%	

وفقاً لبيانات الجدول السابق، تصدرت عبارة "أثق إلى حد كبير في المشتركين معي في صفحتي على الفيسبوك" الترتيب الأول ضمن عبارات الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك بوزن نسبي 66.3%، وجاءت عبارة "أشعر بالثقة بشأن إجراء مناقشات مع أصدقائي على الفيسبوك حول الأمور المهمة" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 64.3%، واحتلت العبارة "أصدقائي على الفيسبوك يقدمون آراء صادقة" الترتيب الثالث بوزن نسبي 63.8%، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة "أثق في المعلومات أو الأخبار أو القصص الاجتماعية التي ينشرها أصدقائي على الفيسبوك" بوزن نسبي 61.3%.

وفي ضوء ما سبق، جاء مستوى ثقة المبحوثين في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك متوسطاً في المقام الأول بنسبة 46.2%، ومنخفضاً في الترتيب الثاني بنسبة 32%، وتراجع المستوى المرتفع للثقة إلى الترتيب الأخير بنسبة 21.8%، وهي نتيجة يمكن تفسيرها في ضوء ارتفاع معدل رأس المال الاجتماعي الافتراضي التواصلية لدى المبحوثين، الذي ينشأ عن علاقات ضعيفة في الأساس ولا تتطلب وجود معرفة شخصية بين المستخدمين فيصبح منطقياً أن تتأثر مستويات الثقة بهم، وتختلف هذه النتيجة اختلافاً طفيفاً مع ما توصلت إليه دراسة خالد كاظم أبو دوح (2017م)⁽⁶⁸⁾ من أن

50.3% من المبحوثين السعوديين يثقون في الأصدقاء والمتابعين عبر الفيسبوك بينما لا يثق 49.7% منهم في جهات اتصالهم؛ إلا أنها تتفق إلى حد ما مع ما توصلت إليه دراسة شيرين محمد كدواني (2018م) من أن 69% يثقون إلى حد ما في أعضاء الصفحات الاجتماعية -محل الدراسة- و12% منهم يثقون إلى حد كبير في أعضاء الصفحة، بينما لا يثق 19% منهم مطلقاً في أعضاء الصفحة⁽⁶⁹⁾.

4- مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار فيروس كورونا المستجد^(*):

وفقاً لنتائج الدراسة، جاء اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار فيروس كورونا المستجد متوسطاً في المقام الأول بنسبة 43.5%، وبنسبة مقاربة جداً جاء مستوى الاهتمام المرتفع في الترتيب الثاني بنسبة 42%، وتراجعت نسبة المبحوثين المهتمين بدرجة ضعيفة إلى الترتيب الأخير حيث مثلت 14.5% من إجمالي العينة.

5- الموضوعات التي يهتم المبحوثون بمتابعتها فيما يتعلق بأزمة كورونا:

جاء التقرير اليومي بعدد حالات الإصابة والوفيات وحالات الشفاء في مقدمة الموضوعات التي يهتم المبحوثون بمتابعتها فيما يتعلق بالأزمة بنسبة 66.3%، وفي الترتيب الثاني جاءت طرق الإصابة بالفيروس والإجراءات الوقائية اللازم اتباعها بنسبة 62%، أما جهود الدولة لمواجهة الأزمة فقد جاءت في الترتيب الثالث بنسبة 39%، وفي الترتيب الرابع جاء وضع الاقتصاد المصري في ظل الأزمة بنسبة 29.5%، ثم التعاون بين مصر والدول الأخرى في مواجهة الأزمة بنسبة 18.5%.

6- مستوى اهتمام المبحوثين بالكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا:

أشارت نتائج الدراسة إلى أن 45% من المبحوثين اهتموا بالكلمات المنطوقة حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة بدرجة متوسطة، في حين اهتم 34.2% منهم بدرجة ضعيفة، أما الذين اهتموا بدرجة مرتفعة فقد بلغت نسبتهم 20.8%، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء تصدر التقرير اليومي لوزارة الصحة بأعداد الإصابة والوفيات وحالات الشفاء قائمة الموضوعات والمضامين التي اهتم المبحوثون بمتابعتها حول الأزمة بتفضيل المبحوثين متابعة البيانات والمعلومات الصادرة عن جهات رسمية بدرجة أكبر من اهتمامهم بآراء جهات اتصالهم عبر الفيسبوك.

(*) أتيح للمبحوث فرصة اختيار أكثر من بديل.

أما عن نتائج البعد الثاني، الذي تضمنه مقياس مستوى الاهتمام بال EWOM، فقد جاء مستوى تفاعل المبحوثين مع الكلمات المنطوقة حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا من قبل جهات اتصالهم عبر الفيسبوك متوسطاً في المقام الأول بنسبة 58.3%، ثم المستوى المنخفض للتفاعل بنسبة 27.7%، وأخيراً المستوى المرتفع بنسبة 14%، وهي نتيجة تتفق مع النتيجة السابقة، وتمثلت أبرز أشكال التفاعل مع تلك الكلمات المنطوقة (آراء وتعليقات الأصدقاء عبر الفيسبوك) في: الاكتفاء بقراءتها بوزن نسبي 76.3%، ثم قراءة تعليقات الآخرين عليها بوزن نسبي 73.9%، وفي الترتيب الثالث جاء استخدام الرموز التعبيرية لإبداء المشاعر نحوها بوزن نسبي 68.2%، أما التفاعلات الأكثر إيجابية كالتعليق عليها أو الرد على بعض التعليقات التي قدمت حولها أو الإشارة لصديق لمطالعة مضمون البوست أو التعليق وكذلك مشاركة البوست على الحساب الشخصي للمبحوث فقد تراجعت إلى مراتب أقل.

وبناء على ما سبق، جاء مستوى اهتمام المبحوثين بالكلمات المنطوقة حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا من قبل جهات اتصالهم عبر الفيسبوك متوسطاً في المقام الأول بنسبة 52.7%، يليه المستوى المنخفض للاهتمام بنسبة 32.5%، ثم المستوى المرتفع بنسبة 14.8%، وهو ما يتضح من خلال الجدول رقم (6).

جدول رقم (6) مستوى اهتمام المبحوثين بال EWOM حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا

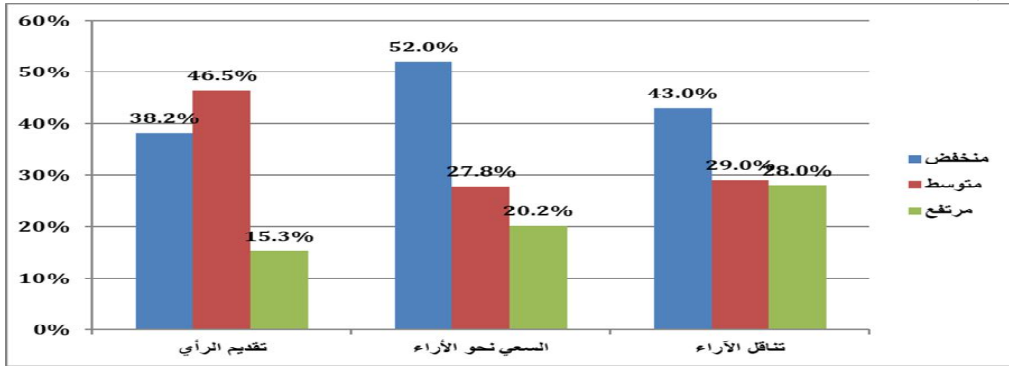
مستوى الاهتمام	ك	%
منخفض	130	32.5%
متوسط	211	52.7%
مرتفع	59	14.8%
الإجمالي	400	100%

7- مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا:

جاءت عبارة "أقدم النصح دائماً لأصدقائي على الفيسبوك حول ضرورة الالتزام بالإجراءات الاحترازية لتجنب العدوى بالفيروس" في الترتيب الأول ضمن العبارات الدالة على تقديم الرأي بوزن نسبي 71.3%، يليها عبارة "أقدم مبررات للآراء التي أوافقها حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا بوزن نسبي 56.5%، ثم عبارة "أحاول إقناع أصدقائي على الفيسبوك برأيي حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا بوزن نسبي 51.6%، وبناءً على هذه النتائج جاء مستوى تقديم الرأي متوسطاً في المقام الأول بنسبة

64.5%، يليه المستوى المنخفض بنسبة 38.2%، وتراجع المستوى المرتفع إلى الترتيب الأخير بنسبة 15.5%.

وتصدرت عبارة "أقرأ تعليقات وآراء أصدقائي على الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة حتى أتمكن من تشكيل رؤيتي الخاصة" العبارات الخاصة ببعده السعي نحو الآراء بوزن نسبي 67.3%، يليها عبارة "أطلب رأي أصدقائي عبر الفيسبوك حول إجراء اتخذته الدولة لمواجهة أزمة كورونا وأتشكك في مدى جدواه" بوزن نسبي 51.3%؛ لذلك جاء مستوى السعي نحو الآراء منخفضاً في المقام الأول بنسبة 52%، يليه المستوى المتوسط بنسبة 27.8%، ثم المستوى المرتفع بنسبة 20.2%، كما جاء المستوى المنخفض لتتأقّل الآراء في الترتيب الأول أيضاً بنسبة 43%، يليه المستوى المتوسط بنسبة 29%، وأخيراً المرتفع بنسبة 28%، حيث حازت عبارة "أميل إلى نقل المعلومات أو الآراء التي أراها مهمة أو مفيدة حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا إلى أصدقائي على الفيسبوك" الترتيب الأول بوزن نسبي 66.3%، يليها عبارة "أعيد نشر المنشورات المتعلقة بجهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا الصادرة عن جهات رسمية أو وسيلة إعلامية على حساباتي على مواقع التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي 58.7%، وهو ما يوضحه الشكل رقم (2).



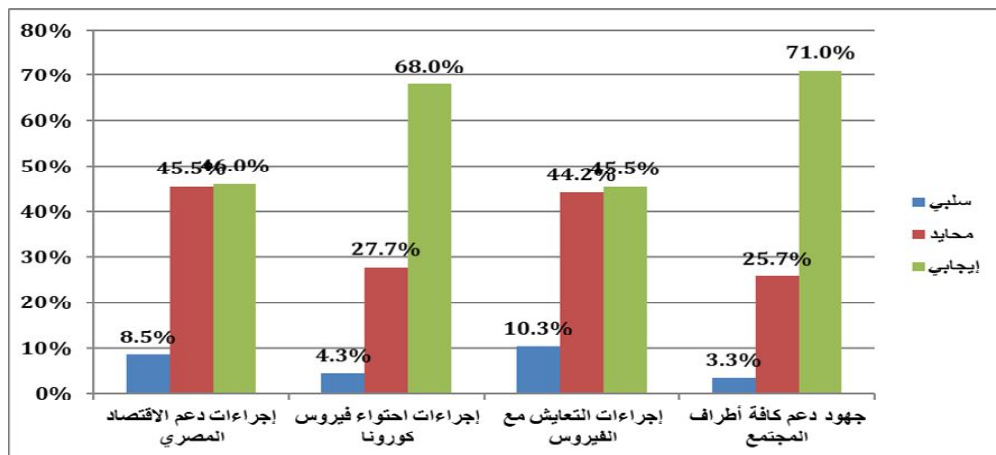
شكل رقم (2) مستوى مشاركة الباحثين في الـ EWOM

وبناءً على ما سبق، جاء المستوى الإجمالي لمشاركة الباحثين في الـ EWOM حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا متوسطاً في المقام الأول بنسبة 43.2%، وبنسبة متقاربة بلغت 40% جاء المستوى المنخفض في الترتيب الثاني، أما المستوى المرتفع فجاء في الترتيب الأخير بنسبة 16.8%، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة داليا محمد عبد الله (2015م) حيث جاءت رغبة الباحثين للمشاركة في الكلمة المنطوقة

إلكترونيًا حول المنتجات والخدمات عبر الفيسبوك متوسطة في المقام الأول بنسبة 74.5%، وأبدى 15.8% رغبة مرتفعة في الاشتراك بالكلمة المنطوقة إلكترونيًا⁽⁷⁰⁾.

8- طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا:

أظهرت نتائج الدراسة أن طبيعة الكلمات المنطوقة من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا جاءت إيجابية في المقام الأول وبنسبة مرتفعة بلغت 71%، وفي الترتيب الثاني جاءت الكلمات المحايدة -التي لا تحمل معني التأييد أو الهجوم كالدعاء برفع الوباء والدعاء للمصابين بالشفاء وللمتوفين بالرحمة- بنسبة 26%، أما الكلمات السلبية فقد تراجعت إلى الترتيب الأخير بنسبة ضعيفة جدًا بلغت 3% فقط، وعلى المستوى التفصيلي نجد أن الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك حول الإجراءات التي اتخذتها الدولة لدعم الاقتصاد المصري في ظل الأزمة جاءت إيجابية بنسبة 46%، وبنسبة مقاربة جدًا بلغت 45.5% جاءت الكلمات المحايدة في الترتيب الثاني، أما الكلمات السلبية فقد اقتصرت نسبتها على 8.5%، وعن طبيعة الـ EWOM حول إجراءات احتواء انتشار الفيروس فقد جاءت إيجابية في المقام الأول بنسبة 68%، ثم الكلمات المحايدة بنسبة 27.7%، ولم تتجاوز الكلمات السلبية 4.3%، وفيما يتعلق بإجراءات التعايش مع الفيروس تقاربت النسب بين الكلمات الإيجابية والمحايدة بدرجة كبيرة، التي جاءت بنسبة 45.5% و 44.2% على الترتيب، ومثلت الكلمات السلبية 10.3%، أما عن جهود دعم الدولة لكافة أطراف المجتمع التي اشتملت على جهود دعم الأسر الأكثر احتياجًا والعمالة غير المنتظمة، ودعم المرأة، والشباب، والعاملين بالقطاع العام وأصحاب المعاشات، وطلاب المدارس والجامعات، والمصريين بالخارج، فقد تصدرت الكلمات الإيجابية المنطوقة حولها المشهد وفقًا لآراء المبحوثين حيث بلغت نسبتها 71%، وبفارق كبير جاءت الكلمات المحايدة في الترتيب الثاني بنسبة 25.7%، وبنسبة ضئيلة جدًا لم تتجاوز 3.3% جاءت الكلمات السلبية في الترتيب الأخير، وهو ما يوضحه الشكل رقم (3).



