

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية .

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

مساعد 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

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر 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](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد السادس والخمسون - الجزء الرابع - جمادى الأولى ١٤٤٢هـ - يناير ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## 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 عبدالله (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

- ١٤٧٣ ■ الاتجاهات الحديثة في توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصالات التسويقية المتكاملة - دراسة تحليلية  
أ.د. سلوى سليمان الجندي
- ١٥٢٥ ■ التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصادقية المصدر  
أ.م.د. جيهان سيد أحمد يحيى
- ١٥٧٣ ■ إدراك المصريين لتأثيرية الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على جائحة كورونا- دراسة ميدانية  
د. محمد فؤاد محمد الدهراوي
- ١٦٣١ ■ استخدام النخبة الأكاديمية لموقع انستجرام والتماسها الأخبار منه  
د. دعاء حاتم محمد آدم
- ١٦٧٩ ■ أنماط تعرض الشباب بدولة الإمارات للشاشات المتعددة وتأثيرها على حضورهم الاجتماعي- دراسة في إطار ظاهرة التليفزيون الاجتماعي  
د. عمرو محمد محمود عبد الحميد
- ١٧٥٥ ■ البلاغة البصرية لإعلانات الشركات متعددة الجنسيات عبر مواقعها الإلكترونية: دراسة تحليلية  
د. عبده قناوي أحمد عبد العزيز
- ١٧٩٥ ■ العلاقة بين مشاهدة الشباب الجامعي المصري للأفلام التوعوية الصحية باليوتيوب ومستوى الوعي الصحي لديهم  
د. السيد لطفي حسن زايد

١٨٣١

■ دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث  
«دراسة استشرافية» د. هند يحيى عبد المهدي عبد المعطي

---

١٨٧٩

■ أثر تطبيق اللامركزية في تحسين أداء العاملين بالمؤسسات الصحفية  
المصرية (دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات القومية والحزبية  
والخاصة) د. عادل صادق محمد رزق، د. فيروز عبد الحميد جابر

---

١٩٢٩

■ توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع  
الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتطور تقنيات الاتصال وتكنولوجيا  
المعلومات (دراسة على القائم بالاتصال)  
د. وفاء جمال درويش عبد الغفار

---

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يونيو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأهرام	6.5	7	2682-292X	1110-9297
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	6	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إحدا الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2366-9891	2366-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.6	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشروق	3.5	6.6	2367-0407	2367-0407
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9131	2366-9131
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-914X	2366-914X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9168	2366-9168
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	1110-6836	1110-6836
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.6	1110-6844	1110-6844

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقاً على كل الأبحاث التي ستشتر 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



# التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصداقية المصدر

- The psychological and behavioral effects of the visual media content presented on Corona and its relationship to the source's credibility

أ.م.د. د. جيهان سيد أحمد يحيى

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد - جامعة الأزهر

والأستاذ المساعد بكلية اللغة والإعلام - الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري

Gihan\_yehya@hotmail.com

## ملخص الدراسة

هدف البحث إلى التعرف على التأثيرات النفسية والسلوكية لجائحة كورونا من خلال تعرض طلاب الجامعات لمحتوى الإعلام المرئي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (500) مفردة من الشباب الجامعي المصري من الجامعات (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية)، واستخدمت استمارة الاستقصاء كأداة أساسية لجمع البيانات حول موضوع الدراسة، وتم التوصل إلى العدد من النتائج من أهمها: - جاءت «المواقع الرسمية الحكومية» من أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات لجائحة كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي، يليها «موقع منظمة الصحة العالمية»، ثم «صفحة وزارة الصحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي»، وأخيراً جاءت «مواقع التواصل الاجتماعي»، - تمثلت أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا «الاستناد إلى الأرقام والنسب بدلاً من القليل والكثير»، ثم «الاعتماد على مصادر متنوعة ومعلومة»، يليها «الاستشهاد بما يقع فعلاً من الأحداث»، وأخيراً «إسناد الأخبار إلى مصادرها»، - توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مصداقية الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا وبين تأثيراته النفسية والسلوكية.

الكلمات المفتاحية: التأثيرات النفسية والسلوكية- محتوى الإعلام المرئي- مصداقية المصدر

## Abstract

The aim of the research is to identify the psychological and behavioral effects of the Corona pandemic through the exposure of university students to the content of visual media, and this study belongs to descriptive studies, and the study relied on the survey method, and the study sample consisted of (500) single Egyptian university youth from universities (Cairo) - Al-Azhar - Tanta - October 6 - American University), and the survey questionnaire was used as a basic tool for collecting data on the subject of the study, and a number of important results were concluded: - The «official government websites» were among the most important sources for university students following the Corona pandemic through visual media content , Followed by the “World Health Organization website,” then “the official Ministry of Health page on social media,” and finally “social networking sites”, - the most important factors affecting the source’s credibility were the visual media content of the Corona pandemic “based on numbers and percentages instead of Little and Great, then «relying on various and information sources», followed by «citing what is actually happening», and finally «attribution of news to its sources», - there is a positive correlation between the credibility of the visual media Z associated with the Corona pandemic and its psychological and behavioral effects

Keywords: The psychological and behavioral effects - visual media content - source’s credibility



شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً بالغاً بدراسة مصداقية وسائل الإعلام، وذلك في ظل ما يشهده العالم من أزمات متلاحقة تشكل تحدياً لمصداقية وسائل الإعلام، وخاصة في ظل جمهور نشط يُقيّم ما يقدم له، وفي ضوء تعدد البدائل الإعلامية التي يتحرى من خلالها الجمهور مصداقية المعلومات المقدمة له عبر المحتوى المرئي لوسائل الإعلام. ومع تنوع المصادر الإعلامية زادت أزمة المصداقية تعقيداً نظراً لتعدد وجهات النظر وتباينها، وبالتالي أصبح للرسائل الإعلامية رؤى مختلفة، قد ينتهها بعض من التوجهات غير الموضوعية للقضايا والموضوعات والأحداث والأزمات المطروحة.

وشهدت الفترة الأخيرة تطوراً كبيراً في المحتوى الإعلامي المرئي في مختلف دول العالم، خاصة بعد ظهور الفيروس التاجي المستجد (Covid19)، والذي يعد أحد الجائحات الأكثر انتشاراً وفتكاً وخطورة في القرن الواحد والعشرين، حيث تسبب في تغيرات كثيرة في يوميات وسلوكيات الأفراد خاصة بعد إعلان الدول ضرورة الحجر المنزلي، والتباعد الاجتماعي كأفضل وسيلة للحد من تفشي المرض بين الأفراد، مما ترتب عليه العديد من التأثيرات النفسية والسلوكية المختلفة نتيجة لهذه الإجراءات الاحترازية.

واستحوذت أخبار الفيروس على محتوى الإعلام بشكل عام والمرئي بشكل خاص، وتنوعت بين الأخبار الدقيقة المستمدة من الوكالات الرسمية، والأخبار المروجة لثقافة المؤامرة، بالإضافة إلى الأخبار ذات الصبغة الخرافية، الشيء الذي أدى إلى تضارب في الأخبار والمعلومات لدى الجمهور، وأسهمت في رفع المؤثرات السلبية لـ (كوفيد19)، وخلق موجات من الهلع والخوف نتيجة عدم وضوح ملامح المعرفة الصحية للوباء.

فأنشأت العديد من المؤسسات الرسمية وغير الرسمية العديد من المواقع الإلكترونية ليقدموا من خلالها الرسائل التي يرغبون في إرسالها إلى الفئات المختلفة من الجمهور،

وذلك بجانب العديد من الوسائل الإعلامية الأخرى التقليدية، والحديثة مثل: التليفزيون بقنواته الفضائية والإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي. وفي ظل انتشار العديد من المضامين المختلفة عبر وسائل الإعلام المرئي المقدم عن كورونا فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على التأثيرات النفسية والسلوكية وعلاقته بمصداقية المصدر.

### مشكلة الدراسة:

أثارت أزمة كورونا وتداعيتها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية المختلفة جدلاً كبيراً حول مصداقية محتوى الإعلام المرئي وتحديد أدوارها في تغطية الأحداث المتلاحقة المرتبطة بالأزمة؛ مما جعل من مصداقية المصدر محل تقويم ومناقشة، خاصة في ظل النمو المتسارع والمنافسة الشديدة بين وسائل الإعلام في الوقت الراهن، وما صاحبه من تعددية وتنوع واتساع في حرية الرأي والتعبير، والتي انعكست آثارها على الأداء المهني من ناحية، والمضمون من ناحية أخرى، وفي ضوء تزايد محتوى الإعلام المرئي وتناوله لأزمة كورونا، فقد شكلت مصداقية المصدر جانباً كبيراً من اهتمامات الباحثين في ظل التشوية في تقديم الأخبار والمعلومات أثناء تناول الأزمة بالحذف أو الإضافة أو التعديل. ونتيجة لمصداقية المصدر لدى الجمهور يقوم بمشاركة المعلومات مع الأصدقاء اعتماداً على مصداقية المعلومات المقدمة من تلك الوسائل الإعلامية الموثوق بها مما يدفعهم إلى الرغبة في مشاركة تلك المعلومات.

فمصداقية المصدر ترتبط بشكل كبير بالمحتوى الإعلامي المقدم، فكلما اعتمد المصدر على تقديم مواد مرئية كانت الرسائل أكثر إقناعاً للجمهور، كما أن تقديم المعلومات الموثوق بها الصادرة من وسيلة إعلامية ذات مصداقية له تأثير كبير على تقديم الدعم العاطفي للجمهور خلال فترة الجائحة وأنهم لا يزالون في تواصل مع المجتمع من خلال الحملات الإعلامية المرئية الموجهة إليهم، فالثقة في الوسيلة الإعلامية له تأثير كبير على نوع التوجه والتغيير السلوكي لدى الجمهور، مما سبق تتحد مشكلة الدراسة في التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصداقية المصدر.

### أهمية الدراسة:

يمكن تقسيم أهمية الدراسة إلى:

#### أولاً: الأهمية النظرية:

1- أهمية معرفة التأثيرات الناتجة عن محتوى الإعلام المرئي وعلاقته بمصداقية المصدر.

2- أهمية المرحلة العمرية وهي مرحلة الشباب التي تتسم بالعديد من التغيرات، وأهمها التغيرات النفسية والاجتماعية والسلوكية، والتي تسهم وسائل الإعلام بشكل كبير فيها، حيث يعد محتوى الإعلام المرئي في الوقت الراهن له تأثير كبير على الشباب من الناحية النفسية والسلوكية.

3- الأهمية النسبية التي تحيلها وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات بصفة عامة، والإعلام المرئي بصفة خاصة لدى الشباب الجامعي.

#### ثانياً: الأهمية التطبيقية:

1. مواكبة الاتجاهات الحديثة التي بدأت تهتم بدراسة المصدقية كمتغير متعدد الأبعاد والمتغير الأبرز في تحديد تأثيرات وسائل الإعلام على معارف الجمهور واتجاهاته.

2. قياس الآثار النفسية والسلوكية المرتبة على تعرض الشباب لمحتوى الإعلام المرئي.

3. الكشف عن مدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير المحققة للمصدقية في الأزمات، حيث يتعدى دور وسائل الإعلام نقل المعلومات، ويمتد دورها الفعال إلى تفسير مجريات الأحداث وإدارة الأزمات في مختلف مراحلها.

4. أهمية موضوع الدراسة بوصف التأثيرات النفسية والسلوكية باعتبارها إحدى أبرز التأثيرات، التي تحتل أولوية كبيرة من قائمة اهتمامات الجمهور في ضوء أزمة كورونا العالمية واستمرارها.

5. تطبيق بعض الافتراضات التي تتضمنها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في إطار استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام المرئي كمصدر للمعلومات حول أزمة كورونا.

#### أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في: التعرف على التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام الرقمي المقدم عن كورونا، وعلاقته بمصدقية المصدر، وذلك من خلال مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:

1- تحديد مستوى متابعة طلاب الجامعات لمستجدات كورونا عبر المحتوى الإعلامي المرئي.

2- التعرف على التأثيرات السلوكية والنفسية لدى طلاب الجامعة الناتجة عن جائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي.

- 3- التعرف على درجات المصداقية لمحتوى الإعلام المرئي لدى الشباب الجامعي.
- 4- الكشف عن أهم العناصر المكونة لمصداقية المصدر لدى طلاب الجامعات والمرتبطة بجائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي.
- 5- رصد أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي المتناول لجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب الجامعات.

