

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)

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

المراسلات:

العدد السابع والخمسون - الجزء الرابع - شعبان ١٤٤٢هـ - أبريل 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 العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- التوجهات والمقاربات النظرية والمنهجية في بحوث تأثيرات الشائعات في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الأمن القومي- دراسة تحليلية نقدية من المستوى الثاني
أ.م.د. نسرین حسام الدين حسن
١٥٩٧
-
- استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأساليبهم في التصدي للفكر المتطرف
أ.م.د. فودة محمد علي عيشة
١٦٤٧
-
- آليات تعامل المنصات الإلكترونية مع الشائعات: دراسة تحليلية من المستوى الثاني
أ.م.د. ريهام محمود درويش
١٧٠١
-
- الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن الفكري لدى الشباب
أ.م.د. شادية محمد جابر الدقناوي
١٧٤٣
-
- المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية نحو قضية الإرهاب الإلكتروني ودور الحكومة في التصدي لها «دراسة تطبيقية»
د. مهيرة عماد فتحي محمد السباعي
١٧٩٣
-
- اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو انتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على طلبة كلية الاتصال بجامعة الشارقة
د. خالد إبراهيم عبد العزيز إسحاق
١٨٤١
-
- تعرض الشباب للشائعات حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم- دراسة ميدانية
د. سمر عز الدين جلال
١٨٧٥

- أطر مواجهة الصحف الإلكترونية العربية لأزمة الرسوم المسيئة للرسول
محمد (صلى الله عليه وسلم)
١٩٢١ د. عبد الحفيظ عبد الجواد درويش مصطفى
-
- الدورالاتصالي ومعايير المسؤولية الاجتماعية لنشر صور الحوادث
الإرهابية «دراسة تقييمية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية
والتحليل الدلالي للصورة» د. سهي عبد الرحمن محمد المهدي
١٩٦٥
-
- اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية ضد الأفكار
المتطرفة: دراسة على فيسبوك «أنموذجًا»
٢٠٢٣ د. أسماء عشري برعي محمددين
-
- دور اليوتيوب في التوعية بمخاطر الإرهاب الإلكتروني «دراسة ميدانية
على عينة من شباب جامعات جنوب الصعيد» د. هاني إبراهيم السمان
٢٠٧٣
-
- نحو استراتيجية إعلامية لمكافحة الإرهاب والفكر المتطرف في ضوء
المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام
٢١٢٩ هنادي محمد السعيد
-

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 إحداث 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	أكاديمية 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

● تعرض الشباب للشائعات حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم- دراسة ميدانية

- Youth exposure to Corona Virus rumors on social media and its relation with their anxiety levels

Survey Study

● د/ سمر عز الدين جلال

مدرس الصحافة، كلية الإعلام، جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب

segalal@msa.eun.eg

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة الحالية الكشف عن العلاقة المحتملة بين مستويات القلق (عالٍ، متوسط، منخفض) ومعدل التعرض للشائعات كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من الشباب المصري، وهي دراسة وصفية ميدانية جرى تطبيقها باستخدام منهج المسح، حيث طبق مقياس القلق على عينة قوامها (238) من الشباب من سن 18 إلى 45 عامًا، وتوصلت الدراسة إلى: أن (91%) من عينة الدراسة يهتمون إلى حد كبير بمتابعة جائحة كورونا عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة على الفيس بوك، وأن (62%) من العينة يتقون إلى حد كبير فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن (74%) من العينة تعرضوا للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا، كما ثبتت صحة الفرض الأول، وهو وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض للشائعات كورونا ومستويات القلق لدى الجمهور عينة الدراسة لصالح من تعرضوا للشائعات بدرجات مرتفعة، وثبتت أيضًا صحة الفرض الثاني، وهو وجود علاقة ارتباطية بين معدل الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ومستويات القلق، كما ثبتت صحة الفرض الثالث في أن هناك فروقًا دالة في متوسطات درجات القلق لدى الجمهور وفقًا لمتغير معدل الثقة في ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي، ولم تثبت صحة الفرض الرابع بوجود فروق دالة في درجات القلق طبقًا لأنماط التعامل مع الشائعات.

الكلمات المفتاحية: الشائعات، فيروس كورونا، مواقع التواصل الاجتماعي، مستويات القلق.

Abstract

The research aimed to measure the relationship between youth exposure to Corona Virus rumors on social media and their level of anxiety (high, moderate, and low), it is a descriptive study that was applied using the survey method on a random sample of Egyptian youth from age 18 to 45. The study concluded that (91%) of the sample follow Corona Virus news on social media especially on Facebook, while (62%) highly trust what is posted on Facebook, and (74%) exposed to different types of rumors concerning Corona Virus. Also, there is a correlation between exposing to Covid rumors and the level of anxiety, also there is a correlation between dependency on social media usage and level of anxiety, and there is also statistically significant differences in the level of anxiety and trusting social media. Finally, there is no evidence between how youth deal with rumors and their level of anxiety.

Keywords: Rumors, Corona Virus, Social media, Anxiety.

تنتشر هذه الأيام، وخلال الظروف الرّاهنة التي يمرّ بها العالم نتيجة فيروس كورونا، الإشاعات بشكل كبير ومخيف، والأكثر من ذلك أنّها سريعة الانتشار، مما يؤدي إلى إصابة كثير من الأشخاص بنوبات قلق تسيطر عليهم بشكل كبير.

وتكمن أهمية الشائعات في كونها تدخل في الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والعسكرية كافة، على المستويين المحلي والعالمي، وهي تنتشر بسرعة، سيما في أوقات الأزمات بمختلف أنواعها سواء أكانت أزمات على الصعيد السياسي الاقتصادي أو الاجتماعي، وللشائعة دور كبير في التأثير على حياة الناس، وهي أحد عوامل تشكيل الرأي العام وتوجيهه(1).

وتنتشر الشائعات وينشط مروجوها خلال "أوقات توقع الخطر"، وهي أوقات الحروب والكوارث والفضوى؛ لأن الناس يتوقعون حدوث الشر خلال هذه الأوقات، وهذا هو سبب انتشار الشائعة، لأن الناس في هذا التوقيت، حينما يسمعون أي معلومة يتناقلونها فيما بينهم دون التحقق من صحتها خوفاً منهم على أبنائهم وممتلكاتهم(2).

وأدى انتشار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) إلى تسخير كل الإمكانيات والتقنيات الحديثة للتوعية ومكافحة الأمراض؛ إذ أن الإعلام في هذا الجانب أصبح المصدر الأول للمجتمعات؛ حيث زادت معدلات متابعة الصفحات الإلكترونية لوسائل الإعلام، كما أسهم التحول الإعلامي المقروء والمطبوع في وجود إصدارات إلكترونية تتماشى مع الإجراءات المتخذة للحد من انتشار الفيروس، وتقليل عمليات التلامس، وتعزيز التباعد الاجتماعي(3).

وأثّرت جائحة فيروس كورونا بشكل كبير في نفسية كثير من الأشخاص، فقد أصبح قطاع عريض من الجمهور يتابع بشكل متواصل جميع الأخبار المتعلقة بهذا الفيروس، خاصة على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، وبالطبع بجانب هذه الأخبار يوجد عديد من الشائعات السلبية التي قد تؤثر بشكل سلبي على المتلقي وتعرضه للشعور بالقلق.

ويعد القلق من المشكلات الشائعة لدى الكثير من الناس، حيث تختلف صورته وأعراضه من شخص لآخر، ويظهر عند بعض الأشخاص دون أسباب واضحة، ويمكن أن يؤثر إلى حد كبير، مما يجعل الشخص غير قادر على القيام بأعبائه الشخصية وطلباته اليومية؛ مما يعرض حالته النفسية إلى خطر كبير، ويؤدي إلى تعرضه لبعض الأمراض المزمنة. ومن هنا كان اهتمام الدراسة الحالية بالتعرف على العلاقة بين الشائعات حول فيروس كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي، ومقياس القلق لدى الشباب.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات متعلقة بالشائعات الإعلامية:

(1) دراسة Zhonggen Sun & others (2020) حول العوامل المؤثرة على انتشار الشائعات أثناء الأزمات الصحية من قبل كبار السن والبالغين منتصف العمر، وتستهدف الدراسة التعرف على أسباب انتشار الشائعات أثناء فترة جائحة كوفيد 19 خلال الموجة الأولى 2020، من قبل كبار السن والبالغين منتصف العمر، مما يؤثر بشكل سلبي على بقية أفراد المجتمع وعلى حالتهم الصحية، وطبقت الدراسة على عينة من الجمهور بلغت (556) مفردة من الصينيين، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها: أن من أسباب نشر الجمهور للشائعات يرجع بشكل كبير وإيجابي إلى مدى درجة تصديقهم للشائعة، ومؤشراً أيضاً إلى ارتفاع نسبة مستوى القلق لديهم من هذه الجائحة، كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن الأفراد الذين لديهم مستوى قلق مرتفع ينشرون الشائعة حتى مع عدم إيمانهم بصحتها، كما أثبتت الدراسة أن تواصل الأفراد يؤدي إلى زيادة انتشار الشائعات أكثر من وسائل الاتصال الجماهيري، حيث أوصت الدراسة بضرورة نشر الوعي الإعلامي أثناء فترة الأزمات الصحية للتقليل من مستويات القلق لدى الجمهور(4).

(2) دراسة محمد وليد فتح الله (2020) بعنوان "معالجة الصحافة المصرية للشائعات وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام"، انطلقت هذه الدراسة من إشكالية رئيسية تتمثل في رصد وتحليل وتفسير معالجة الصحافة المصرية للشائعات وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام، وأجرى الباحث دراسة تحليلية على عينة من الصحف والمواقع المصرية هي: صحيفة الأهرام، وصحيفة المصري اليوم، وبوابة الأهرام، وبوابة اليوم السابع، خلال شهري أغسطس وسبتمبر 2019م، وخلصت نتائجها إلى بروز

الشائعات الاقتصادية في المعالجات الصحفية، وتصدر مؤسسات الدولة عامة قائمة المؤسسات المستهدفة بالشائعات، إضافة إلى مجيء أغلب الشائعات في سياق عام دون تخصيص إطار سببي أو جغرافي محدد(5).

(3) دراسة حاتم محمد عاطف (2018)، بعنوان "الشائعات وعلاقتها بتكوين الرأي العام وصناعة القرار في مصر"، استهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين الشائعات وتكوين الرأي العام وصنع القرار في مصر كهدف رئيسي، وهي دراسة وصفية تحليلية، استخدمت منهج المسح، وحلل الباحث مضمون عينة من صحف: (الأهرام، والوفد، والشروق) خلال عام ميلادي، في الفترة من 1 يوليو 2016 حتى 30 يونيو 2017م، ثم طَبَّقَ الباحث دراسة ميدانية على عينة عشوائية من كليات جامعة القاهرة ونقابة المحامين وجريدة الوفد؛ وأجرى مقابلات مع عدد (165) من أساتذة الجامعات والصحفيين والمحامين، واستخدم الباحث التحليل الكيفي وصحيفة الاستبيان المقننة وأسلوب تحليل المضمون، والمقابلات الشخصية، والملاحظة العلمية البسيطة، والتواصل الإلكتروني، والهاتف؛ كأدوات للدراسة، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج: بلغ عدد الشائعات التي انتشرت خلال الفترة من 1 يوليو 2016 حتى 30 يونيو 2017 (31) شائعة كما حددها الباحثون من النخبة، وذكروا (37) سبباً لانتشار الشائعات في مصر، وأوضحوا أن هناك (28) عاملاً توضح البيئة السياسية الداعمة لانتشار الشائعات على نطاق واسع بين فئات الرأي العام المختلفة من بينها: التأخر في تصحيح الشائعات والرد عليها، كذلك غياب المعلومات وعدم وضوحها(6).

(4) دراسة لوجين محمد متولى عفيفي (2017) بعنوان "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري"، تناول البحث موضوع الشائعات على الفيسبوك وعلاقتها بالاتجاهات السياسية للشباب المصري، واستهدف أولاً تحليل محتوى الشائعات للتعرف على أهدافها وأشكالها ومصادرها ووسائل دحضها، واستهدف ثانياً استطلاع آراء الشباب للتعرف على عوامل انتشارها والعلاقة بين استخدام التفكير الناقد وقبولهم للشائعات، والعلاقة بين قبول الشائعات والاتجاهات السياسية، وأظهرت النتائج أن صفحات الفيسبوك أهم مصدر للشائعات، وأن الشائعات السياسية أهم أشكالها، وكذلك التضليل والتشويه أهم أهداف مروجي الشائعات، وكانت

العلاقة بين الاتجاه السياسي وقبول الشائعات طردية قوية لتؤكد أن الشباب عينة البحث يزداد ميلهم لقبول الشائعات التي تتوافق مع معتقداتهم وانتماءاتهم واتجاهاتهم السياسية(7).