شكا، رقم (3) طسعة ال EWOM

9- مستوى القابلية للتأثر بالآخرين:

جدول رقم (7) موقف الباحثين من العبارات الدالة على القابلية للتأثر بالآخرين (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	الموقف	
					ك	%
%73.9	2.22	91	131	178	ك	للتأكد من صحة رأيي حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، أتابع آراء وتعليقات أصدقائي على الفيسبوك.
		%22.8	%32.7	%44.5	%	نادراً ما أتبنى وجهة نظر مخالفة لآراء أصدقائي على الفيسبوك.
%64.8	1.94	131	161	108	ك	أحب أن تترك آرائي انطباعاً جيداً لدى الآخرين.
		%32.8	%40.2	%27	%	أفضل أن يكون رأيي حول جهود الدولة في مواجهة الأزمة شبيهاً بآراء أصدقائي على الفيسبوك.
%88.5	2.66	28	82	290	ك	
		%7	%20.5	%72.5	%	
%60.5	1.82	170	134	96	ك	
		%42	%33	%2	%	

وفقاً لبيانات الجدول السابق، جاءت عبارة "أحب أن تترك آرائي انطباعاً جيداً لدى الآخرين" في مقدمة العبارات الدالة على مستوى قابلية الباحثين للتأثر بالآخرين بوزن نسبي %88.5، تلتها عبارة "للتأكد من صحة رأيي حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، أتابع آراء وتعليقات أصدقائي على الفيسبوك" بوزن نسبي %73.9، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "نادراً ما أتبنى وجهة نظر مخالفة لأصدقائي على الفيسبوك" بوزن نسبي %64.8، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة "أفضل أن يكون رأيي حول جهود الدولة في مواجهة الأزمة شبيهاً بآراء أصدقائي على الفيسبوك" بوزن نسبي %60.5.

وبناءً على النتائج السابقة، جاء مستوى قابلية الباحثين للتأثر بالآخرين متوسطاً في المقام الأول بنسبة 52.2%، تلاه المستوى المرتفع بنسبة 32.5%، ثم المستوى المنخفض بنسبة 15.3%. وهي نتيجة منطقية في ضوء توسط مستوى ثقة الباحثين في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك.

10- موقف الباحثين من التعليقات والآراء السلبية التي انتشرت على الفيسبوك حول أزمة فيروس كورونا:

جدول رقم (8) موقف الباحثين من الآراء والتعليقات السلبية حول الأزمة (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض بشدة	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	موافق بشدة	الموقف	
							التعليقات والآراء السلبية	
74.5%	3.73	15	56	89	104	136	ك	اتهام الدولة بإنكار حقيقة وجود حالات مصابة بالفيروس في مصر والتباطؤ في اتخاذ قرار بشأن تفعيل الإجراءات الاحترازية.
		3.8%	14%	22.2%	26%	34%	%	
79.7%	3.98	2	34	82	133	149	ك	عدم كفاية الأماكن المجهزة للعزل لاستيعاب الحالات المصابة وقلة أجهزة التنفس.
		0.5%	8.5%	20.5%	33.3%	37.2%	%	
82.2%	4.11	1	31	66	126	176	ك	تزايد الإصابات بين أفراد الطاقم الطبي وعدم تقديم الرعاية المناسبة للمصابين منهم.
		0.3%	7.7%	16.5%	31.5%	44%	%	
69.8%	3.49	9	79	127	77	108	ك	إجبار حالات مصابة على الخروج من العزل قبل تماثلهم للشفاء بحجة عدم كفاية الأسرة.
		2.3%	19.7%	31.7%	19.3%	27%	%	
79.9%	4.00	4	38	81	109	168	ك	نقص الأدوية والكمادات وأدوات التطهير وارتفاع أسعارها.
		1%	9.5%	20.3%	27.2%	42%	%	
74.3%	3.72	11	64	90	98	137	ك	تعديل بروتوكول وزارة الصحة بعدم إجراء مسحات للمخالطين إلا في حالة ظهور أعراض عليهم.
		2.8%	16%	22.5%	24.5%	34.2%	%	
70%	3.50	25	80	92	76	127	ك	عدم إجراء مسحات للأطباء وأفراد الطاقم الطبي في حالة ظهور أعراض عليهم وتطبيقهم للعزل المنزلي.
		6.3%	20%	23%	19%	31.7%	%	
75.3%	3.76	9	50	102	105	134	ك	خطورة العزل المنزلي للحالات البسيطة وعدم ملاءمته لطبيعة وظروف وإمكانات الشعب المصري.
		2.3%	12.5%	25.5%	26.2%	33.5%	%	
75.3%	3.77	10	41	115	101	133	ك	عدم استجابة الخط الساخن المخصص للإبلاغ عن حالات الإصابة.
		2.5%	10.3%	28.7%	25.3%	33.2%	%	
74.6%	3.73	6	60	103	98	133	ك	فشل نظام التعليم عن بعد.
		1.5%	15%	25.8%	24.5%	33.2%	%	
70.1%	3.50	13	75	119	84	109	ك	فشل تطبيق نظام الأبحاث لفرق النقل بالنسبة للتعليم الأساسي والدبلومات والجامعات.
		3.3%	18.8%	29.7%	21%	27.2%	%	
73%	3.65	8	62	108	106	116	ك	خطورة إجراء امتحانات الثانوية العامة والفرق

		%2	%15.5	%27	%26.5	%29	%	النهائية بالجامعات.
%74.4	3.72	9	54	103	108	126	ك	عدم منطقية رفع الحظر وتخفيف الإجراءات الاحترازية والعودة تدريجياً للحياة الطبيعية في ظل ارتفاع أعداد الإصابة.
		%2.3	%13.5	%25.7	%27	%31.5	%	
%77.9	3.89	6	48	82	111	153	ك	التشكيك في مصداقية أرقام بيان وزارة الصحة بشأن حالات الإصابة والوفاة والشفاء.
		%1.5	%12	%20.5	%27.8	%38.2	%	
%74.8	3.74	12	49	100	109	130	ك	عدم منطقية تقديم المساعدات للدول المتضررة في ظل احتياج مصر إليها.
		%3	%12.3	%25	%27.2	%32.5	%	
%79.7	3.99	15	43	67	83	192	ك	ارتفاع أسعار الكهرباء في ظل الضرر الاقتصادي الذي لحق بأغلب المواطنين بسبب الجائحة.
		%3.8	%10.8	%16.7	%20.7	%48	%	

وفقاً لبيانات الجدول السابق، تصدرت عبارة "تزايد الإصابات بين أفراد الطاقم الطبي وعدم تقديم الرعاية المناسبة للمصابين منهم" قائمة العبارات التي استهدفت قياس مدى اتفاق الباحثين مع التعليقات والآراء السلبية التي انتشرت على الفيسبوك حول الأزمة بوزن نسبي 82.2٪، ثم عبارة "نقص الأدوية والكمادات وأدوات التطهير وارتفاع أسعارها" بوزن نسبي 79.9٪، وفي الترتيب الثالث تساوت العبارتان "عدم كفاية الأماكن المجهزة للعزل لاستيعاب الحالات المصابة وقلة أجهزة التنفس" و"ارتفاع أسعار الكهرباء في ظل الضرر الاقتصادي الذي لحق بأغلب المواطنين بسبب الجائحة" بوزن نسبي 79.7٪، بينما جاءت عبارة "التشكيك في مصداقية أرقام بيان وزارة الصحة بشأن حالات الإصابة والوفاة والشفاء" في الترتيب الرابع بوزن نسبي 77.9٪. وتراجعت إلى المراكز الأخيرة العبارات: "خطورة إجراء امتحانات الثانوية العامة والفرق النهائية بالجامعات" التي احتلت الترتيب العاشر بوزن نسبي 73٪، و"فشل تطبيق نظام الأبحاث لفرق النقل بالنسبة للتعليم الأساسي والدبلومات والجامعات" حيث جاءت في الترتيب الحادي عشر بوزن نسبي 70.1٪ وهي نتيجة منطقية في ظل ضعف استجابة الطلاب للاستبيان الذين لم يتجاوز عددهم (14) طالباً، ثم "عدم إجراء مسحات للأطباء وأفراد الطاقم الطبي في حالة ظهور أعراض عليهم وتطبيقهم للعزل المنزلي" في الترتيب الثاني عشر بوزن نسبي 70٪، وأخيراً "إجبار حالات مصابة على الخروج من العزل قبل تماثلهم للشفاء بحجة عدم كفاية الأسرة" بوزن نسبي 69.8٪.

وجدير بالذكر أن مستوى اتفاق الباحثين مع الآراء والتعليقات السلبية التي انتشرت عبر الفيسبوك حول أزمة فيروس كورونا جاء مرتفعاً بنسبة 95.7٪، وتتفق هذه النتيجة مع ما كشفته نتائج دراسة أمال محمد زيدان (2020م) عن وجود تراخٍ من جانب الحكومة في اتخاذ بعض القرارات في مرحلة ميلاد الأزمة وفقاً لتقييم النخبة المصرية⁽⁷¹⁾.

11- مستوى الأمن النفسي للمبحوثين:

جدول رقم (9)

موقف المبحوثين من العبارات الدالة على بُعد الثقة بالنفس (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	الموقف	
					ك	العبارة
%66.3	1.99	111	182	107	ك	أدرك أن هذه الأزمة ستنتهي بأقل الخسائر.
		%27.8	%45.5	%26.7	%	
%85.8	2.58	43	84	273	ك	أدافع عن آرائي بقوة وثقة.
		%10.8	%21	%68.2	%	
%84.9	2.55	25	131	244	ك	أعرف كيف أتحقق من مصداقية المعلومات.
		%6.3	%32.7	%61	%	
%53.3	1.60	237	86	77	ك	لا أتقبل النقد الموجه لرأيي.
		%59.2	%21.5	%19.3	%	
%82.3	2.47	33	146	221	ك	أثق في قدرتي على التكيف مع الأزمة.
		%8.3	%36.5	%55.2	%	

وفقاً لبيانات الجدول السابق، جاءت عبارة "أدافع عن آرائي بقوة" في مقدمة العبارات الدالة على الثقة بالنفس كأحد أبعاد الأمن النفسي الذاتي بوزن نسبي %85.8، وبفارق بسيط جاءت عبارة "أعرف كيف أتحقق من مصداقية المعلومات" بوزن نسبي %84.9، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة "لا أتقبل النقد الموجه لرأيي" بوزن نسبي %53.3. وبناء على ما سبق، جاء مستوى الثقة بالنفس لدى المبحوثين مرتفعاً في المقام الأول بنسبة %61.8، يليه المستوى المتوسط بنسبة %34.2.

جدول رقم (10)

موقف المبحوثين من العبارات الدالة على بُعد الرضا عن الذات (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	الموقف	
					ك	العبارة
%88.8	2.67	20	94	286	ك	أشعر بالرضا عن نفسي.
		%5	%23.5	%71.5	%	
%67.5	2.03	139	112	149	ك	الأنشطة الهادفة في حياتي قليلة.
		%34.8	%28	%37.2	%	
%73.2	2.20	74	174	152	ك	لدي إمكانيات عالية أسخرها لخدمة الآخرين وتوعيتهم ضد الفيروس.
		%18.5	%43.5	%38	%	
%68.4	2.05	119	141	140	ك	أنتقد أفعالي وممارساتي كثيراً.
		%29.8	%35.2	%35	%	
%65.8	1.97	115	181	104	ك	لا أستطيع التأثير على الآخرين من أجل حمايتهم من فيروس كورونا.
		%28.8	%45.2	%26	%	
%82.2	2.47	25	164	211	ك	لدي إصرار كاف يجعلني أكثر نجاحاً في مواجهة الأزمة.
		%6.3	%41	%52.7	%	

يتضح من بيانات الجدول رقم (10) تصدر عبارة "أشعر بالرضا عن نفسي" قائمة عبارات الرضا عن الذات بوزن نسبي 88.8٪، تلتها عبارة "لدي إصرار كافٍ يجعلني أكثر نجاحًا في مواجهة الأزمة" بوزن نسبي 82.2٪، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة "لا أستطيع التأثير على الآخرين من أجل حمايتهم من فيروس كورونا" بوزن نسبي 65.8٪. ووفقًا لهذه النتائج، جاء المستوى المتوسط للرضا عن الذات بالنسبة للمبحوثين في الترتيب الأول بنسبة 64٪، تلاه المستوى المرتفع بنسبة 30٪، أما من انخفض مستوى رضاهم عن ذواتهم فقد بلغت نسبتهم 6٪.