#### الدراسات السابقة:

وقد قامت الباحثة بتناول الدراسات السابقة المرتبطة بمتغيرات الدراسة ترتيبًا تنازليًا من الأحدث إلى الأقدم طبقًا للترتيب الزمني كالتالي:

تناولت دراسة (Al-Dmour, 2020)<sup>(1)</sup> تأثير الحملات الإعلامية التي قامت بها وزارة الصحة الأردنية على الجمهور الأردني فيما يتعلق بأزمة COVID-19، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور الأردني، والذين قاموا بمتابعة الحملات الإعلامية المرئية على مواقع التواصل الاجتماعي والمتعلقة بأزمة COVID-19 قوامها 2555 مفردة بحثية، ومن خلال الاستقصاء الإلكتروني كانت أهم نتائج الدراسة كالتالي:- الحملات المرئية أسهمت بشكل كبير في تعديل سلوك الجمهور فيما يتعلق بتطبيق الإجراءات الوقائية التي يجب اتباعها من أجل منع انتشار الوباء في المملكة الأردنية - وجود علاقة طردية بين زيادة الوعي وتغيير سلوك الجمهور فيما يتعلق بأزمة كورونا، وأجرى (Lin(2020)<sup>(2)</sup> بحثًا عن التأثير السيكولوجي للمحتوى الإعلامي المقدم فيما يتعلق بأزمة COVID-19، وما هي علاقة مصداقية المصدر الإعلامي في التأثير على الجمهور، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الشباب في دولة إيران قوامها 1078 من الذين تعرضوا للحملات الإعلامية المرئية المتعلقة بوباء كورونا، كانت أهم نتائج الدراسة كالتالي:- هناك علاقة طردية إيجابية بين التعرض للمحتوى الإعلامي المرئي، وبين وجود تأثيرات نفسية وسيكولوجية للجمهور - من بين العوامل النفسية التي يتعرض لها الجمهور الشعور بالخوف والقلق والاكتئاب - النشر المستمر للإحصائيات المتعلقة بالوفيات، وحالات الإصابة كان له التأثير الكبير في إثارة الخوف لدى الجمهور خاصة إذا كان المحتوى الإعلامي المرئي المقدم صادر من وسيلة إعلامية تتمتع بمصداقية عالية، وركزت دراسة (Saha(2020)<sup>(3)</sup> على تأثير الإعلام المرئي على الجمهور فيما يتعلق بأزمة COVID-19، وما التأثيرات السيكولوجية للمحتوى الإعلامي على المجتمع الأمريكي، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام بإجراء دراسة

تحليلية للتعرف على اتجاهات الجمهور الأمريكي، فيما يتعلق بالحملات الإعلامية المرئية التي تم نشرها حول وباء COVID-19 من خلال التعرف على تعليقات الجمهور على Twitter حيث كانت أهم نتائج الدراسة كالاتي:- أن الحملات الإعلامية المرئية المتعلقة بـ COVID-19 تستهدف زيادة المستوى المعرفي والإدراكي للمجتمع الأمريكي فيما يتعلق بتلك الأزمة الصحية - صحة الأخبار السلبية لها تأثير كبير على سيكولوجية المجتمع الأمريكي من بينها الاكتئاب والقلق وانتشار الذعر بين المجتمع، وسعت دراسة Zhao(2020) <sup>(4)</sup> إلى التعرف على تأثير المحتوى الإعلامي المرئي على الجمهور الأمريكي، حيث تم اختيار عينة من الجمهور من ربات المنزل الأمريكية قوامها 9000 مفردة بحثية في الفترة من مارس وحتى أكتوبر 2020؛ للتعرف على تأثير تفضيلهن ومصداقية الوسائل الإعلامية التي يقمن بمشاهدتها على سلوكهن فيما يتعلق بالتعامل مع وباء كورونا ومن خلال استمارة الاستقصاء كانت أهم نتائج الدراسة كالاتي:- أن التغير في سلوك الجماهير مرتبط بشكل كبير بدرجة مصداقية الوسيلة الإعلامية - أن الثقة في الوسيلة الإعلامية لها تأثير كبير على نوع التوجه والتغيير السلوكي لدى الجمهور، وأشارت دراسة Chao(2020) <sup>(5)</sup> إلى التأثيرات السلبية النفسية على الجمهور نتيجة التعرض للمحتوى المرئي المتعلقة بأزمة COVID-19، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي حيث قام باختيار عينة من الجمهور الصيني الذين تعرضوا للمحتوى المرئي، قوامها 917 من المراهقين الصينيين؛ للتعرف على التأثيرات السلبية للمحتوى المرئي على حالتهم النفسية ومن خلال الاستقصاء الإلكتروني كانت أهم نتائج الدراسة كالاتي:- من بين التأثيرات السلبية بين عينة الدراسة انتشار الخوف والقلق والاكتئاب نتيجة التعرض للمحتوى المرئي - أن العوامل المكانية لها تأثير على الحالة النفسية للجمهور حيث إن مشاهدة الإعلام المرئي في المستشفيات كان من بين العوامل التي أسهمت في إحداث تأثير سلبي شديد على الحالة النفسية والسيكولوجية للجمهور - بينت الدراسة أن التأثير السلبي للإعلام المرئي يمتد أثره إلى ما بعد انتهاء الأزمة فيما يعرف بتأثير ما بعد الصدمة، وهدفت دراسة Karasneh(2020) <sup>(6)</sup> إلى التعرف على درجة المعرفة المتكونة لدى الصيادلة نحو وباء كورونا ومستوى إدراكهم للإجراءات الاحترازية التي يجب اتباعها لعدم الإصابة بالفيروس، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة من الصيادلة قوامها 486 مفردة ومن خلال الاستقصاء الإلكتروني، كانت أهم نتائج الدراسة كالاتي:- أشارت الدراسة أن 65% من عينة الدراسة تغير سلوكهم فيما يتعلق بالطرق الاحترازية، التي يجب اتباعها

لتجنب الإصابة وعدم تفشي المرض - أن المصادر الإعلامية الرسمية كانت من أكثر المصادر مصداقية لدى الجمهور عينة الدراسة مما أسهم بشكل كبير في الاقتناع بالرسالة الإعلامية التي تقدمها، واستكشفت دراسة (Gunther (2020<sup>(7)</sup> دور الإعلام المرئي خلال فترة أزمة كورونا، بالإضافة إلى التعرف على تأثير مصداقية المصدر الإعلامي في التأثير على اتجاهات وسلوك الجمهور فيما يتعلق بأزمة كورونا، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عمدية من الجمهور في دولة سنغافورة قوامها 863 مفردة؛ للتعرف على تأثير الإعلام المرئي على سلوكهم الصحي، ومن خلال استمارة الاستقصاء، وكانت أهم نتائج الدراسة كالآتي:- أن الإعلام المرئي أسهم بشكل كبير في عرض المعلومات بطريقة فورية وأنية فيما يتعلق بوباء كورونا - أن مصداقية المصدر يعد من أهم العوامل التي تدفع الجمهور إلى متابعة المصدر الإعلامي - أن الإعلام المرئي أسهم في تغيير سلوك الجمهور فيما يتعلق بالإجراءات والسلوك التي ينبغي اتباعها لتجنب الإصابة بالفيروس، وقام (Liu (2020<sup>(8)</sup> بدراسة تسعى إلى التعرف على تأثير المحتوى المرئي على الجمهور، وما العلاقة بين التعرض للمحتوى المرئي المتعلق بأزمة كورونا وانتشار الخوف والقلق بين الجمهور، بالإضافة إلى التعرف على تأثير المصداقية على اقتناع الجمهور بالرسالة الإعلامية، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة من الجمهور الصيني قوامها 1118 مفردة، ينتمون إلى 30 مقاطعة تابعة لدولة الصين، من خلال الاستقصاء الإلكتروني كانت أهم نتائج الدراسة كالآتي:- انتشار المرض بشكل سريع في الدولة وعلى مستوى العالم، وعدم وجود علاج لهذا الوباء أسهم بشكل كبير في ارتفاع معدل قلق وخوف الجمهور - الإعلام الرسمي كان من بين أهم وسائل الإعلام ذات مصداقية لدى الجمهور فيما يتعلق بالحصول على المعلومات المتعلقة بالوباء، ورصدت دراسة (Schroyer (2020<sup>(9)</sup> تأثير المحتوى المرئي على الجانب السيكولوجي والنفسي للجمهور فيما يتعلق بأزمة وباء كورونا، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة قوامها 690 مفردة بحثية من عدة دول التي شملت بريطانيا وفرنسا وألمانيا؛ للتعرف على تأثير الإعلام المرئي على سيكولوجية الجمهور، ومن خلال استخدام الاستقصاء الإلكتروني كانت أهم نتائج الدراسة كالآتي:- هناك علاقة طردية إيجابية بين زيادة التعرض للمحتوى المرئي وبين التأثير على سيكولوجية والحالة النفسية للجمهور - وجود علاقة طردية إيجابية بين التعرض للمحتوى المرئي الذي يركز على الأخبار السلبية وبين التأثير السلبي للجمهور - من بين العوامل التي أسهمت في نشر الخوف بين الجمهور

المعلومات المضللة وسوء الفهم الذي كان موجوداً في المحتوى الإعلامي المرئي خاصة فيما يتعلق بتصنيف الوباء بأنه تهديد وحالة فريدة لم يعدها البشر من قبل فمثل تلك الألفاظ أسهمت في نشر الخوف بين الجمهور، وتناولت دراسة: (Lisa Singh (2020)<sup>(10)</sup> تأثير موقع التواصل الاجتماعي تويتر في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بفيروس كورونا Covid-19، واعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح، وقام بالاستعانة باستمارة تحليل المضمون على عينة قوامها (64487) تفريدة، بالإضافة إلى استمارة الاستقصاء وتم تطبيقها على (350) مفردة من الجمهور بمدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى:- أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أفادت بدرجة كبيرة في التعامل مع فيروس كورونا من حيث كيفية الوقاية منه، بالإضافة إلى التعرف على الأمور التي ينبغي القيام بها عند حدوث أعراض الإصابة، واستكشفت دراسة: هاجر محمود محمد عامر(2019)<sup>(11)</sup> استخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية ممثلاً في التلفزيون والإعلام الجديد ممثلاً في الفيسبوك للحصول على معلومات عن أزمة كورونا، والتعرف على اتجاهاتهم نحو تغطية هذه الوسائل لجائحة كورونا، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة من الجمهور المصري قوامها 400 مفردة، باستخدام استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى:- أن عينة الدراسة يقضون وقتاً أطول على الفيسبوك من الوقت الذي يقضونه أمام التلفزيون للحصول على معلومات عن جائحة كورونا،- وجاءت أهم أسباب استخدام عينة الدراسة للفيسبوك وجودها في الهواتف الذكية المتواجدة معنا طوال الوقت" بنسبة كبيرة بلغت 65%، يليها "لأنها تقدم تغطية مباشرة للأحداث"،- بينما جاءت "متابعة البيانات الرسمية الحكومية حول أزمة كورونا" أهم أسباب استخدام التلفزيون، وتعتقد نصف العينة أن "منشورات الفيسبوك تسبب حالة من الهلع والفرع لدى الجمهور حيث تنتشر بها الأخبار الزائفة والمعلومات الخاطئة والشائعات"، ويعتقدون أيضاً أنه "تركت أزمة كورونا سمعة حسنة للحكومة المصرية التي حققت درجة عالية من الثقة والمصداقية" بنسبة 41,5%، وتناولت فاطمة سعود عبد العزيز السالم (2019)<sup>(12)</sup> مصداقية وسائل الإعلام في الكويت من خلال تطبيق "نموذج مصداقية الإعلام"، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت استمارة الاستبيان، والتي تم تطبيقها على عينة قوامها 676 مفردة من الجمهور الكويتي، وتوصلت الدراسة إلى:- أن معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد ارتفع خلال أزمة كورونا، وأن الإعلام الرسمي حصل على أعلى معدل رضا عن الأداء

العام خلال الأزمة بين وسائل الإعلام الأخرى وحصول الصحافة على أعلى معدل مصداقية.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج يمكن التأكيد على عدة أمور أهمها:

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اهتمامها بمصداقية المصدر ودوره الفعال في التأثير على الجمهور سواء كان هذا التأثير إيجابيًا أو سلبيًا، أو تأثير سلوكي أو معرفي أو وجداني.
- أكدت جميع الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام المختلفة على دورها في إمداد الجمهور بالمعلومات حول المرض وأسبابه وكيفية انتقال العدوى والتدابير والأمور الاحترازية المرتبطة بأزمة كورونا.
- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد المشكلة وبلورة التساؤلات والفروض الخاصة بها وتحديد الإطار النظري الملائم، وكذلك تصميم مقياس التأثيرات والمصداقية.

#### أولاً: الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: (13)

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي تعد إطاراً نظرياً مناسباً لهذه الدراسة حيث تركز النظرية على فكرة مقدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير النفسي والسلوكي على الجمهور، وأن هذه المقدرة على التأثير تزداد حين تتجح هذه الوسائل في نقل المعلومات إلى الجماهير خاصة في حالة عدم وجود استقرار في بنية المجتمع بسبب وجود أزمات، ومن هنا رأت الباحثة أن نظرية الاعتماد هي الأنسب كإطار نظري للدراسة الحالية، فنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام توضح العلاقة المتداخلة بين الوسيلة الإعلامية، والجمهور، والنظام الاجتماعي. ومن هنا فإن النظرية تقدم رؤية متكاملة لكيفية تفاعل الجمهور مع الوسيلة الإعلامية التي يعتمد عليها، وفي نفس الوقت لا يغفل السياق الاجتماعي الذي يتم في إطاره هذا الاعتماد، فالباحثة تسعى من خلال الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على محتوى الإعلام المرئي كمصدر للمعلومات خلال جائحة كورونا ورصد التأثيرات النفسية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الأفراد- عينة الدراسة- على تلك الوسيلة.



تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على محورين رئيسيين: الأهداف: يحتاج تحقيق الأهداف الفردية والجماعية إلى موارد خاضعة لأشخاص أو جماعات أخرى.

المصادر: يسعى الأفراد والجماعات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، ويعد محتوى الإعلام المرئي من وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الشباب من أجل بلوغ أهدافهم. وهناك ثلاثة أنواع محتملة من التأثيرات التي تنتج عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام منها المعرفي والعاطفي والسلوكي، فالتأثير المعرفي يرتبط في تغييرات مواقف الجمهور ومعتقداته، أما التأثيرات العاطفية فهي مرتبطة بالشعور بالقلق والخوف مثل الخوف من الخروج من المنزل نتيجة التعرض المفرط لتقارير أخبارية حول انتشار فيروس كورونا في منطقة معينة، أما التأثيرات السلوكية فهي ترتبط بتغيير السلوك أو إلغاءه نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، ومنها لبس الكمامة الطبية والقفازات نتيجة التعرض لمحتوى الإعلام المرئي في وسائل الإعلام التي تغير من سلوك الفرد وتصرفاته.

#### ثانياً: الإطار المعرفي للدراسة:

##### استخدام الإعلام المرئي كوسيلة دعم خلال وباء كورونا.

1- خلال أزمة COVID-19 لجأت الحكومات إلى استخدام الإعلام المرئي المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي في توصيل رسائل إلى الجماهير المتعلقة بكيفية الحماية والوقاية من ذلك الوباء<sup>(14)</sup>.

2- كما استعانت المنظمات والهيئات الرسمية من الإعلام المرئي في توجيه رسائل متعلقة بالأزمة إلى شرائح معينة من الجمهور المستهدف في إطار تقسيم الجمهور؛ وذلك لضمان تحقيق الأهداف الاتصالية.