(5) دراسة Philip J. Auter and others (2016) استهدفت الدراسة التعرف على تأثير الإشاعات والأخبار الزائفة على مواقع الصحف الإلكترونية، وحلل الباحث مجموعة من الأطر للأخبار الطبية على موقعي الجزيرة والعربية، وذلك على مدار سنة كاملة، من يونيو 2013 إلى يونيو 2014م، وتوصلت الدراسة إلى أن كثيرًا من القراء والجمهور يتأثرون ويتداولون الأخبار، ويتجاوبون معها من خلال هذه المواقع؛ مما يؤدي إلى انتشار الإشاعات بين الجمهور بشكل كبير، وتصديقها، والتعامل معها على أنها أخبار حقيقية(8).

(6) دراسة Kaynar Burak (2016) حول "ماهية الشائعات في المواقع الاجتماعية وكيفية التغلب عليها"، التي استهدفت الدراسة التعرف على ماهية الشائعات في المواقع الاجتماعية وكيفية وآليات التغلب عليها بوصفها أرضية خصبة مؤثرة على الأفراد حتى في النشرات الإخبارية، ودرجة تأثيرها على الأفراد، من خلال استبانة تم تطبيقها على (343) مفردة من مستخدمى المواقع الاجتماعية، وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية طبقية، وقد توصلت الدراسة إلى أن الشائعة ظاهرة سلبية انتشرت بدرجة كبيرة في المجتمع وأثرت على اتجاهات الأفراد وأفكارهم تجاه القضايا المختلفة، وأن الشائعة هي معلومات وأخبار غير صحيحة لم يتم التأكد منها، كما توصلت الدراسة إلى أنه لا بد من وضع آليات للسيطرة والتغلب على الشائعات من خلال التحكم في المواقع التي تقوم على نشرها وإذاعتها، وكذلك توعية الأفراد بمدى خطورتها(9).

(7) دراسة Chambers & Cummins (2014) استهدفت دراسة العلاقة الارتباطية بين القيمة الإنتاجية لصحافة الفيديو من حيث الجانب المالي وإدراك الجمهور للجودة الفنية والمصداقية للمواد الإخبارية التي تعرض في التلفزيون والإنترنت، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 145 مفردة من المشاهدين، حيث تعرضت العينة لنماذج من قصص إخبارية مصورة ذات محتوى واحد لكن تختلف في القيمة الإنتاجية، وأسفرت الدراسة عن أن القصص الإخبارية المصورة التي أنتجت بتكلفة مالية عالية صُنفت على أنها أكثر مصداقية من القصص الإخبارية

المصورة منخفضة التكلفة، على الرغم من ثبات المحتوى المقدم في تلك القصص الإخبارية(10).

التعليق على المحور الأول:

- استخدام تحليل المضمون في بعض الدراسات التحليلية كأداة رئيسة لجمع البيانات.

- استخدام أداة الاستبيان في بعض الدراسات الميدانية كأداة رئيسة لجمع البيانات لمعرفة تأثير الشائعات على الجمهور.

- توصلت كثير من الدراسات إلى أن الشائعات ظاهرة سلبية انتشرت بدرجة كبيرة في المجتمع وأثرت على اتجاهات الأفراد وأفكارهم تجاه القضايا المختلفة.

- تنتشر الشائعات بشكل كبير وملحوظ أوقات الأزمات والحروب والقضايا السياسية.

المحور الثاني: دراسات سابقة متعلقة بجائحة كورونا:

1- دراسة إبراهيم على بسيوني (2020) بعنوان "الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية"، التي استهدفت رصد وتحليل وتفسير الأطر الخبرية التي قدمت بها صحف الدراسة (الجمهورية- الشرق الأوسط- الديار- الشروق) جائحة كورونا في الفترة من 25 مارس إلى 25 يونيو 2020، والكشف عن آليات التأطير المختلفة التي استخدمتها صحف الدراسة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على أداة تحليل المضمون لعينة من المواد الإخبارية والاستقصائية بلغت 1279 مادة صحفية، واستخدمت الدراسة نظرية الأطر الخبرية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

- جاءت جريدة الشرق الأوسط السعودية على رأس صحف الدراسة، بتناولها جائحة كورونا، ثم جريدة الجمهورية المصرية في المرتبة الثانية، تعقبها جريدة الشروق الجزائرية في المرتبة الثالثة، ثم جريدة الديار اللبنانية في المرتبة الرابعة والأخيرة.

- حاز الإطار العام المرتبة الأولى بين أنواع الأطر المستخدمة في صحف الدراسة، وفي المرتبة الثانية جاء الإطار المحدد.

2- كشفت الدراسة أن إطار الصراع بمستوياته الثلاثة حاز المرتبة الأولى بين الأطر المستخدمة بصحف الدراسة في تناولها لجائحة كورونا، يعقبه إطار المسؤولية في

المرتبة الثانية، يليه إطار العواقب الاقتصادية في المرتبة الثالثة، ثم إطار الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الأخيرة(11).

3-دراسة إيمان عاشور (2020) بعنوان "التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم"، واستهدفت التعرف على قياس درجة التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بالمناعة النفسية لديهم، كما رصدت دوافع ونوع ومستوى المعرفة التي تم تحقيقها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة درجة إسهامها في رفع المناعة النفسية لدى عينة الدراسة، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي للتحقق من أهداف الدراسة وفرضياتها، وطبقت أدوات الدراسة على عينة قوامها 358 من الجمهور المصري، وتمثلت أدوات الدراسة في صحيفة استقصاء متضمنة مقياسًا للمناعة النفسية من إعداد (الباحثة)، يتكون من تسعة أبعاد ويحتوي على 50 عبارة تتوزع بين السلبية والإيجابية؛ وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: جاء الترتيب الأول بالنسبة للمواقع والشبكات التي تعرضت لها عينة الدراسة أثناء كوفيد- 19 من نصيب "الواتس آب" حيث حصل على وزن نسبي (90.43)، يليه في الترتيب "الفيس بوك" بوزن نسبي (83.45)، ثم "اليوتيوب" بوزن نسبي (73.74)، ووجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور المصري لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات وأخبار حول فيروس كورونا والمناعة النفسية للجمهور المصري(12).

4-دراسة حسام فايز (2020م)، التي اهتمت بقياس العلاقة بين اعتماد طلبية الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن فيروس كورونا واندماجهم الأكاديمي، وأجريت على (450) طالبًا بالجامعات الحكومية والخاصة، وتوصلت إلى أن 99.3% من العينة تتعرض لوسائل الإعلام الجديد في الحصول على معلومات فيروس كورونا، واتضح وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائيًا بين اعتماد الطلاب على وسائل الإعلام الجديد والاندماج الأكاديمي، وجاءت الفروق لصالح الذكور مقابل الإناث، ولصالح طلبية الكليات النظرية والجامعات الحكومية(13).

5-دراسة حنان عبد الوهاب (2020) بعنوان "تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري"، وتم تطبيق

استبيان إلكتروني على عينة قوامها (400) مفردة، وقد تم تصميم مقاييس الدراسة بحيث تتضمن معرفة كثافة التعرض للمواقع الإخبارية ونوعياتها، ودوافع التعرض لها، ولرصد المزاج العام والشخصي (السلبى والإيجابى)، وتوقعات المستقبل، ودرجة الرضا عن الإجراءات الرسمية للتعامل مع أزمة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية تعد مصادر المعلومات الرئيسة عن الأزمة، وجاءت الدوافع المعرفية في مقدمة دوافع التغطية الإخبارية، ثم الدوافع الشخصية، وتصدرت دوافع الخوف والتوتر مستوى الدوافع الطقوسية لدى الجمهور، كما كشفت الدراسة سيطرة الحالة المزاجية السلبية على مستوى الموضوعات المثارة عن التغطية لأزمة كورونا بالمواقع الإخبارية، التي انعكست بدورها على المزاج العام والشخصي السلبى لدى الجمهور المصري(14).

6-دراسة محمد صبحي فودة (2020)، التي استهدفت رصد وتحليل وتفسير اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية نحو المتابعة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمها لقرارات مكافحته، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، ووظفت منهج المسح الإعلامي بالعينة، مستخدمة الاستبانة الإلكترونية في جمع البيانات من عينة الدراسة البالغ قوامها 400 مفردة تم اختيارهم باستخدام عينة كرة الثلج الشبكية، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: تصدر موقع اليوم السابع المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك، وأن نسبة 90% من عينة البحث تابعوا جائحة كورونا عبر المواقع الإلكترونية، وجاء من أهم دوافع اعتماد الطلاب الوافدين-المغتربين عينة الدراسة على المواقع الإلكترونية "معرفة أسباب الوقاية اللازمة"، وجاء على رأس القرارات والتدابير التي اتخذتها الدولة للحد من مكافحة فيروس (كوفيد 19) في المواقع تعليق الدراسة بالمدارس والجامعات(15).

7-دراسة نادية محمد عبد الحافظ (2020) بعنوان "اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد"، وهدفت إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمه لقرارات مكافحته، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وأداة الاستبانة لجمع المعلومات، وتوصلت لعدد من النتائج أهمها: تصدر موقع اليوم السابع المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها

على الفيس بوك، وأوصت الدراسة باستخدام أساليب معالجة ذات طابع تفسيري تحليلي واستقصائي وحواري قادر على تقديم رؤية متكاملة ومتوازنة لأزمة كورونا(16).

8-دراسة نشوة عقل (2020م)، التي رصدت العلاقة بين سلوك التماس المعلومات الصحية لدى المرأة المصرية مع انتشار وباء كورونا ومستوى إدراكها للمخاطر المحيطة، من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها (450) مفردة، وأشارت النتائج إلى زيادة سلوك التماس المعلومات لدى غالبية أفراد العينة من خلال زيادة الاعتماد على الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، وصفحة مجلس الوزراء المصري، وزادت مصداقية الصفحات الرسمية مقارنة بالمنشورات الأخرى على الفيس بوك، واتضح للدراسة زيادة إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية جرّاء انتشار فيروس كورونا والعمل على تجنب الإصابة به(17).

9-دراسة "راجيف مادوراي" (2020) Rajvikram Madurai التي اهتمت برصد إستراتيجيات الاتصال المستخدمة في مواجهة فيروس كورونا، من خلال مسح عينة قوامها (856) من الجمهور الهندي، وتوصلت إلى استخدام منظمة الصحة العالمية لإستراتيجية النشر المكثف للمعلومات لتوعية الجمهور بجائحة كورونا، كما اعتمدت المنظمة على إستراتيجية الصدمة لبتّ حالة من الخوف والقلق لدى الجماهير للالتزام بالإجراءات الوقائية والاحترازية من الفيروس، وكشفت الدراسة الاعتماد على الهاتف المحمول وتطبيقات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالفيروس وإمداد الجمهور بالمعلومات؛ مما أسهم في الحد من انتشاره بين قطاعات الجمهور الهندي(18).

10-دراسة "فرانشيسكا كارينتييه" (2008) Francesca Carentie ، التي افترضت أن المراهقين يختارون وسائل الإعلام التي تحسن مزاجهم الإيجابي وتقلل مزاجهم السلبي، وتم إجراء مقابلات ميدانية مع المراهقين الذين لديهم اكتئاب نتيجة المكالمات التي تصل إليهم من الهاتف المحمول لمدة أربعة أيام، وتم سؤالهم عن حالتهم المزاجية ومدى ارتباطها بوسائل الإعلام، وتم سؤالهم عن حالتهم المزاجية قبل التعرض لوسائل الإعلام، وأثناء تعرضهم لوسائل الإعلام وبعدها، وقد أوضحت النتائج أن المراهقين الذين يستخدمون وسائل الإعلام التي تبعث على المرح يميلون إلى تدعيم المرح أكثر من الذين لم يتعرضوا لوسائل الإعلام؛ مما يدل على التلاشي السريع لتأثير وسائل الإعلام

على المزاج العام، كما أوضحت الدراسة أن الذين لديهم مزاج سيء لا يستخدمون وسائل الإعلام لتحسين هذا المزاج وتقليل الاكتئاب، وأن الذكور أكثر استخداماً من الإناث (19).

11-دراسة "ليزاسينج" (2020) Singh Liza التي استهدفت معرفة تأثيرات موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" في نشر الوعي بين الجمهور بفيروس كورونا ونشر الشائعات والمعلومات المضللة، وذلك من خلال تحليل (66487) تغريدة، وبإجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 350 مفردة بمدينة "نيويورك"، وتوصلت الدراسة إلى زيادة عدد المعلومات الصحيحة المصاحبة للتغريدات المنشورة بنسبة كبيرة بلغت (36325) تغريدة، مقابل (1135) تغريدة مضللة لا تعتمد على معلومات دقيقة، وأوضحت الدراسة أنه كلما ارتبطت التغريدات بروابط ومصادر معلومات كلما حظيت بمصداقية عالية من فئات الجمهور، كما أكدت النتائج فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالفيروس وانتشاره وطرق الوقاية منه لدى الجمهور الأمريكي، كما أشارت النتائج إلى أنه لا توجد رقابة على المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما أدى إلى انتشار المعلومات المضللة والأكاذيب حول فيروس كورونا، وأكدت النتائج ارتفاع درجة الإفادة في اكتساب المعلومات الصحية، وكيفية الوقاية، وأعراض الإصابة، وكيفية التعامل مع المصابين بالفيروس؛ مما يدل على زيادة وعي الجمهور الأمريكي فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) (20).