جدول رقم (11) موقف المبحوثين من العبارات الدالة على بُعد الرضا عن الحياة (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	الموقف	
					ك	ع
76.8٪	2.30	64	151	185	ك	أشعر أن حياتي أفضل وأحصل على ما أستحق.
		16٪	37.8٪	46.2٪	ع	
64.8٪	1.95	150	122	128	ك	أشعر أن الحياة تسير من سيء لأسوأ.
		37.5٪	30.5٪	32٪	ع	
78.3٪	2.35	58	145	197	ك	أشعر بحبي للحياة.
		14.5٪	36.3٪	49.2٪	ع	
65.4٪	1.96	144	127	129	ك	أصبحت الحياة بالنسبة لي عبئًا ثقيلًا.
		36٪	31.8٪	32.2٪	ع	

وفيما يتعلق ببعد الرضا عن الحياة كأحد أبعاد الأمن النفسي الذاتي، جاءت عبارة "أشعر بحبي للحياة" في الترتيب الأول بوزن نسبي 78.3٪، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة "أشعر أن الحياة تسير من سيء لأسوأ" بوزن نسبي 64.8٪، وبناء على ذلك جاء مستوى الرضا عن الحياة لدى المبحوثين في ظل ظروف الأزمة متوسطًا في المقام الأول بنسبة 44.2٪، يليه المستوى المرتفع بنسبة 39.3٪، بينما انخفض مستوى الرضا عن الحياة لدى 16.5٪ من المبحوثين.

جدول رقم (11)

موقف الباحثين من العبارات الدالة على بُعد الشعور بالأمن والأمان (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	الموقف	
					ك	العبارة
٪76.1	2.28	94	99	207	ك	أشعر بالقلق نحو مستقبلي.
		٪23.5	٪24.8	٪51.7	٪	
٪95.8	2.88	7	36	357	ك	لدي قناعة أن ما يحدث هو قضاء الله وقدره.
		٪1.8	٪9	٪89.2	٪	
٪91.7	2.75	19	62	319	ك	أشعر بالخوف من فقدان أحد المحيطين بي بسبب فيروس كورونا.
		٪4.8	٪15.5	٪79.7	٪	
٪73.5	2.21	78	162	160	ك	أشعر أن إصابتي أو إصابة أحد أفراد أسرتي بفيروس كورونا أمر مؤكد.
		٪19.5	٪40.5	٪40	٪	
٪67.5	2.03	110	170	120	ك	أشعر بالاطمئنان على نفسي وأهلي.
		٪27.5	٪42.5	٪30	٪	

وكما يتضح من بيانات الجدول رقم (11)، جاءت عبارة "لدي قناعة أن ما يحدث هو قضاء الله وقدره" في مقدمة عبارات بُعد الشعور بالأمن والأمان بوزن نسبي 95.8٪، ثم عبارة "أشعر بالخوف من فقدان أحد المحيطين بي بسبب فيروس كورونا" بوزن نسبي 91.7٪، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة "أشعر بالاطمئنان على نفسي وأهلي" بوزن نسبي 67.5٪. وجاء مستوى شعور الباحثين بالأمن والأمان متوسطاً بنسبة 60٪، يليه المستوى المنخفض بنسبة 25٪، أما من ارتفع مستوى شعورهم بالأمن والأمان في ظل ظروف الأزمة فقد بلغت نسبتهم 15٪.

جدول رقم (12)

موقف الباحثين من العبارات الدالة على بُعد القدرة على مواجهة الصعاب وحل المشكلات (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	الموقف	
					ك	العبارة
٪80.4	2.41	41	153	206	ك	لدي القدرة على مواجهة الواقع ومشكلاته.
		٪10.3	٪38.2	٪51.5	٪	
٪80.4	2.41	35	165	200	ك	أستطيع أن أحقق طموحاتي مهما واجهت من أزمات.
		٪8.8	٪41.2	٪50	٪	
٪70.3	2.11	104	148	148	ك	تأخري في إنجاز مهماتي في ظل أزمة كورونا يفقدني القوة في التصدي للأزمة.
		٪26	٪37	٪37	٪	
٪85.9	2.58	26	117	257	ك	أثق في القدرة على اتخاذ قراراتي بنفسني خاصة عندما يتعلق الأمر بصحتي.
		٪6.5	٪29.3	٪64.2	٪	

وفيما يتعلق بالقدرة على مواجهة الصعاب وحل المشكلات، جاءت عبارة "أثق في القدرة على اتخاذ قراراتتي بنفسى خاصة عندما يتعلق الأمر بصحتي" في الترتيب الأول بوزن نسبي 85.9٪، وتراجعت عبارة "تأخري في إنجاز مهامى في ظل أزمة كورونا يفقدنى القوة في التصدي للأزمة" إلى الترتيب الأخير بوزن نسبي 70.3٪، ووفقاً لهذه النتائج جاء المستوى المرتفع للقدرة على مواجهة الصعاب وحل المشكلات في الترتيب الأول بنسبة 50٪، يليه المستوى المتوسط بنسبة 44.5٪، وانخفضت القدرة على مواجهة الصعاب لدى 5.5٪ فقط من أفراد العينة.

جدول رقم (13) موقف الباحثين من العبارات الدالة على بُعد الشعور بالراحة النفسية (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	الموقف	
					ك	العبارة
96.8٪	2.90	0	39	361	ك	أتمنى السلامة للآخرين بقدر تمنيتها لنفسى.
		%	%9.8	%90.2	%	
83.1٪	2.49	51	101	248	ك	أشعر أننى ذو مزاج متقلب.
		%12.8	%25.2	%62	%	
78.4٪	2.35	68	123	209	ك	أتهرب من المواقف غير السارة.
		%17	%30.8	%52.2	%	
80.5٪	2.42	62	110	228	ك	أعبر بسهولة عن مشاعرى تجاه الآخرين.
		%15.5	%27.5	%57	%	
70.6٪	2.12	104	145	151	ك	أشعر بانخفاض دائم في معنوياتى.
		%26	%36.2	%37.8	%	
86.4٪	2.59	41	81	278	ك	يزعجنى تدخل المحيطين في قراراتى.
		%10.3	%20.2	%69.5	%	

تشير بيانات الجدول رقم (13) إلى تصدر عبارة "أتمنى السلامة للآخرين بقدر تمنيتها لنفسى" قائمة العبارات الدالة على الشعور بالراحة النفسية لدى الباحثين بوزن نسبي 96.8٪، ثم عبارة "يزعجنى تدخل المحيطين في قراراتى" بوزن نسبي 86.4٪، بينما تراجعت عبارة "أشعر بانخفاض دائم في معنوياتى" إلى الترتيب الأخير بوزن نسبي 70.6٪. وقد جاء مستوى شعور الباحثين بالراحة النفسية متوسطاً في المقام الأول وبنسبة مرتفعة بلغت 80٪، وبفارق كبير جاء المستوى المرتفع في الترتيب الثاني بنسبة 11.5٪.

جدول رقم (14) موقف الباحثين من العبارات الدالة على بُعد الاستقرار الاجتماعي والانتماء للمجتمع (ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	الموقف	
					ك	عبارات
72.7%	2.18	103	122	175	ك	أفضل وجودي مع الآخرين عن التواجد بمفردتي.
		25.8%	30.5%	43.7%	%	
53.2%	1.60	232	98	70	ك	أشعر بأنني عبء على المجتمع.
		58%	24.5%	17.5%	%	
88.3%	2.65	27	87	286	ك	يشعرنني أصدقائي المخلصين بالأمن.
		6.8%	21.7%	71.5%	%	
68.8%	2.07	109	156	135	ك	جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا تجعلني أشعر بالأطمئنان.
		27.3%	39%	33.7%	%	
64.3%	1.93	140	149	111	ك	أشعر بالاستياء ممن حولي.
		35%	37.2%	27.8%	%	
68%	2.04	98	188	114	ك	أعتقد أن الدولة لن تستطيع مواجهة الأزمة.
		24.5%	47%	28.5%	%	
71.8%	2.16	106	126	168	ك	أشعر بالوسوسة والقلق عند التعامل مع أي شخص خوفاً من أن يكون حامل للفيروس.
		26.5%	31.5%	42%	%	

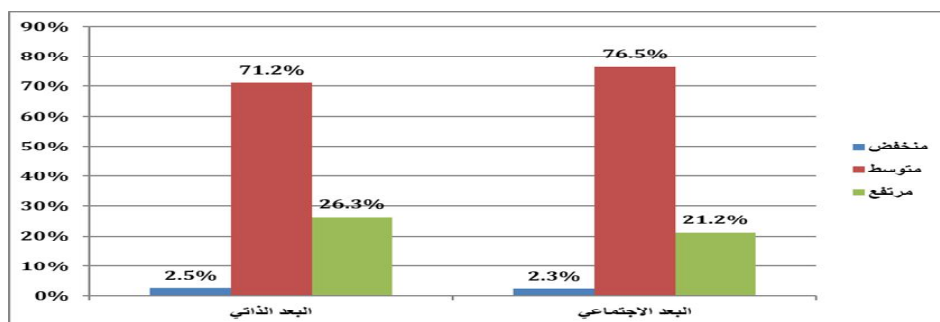
وفيما يتعلق ببعد الاستقرار الاجتماعي والانتماء للمجتمع كأحد أبعاد الأمن النفسي الاجتماعي، جاءت عبارة "يشعرنني أصدقائي المخلصين بالأمن" في الترتيب الأول بوزن نسبي 88.3%، ثم عبارة "أفضل وجودي مع الآخرين عن التواجد بمفردتي" بوزن نسبي 72.7%، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة "أشعر بأنني عبء على المجتمع" بوزن نسبي 53.2%، ووفقاً لذلك جاء المستوى المتوسط للاستقرار الاجتماعي لدى الباحثين في الترتيب الأول بنسبة 64.5%، يليه المستوى المرتفع بنسبة 30.2%، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة 5.3%.

جدول رقم (15) موقف الباحثين من العبارات الدالة على بُعد الشعور بالحب والتقدير الاجتماعي

(ن=400)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	لا أستطيع التحديد	موافق	الموقف	
					ك	%
66.3%	1.99	139	126	135	ك	أشعر أنني لا أحظى بالاهتمام الكافي ممن حولي.
		34.8%	31.5%	33.7%	%	
83.7%	2.51	10	176	214	ك	أفكاري وأرائي تنال ثقة الآخرين.
		2.5%	44%	53.5%	%	
91.3%	2.74	13	78	309	ك	نجاحي في عملي يزيد من احترام الآخرين لي.
		3.3%	19.5%	77.2%	%	
69.2%	2.08	116	138	146	ك	قصص المصابين والآراء والتعليقات السلبية حول الأزمة تفقدني الشعور بقيمتي في بلدي.
		29%	34.5%	36.5%	%	
87.9%	2.64	37	71	292	ك	تعرضي أو تعرض أحد المحيطين بي للإهانة يشعرن بالقلق.
		9.2%	17.8%	73%	%	

ووفقاً لبيانات الجدول رقم (15)، جاءت عبارة "تعرضي أو تعرض أحد المحيطين بي للإهانة يشعرن بالقلق" في مقدمة العبارات الدالة على الشعور بالحب والتقدير الاجتماعي بوزن نسبي 87.9%، وتراجعت عبارة "أشعر أنني لا أحظى بالاهتمام الكافي ممن حولي" إلى الترتيب الأخير بوزن نسبي 66.3%، وقد جاء مستوى شعور الباحثين بالحب والتقدير الاجتماعي في ظل الأزمة متوسطاً في المقام الأول بنسبة 63.7%، يليه المستوى المرتفع بنسبة 27.8%، ويوضح الرسم البياني الآتي مستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي.



شكل رقم (4) مستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي

وبناء على ما سبق، جاء المستوى المتوسط للأمن النفسي لدى الباحثين في الترتيب الأول بنسبة 73.2%، يليه المستوى المرتفع بنسبة 24.3%، بينما انخفض مستوى الأمن النفسي لدى 2.5% فقط من أفراد العينة رغم ظروف الأزمة.

ثانياً: نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا وأبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين).

جدول رقم (15)

معنوية العلاقة الارتباطية بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا وأبعاد العلاقات الاجتماعية

القبالية للتأثر بالآخرين	الثقة في العلاقات الاجتماعية	رأس المال التواصلي	رأس المال الترابطي	متغيرات الارتباط	
**0.356	**0.192	**0.216	**0.250	معامل بيرسون	تقديم الرأي
0.000	0.000	0.000	0.000	مستوى المعنوية	
**0.422	**0.230	**0.265	**0.348	معامل بيرسون	السعي نحو الآراء
0.000	0.000	0.000	0.000	مستوى المعنوية	
**0.315	**0.193	**0.231	**0.197	معامل بيرسون	تناقل الآراء
0.000	0.000	0.000	0.000	مستوى المعنوية	
**0.422	**0.237	**0.274	**0.304	معامل بيرسون	مستوى المشاركة في الـ EWOM
0.000	0.000	0.000	0.000	مستوى المعنوية	

**دال عند مستوى معنوية 0.01

وفقاً لنتائج الجدول السابق، توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك (بأبعادها المختلفة) حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ورأس المال الاجتماعي الترابطي وكذا رأس المال الاجتماعي التواصلي، حيث جاءت جميع قيم معامل ارتباط بيرسون دالة عند مستوى معنوية (0.000)؛ إلا أن العلاقة الارتباطية جاءت أقوى في حالة رأس المال الاجتماعي الترابطي منها في حالة رأس المال التواصلي، بما يعني أنه كلما كانت شبكة علاقات الفرد عبر الفيسبوك تتألف بالدرجة الأكبر من أفراد أسرته والأصدقاء المقربين، وكلما سعى لتوطيد علاقاته القائمة عبر الفيسبوك بدرجة أكبر من توسيع هذه العلاقات بصرف النظر عن قوة الرابطة، ارتفع مستوى مشاركته في الـ EWOM حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، كما توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً (بأبعادها المختلفة) حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك؛ حيث جاءت جميع قيم معامل ارتباط بيرسون دالة عند مستوى معنوية (0.000)، فكلما زادت ثقة الفرد في علاقاته الاجتماعية عبر الفيسبوك ارتفع مستوى مشاركته في الـ EWOM حول جهود الدولة لمواجهة أزمة

كورونا، وهي نتيجة تتفق مع النتيجة السابقة، كما توضح النتائج أيضًا وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى مشاركة الباحثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً (بأبعادها المختلفة) حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا والقابلية للتأثر بالآخرين؛ حيث جاءت جميع قيم معامل ارتباط بيرسون دالة عند مستوى معنوية (0.000)؛ بما يعني أنه كلما زادت قابلية الفرد للتأثر بالآخرين ارتفع مستوى مشاركته في الـ EWOM حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة، وبما يتفق مع المنطق جاءت العلاقة مع السعي نحو الآراء أقوى هذه العلاقات، والعلاقات السابقة جميعاً علاقات طردية تتراوح شدتها بين ضعيفة إلى متوسطة.

