

إدراك الجمهور للمخاطر الصحيّة لفيروس كورونا المقدمّة في الإعلام السّعوديّ:
دراسة في تأثير نظريّة الشخص الثالث

**Public Perception of Health Risks of Coronavirus
in Saudi Media: A Study on the Impact of Third
Person Theory**

د. وجدي حلمي عيد عبدالظاهر
استاذ الإعلام المشارك
كلية العلوم الاجتماعية
جامعة أم القرى

Wagdy Helmy Eid Abdel Zaher
Associate Professor at at the Universities of Umm
Al-Qura and Menoufia.

whdahshory@uqu.edu.sa

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة لجامعة أم القرى

إدراك الجمهور للمخاطر الصحيّة لفيروس كورونا المقدمّة في الإعلام السّعوديّ: دراسة في تأثير نظريّة الشخص الثالث

د. وجدي حلمي عيد عبد الظاهر

استاذ الإعلام المشارك

كلية العلوم الاجتماعية

جامعة ام القرى

ملخص البحث: سعت الدراسة للتعرف على إدراك الجمهور السعودي وغير السعودي للمخاطر الصحية لفيروس كورونا المقدمة في الإعلام السعودي، ومدى تأثيرها على سلوكهم الشخصي وعلى الآخرين في إطار تطبيق فروض نظرية تأثير الشخص الثالث، وطبقت الدراسة على عينة متاحة قوامها (٤٠٠ مفردة) من الجمهور السعودي والمقيمين في المملكة العربية السعودية من مختلف الدول العربية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى تصدر التويتز الترتيب الأول من المصادر الإعلامية التي يهتم الجمهور بمتابعتها في الحصول على المعلومات الخاصة بفيروس كورونا، وجاء الواتس آب في الترتيب الثاني، وتلاه الموقع الرسمي لوزارة الصحة في الترتيب الثالث، ثم الانستجرام، والمواقع الإلكترونية الإخبارية السعودية، وقناة إم بي سي MBC على التوالي، وجاءت درجة تأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي من حيث المسافة الاجتماعية على نفسي في الترتيب الأول، بينما على الأقارب في الترتيب الثاني، وعلى الأصدقاء في الترتيب الثالث، وعلى زملائي في العمل أو الدراسة في الترتيب الرابع، وعلى الآخرين بصفة عامة في الترتيب الأخير.

كما أثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام السعودي وإدراكهم لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم والآخرين،



ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض لوسائل الإعلام السعودي وتأثير المخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على المبحوثين أنفسهم والآخرين.

كما أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك عينة الدراسة للمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على أنفسهم والآخرين وفقاً لدرجة اتجاههم نحو هذه المخاطر..

الكلمات المفتاحية:

الإدراك، المخاطر الصحية، فيروس كورونا، الإعلام السعودي، ونظرية الشخص الثالث.

Public Perception of Health Risks of Coronavirus in Saudi Media: A Study on the Impact of Third Person Theory

Abstract:

The study aims at identifying the public perception of Saudi and non-Saudi by COVID-19 health risks introduced in the Saudi media through its influence on their self-behaviours and others from the perspective of the third person theory. The study was conducted on a convenient sample of 400 individuals from Saudi public and Arab residents. The results of the study indicated that Twitter social media occupied the first place among other media for gaining information on COVID-19. WhatsApp ranked in the second place among all media for providing perception on COVID-19. On the other hand, the formal health ministry website, Instagram, and other electronic Saudi news website, and MBC satellite channel were ranked in the third, fourth, and fifth places respectively. The potential health risks of COVID-19 introduced in the various Saudi media were influential on myself ranked in the first place from the social distance. In the second place, the risk of the COVID-19 on the third person from the perspective of the social distance. The statistical analysis implies the presence of a positive significant relationship between the exposure of the public to their perception of the COVID-19 risks on themselves and the third person. The study also infers that there is a positive significant relationship between the exposure of the public and the influence of COVID-19 risks introduced in the various Saudi media on themselves and the third person. Finally, there is a positive significant relationship between perception of COVID-19



risks introduced in the saudi media on themselves and third person according to their attitudes against these risks.