التعليق على المحور الثاني:

- ذهبت معظم الدراسات إلى تطبيق الأدوات البحثية على عينات من الجمهور العام، على اعتبار أن جائحة كورونا أزمة عالمية، ولم تركز على تأثيرها السلبي على نفسية الأفراد والمجتمع.
- اتفقت غالبية الدراسات من حيث المنهج المستخدم على منهج المسح، بشقيه التحليلي والميداني، وإن كان الغالب هو منهج المسح الميداني.
- رغم حداثة انتشار جائحة فيروس كورونا فإنها نالت الاهتمام البحثي الكبير في نطاق جغرافي واسع؛ لأهميتها وخطورتها على مستوى العالم وأهمية التوعية بها.

المحور الثالث: دراسات سابقة متعلقة بالقلق:

- 1) دراسة Antonio J. Rodríguez & others (2020)، التي استهدفت التعرف على مستويات الخوف من فيروس كورونا والتوتر العصبي والقلق خلال فترة الحظر، وطبقت على عينة من الجمهور قوامها (640) مفردة من سن 18 إلى 47 عامًا، عن طريق استخدام استمارة الاستبيان، من الذكور والإناث، وتوصلت إلى أن الإناث أكثر عرضة للتوتر والقلق، مما قد يؤدي إلى الدخول في اكتئاب، وأوصت الدراسة بأهمية وجود برامج تدعم الصحة النفسية خلال فترات الأزمات للتخفيف من أعراض التوتر والقلق والخوف لدى المواطنين حتى لا يتعرضوا للدخول في نوبات اكتئاب(21).
- 2) دراسة Azad Shokri & others (2020)، التي اهتمت برصد علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالضغط النفسية لدى الجمهور الإيراني، وأشارت نتائجها إلى زيادة حدة الضغوط النفسية المرتبطة بالخوف والقلق والتوتر والرعب نتيجة زيادة أخبار الوفيات الناتجة عن تفشي فيروس كورونا(22).
- 3) دراسة "Yi Zing & others" (2020) ، التي استهدفت التعرف على تأثير التقارير الإعلامية المضللة عن فيروس كورونا على الصحة النفسية للسياح الصينيين، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن بعض وسائل الإعلام استخدمت تسميات غير دقيقة مثل "الفيروس الصيني"، و"الفوضى الفيروسية الصينية"، مما يسهم بدرجة أو بأخرى في التمييز والعداء ضد الصينيين، وقد يؤدي إلى زيادة العزلة الاجتماعية، وفرض المعاملة غير المتساوية مع الآخرين؛ وهو ما ينعكس على حالتهم النفسية والمزاجية(23).
- 4) دراسة Lingnan He & others (2019) حول تداول الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب وكبار السن، واستهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين انتقال الشائعات وتداولها على مواقع التواصل الاجتماعي وعمر المستخدمين ومستويات القلق لديهم، وطبقت على شريحة كبيرة من الشباب وكبار السن بلغت (3986) مفردة من الصينيين، من مستخدمي برنامج (WeChat)، وتوصلت إلى أن كبار السن أكثر عرضة للتوتر والقلق النفسي، وتداول الشائعات عبر هذه المواقع نظرًا لتعرضهم لكمية معلومات ضخمة لم يستطيعوا تحليلها عن صغار السن الذين استطاعوا مواكبة التكنولوجيا الحديثة(24).

5) دراسة Calancie & others (2017) حول كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستويات القلق لدى الشباب، وطُبقت على عينة من جمهور الشباب الذين يعانون من التوتر والقلق الاجتماعي والنفسي، واعتمدت على أداة المقابلة المتعمقة، وتوصلت إلى عدة النتائج، منها: أن مجموعة من أفراد العينة أكدوا أنهم يشعرون بقدر كبير من الراحة النفسية والثقة عندما يحصلون على عدد من الإعجاب (like) على المنشور "البوست" الخاص بهم على صفحاتهم الشخصية، بينما عبّر الآخرون أنهم تعرضوا لأساليب مختلفة من التمر على صفحاتهم الشخصية؛ مما أثر على صحتهم النفسية بشكل كبير، بينما اتفقت غالبية العينة بوصف صفحة الفيس بوك بأنها ساحة نزاع وخلاف يصطدم فيها كثير من المشاركين، بينما أكد بعضهم أن الفيس بوك كثيرًا ما يجبر الأفراد على الكشف عن بعض أسرارهم الشخصية وحالتهم الاجتماعية، في حين أن هؤلاء الأشخاص رأوا أنه مجرد أداة للتواصل مع الأصدقاء فلا داعي للإفصاح عن الأخبار الشخصية(25).

6) دراسة خديجة محمد عبدالمالك محمود (2013) بعنوان "القلق الاجتماعي لدى طلبة جامعة بنغازي وفقًا لبعض المتغيرات"، التي استهدفت التعرف على مستوى القلق الاجتماعي لدى طلبة جامعة بنغازي، والتعرف على الفروق العائدة للنوع (ذكور/ إناث)، والتخصص (أدبي/ علمي)، والسنة الدراسية (الأولى/ الرابعة) في القلق الاجتماعي وأبعاده (الخوف من المواقف الاجتماعية- الأعراض الجسمية- قلق الجم هور)، وطُبقت على عينة من (320) طالبًا وطالبة بجامعة بنغازي، قسّمت بالتساوي عن طريق استخدام مقياس القلق الاجتماعي الذي أعدته الباحثة وشمل على (43) فقرة، وأظهرت النتائج أن متوسط العينة أقل من المتوسط النظري في الدرجة الكلية للمقياس وأبعاده، مما يشير إلى انخفاض القلق الاجتماعي لدى العينة، كما أظهرت النتائج أيضًا وجود فروق دالة إحصائيًا عائدة للنوع (ذكور/ إناث) في الدرجة الكلية للمقياس وبعده الأعراض الجسمية، حيث كان متوسط الإناث أعلى من متوسط الذكور، أي أن الإناث أكثر قلقًا من الذكور؛ بينما لم تظهر فروق دالة إحصائيًا لبعده الخوف من المواقف الاجتماعية وبعده قلق الجم هور، وأظهرت النتائج المتعلقة بالتخصص (أدبي/ علمي) عدم وجود فروق عائدة للتخصص في القلق الاجتماعي وأبعاده(26).

7) دراسة pezzo & Beckstead (2006)، حول تأثير تداول الشائعات على مستويات القلق والتوتر لدى الجمهور، واستهدفت التعرف على العلاقة بين انتقال

الشائعات وتداولها بين الأفراد وتأثيرها على مستويات القلق لديهم، وطبقت على عينة من الجمهور قدرها (208) طلاب وطالبات بجامعة "فيرجينيا" بالولايات المتحدة الأمريكية من قسم علم النفس، واستخدمت الدراسة حادتين حقيقيتين، الأولى: وفاة طالب جامعي بسبب إصابته بالالتهاب السحائي، والأخرى: إطلاق النار على "قناص" بالعاصمة الأمريكية واشنطن، لمعرفة تأثيرهما على مستويات القلق لدى الجمهور، واعتمدت الدراسة على أحد نماذج قياس مستويات القلق بعد اختباره، وتوصلت إلى أن زيادة ارتفاع مستويات القلق لدى الجمهور يؤدي إلى زيادة انتشار الشائعات والأخبار وتداولهما، كما توصلت إلى أنه تم تداول الشائعات المرتبطة بالحادثة الثانية وسرعة تنقلها بين الأفراد بشكل أكبر من الحادثة الأولى، لأنها جريمة قتل، مما جعل كثيرًا من الأفراد يتداولون بعض الشائعات وينقلونها، وبذلك أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية قوية بين مستوى القلق لدى الجمهور وطريقة تداول الشائعات ونقلها(27).

التعليق على المحور الثالث:

- ندرة الدراسات السابقة فيما يتعلق بالقلق النفسي والخوف من الإصابة بفيروس كورونا وتأثيرها على المواطنين.
- تميل أغلب الدراسات إلى الدراسات التجريبية وتهتم بشكل أكبر بالآثار النفسية السلبية المتعلقة بالدراسة والامتحانات.
- توصلت أغلبية الدراسات السابقة إلى أن الشائعات لها دور كبير في ارتفاع مستويات القلق لدى كثير من الجمهور، خاصة كبار السن، وأن تداول الشائعات ينتقل بكثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بواسطة المستخدمين أكثر من وسائل الاتصال التقليدية.

الإطار المنهجي للدراسة:

أهمية الدراسة:

- تتمحور أهمية الدراسة في عدة جوانب، أهمها:
- انتشار الإشاعات بكثرة على شبكات التواصل الاجتماعي.
- ظهور شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية وإعلامية حديثة متميزة عن الإعلام التقليدي، كما أن المواقع الإلكترونية تتسم بالتنوع في طرح الأفكار، وعدم وجود قيود عليها.

- أهمية الدور الذي يجب أن تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي بما تملكه من إمكانيات تكنولوجية حديثة لاستخدامها للتواصل مع المجتمع، فلا بد من الحد من الشائعات بشكل عام والشائعات السلبية بشكل خاص.
- تأثير الشائعات المتعلقة بفيروس كورونا بشكل كبير على الحالة النفسية الجمهور.
- زيادة نسبة القلق والتوتر عند الشباب بسبب الشائعات المتعلقة بفيروس كورونا.
- تكتسب الدراسة أهمية من خلال ربطها بين شبكات التواصل الاجتماعي والقلق بسبب جائحة فيروس كورونا المستجد بالمجتمع والشباب المصري.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة بشكل أساسي إلى التعرف على "تعرض الشباب للشائعات حول فيروس كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم"، ويرتبط بهذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية، هي:
- (1) التعرف على أكثر المواقع التي يتابعها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي.
 - (2) التعرف على قدرة الشباب في التفرقة بين الأخبار الموثوق بها والشائعات حول جائحة كورونا.
 - (3) التعرف على المضامين التي تستخدمها مواقع التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا.
 - (4) التعرف على مستوى القلق لدى الشباب نتيجة تعرضهم للشائعات حول فيروس كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي.
 - (5) تحديد الفروق والاختلافات بين معدل التعرض لشائعات كورونا ومستويات القلق لدى الشباب.
 - (6) تحديد الفروق والاختلافات بين معدل الثقة فيما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي ومستويات القلق لدى الشباب.
 - (7) تحديد الفروق والاختلافات بين أنماط التعامل مع الشائعات ومستويات القلق.

مشكلة الدراسة:

يتضح من خلال مسح الدراسات السابقة المتعلقة بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وقلق الجمهور بشكل كبير من فيروس كورونا والخوف منه، أنه في الفترة الأخيرة وبسبب متابعة الشباب بشكل كبير وملحوظ لشبكات التواصل الاجتماعي، زاد

القلق بشكل واضح عند الشباب من فيروس كورونا نتيجة انتشار الشائعات السلبية المتعلقة بهذا الفيروس.

وفي هذا الإطار تتحدد مشكلة الدراسة في تحديد الفروق والاختلافات بين الشائعات حول فيروس كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق لدى الشباب.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما المواقع التي يتابع الشباب من خلالها جائحة كورونا؟
- 2- ما مدى استطاعة الشباب التفريق بين الأخبار الموثوق بها والشائعات حول جائحة كورونا؟
- 3- إلى أي مدى يعتمد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا؟
- 4- ما درجة الثقة في البيانات والمعلومات المقدمة على شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا؟
- 5- ما أكثر المعلومات والبيانات التي يتعرض لها الشباب حول جائحة كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 6- كيف يتفاعل الشباب، ورود أفعالهم عند التعرض لشائعات كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 7- ما العلاقة بين معدل الثقة فيما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي ومستويات القلق لدى الشباب؟
- 8- ما العلاقة بين أنماط التعامل مع الشائعات ومستويات القلق؟

فروض الدراسة:

- 1) توجد فروق بين معدل التعرض لشائعات كورونا ومستويات القلق لدى الجمهور.
- 2) توجد فروق ارتباطية بين معدل الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ومستويات القلق.
- 3) توجد فروق ارتباطية بين معدل الثقة فيما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي ومستويات القلق.
- 4) توجد فروق ارتباطية بين أنماط التعامل مع الشائعات ومستويات القلق.
- 5) توجد فروق ارتباطية بين السمات الديموغرافية ومستويات القلق.