وبذلك، انتهى اختبار الفرض الأول إلى ثبوت صحته بشكل كلي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى مشاركة الباحثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً (بأبعادها المختلفة) حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم.

جدول رقم (16)

معنوية العلاقة الارتباطية بين مستوى مشاركة الباحثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم

متغيرات الارتباط	البعد الذاتي للأمن النفسي	البعد الاجتماعي للأمن النفسي	الأمن النفسي الكلي
تقديم الرأي	معامل بيرسون	0.045	**0.166
	مستوى المعنوية	0.368	0.001
السعي نحو الآراء	معامل بيرسون	0.016-	0.045
	مستوى المعنوية	0.743	0.372
تناقل الآراء	معامل بيرسون	0.054	**0.158
	مستوى المعنوية	0.279	0.001
مستوى المشاركة في الـ EWOM	معامل بيرسون	0.037	**0.153
	مستوى المعنوية	0.465	0.002

** دال عند مستوى معنوية 0.01

توضح نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة في مواجهة أزمة فيروس كورونا من خلال تقديم الرأي والبعد الذاتي للأمن النفسي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.196، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000، وهي علاقة طردية؛ بما يعني أنه كلما زاد مستوى تقديم الرأي من جانب الباحثين حول جهود الدولة لمواجهة

الأزمة ارتفع مستوى الأمن النفسي الذاتي لديهم، كما تبين وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة في مواجهة أزمة فيروس كورونا من خلال تقديم الرأي والمستوى الكلي للأمن النفسي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.166، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة طردية بما يعني أنه كلما زاد مستوى تقديم الرأي من جانب الباحثين حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة ارتفع مستوى الأمن النفسي الكلي لديهم، بينما لم يثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة في مواجهة أزمة فيروس كورونا من خلال تقديم الرأي والبعد الاجتماعي للأمن النفسي حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.045 وهي قيمة غير دالة إحصائيًا ($P > 0.05$).

كما توضح نتائج الجدول عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة في مواجهة أزمة فيروس كورونا من خلال السعي نحو الآراء والأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي؛ حيث بلغت قيم معامل بيرسون 0.064 (للبعد الذاتي)، و-0.016 (للبعد الاجتماعي)، و 0.045 (للأمن النفسي الكلي)، وجميعها قيم غير دالة إحصائيًا ($P > 0.05$).

وتوضح نتائج الجدول السابق أيضًا وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة في مواجهة أزمة فيروس كورونا من خلال تناقل الآراء والبعد الذاتي للأمن النفسي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.182، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000، وهي علاقة طردية؛ بما يعني أنه كلما زاد مستوى تناقل الآراء من جانب الباحثين حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة ارتفع مستوى الأمن النفسي الذاتي لديهم، كما تبين وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة في مواجهة أزمة فيروس كورونا من خلال تناقل الآراء والمستوى الكلي للأمن النفسي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.158، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.001، وهي علاقة طردية؛ بما يعني أنه كلما زاد مستوى تقديم الرأي من جانب الباحثين حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة ارتفع مستوى الأمن النفسي الكلي لديهم، بينما لم يثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة في مواجهة أزمة فيروس كورونا من خلال تناقل الآراء والبعد الاجتماعي

للأمن النفسي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.045، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا ($P > 0.05$).

كما تظهر بيانات الجدول وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين المستوى الكلي للمشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة في مواجهة أزمة فيروس كورونا والبعد الذاتي للأمن النفسي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.182، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000، وهي علاقة طردية؛ بما يعني أنه كلما زاد المستوى الكلي للمشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونياً من جانب المبحوثين حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة ارتفع مستوى الأمن النفسي الذاتي لديهم، كما تبين وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين المستوى الكلي للمشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة في مواجهة أزمة فيروس كورونا والمستوى الكلي للأمن النفسي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.153، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.002، وهي علاقة طردية؛ بما يعني أنه كلما زاد المستوى الكلي للمشاركة في الـ EWOM من جانب المبحوثين حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة ارتفع مستوى الأمن النفسي الكلي لديهم، بينما لم يثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين المستوى الكلي للمشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة في مواجهة أزمة فيروس كورونا والبعد الاجتماعي للأمن النفسي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.037، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا ($P > 0.05$).

وبناء على ما سبق يمكن قبول الفرض الثاني جزئياً، حيث ثبتت صحته فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين بُعدي تقديم الرأي وتناقل الآراء والمستوى الكلي للمشاركة والأمن النفسي الذاتي والكلي، بينما لم تثبت صحة الفرض فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونياً (بأبعادها المختلفة) حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة والأمن النفسي الاجتماعي، كما لم تثبت صحته أيضاً فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين السعي نحو الآراء والأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين طبيعة الكلمات المنطوقة (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم.

جدول رقم (17)

معنوية العلاقة الارتباطية بين طبيعة الكلمات المنطوقة (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال الباحثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم

الأمّن النفسي الكلي	البعد الاجتماعي للأمن النفسي	البعد الذاتي للأمن النفسي	متغيرات الارتباط	
**0.155	*0.110	**0.156	معامل بيرسون	طبيعة الكلمات المنطوقة حول إجراءات دعم الاقتصاد المصري
0.002	0.027	0.002	مستوى المعنوية	
**0.144	**0.161	*0.121	معامل بيرسون	طبيعة الكلمات المنطوقة حول إجراءات احتواء انتشار فيروس كورونا
0.004	0.001	0.015	مستوى المعنوية	
**0.208	**0.175	**0.198	معامل بيرسون	طبيعة الكلمات المنطوقة حول إجراءات التعايش مع الفيروس
0.000	0.000	0.000	مستوى المعنوية	
**0.134	**0.134	*0.120	معامل بيرسون	طبيعة الكلمات المنطوقة حول جهود دعم كافة فئات المجتمع
0.007	0.007	0.017	مستوى المعنوية	

** دال عند مستوى معنوية 0.01

* دال عند مستوى معنوية 0.05

توضح نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين طبيعة الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك حول إجراءات دعم الاقتصاد المصري والأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.155، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.002، وهي علاقة طردية؛ بما يعني أنه كلما كانت الكلمات المنطوقة حول إجراءات دعم الاقتصاد المصري إيجابية ارتفع مستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي لدى الباحثين.

كما تبين وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين طبيعة الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك حول إجراءات احتواء انتشار فيروس كورونا والأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.144، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.004، وهي علاقة طردية؛ بما يعني أنه كلما كانت الكلمات المنطوقة حول إجراءات احتواء انتشار فيروس كورونا إيجابية ارتفع مستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي لدى الباحثين.

وثبت أيضًا وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين طبيعة الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك حول إجراءات التعايش مع الفيروس والأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.208، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000، وهي علاقة طردية؛ بما يعني أنه كلما كانت الكلمات المنطوقة حول إجراءات التعايش مع الفيروس إيجابية ارتفع مستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي لدى المبحوثين.

كما ثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين طبيعة الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لدعم كافة فئات المجتمع والأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.134، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.007، وهي علاقة طردية؛ بما يعني أنه كلما كانت الكلمات المنطوقة حول جهود الدولة لدعم كافة فئات المجتمع إيجابية ارتفع مستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي لدى المبحوثين.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول بأن اختبار صحة الفرض الثالث قد انتهى بقبول صحة الفرض بشكل كلي.

ويمكن توظيف هذه النتيجة في تفسير عدم انخفاض مستوى الأمن النفسي لدى المبحوثين رغم الأزمة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى اهتمام المبحوثين بالكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم.

جدول رقم (18)

معنوية العلاقة الارتباطية بين مستوى اهتمام المبحوثين بالكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم

متغيرات الارتباط	البعد الذاتي للأمن النفسي	البعد الاجتماعي للأمن النفسي	الأمن النفسي الكلي
معامل بيرسون	0.106*	0.039-	0.071
مستوى الاهتمام بالـ EWOM	0.034	0.435	0.159

* دال عند مستوى معنوية 0.05

توضح بيانات الجدول رقم (18) وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى اهتمام المبحوثين بالكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا والبعد الذاتي للأمن النفسي لديهم؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.106،

وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.034، وهي علاقة طردية؛ بما يعني أنه كلما زاد مستوى الاهتمام بالكلمات المنطوقة حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة ارتفع مستوى الأمن النفسي الذاتي لدى المبحوثين، بينما لم يثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى اهتمام المبحوثين بالكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا والبعد الاجتماعي للأمن النفسي وكذلك الأمن النفسي الكلي؛ حيث بلغت قيم معامل ارتباط بيرسون -0.039 و 0.071 على الترتيب وهي قيم غير دالة إحصائيًا ($P > 0.05$).

وبناء على ما سبق يمكن قبول الفرض الرابع جزئيًا، حيث ثبتت صحته فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى الاهتمام بالكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة والبعد الذاتي للأمن النفسي، بينما لم تثبت صحة الفرض فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى الاهتمام بالكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة والبعد الاجتماعي للأمن النفسي وكذا الأمن النفسي الكلي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى اتفاق المبحوثين مع الكلمات السلبية المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لإدارة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم.

جدول رقم (19)

معنوية العلاقة الارتباطية بين مستوى اتفاق المبحوثين مع الكلمات السلبية المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لإدارة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم

متغيرات الارتباط	البعد الذاتي للأمن النفسي	البعد الاجتماعي للأمن النفسي	الأمن النفسي الكلي
معامل بيرسون	-0.201**	-0.180**	-0.212**
مستوى الاتفاق مع الـ EWOM	0.000	0.000	0.000
مستوى المعنوية			

** دال عند مستوى معنوية 0.01

توضح نتائج الجدول السابق وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى اتفاق المبحوثين مع الكلمات السلبية المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لإدارة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون -0.212، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية 0.000، وهي علاقة عكسية؛ بما يعني أنه كلما ارتفع مستوى اتفاق المبحوثين مع الكلمات السلبية

المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لإدارة الأزمة انخفض مستوى الأمن النفسي لديهم بأبعاده الذاتي والاجتماعي والكلي. وبناءً على ما سبق، يمكن القول بأن اختبار صحة الفرض الخامس قد انتهى بقبول صحة الفرض بشكل كلي.

الفرض السادس: تتأثر شدة العلاقة بين مستوى مشاركة الباحثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم بالمتغيرات الآتية:

1- أبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين).

2- كثافة استخدام الفيسبوك.

أسفرت النتائج الخاصة بمعامل الارتباط الجزئي (Partial Correlation Coefficient) لقياس شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل (مستوى مشاركة الباحثين في الـ EWOM) والمتغير التابع (مستوى الأمن النفسي) بعد عزل المتغيرات الوسيطة، كل على حدة، ومقارنته بنتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل والمتغير التابع في ظل وجود المتغيرات الوسيطة، كل على حدة، عن:

1- لم تتأثر شدة العلاقة بين مستوى مشاركة الباحثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي أو اتجاهها أو مستوى دلالتها تأثراً فارقاً بعزل المتغيرات الخاصة بأبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين).

2- لم تتأثر شدة العلاقة بين مستوى مشاركة الباحثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي أو اتجاهها أو مستوى دلالتها تأثراً فارقاً بعزل متغير الثقة في العلاقات الاجتماعية، فيما عدا العلاقة بين السعي نحو الآراء والبعد الذاتي للأمن النفسي؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئي 0.103، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0,041، وبمقارنة القيمة بقيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين يتضح أن العلاقة بعد عزل متغير كثافة استخدام الفيسبوك تغيرت معنويتها من غير دالة إلى دالة، ما يعني أن متغير كثافة استخدام الفيسبوك له دور جوهري في وجود العلاقة بين

السعي نحو الآراء والأمن النفسي الذاتي، وهو ما يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (20).