Keywords:

Perception, health risks, COVID-19, Saudi Media, third person theory.

* * *

المقدمة:

يمر العالم بأسره بأزمة صحية غير مسبوقة، تصيب البشرية، ذلك لأن فيروس كورونا ليس وباءً عاديًا يصيب مناطق معينة من العالم، بل هو وباء يهدد حياة الإنسان، يسبب ذعرًا وهلعًا كبيرًا للبشر، ويعيش الناس في حالة من الترقب والخوف والقلق والتوتر لخطورته وسرعة انتشاره، وعدم وجود لقاح فعال لمكافحته في الوقت الراهن، وفرض على الجميع حجرًا صحيًا شاملًا وعزلةً اجتماعيةً طوعيةً أو إجباريةً، وأصبحت مخاطر هذا الفيروس تهدد حياتهم في كل مكان.

وأصبح الإعلام بكل وسائله المختلفة المطبوعة والمسموعة والمرئية والإلكترونية في شتى أنحاء العالم له القدرة على تقليل الفجوات بين الشعوب والمجتمعات المعاصرة، حيث لعب دورًا فاعلًا في توعية الجماهير وتثقيفهم وتشكيل آرائهم وسلوكياتهم في أوقات الأزمات سواءً كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو صحية.

ويعتبر الإعلام الصحي منهجًا متنوع الأوجه ومتعدد التخصصات للوصول إلى الجماهير المختلفة بهدف التوجيه والتأثير ودعم الأفراد ونشر الثقافة الصحية، والتوعية بالأمراض المزمنة وطرق الوقاية منها، ومواجهة المخاطر الصحية والحد منها، واتخاذ التدابير اللازمة لحفظ صحة أفراد المجتمع.

ومنذ الإعلان عن فيروس كورونا ونفسيه في العديد من دول العالم، والإعلام السعودي يقوم بدور مهم وفاعل في إدارة المخاطر الصحية لأزمة انتشار فيروس كورونا، سواءً على مستوى توعية أفرادها والتعريف بالفيروس وأعراضه وكيفية انتقاله والطرق الفعالة للحد من مخاطره والوقاية منه، وتقديم الأرقام



والإحصائيات الخاصة بهذا الفيروس بكل شفافية للمجتمع السعودي والدولي، بالإضافة إلى تصديه للحملات المغرضة التي حاولت إثارة الشائعات بشأن انتشار هذا الفيروس في المملكة، والكشف عن أعداد المصابين بالفيروس دون إنكار أو تهويل، ومتابعة حالتهم الصحية ومدى استجابتهم للعلاج، بالإضافة إلى الرسائل الإعلامية التي تبث الطمأنينة في نفوس المواطنين والمقيمين، وتأكيد الثقة بقدرة المنظومة الصحية في المملكة العربية السعودية، وتقديم كافة الإجراءات الاحترازية والوقائية، كما نجح في توحيد الرسالة الإعلامية الصحية من جانب وسائل الإعلام المختلفة، وحظي بالمصداقية والموضوعية والمتابعة والقدرة على التأثير في أفراد المجتمع.

ويرى العديد من الباحثين أن الأفراد لديهم بناءات معرفية ومعتقدات تشير إلى أن وسائل الإعلام لها تأثير كبير على جمهورها، ولديهم قابلية واستعداد للتأثر بهذه الوسائل، فالأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام هم أقل احتمالاً للتعرض للمضامين السلبية مقارنة بالآخرين (الشخص الثالث)، وأقل قابلية للتعرض للأخطار، ويعتقدون أنهم أكثر احتمالاً للتأثر بالمضامين الإيجابية مقارنة بالآخرين، مما يجعلهم أكثر عرضة لتبني هذه الرسائل الإعلامية.