نوع الدراسة:

تقع الدراسة في إطار الدراسات الوصفية الميدانية التي تهتم برصد الظاهرة وتفسيرها وتحليل أبعادها، بما يسهم في الوصول إلى دلالات ومؤشرات لها مستقبلاً، وتتمثل هذه الظاهرة في التعرف على علاقة الشائعات حول فيروس كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي بمقياس القلق لدى الشباب.

منهج الدراسة:

يعد منهج المسح Survey نموذجًا معياريًا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، وهو يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي⁽²⁸⁾.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من الشباب الذين يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي، بوصفه من المناهج التي تسهم في توصيف الظاهرة بعمق من جميع جوانبها، ويساعد في رصد قوة وضعف المتغيرات المؤثرة فيها، وهو ما يساعد في الوصول إلى التعرف على علاقة الشائعات حول فيروس كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي بمقياس القلق لدى الشباب.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على تصميم استبانة شملت أربعة محاور أساسية: المحور الأول: لمعرفة مدى تعرض الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة جائحة كورونا.

المحور الثاني: لقياس ثقة الشباب فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص جائحة كورونا.

المحور الثالث: لقياس مستويات القلق عند الشباب حين تعرضهم للشائعات حول فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

كما اعتمدت الدراسة على مقياس القلق من إعداد "جانيت تايلور"، وهو مكون من 50 سؤالاً، وُزِع على الاستبانة، وهو كالتالي:

مقياس "تايلور" للقلق إعداد/ د. "جانيت تايلور":

تعريف القلق: يعرف القلق بأنه انفعال مركب من الخوف وتوقع الشر والخطر أو العقاب. نبذة عن المقياس: مشتق من اختبار "مينسوتا" للشخصية متعددة الأوجه، ويتكون المقياس من (50) عبارة تقيس القلق الصريح.

طريقة التطبيق:

يطبق المقياس على الأشخاص البالغين من العمر (10) سنوات فأكثر. من بين الـ (50) عبارة هناك (10) عبارات عكسية تصحح بشكل مختلف، هي: (3، 13، 17، 20، 22، 29، 32، 38، 48، 50).

كل عبارة أمامها بديلان (نعم- لا) يتم اختيار من بينها الإجابة المناسبة. اختبار صدق الاستبيان وثباته:

اختبرت الباحثة قائمة الاستبيان في صورتها المبدئية من خلال التعرف على صدقه وثباته وذلك على النحو الآتي:

أ - صدق الاستبيان:

يقصد بالصدق قدرة الأداة على قياس ما وضعت لقياسه، والدقة التي تقيس بها ما يجب أن تقيسه، ومدى صلاحية الأداة في قياس الهدف الذي وضعت من أجله، وتم حساب صدق الاستبانة الخارجي من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة في المجال الإعلامي، وبناء على آراء المحكمين وملاحظاتهم تم تعديل بعض العبارات، وكذلك إضافة وحذف بعض العبارات بحيث أصبحت صالحة للتطبيق في الصورة النهائية، وتركزت أهم ملاحظات السادة المحكمين في:

- تغيير الصياغة اللغوية لبعض الكلمات.

- تعديل صياغة بعض العبارات.

- الإشارة إلى العبارات المركبة لتبسيطها حتى تضم فكرة واحدة فقط.

- حذف العبارات التي لا تنتمي لمحاور الدراسة.

- إضافة بعض العبارات.

ب- ثبات قائمة الاستبيان:

اختبرت الباحثة الاستبيان في صورته المبدئية من خلال التعرف على ثباته وذلك على النحو الآتي:

أجرت الباحثة اختبارًا مبدئيًا للاستبيان، حيث عرضته في صورته الأولية على 20 فردًا من مجتمع الدراسة، وذلك للتأكد من بساطة الصياغة ووضوح اللغة، وللتأكد أيضًا من صلاحية الاستبيان من الناحية الميدانية.

وتم إجراء اختبار الثبات للتأكد من إمكانية الاعتماد على نتائج الدراسة في تعميم النتائج، حيث استخدم معامل الثبات "ألفا كرونباخ"، وأثبتت النتائج أنها معاملات ذات دلالة جيدة لتحقيق أهداف الدراسة، ويمكن الاعتماد عليها في تعميم النتائج على مجتمع

الدراسة، حيث بلغت تجاوزت قيمة ألفا 0.90% على الأسئلة كافة؛ الأمر الذي يدل على ثبات الاستجابات وإمكانية الاعتماد على النتائج وتعميمها على مجتمع الدراسة ككل.

حدود الدراسة الزمنية:

طبقت الدراسة في الفترة الزمنية من 27 ديسمبر 2020 إلى 15 من يناير 2021م، على عينة من الشباب المصري.

عينة الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة المحتملة بين مستويات القلق (عالٍ، متوسط، منخفض) ومعدل التعرض لشائعات كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من الشباب المصري، وقد أجري المقياس على عينة قوامها (238) من الشباب، وتوصلت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج المتعلقة بصحة فروض البحث، وستعرض هذه النتائج وتفسر لكل فرض على حدة كما يلي:

تم تحديد العينة البشرية في المرحلة العمرية من 18 - 45 سنة، التي تمثلت في مجموعة متنوعة من المجتمع المصري، واختارت الباحثة العينة بطريقة عشوائية، وتم اختيار عدد مفردات العينة البشرية وفقاً لما هو متبع في الدراسات المشابهة وتمثلت في (238) مفردة.

أولاً: البيانات الشخصية:

الجدول الآتي يوضح خصائص العينة البشرية.

جدول رقم (1) خصائص العينة البشرية

المتغيرات	ك	%	
النوع	1 - ذكر	178	74%
	2 - أنثى	60	25%
	الإجمالي	238	100%
الفئات العمرية	1 . 18 إلى 22	80	28%
	2 . 22 إلى 35	109	45%
	3 . 35 إلى 45	49	20%
	الإجمالي	238	100%
المستوى التعليمي	1 - يقرأ ويكتب	5	2%

المتغيرات		ك	%
	2 - مؤهل أقل من المتوسط	30	12%
	3 - مؤهل متوسط فأكثر	75	31%
	4 - مؤهل جامعي	89	37%
	5- مؤهل فوق الجامعي	39	16%
	الإجمالي	238	100%
الحالة الاجتماعية	1- أعزب	120	49%
	2- متزوج	73	30%
	3- أرمل	7	3%
	4- مطلق	38	16%
	الإجمالي	238	100%

توضح بيانات الجدول رقم (1) ما يلي:

- أن عينة الدراسة البشرية لم تتساوى من حيث النوع، حيث إن (74%) كانت من الذكور، و(25%) من الإناث، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على الزيادة في استجابة الذكور، وأن نسبة مشاركة النساء يدل على عدم وجود فرق بين الرجال والنساء في مصر، وهذا يؤشر لنا إلى دخول المرأة ميادين متساوية للرجل، وترى الباحثة أن ذلك يعود إلى الاعتبارات الاجتماعية التي تحكم ظروف وضع المرأة في المجتمع المصري.

- من حيث الفئات العمرية، فإن الفئة العمرية أقل من 20 سنة كانت نسبتهم (28%)، والفئة الثانية من 22 إلى 35 سنة كانت نسبتهم (45%)، وأن الفئة الثالثة من 35 إلى 45 سنة كانت نسبتهم (20%).

- أما المستوى التعليمي، فإن نسبة من يقرأ ويكتب بلغت (2%)، ونسبة المؤهل أقل من المتوسط (12%)، ونسبة مؤهل متوسط فأكثر (31%)، ونسبة مؤهل جامعي (37%)، ونسبة مؤهل فوق الجامعي (16%).

وصممت الباحثة استمارة الاستبيان وفقاً للمعايير والتسلسل المنطقي لإعطاء النتائج المطلوبة، ثم عرضت الاستمارة على الأساتذة المحكمين لإبداء الرأي فيها، ثم أجرت التعديلات المطلوبة حتى أصبحت الاستمارة جاهزة في صورتها النهائية، وصيغت على

شكل أسئلة، واعتمدت الباحثة في صياغتها على ما وفّرت لها الدراسات السابقة من أرضية علمية امتزجت مع خبرتها العملية، ومن ثمّ وزعت الباحثة الاستمارات على عينة الدراسة، وفرّغت بيانات الاستمارات على برنامج SPSS وإجراء التحليل الإحصائي وتطبيق العمليات الإحصائية للوصول إلى النتائج.

مصطلحات الدراسة ومفاهيمها:

- الشائعات:

خبر أو مجموعة من الأخبار الزائفة التي تنتشر في المجتمع بشكل سريع يتداولها العامة ظناً منهم في صحتها، ودائماً ما تكون هذه الأخبار شائعة ومثيرة، وتفترق هذه الإشاعة عادة إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صحتها، وتهدف هذه الأخبار إلى التأثير على الروح المعنوية والبلبلّة وزرع بذور الشك، وقد تكون هذه الإشاعة ذات طابع عسكري أو سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي(29).

- شبكات التواصل الاجتماعي:

شبكات التواصل الاجتماعي (Social Networks) : هي مواقع إلكترونية تعمل على جمع الناس وتمكينهم من التعبير عن أنفسهم، وتبادل اهتماماتهم وأفكارهم، وتكوين صداقات جديدة مع أفراد جدد يشاركونهم الاهتمامات ذاتها.

- الجائحة Pandemic: تعد الجائحة أعلى درجات انتشار المرض وفق الطبيعة الجغرافية، بحيث لا تكاد تخلو منطقة من التأثير المباشر منه، مما يتطلب تدخلات مباشرة وإشراف من قبل المنظمات الدولية، خاصة منظمة الصحة العالمية لمتابعة الإجراءات الوقائية وتحديد السياسات الصحية العالمية؛ إذ تعد المنظمة صاحبة اليد العليا في رسم ملامح التعاطي مع الجائحة على المستوى العالمي(30).

- كوفيد 19-Covid 19-

أعلنت منظمة الصحة العالمية أواخر عام 2019م أن هناك وباءً عالمياً تسببه الفيروسات التاجية، وأعلن عن ظهوره في 31 ديسمبر 2019م بمدينة "ووهان" بالصين، حيث يستهدف الفيروس الجهاز التنفسي وتصاحبه نزلات البرد التي يمكنها أن تؤدي للوفاة، وأظهرت الدراسات التي أعدت من قبل المنظمة أن الفئات الأكثر تضرراً هي الفئات الأكبر سناً وأصحاب الأمراض المزمنة ممن يعانون من نقص المناعة وأمراض القلب والسكري(31).

- جائحة كورونا pandemic Corona :

ظهر بمدينة "ووهان" الصينية في 31 ديسمبر 2019م بوجود حالات مرضية تظهر عليها أعراض غير تقليدية على مجموعة من الأفراد، وبعد البحث والتقصي ظهر انتشار فيروس جديد من عائلة الفيروسات التاجية أطلق عليها كورونا (كوفيد-19)، وبدأت منظمة الصحة العالمية بالتعاون مع الشركاء والخبراء العالميين والحكومات كافة للإسراع في توسيع نطاق المعرفة العلمية عن حيثيات هذا الفيروس الجديد، ومتابعة سبل انتشاره وتحديث الإجراءات والتدابير الوقائية الواجب اتباعها للحد من انتشاره وتفشيهِ في المجتمعات(32).

- القلق:

يُعرف القلق بأنه الحالة النفسية التي تصيب الإنسان، نتيجة لتجمع مجموعة من العناصر الإدراكية والجسدية والسلوكية، وتؤدي إلى شعور هذا الإنسان بحالة من عدم الراحة النفسية، وسيطرة الخوف والتوتر والتردد عليه، ولا يمكن للإنسان القلق تحديد سببه تحديداً دقيقاً، وقد يظهر القلق على هيئة توتر واضح على الإنسان، ويبقى هذا التوتر لفترات طويلة نتيجة لشعور هذا الإنسان بأنه قد يتعرض لنوع من أنواع الخطر، وفي بعض الحالات يكون الخطر موجوداً بالفعل، وحالات أخرى يكون مجرد تخيل وأوهام يصاب بها الإنسان، وتؤدي إلى إصابته بحالة من القلق الشديد، الذي يؤثر سلبيًا على مجريات حياته(33).

الإطار المعرفي للدراسة:

من بين معالم الواقع الجديد، الذي أظهرته أزمة تفشى فيروس كورونا في جميع أنحاء العالم، كان ذلك الاختبار الأقوى لوسائل وشبكات التواصل الاجتماعي، التي باتت سمة واضحة لا يستغنى عنها أحد في الوقت الحالي.

وبقدر ما أسهمت تلك الوسائل الجديدة، في تخفيف أزمة التواصل المباشر بين الأفراد، بفعل المخاوف من انتشار الفيروس، بقدر ما أظهرت للكثير فشلها في كثير من الأوقات في تحقيق المصدقية.