جدول رقم (20)

معنوية العلاقة الارتباطية بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم بعد عزل متغير كثافة استخدام فيسبوك

الأمن النفسي الكلي	البعد الاجتماعي للأمن النفسي	البعد الذاتي للأمن النفسي	متغيرات الارتباط	
			الارتباط الجزئي	تقديم الرأي
0.198	0.067	0.228	الارتباط الجزئي	تقديم الرأي
0.000	0.179	0.000	مستوى المعنوية	
0.083	0.011	0.103	الارتباط الجزئي	السعي نحو الآراء
0.097	0.826	0.041	مستوى المعنوية	
0.178	0.068	0.202	الارتباط الجزئي	تناقل الآراء
0.000	0.173	0.000	مستوى المعنوية	
0.190	0.062	0.219	الارتباط الجزئي	مستوى المشاركة في الـ EWOM
0.000	0.217	0.000	مستوى المعنوية	

وبناء على ما سبق، يمكن قبول الفرض السادس جزئياً، حيث تثبت صحته فيما يتعلق بتأثر شدة العلاقة بين السعي نحو الآراء ومستوى الأمن النفسي الذاتي بمتغير كثافة استخدام الفيسبوك، بينما لم تثبت صحته فيما يتعلق بتأثر شدة العلاقة بين (تقديم الرأي، وتناقل الآراء، والمستوى الكلي للمشاركة في الـ EWOM) ومستوى الأمن النفسي بأبعاده المختلفة بكثافة استخدام الفيسبوك، كما لم تثبت صحته فيما يتعلق بتأثر شدة العلاقة بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً (بأبعاده المختلفة) حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي، وكذا المستوى الكلي للأمن النفسي بأبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين).

الفرض السابع: تتأثر شدة العلاقة بين طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم بالمتغيرات الآتية:

- 1- أبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين).
- 2- كثافة استخدام الفيسبوك.

أسفرت النتائج الخاصة بمعامل الارتباط الجزئي (Partial Correlation Coefficient) لقياس شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل (طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً) والمتغير التابع بعد عزل المتغيرات الوسيطة، كل على حدة، ومقارنته بنتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل والمتغير التابع (مستوى الأمن النفسي) في ظل وجود المتغيرات الوسيطة، كل على حدة، عن:

- 3- لم تتأثر شدة العلاقة بين طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً (إيجابية/ سلبية)، من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، ومستوى الأمن النفسي أو اتجاهها أو مستوى دلالتها تأثيراً فارقاً بعزل المتغيرات الخاصة بأبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين).
- 4- لم تتأثر شدة العلاقة بين طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً (إيجابية/ سلبية)، من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي أو اتجاهها أو مستوى دلالتها تأثيراً فارقاً بعزل متغير كثافة استخدام الفيسبوك.

وبناء على ما سبق، انتهى اختبار الفرض السابع إلى رفضه بشكل كلي.

الفرض الثامن: توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي لديهم وفقاً لـ:

- 1- المتغيرات الديموجرافية (النوع، والسن، ومستوى التعليم، ومتوسط الدخل).
- 2- كثافة استخدام الفيسبوك.
- 3- الإصابة أو عدم الإصابة بالفيروس.

جدول رقم (21)

معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي بحسب النوع

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	أبعاد الأمن النفسي	
0.062	398	1.874	8.592	65.81	134	ذكر	البعد الذاتي للأمن النفسي
			8.068	64.17	266	أنثى	
0.179	398	1.346	3.157	26.11	134	ذكر	البعد الاجتماعي للأمن النفسي
			3.315	25.65	266	أنثى	
0.062	398	1.873	10.877	91.92	134	ذكر	الأمن النفسي الكلي
			10.454	89.82	266	أنثى	

توضح بيانات الجدول رقم (21) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي بأبعاده الذاتي والاجتماعي والكلي وفقاً للنوع، حيث جاءت قيم (ت) غير دالة بالنسبة للأبعاد الثلاثة، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة زهاو وتشيانهاوا "Shen Zhihao & Liu Qianhua, 2014"⁽⁷²⁾ ودراسة تشونج باو ولي "Cao Zhong-bao & Feng Li, 2015"⁽⁷³⁾ من وجود فروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي وفقاً للنوع.

جدول رقم (22)

معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي بحسب السن

مستوى المعنوية	درجتي الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	أبعاد الأمن النفسي	
0.002	3 396	4.861	7.551	64.25	151	من 18 لأقل من 25 عاماً	البعد الذاتي للأمن النفسي
			8.432	63.41	147	من 25 لأقل من 35 عاماً	
			8.638	67.23	78	من 35 لأقل من 45 عاماً	
			8.495	67.54	24	45 عاماً فأكثر	
0.028	3 396	3.064	3.274	25.50	151	من 18 لأقل من 25 عاماً	البعد الاجتماعي للأمن النفسي
			3.398	25.56	147	من 25 لأقل من 35 عاماً	
			2.865	26.77	78	من 35 لأقل من 45 عاماً	
			3.196	26.04	24	45 عاماً فأكثر	
0.002	3 396	4.903	9.774	89.75	151	من 18 لأقل من 25 عاماً	الأمن النفسي الكلي
			10.952	88.97	147	من 25 لأقل من 35 عاماً	
			10.775	94.00	78	من 35 لأقل من 45 عاماً	
			10.818	93.58	24	45 عاماً فأكثر	

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي الذاتي وفقاً للسن؛ حيث بلغت قيمة ف 4.861 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.002 ودرجتي حرية 3 بين المجموعات و396 داخل المجموعات،

كما يتضح وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي الاجتماعي وفقاً للسن؛ حيث بلغت قيمة ف 3.064 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.028 ودرجتي حرية 3 بين المجموعات و396 داخل المجموعات، وتظهر النتائج أيضاً وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي الكلي وفقاً للسن؛ حيث بلغت قيمة ف 4.903 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.002 ودرجتي حرية 3 بين المجموعات و396 داخل المجموعات.

ولمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي بحسب السن، قامت

الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD، أسفر عن النتائج الآتية:

- توجد فروق دالة إحصائية في مستوى الأمن النفسي الذاتي بين المجموعة العمرية 18 لأقل من 25 عاماً والمجموعة العمرية من 35 لأقل من 45 عاماً لصالح المجموعة الأخيرة، وهذا بدلالة إحصائية.
- توجد فروق دالة إحصائية في مستوى الأمن النفسي الاجتماعي بين المجموعة العمرية 18 لأقل من 25 عاماً والمجموعة العمرية من 35 لأقل من 45 عاماً لصالح المجموعة الأخيرة، كما توجد فروق دالة إحصائية في مستوى الأمن النفسي الاجتماعي بين المجموعة العمرية 25 لأقل من 35 عاماً والمجموعة العمرية من 35 لأقل من 45 عاماً لصالح المجموعة الأخيرة، وهذا بدلالة إحصائية.
- توجد فروق دالة إحصائية في مستوى الأمن النفسي الكلي بين المجموعة العمرية 18 لأقل من 25 عاماً والمجموعة العمرية من 35 لأقل من 45 عاماً لصالح المجموعة الأخيرة، كما توجد فروق دالة إحصائية في مستوى الأمن النفسي الاجتماعي بين المجموعة العمرية 25 لأقل من 35 عاماً والمجموعتين من 35 لأقل من 45 عاماً و45 عاماً فأكثر لصالح المجموعتين الأخيرتين، وهذا بدلالة إحصائية.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أحمد عادل عبد الفتاح (2018م)

من عدم وجود فروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي وفقاً للسن⁽⁷⁴⁾.

جدول رقم (23)

معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي بحسب المستوى التعليمي

مستوى المعنوية	درجتي الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	أبعاد الأمن النفسي	
0.021	3 396	3.270	6.915	65.71	21	طالب/تعليم متوسط	البعد الذاتي للأمن النفسي
			8.334	61.48	21	تعليم فوق متوسط	
			7.864	63.92	205	تعليم جامعي	
			8.768	66.09	153	دراسات عليا	
0.077	3 396	2.299	3.798	25.86	21	طالب/تعليم متوسط	البعد الاجتماعي للأمن النفسي
			3.265	24.57	21	تعليم فوق متوسط	
			3.111	25.59	205	تعليم جامعي	
			3.353	26.25	153	دراسات عليا	
0.016	3 396	3.497	9.282	91.57	21	طالب/تعليم متوسط	الأمن النفسي الكلي
			10.902	86.05	21	تعليم فوق متوسط	
			9.970	89.51	205	تعليم جامعي	
			11.340	92.35	153	دراسات عليا	

تكشف بيانات الجدول السابق عن وجود فروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي الذاتي وفقاً للمستوى التعليمي؛ حيث بلغت قيمة ف 3.270 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.021 ودرجتي حرية 3 بين المجموعات و396 داخل المجموعات، كما توضح بيانات الجدول وجود فروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي الكلي وفقاً للمستوى التعليمي؛ حيث بلغت قيمة ف 3.497 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.016 ودرجتي حرية 3 بين المجموعات و396 داخل المجموعات، في حين تكشف النتائج عن عدم وجود فروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي الاجتماعي وفقاً للمستوى التعليمي؛ حيث بلغت قيمة ف 2.299 وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

ولمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي وفقاً للمستوى التعليمي، قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD، أسفر عن النتائج الآتية:

- توجد فروق دالة إحصائياً في مستوى الأمن النفسي الذاتي بين المجموعة التعليمية فوق متوسط ودراسات عليا لصالح المجموعة الأخيرة، كما توجد فروق دالة إحصائياً في مستوى الأمن النفسي الذاتي بين المجموعة التعليمية تعليم جامعي ودراسات عليا لصالح المجموعة الأخيرة، وهذا بدلالة إحصائية.

- وتوجد فروق دالة إحصائية في مستوى الأمن النفسي الكلي بين المجموعة التعليمية فوق متوسط ودراسات عليا لصالح المجموعة الأخيرة، كما توجد فروق دالة إحصائية في مستوى الأمن النفسي الكلي بين المجموعة التعليمية تعليم جامعي ودراسات عليا لصالح المجموعة الأخيرة، وهذا بدلالة إحصائية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة رغدة نعيسة "Raghda Naisseh, 2012" حيث توصلت إلى وجود فروق بين الباحثين في مستوى الأمن النفسي وفقاً للمستوى التعليمي⁽⁷⁵⁾.

جدول رقم (24)

معنوية الفروق بين الباحثين في مستوى الأمن النفسي بحسب متوسط الدخل الشهري

مستوى المعنوية	درجتي الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	أبعاد الأمن النفسي	
0.002	3 396	4.905	7.390	62.78	129	أقل من 3 آلاف جنيه	البعد الذاتي للأمن النفسي
			7.506	64.70	141	من 3 لأقل من 5 آلاف	
			10.238	66.81	78	من 5 لأقل من 7 آلاف	
			8.142	66.44	52	7 آلاف فأكثر	
0.208	3 396	1.522	2.968	25.43	129	أقل من 3 آلاف جنيه	البعد الاجتماعي للأمن النفسي
			3.260	25.73	141	من 3 لأقل من 5 آلاف	
			3.719	26.13	78	من 5 لأقل من 7 آلاف	
			3.220	26.44	52	7 آلاف فأكثر	
0.005	3 396	4.352	9.413	88.21	129	أقل من 3 آلاف جنيه	الأمن النفسي الكلي
			9.639	90.43	141	من 3 لأقل من 5 آلاف	
			13.348	92.94	78	من 5 لأقل من 7 آلاف	
			10.465	92.88	52	7 آلاف فأكثر	

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق بين الباحثين في مستوى الأمن النفسي الذاتي وفقاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة؛ حيث بلغت قيمة ف 4.905 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.002 ودرجتي حرية 3 بين المجموعات و396 داخل المجموعات، وتكشف النتائج أيضاً عن وجود فروق بين الباحثين في مستوى الأمن

النفسي الكلي وفقاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة؛ حيث بلغت قيمة ف 4.352 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.005 ودرجاتي حرية 3 بين المجموعات و396 داخل المجموعات، في حين تظهر النتائج عدم وجود فروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي الاجتماعي وفقاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة؛ حيث بلغت قيمة ف 1.522 وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

ولمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي بحسب متوسط الدخل الشهري للأسرة، قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD، أسفر عن النتائج الآتية:

- توجد فروق دالة إحصائياً في مستوى الأمن النفسي الذاتي بين المجموعة أقل من 3 آلاف جنيهاً والمجموعتين من 5 لأقل من 7 آلاف جنيهاً و7 آلاف فأكثر لصالح المجموعتين الأخيرتين، وهذا بدلالة إحصائية.
- كما توجد فروق دالة إحصائياً في مستوى الأمن النفسي الكلي بين المجموعة أقل من 3 آلاف جنيهاً والمجموعتين من 5 لأقل من 7 آلاف جنيهاً و7 آلاف فأكثر لصالح المجموعتين الأخيرتين، وهذا بدلالة إحصائية.

جدول رقم (25)

معنوية الفروق بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي بحسب كثافة استخدام فيسبوك

مستوى المعنوية	درجاتي الحرية	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	متغيرات الأمن النفسي	
0.070	2 397	2.672	8.491	67.17	46	منخفض	البعد الذاتي للأمن النفسي
			7.954	64.72	203	متوسط	
			8.533	63.97	151	مرتفع	
0.226	2 397	1.491	2.474	26.54	46	منخفض	البعد الاجتماعي للأمن النفسي
			3.331	25.79	203	متوسط	
			3.375	25.60	151	مرتفع	
0.067	2 397	2.716	9.950	93.72	46	منخفض	الأمن النفسي الكلي
			10.384	90.51	203	متوسط	
			11.029	89.56	151	مرتفع	

بالرغم من وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين في بعض الأبعاد الفرعية للأمن النفسي الذاتي (الشعور بالأمن والأمان، والقدرة على مواجهة الصعاب وحل المشكلات، والشعور بالراحة النفسية) وفقاً لكثافة استخدام فيسبوك (حيث جاءت قيم ف بالنسبة للأبعاد الثلاثة السابقة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.5)، فإن نتائج الجدول السابق تكشف عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي

ببعديه الذاتي والاجتماعي، وكذا الأمن النفسي الكلي وفقًا لكثافة استخدام الفيسبوك؛ حيث جاءت جميع قيم (ت) غير دالة.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة همت مصطفى مختار (2016م) من وجود فروق دالة إحصائيًا بين طلاب المؤسسات الإيوائية في مستوى أمنهم النفسي وفقًا لمستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح المستوى المرتفع للاستخدام⁽⁷⁶⁾.