وفي هذا الإطار تأتي أهمية هذه الدراسة التي تتناول إدراك الجمهور للمخاطر الصحية لفيرس كورونا في الإعلام السعودي، والوقوف على معرفة درجة تأثيرها على سلوكه الشخصي وسلوك الآخرين.

الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة تم تقسيمها إلى محورين هما: -

أولاً: دراسات خاصة بنظرية الشخص الثالث.

ثانياً: دراسات خاصة بالإعلام الصحي.

أولاً: دراسات خاصة بنظرية الشخص الثالث:

انتهت دراسة الدكتور أحمد منصور (٢٠٢٠) إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين الدوافع النفعية والنوع لصالح الإناث، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات العينة للتأثرات المعرفية وفقاً لاختلاف التأثر على الفرد الذات، (والمجتمع) الآخر لكل من جامعتي عين شمس والبريطانية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات العينة لتأثر الصفحات الساخرة وفقاً لاختلاف التأثر على الفرد والمجتمع لكل من الذكور والإناث (منصور، ٢٠٢٠).

كما خلصت دراسة انتصار السيد سالم (٢٠١٩) إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي لمحتوي العنف السياسي بالإنترنت والتحيز الإدراكي لديهم، ووجود علاقة بين مستوي الثقة والمصدقية لدى الشباب بمعرفة قضايا العنف السياسي من خلال الإنترنت، وتأثير محتوى العنف السياسي على السلوك الشخصي للمبحوثين، وسلوك أقرب صديق وسلوك الآخرين عموماً (السيد، ٢٠١٩).

وأشارت دراسة شياو تشانج (Xiao ZHANG 2019) إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين التعرض للصور ذات الصلة بالمظهر وتأثر الآخرين بالصور الجسدية، ووجود علاقة دالة إحصائية بين ظهور صور ذات صلة بالموضوع على وسائل التواصل الاجتماعي والصورة الإيجابية للجسم. بالإضافة إلى ذلك، فإن التأثير المفترض للصور ذات الصلة بالمظهر المنشور ذاتياً هو وسيط كبير



بين نشر صورة المظهر وصورة الجسم الإيجابية، كما أظهرت النتائج أن الأفراد أدركوا تأثير رسائل التواصل الاجتماعي على الآخرين، وضبط سلوكياتهم بناءً على ذلك التأثير المفترض، كما أن هذا الإدراك له تأثير على العادات الصحية ودرجة التوتر، ووجود علاقة دالة إحصائية بين التعرض إلى صورة سلبية للجسم بقنوات التواصل الاجتماعي وإدراك الأفراد للتأثيرات السلبية عليهم (Zhang, 2019)، كما بينت دراسة ران وي وآخرين (Ran Wei et.al 2019) أن المبحوثين رأوا أن المناظرات التلفزيونية الرئاسية بين كلينتون وترامب لها تأثير كبير على الآخرين من تأثيرهم على أنفسهم، كما أثبتت النتائج وجود علاقة دالة إحصائية بين حجم التعرض للمناظرات التلفزيونية والتأثيرات الناتجة على الذات وفقاً لدرجة الاحتياج والتوجيه، أي كلما زادت الآثار المترتبة عن المناظرات على الذات زادت المشاركة في الانتخابات، ووجود علاقة أيضاً بين تأثير الشخص الثالث وآثار الرسائل السياسية على الذات بالنسبة للآخرين والسلوك المترتب على ذلك، ووجود علاقة دالة إحصائية بين التعرض للمناظرات التلفزيونية الرئاسية والتأثير المدرك للرسالة السياسية على الذات (Wei et al., 2019).

في حين أشارت دراسة شيويه تشينغ لي (Xueqing Li 2018) إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تأثير الشخص الثالث ودرجة التعرض لأخبار بحر الصين الجنوبي، وأن غالبية المبحوثين الذين تعرضوا للمناقشات عبر الإنترنت كانوا أكثر معرفة بالمعلومات السياسية، خاصة فيما يتعلق بالقومية وتقييم الحكومة، في حين أن الذين تعرضوا للأخبار بوسائل الإعلام التقليدية كانت الآثار متساوية على الذات وعلى الآخرين، كما أن الذين تعرضوا للأخبار من الإنترنت أدركوا تأثيراً إعلامياً أقوى على الآخرين منه على أنفسهم، كما توصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين آثار التعرض لوسائل الإعلام

والقومية وتقييم الحكومة (Li & Guo, 2018).