فإن جمهور وسائل التواصل الاجتماعي يتحمل جانباً كبيراً من المسؤولية فيما يجري الحديث عنه من جوانب سلبية، أفرزتها تلك الوسائل خلال الأزمة، من نشر أخبار مذبذبة، إلى نشر شائعات، إلى سعي لبث الخوف والذعر في نفوس الناس، الذين وضعتهم الأزمة في حالة من القلق، يدفعهم للتشبث بأية معلومة ربما تكون في أساسها غير صحيحة، دون محاولة في التحقق من صحتها.

ومنذ بدأت الأزمة بانتشار الفيروس في الصين أواخر العام الماضي، ثم انتقاله لدول أخرى، بدأ واضحًا على عديد من منصات التواصل الاجتماعي، أن هناك ما يشبه حالة من الذعر والهلع الجماعي، التي يروج لها قطاع كبير من رواد تلك المنصات، وإصابة كثيرين بنوبات القلق والتوتر والاضطراب النفسى.

أنواع القلق(34):

للقلق أنواع، منها ما يمكن التعامل مع بشكل آمن، ومنها ما لا يمكن إغفاله، فإذا بلغ بنا الأمر إلى أنواع مرتفعة من القلق فإننا نواجه مشكلة كبيرة وعلينا الانتباه لها، والقلق يقسم إلى ثلاثة أنواع، وذلك لتصنيف التعامل مع كل نوع قلق، ولكل منها خصائصه وخطورته على صحة الإنسان النفسية، وهنا نعرض أنواع القلق وطرق التعامل معها.

المستوى الأول:

وهى المستويات المنخفضة للقلق، وهنا يكون القلق بمثابة جرس إنذار فقط يقوم بتبئيه الإنسان تجاه خطر قادم عليه مواجهته، يجد نفسه في هذا المستوى أكثر تركيزًا وانتباهًا وحساسية للمخاطر الخارجية، كما أنه يصبح بفضل هذا المستوى أكثر قدرة على مواجهة المخاطر.

المستوى الثانى:

المستويات المتوسطة للقلق، يشعر الفرد هنا بحالة من الجمود وعدم السيطرة على سلوكه تجاه الأمور، كما أنه يفقد القدرة على الابتكار، وعليه بذل جهد كبير للقيام بالسلوك المناسب تجاه أمر معين، ويشعر أيضًا بحالة من عدم الارتياح لأى شىء جديد، فيصبح التجديد أمرًا يشكل خطرًا على صحته النفسية.

المستوى الثالث:

المستويات العليا للقلق، وهنا يصاب الإنسان بحالة انهيار تامة، وتجده مشوشًا غير قادر على التحكم في سلوكه، كما أنه يواجه صعوبة في تقدير المواقف، ويلجأ إلى أساليب بدائية لمواجهة هذا الشعور والتغلب عليه.

مصادر القلق، منها:

- الضغوط النفسية: وهى اضطرابات انفعالية وعقلية تؤدي إلى عدم التوافق بين العوامل العضلية والعصبية، كما أنها ارتباك في الأفكار التي تدخل إلى العقل عند قيام الشخص بأداء واجباته، مما يؤدي بالنتيجة إلى الفتور واحتمال ترك العمل المنوط بالشخص(35).

- الإحباط النفسى: وهو خيبة أمل الأفراد لبلوغ هدف ما، وسد الطريق الذى يسلكونه نحو الوصول إليه، وهو يطلق على كل العراقيل التى تحول دون الوصول إلى الهدف المنشود، وينشأ الإحباط النفسى من المواقف الضاغطة المتكررة التى لا يمكن السيطرة عليها(36).
- فقدان السيطرة: حالة نفسية تنتاب الفرد، نتيجة عدم قدرته على التركيز والسيطرة على أدائه، مما يؤدى إلى زيادة القلق لديه، ونتيجة ذلك تكون السيطرة خارجية وليست داخلية(37).
- الخوف من الفشل: وهى حالة تنتاب الفرد نتيجة الخوف من الإخفاق في الأداء، وتأتى لعدم الشعور بالأمان فيما يتعلق بمفهومه لذاته، أو تقدير الذات لديه، وتسيطر عليه أفكار سلبية، مثل: كيف أواجه المجتمع إذا فشلت؟(38).

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والإشباعات للتعرف على كيفية استخدام الجمهور -عينة الدراسة- مواقع التواصل الاجتماعي من أجل إشباع رغباتهم في معرفة كل جديد من أخبار عن جائحة كورونا.

مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يأخذ منظور الاستخدامات والإشباعات وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام، ويبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام، والإشباعات التي يحققونها من استخدامها لتلك الوسائل(39)، حيث تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعّالة في انتقاء أفرادها لرسائل ووسائل الإعلام ومضمونها، خلافاً للنظريات المبكرة مثل: نظرية الآثار الموحدة، أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية منفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد، وبذلك يهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات بالسمات الفردية، وعلاقتها بالرضا والإشباع، وأنماط الدوافع والحاجات الفردية، والمدخل السلوكي الذي تعتمد عليه الدراسات لرصد عادات التعرض وكثافته، وذلك في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات(40)، ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباعات فإن وسائل الإعلام تشكل مورداً لتلبية احتياجات الجمهور المختلفة، وتحول السؤال من: ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى: ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الإعلام؟(41)، حيث يبنى مدخل الاستخدامات والإشباعات على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال، التي تنشأ

في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الاتصال، فضلاً عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعاً لهذه الحاجات، وقد تتجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات وقد لا تتجح في ذلك(42).

وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على الفروض الآتية(43):

- 1- جمهور المتلقين جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- 2- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرون أنها تشبع حاجاتهم.
- 3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.
- 4- الجمهور وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الإعلام.
- 5- الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات، والاتصال الاجتماعي، والتعلم الاجتماعي، والتطور.
- 6- الجمهور نفسه الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام(44).
- 7- يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم، سواء كانت متعلقة بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعلم(45).

نظرية الاستخدامات والإشباعات والإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي:

تعد الإنترنت وسيلة اتصال جديدة ومبتكرة يمكن أن تغير حياة الناس تماماً، كما فعل التلفزيون في خمسينيات وستينيات القرن العشرين، حيث غيرت الإنترنت حياة الأشخاص من حيث الوصول إلى معلومات ضخمة ونشرها وتقييمها وإنشائها وتقييمها بسهولة وسرعة، والتواصل مع أنواع مختلفة من الأشخاص المتباعدين في المكان والزمان، وساعدت على إعادة تخصيص الأشخاص لوقت أنشطتهم اليومية من خلال أنواع مختلفة من وظائف واستخدامات الإنترنت، مثل البريد الإلكتروني ومجموعات الأخبار والدرشة وغيرها(46).

وبذلك تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات المدخل الأكثر ملاءمة لدراسة استخدام الإنترنت، ذلك لأن الإعلام الجديد يعد ساحة خصبة لاختبار عديد من النظريات والنماذج، ومنها نظرية الاستخدامات والإشباعات في ظل تحولية الإنترنت(47)، ففي السنوات القليلة الماضية استخدم مدخل الاستخدامات والإشباعات لاستكشاف

تأثيرات التكنولوجيا الجديدة على الجمهور، وأثار ظهور الإنترنت حافراً لدى الباحثين في استخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات لدراسة دوافع استخدام الإنترنت والنتائج المترتبة ومقارنتها مع الاستخدامات والإشباعات لوسائل الإعلام التقليدية الأخرى(48).

وبذلك يتسم الاتصال الرقمي بأنه عملية هادفة لأطراف عملية الاتصال منذ البداية؛ لأن أطراف عملية الاتصال في هذه الحالة على وعي تام بمتطلبات الاتصال الرقمي وخصائصه وصعوباته منذ بداية الاقتراب إلى عملية الاتصال الرقمي، وبناء على ذلك فإن هناك وظائف وأهداف يسعى الأطراف إلى تحقيقها من هذا الاتصال(49).

وفي ظل التطورات التي تشهدها شبكة الإنترنت فإن العديد من نظريات التأثير لم تتوسع لمواكبة هذه التغيرات؛ وهذا ما جعل نظرية الاستخدامات والإشباعات تتصدر عديداً من البحوث التي تدرس استخدام شبكة الإنترنت، يأتي في مقدمتها استخدام الاتصال التفاعلي (الرقمي)، بوصف الدخول لشبكة الإنترنت أحد بدائل الاستخدام التي يختار الفرد من بينها لتلبية حاجاته ورغباته، وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباعات في هذه البحوث والدراسات(50).

ومن هنا اعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والإشباعات للتعرف على أسباب استخدام الجمهور -عينة الدراسة- لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل متابعة أخبار جائحة كورونا لتلبية احتياجاتهم وإشباع رغباتهم.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (2) متابعة العينة لجائحة كورونا على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

متابعة جائحة كورونا على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار والنسبة	ك	%
أهتم إلى حد كبير	218	91%	
أهتم إلى حد ما	15	6%	
لا أهتم على الإطلاق	20	8%	

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى أن نسبة (91%) من عينة الدراسة أجابوا بأنهم يهتمون إلى حد كبير بمتابعة جائحة كورونا على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ونسبة (6%) منهم أجابوا بأنهم يهتمون إلى حد ما بمتابعة جائحة كورونا على مواقع

شبكات التواصل الاجتماعي، ونسبة (8%) أجابوا بأنهم لا يهتمون على الإطلاق بمتابعة جائحة كورونا على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ويدل ذلك على أن نسبة كبيرة من المجتمع المصري يتابعون بشكل عام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

من أكثر الأسباب التي تجعل الجمهور يفضل وسائل الإعلام الجديد أنها تساعد على معرفة كل جديد عن فيروس كورونا بشكل مستمر، وهذا يعود إلى أهمية وخطورة الوضع الراهن المتعلق بفيروس كورونا، وقلق المواطنين بشكل دائم وتوترهم بسبب هذه الجائحة، وتتفق النتائج في ذلك مع دراسة (وليد محمد، 2020).

الجدول رقم (3) المواقع التي يتابعها الشباب أثناء جائحة كورونا

المواقع المفضلة لدى عينة الدراسة	التكرار والنسبة	ك	%
فيس بوك	103	43%	
تويتر	70	29%	
إنستجرام	40	16%	
لينكد إن	8	3%	
سناب شات	17	7%	

يوضح جدول رقم (3) أن الفيس بوك تصدر مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى عينة الدراسة حيث بلغت نسبته (43%) من عينة الدراسة الذين أجابوا بأنهم يفضلون متابعة جائحة كورونا من خلاله، وفي الترتيب الثاني جاء موقع تويتر بنسبة (29%)، وحصل إنستجرام على المرتبة الثالثة بنسبة (16%)، وحصل سناب شات على المرتبة الرابعة بنسبة (7%)، وحصل لينكد إن على الترتيب الخامس بنسبة (3%)، وهو ما قد يرجع إلى سهولة استخدام صفحة الفيس بوك لدى المستخدمين، فهو أكثر شعبية واستخداماً عن بقية المواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (4) يوضح عدد مرات تعرض العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

التردد والنسبة	ك	%
عدد مرات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي		
أقل من ساعة يوميًا	43	18%
ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا	174	61%
أقل من ساعة يوميًا	14	6%
مرة أو مرتين في الأسبوع	7	3%

يتضح من جدول رقم (4) أن التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا جاء في المرتبة الأولى بنسبة 61%، وأقل من ساعة يوميًا جاء بنسبة 18%، وأقل من ساعة يوميًا جاء بنسبة 6%، ومرة أو مرتين في الأسبوع بنسبة 3%، وهذا يدل على ارتفاع معدل التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الجمهور عينة الدراسة.

جدول (5) يوضح التفرقة بين الأخبار الموثوق بها والشائعات حول جائحة كورونا

التفرقة بين الأخبار الموثوق بها والشائعات حول جائحة كورونا	ك	%
أستطيع إلى حد كبير	148	62%
أستطيع إلى حد ما	60	25%
لا أستطيع التفرقة على الإطلاق	30	12%

يشير جدول رقم (5) إلى التفرقة بين الأخبار الموثوق بها والشائعات حول جائحة كورونا، فجاءت فئة أستطيع إلى حد كبير بنسبة 62%، وجاءت فئة أستطيع إلى حد ما بنسبة 25%، وجاءت فئة لا أستطيع التفرقة على الإطلاق بنسبة 12%، وهنا يتضح أن أكثر من نصف العينة يستطيعون التفرقة بين الأخبار الموثوق بها والشائعات حول جائحة كورونا، وهو ما قد يرجع إلى استخدام أكثر من شبكة تواصل الاجتماعي للتأكد من الخبر أو الشائعة.