جدول رقم (26)

معنوية الفروق بين الباحثين في مستوى الأمن النفسي بحسب الإصابة بفيروس كورونا

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	أبعاد الأمن النفسي	
0.359	398	0.918-	7.699	64.08	106	نعم	البعد الذاتي للأمن النفسي
			8.471	64.95	294	لا	
0.654	398	0.448	3.035	25.92	106	نعم	البعد الاجتماعي للأمن النفسي
			3.350	25.76	294	لا	
0.565	398	576.-	9.629	90.01	106	نعم	الأمن النفسي الكلي
			10.979	90.70	294	لا	

تكشف نتائج الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الباحثين في مستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي، وكذا الأمن النفسي الكلي، وفقًا للإصابة أو عدم الإصابة بفيروس كورونا؛ حيث جاءت جميع قيم (ت) غير دالة. وبناءً على ما سبق يمكن قبول الفرض الثامن جزئيًا، حيث ثبتت صحته فيما يتعلق بوجود فروق دالة إحصائيًا بين الباحثين في مستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي، وكذا الأمن النفسي الكلي، وفقًا للسن، كما ثبتت صحته فيما يتعلق بوجود فروق دالة إحصائيًا بين الباحثين في مستوى الأمن النفسي الذاتي والكلي وفقًا للمستوى التعليمي، بينما لم تثبت صحته فيما يتعلق بوجود فروق دالة إحصائيًا بين الباحثين في مستوى الأمن النفسي الاجتماعي وفقًا للمستوى التعليمي، كما لم تثبت صحته فيما يتعلق بوجود فروق دالة إحصائيًا بين الباحثين في مستوى الأمن النفسي الذاتي والاجتماعي والكلي وفقًا للنوع، ووفقًا لكثافة استخدام الفيسبوك، وكذا الإصابة أو عدم الإصابة بالفيروس.

الخاتمة ومناقشة النتائج:

استهدفت الدراسة الراهنة التعرف على تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا على الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك، وفي إطار هذا الهدف تم تطبيق الاستبيان الإلكتروني على عينة عمدية متاحة قوامها (400) مفردة من مستخدمي الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- أبدى 43.5% من الباحثين اهتماماً متوسطاً بمتابعة أخبار فيروس كورونا المستجد، وتراجع مستوى الاهتمام المرتفع إلى الترتيب الثاني بنسبة 42%، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ظروف فترة إجراء الدراسة (سبتمبر 2020م)؛ حيث مرت 6 أشهر على ذروة الأزمة واعتاد الناس على الوضع، ووصل الحال إلى مرحلة التعايش مع الأزمة؛ مما خلق حالة من عدم الاهتمام عند أعداد من الجمهور، الأمر الذي عبّر عنه أحد الباحثين أثناء ملء الاستبيان.

- عكست النتائج مدى اختلاف اهتمامات الجمهور باختلاف مراحل تطور الأزمة؛ حيث جاء التقرير اليومي بعدد حالات الإصابة والوفيات وحالات الشفاء في مقدمة المضامين التي يهتم الباحثون بمتابعتها فيما يتعلق بالأزمة، وهي نتيجة مطابقة لواقع التفاعل مع التقرير اليومي على صفحة وزارة الصحة المصرية وصفحة رئاسة مجلس الوزراء المصري عبر الفيسبوك، الذي يحصد مئات التعليقات يومياً، التي تجاوزت حاجز الألف في بعض الأيام، إلا أنها تختلف مع ما توصلت إليه دراسة إيمان عاشور (2020م) - التي أجريت في المرحلة الأولى للأزمة في مصر-، حيث تصدرت المعلومات عن الفيروس والنصائح الطبية والوقائية والاحترازية قائمة المضامين التي اهتم الباحثون بمتابعتها عبر الشبكات الاجتماعية⁽⁷⁷⁾.

- وبما يتفق مع النتائج السابقة، وبما يعكس تفضيل الباحثين لمتابعة البيانات والمعلومات الصادرة عن جهات رسمية بدرجة أكبر من اهتمامهم بأراء جهات اتصالهم، وهو ما أكدته الدراسات التي نشرت بعد تطبيق الدراسة الراهنة كدراسة نشوى سليمان عقل (2020م) التي أكدت أن الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية وصفحة مجلس رئاسة الوزراء المصري على الفيسبوك كانتا أكثر المصادر المعلوماتية محلاً للمتابعة حول أخبار الفيروس⁽⁷⁸⁾.

- جاء مستوى اهتمام الباحثين بالكلمات المنطوقة حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا من قبل جهات اتصالهم عبر الفيسبوك متوسطاً في المقام الأول بنسبة 52.7%، ثم المستوى المنخفض للاهتمام بنسبة 32.5%، وتتفق نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة داليا محمد عبد الله (2015م)؛ حيث جاء المستوى الإجمالي لمشاركة الباحثين في الـ EWOM حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا متوسطاً بالدرجة الأولى بنسبة 43.2%، تلاه المستوى المنخفض بنسبة 40%.
- بالرغم من أن طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة (جهود دعم الاقتصاد المصري، وإجراءات احتواء انتشار الفيروس، إجراءات التعايش مع الفيروس، وجهود دعم كافة أطراف المجتمع) جاءت أغلبها إيجابية بنسبة 71%، وبالرغم من أن مستوى ثقة الباحثين في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك جاء متوسطاً في المقام الأول بنسبة 46.2%، كما جاءت قابليتهم للتأثر بالآخرين متوسطة بالدرجة الأولى بنسبة 52.2%، فإن مستوى اتفاق الباحثين مع الآراء والتعليقات السلبية التي انتشرت على الفيسبوك حول أزمة فيروس كورونا جاء مرتفعاً بنسبة 95.7%، ويمكن تفسير ذلك بأن منشورات أصدقاء الأصدقاء على الفيسبوك وتعليقاتهم تظهر لدى الباحثين فريماً كانت كلمات أصدقائهم إيجابية إلا أن كلمات أصدقاء الأصدقاء سلبية، إضافة إلى أن تعليقات المستخدمين على صفحة وزارة الصحة وصفحة المتحدث الرسمي باسم وزارة الصحة وصفحة رئاسة مجلس الوزراء -التي جسدت المصادر الرسمية لمعلومات الأزمة عبر الفيسبوك- ضمت نسبة ليست بالقليلة من التعليقات السلبية على أغلب المنشورات، وكل تعليق من الأصدقاء أو أصدقاء الأصدقاء يظهر لدى الباحثين ويمكنه مطالعة بقية التعليقات على المنشور سواء كانت إيجابية أم سلبية، ومن المنطق أيضاً عدم إغفال دور رأس المال الاجتماعي الواقعي في هذه الجزئية، فرأس المال الاجتماعي الافتراضي تواصل بالدرجة الأكبر ومن الممكن أن يفتقد إلى الثقة إلا أن رأس المال الاجتماعي الواقعي في الأغلب ترابطي ينشأ عن روابط قوية تتمتع بمستويات عالية من الثقة.
- جاء مستوى الأمن النفسي للباحثين متوسطاً بنسبة 73.2%، يليه المستوى المرتفع بنسبة 24.3%، بينما انخفض مستوى الأمن النفسي لدى 2.5% فقط

من أفراد العينة رغم ظروف الأزمة، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ارتفاع معدل الكلمات الإيجابية الصادرة عن جهات الاتصال الخاصة بالمبحوثين حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة، خاصة وأن النتائج قد أثبتت وجود علاقة ارتباط طردية دالة إحصائيًا بين طبيعة الـ EWOM المنطوقة حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لدى المبحوثين، ويمكن تفسيرها أيضًا في ضوء اهتمام المبحوثين باستقاء المعلومات من المصادر الرسمية بدرجة أكبر من اهتمامهم بآراء وتعليقات الأصدقاء عبر الفيسبوك، كما يمكن تفسيرها في ضوء جهود التوعية المبذولة من جانب الدولة بكافة مؤسساتها وآليات التهذئة ورسائل الطمأنة التي وظفتها من خلال وسائل الإعلام واتباع إستراتيجيات تخفيض الغموض من خلال نشر المعلومات وتصحيح الشائعات وسوء الفهم، وربما تشير هذه النتيجة إلى تعايش أفراد المجتمع المصري مع الأزمة وتعاملهم معها على أنها مجرد أزمة طارئة بالرغم من طول فترتها (التي لم تنته بعد)، وكثرة تداعياتها وتطور مراحلها وعالميتها وبالرغم من عدم ظهور علاج أو لقاح للفيروس حتى الآن، ويمكن اعتبار ذلك مؤشرًا إيجابيًا للصحة النفسية للمصريين.

- أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين مستوى مشاركة المبحوثين في الكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا وأبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين)، وتتفق هذه النتيجة مع ما أكدته دراسة حسين وآخرين "Md. Alamgir Hossain et. al., 2019" من وجود ارتباط إيجابي بين كلٍ من الثقة وقوة الرابطة واتصالات الكلمة المنطوقة إلكترونيًا، وأثبتت الدراسة أن رأس المال الاجتماعي يمثل المؤشر الأفضل لاتصالات الـ EWOM عبر الشبكات الاجتماعية⁽⁷⁹⁾، كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة داليا محمد عبد الله (2015م) من وجود علاقة ارتباط بين ثقة الفرد في أعضاء شبكته الاجتماعية، وكذلك قابليته للتأثر بهم ورغبته في الاشتراك في الكلمة المنطوقة إلكترونيًا فيما يتعلق بالمعلومات التسويقية حول المنتجات والخدمات⁽⁸⁰⁾، وتتفق أيضًا مع ما أشارت إليه دراسة تشو وتشوي "Shu-Chan Chu & Sejung Marina Choi, 2011" بأن الصفات الإيجابية للعلاقات الاجتماعية التي يتمتع بها الصينيون قد ترجمت مشاركتهم

في كل أنشطة الكلمات المنطوقة إلكترونياً بدرجة أكبر من نظرائهم الأمريكيين⁽⁸¹⁾، ومع ذلك لم تنجح الدراسة الراهنة في إثبات تأثير أبعاد العلاقات الاجتماعية (نوع رأس المال الاجتماعي، والثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك، والقابلية للتأثر بالآخرين) كمتغيرات وسيطة على شدة العلاقة بين مستوى مشاركة الباحثين في الكلمات المنطوقة إلكترونياً حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم، كما لم يثبت أيضاً تأثيرها كمتغيرات وسيطة على شدة العلاقة بين طبيعة الـ EWOM حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لدى الباحثين، وهو ما يفتح المجال أمام الباحثين مستقبلاً لدراسة العوامل الأخرى التي يمكن أن تتوسط العلاقة بين الـ EWOM والأمن النفسي التي يمكن أن تتعلق - في ظل الأزمات - بالانتماء السياسي أو الهوية الوطنية أو التوجه الديني.

- أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين بُعدي تقديم الرأي وتناقل الآراء والمستوى الكلي للمشاركة والأمن النفسي الذاتي والكلي، بينما لم تثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى المشاركة في الكلمات المنطوقة إلكترونياً (بأبعادها المختلفة) حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة والأمن النفسي الاجتماعي، كما لم تثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين السعي نحو الآراء والأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي، وتشير هذه النتيجة إلى أن المشاركة الإيجابية في الـ EWOM حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا، المتجسدة في تقديم الآراء وتناقل الآراء تؤثر على الأمن النفسي الذاتي والكلي للمبحوثين تأثيراً إيجابياً، أما المشاركة السلبية المتمثلة في السعي نحو الآراء فلم تؤثر على الأمن النفسي للمبحوثين، ويدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه نتائج الدراسة الراهنة من ارتفاع مستوى الثقة بالنفس لدى المبحوثين وارتفاع مستوى قدرتهم على مواجهة الصعاب وحل المشكلات (ضمن أبعاد الأمن النفسي الذاتي)، وهي عوامل نفسية دفعت المبحوثين للمشاركة الإيجابية، التي عززت بدورها مستوى الأمن النفسي الذاتي والكلي لديهم.

- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين طبيعة الكلمات المنطوقة (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم، وهي نتيجة تشير إلى ضرورة الانتباه إلى الكلمات المنطوقة إلكترونياً كعامل مؤثر في اتجاهات

الجماهير حتى فيما يتعلق بالعلاقة بين الدولة ومواطنيها خاصة في أوقات الأزمات؛ الأمر الذي يتطلب الرصد والاستماع لمعرفة ما يُقال عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقياس اتجاهات الرأي العام، والكشف عن بعض الجوانب النفسية والعاطفية للجمهور وقت الأزمة، كما يتطلب الأمر الاستجابة والحوار مع الجمهور الذي يمثل أهم طرف في أزمة كورونا، وتمكن الشبكات الاجتماعية بأدواتها التفاعلية وآلياتها الحوارية من تيسير هذه العملية، وهو ما اهتمت به الحكومة المصرية منذ بدء الأزمة؛ حيث أطلقت منصات رقمية متعددة للتواصل مع الجمهور أهمها صفحة وزارة الصحة المصرية على الفيسبوك، التي تم إنشاؤها في نهاية يناير 2020م، وتطبيق صحة مصر وإصداره الأحدث الذي يتيح خدمة الرد الآلي عبر "الواتساب"، وتفعيل المنصات القائمة بالفعل مثل صفحة المتحدث الرسمي باسم وزارة الصحة، وصفحة رئاسة مجلس الوزراء، إلا أن الرصد والاستماع والتفاعل والحوار لن توتي ثمارها دون المراقبة والتقييم حتى تتمكن من إجراء التعديلات الملائمة على إستراتيجيات وسيناريوهات إدارة الأزمة.