ومن جانب آخر أكدت دراسة جايليا لي (Jayla Lee 2018) وجود علاقة ارتباطية بين تصورات الآباء لبرنامج نت فيليكس Netflix ومفهوم تأثير الشخص الثالث، كما أكدت النتائج أن الآباء أدركوا أن المراهقين لديهم نفس الانطباع مثل المراهقين الآخرين، وبالتالي وجود خطر أقل للمراهقين عندما يشاهدون هذه القناة أكثر من القنوات الأخرى، وبالتالي أصبح هناك فرصة للآباء ليصبحوا أكثر مشاركة في استخدام وسائل الإعلام للمراهقين وفقاً للشخص الثالث، في حين أكدت الدراسة أن مفهوم تأثير الشخص الثالث لا ينطبق على الوالدين. بالإضافة إلى ذلك، فإنه يقدم افتراضات حول عدم صحة تأثير الشخص الثالث بسبب الجهود المختلفة لوسائل الإعلام (Lee, 2018)، في حين أوضحت دراسة شو تشين حسيه (Shou Chen Hsieh 2018) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير مشاهدة البرامج الحوارية السياسية على الجمهور التايواني أنفسهم (تأثير الشخص الأول) والآخرين (تأثير الشخص الثالث).

كما أثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة البرامج الحوارية السياسية وتأثير هذا التعرض على الذات والآخرين، كما دعمت النتائج فرضية التأثير الظاهر للبرامج الحوارية السياسية على الذات على تأثير الآخرين، وعدم وجود علاقة بين التأثيرات الناتجة عن التعرض لهذه البرامج على الذات والآخرين في حالة وجود رقابة على هذه البرامج (Hsieh, 2018)، وانتهت دراسة لينو بيانكو (Lino Bianco 2018) إلى وجود شعبية كبيرة لوسائل التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية، خاصة الفيس بوك، كما أكدت النتائج أن جميع الإناث لم يكن صديقات على الفيس بوك، ومعظمهن تجاوزن ٦٠ عاماً، في حين كان تواجد الذكور بنسبة كبيرة على الفيس بوك، وبلغ متوسط أعمارهم



أقل من ١٥ سنة من متوسط عمر الإناث.

كما أشارت النتائج إلى أن البعض ينظر إلى المنزل على أنه خطير، ويخشون أنه قد لا يكون قادرًا على تحمل الأحمال الحية المرتبطة بالسكن مثل الأثاث. ومعظم المستجيبين الذين لم يجدوا مشكلة للعيش في مثل هذا المنزل يشاركون في الغالب في مهنة الهندسة المعمارية (Bianco, 2018)، وتوصلت دراسة جاستن نيكس وجوستين بيكيت (Justin Nix & Justin T. Pickett 2017) إلى أن التغطية الإعلامية للشرطة لها تأثير كبير على المدنيين، حيث أنها تؤثر على معدلات الجريمة. في المقابل، تزيد التصورات العدائية لوسائل الإعلام من حيث احتمال الاعتقاد بأن مواقف وسلوكيات المدنيين تجاه الشرطة قد ساءت في السنوات الأخيرة، والخوف من تقديم ادعاءات كاذبة ضدهم، كما أشارت النتائج إلى تزايد تصورات وسائل الإعلام المعادية بشكل غير مباشر من احتمالية أن اعتقاد رجال الشرطة بأن الجريمة تتصاعد في مدينتهم، عن طريق زيادة تصوراتهم لأزمة شرعية الشرطة، والخوف من الادعاءات الكاذبة (Nix & Pickett, 2017).