جدول (6) يوضح مدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا

الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا	التكرار والنسبة	ك	%
إلى حد كبير		126	52%
إلى حد ما		89	37%
لا أتعلم عليها مطلقاً		23	9%

يوضح جدول رقم (6) أن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا جاء إلى حد كبير بنسبة (52%)، وجاءت فئة الاعتماد إلى حد ما بنسبة (37%)، وجاءت نسبة لا أتعلم عليها مطلقاً (9%). ومن أكثر الأسباب التي تجعل الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام الجديد أنها تساعده على متابعة كل مستجدات الجائحة بشكل مستمر، وهذا يرجع لأهمية الحدث؛ ولذلك فمعرفة كل مستجدات الجائحة شيء في غاية الضرورة للمواطنين لمساعدتهم على فهم الموقف، والوعي به، واتخاذ القرارات السليمة تجاهه، وتتفق النتائج في ذلك مع دراسة (وليد محمد 2020م)، ودراسة (Elavarasan 2020) (Madurai Rajvikran)، حيث أكدت الاهتمام والحرص الشديدين على المتابعة المستمرة ومعرفة كل جديد عن الفيروس.

جدول (7) يوضح مدى الثقة في البيانات والمعلومات المقدمة على شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا

الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا	التكرار والنسبة	ك	%
أثق إلى حد كبير		149	62%
أثق إلى حد ما		79	33%
لا أثق مطلقاً		10	4%

تشير نتائج جدول رقم (7) إلى أن الثقة في البيانات والمعلومات المقدمة على شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا كانت بدرجات كبيرة بناء على استجابات جمهور الدراسة، حيث جاءت فئة أثق إلى حد كبير بنسبة (62%)، وجاءت فئة أثق إلى حد ما بنسبة (33%)، وجاءت فئة لا أثق مطلقاً بنسبة (4%).

جدول (8) يوضح تعدد المعلومات والبيانات التي يتعرض الشباب لها حول جائحة كورونا

تعدد المعلومات والبيانات التي تتعرض لها حول جائحة كورونا	التكرار والنسبة	ك	%
عدد الإصابات والوفيات اليومية	95		39%
الأخبار المتعلقة باللقاح وصدوره	42		17%
تعليق الدراسة أو استمرارها في ظل جائحة كورونا	56		23%
التغذية السليمة	28		11%
طرق علاج فيروس كورونا	17		7%

تشير نتائج جدول رقم (8) إلى أن البيانات والمعلومات المقدمة على شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا كانت متعددة، ويمكن ترتيبها وفقاً لاستجابات الجمهور كما يلي: جاءت المعلومات الخاصة بعدد الإصابات والوفيات اليومية في المرتبة الأولى بنسبة (39%)، ثم جاءت المعلومات الخاصة بتعليق الدراسة أو استمرارها في ظل جائحة كورونا بنسبة (23%)، وجاءت المعلومات الخاصة بالأخبار المتعلقة باللقاح وصدوره بنسبة (17%) في المرتبة الثالثة، ثم جاءت المعلومات الخاصة بالتغذية السليمة بنسبة (11%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت المعلومات حول طرق علاج فيروس كورونا بنسبة (7%).

جدول (9) يوضح أكثر المضامين التي يهتم بها الشباب حول جائحة كورونا

المضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا	التكرار والنسبة	ك	%
تصريحات وزارة الصحة	64		26%
تقارير وإحصائيات	51		21%
طرق الوقاية والعلاج	32		13%
تحقيقات صحفية	28		11%
نصائح طبية	19		8%
نشرات إخبارية	17		7%
حملات توعية	12		5%
إعلانات لمطهرات وكمامات	11		4%

تشير نتائج جدول (9) إلى أن المضامين التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا كانت متعددة، ويمكن ترتيبها بحسب استجابات جمهور الدراسة كما يلي: جاءت المضامين الخاصة بـ (تصريحات وزارة الصحة) في المرتبة الأولى بنسبة (26%)، ثم جاءت المضامين الخاصة بـ (تقارير وإحصائيات) في المرتبة الثانية بنسبة (21%)، يليها المضامين الخاصة بـ (طرق الوقاية والعلاج) في المرتبة الثالثة بنسبة (13%)، ثم جاءت المضامين الخاصة بـ (التحقيقات الصحفية) في المرتبة الرابعة بنسبة (11%)، لتأتي المضامين الخاصة بـ (النصائح الطبية) في المرتبة الخامسة بنسبة (8%)، تعقبها المضامين الخاصة بـ (نشرات إخبارية) في المرتبة السادسة بنسبة (7%)، لتأتي المضامين الخاصة بـ (حملات توعية) في المرتبة السابعة بنسبة (5%)، وجاءت المضامين الخاصة بـ (إعلانات لمطهرات وكمامات) في المرتبة الأخيرة بنسبة (4%).

جدول (10) تعرض الشباب للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا

التعرض للشائعات	التكرار والنسبة	ك	%
عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا			
نعم		177	74%
لا		61	25%

تشير نتائج جدول رقم (10) إلى أن نسبة كبيرة (74%) من العينة تعرضوا للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا، ونسبة (25%) لم يتعرضوا، وهذا يدل على كثرة الشائعات حول فيروس كورونا.

الجدول رقم (11) حول تصرف الشباب عند تعرضه للشائعات عبر شبكات التواصل

الاجتماعي

مواجهة التعرض للشائعات	التكرار والنسبة	ك	%
عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا			
ناقشت ما سمعته مع أسرتي		104	43%
تعتمد البحث عن صحة ما سمعت في المواقع الطبية المتخصصة		56	23%
أهملت الشائعة ولم أجهد نفسي		42	17%
ناقشت ما سمعته مع أطباء متخصصين		36	15%

تشير نتائج الجدول رقم (11) إلى أن مواجهة التعرض للشائعات حول فيروس كورونا كانت متنوعة، حيث جاءت فئة (ناقشت ما سمعته مع أسرتي) في الصدارة بنسبة 43%، يليها (أعتمد البحث عن صحة ما سمعت في المواقع الطبية المتخصصة) بنسبة 23%، ثم جاءت (أهملت الشائعة ولم أجهد نفسي) بنسبة 17%، وجاءت (ناقشت ما سمعته مع أطباء متخصصين) في المرتبة الأخيرة بنسبة 15%.

ثانياً: التحقق من فروض الدراسة:

الفرض الأول:

ينص الفرض الأول على أنه: "توجد فروق بين معدل التعرض للشائعات كورونا ومستويات القلق لدى الجمهور عينة الدراسة"، ولاختبار صحة الفرض طبقت الباحثة أداة الدراسة، ثم حسب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري -لعينة الدراسة- للقلق طبقاً لمستوى تعرض الجمهور للشائعات، ثم استخدمت اختبار "ت"، أو تحليل التباين الأحادي بحسب ما يقتضيه الفرض.

ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار (ت)، كما هو مبين بالجدول (12) للفروق بين متوسطات القلق طبقاً لتعرض الجمهور للشائعات كورونا باستخدام اختبار (ت).

جدول (12) الفروق بين متوسطات القلق طبقاً للتعرض للشائعات باستخدام اختبار (ت)

الدالة	قيمة ت	الانحراف المعياري "ع"	المتوسط الحسابي "م"	العدد "ن"	التعرض لشائعات كورونا	
دالة	*4.672	12.504	20.50	218	مرتفع	القلق الكلي
		12.228	26.53	20	منخفض	

* دالة عند مستوى 0.001

يتضح من الجدول (12) أن قيمة (ت) المحسوبة لنسبة التعرض للشائعات دالة إحصائياً عند (0.001)، وهذا يعني أن هناك أثراً دالاً بدرجات القلق بين نسبة التعرض المرتفع للشائعات (م=20.50)، والمنخفض (م=26.53)، وذلك لصالح التعرض للشائعات المرتفع، حيث إن المتوسط الحسابي لدرجات التعرض المنخفض أقل من

المتوسط الحسابي للتعرض المرتفع للشائعات، ويعني ذلك أن الجمهور الذي لم يتعرض للشائعات بدرجة عالية أقل قلقًا من الذين تعرضوا للشائعات بصورة مرتفعة.

وقد تؤدي نسبة القلق المرتفع إلى نقص حاد في نسب مناعة الجسم مما يعرض الفرد لخطر الإصابة بكورونا، وقد تنعكس هذه الحالة من القلق على علاقاته؛ مما يزيد من مستوى القلق لديه ويدخله في الحلقة المفرغة من القلق.

وبذلك يتم قبول الفرض البحثي بأن هناك علاقة ارتباطية بين معدل التعرض للشائعات كورونا ومستويات القلق لدى الجمهور عينة الدراسة لصالح من تعرضوا للشائعات بدرجات مرتفعة.

ثانيًا: توجد فروق دالة في متوسطات درجات القلق لدى الجمهور وفقًا لمتغير الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تم تطبيق تحليل التباين أحادي الاتجاه One – Way ANOVA، كما هي مبينة بالجدول (13).

جدول (13) الفروق في متوسطات القلق طبقاً لمعدل الاعتماد على شبكات التواصل

الاجتماعي ومستويات القلق

الدالة	ف	متوسط المربعات	درجات الحرية "دح"	مجموع المربعات	مصدر التباين	
دالة	*9.492	1480.621 155.983	2 99 137	2961.243 83450.952 86412.195	بين المجموعات داخل المجموعات التباين الكلي	القلق الكلي

* دالة عند مستوى 0.001

يتضح من الجدول (13) أن قيمة (ف) المحسوبة لمتغير الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي دالة إحصائيًا عند (0.001)، وهذا يعني أن هناك أثرًا دالا لاختلاف معدل الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي على درجات القلق، بمعنى أن هناك فروقًا في درجات القلق بين معدل اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي، ولدراسة نوعية هذه الفروق جرى البحث عن الفروق بمعامل شففيه.

جدول (14) معامل شفوية للفروق بين متوسطات القلق طبقاً للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي

متوسطات(م) نسب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي			
منخفض م = 119.98 ، ن = 64	متوسط م = 121.85 ، ن = 82	مرتفع م = 120.33 ، ن = 92	متوسطات(م) معدل الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي
			معدل مرتفع م = 120.33 ، ن = 92
		0.352	معدل متوسط م = 121.85 ، ن = 82
	*4.788	*5.139	معدل منخفض م = 119.98 ، ن = 64

* دالة عند مستوى 0.05

يتضح من الجدول (14) أن هناك فروقاً دالة إحصائية في درجات القلق، وتتضح هذه الفروق الدالة بالقلق أولاً بين نسبة التعرض المنخفض (م=119.98) والتعرض المتوسط (م=121.85)، حيث إن المتوسط الحسابي للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي المنخفض أقل من متوسط المعلمات في المدارس الخيرية ، و يعني ذلك أن قلق المعلمات في المدارس الحكومية أقل من المتوسط الحسابي للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي المتوسط .

وثانياً: أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي المرتفع

(م = 120.33) والمتوسط (م = 121.85) لصالح المرتفع، وهذا أمر منطقي بأن تكون نسبة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي المنخفض أقل قلقاً من نسبة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي المتوسط والمرتفع، وذلك لعدة أسباب منها نقص الشعور بالأمان الصحي، وأن حياة الفرد مهددة لعدم دقة وثبات الإحصائيات الواردة عن حالات الإصابة بفيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي، فهي مسؤولة عن حالة الذعر والهلع، مما يؤدي إلى حالة من القلق، فكلما زادت نسبة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي كلما كان الفرد أشد قلقاً، لأنه يسمع ويرى ويشاهد كثيراً من

المشاهد التي يمكن أن تؤدي إلى ارتفاع حالة القلق لديه على ذاته وعلى أسرته، وبهذا تكون هناك علاقة طردية بين نسبة التعرض ودرجات القلق. وبذلك يتم قبول الفرض البحثي بأن هناك علاقة ارتباطية بين معدل الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ومستويات القلق، ويعني ذلك أن الجمهور الذي لديه نسبة اعتماد أعلى على وسائل التواصل الاجتماعي يكون لديه حالة مرتفعة من القلق، والعكس.

ثالثًا: توجد فروق بين معدل الثقة فيما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي ومستويات القلق، ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تم تطبيق تحليل التباين أحادي الاتجاه - One Way ANOVA، كما هو مبين بالجدول (15).

جدول (15) الفروق في متوسطات القلق طبقاً لمعدل الثقة فيما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي باستخدام اختبار (ت)

الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري "ع"	المتوسط الحسابي "م"	العدد "ن"	معدل ثقة	
دالة	*2.980	12.674	18.46	100	معدل ثقة منخفض	القلق الكلي
		12.575	22.62	138	معدل ثقة مرتفع	

* دالة عند مستوى 0.01

يتضح من الجدول (15) أن قيمة (ت) المحسوبة لمستوى معدل الثقة دالة إحصائياً عند (0.01) في متوسط درجات القلق، وهذا يعني أن هناك أثراً دالاً لاختلاف معدل الثقة على درجة القلق وذلك لصالح معد الثقة المنخفض، حيث إن المتوسط الحسابي لمعدل الثقة المنخفض (م=18.46) أقل من متوسط معدل الثقة المرتفع (م=22.62)، ويعني ذلك أن ارتفاع معدل الثقة في ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى انخفاض نسبة القلق، وتعد هذه النتيجة منطوقية حين يكون ارتفاع معدل الثقة في ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى انخفاض نسبة القلق، وانخفاض نسبة معدل الثقة في ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى ارتفاع معدل القلق. وبذلك يتم قبول الفرض البحثي بأن هناك فروقاً دالة في متوسطات درجات القلق لدى الجمهور وفقاً لمتغير معدل الثقة في ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي.