- وبما يتفق مع النتيجة السابقة، أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط عكسي بين مستوى اتفاق المبحوثين مع الكلمات المنطوقة السلبية التي انتشرت عبر الفيسبوك حول أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة من وجود ارتباط عكسي بين الآثار السلبية لاستخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والأمن النفسي للمبحوثين، مثل دراسة القداح وآخرين *Mohammad Al Qudah et. al.* 2020، ودراسة عبد الله عادل شراب، وسما عادل شراب (2019)، ودراسة أحمد عادل عبد الفتاح (2018).

- ثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى الاهتمام بالكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة والبعد الذاتي للأمن النفسي؛ حيث وُجدت علاقات ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستوى الاهتمام بالـ EWOM والثقة بالنفس، وكذا الرضا عن الحياة، فضلًا عن القدرة على مواجهة الصعاب وحل المشكلات، بينما لم يثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى الاهتمام بالكلمات المنطوقة إلكترونيًا حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة والبعد الاجتماعي للأمن النفسي، وكذا الأمن النفسي الكلي.

- أثبتت النتائج تأثير كثافة استخدام الفيسبوك كمتغير وسيط على شدة العلاقة بين المشاركة في الـ EWOM حول جهود الدولة لمواجهة الأزمة من خلال السعي نحو الآراء ومستوى الأمن النفسي الذاتي، بينما لم تثبت النتائج تأثيره كمتغير وسيط على شدة العلاقة بين (تقديم الرأي، وتناقل الآراء، والمستوى الكلي للمشاركة في الـ EWOM) ومستوى الأمن النفسي بأبعاده المختلفة، كما لم تتأثر شدة العلاقة بين طبيعة الكلمات المنطوقة إلكترونياً (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي أو اتجاهها أو مستوى دلالتها تأثيراً فارقاً بعزل متغير كثافة استخدام الفيسبوك.
- ثبتت وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي ببعديه الذاتي والاجتماعي، وكذا الأمن النفسي الكلي وفقاً للسن، كما ظهرت فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي الذاتي والكلي وفقاً للمستوى التعليمي، بينما لم يثبت وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين في مستوى الأمن النفسي الاجتماعي وفقاً للمستوى التعليمي، كما لم يثبت وجود فروق دالة وفقاً للنوع، ووفقاً لكثافة استخدام الفيسبوك، وكذا الإصابة أو عدم الإصابة بالفيروس.

التوصيات:

تقترح الباحثة في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج مجموعة من التوصيات على النحو الآتي:

- ضرورة انتباه الدولة بكافة مؤسساتها وخاصة لجنة إدارة الأزمات إلى:
 - ✓ الاستغلال الأمثل لوظائف الشبكات الاجتماعية أثناء الأزمات والكوارث، التي تتجسد في الاستماع التفاعلي؛ فالاستماع التفاعلي لا يعني الاستماع الخلفي فقط، الذي يقتصر على تتبع المعلومات وجمعها، وإنما يشمل أيضاً الاستماع المتبادل، الذي يعني الاستماع في الاتجاهين بين المنظمة وجماهيرها مع الأخذ في الاعتبار آثار تلك الرسائل، بما يعني توفير فرص للحوار التفاعلي Dialogic Loop، وهو أمر مهم لم تنتبه إليه الحكومة المصرية من خلال منصات الرسمية عبر الفيسبوك، التي أطلقتها للتواصل مع الجماهير أثناء الأزمة إلا أنها تركت التواصل من جانب الجمهور فقط، فمن خلال متابعة شبه مستمرة لصفحة وزارة

الصحة وصفحة مجلس رئاسة الوزراء عبر الفيسبوك لاحظت الباحثة أن المسؤول "الأدمن" نادرًا ما يرد على تعليقات الجماهير، وأن النقاش متروك بين الجماهير بعضهم بعضًا، وهو أمر خطير في ضوء نتائج الدراسة الراهنة، كما أن الاستماع التفويضي يمكن من مراقبة الموقف وتحسين ردود الفعل تجاه الأحداث وإدارة الرأي العام بشكل أفضل، من خلال تصحيح المعلومات المغلوطة وفلترة الشائعات والرد عليها ومواجهتها، خصوصًا أن اتفاق الباحثين مع الكلمات المنطوقة سلبًا حول الأزمة ارتبط عكسيًا مع مستوى الأمن النفسي لديهم.

✓ تعبئة الموارد لمواجهة الأزمة، وأهم مورد تقدمه الشبكات الاجتماعية هو رأس المال الاجتماعي، ووفقًا لنتائج الدراسة الراهنة ارتفع معدل رأس المال الاجتماعي التواصلي الذي ينطوي على شبكة واسعة من العلاقات بين الأفراد، وهذا النوع من رأس المال الاجتماعي يضمن مشاركة الأفراد في دعم أنشطة المجتمع العامة عبر الفيسبوك، الأمر الذي يمكن استغلاله في جمع متبرعين للمشاركة في الأبحاث الإكلينيكية لتجربة لقاح الفيروس، من خلال تشجيع المتبرعين الأوائل على نقل تجربتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومحاولة إقناع جهات اتصالهم بضرورة المشاركة وإيجابية التجربة، وهو أفضل استغلال لقوة الكلمة المنطوقة إلكترونيًا.

✓ توظيف الكلمات المنطوقة إلكترونيًا، من خلال الاستعانة بالعناصر النشطة من أفراد الجمهور (يمكن الوصول إليهم من خلال رصد تعليقاتهم الإيجابية المستمرة على الصفحات الحكومية الرسمية، أو من خلال الآليات الرقمية لرصد أبرز المتابعين) لمحاولة خلق التماسك الاجتماعي وتعزيز الشعور لدى الجمهور بأن الجميع جزء من الأزمة، وأن كل الجهود لن تؤتي ثمارها إلا من خلال تبني السلوكيات الإيجابية من جانب الجماهير، كما يتحتم توظيف قوة الكلمات المنطوقة إلكترونيًا في دعم الأمن النفسي للجمهور.

- إجراء دراسة تستهدف بحث العوامل الأخرى المؤثرة على الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك أثناء الأزمات.
- بحث تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونيًا عبر الشبكات الأخرى ك"تويتر" و"الواتساب" على الأمن النفسي للمستخدمين.
- بحث تأثير الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في إدارة الأزمات التي تمس الأمن القومي على تصورات المصريين حول سمعة مصر بالخارج.

مراجع الدراسة:

- (1) محمد خطاب، ومحمد الهاجري (2020م)، "دور التسويق الابتكاري للمعرفة البيئية في تعزيز الكلمة المنطوقة الإلكترونية الخضراء (gewom) بالجامعات"، *مجلة مستقبل التربية العربية* (المركز العربي للتعليم والتنمية)، مج 27، ع 125، ص 479: 522.
- (2) Maria del Mar Garcia-do Los Salmones, Angel Herrero & Patricia Martinez (2020), "Determinants of Electronic Word of Mouth on Social Networking Sites about Negative News on CSR", **Journal of Business Ethics**, <http://dio.org/110.10071510551-02004466-9>.
- (3) Mohamed Arif Kurniawan & Ida Maftukhah (2020), "The Analysis of Electronic Word of Mouth, Destination Image, Visiting Decision on Satisfaction", **Management Analysis Journal**, Vol.9, No. 1, p. 72: 80
- (4) Roberta DurteFernandes & Giuliana Isabella (2020), "Investigating Online Response Strategies for Addressing Negative Word of Mouth", **Journal of Business Management**, Vol. 60, No. 1, p. 33: 46
- (5) Robert Zniva, Wolfgang J.Weit Zl, Julian M. Muller & Andrea Schneider (2020), "Types of Electronic Word of Mouth and their Impact on Customer Attitudes", *From: Francisco, J. Matrinez-Lopez & Steven D'Alessandro, "Advances in Digital Marketing and Ecommerce", Frist International Conference 2020, Springer Proceedings in Business and Economics*", p. 62: 69.
- (6) Bettina Lis & Maximilian Fischer (2019), "Analyzing Different Types of Negative Online Customer Reviews", **Journal of Product & Brand Management**, [Dio:10.1108/JPBM-05-2018-1876](http://dio.org/10.1108/JPBM-05-2018-1876)
- (7) رانيا محمد الشرفاوي (2019م)، "العلاقة بين الكلمة المنطوقة إلكترونياً والثقة في العلامة التجارية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قناة السويس: كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال.
- (8) Kichan Nam Jeff Baker, Norita Ahmed & Jahyungoo (2019), "Determinants of Writing Positive and Negative Electronic Word of Mouth: Empirical Evidence for Two Types of Expectation Confirmation", **Decision Support Systems**, <https://dio.org/10.106/j.dss.2019.113168>.
- (9) ميسون علي عبد الكريم، وعبد السلام حامد (2019م)، "الدور المعدل للكلمة المنطوقة إلكترونياً في العلاقة بين المنفعة المدركة للشراء عبر الإنترنت والنية الشرائية دراسة على عينة من مشتركي مجموعات الشراء في مواقع التواصل الاجتماعي بالسودان"، *مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية*، ع 10، ص 51: 75.
- (10) Narges Delafrooz, Yalda Rahmati & Mehrzed Abd (2019), "The Influence of Electronic Word of Mouth on Instagram Users: An Emphasis on Consumer Socialization Framework", **Cogent Business & Management**, 6: 1606973, p. 1: 14
- (11) Humza Abbas, Hassan Hafeez, Ali Rashed, Urooj Saeed & Fahed Rathore (2018), "The Impact of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Customer Purchase

Intention: An Empirical Study of the Clothing Industry in Pakistan, **Governance & Management Review**, Vol. 3, No. 2, p. 100: 113.

(12) Yaniv Gvili & Shalom Levy (2018), "Customer Engagement with EWOM on Social Media: The Role of Social Capital, **Online Information Review**, [Dio:10118/OER-05-2017-0158](https://doi.org/10.1018/OER-05-2017-0158).

(13) مضاء فيصل محمد الياسين (2017م)، "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي من خلال الكلمة المنطوقة الإلكترونية: دراسة تطبيقية لقطاع الملابس في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط: كلية الأعمال، قسم إدارة الأعمال.

(14) Shasha Teng Kok Wei Whong, Alain Yee Loong Chong & Binshan Lin (2017), "Persuasive Electronic Word of Mouth Messages in Social Media", **Journal of Computer Information Systems**, Vol. 75, No. 1, p. 76: 88.

(15) هاجر نوبي (2017م)، "تأثير الكلمة المنطوقة إلكترونياً على صورة العلامة التجارية لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية على صفحات الشركات العاملة في قطاع المحمول على الفيسبوك"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام)، ع3، ص16، ص 455: 494.

(16) داليا محمد عبد الله (2015م)، "محددات الكلمة المنطوقة الإلكترونية عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" وتأثيرها على النوايا الشرائية للجمهور المصري: دراسة مسحية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك"، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، العدد الأول، ص 299: 363.

(17) Jacob Hornik, Riant Shaanan Stuchi, Ludovica Cesareo & Alberto Pastore (2015), "Information Dissemination via Electronic Word of Mouth: Good News Travels Fast, Bad News Travels Faster", **Computers in Humans Behavior**, Vol. 45, p. 273: 280.

(18) Jen-Ruci Fu, Pie-Hung Ju & ChiungWen Hsu (2015) "Understanding Why Consumers Engage in Electronic Word of Mouth Messages Communication: Perspective from Theory of Planned Behavior and Justice Theory", **Electronic Commerce Research & Applications**, xxx-xxx, <http://dio.org/10.1016/j.elerap.2015.09.003>.

(19) إيمان مدحت خطاب، وجيهان عبد المنعم رجب (2014م)، "دور الكلمة المنطوقة إلكترونياً في القرارات الشرائية للشباب بالتطبيق على سلع التسوق"، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة** (جامعة عين شمس: كلية التجارة)، العدد الرابع، ص 359: 382.

(20) Erandi Jinadari (2014), "Impact of Electronic Word of Mouth on Brand Evaluations in Times of Negative Publicity: A Conceptual Framework", **European Journal of Business & Management**, Vol. 6, No. 36, p. 203: 210.

(21) Gengfeng Niu, Jin He, Shanyan Lin, Xiaojun Sun & Claudio Longobardi (2020), "Cyberbullying Victimization and Psychological Security and Moderating Role of Growth Mindset", **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 17 (12), 4368, <https://dx.doi.org/10.3390%2Fijerph17124368>

(22) Mohammad Farhan Al Qudah & Hafida Sulaiman Al-Barashdi et. al. (2020), "Psychological Security, Psychological Loneliness, and Age as the Predictors of Cyberbullying among University Students", **Community Mental Health Journal**, Vol. 56, p. 393: 403.