3- كما لجأت الحكومات والمنظمات الرسمية إلى الاستعانة بالحملات الإعلامية في وسائل الاتصال التقليدية والرقمية، وذلك من أجل توصيل المعلومات إلى الجمهور بشكل عام؛ وذلك من أجل رفع وزيادة مستوى وعي الجمهور فيما يتعلق بـ COVID-19<sup>(15)</sup>.

4- كما تم استخدام الإعلام المرئي كوسيلة اتصالية بين العلماء والباحثين وبين العاملين في المجال الصحي فيما يتعلق بزيادة معلومات تلك الفئة وتعلم الإجراءات الصحية المتبعة في التعامل مع المصابين بـ COVID-19 .

5- وفي إطار الحد وكبح جماح الأزمة الصحية والعمل على عدم انتشارها في جميع الدول تم الاستعانة بالإعلام المرئي لسرعة انتشاره؛ وذلك بغرض زيادة المستوى المعرفي والإدراكي وذلك للتقليل من انتشار العدوى والمساعدة في إحداث استجابة سريعة من الجمهور لضمان تخفيض نسب الإصابة العالمية<sup>(16)</sup>.

6- كما تم الاستعانة بالإعلام المرئي وذلك في إطار استراتيجية الدولة لمنع انتشار الشائعات والأخبار المضللة المتعلقة بالوباء وذلك من خلال نشر المعلومات الصحيحة المرئية التي تكون مرجعاً رئيساً لزيادة المعرفة بين الجمهور، وذلك باعتبار أن تلك الحملات الإعلامية صادرة من جهات رسمية معتمدة مثل منظمة الصحة العالمية WHO<sup>(17)</sup>.

7- وفي إطار تقديم الدعم خلال أزمة COVID-19 تم الاستعانة بالإعلام المرئي لزيادة وعي الصيادلة بذلك الوباء فيما يتعلق بالتعرف على أعراض المرض وكيفية التعامل معه فيما يتعلق بتوصيف العلاج المناسب لمساعدة المريض في الوصول إلى الشفاء العاجل<sup>(18)</sup>.

#### إيجابيات وسلبيات الإعلام المرئي خلال وباء كورونا.

##### أ- إيجابيات الإعلام المرئي خلال أزمة COVID-19

- أسهم الإعلام المرئي في النشر الفوري للمعلومات المتعلقة بتطور وباء COVID-19 مما أدى إلى استفادة الجمهور من النصائح والمعلومات الواردة في المضمون المقدم وتجنب الإصابة بذلك الوباء<sup>(19)</sup>
- أسهمت في تحويل معلومات ومعارف الجمهور المتعلقة بذلك الوباء إلى محادثات مثمرة بناءً بين الجمهور فيما يتعلق بطرق الوقاية والإجراءات الاحترازية بتلك الأزمة الصحية العالمية<sup>(20)</sup>.
- كما أسهم الإعلام المرئي في تصحيح المفاهيم والمعلومات المضللة المتعلقة بأزمة COVID-19 حيث يقدم الإعلام المرئي بديلاً إعلامياً للمعلومات المضللة، مما

يسهم في دحض وتفنييد المعلومات المضللة المتعلقة بكيفية انتشار المرض وطرق العلاج<sup>(21)</sup>.

- كذلك أسهم الإعلام المرئي في حشد وتعبئة الجمهور فيما يتعلق بالإجراءات الوقائية التي يجب اتباعها في التعامل مع أزمة COVID-19، وذلك نتيجة وضع القضية المتعلقة بالوباء عي رأس أولويات واهتمامات الجمهور.

- كما أشار Chan أن الحملات الإعلامية المرئية المتعلقة بأزمة COVID-19، أسهمت بشكل كبير في إحداث تغيير إيجابي على سلوك الجمهور فيما يتعلق بالسلوكيات الإيجابية وتقليل من السلوكيات السلبية التي يمكن أن تؤدي إلى تفشي العدوى.<sup>(22)</sup>

- انخفاض التكلفة إذا ما تم نشر ذلك المحتوى على منصات مواقع التواصل الاجتماعي بما يضمن سرعة الانتشار، بالإضافة إلى تجاوزه العوائق والحدود الجغرافية حيث يمكن أن يصل المحتوى المرئي إلى جميع أنحاء العالم دون وجود رقابة على المحتوى من الجهات الحكومية.<sup>(23)</sup>

- كذلك الإعلام المرئي كان له تأثير إيجابي على الجمهور من خلال التركيز على الأعمال البطولية والسلوكيات الوقائية التي يجب اتباعها مما كان له تأثير كبير على سيكولوجية الجمهور الذي يتعرض لمثل ذلك الإعلام.<sup>(24)</sup>

- أنه من بين إيجابيات الإعلام المرئي ما يعرف بتقديم سلوك الدعم الاجتماعي، حيث إن تلك الفيديوهات كانت تحتوي على إظهار التعاطف وتشجيع المواطنين وإظهار اللطف معهم بالإضافة إلى تقديم المعلومات المتعلقة بتغيير سلوك الجمهور فيما يتعلق بالتعامل الوقائي مع الوباء<sup>(25)</sup>.

#### سلبيات الإعلام المرئي المتعلق بـ COVID-19

- من بين السلبيات المتعلقة بالإعلام المرئي انتشار المعلومات المضللة والمزورة وظهور الشائعات المتعلقة بوباء كورونا، حيث أثبتت الكثير من الدراسات أن الإعلام المرئي أسهم بشكل كبير في نشر المعلومات المضللة بشكل سريع، مما أدى إلى تأجيج الشعور بالخوف والذعر من ذلك الوباء، على سبيل المثال انتشار المعلومات المتعلقة بطرق علاج الفيروس بأنه يمكن القضاء على ذلك الوباء من خلال أشعة الشمس، أو يمكن علاج الفيروس بالعقاقير والأدوية الخاصة بداء الإنفلونزا العادية .

- عدم وجود مراقبة على المحتوى الإعلامي المرئي المتعلق بفيروس كورونا خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، واتجاه الكثير من الأفراد غير المتخصصين إلى نشر محتوى عن الوباء.<sup>(26)</sup>
  - عدم إمكانية إعادة مشاهدة المحتوى المرئي خاصة ذلك الذي يتم تقديمه على التليفزيون.
  - قصر المدة الزمنية للمحتوى المرئي حيث عادة ما يتم عدم الإطالة والإطناب في المحتوى المرئي مما يؤدي إلى عدم توضيح وإيصال الرسالة بشكل كامل إلى الجمهور.
  - كذلك من بين سلبيات الإعلام المرئي التوجه السياسي لوسائل الإعلام التي تقوم بإنتاج ذلك المحتوى المرئي، والذي يؤثر في كيفية معالجة تلك الوسائل لوباء كورونا.<sup>(27)</sup>
- مظاهر التأثير النفسي والسلوكي للتغطية الإعلامية المرئية على الجمهور خلال وباء كورونا.

من مظاهر التأثير النفسي للإعلام المرئي هو إيجاد حالة من التقبل التدريجي، وتكيف الجمهور مع الظروف الصحية الراهنة المتمثلة في انتشار جائحة COVID-19<sup>(28)</sup>، وكذلك من بين مظاهر التأثير السلوكي للإعلام المرئي على الجمهور زيادة ما يعرف بالسلوك الوقائي لدى الجمهور؛ وذلك لتجنب حدوث الإصابة وانتشار العدوى في المجتمع<sup>(29)</sup>، وإحداث تعديل في سلوك الجمهور فيما يتعلق بالتعامل مع جائحة كورونا، من بين تلك التعديلات الابتعاد عن التجمعات مثل النوادي وغيرها من الأماكن الاجتماعية، بالإضافة إلى الامتناع عن إقامة وتنظيم التجمعات مثل المؤتمرات وحفلات الزواج<sup>(30)</sup>، تحفيز السلوك الوقائي المتعلق بالعادات الصحية والنظافة الشخصية مثل غسل وتطهير اليد بشكل مستمر، مما يسهم بشكل كبير في عدم حدوث إصابات جديدة بين الجمهور.<sup>(31)</sup>

العلاقة بين صدق المصدر وتأثير الإعلام المرئي على الجمهور خلال الأزمة.

تري Chontina هناك علاقة طردية إيجابية بين صدق المحتوى المرئي وتأثيره على الجمهور حيث إن قبول الجمهور بالسياسات والإجراءات المتبعة مرتبط بشكل كبير بدرجة الثقة في المصدر الإعلامي<sup>(32)</sup>، كما وجد Xiao أن المحتوى المنشور من القطاعات المهنية والمتخصصة مثل وزارة الصحة تكون أكثر مصداقية لدى الجمهور<sup>(31)</sup>، كما أن المحتوى الذي يقوم بتقديمه خبراء في مجال الطب خاصة المتخصصين في مجال الأوبئة

والأمراض يلقي مصداقية لدى الجمهور باعتبارهم طليعة العلماء والخبراء الذين يمكن الثقة فيما يقدمونه من معلومات<sup>(32)</sup>، كما أشار Lin أن هناك علاقة طردية إيجابية بين مصداقية المصدر وبين إحداث تغيير على سلوك الجمهور فيما يتعلق بالسلوكيات التي يجب اتباعها لتجنب الإصابة وتفشي الوباء داخل المجتمع، وكلما انخفضت مصداقية المصدر كان قدرة الوسيلة على إحداث تغيير في سلوك الجماهير منخفضة، كذلك أسهم صدق المصدر في تغيير أولويات وترتيب الأجندة الإعلامية لدى الجمهور حيث إن المصداقية والثقة في المحتوى المرئي أسهم بشكل كبير في وضع القضية المتعلقة بوباء COVID-19 على رأس الأجندة الإعلامية للجمهور.<sup>(33)</sup>

التأثيرات السلوكية لصدق مصدر الإعلام المرئي على الجمهور خلال معالجة وباء كورونا. تنوعت التأثيرات السلوكية للمحتوى المرئي على الجمهور خلال فترة أزمة وباء كورونا والتي تمثلت في الآتي:

أنه من بين التأثيرات السلوكية لصدق مصدر الإعلام المرئي زيادة الاعتماد على ذلك الإعلام في الحصول على المعلومات المتعلقة بأزمة كورونا مما يؤثر بشكل كبير على تغيير سلوك الجمهور نحو اتباع إجراءات الوقاية لتجنب الإصابة بذلك الوباء، ومن بين التأثيرات السلوكية لصدق المصدر الإعلامي أنه أسهم بشكل كبير في تعليم الجمهور أساليب صحية يمكن اتباعها، والتي تسهم بشكل كبير في التقليل من انتشار العدوى، وذلك على غرار الإعلام المقدم من منظمة الصحة العالمية WHO، والتي تتسم بالثقة الكبيرة لدى الجمهور باعتبارها المنظمة الرسمية الأولى عالمياً عن صحة المجتمعات حول العالم؛ مما أدى إلى تعلم أساليب صحية وقائية انتشرت بين الجماهير فيما يتعلق بالتعامل مع COVID-19، ومن بين التأثيرات السلوكية للإعلام المرئي الصادر من وسائل ذات مصداقية عالية زيادة الاقتناع بأهمية ممارسة الرياضة واتباع نظام غذائي مفيد، مما يسهم في زيادة كفاءة مناعة الجسم في التصدي للوباء<sup>(34)</sup>، كذلك من بين تأثير مصداقية المحتوى الإعلامي الإسهام في التأثير على سلوك الجمهور العام من خلال الاقتناع بأهمية اتباع السلوكيات الصحية التي تساعد على عدم انتشار الفيروس مثل غسل اليدين باستمرار وضرورة الحفاظ على التباعد الاجتماعي وعدم الاختلاط وذلك لتجنب الإصابة، أيضاً من بين التأثيرات السلوكية توجه الجمهور في الهند نتيجة الحملات المرئية التي قامت بها الحكومة التي استهدفت حث الجمهور على عدم شراء أنواع معينة من ورق التواليت؛ لأنه يساعد بشكل كبير على تفشي الوباء مما دفع الجمهور بشكل فعلي إلى الإقلاع عن شراء ذلك الورق الصحي<sup>(35)</sup>، وكذلك من بين التأثيرات

إحداث تغيير في سلوكيات وعادات الجمهور الصحية مثل ارتداء الأقنعة والاهتمام بالصحة، وذلك نتيجة للصدق في المحتوى الإعلامي المقدم الصادر من وسيلة تتمتع بمصداقية عالية، كما أثر المحتوى الإعلامي على عادات المجتمع فيما يتعلق بالاجتماعات حيث إن احتواء المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالمصداقية على معلومات تشير إلى أن من أهم أسباب العدوى هي حدوث اختلاط بين الجماهير، مما كان له مردود على سلوكيات الجمهور التي تمثلت في الابتعاد عن التجمعات والمحافظة على البعد الاجتماعي كعامل وقائي ضد حدوث الإصابات وانتشار العدوى، ووفقاً لنظرية تغيير الأفكار المتعلقة بالصحة فإن الجماهير تقوم باتباع السلوك المتعلق بالإجراءات الوقائية إذا ما شعرت بأنها مهددة وهو ما يقوم به الإعلام المرئي من خلال نشر المعلومات المتعلقة بأزمة COVID-19 مما يدفع الجمهور إلى جعل السلوك الوقائي أسلوب حياة ينبغي اتباعه حتى انتهاء الأزمة.<sup>(38)</sup>

#### تساؤلات الدراسة:

- ما مستوى متابعة طلاب الجامعات لمستجدات كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي؟
- ما التأثيرات النفسية لدى طلاب الجامعة الناتجة عن جائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي؟
- ما التأثيرات السلوكية لدى طلاب الجامعة الناتجة عن جائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي؟
- ما درجة مصداقية محتوى الإعلام المرئي لدى طلاب الجامعة؟
- ما أهم العناصر المكونة لمصداقية المصدر لدى طلاب الجامعات والمرتبطة بجائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي؟
- ما أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي المتناول لجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب الجامعات؟

#### فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مصداقية الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا وبين تأثيراته النفسية والسلوكية.
- الفرض الثاني: يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس تأثيرات المحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا.

- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس تأثيرات محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعًا لاختلاف الجامعات ( القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية).
- الفرض الرابع: يوجد فرق دال إحصائيًا بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا.
- الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعًا لاختلاف الجامعات ( القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية).
- الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس تأثيرات المحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعًا للفرقة الدراسية (الأولى- الثانية-الثالثة- الرابعة).
- الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعًا لاختلاف الفرقة الدراسية (الأولى- الثانية-الثالثة- الرابعة).

#### نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الظواهر والأحداث وجمع الحقائق والمعلومات عنها بهدف تحديد الظاهرة تحديدًا دقيقًا، حيث تهتم بوصف التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المرتبط بكورونا وعلاقته بمصداقية المصدر، وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، والذي يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية، وذلك لغرض جمع البيانات والمعلومات الخاصة بموضوع الدراسة، حيث تقوم الباحثة بمسح الشباب الجامعي في جامعات (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية)، بهدف التعرف على التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصداقية المصدر.

#### مجتمع الدراسة وعينتها:

يتحدد مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي المصري بالجامعات المصرية (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية)؛ وذلك لمعرفة أوجه الاتفاق والاختلاف بينهم من حيث التأثيرات النفسية والسلوكية الناتجة عن مصداقية المصدر لديهم.

## عينة الدراسة:

قامت الباحثة بتطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (500) مفردة من الشباب الجامعي المصري.

جدول (1) توزيع عينة الدراسة.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	281	56,2
	إناث	219	43,8
المجموع		500	100%
الجامعة	القاهرة	100	20,0
	الأزهر	100	20,0
	طنطا	100	20,0
	6 أكتوبر	100	20,0
	الجامعة الأمريكية	100	20,0
المجموع		500	100%
الفرقة الدراسية	الفرقة الأولى	145	29,0
	الفرقة الثانية	139	27,8
	الفرقة الثالثة	105	21,0
	الفرقة الرابعة	111	22,2
المجموع		500	100%

## متغيرات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار العلاقة بين عدد من المتغيرات التي تضمنها فروض الدراسة:-

- 1- المتغير المستقل: ويتمثل في معدل المصداقية.
- 2- المتغير التابع: ويتمثل في التأثيرات النفسية والسلوكية، ومصداقية المصدر.
- 3- المتغير الوسيط: ويتمثل في المتغيرات الديموجرافية (النوع، -الجامعة- الفرقة الدراسية).

## حدود الدراسة:

- 1- الحدود الموضوعية: وتتمثل في التأثيرات النفسية والسلوكية للمحتوى الإعلامي المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصداقية المصدر.
- 2- الحدود المكانية: طبقت الدراسة على عينة من طلاب الجامعات (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية).
- 3- الحدود الزمنية: الفترة التي استغرقتها الباحثة في الدراسة من بداية 2020/10/17، حتى 2020/12/17م.



## أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة في جمع بياناتها على:

- 1- استمارة الاستبيان الذي يعد "أداة بحثية أصلية".
- 2- مقياس مصداقية المصدر، والتي تم تصنيفها على النحو التالي:
  - مبحوثون معارضون لتلك المصدقية= الحاصلون على 19 : 31 درجة.
  - مبحوثون محايدون في رأيهم لتلك المصدقية= الحاصلون على 32 : 44 درجة.
  - مبحوثون موافقون على تلك المصدقية = الحاصلون على 45 : 57 درجة.
- 3- مقياس التأثيرات النفسية لمحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا، والتي تم تصنيفها على النحو التالي:
  - مبحوثون معارضون لتلك التأثيرات= الحاصلون على 32 : 53 درجة.
  - مبحوثون محايدون في رأيهم لتلك التأثيرات= الحاصلون على 54 : 75 درجة.
  - مبحوثين موافقون على تلك التأثيرات = الحاصلون على 76 : 96 درجة.
- 4- مقياس التأثيرات السلوكية لمحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا، والتي تم تصنيفها على النحو التالي:
  - مبحوثون معارضون لتلك التأثيرات= الحاصلون على 29 : 47 درجة.
  - مبحوثون محايدون في رأيهم لتلك التأثيرات= الحاصلون على 48 : 67 درجة.
  - مبحوثون موافقون على تلك التأثيرات = الحاصلون على 68 : 87 درجة.

## اختبار الصدق والثبات لأداة الدراسة:

للتحقق من صدق الأسئلة والعبارات التي تكوّن منها الاستبيان، والتأكد من صلاحيتها لقياس متغيرات وفروض الدراسة، تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال الدراسة (\*). وقد قامت الباحثة بإجراء التعديلات وفقاً لمقترحاتهم بما يتوافق مع أهداف الدراسة، وللتحقق من ثبات النتائج التي يتم الوصول إليها باستخدام هذه الاستمارة، فقد اعتمدت الباحثة على أسلوب إعادة الاختبار، حيث تم تطبيق الاستمارة على 50 مفردة، وبعد 10 أيام تم تطبيقها مرة ثانية، وقد تم حساب معامل الارتباط لمعرفة مدى الاتساق والترابط بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني، والذي أسفر عن معامل ثبات قدرة، وهي نسبة مرضية بدرجة كبيرة لثبات نتائج الاستبيان.

### مصطلحات الدراسة:

التأثيرات النفسية: وهي تتمثل في الجانب العاطفي مثل مشاعر الحب أو الكراهية والخوف والقلق ومشاعر الثقة بالنفس أو غيرها من التأثيرات النفسية الناتجة عن التعرض لمحتوى الإعلام المرئي والتي تختلف من فرد لآخر حسب طبيعة كل فرد ومدى تأثيره بالرسالة الإعلامية.

التأثيرات السلوكية: وهي درجة التغيير الذي يحدث في سلوك الجمهور نتيجة التعرض للرسائل الإعلامية المرئية، وتعد هذه الآثار هي المرحلة النهائية للآثار المعرفية والوجدانية.

محتوى الإعلام المرئي: هو ذلك المحتوى المقدم من خلال وسائل الإعلام المرئي التقليدية والحديثة (التلفزيون- مواقع التواصل الاجتماعي).

مصادقية المصدر: تعني قابلية المصدر للتصديق أو الثقة فيه، والتي تشير في مجملها إلى أن محتوى الإعلام المرئي، والتي يتم بثها من مصادر عالية التصديق تزيد من درجة إقتناعه بالرسالة ذاتها.

### المعاملات الإحصائية المستخدمة:

لاستخراج نتائج الدراسة قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.
- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين على وجود فرق بينها.
- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.
- اختبار كا<sup>2</sup> لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.

- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من  $2 \times 2$ .
  - معامل ارتباط سبيرمان لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
  - مجموع الأوزان المرجحة.
- نتائج الدراسة الميدانية:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن التأثيرات النفسية والسلوكية للمحتوى المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصداقية المصدر، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان لعينة قوامها (500) مفردة من طلاب الجامعات المصرية المختلفة، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على العينة، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وقد أسفر تحليل استجابات طلاب الجامعات التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على تحقق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

1) مدى اهتمام طلاب الجامعة بمتابعة جائحة كورونا من خلال محتوى الإعلام المرئي

جدول (2)

يوضح مدى اهتمام طلاب الجامعة بمتابعة جائحة كورونا من خلال محتوى الإعلام المرئي وفقاً لنوع الجامعة

الإجمالي		الجامعة الأمريكية		طنطا		6 أكتوبر		الأزهر		القاهرة		الجامعة المدى
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
46,2	231	33,0	33	51,0	51	46,0	46	53,0	53	48,0	48	أهتم جداً
50,2	251	62,0	62	46,0	46	52,0	52	46,0	46	45,0	45	مهتم إلى حد ما
3,6	18	5,0	5	3,0	3	2,0	2	1,0	1	7,0	7	غير مهتم
100	500	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	الإجمالي

قيمة كا<sup>2</sup>=15,866 درجة الحرية = 8 معامل التوافق = 0,175 مستوى الدلالة = دالة عند 0,05

بحساب قيمة كا<sup>2</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = 8، وجد أنها = 15,866 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0,05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0,175 تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (القاهرة- الأزهر- 6 أكتوبر- طنطا- الجامعة الأمريكية) وبين مدى اهتمام الطلاب - إجمالى مفردات عينة الدراسة- بمتابعة جائحة كورونا من خلال الإعلام المرئي.

حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتابعون باهتمام كبير جائحة كورونا عبر الإعلام المرئي بلغت (46,2%)، موزعة على مبحوثي عينة الدراسة (جامعة القاهرة- جامعة الأزهر- جامعة 6 أكتوبر- طنطا- الجامعة الأمريكية)، وبلغت نسبة من يتابعونها باهتمام إلى حد ما عبر الإعلام المرئي من إجمالي مفردات عينة الدراسة (50,2%)، بينما بلغت نسبة من لا يهتمون بمتابعة جائحة كورونا عبر الإعلام المرئي من طلاب الجامعات المختلفة من إجمالي مفردات عينة الدراسة (3,6%).

(2) أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات جائحة كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي.

جدول (3)

أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات جائحة كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي وفقاً لنوع الجامعة

الإجمالي		الجامعة الأمريكية		طنطا		6 أكتوبر		الأزهر		القاهرة		الجامعة المصادر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
98,3	474	97,9	93	99,0	96	98,0	96	99,0	98	97,8	91	المواقع الرسمية الحكومية
90,7	437	90,5	86	94,8	92	87,8	86	85,9	85	94,6	88	موقع منظمة الصحة العالمية
80,9	390	78,9	75	81,4	79	76,5	75	80,8	80	87,1	81	صفحة وزارة الصحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي
71,8	346	75,8	72	72,2	70	71,4	70	68,7	68	71,0	66	مواقع التواصل الاجتماعي
36,1	174	34,7	33	27,8	27	36,7	36	40,4	40	40,9	38	مواقع الصحف الإلكترونية
27,3	131	22,1	21	30,9	30	25,5	25	28,3	28	29,0	27	تطبيقات الهواتف الذكية
18,3	88	17,9	17	21,6	21	19,4	19	20,2	20	11,8	11	قنوات التلفزيون المصري وبرامجه المختلفة
15,1	73	21,1	20	14,4	14	12,2	12	17,2	17	10,8	10	القنوات الفضائية
482		95		97		98		99		93		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات جائحة كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي وفقاً لنوع الجامعة، حيث جاء في الترتيب الأول من هذه المصادر "المواقع الرسمية الحكومية" حيث جاءت بنسبة بلغت (98,3%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني مصدر "موقع منظمة الصحة العالمية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (90,7%) كذلك في الترتيب الثالث "صفحة وزارة الصحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي" فقد جاءت بنسبة (80,9%)، أما "مواقع التواصل الاجتماعي" فقد جاء في الترتيب الرابع بنسبة (71,8%)، وجاء في الترتيب الخامس

"مواقع الصحف الإلكترونية" بنسبة بلغت (1,36%)، يليها في الترتيب السادس "تطبيقات الهواتف الذكية" بنسبة (3,27%)، وجاءت "قنوات التلفزيون المصري وبرامجه المختلفة" في الترتيب السابع بنسبة (3,18%)، وأخيراً في الترتيب الثامن جاءت "القنوات الفضائية" بنسبة بلغت (1,15%).

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسات كل من دراسة Al-Dmour, (2020)، Hongzhong Zhang, Lisa Singh (2020)، Saha (2020)، et.al, (2014)، والتي أشارت إلى أن تطبيقات الهاتف المحمول، وصفحة وزارة الصحة، ومواقع التواصل الاجتماعي، مواقع صحف وبوابات إلكترونية، يليها التطبيقات الرسمية، والتي تعد من أهم مصادر متابعة جائحة كورونا فيما يتعلق بتوعية الجمهور بالآزمة.

### 3) مستوى متابعة طلاب الجامعات لمستجدات كورونا عبر المحتوى الإعلامي المرئي (جدول 4)

يوضح مستوى متابعة طلاب الجامعات لمستجدات كورونا عبر المحتوى الإعلامي المرئي وفقاً لنوع الجامعة

الإجمالي	الجامعة الأمريكية		طنطا		6 أكتوبر		الأزهر		القاهرة		الجامعة المتابعة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
31,5	152	37,9	36	28,9	28	27,6	27	34,3	34	29,0	27	مرتفع
56,2	271	57,9	55	54,6	53	59,2	58	51,5	51	58,1	54	متوسط
12,2	59	4,2	4	16,5	16	13,3	13	14,1	14	12,9	12	منخفض
100	482	100	95	100	97	100	98	100	99	100	93	الإجمالي

قيمة  $\chi^2 = 9,901$  درجة الحرية = 8 معامل التوافق = 0,142 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة  $\chi^2$  من الجدول السابق عند درجة حرية = 8، وجد أنها = 9,901 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0,142 تقريباً مما يؤكد على عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (القاهرة- الأزهر- 6 أكتوبر- طنطا -الجامعة الأمريكية) مستوى متابعة طلاب الجامعات - إجمالي مفردات عينة الدراسة- لمستجدات كورونا عبر المحتوى الإعلامي المرئي، حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتابعون مستجدات جائحة كورونا عبر الإعلام المرئي بمستوى مرتفع بلغت (5,31%)، بينما بلغت نسبة كبيرة من يتابعونها بمستوى متوسط من إجمالي مفردات عينة الدراسة (3,56%)، وبلغت نسبة من يتابعونها بمستويات منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة (2,12%).