وانتهت دراسة تشن هونغ ليانغ (Hongliang Chen 2017) إلى أن إدراك مخاطر التهديدات للخصوصية عبر الإنترنت على الآخرين أكثر من أنفسهم، وأن مستخدمي الإنترنت لديهم دوافع عالية لتقليل القلق الاجتماعي وتعزيز احترام الذات، ولا تزال رغبة الأفراد في التفوق في الأداء على الآخرين قائمة في البيئة الإعلامية الجديدة، وأن لديهم سيطرة مطلقة على بياناتهم الشخصية عبر الإنترنت، وكشفت نتائج الدراسة أيضًا أن إدراك الشخص الثالث لمخاطر الخصوصية على الإنترنت هي واحدة من العوائق الرئيسية التي تحول دون اعتماد تدابير حماية الخصوصية عبر الإنترنت، كما يعتقد الأشخاص الذين يمتلكون تصورات عالية حول تأثير الشخص الثالث أنهم قاموا بالفعل ببناء آليات دفاع

قوية للبيانات الشخصية عبر الإنترنت، أو أنهم ليسوا معرضين لمخاطر انتهاك الخصوصية (Chen, 2017).

وتوصلت دراسة سهير صالح إبراهيم (٢٠١٧) إلى وجود فروق دالة بين مستوى إدراك الشباب لتأثير المواقع الإباحية على أنفسهم مقارنة بالشباب الآخرين، سواءً الزملاء والأصدقاء أو الشباب المصري، ووجود علاقة ارتباطية إحصائية بين معدلات تعرض الشباب للمواقع الإباحية وإدراكهم على أنفسهم وعلى الآخرين، كما أثبتت النتائج عدم وجود فروق دالة بين المبحوثين في استخداماتهم للإنترنت والمواقع الإباحية حسب متغيرات النوع والعمر (إبراهيم، ٢٠١٧)، في حين أشارت دراسة صالح العراقي (٢٠١٧) إلى أن الغالبية العظمى من الشباب ٩٢٪ يرون أن تناول المواقع الإلكترونية لقضايا المخدرات قد أسهمت في تعريفهم بخطورتها على أنفسهم وعلى أفراد مجتمعهم، كما توصلت الدراسة إلى أن ٦٩٪ من الشباب الجامعي يدركون أن هناك تأثيراً سلبياً على الأهل والأصدقاء والآخرين نتيجة تصفحهم للمواقع الإلكترونية التي تعالج قضايا المخدرات والمخدرات الرقمية، كما أن حوالي ٢، ٧٥٪ من الشباب الجامعي لديهم سلوك مخاطرة متوسط نحو تجريب المخدرات الرقمية، ١٦٪ لديهم سلوك مخاطرة قوي، وذلك في مقابل ٨، ٨٪ من الشباب لديهم سلوك مخاطرة محدود نحو التجريب (العراقي، ٢٠١٧)، كما أظهرت نتائج دراسة هبة مفلح (٢٠١٧) أن نسبة ٣، ٧٥٪ من المبحوثين ترى وجود مخاطر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما جاءت نسبة ٧، ٤٥٪ من إجابة المبحوثين بأن الآخرين أكثر تأثيراً للمخاطر نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأن ٣، ٢٠٪ يرون أنهم يتأثرون بدرجة أكبر، ووجود علاقة إيجابية دالة إحصائية بين إدراك المرأة الأردنية المتزوجة بتأثر الآخرين بالمخاطر السلبية بمواقع