(23) إلهام جلال إبراهيم، وعبد الله صالح القحطاني (2019م)، "الأثار المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية والأمن النفسي لدى طلاب الجامعة"، *مجلة دراسات تربوية ونفسية* (جامعة الزقازيق: كلية التربية)، ع (105)، ص 311: 374

(24) عبد الله عادل شراب، وسما عادل شراب (2019م)، "المناخ الأسري كمتغير وسيط بين العنف الإلكتروني والأمن النفسي لدى الفئة العمرية 14: 16 سنة"، *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية* (المركز الديمقراطي العربي: ألمانيا- برلين)، ع (7)، ص 10: 32

(25) عبير محمد الصبان، وسماح عيد الحربي (2019م)، "إيمان الطلاب على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالأمن النفسي والتورط في الجرائم السيبرانية"، *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*، ع (2)، ص 267: 293

<https://doi.org/DOI:10.31559/EPS2019.6.2.8>

(26) أحمد عادل عبد الفتاح (2018م)، "العنف الرمزي المدرك بوسائل الإعلام الجديدة وعلاقته بمفهوم الذات والأمن النفسي لدى الشباب المصري" *Arab Media & Society*, Issue 26

<https://www.arabmediasociety.com/wp-content/uploads/2018/10/4-1.pdf>

(27) Jicho Jia, Dongping Li, Xian Li, Yueyue Zhou, Yanhui Wang & Wengiang Sun (2017), "Psychological security and Deviant Peer Affiliation as Mediators between Teacher-Student Relationship and Adolescent Internet", **Computers in Humans Behavior**, 73, p. 345: 352.

(28) همت مختار مصطفى (2016م)، "استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وعلاقته بالثقة بالنفس وتقدير الذات والأمن النفسي لدى عينة من طلاب المؤسسات الإيوائية"، *مجلة التربية* (جامعة الأزهر: كلية التربية)، ع (167)، ج2، ص 279: 350.

(29) أمال إسماعيل محمد زيدان (2020م)، "تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا: تقييم مرحلي"، *مجلة البحوث الإعلامية* (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ع (54)، ج (4)، ص 2353: 2432.

(30) Beter Esaiasson, Jacob Sohlberg, Marina Ghersetti & Bengt Johansson (2020), "How the Coronavirus Crisis Affect Citizen Trust in Government Institutions and in unknown Others- Evidence from "The Swedish Experiment", <http://osf.io/preprints/socarxiv/6yw9r>.

(31) نرمين علي عوجة (2020م)، "إستراتيجية اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا: دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية"، *مجلة البحوث الإعلامية* (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ع (54)، ج (4)، ص 2433: 2494.

(32) Sabinne Lee, Changho Hwang & M. Jae Moon (2020), "Policy Learning and Crisis Policy Making: a Quadruple-Loop Learning and COVID-19 Reponses in South Korea", **Policy & Society**, p. 1: 19, <http://dio.org/10.1080/14494035.2020.1785195> .

(33) Tom Christensen (2020), "Balancing Governance Capacity and Legitimacy: How the Norwegian Government Handled the COVID-19 Crisis as a High Performer", **Public Administration Review**, Vol. 00, No. 00, p. 1: 6, [Dio:101111/puar.1324](https://doi.org/10.101111/puar.1324).

(34) Ana Maria Soares, Jose Carlos Pinho & Helena Nobre (2012), "From Social to Marketing Interactions: The Role of Social Networks", **Journal of Transnational Management**, Vol. 17, No. 1, p. 45: 62.

(35) داليا محمد عبد الله، مرجع سابق، ص 318.

(36) Narges Delafrooz, Yalda Rahmati & Mehrzed Abd, **Op. Cit.**, p. 2.

(37) أماني ألبرت (2017م)، تسويق الدولة كعلامة تجارية: دراسة سميولوجية تتبعية لحملة هي دي مصر عبر انستجرام "المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، 12ع، ص 149: 204.

(38) مثل دراسات:

- داليا محمد عبد الله، مرجع سابق.
- ممدوح رفاعي، نهال الشحات، هشام رجب، محمد خطاب (2018م)، "أثر الكلمة المنطوقة الإلكترونية (ewom) على تبني الطلاب للمعرفة البيئية: دراسة تطبيقية على جامعة عين شمس"، **المجلة الدولية للتنمية المستدامة (جامعة عين شمس: معهد البحوث والدراسات البيئية)**، متاح على:

https://www.academia.edu/38146005/%D8%A3%D8%AB%D8%B1_%D8%A7%D9%84%DA%A9%D9%84%D9%85%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B7%D9%88%D9%82%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%AA%D8%A8%D9%86%DB%8C_%D8%A7%D9%84%D8%B7%D9%84%D8%A7%D8%A8_%D9%84%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D9%8A%D8%A9_%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9_%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D8%A9_%D8%B9%D9%8A%D9%86_%D8%B4%D9%85%D8%B3

- Yaniv Gvili & Shalom Levy, **Op. Cit.**
- Shu-Chuan Chu & Sejung Marina Choi (2011), "Electronic Word of Mouth on Social Networking Sites: A Cross-Cultural Study of the United States and China", **Journal of Global Marketing**, Vol. 14, No. 3, p. 263: 281.
- Jon Fog & Suzan Burton (2008), "A Cross-Cultural Comparison of Electronic Word of Mouth and Country-of-Origin Effects", **Journal of Business Research**, Vol. 61, p. 233: 242.

(39) داليا محمد عبد الله، مرجع سابق.

(40) Md. Alamgir Hossain, Nusrat Jahn, Yuantao Fang, Saiful Hoque & Md. Shkhawat Hussain (2019), "Nexus of Electronic Word of Mouth to Social Networking Sites: A Sustainable Chatter of New Digital Social Media", **Sustainability**, Vol. 11, No. 3, <https://doi.org/10.3390/su11030759> .

(41) Yaniv Gvili & Shalom Levy, **Op. Cit.**

(42) داليا محمد عبد الله، مرجع سابق.

(43) إيمان مدحت خطاب، وجيهان عبد المنعم رجب، مرجع سابق.

(44) Ana Maria Soares, José Carlos Pinho & Helena Nobre (2012), "From Social to Marketing Interactions: The Role of Social Networks", **Journal of transnational management**, Vol. 17 No. 1, p. 45:62.

(45) Shu-Chuan Chu & Sejung Marina Choi, **Op. Cit.**

(46) علاء عبد الحميد الشامي (2013م)، "مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في مدينة الرياض"، **المجلة العربية للإعلام والاتصال (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال)**، ع (10)، ص 79: 144.

(47) Yaniv Gvili & Shalom Levy, **Op. Cit.**, p. 488.

(48) Shu-Chuan Chu & Sejung Marina Choi, **Op. Cit.**, p. 268.

(49) شيرين محمد كدواني (2018م)، "دور الفيسبوك في تشكيل رأس المال الاجتماعي: دراسة تطبيقية"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، ع (23)، أكتوبر/ديسمبر - السنة (6)، ص 180: 199.

(50) Kineta H. Hung & Stella Yiyan Li (2007), "The Influence of eWOM on Virtual Consumer Communities: Social Capital, Consumer Learning, and Behavioral Outcomes", **Journal of Advertising Research**, Vol. 47, No. 4, p. 485: 495.

(51) علاء عبد الحميد الشامي، مرجع سابق، ص 91 و 92.

(52) رجعت الباحثة في ذلك إلى المرجعين الآتيين:

- Dale R Duhan, Scott D. Johnson, James B. Wilcox & Gilbert D. Harrell (1997), "Influences on Consumer Use of Word-of-Mouth Recommendation Sources", **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol. 25, No. 4, p. 283: 295.
- Jacqueline Johnson Brown & Peter H. Reingen (1987), "Social Ties and Word-of-Mouth Referral Behavior", **Journal of Consumer Research**, Vol. 14, No. 3, P. 350: 362

(53) Yaniv Gvili & Shalom Levy, **Op. Cit.**, p. 496.

(54) Jr Lionel P. Robert, Alan R. Dennis & Manju K. Ahuja (2008), "Social Capital and Knowledge Integration in Digitally Enabled Teams", **Information Systems Research**, Vol. 19, No. 3, September 2008, p. 314: 334

(55) Shu-Chuan Chu & Sejung Marina Choi, **Op. Cit.**, p. 266.

(56) تبنت الدراسة مفهوم الأمن النفسي الذي قدمته دراسة: أيمن محمد السيد شحاته (2017م)، "التوجه الديني وعلاقته بالأمن النفسي لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية: دراسة مقارنة بين الحضر والريف"، **حوليات آداب عين شمس**، مج (45)، ع يوليو/ سبتمبر، ص 213: 245.

(57) رابط الاستبيان:

<https://docs.google.com/forms/d/1d6RZuXvD1tBY0bMatrapHkQF9nXa0TRsVIyZnIN4Y/edit?usp=sharing>

(58) استعانت الباحثة في صياغة عبارات المقياس -التي تمثلت في عرض الإجراءات التي اتخذتها الحكومة لمواجهة الأزمة وطلب من المبحوث أن يحدد طبيعة الآراء والتعليقات الصادرة عن جهات اتصاله على موقع الفيسبوك حولها- بالمرجع الآتي:

- مرصد إجراءات الحكومة لمواجهة تداعيات فيروس كورونا المستجد، موقع وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، محدث حتى تاريخ 2020/8/5، واكتفت الباحثة بالإجراءات التي تمس المواطن بشكل مباشر،

<https://mped.gov.eg/policytracker/dist-2/index.html>

(59) استندت الباحثة في ذلك إلى المنهجية التي اتبعتها دراسة: علاء عبد الحميد الشامي، مرجع سابق، ص 110

(60) رجعت الباحثة في بناء عبارات المقياس إلى دراسة:

- Karl van der Schyff , Stephen Flowerday , Hennie Kruger & Nikitha Patel (2020), "Intensity of Facebook Use: A Personality-based Perspective on Dependency Formation", **Behavior & Information Technology**, DOI: [10.1080/0144929X.2020.1800095](https://doi.org/10.1080/0144929X.2020.1800095)

(61) تبنت الباحثة مقياس رأس المال الاجتماعي الخاص بدراسة: علاء عبد الحميد الشامي، مرجع سابق، ص

111، 112

(62) تبنت الباحثة مقياس الثقة في العلاقات الاجتماعية عبر الفيسبوك الخاص بدراسة:

- Md. Alamgir Hossain, Nusrat Jahn, Yuantao Fang, Saiful Hoque & Md. Shkhawat Hussain, **Op. Cit.**

- مع إضافة العبارة الرابعة بما يتفق مع أهداف الدراسة الراهنة.

(63) رجعت الباحثة في بناء عبارات مقياس الأمن النفسي إلى دراستي:

- أحمد عادل عبد الفتاح، مرجع سابق.

- إيمان عاشور سيد حسين (2020م)، التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 عبر

المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم"، **مجلة البحوث الإعلامية** (جامعة الأزهر: كلية

الإعلام)، ع (54)، ج (4)، ص 2539: 2604.

- مع إضافة بعض العبارات بما يتناسب مع طبيعة الدراسة الراهنة ويسهم في تحقيق أهدافها.

(64) **السادة المحكمون: (الأسماء مرتبة أبجدياً وفقاً للدرجة العلمية):**

- أ.د. أحمد فاروق رضوان: أستاذ العلاقات العامة بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة حلوان المُعار إلى جامعة الشارقة.

- أماني ألبرت: أستاذ العلاقات العامة المساعد بكلية الإعلام جامعة بني سويف.

- أ.م.د. عادل رفعت عبد الحكيم: أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية الآداب جامعة المنوفية.

- أ.م.د. سهير صفوت: أستاذ علم الاجتماع المساعد بكلية التربية جامعة عين شمس.

- أ.م.د. محمد عتران: أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

- أ.م.د. مروى السعيد حامد: أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنصورة.

(65) داليا محمد عبد الله، مرجع سابق، ص 325.

- (66) أحمد عادل عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 21.
- (67) Shu-Chuan Chu & Sejung Marina Choi, **Op. Cit.**, p. 275.
- (68) شيرين محمد كدواني (2018م)، مرجع سابق، ص 193.
- (69) خالد كاظم أبو دوح (2017م)، "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي لدى المرأة السعودية: دراسة ميدانية على عينة من الطالبات الجامعيات"، المؤتمر الدولي الثاني لكلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود: "البيئة الجديدة للإعلام التفاعلي في العالم العربي"، ٢١ - ٢٢ فبراير.
- (70) داليا محمد عبد الله، مرجع سابق، ص 325.
- (71) أمال إسماعيل محمد زيدان، مرجع سابق، ص 2354.
- (72) Shen Zhihao & Liu Qianhua (2014), "Psychological Security and Family Environment Factors among University Students", **China Journal of Psychology**, Vol. 1, Abstract Available Online at: http://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTOTAL-JKXL201401053.htm
- (73) Cao Zhong-bao & Feng Li (2015), "Research on the Relationship of Sense of Psychological Security and Interpersonal Trust of College Students", **Journal of Hubei Normal University (Philosophy and Social Sciences)**, Vol. 1, Abstract Available Online at: https://en.cnki.com.cn/Article_en/CJFDTTotal-HBSX201501029.htm .
- (74) أحمد عادل عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 27.
- (75) Raghda Naisseh (2012), "Psychological Alienation and its Relationship to Psychological Security: A Field Study on a Sample of Students from the University of Damascus, Living on Camps", **Damascus University Journal**, Vol. 28, No. 3, p.13: 14.
- (76) همت مختار مصطفى، مرجع سابق، ص 281.
- (77) إيمان عاشور سيد حسين، مرجع سابق، ص 2570.
- (78) نشوة سليمان عقل (2020م)، "التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية"، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ع (54)، ج (4)، ص 2038: 2092.
- (79) Md. Alamgir Hossain, Nusrat Jahn, Yuantao Fang, Saiful Hoque & Md. Shkhawat Hussain, **Op. Cit** , p. 11.
- (80) داليا محمد عبد الله، مرجع سابق، ص 327: 331.
- (81) Shu-Chuan Chu & Sejung Marina Choi, **Op. Cit.**, p. 275.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

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

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

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

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

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

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

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

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

Dr. Ramy Gamal: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Language checker: Elsayed Mostafa :Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by : Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 55 October 2020 - part 4

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

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

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

Rules of Publishing

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

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