#### 4) ترتيب الموضوعات التي اهتم بها طلاب الجامعات في محتوى الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا

جدول (5)

يوضح ترتيب الموضوعات التي اهتم بها طلاب الجامعات في محتوى الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا

الترتيب	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	الوزن المثوي	
	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	%
الإرشادات الصحية	52	31	47	57	15	22	61	53	1501	9.12
أخبار العالقين بالخارج	19	72	38	41	48	13	55	49	1479	8.99
خطوات منع انتشار الفيروس	76	27	17	23	17	42	24	11	1267	7.7
تعليق الدراسة	34	54	15	17	48	36	35	34	1229	7.47
معلومات عن كيفية مواجهة الفيروس	26	40	48	25	44	19	24	11	1193	7.25
نصائح الأطباء حول الفيروس	22	15	56	39	45	19	33	44	1159	7.04
نشر أعداد المصابين	15	6	74	22	33	53	16	18	1057	6.42
إحصائيات بمعدل الإصابة والوفيات	50	17	21	16	20	67	18	10	1052	6.39
الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا	37	53	20	18	8	12	30	41	1046	6.36
طرق انتقال العدوى	20	14	41	60	26	9	38	11	1022	6.21
أعراض الإصابة بالفيروس	34	15	11	17	19	61	17	19	840	5.1
التوعية بأعراض فيروس كورونا	16	12	10	18	63	22	10	32	732	4.45
الإجراءات الاحترازية لمنع انتشار الفيروس	1	9	9	30	50	67	9	8	702	4.27
آلية التعامل مع المصابين	17	36	10	13	8	2	18	44	631	3.83
طرق الوقاية	31	9	12	19	8	10	19	13	591	3.59
الأبحاث الطبية المرتبطة بالقاح الفيروس	5	14	15	28	6	8	20	25	481	2.92
قرارات الحكومة لمكافحة الوباء	18	13	12	11	4	7	21	36	477	2.90
مجموع الأوزان	482									16459

تشير بيانات الجدول السابق إلى ترتيب الموضوعات التي اهتم بها طلاب الجامعات

في المحتوى الإعلامي المرئي ومرتبطة بجائحة كورونا، والتي جاءت على النحو التالي:

- جاء في الترتيب الأول من هذه الموضوعات "الإرشادات الصحية" بوزن مثوي بلغت نسبته 9,12%، يليها في الترتيب "أخبار العالقين بالخارج" بوزن مثوي بلغت نسبته 8,99%، أما في الترتيب الثالث جاءت "خطوات منع انتشار الفيروس" بوزن مثوي

بلغت نسبته 7,7٪، كذلك في الترتيب الرابع "تعليق الدراسة" بوزن مئوي بلغت نسبته 7,47٪، بينما جاء في الترتيب الخامس "معلومات عن كيفية مواجهة الفيروس" 7,25٪. كذلك في الترتيب السادس موضوع "نصائح الأطباء حول الفيروس" بوزن مئوي 7,04٪.

- أما في الترتيب السابع فجاء "نشر أعداد المصابين" بوزن مئوي بلغ 6,42٪، وفي الترتيب الثامن "إحصائيات بمعدل الإصابة والوفيات" بوزن مئوي 6,39٪، وفي الترتيب التاسع من تلك الموضوعات "الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا" بوزن مئوي بلغ 6,36٪، يليها "طرق انتقال العدوى" في الترتيب العاشر بوزن مئوي بلغ 6,21٪، أما "أعراض المرض" فجاءت في الترتيب الحادي عشر بوزن مئوي 5,1٪، وفي الترتيب الثاني عشر جاء موضوع "التوعية بأعراض فيروس كورونا" بوزن مئوي بلغ 4,42٪، وفي الترتيب الثالث عشر جاء "الإجراءات الاحترازية لمنع انتشار الفيروس" بوزن مئوي 4,27٪.

- كذلك جاء في الترتيب الرابع عشر "آلية التعامل مع المصابين" بوزن مئوي 3,83٪، وفي الترتيب الخامس عشر جاء أيضًا "طرق الوقاية" بوزن مئوي بلغ 3,59٪، يليها في الترتيب السادس عشر ظهر "الأبحاث الطبية المرتبطة بالقاح الفيروس" بوزن مئوي بلغ 2,92٪، وفي الترتيب الأخير والسابع عشر "قرارات الحكومة لمكافحة الوباء" بوزن مئوي 2,90٪.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسات كل من دراسة (Al-Dmour, (2020)، Lisa Singh(2020)، Karasneh(2020)، Chao(2020)، Lin(2020) هاجر محمود محمد عامر(2019)، والتي أشارت إلى أن الموضوعات التي اهتم بها طلاب الجامعات في محتوى الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا تمثلت في تطبيق الإجراءات الوقائية، زيادة توعية الجمهور بالوباء، للإحصائيات المتعلقة بالوفيات وحالات الإصابة، والحصول على المعلومات المتعلقة بالوباء، بالإضافة إلى التعرف على الطرق التي يجب اتباعها لتجنب الإصابة بذلك الفيروس، الطرق الاحترازية التي يجب اتباعها لتجنب الإصابة وعدم تفشي المرض، كيفية الوقاية منه.

## 5) استجابات طلاب الجامعات نحو التأثيرات النفسية الناتجة عن جائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي

جدول (6)

يوضح استجابات طلاب الجامعات نحو التأثيرات النفسية الناتجة عن جائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي

الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		التأثيرات الاستجابية
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0,706	2,57	12,7	61	17,2	83	70,1	338	زيادة حالة التوتر الناتجة عن انتشار المرض.
موافق	0,670	2,48	10,0	48	32,6	157	57,5	277	توقفي عن التعرض لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا قلقًا ومكتئبًا
موافق	0,619	2,47	6,6	32	39,4	190	53,9	260	تعمل على بحث الطمأنينة بين الجمهور ورفع معنوياتهم من خلال ما يتم تقديمه من مواد إعلامية.
موافق	0,629	2,49	7,3	35	36,1	174	56,6	273	أشعر بالفخر بدور مصر ومساعدتها للدور الأخرى في جائحة كورونا.
محايد	0622	2,13	42,9	207	50,0	241	7,1	34	أشعر بعدم الرضا عن الحياة بسبب متابعتي المرطبة لأزمة كورونا عبر المحتوى الإعلام المرئي
محايد	0,612	2,03	44,4	214	49,2	237	6,4	31	المشاركة في الأعمال التطوعية خلال الأزمة.
موافق	0,784	2,21	22,4	108	34,2	165	43,4	209	تكرار عرض المعلومات لدى الجمهور يؤدي إلى الشعور بالملل خاصة مع عدم التغيير في الشكل أو المضمون.
موافق	0,561	2,58	3,5	17	34,6	167	61,8	293	أشعر بأنني شخصية إيجابية من خلال مشاركتي للآخرين الأخبار المرتبطة بالجائحة
موافق	0,627	2,59	7,5	36	26,3	127	66,2	319	الشعور بالخوف نتيجة التغطية الإعلامية الثانوية لبعض وسائل الإعلام.
محايد	0,537	2,19	1,9	9	50,8	245	47,3	228	الشعور بالتشتيت لكثرة وتضارب المعلومات حول جائحة كورونا
محايد	0,806	2,14	26,3	127	33,2	160	40,5	195	أشعر بعدم الرضا لرؤيتي الصور المنتشرة عن كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي
موافق	0,581	2,48	4,4	21	42,7	206	52,9	255	الشعور بالفشل نتيجة عدم قدرة الدول الكبرى على مواجهة تلك الأزمة.



موافق	0,619	2,49	6,6	32	37,3	180	56,0	270	بث روح المسؤولية المجتمعية لمكافحة الجائحة
موافق	0,609	2,47	6,0	29	40,0	193	53,9	260	الشعور بخطورة الأزمة وما ترتب عليها من التزام بالإجراءات الاحترازية
موافق	0,622	2,53	6,8	33	33,4	161	59,8	288	لدي شعور بالسخط لتردي أوضاع القطاع الصحي في مصر
موافق	0,651	2,45	8,7	42	36,9	178	54,4	262	أكون أكثر إيجابية لاتخاذ قرارات تجاه جائحة كورونا
محايد	0,624	2,06	7,1	34	52,7	254	40,2	194	أشعر بالثقة في إدارة الحكومة للأزمة
محايد	0,602	2,01	5,6	27	56,8	274	37,6	181	الجائحة عززت شعوري بالفخر بالدول المصرية
موافق	0,602	2,52	5,6	27	36,3	175	58,1	280	أشعر بالوحدة والعزلة
موافق	0,707	2,48	12,4	60	26,8	129	60,8	293	الشعور بالكآبة نتيجة الصور الصادمة والمؤلمة للمرضى
محايد	0,569	1,98	17,0	82	67,6	326	15,4	74	عدم الشعور بخطورة الأزمة وما ترتب عليها من عدم الالتزام بالإجراءات الاحترازية
موافق	0,734	2,29	16,6	80	37,8	182	45,6	220	ليس لدي قناعة بأن الدولة المصرية قادرة على إدارة الأزمة بنجاح
محايد	0,665	2,00	9,5	46	59,3	286	31,1	150	الرضا والتفاؤل بانحسار المرض
موافق	0,610	2,39	6,6	32	47,9	229	45,9	221	الشعور بالفراغ نتيجة ما ترتب عن الجائحة من إجراءات احترازية
موافق	0,707	2,52	12,4	60	23,2	112	64,3	310	الإحساس بالسعادة لحالات التعا في
محايد	0,683	1,87	37,8	182	47,9	231	14,3	69	الشعور بالطمأنينة بسبب الشفافية والوضوح
محايد	0,652	2,09	10,8	52	49,0	236	40,2	194	التعاطف مع حالات المرضى وذويهم
موافق	0,617	2,31	8,3	40	39,2	189	52,5	253	الخوف من فكرة المرض
موافق	0,611	2,45	6,2	30	42,5	205	51,2	247	الشعور بالخوف والقلق من العدوى والإصابة
موافق	0,651	2,57	8,9	43	25,1	121	66,0	318	التوجس من الموت، والقلق من فقدان الأقراب والأصدقاء
موافق	0,707	2,36	13,5	65	37,3	180	49,2	237	شعور مستمر بالخوف والهلع
موافق	0,734	2,42	14,7	71	28,8	139	56,4	272	قلق على حياتي

يتضح من الجدول السابق أن استجابات طلاب الجامعات حول اتجاهاتهم نحو التأثيرات النفسية الناتجة عن جائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي، حصلت على درجة مرتفعة في موافقتهم على التأثيرات النفسية لجائحة كورونا، حيث في

الترتيب الأول (الشعور بالخوف نتيجة التغطية الإعلامية الثانوية لبعض وسائل الإعلام)، يليها في الترتيب الثاني (أشعر بأنني شخصية إيجابية من خلال مشاركتي للآخرين الأخبار المرتبطة بالجائحة)، وفي الترتيب الثالث ظهر (زيادة حالة التوتر الناتجة عن انتشار المرض- التوجس من الموت والقلق من فقدان الأقارب والأصدقاء)، وفي الترتيب الأخير لتلك التأثيرات جاء (الشعور بالطمأنينة بسبب الشفافية والوضوح) وذلك باستجابة محايد.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة كل من Lin(2020) ، Saha(2020) ، Chao(2020) ، Liu(2020) ، Schroyer(2020) والتي أشارت نتائجها إلى أن أهم التأثيرات النفسية التي يتعرض لها الجمهور هي الشعور بالخوف والقلق والاكئاب، وانتشار الذعر بين المجتمع، وأن هناك علاقة طردية إيجابية بين زيادة التعرض للمحتوى المرئي وبين التأثير على الحالة النفسية للجمهور.

(6) استجابات طلاب الجامعات نحو التأثيرات السلوكية الناتجة عن جائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي

جدول(7)

يوضح استجابات طلاب الجامعات نحو التأثيرات السلوكية الناتجة عن جائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي

التأثيرات	الاستجابة		معارض		محايد		موافق	
	الانحراف المعياري	المتوسط	%	ك	%	ك	%	ك
التزم بالحجر الصحي عند الضرورة	0,689	2,49	11,2	54	28,6	138	60,2	290
أقوم باتباع أساليب التطهير بشكل دائم خارج وداخل البيت	0,794	2,24	22,4	108	31,3	151	46,3	223
أتابع البرامج التي تتناول جائحة كورونا	0,608	2,71	8,1	39	13,1	63	78,8	380
ألتزم بالإجراءات الاحترازية	0,605	2,72	8,1	39	12,2	59	79,7	384
لن أذهب إلى أي مكان به تجمعات	0,755	2,43	16,2	78	24,3	117	59,5	287
أجري المحادثات الهاتفية مع الأصدقاء والأقارب حول كورونا	0,792	2,33	20,3	98	26,8	129	52,9	255
ألتجنب التعامل المباشر مع من أشك في إصابته بالفيروس	0,691	2,55	11,4	55	22,6	109	66,0	318
لن أصفح أحدًا	0,583	2,69	6,2	30	18,9	91	74,9	361
البحث عن التقرير اليومي لأعداد المصابين والمتعافين من الفيروس	0,668	2,39	10,4	50	40,0	193	49,6	239
أنصفح صفحات ومجموعات الأطباء المرتبطة بالتوعية	0,666	2,45	9,8	47	35,5	171	54,8	264

									بالفيروس
متابعتي للمحتوى المرئي لفيروس كورونا قائل من نشاطاتي اليومية	موافق	0,704	2,32	13,9	67	40,7	196	45,4	219
أسعى لمعرفة كل ماهو جديد عن الفيروس	موافق	0,678	2,39	11,0	53	38,8	187	50,2	242
متابعتي للمحتوى المرئي لفيروس كورونا أثر بشكل سلبي على التفاعل الاجتماعي مع أسرتي وأصدقائي	موافق	0,678	2,60	5,0	24	29,9	144	65,1	314
أي بوست أو رسالة سأقوم بمشاركتها بغرض التحذير	موافق	0,671	2,50	10,0	48	30,1	145	59,9	288
أنقل لأهلي وزملائي كل جديد عن كورونا	موافق	0,634	2,55	7,7	37	29,3	141	63,0	303
أقوم بارتداء الكمامة عند خروجي من المنزل	موافق	0,603	2,56	5,8	28	32,4	156	61,7	297
أشارك الفيديوهات المتعلقة بالجائحة عبر مواقع التواصل وعلى صفحتي	موافق	0,543	2,54	2,3	11	41,0	197	56,8	273
أشتري كمادات ومطهرات للمنزل	موافق	0,595	2,52	5,2	25	38,0	183	56,8	273
أقوم بإرسال رسائل نصية عن الجائحة عبر تطبيقات الهاتف المحمول	موافق	0,561	2,60	3,7	18	32,0	154	64,2	309
أتناول أدوية تقوي المناعة لدي	موافق	0,527	2,67	2,7	13	28,1	135	69,2	333
أقوم بعزل نفسي إذا ظهرت أعراض المرض على	موافق	0,679	2,60	11,0	52	18,2	86	70,8	335
المشاركة في خدمات مجتمعية وأعمال تطوعية للجائحة	موافق	0,776	2,37	18,5	89	26,3	127	55,2	266
ألتزم بغسل يدي بالماء والصابون باستمرار	موافق	0,720	2,42	13,7	66	30,3	146	56,0	270
الانسحاب الاجتماعي	محايد	0,759	2,16	17,2	83	53,3	257	29,5	142
أقلل من التواجد في الأماكن المزدحمة	موافق	0,619	2,50	6,6	32	36,5	176	56,8	274
أجنب ملامسة الأسطح المعدنية لحماية نفسي	موافق	0,609	2,43	6,2	30	49,2	237	44,6	215
التباعد الاجتماعي أفضل وسيلة للحد من تفشي المرض بين الأفراد	موافق	0,592	2,52	5,0	24	38,4	185	56,6	273
أحتفظ بمسافة الأمان بيني وبين الآخرين	موافق	0,592	2,59	5,4	26	30,1	145	64,5	311
أفكر باستمرار في المراحل القادمة بعد الوباء	موافق	0,701	2,57	12,2	59	18,7	90	69,1	333