التواصل الاجتماعية ودرجة التعرض للقضايا الاجتماعية (مفلح، ٢٠١٧)، وتناولت دراسة عالية تميم قطيش (٢٠١٧) إدراك المراهقين الأردنيين وأولياء أمورهم لمخاطر استخدام اليوتيوب، حيث رجح المراهقون عدم وجود إدراك المراهقين الأردنيين وأولياء أمورهم لمخاطر استخدام اليوتيوب، في حين أجاب الآخرون بوجود مخاطر عند استخدام اليوتيوب بنسبة ٧٩٪، كما أيدت النسبة الأكبر من المراهقين وضع رقابة على موقع اليوتيوب بنسبة ٦٩٪، كما أيد أولياء الأمور وضع رقابة أسرية بنسبة ٩٠٪ (قطيش، ٢٠١٧)، وانتهت دراسة عادة مصطفى البطريق (٢٠١٦) إلى أن نسبة ٧٩٪ من الشباب العربي يتعرض للمواقع الإلكترونية المتطرفة، وأن الشباب العربي أفكاره مشوهة تجاه هذه التنظيمات الإرهابية، وأنه لم يبلور فكراً ورؤية واضحة واتجاهاً محدداً نحو هذه التنظيمات الفكرية المتطرفة، كما أثبتت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك أفراد العينة لتأثر سلوكهم الشخصي وإدراكهم لتأثر سلوك أقرب صديق لديهم، وهذه النتيجة تؤكد ما جاءت به نظرية تأثير الشخص الثالث، ووجود علاقة بين كثافة تعرض الشباب العربي لهذه المواقع المتطرفة بين إدراكهم لتأثر السلوك الشخصي، وأقرب صديق، وسلوك الآخرين بصفة عامة (البطريق، ٢٠١٦).

وكشفت دراسة عبد الصادق حسن عبد الصادق (٢٠١٦) عن عدم وجود علاقة ارتباطية بين التحيز التفاؤلي للمراهقين والاتجاهات نحو المواد الإباحية عبر الهاتف في المدارس المصرية والبحرينية، ووجود علاقة بين مستوى الإدراك المراهقين لمخاطر المواد الإباحية من خلال الهاتف على الذات بالمقارنة بين مستوى إدراكهم لمخاطر المواد الإباحية على الآخرين، ووجود علاقة ارتباطية متوسطة بين درجة القبول الاجتماعي لبعض السلوكيات المتعلقة باستخدام

المواد الإباحية من خلال الهاتف ومدى تأييد المراهقين لفرض رقابة في المدارس المصرية والبحرينية على حد سواء (عبدالصادق، ٢٠١٦)، وأثبتت دراسة انتصار محمد السيد سالم (٢٠١٥) وجود علاقة ارتباطية بين تعرض الشباب الجامعي لمحتوى العنف السياسي بالإنترنت والتحيز الإدراكي لديهم، ووجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين مستوى الثقة والمصادقية لدى الشباب بمعرفة ومتابعة قضايا العنف السياسي والتحيز الإدراكي لديهم، كما اتضح أن اتجاهات الشباب نحو تأثيرات محتوى العنف السياسي له تأثير على السلوك الشخصي للمبحوث، وسلوك أقرب صديق، وسلوك الآخرين عمومًا (سالم، ٢٠١٥).

وتوصلت دراسة سيونغ تشول هونغ (Seong Choul Hong 2015) إلى وجود علاقة ارتباطية بين الفجوات الإدراكية بين تأثير وسائل الإعلام على الذات والآخرين)، مع الرغبة في دعم تنظيم ألعاب الفيديو العنيفة في الولايات المتحدة وكوريا الجنوبية، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستويات المختلفة لإدراك الشخص الثالث وتنظيم ألعاب الفيديو العنيفة باختلاف النوع والقيم الثقافية للمبحوثين، حيث يُظهر الكوريون مستوى أكبر من الدعم للرقابة على ألعاب الفيديو العنيفة من الأمريكيين، على سلوكياتهم تجاه هذه الألعاب وفقًا لقيمهم الثقافية، كما أثبتت النتائج وجود علاقة بين التأثيرات الإعلامية على الآخرين في دعم التدابير السلوكية الاستباقية، مثل الرقابة والتحيز السلبي ضد ألعاب الفيديو العنيفة وفقًا للجنسية والنوع والعمر والتدين (Hong, 2015).