رابعًا: توجد فروق بين أنماط التعامل مع الشائعات ومستويات القلق، ولاختبار مدى صحة الفرض تم تطبيق تحليل التباين أحادي الاتجاه One-Way ANOVA، وكانت نتائجه كما هي مبينة بالجدول (16).

جدول (16) الفروق في متوسطات القلق طبقًا لأنماط التعامل مع الشائعات

الدلالة	ف	متوسط المربعات	درجات الحرية "دح"	مجموع المربعات	مصدر التباين	
غير دالة	1.977	314.167 158.873	5 97 136	1884.999 84361.322 86246.322	بين المجموعات داخل المجموعات التباين الكلي	القلق الكلي

كما يتضح من الجدول (16) أن قيمة (ف) المحسوبة طبقًا لأنماط التعامل مع الشائعات غير دالة إحصائيًا في درجات القلق، مما يعني عدم وجود فروق دالة في درجات القلق طبقًا لأنماط التعامل مع الشائعات، وبذلك يتم رفض الفرض البحثي بأن هناك فروقًا دالة في درجات القلق طبقًا لأنماط التعامل مع الشائعات.

النتائج العامة للدراسة:

- نسبة (91%) من عينة الدراسة أجابوا بأنهم يهتمون إلى حد كبير بمتابعة جائحة كورونا على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ونسبة (6%) منهم أجابوا بأنهم يهتمون إلى حد ما، ونسبة (8%) أجابوا بأنهم لا يهتمون على الإطلاق بمتابعة جائحة كورونا على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.
- تصدر الفيس بوك مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة في متابعة جائحة كورونا لدى عينة الدراسة بنسبة (43%)، وجاء موقع تويتر ثانيًا بنسبة (29%)، وحصل إنستجرام على المرتبة الثالثة بنسبة (16%)، وحصل سناب شات على المرتبة الرابعة بنسبة (7%)، ولينكد إن أخيرًا بنسبة (3%).
- فيما يتعلق بالتفرقة بين الأخبار الصحيحة والشائعات، جاءت فئة أستطيع إلى حد كبير بنسبة 62%، وجاءت فئة أستطيع إلى حد ما بنسبة 25%، بينما جاءت فئة لا أستطيع التفرقة على الإطلاق بنسبة 12%.

- اتضح أن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا كان إلى حد كبير، بنسبة (52%)، بنما الاعتماد إلى حد ما بنسبة (37%)، ولا أعتمد عليها مطلقاً بنسبة (9%).
- جاءت الثقة في البيانات والمعلومات المقدمة على شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا بدرجة كبيرة بناء على استجابات جمهور الدراسة، حيث جاءت فئة أثق إلى حد كبير بنسبة (62%)، وجاءت فئة أثق إلى حد ما بنسبة (33%)، بينما جاءت فئة لا أثق مطلقاً بنسبة (4%).
- أظهرت الدراسة أن أكثر المضامين التي يهتم بها الشباب حول جائحة كورونا ما يتعلق بالمعلومات الخاصة بعدد الإصابات والوفيات اليومية بنسبة (39%)، ثم المعلومات الخاصة بتعليق الدراسة أو استمرارها في ظل جائحة كورونا بنسبة (23%)، وجاءت المعلومات الخاصة بالأخبار المتعلقة باللقاح وصدوره بنسبة (17%)، يليها المعلومات الخاصة بالتغذية السليمة بنسبة (11%)، وأخيراً المعلومات الخاصة بطرق علاج فيروس كورونا بنسبة (7%).
- كشفت الدراسة أن نسبة كبيرة (74%) من عينة الدراسة تعرضت للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا، بينما 25% لم يتعرضوا، وهذا يدل على كثرة الشائعات حول فيروس كورونا.
- مواجهة التعرض للشائعات حول فيروس كورونا كانت متنوعة، حيث جاءت (ناقشت ما سمعته مع أسرتي) بنسبة 43%، وجاءت (أتعمد البحث عن صحة ما سمعت في المواقع الطبية المتخصصة) بنسبة 23%، وجاءت (أهملت الشائعة ولم أجهد نفسي) بنسبة 17%، وجاءت (ناقشت ما سمعته مع أطباء متخصصين) بنسبة 15%.
- ثبتت صحة الفرض الأول، بوجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض لشائعات كورونا ومستويات القلق لدى الجمهور عينة الدراسة لصالح من تعرضوا للشائعات بدرجات مرتفعة.
- ثبتت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية بين معدل الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ومستويات القلق، ويعني ذلك أن الجمهور الذي نسبة اعتماد أعلى على وسائل التواصل الاجتماعي تكون لديه حالة مرتفعة من القلق، والعكس.

- ثبتت صحة الفرض الثالث بأن هناك فروقاً دالة في متوسطات درجات القلق لدى الجمهور وفقاً لمتغير معدل الثقة في ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي.
- لم ثبت صحة الفرض الرابع بأن هناك فروقاً دالة في درجات القلق طبقاً لأنماط التعامل مع الشائعات.

التوصيات:

- تطوير مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث تصبح أكثر احترافية والتزاماً بالقواعد والأخلاقيات، ولا بدّ من وجود نوع من أنواع المراقبة عليها للحد من انتشار الشائعات.
- تفعيل ميثاق الشرف الأخلاقية الخاصة بالإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات والأخبار، وتحري الدقة والموضوعية قبل النشر، وتقييم الشائعات والأخبار الكاذبة؛ حتى لا يؤدي نشر الخوف والقلق بالمجتمع.
- ضرورة تدقيق مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات التي تنشرها من خلال الجهات الرسمية، ووضع إستراتيجية إعلامية وقائية تستخدم وسائل الإعلام كافة من أجل توعية أفراد المجتمع بمفهوم الشائعات.
- مراعاة الصحة النفسية لدى الجمهور؛ فالشائعات السلبية قد تؤثر بشكل كبير في زيادة القلق والتوتر النفسي.
- لا بدّ من وجود حملات إعلامية لتهدئة الجمهور ودعم صحتهم النفسية، للحد من ارتفاع مستويات القلق التي قد تصيب الجمهور أثناء الأزمات الصحية.
- لا بدّ من وجود أبحاث مستقبلية في مجال (Media Literacy) خاصة بالجمهور من مستخدمي مواقع التواصل الإعلامي وتعليمه كيفية كل من التعامل، والتحري، والتحليل، والتقييم لمواقع التواصل الاجتماعي، خاصة في أوقات الأزمات الصحية.

- 1) راند بن حزام الكرناف، تصور إستراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية (تويتر نموذجًا)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الإستراتيجية، قسم الدراسات الإستراتيجية، (2014).
- 2) بدر الهويل، تأثير الإشاعة في الرأي العام، ط8، الرياض، مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، (2017).
- 3) محمد محمد المغير، إدارة المحتوى الإعلامي في الاعتداء على قطاع غزة نوفمبر 2019م، ما بين نشر الإشاعة والطمأنينة، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي، العدد التاسع، برلين (2020).
- 4) Zhonggen Sun, Xin Cheng, Ruilian Zhang , and Bingqing Yang , “Factors Influencing Rumor Re-Spreading in a Public Health Crisis by the Middle-Aged and Elderly Populations”, International Journal of Environmental Research and Public Health Article .published 3 September(2020).
- 5) محمد وليد فتح الله، معالجة الصحافة المصرية للشائعات وانعكاساتها على صورة مؤسسات الدولة لدى الرأي العام"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الصحافة، (2020).
- 6) حاتم محمد عاطف، الشائعات وعلاقتها بتكوين الرأي العام وصناعة القرار في مصر، رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، (2018).
- 7) لوجين محمد متولي عفيفي، ماجستير غر منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، (2017).
- 8) Philip J Auter, Aziz Douai, Heidi Makady and Chasah West, “Circulating health rumors in the “Arab World”: A 12- month content analysis of news stories and reader commentary about Middle East Respiratory Syndrome from two Middle Eastern news outlets, the International Communication Gazette, vol. 78 (5), 2016, pp. 411- 431.
- 9) Burak, Kaynar, Rumor in social media: Role of affect during social movements, Master of arts in cultural studies, ISTANBUL ŞEHİR UNIVERSITY, September 2016
- 10) Chambers,T., & cummins, R. glenn. (2011). How production value impacts perceived technical quality, credibility.and economic value of video news. Journalism & mass communication quarterly. December 2011. Vol. 88.no.4.pp737-752. Retrived December 18,2014,from <http://jmq.sagepub.com/citmgr?gca=spjmq2f737>
- 11) إبراهيم علي بسيوني محمد، الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية - دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 4، المجلد 55، 55- ج4 (جائحة كورونا 2)، خريف 2020، ص ص 2133-2224 .

- 12) إيمان عاشور سيد حسين ، التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 9، المجلد 54، 54 - ج 4 (جائحة كورونا 1)، صيف 2020، ص ص 2604-2537 .
- 13) حسام فايز، اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن 28 جائزة كورونا كوفيد 19، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، الجزء الرابع، 2020، ص ص 2605 – 2656.
- 14) حنان عبد الوهاب عبد الحميد محمد، تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري - دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 2، المجلد 55، 55- ج 4 (جائحة كورونا 2)، الخريف 2020، الصفحة -2011-2066.
- 15) محمد صبحي محمد فودة، اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بتشكيل الوعي الصحي لديهم نحو أزمة كورونا (كوفيد 19) دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 4، المجلد 56، 56- ج 1، شتاء 2021، ص ص 157-218.
- 16) نادية محمد عبد الحافظ، اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 2، مجلد 54، 54 - ج 4 (جائحة كورونا 1)، صيف 2020، ص ص 2093-2168.
- 17) نشوة عقل، التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، الجزء الرابع، 2020، ص ص 2036 – 2092.
- 18) Rajvikran Madurai, Restructured society and environment: "A review on potential technological strategies to control the COVID-19 pandemic", Science of the total Environment, (2020).
- 19) Francesca R. Dillman Carpentier et, al, Sad Kids, Sad Media? Applying Mood Management Theory to Depressed Adolescents' Use of Media, Media Psychol, (2008), Vol.11, pp.143-166.
- 20) Lisa Singha, A first look at covid -19, Information and misinformation sharing on Twitter: a paper presented to University of Minnesota, (2020),
- 21) Antonio J. Rodríguez-Hidalgo, Yisela Pantaleón, Irene Diosand Daniel Falla: "Fear of COVID-19, Stress, and Anxiety in University Undergraduate Students": A Predictive Model for Depression, Front. Psychol., 05 November 2020 available at <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.591797>
- 22) Azad Shokri et al, perceived stress due to COVID-19 in Iran: "Emphasizing the role of social networks", Medical Journal of the Islamic Republic of Iran, 2020.
- 23) Yi Zheng, Edmund Goh& Jun Wen," The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health": a perspective article, An

- International Journal of Tourism and Hospitality Research, (2020), Vol. 31, No.2
- 24) Lingnan He, Haoshen Yang, Xiling Xiong, and Kaisheng Lai, "Online Rumor Transmission among Younger and Older Adults", (2019) available at: <https://doi.org/10.1177/2158244019876273>
- 25) Calancie, O., Ewing, L., Narducci, L. D., Horgan, S., & Khalid-Khan, S., " Exploring how social networking sites impact youth with anxiety": A qualitative study of Facebook stressors among adolescents with an anxiety disorder diagnosis. *Cyber psychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* (2017), 11, article 2
- 26) خديجة محمد عبد المالك محمود، علم النفس الاجتماعي القلق الاجتماعي لدى طلبة جامعة بنغازي، رسالة ماجستير، قسم التربية وعلم النفس، كلية الآداب، جامعة بنغازي، (2013).
- 27) Mark V. Pezzo, Petersburg Jason W. Beckstead, "A Multilevel Analysis of Rumor Transmission: Effects of Anxiety and Belief in Two Field Experiments". (2006) available at: <https://www.researchgate.net/publication/228433308>.
- 28) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة، عالم الكتب، 2000)، ص159.
- 29) حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، (2014)، ص 120.
- 30) منظمة الصحة العالمية: المصطلحات الطبية المتعلقة بفيروس كورونا، متاح على المنظمة موقع WWW.emro.who.int/ar/cov.org (19 مارس 2020).
- 31) صندوق الأمم المتحدة للسكان: فيروس كورونا من منظور اجتماعي، نيويورك متاح عبر الرابط الإلكتروني للموقع WWW.unfpa.org (مارس 2020م).
- 32) منظمة الصحة العالمية: فيروس كورونا المستجد (ncov – 2019) مقال متاح على الرابط <http://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel.coronavirus-2019> (18-5-2020م)
- 33) Kimberly Holland, "Can Stress and Anxiety Cause Erectile Dysfunction?" ، Health line, Retrieved 2018-7-16 available at: https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%84%D9%82.
- 34) <https://www.hopeeg.com/blog/show/treat-anxiety-types>
- 35) محمد حسن علاوي، المدخل في علم النفس الرياضي، ط1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة (1998).
- 36) عبد الستار جبار الضمد، علم النفس في الرياضة، ط1، عمان، دار الخليج للنشر، (2003)، ص6-77.
- 37) أسامة كامل راتب، الإعداد النفسي للناشئين (دليل الإرشاد والتوجيه للمدربين)، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، (2001).
- 38) محمد حسن علاوي، المدخل في علم النفس الرياضي، ط7، مركز الكتاب للطباعة والنشر، القاهرة، (2009).