يتضح من الجدول السابق أن استجابات طلاب الجامعات حول اتجاهاتهم نحو التأثيرات السلوكية الناتجة عن جائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي،

حصلت على درجة مرتفعة في موافقتهم على التأثيرات السلوكية لمتابعة جائحة كورونا، حيث في الترتيب الأول (التزام بالإجراءات الاحترازية) بمتوسط حسابي بلغ (2,72)، يليها في الترتيب الثاني (أتابع البرامج التي تتناول جائحة كورونا) بمتوسط حسابي (2,71)، وفي الترتيب الثالث ظهر (لن أصافح أحدًا) بمتوسط حسابي (2,69)، كذلك في الترتيب الرابع جاء (أتناول أدوية تقوي المناعة لدي) وذلك بمتوسط حسابي (2,67)، وفي الترتيب الأخير لتلك التأثيرات جاء (أنتظر الوصول إلى لقاح لهذا الفيروس) وذلك باستجابة محايد ومتوسط حسابي (2,10).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (Lin(2020), Al-Dmour, (2020), Zhao(2020), Saha(2020), Karasneh(2020), Chao(2020)، والتي أشارت إلى أن المحتوى الإعلامي له تأثير كبير على نوع التوجه والتغيير السلوكي لدى الجمهور، مما أدى بشكل كبير إلى التأثير على سلوكيات الجمهور، وتعديل سلوك الجمهور فيما يتعلق بتطبيق الإجراءات الوقائية التي يجب اتباعها من أجل منع انتشار الوباء، وزيادة وعي الجمهور بالأمراض والأوبئة المعدية، بالإضافة إلى التعرف على الطرق التي يجب اتباعها لتجنب الإصابة بذلك الفيروس، وهناك علاقة طردية بين زيادة الوعي وتغيير سلوك الجمهور فيما يتعلق بأزمة كورونا.

(7) درجة مصداقية محتوى الإعلام المرئي والتي تؤثر على ثقة طلاب الجامعات بها  
جدول(8)

يوضح درجة مصداقية محتوى الإعلام المرئي والتي تؤثر على ثقة طلاب الجامعات بها وفقاً لنوع الجامعة

الإجمالي		الجامعة الأمريكية		طنطا		6 أكتوبر		الأزهر		القاهرة		الجامعة مصداقية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
37,6	181	31,6	30	29,9	29	42,9	42	49,5	49	33,3	31	درجة عالية جداً
13,1	63	15,8	15	16,5	16	9,2	9	14,1	14	9,7	9	درجة عالية
17,2	83	18,9	18	21,6	21	18,4	18	8,1	8	19,4	18	درجة متوسطة
32,2	155	33,7	32	32,0	31	29,6	29	28,3	28	37,6	35	درجة منخفضة
100	482	100	95	100	97	100	98	100	99	100	93	الإجمالي
قيمة كا <sup>2</sup> = 19,791 درجة الحرية = 12 معامل التوافق = 0,196 مستوى الدلالة = دالة عند 0,05												

بحساب قيمة كا<sup>2</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = 12، وجد أنها = 19,791 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة بلغ 0,05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0,196 تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الجامعة (القاهرة- الأزهر- 6 أكتوبر- طنطا- الجامعة الأمريكية) وبين رأي طلاب الجامعات-

إجمالي مفردات عينة الدراسة- في درجة مصداقية المحتوى الإعلامي المرئي والمرتبطة بجائحة كورونا الذي يؤثر على ثقتهم به.

حيث تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن من يرون أن المحتوى الإعلامي المرئي يتمتع بدرجة مصداقية عالية جدًا جاءت بنسبة (37,6%)، بينما بلغت نسبة من يرون أن مصداقية ذلك المحتوى بلغ درجة عالية من إجمالي مفردات عينة الدراسة (13,1%)، وبلغت نسبة من يرون أنه يتمتع بدرجة مصداقية متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة (17,2%)، وجاءت نسبة ليست بالقليلة يرون أنه يتمتع بدرجة مصداقية منخفضة بلغت نسبتهم (32,2%) من إجمالي عينة الدراسة.

8) مصداقية محتوى الإعلام المرئي بوصفه مصدرًا لمتابعة مستجدات جائحة كورونا من وجهة نظر طلاب الجامعات عينة الدراسة  
جدول (9)

يوضح مصداقية محتوى الإعلام المرئي بوصفه مصدرًا لمتابعة مستجدات جائحة كورونا من وجهة نظر عينة الدراسة

الاستجابة	الدلالة	ن	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		الاستجابة / مدى المصداقية
			%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفعة	دالة *	15,771	16,2	78	22,6	109	61,2	295	مواقع تواصل اجتماعي
مرتفعة	غير دالة	5,732	14,1	68	40,7	196	45,2	218	قنوات تلفزيونية
مرتفعة	غير دالة	6,660	11,2	54	47,1	227	41,7	201	قنوات فضائية
متوسطة	غير دالة	13,581	23,0	111	47,9	231	29,0	140	مواقع وبوابات إلكترونية
متوسطة	غير دالة	6,053	16,4	79	46,3	223	37,3	180	صحافة الموبيل
متوسطة	غير دالة	4,777	19,1	92	63,1	304	17,8	86	التطبيقات المرئية
مرتفعة	غير دالة	9,263	28,0	135	21,4	103	50,6	244	التطبيقات الرسمية
ن = 482									الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند أي مستوى دلالة، وجود فروق عند (0,05) بين استجابات طلاب الجامعات حول مصداقية محتوى الإعلام المرئي باعتباره مصدرًا من مصادر متابعة مستجدات فيروس كورونا، والتي أوضحت أن (مواقع التواصل الاجتماعي- قنوات التلفزيونية- قنوات الفضائية- التطبيقات الرسمية) ذات مصداقية مرتفعة، كذلك جاء كل من (مواقع وبوابات إلكترونية- صحافة الموبيل- التطبيقات المرئية) بدرجة مصداقية متوسطة.

9) أهم العناصر المكونة لمصداقية المصدر لدى طلاب الجامعات والمرتبطة بجائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي.  
جدول (10)

أهم العناصر المكونة لمصداقية المصدر لدى طلاب الجامعات والمرتبطة بجائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي وفقاً لنوع الجامعة

الإجمالي		الجامعة الأمريكية		طنطا		6 أكتوبر		الأزهر		القاهرة		الجامعة العناصر
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
93,4	422	90,5	67	94,8	92	96,8	91	90,5	86	93,5	86	الدقة
93,4	422	90,5	67	94,8	92	94,8	91	90,5	86	93,5	86	الوضوح
71,5	323	73,0	54	76,3	74	71,3	67	64,2	61	72,8	67	الاستقلالية
65,0	294	59,5	44	68,0	66	72,3	68	63,2	60	60,9	56	الموضوعية
64,8	293	59,5	44	67,0	65	72,3	68	63,2	60	60,9	56	فصل الحقائق عن الرأي
44,5	201	34,2	32	46,4	45	51,1	48	44,2	42	37,0	34	الحياد
44,5	201	43,2	32	46,4	45	51,1	48	44,2	42	37,0	34	المسئولية
44,2	200	37,8	28	46,4	45	43,6	41	45,3	43	46,7	43	الشمولية في التغطية
36,9	167	44,6	33	40,2	39	38,3	36	29,5	28	33,7	31	الأمانة
482		95		97		98		99		93		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم العناصر المكونة لمصداقية المصدر لدى طلاب الجامعات والمرتبطة بجائحة كورونا من خلال تعرضهم لمحتوى الإعلام المرئي وفقاً لنوع الجامعة، والتي جاء في مقدمتها "الدقة- الوضوح" حيث جاءت بنسبة بلغت (93,4%)، كذلك في الترتيب الثاني "الاستقلالية" بنسبة بلغت (71,5%)، أما "الموضوعية" فقد جاء في الترتيب الثالث بنسبة (65,0%). وفي الترتيب الرابع ظهر "فصل الحقائق عن الرأي" بنسبة (64,8%)، يليها في الترتيب الخامس في رأيهم "الحياد- المسئولية" بنسبة (44,5%)، وفي الترتيب السادس "الشمولية في التغطية" بنسبة (44,2%)، وجاءت "الأمانة" في الترتيب السابع بنسبة (36,9%).

10) أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي المتناول لجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب الجامعات.  
جدول (11)

أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي المتناول لجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب الجامعات وفقاً لنوع الجامعة

الإجمالي		الجامعة الأمريكية		طنطا		6 أكتوبر		الأزهر		القاهرة		العوامل الجامعة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
72,8	329	67,6	50	73,2	71	76,6	72	72,6	69	72,8	67	الاستناد إلى الأرقام والنسب بدلاً من القليل والكثير
71,7	324	73,0	54	77,3	75	71,3	67	64,2	61	72,8	67	الاعتماد على مصادر متنوعة ومعلومة
65,7	297	59,5	44	63,9	62	69,1	65	66,3	63	68,5	63	الاستشهاد بما يقع فعلاً من الأحداث
56,4	255	59,5	44	49,5	48	56,4	53	60,0	57	57,6	53	إسناد الأخبار إلى مصادرها
44,5	201	37,8	28	47,4	46	43,6	41	45,3	43	46,7	43	عرض الرأي والرأي الآخر
36,7	166	44,6	33	39,2	38	38,3	36	29,5	28	33,7	31	الاستشهاد بالوثائق عند عرض الموضوعات
482		95		97		98		99		93		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي المتناول لجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب الجامعات وفقاً لنوع الجامعة، والتي جاء في مقدمتها "الاستناد إلى الأرقام والنسب بدلاً من القليل والكثير"، فقد جاءت بنسبة بلغت (72,8%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني "الاعتماد على مصادر متنوعة ومعلومة"، حيث جاءت بنسبة بلغت (71,7%)، كذلك في الترتيب الثالث "الاستشهاد بما يقع فعلاً من الأحداث" بنسبة بلغت (65,7%)، أما "إسناد الأخبار إلى مصادرها" فقد جاء في الترتيب الرابع بنسبة (56,4%)، وفي الترتيب الخامس ظهر "عرض الرأي والرأي الآخر" بنسبة (44,5%)، يليها في الترتيب السادس في رأيهم "الاستشهاد بالوثائق عند عرض الموضوعات" بنسبة (36,7%).

## 11) استجابات طلاب الجامعات نحو مصداقية مصدر محتوى الإعلام المرئي لمتابعة جائحة كورونا

جدول (12)

يوضح استجابات طلاب الجامعات نحو مصداقية مصدر محتوى الإعلام المرئي لمتابعة جائحة كورونا

الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الاستجابة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0,406	2,91	4,2	19	0,4	2	95,4	431	تحرص مصادر المحتوى المرئي على توثيق المعلومات بالأرقام التي استندت إليها
موافق	0,845	2,34	24,3	110	17,0	77	58,6	265	يعرض المحتوى المرئي الموضوعات التي تحظى باهتمام الشباب
موافق	0,681	2,50	10,6	48	29,2	132	60,2	272	يستخدم المحتوى المرئي أساليب الإقناع المختلفة لتأييد وجهة النظر التي تعرضها
موافق	0,670	2,35	11,1	50	43,1	195	45,8	207	يدعم المحتوى المرئي الموضوعات التي يعرضها باستخدام الوسائط المتعددة الفيديوهات وغيرها.
موافق	0,771	2,62	17,9	81	2,0	9	80,1	362	يحرص محتوى الإعلام المرئي على طرح مختلف القضايا التي تهم جمهورها
موافق	0,833	2,37	23,0	104	17,5	79	59,5	269	يحرص محتوى الإعلام المرئي على التوازن عرض الآراء المؤيدة والمعارضة.
موافق	0,880	2,43	26,3	119	4,0	18	69,7	315	صادقة فيها تعرضه من معلومات
موافق	0,760	2,52	16,4	74	15,3	69	68,4	309	تعرض المعلومات بدون تشويه أو مبالغة
موافق	0,695	2,40	12,2	55	36,1	163	51,8	234	سطحية وغير جادة في تناولها للموضوع
محايد	0,760	2,21	20,6	93	38,1	172	41,4	187	تعرض وجهات النظر المتعددة دون تحيز
محايد	0,756	2,16	21,7	98	40,3	182	38,1	172	تفصل بين الآراء والحقائق
محايد	0,856	2,10	32,1	145	25,9	117	42,0	190	تعتمد على مصادر موثوق فيها
موافق	0,830	2,48	21,9	99	7,7	35	70,4	318	تحيز بالدقة في نقل المعلومة
محايد	0,873	2,15	31,6	143	21,7	98	46,7	211	تلتزم بإسناد الكلام إلى مصدره مع مراعاة الثقة في هذا المصدر.
موافق	0,808	2,57	20,4	92	2,0	9	77,7	351	الحصول على معلومات من مصادر محددة تخدم الموضوع المطروح
موافق	0,863	2,25	27,9	126	19,7	89	52,4	237	جاذبية المصدر تزداد مع ارتفاع درجة إقناع الجمهور بالرسالة الاتصالية
موافق	0,897	2,38	28,3	128	4,9	22	66,8	302	لا أصدق كل ما يقال عن ارتفاع درجة إقناع الجمهور بالرسالة الاتصالية
موافق	0,900	2,37	28,8	130	5,5	25	65,7	297	يوجد خلط بين الرأي والخبر عند عرض موضوعات كورونا
موافق	0,960	2,21	37,6	170	3,5	16	58,8	266	أشعر بلجوء تلك الوسائل إلى التهويل والمبالغة في العديد الموضوعات



يتضح من الجدول السابق أن استجابات طلاب الجامعات حول اتجاهاتهم نحو مصداقية مصدر محتوى الإعلام المرئي لمتابعة جائحة كورونا، حصلت على درجة مرتفعة في موافقتهم على مصداقية محتوى الإعلام المرئي حيث جاء في الترتيب الأول أنها (تحرص مصادر المحتوى المرئي على توثيق المعلومات بالأرقام التي استندت إليها) بمتوسط حسابي بلغ (2,91)، يليها في الترتيب الثاني أن (يحرص محتوى الإعلام المرئي على طرح مختلف القضايا التي تهم جمهورها) بمتوسط حسابي (2,62)، وفي الترتيب الثالث ظهر (الحصول على معلومات من مصادر محددة تخدم الموضوع المطروح) بمتوسط حسابي (2,57)، كذلك في الترتيب الرابع جاء (تعرض المعلومات بدون تشويه أو مبالغة) وذلك بمتوسط حسابي (2,52)، وفي الترتيب الأخير منه جاء (تعتمد على مصادر موثوق فيها) وذلك باستجابة محايد ومتوسط حسابي (2,10).

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسات كل من (Al-Dmour, 2020), (Zhao(2020), (Gunther (2020), (Liu(2020), فاطمة سعود عبد العزيز السالم (2019)، دراسة: (Ruohan, Ayoun(2015) والتي أشارت في مجملها إلى أن مصداقية المصدر يعد من أهم العوامل التي تدفع الجمهور إلى المتابعة، والاستعانة بآراء الخبراء والمتخصصين في المجال الصحي بالإضافة إلى البيان الذي يصدر من وزارة الصحة، وأن المصادر الإعلامية الرسمية من أكثر المصادر مصداقية لدى الجمهور مما يسهم بشكل كبير في الاقتناع بالرسالة الإعلامية التي تقدمها، وضوح مصدر المضامين الأخبارية والثقة فيه، واحتواء المضمون الإخباري على مقطع فيديو لتدعيم مصداقيته، وقوة الحجج الإقناعية، جميعها من أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر.

**ثانياً: التحقق من صحة الفروض: بين مصداقية مصدر الإعلام المرئي وبين تأثيراته**

#### النفسية والسلوكية

**الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مصداقية الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا وبين تأثيراته النفسية والسلوكية.**

جدول (13)

معامل ارتباط سبيرمان Spearman للتعرف على العلاقة بين التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن جائحة كورونا وبين مصداقية مصدره

الدلالة	اتجاه العلاقة	مصداقية المصدر		
		معامل الارتباط R	العدد	التأثيرات
دالة*	موجبة	0,265	482	النفسية
دالة*		0,231		السلوكية
دالة**		0,360		إجمالي التأثيرات

تشير نتائج اختبار "سبيرمان" في الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مصداقية المصادر التي يعتمد عليها الإعلام المرئي في تناوله لجائحة كورونا وظهور تأثير ذلك نفسيًا وسلوكيًا على جمهور طلاب الجامعات، حيث بلغت قيمة "R" للتأثيرات النفسية (0,265) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0,05.

وأيضًا بلغ معامل الارتباط سبيرمان للتأثيرات السلوكية (0,231) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0,05، وبلغ معامل الارتباط على إجمالي التأثيرات (0,360) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0,01، مما يدل على صحة الفرد القائل: توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مصداقية الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا وبين تأثيراته النفسية والسلوكية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Lin (2020) والتي أشارت إلى أن هناك علاقة طردية إيجابية بين التعرض للمحتوى الإعلامي المرئي وبين وجود تأثيرات نفسية وسيكولوجية للجمهور.

**الفرض الثاني: يوجد فرق دال إحصائيًا بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس تأثيرات المحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا.**

جدول (14)

نتائج اختبار (ت) T-test لدلالة الفروق بين درجات الذكور والإناث على مقياس تأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا

التأثيرات	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
النفسية	الذكور	272	2,49	0,625	2,933	480	دالة عند 0,01
	الإناث	210	2,64	0,482			
السلوكية	الذكور	272	2,65	0,509	3,714	480	دالة عند 0,01
	الإناث	210	2,45	0,670			
المقياس	الذكور	272	2,62	0,563	2,161	480	دالة عند 0,05
	الإناث	210	2,72	0,448			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في التأثيرات النفسية للمحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا، لصالح الإناث الأكثر تأثرًا، حيث بلغت قيمة "ت" (2,933) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0,01،

جاءت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في التأثيرات السلوكية للمحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا، لصالح الذكور الأكثر تأثراً، حيث بلغت قيمة "ت" (3,714) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0,01.

وبناءً عليه جاءت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي التأثيرات الناتجة عن التعرض لمحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا لصالح الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" (2,161) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0,05، وبالتالي فقد ثبت صحة القائل أنه: يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس تأثيرات المحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا.

**الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس تأثيرات المحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الجامعات (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية).**

جدول (15)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس تأثيرات المحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الجامعة

التأثيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
النفسية	بين المجموعات	4,491	4	1,123	3,323	دالة عند 0,05
	داخل المجموعات	161,179	477	0,338		
	المجموع	165,670	481	-		
السلوكية	بين المجموعات	3,092	4	0,773	2,168	غير دالة
	داخل المجموعات	170,111	477	0,357		
	المجموع	173,203	481	-		
الإجمالي	بين المجموعات	4,648	4	1,162	4,449	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	124,574	477	0,261		
	المجموع	129,222	481	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات المصرية (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية) للتأثيرات

النفسية للمحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا عليهم، حيث بلغت قيمة ف (3,323) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,05.

وأيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات المصرية (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية) للتأثيرات السلوكية للمحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا عليهم، حيث بلغت قيمة ف (2,168) وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

ومما سبق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات المصرية (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية) في إجمالي تأثيرات محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا عليهم، حيث بلغ قيمة (4,449)، وهذه قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.01، حيث يتضح صحة الفرض القائل أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس تأثيرات المحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الجامعات (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية). فيما عدا التأثيرات السلوكية.

جدول (16)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس تأثير محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الجامعة

المجموعات	القاهرة	الأزهر	6 أكتوبر	طنطا	الجامعة الأمريكية
القاهرة	-	0,087	0,019	0,104	**0,279
الأزهر	0,087	-	0,068	0,017	**0,193
6 أكتوبر	0,019	0,068	-	0,085	**0,261
طنطا	0,104	0,017	0,085	-	*0,167
الجامعة الأمريكية	**0,279	**0,193	**0,261	*0,176	-

يتبين من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل رأي طلاب الجامعات حول تأثيرات المحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الجامعات، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الشباب الجامعي أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي. حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين متوسطات درجات طلاب جامعة (القاهرة- الأزهر- 6 أكتوبر- طنطا) وبين متوسطات درجات طلاب جامعة الأمريكية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,279 - 0,193 - 0,261 - 0,167) على التوالي لصالح طلاب جامعات (القاهرة، والأزهر، 6 أكتوبر، وطنطا) وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى (0,01 - 0,05).

**الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس تأثيرات المحتوى الإعلاني المرئي لجائحة كورونا تبعاً للفرقة الدراسية (الأولى- الثانية- الثالثة- الرابعة).**

جدول (17)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس تأثيرات المحتوى الإعلاني المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الفرقة الدراسية

التأثيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
النفسية	بين المجموعات	2,194	3	0,731	2,139	غير دالة
	داخل المجموعات	163,476	478	0,342		
	المجموع	165,670	481	-		
السلوكية	بين المجموعات	3,650	3	1,217	3,430	دالة عند 0,05
	داخل المجموعات	169,553	478	0,355		
	المجموع	173,203	481	-		
الإجمالي	بين المجموعات	4,269	3	1,1423	5,444	دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	124,953	478	0,261		
	المجموع	129,222	481	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية الفرق الدراسية (الأولى- الثانية- الثالثة- الرابعة) لطلاب الجامعات في استجاباتهم نحو التأثيرات للتأثيرات النفسية للمحتوى الإعلاني المرئي لجائحة كورونا عليهم، حيث بلغت قيمة ف (2,139) وهذه القيمة غير دالة عند أي مستوى دلالة.

وكذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفرق الدراسية (الأولى- الثانية- الثالثة- الرابعة) لطلاب الجامعات في استجاباتهم نحو التأثيرات السلوكية للمحتوى الإعلاني المرئي لجائحة كورونا عليهم، حيث بلغت قيمة ف (3,430) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,05.

وأيضاً ومما سبق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفرق الدراسية (الأولى- الثانية- الثالثة- الرابعة) لطلاب الجامعات في استجاباتهم نحو إجمالي تأثيرات محتوى الإعلاني المرئي لجائحة كورونا عليهم، حيث بلغ قيمة ف (5,444) وهذه قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0,01، حيث يتضح صحة الفرض القائل أنه:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس تأثيرات المحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا تبعاً للفرقة الدراسية ( الأولى- الثانية- الثالثة- الرابعة). فيما عدا التأثيرات النفسية.

جدول (18)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس تأثير لمحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الفرقة الدراسية

المجموعات	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
الأولى	-	**0,225	0,063	0,002
الثانية	**0,225	-	*0,157	**0,223
الثالثة	0,063	*0,175	-	0,066
الرابعة	0,002	**0,223	0,066	-

يتبين من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل رأي طلاب الجامعات حول تأثيرات المحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الفرق الدراسية، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الشباب الجامعي أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين متوسطات درجات طلاب الفرقة الأولى وبين متوسطات درجات طلاب الفرقة الثانية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,225\*\*) لصالح طلاب الفرقة الأولى، حيث إن فرقاً دال إحصائياً عند مستوى (0,01)، وجاء اختلاف بين متوسطات درجات التأثيرات لدى طلاب الفرقة الثانية ومتوسطات درجات طلاب الفرقة الثالثة (0,175\*) لصالح طلاب الفرقة الثانية، حيث إن فرقاً دال إحصائياً عند مستوى (0,05)، كذلك هناك اختلاف بين متوسطات درجات طلاب الفرقة الثانية وبين متوسطات درجات طلاب الفرقة الرابعة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,223\*\*) لصالح طلاب الفرقة الثانية، حيث إن فرقاً دال إحصائياً عند مستوى (0,01).

الفرض الخامس: يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس مصادقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا.

جدول (19)

نتائج اختبار (ت) T-test لدلالة الفروق بين درجات الذكور والإناث على مقياس مصادقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
الذكور	272	2,49	0,634	2,286	480	دالة عند 0,05
الإناث	210	2,61	0,518			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث في مصداقية المحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا من لصالح الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" (2,286) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0,05، وبالتالي فقد ثبت صحة القائل أنه: يوجد فرق دال إحصائيًا بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعًا لاختلاف الجامعات (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية).

جدول (20)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعًا لاختلاف الجامعة

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة عند 0,01	3,630	1,229	4	4,914	بين المجموعات
		0,338	447	151,287	داخل المجموعات
		-	451	156,201	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات المصرية (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية) لمصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا عليهم، حيث بلغت قيمة ف (3,630) وهذه قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.01، حيث يتضح صحة الفرض القائل أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعًا لاختلاف الجامعات (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية).

جدول (21)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات مصداقية المحتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعًا لاختلاف الجامعة

المجموعات	القاهرة	الأزهر	6 أكتوبر	طنطا	الجامعة الأمريكية
القاهرة	-	**0,272	0,045	0,063	0,016
الأزهر	**0,272	-	**0,227	*0,209	**0,288
6 أكتوبر	0,045	**0,227	-	0,018	0,061
طنطا	0,063	*0,209	0,018	-	0,078
الجامعة الأمريكية	0,016	**0,288	0,061	0,078	-

يتبين من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل رأي طلاب الجامعات حول مصداقية المحتوى الإعلامي المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الجامعات، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الشباب الجامعي أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين متوسطات درجات طلاب جامعة (الجامعة الأمريكية- 6 أكتوبر- طنطا- القاهرة) وبين متوسطات درجات طلاب جامعة الأزهر بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته (0,288\*\* - 0,227\*\* - 0,209\*\* - 0,272\*\*) على التوالي لصالح طلاب جامعات (الجامعة الأمريكية - 6 أكتوبر- طنطا- القاهرة) وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى (0,01 - 0,05).

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الفرق الدراسية (الأولى- الثانية- الثالثة- الرابعة).

جدول (20)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الفرق الدراسية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	1,466	3	0,489	1,415	غير دالة
داخل المجموعات	154,765	448	0,345		
المجموع	156,201	451	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفرق الدراسية لطلاب الجامعات المصرية (الأولى- الثانية- الثالثة- الرابعة) لمصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا عليهم، حيث بلغت قيمة ف (1,415) وهذه قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، حيث يتضح عدم صحة الفرض القائل أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الفرق الدراسية (الأولى- الثانية- الثالثة- الرابعة).