- 39) Roger Wimmer and Joseph Dominick; 'Research in Media Effects' , Mass Media Research: An Introduction, 8th Edition , 2006 , available at ;
http://www.rogerwimmer.com/mmr/18-Wimmer_001-036_online-
(40) منال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط ١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012، ص 1717.
- 41)Stephanie O'Donohoe : " Advertising Uses and Gratifications" European Journal of Marketing , Vol. 28 No. 8/9, 1994, pp. 52. Available at:
<http://homepage.ntlworld.com/ashley.payton/p52.pdf> -
- (42) رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني، ط ١، القاهرة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2007، ص 69.
- (43) مصطفى علي سيد عبد النبي، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة - العدد 23 يوليو 2019.
- (44) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ١، القاهرة، عالم الكتب 1997، ص 28.
- (45) سامي طابع: بحوث الإعلام، ط ١، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 124.
- 46) Hiremath Veerabasayya Rudrayya:” Uses and Gratification of Internet among College Students”: A Study in Karnataka State, Doctor of Philosophy in Communication and Journalism, University of Mysore, Karnataka, India, 2013. , P 28.
- 47) Samuel Ebersole: “Uses and Gratifications of the Web among Students”, Journal of Computer-Mediated Communication: available at:
<http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/> (ISSN) 1083-6101 on 20 /1/2017
- 48)Roger Wimmer and Joseph Dominick, Op.Cit.. P.14
- (49) محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 29.
- (50) صلاح محمد أبو صلاح: استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة، فلسطين، 2014م، ص 8.

References

- Alkarnaf, R. (2014). tusawir 'iistratyji limukafahat alshaayieat fi mawaqie altawasul alaijtimaeei bialmamlakat alearabiyt alsaeudy (tuytar nmwdhjana), risalat majistayr ghayr manshurat, jamieat nayf alearabiyt lileulum al'amniyt, kulyt Aleulum al'iistiratyjyt, qism aldirasat al'iistratyjyt.
- Al-Hawil, B. (2017). ta'athiyar al'iishaeat fi alraay aleami, ta8, alrayadi, markaz almalik eabd aleazyz lilhiwar alwatanii.
- Al-Mugheer, M. (2020). 'iidarat almuhtawaa al'ielamii fi alaietida' ealaa qitae ghazat nufimbir 2019m, ma bayn nashr al'iishaeat waltuma'anyrata, majalat aldirasat al'ielamiyt, almarkaz alearabia alduymiqrati, 9.
- Zhonggen Sun, Xin Cheng, Ruilian Zhang , and Bingqing Yang , “Factors Influencing Rumor Re-Spreading in a Public Health Crisis by the Middle-Aged and Elderly Populations” ,International Journal of Environmental Research and Public Health Article ,published 3 September(2020).
- Fathallah, M. (2020). muealajat alsahafat almisriat lilshaayieat waineikasatiha ealaa surat muasasat aldawlat ladaa alraay aleami", risalat majistir, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, qism alsahafati.
- Attef, H. (2018). alshaayieat waealaqatuha bitakwin alraay aleami wasinaeat alqarar fi masra, risalat dukkurat, jamieat Alqahira, kuliyyat al'ielami, qism alealaqat aleamat wal'ielani, (2018).
- Afifi, L. (2017). majistir ghar manshurat, jamieat alqahirati, kuliyyat al'ielami, qism Alezaa waltilifizyun.
- Philip J Auter, Aziz Douai, Heidi Makady and Chasah West, “Circulating .1 World”: A 12- month content analysis of news stories health rumors in the “Arab and reader commentary about Middle East Respiratory Syndrome from two Middle Eastern news outlets, the International Communication Gazette, vol. 78 (5), 2016, pp. 411- 431.
- Burak, Kaynar, Rumor in social media: Role of affect during social movements, Master of arts in cultural studies, ISTANBUL ŞEHİR UNIVERSITY, September 2016
- Chambers,T., & cummins, R. glenn. (2011). How production value impacts perceived technical quality, credibility.and economic value of video news. Journalism & mass communication quarterly. December 2011. Vol. 88.no.4.pp737-752. Retrived December 18,2014,from <http://jmq.sagepub.com/citmgr?gca=spjmq2f737>

- Muhamed, I. (2020). al'utur al'iikhbariat lijayihat kwrna fi alsahafat alearabiat - dirasat tahliliatun, majalat albuḥuth al'iielamiyt, kaliyt al'iielami, jamieat Alazhar, 55(4), 2133-2224
- Hussein, I. (2020). altimasu aljumhur almisrii lilmaelumat almutaealiqat bikwfid 19eabar almawaqie alajtimaeiat waealaqatih bialmanaeat alnafsiaḥ ladayhim, majalat albuḥuth al'iielamiyt, kaliyt al'iielami, jamieat Alazhar, 54(4), 2537-2604 .
- Fayez, H. (2020). aietimad talabat aljamieat ealaa wasayil al'iielam aljadyd fay aistiqa' almaelumat wal'akhbuar ean 28 jayihat kuruna kufyd 19, majalat albuḥuth al'iielamiyt, kalyt al'iielami, jamieat Alazhar, 54(4), 2656 – 2605
- Muhamed, H. (2020). tathir altaearud litaghtiat 'azmat fayrus kwrna bialmawaqie al'iikhbariat ealaa tashkyl alhalat almizajiat liljumhur almisrii - dirasat maydaniatun, majalat albuḥuth al'iielamiyt, kalyt al'iielami, jamieat Alazhar, 55(4), 2011-2066.
- Fouda, M. (2021). aietimad altulaab almughtaribin fi misr ealaa almawaqie al'iilkruniat al'iikhbariat waealaqatih bitashkyl alwaey alsihyi ladayhim nahw 'azmat kwrna (kwfid 19) dirasat maydaniatun, majalat albuḥuth al'iielamiyt, kalyt al'iielami, jamieat Alazhar, 56(1), 157-218.
- Abd Alhafizi, N. (2020). aitijahat aljumhur almisrii nahw muealajat wasayil al'iielam aljadid lijayihat fayrus kwrna almustajda, majalat albuḥuth al'iielamiyt, kalyt al'iielami, jamieat Alazhar, 54(4), 2093-2168.
- Akl, N. (2020). altimas almaelumuat alsahiyt huwl fayrus kuruna almistajid waealaqatuh bimustwaa 'iidrak almakhatir ladaa almar'at almisrayti, majalat albuḥuth al'iielamiyt, Kollyat Alealam , 54(4), 2036 - 2092.
- Rajvikran Madurai, Restructured society and environment: “A review on potential technological strategies to control the COVID-19 pandemic”, Science of the total Environment, (2020).
- Francesca R. Dillman Carpentier et, al, Sad Kids, Sad Media? Applying Mood Management Theory to Depressed Adolescents' Use of Media, Media Psychol, (2008), Vol.11, pp.143-166.
- Lisa Singha, A first look at covid -19, Information and misinformation sharing on Twitter: a paper presented to University of Minnesota, (2020),
- Antonio J. Rodríguez-Hidalgo, Yisela Pantaleón, Irene Diosand Daniel Falla "Fear of COVID-19, Stress, and Anxiety in University Undergraduate Students": A Predictive Model for Depression, Front. Psychol., 05 November 2020 available at <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.591797>
- Azad Shokri et al, perceived stress due to COVID-19 in Iran: "Emphasizing the role of social networks", Medical Journal of the Islamic Republic of Iran, 2020.

- Yi Zheng, Edmund Goh & Jun Wen, "The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health": a perspective article, *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, (2020), Vol. 31, No.2
- Lingnan He, Haoshen Yang, Xiling Xiong, and Kaisheng Lai, "Online Rumor Transmission among Younger and Older Adults", (2019) available at: <https://doi.org/10.1177/2158244019876273>
- Calancie, O., Ewing, L., Narducci, L. D., Horgan, S., & Khalid-Khan, S., "Exploring how social networking sites impact youth with anxiety": A qualitative study of Facebook stressors among adolescents with an anxiety disorder diagnosis. *Cyber psychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* (2017), 11, article 2
- Mahmud, K. (2013). Elm alnafsi alajjtima'ii alqalaq alajjtima'iu ladaa talabat jamieat binghazi, risalat majistir, qism altarbiat waeilm alnafsi, kulyt Aladabi, jamieat Benghazi.
- Mark V. Pezzo, Petersburg Jason W. Beckstead, "A Multilevel Analysis of Rumor Transmission: Effects of Anxiety and Belief in Two Field Experiments". (2006) available at: <https://www.researchgate.net/publication/228433308>.
- Abd Alhamidi, M. (2000). albahth aleilmiu fi aldirasat al'ielamiati, (Alqahira, alam al kutub) 159.
- Shafiq, H. (2014). nazaruyat al'ielam watutabyqati'a fi dirasat al'ielam aljadayd wamawaqie altawasul aliajtima'ii, alqaratu, dar fikr wafanin liltibaeat walnashr waltuwzaye, 120.
- Kimberly Holland, "Can Stress and Anxiety Cause Erectile Dysfunction?" "Health line, Retrieved 2018-7-16 available at: https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%84%D9%82.
- <https://www.hopeeg.com/blog/show/treat-anxiety-types>
- Ealawi, M. (1998). almadkhal fi eilm alnafsi alriyadi, ta1, markaz alkitab lilmashri, Alqahira.
- Aldamd, A. (2003). ealm alnafsi alriyadi, ta1, eaman, dar alkhaliy lilmashri, 6 - 77.
- Ratib, O. (2001). al'iedad alnafsi lilnaashiiyn (dalil al'irshad waltawjih lilmudaribina), dar alfikr alarabii, Alqahira, Masr, (2001).
- Ealawi, M. (2009). almadkhal fi eilm alnafsi alriyadi, ta7, markaz alkitab liltibaeat walnashri, Alqahira.

- Roger Wimmer and Joseph Dominick; 'Research in Media Effects' , Mass Media Research: An Introduction, 8th Edition , 2006 , available at ;
http://www.rogerwimmer.com/mmr/18-Wimmer_001-036_online-
- Almuzahara, M. (2012). Nazaruyat aliatisali, t 1, Amman, dar Almisyrat lilnashr waltuwzuye waltibaeati, 1717.
- Stephanie O'Donohoe : " Advertising Uses and Gratifications" European Journal of Marketing , Vol. 28 No. 8/9, 1994, pp. 52. Available at:
<http://homepage.ntlworld.com/ashley.payton/p52.pdf> -
- Amin, R. (2007). alnazariyat aleilmiyt fi al'ielam alalkitrunii, t 1, Alqahira, jamieat Al'azhar, kalyt al'ielami, 69.
- Abd Alnabi, M. (2019). alaitjihat alhadithat linazariat alaistikhdamat wal'iishbaeati, almajalat almisriat lildirasat Almutakhasisat - 23.
- Abd Alhamida, M. (1997). nazariaat al'ielam watijihat altaathiri, ta1, Alqahira, Aalam Alkutub, 28.
- Tayei, S. (2006). buhuth al'ielami, ta1, dar alnahdat alearabiati, alqahira, 124 .
- Hiremath Veerabasayya Rudrayya:" Uses and Gratification of Internet among College Students": A Study in Karnataka State, Doctor of Philosophy in Communication and Journalism, University of Mysore, Karnataka, India, 2013. , P 28.
- Samuel Ebersole: "Uses and Gratifications of the Web among Students", Journal of Computer-Mediated Communication: available at:
<http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/> (ISSN) 1083-6101 on 20 /1/2017
- Abd Alhamidi, M. (2007). aliatisal wal'ielam ealaa shabakat al'iintirnit, t 1, ealam alkutub, Alqahira, 29.
- Abu Salah, S. (2014). aistikhdamat talabat aljamieat alfilastiniat lishabakat altawasul alaijtimaeei wal'iishbaeat almutahaqiqat - dirasat maydaniati, risalat majistir ghayr manshuratin, aljamieat Al'iislamiy - Ghaza, filastin, , 8.

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)

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

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

Correspondences

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

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

● Issue 57 April 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.