## النتائج العامة للدراسة والتوصيات والمقترحات:

- جاءت أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات جائحة كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي في الترتيب الأول من هذه المصادر "المواقع الرسمية الحكومية"، يليها في الترتيب الثاني مصدر "موقع منظمة الصحة العالمية"، كذلك في الترتيب الثالث "صفحة وزارة الصحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي"، أما "مواقع التواصل الاجتماعي" فقد جاء في الترتيب الرابع، وجاء في الترتيب الخامس "مواقع الصحف الإلكترونية"، يليها في الترتيب السادس "تطبيقات الهواتف الذكية"، وجاءت "قنوات التلفزيون المصري وبرامجه المختلفة"، في الترتيب السابع، وأخيرًا في الترتيب الثامن جاءت "القنوات الفضائية".
- وتمثلت طبيعة المعلومات التي يهتم بمعرفتها طلاب الجامعات المختلفة عن جائحة كورونا، في الترتيب الأول من هذه المعلومات "أعداد الإصابات والوفيات"، يليها في الترتيب الثاني "تمثل حالات الشفاء"، كذلك في الترتيب الثالث "استعدادات الدولة في حالة زيادة المصابين"، أما "طرق الوقائية من الفيروس" في الترتيب الرابع.
- جاء ترتيب الموضوعات التي اهتم بها طلاب الجامعات في المحتوى الإعلامي المرئي ومرتبطة بجائحة كورونا، في الترتيب الأول من هذه الموضوعات "الإرشادات الصحية"، يليها في الترتيب "أخبار العالقين بالخارج"، أما في الترتيب الثالث جاءت "خطوات منع انتشار الفيروس"، كذلك في الترتيب الرابع "تعليق الدراسة"، بينما جاء في الترتيب الخامس "معلومات عن كيفية مواجهة الفيروس"، كذلك في الترتيب السادس موضوع "نصائح الأطباء حول الفيروس"، أما في الترتيب السابع فجاء "نشر أعداد المصابين"، وفي الترتيب الثامن "إحصائيات بمعدل الإصابة والوفيات"، وفي الترتيب التاسع من تلك الموضوعات "الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا"، يليها "طرق انتقال العدوى" في الترتيب العاشر، أما "أعراض المرض" فجاء في الترتيب الحادي عشر، وفي الترتيب الثاني عشر جاء موضوع "التوعية بأعراض فيروس كورونا"، وفي الترتيب الثالث عشر جاء "الإجراءات الاحترازية لمنع انتشار الفيروس"، وكذلك جاء في الترتيب الرابع عشر "آلية التعامل مع المصابين"، وفي الترتيب الخامس عشر جاء أيضًا "طرق الوقاية"، يليها في الترتيب السادس عشر ظهر "الأبحاث الطبية المرتبطة بالقاح الفيروس"، وفي الترتيب الأخير والسابع عشر "قرارات الحكومة لمكافحة الوباء".

- جاء أهم العوامل المؤثرة على مصداقية المصدر في محتوى الإعلام المرئي المتناول لجائحة كورونا من وجهة نظر طلاب الجامعات، والتي جاء في مقدمتها "الاستناد إلى الأرقام والنسب بدلاً من القليل والكثير"، يليها في الترتيب الثاني "الاعتماد على مصادر متنوعة ومعلومة"، كذلك في الترتيب الثالث "الاستشهاد بما يقع فعلاً من الأحداث"، أما "إسناد الأخبار إلى مصادرها" فقد جاء في الترتيب الرابع، وفي الترتيب الخامس ظهر "عرض الرأي والرأي الآخر"، يليها في الترتيب السادس في رأيهم "الاستشهاد بالوثائق عند عرض الموضوعات".
- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مصداقية الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا وبين تأثيراته النفسية والسلوكية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب الجامعات على مقياس تأثيرات محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا تبعاً لاختلاف الجامعات (القاهرة- الأزهر- طنطا- 6 أكتوبر- الجامعة الأمريكية). فيما عدا التأثيرات السلوكية.
- يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس مصداقية محتوى الإعلام المرئي لجائحة كورونا.

### التوصيات والمقترحات:

- 1) يتحتم على وسائل الإعلام والقائمين عليها عند تقديمهم للرسائل الإعلامية أن يتم عرض جميع وجهات النظر ولا يتم التحيز لجانب معين من الموضوع المطروح الأمر الذي يدفع الجمهور إلى التحول عنها لمتابعة وسائل أخرى لمعرفة الحقيقة.
- 2) إجراء المزيد من الدراسات حول المسؤولية الاجتماعية لمحتوى الإعلام المرئي من حيث المهنية والأخلاقية للمضامين الواردة في تلك الوسائل، وشمولية التغطية ودقة المعلومات الواردة بها، فضلاً عن تكريس التفاعلية مع الرأي العام.
- 3) تقديم دورات تدريبية للقائمين بالاتصال حتى يتم توصيل المعلومة الصحيحة المتوازنة وبأسلوب مبسط يصل إلى كافة فئات المجتمع.
- 4) دراسة المصداقية والعوامل المؤثرة فيها لمحتوى الإعلام الرقمي وتأثيرها على الشباب.
- 5) إتاحة الفرصة للقائمين بالاتصال في الإعلام المصري بالحصول على المعلومات الصحيحة من مصادرها وعدم إتاحتها للبعض ومنعها عن الآخر.

(6) إمداد صانعي القرار والمخططين الإعلاميين بنتائج البحث والتي قد تفيد في التوصل لرؤية تسهم في تفعيل دور الإعلام المصري في معالجة الأزمات التي يمر بها المجتمع.

(7) على القائم بالاتصال مسئولية التحري عن صدق المعلومات التي يتلقاها بأساليب متنوعة، وأن يكون على درجة من الوعي بالإلمام بالأحداث والقضايا والموضوعات المطروحة على الساحة المجتمعية.

#### قائمة المراجع:

- 1- Al-Dmour, H.; Masa'deh, R., & Salman, A. (2020). Influence of Visual Media Content on Behavioral and Psychological Outcomes During the COVID-19 Pandemic: An Integrated Model, *Journal of Media and Internet Research*; 22(8).
- 2- Lin, C.; Brostrom, A.; Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2020). Investigating Psychological Effects Of Visual Media In Fear Of COVID-19 According To Source Credibility: Psychological Distress And Insomnia, *Internet Interventions*; 14 (7).
- 3- Saha, K.; Torous, J.; Caine, E. D., & De Choudhury, M. (2020). Visual Media of the COVID-19 Pandemic Reveals Psychological Effects over Crowd, *Psychiatric Quarterly*; 89 (2).
- 4- Zhao, E.; Wu, Q., & Crimmins, E. M. (2020). Visual Media Trust And Behavioural Effects Over Audience During The COVID-19 Pandemic in the USA, *BMJ Global Health* 2020; 5 (23).
- 5- Chao, M.; Xue, D.; Liu, T.; Yang, H., & Hall, B. J. (2020). Visual Media Use and Acute Psychological Effects During COVID-19 Outbreak In China, *Journal of Anxiety Disorders*; 74 (2).
- 6- Karasneh, R.; Al-Azzam, S.; Muflih, S.; Soudah, O.; Hawamdeh, S., & Khader, Y. (2020). Credibility of Visual Media, and Behaviour and Knowledge Effect during COVID-19 Pandemic, *Research in Social and Administrative Pharmacy*; 10 (16).
- 7- Gunther Eysenbach" Visual Media's Role and Credibility in the COVID-19 Pandemic" *JMIR Mhealth Uhealth*. 2020 Sep; 8(9).
- 8- Liu, C., & Liu, Y. (2020). Visual Media Exposure and Impact on Anxiety during COVID-19: The Mediation Role of Source Credibility, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (47).
- 9- Schroyer, D. (2020). Visual Media Psychological Effects on Individual Worldwide Amid the COVID-19 Virus, *The Gerontologist*; 20 (7).
- 10- Lisa Singha(2020). Afirst look at covid-19, Information and misinformation sharing on Twitter: apaper presented to University of Minnesota .

- 11- هاجر محمود محمد عامر: استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي، مجلة العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجزء الثاني، العدد 29، 2019، ص 467-512.
- 12- فاطمة سعود عبد العزيز السالم: مصداقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد-19) نموذجًا، مجلة العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجزء الأول، العدد 29، 2019، ص 249-277.
- 13- D. Jakhar.(2020). WhatsApp messenger as a teledermatology tool during coronavirus disease (COVID-19): from bedside to phone-side" *Clinical and Experimental Dermatology*. 45, p732.
- 14- Behaviour change and antibiotic prescribing in healthcare settings(2020): Literature review and behavioural analysis. *Public Health, England*. p.4.
- 15- Lin Y, Hu Z, Alias H, Wong LP(2020). Influence of Mass and Social Media on Psycho behavioral Responses Among Medical Students During the Downward Trend of COVID-19 in Fujian, China: Cross-Sectional Study. *J Med Internet Res*. 2020 Jul 20 ;22(7):p.5.
- 16- Fagherazzi G, Goetzinger C, Rashid MY, Aguayo GA, Huiart L(2020). Digital Health Strategies to Fight COVID-19 Worldwide: Challenges, Recommendations, and a Call for Papers. *J Med Internet Res*. Jun 16;22(6)p.12,
- 17- Alqutob R, Al Nsour M, Tarawneh MR, Ajlouni M, Khader Y, Aqel I, Kharabsheh S, Obeidat N(2020). COVID-19 Crisis in Jordan: Response, Scenarios, Strategies, and Recommendations. *JMIR Public Health Surveill*. Jul 07;6(3)p.15.
- 18- Gao J, Zheng P, Jia Y, Chen H, Mao Y, Chen S, Wang Y, Fu H, Dai J(2020). Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. *PLoS One*. 15(4):p.9.
- 19- Allcott H, Boxell L, Conway J, et al(2020). Polarization and public health: partisan differences in social distancing during the coronavirus pandemic. *NBER working paper*, p.8.
- 20- Kaiser J, Kleinen-von Königslöw K(2019). Partisan journalism and the issue framing of the Euro crisis: comparing political parallelism of German and Spanish online news. *Journalism*;20:p.331.
- 21- Li L, Qin L, Xu Z, Yin Y, Wang X, Kong B, Bai J, Lu Y, Fang Z, Song Q, Cao K, Liu D, Wang G, Xu Q, Fang X, Zhang S, Xia J, Xia J(2020). Artificial intelligence distinguishes COVID-19 from community acquired pneumonia on chest CT. *Radiology*.p.7.
- 22- Pei S, Galanti M, Yamana T, et al(2020). Reconciling diverse estimates of COVID-19 infection rates. *Mailman school of public health, Columbia University*. p.5.

- 23- Chan AKM, Nickson CP, Rudolph JW, Lee A, Joynt GM(2020). Social media for rapid knowledge dissemination: early experience from the COVID-19 pandemic. *Anaesthesia*.p.2.
- 24- Mavragani A(2020). Infodemiology and Infoveillance: Scoping Review. *J Med Internet Res*, Apr 28;22(4).p.18.
- 25- Kent, M. L., & Li, C. (2020). Toward a normative social media theory for public relations. *Public Relations Review*, 46(1),.p.8.
- 26- Ahmad AR, Murad HR(2020). The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study. *J Med Internet Res*, May 19;22(5):p.19.
- 27- La V, Pham T, Ho M, Nguyen M, P. Nguyen K, Vuong T, et al(2020). Policy Response, Social Media and Science Journalism for the Sustainability of the Public Health System Amid the COVID-19 Outbreak: The Vietnam Lessons. *Sustainability* Apr 07;12(7):p.19.
- 28- Kapteyn A, Angrisani M, Bennett D, et al(2020). Tracking the effect of the COVID-19 pandemic on the lives of American households. *Surv Res Method*; 14: p.179.
- 29- Jurkowitz M, Mitchell A(2020). Cable TV and COVID-19: how Americans perceive the outbreak and view media coverage differ by main news source. *Pew research center*, p.7.
- 30- Simonov A, Sacher SK, Dubé JP(2020). The persuasive effect of fox news: non-compliance with social distancing during the covid-19 pandemic. *National Bureau of Economic Research*, p.4.
- 31- Chontina Siahaan(2020).Inconsistency of Information of Indonesian Government Officials through the Media on Public Concern in Preventing the Spread of Covid-19" *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU)*. Vol. 7, No. 8, September .p.5.
- 32- Xiao, H., Zhang, Y., Kong, D., Li, S., Yang, N., (2020). Social capital and sleep quality in individuals who self-isolated for 14 days during the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) outbreak in January 2020 in China. *Med Sci Monit*. P.26.
- 33- Ren, S.Y., Gao, R.D., Chen, Y.L., (2020). Fear can be more harmful than the severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 in controlling the corona virus disease 2019 epidemic. *World J Clin Cases*. 8 (4), p.652.
- 34- Lin, C.; Brostrom, A.; Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2020). *Op .Cit*, p.4.
- 35- Zhao, E.; Wu, Q., & Crimmins, E. M. (2020) *Op. Cit*. p.6.
- 36- Chan JF, Yuan S, Kok K, To KK, Chu H, Yang J, Xing F, Liu J, Yip CC, Poon RW, Tsoi H, Lo SK, Chan K, Poon VK, Chan W, Ip JD, Cai J, Cheng VC, Chen H, Hui CK, Yuen K. A(2020). familial cluster of pneumonia associated with the 2019 novel

coronavirus indicating person-to-person transmission: a study of a family cluster. Lancet. Feb;395(10223):p.514.

- 37- Ahmad, A. R., & Murad, H. R. (2020). The Psychological and Behavioral Impact of Visual Media During the COVID-19 Pandemic in Light of Source Credibility: A Survey Study, JMIR Public Health Surveillance; 12 (18).p.7.

(\*) السادة المحكمون:

- أ.د/ جمال النجار : أستاذ الصحافة، جامعة الأزهر .  
أ.د/ راندا رزق: أستاذ الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة.  
أ.د/ رزق سعد : أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة مصر .  
أ.د/ عبد الجواد سعيد: رئيس قسم الإعلام، جامعة المنوفية.  
أ.د/ محمد وهدان: رئيس قسم الصحافة، جامعة الأزهر .  
أ.د/ مرعي مذكور: أستاذ الصحافة، وعميد كلية الإعلام، جامعة 6 أكتوبر سابقاً.  
أ.د/ ماجى الحلواني : أستاذ الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة القاهرة، وعميد المعهد الكندي سابقاً.  
أ.د/ نرمين خضر، أستاذ العلاقات العامة، وعميد كلية الإعلام، الجامعة العربية المفتوحة

# 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:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 56 January 2021 - 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.