كما أوضحت دراسة تشانج وآخريين (Chang et al 2014) أن الناخبين المعروفين الذين يميلون إلى الحاجة إلى معلومات سياسية للتوصل إلى قرار أكثر انفتاحًا على الإقناع من خلال التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام السياسية أكثر من الناخبين المجهولين، كما أشارت النتائج إلى أن هؤلاء الناخبين الذين



لم يقرروا بعدُ خوض الانتخابات يكون لهم تأثير أكبر للمشاركة في الانتخابات على أنفسهم أكثر من الآخرين، كما أظهرت النتائج أن معظم الناخبين من الشباب كانت لديهم حاجة قوية للتوجيه من خلال الحملة الرسمية للانتخابات الرئاسية التايوانية والمشاركة في الانتخابات وفقاً لعملية تأثير الشخص الثالث للرسائل السياسية (Chang et al., 2014)، وكشفت دراسة علياء عبد الحي وانيلا كمال (Aliya Abdul Hayee, & Anila Kamal 2014) عن وجود علاقة ارتباطية بين التعرض لوسائل الإعلام في سياق وسائط الترفيه الإلكترونية المحلية والأجنبية وإدراك الشخص الثالث الباكستاني والهندي والغربي تتعلق بالذات والأقارب والأصدقاء وغيرهم في المجتمع.

كما أظهرت النتائج وجود اختلافات طفيفة بين الذكور والإناث للتعرض لوسائل الإعلام الباكستانية، وتأثير الشخص الثالث الغربي لصالح الإناث، ووجود فروق معنوية متوسطة بين المراهقين والشباب وتعرضهم لوسائل الترفيه الإلكترونية الباكستانية والهندية والعربية وإدراك تأثير الشخص الثالث، فالمرهقون أكثر تعرضاً لوسائل الإعلام الهندية؛ تأثير الشخص الثالث المرتبط بوسائل الإعلام الباكستانية والهندية والغربية مرتفع بين الشباب، مما يعني أن الشباب يدركون تأثيراً أكبر لهذه الوسائط على الآخرين أكثر من أنفسهم (Hayee & Kamal, 2014).

وأوضحت دراسة أندريا بيرجستروم (Andrea Bergstrom 2011) وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات السلبية للمحتوى الإعلامي، خاصة العنف التلفزيوني والمحتوى الجنسي الصريح لوسائل الإعلام على أطفالهم والمسافة الاجتماعية فيما يتعلق بكل من العنف التلفزيوني والمحتوى الجنسي الصريح، حيث رأى المشاركون من الآباء أن أطفالهم أقل تأثراً مقارنة

بالأطفال الآخرين على مسافات اجتماعية متزايدة، وأشارت النتائج أيضًا إلى أن الآباء يتبنون إدراك الشخص الأول، ويرون أن أطفالهم أكثر تأثرًا بالبرامج التليفزيونية التعليمية من الأطفال الآخرين بشكل عام، وعدم وجود فروق بين إدراك الشخص الثالث وسلوكيات الأطفال تجاه وسائل الإعلام (Bergstrom, 2011)، وخلصت دراسة نشوى الشلقاني (٢٠١٠) إلى أن المواقع الإباحية تؤثر على كل من القيم والسلوكيات بشكل متقارب، كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين التعرض للمواقع الإباحية على الإنترنت وإدراك المبحوثين لتأثيرها الضار على قيمهم وسلوكهم، ووجود فروق دالة إحصائية في مستوى إدراك الشباب المصري لتأثير المواقع الإباحية على الإنترنت على أخلاقياتهم (قيم وسلوك) مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها على أخلاقيات (قيم وسلوكيات) الآخرين، كما أشارت النتائج إلى أن تأثير الشخص الثالث يزداد كلما اتسعت المسافة الاجتماعية بين الذات والآخرين (الشلقاني، ٢٠١٠).

وأثبتت دراسة مصطفى صابر عطية (٢٠١٠) أن أفراد العينة يعتقدون بتأثر سلوكهم الشخصي وسلوك أقرب صديق بدرجة ضعيفة بمشاهدة السلوكيات المنحرفة المقدمة في الدراما الأجنبية بالقنوات الفضائية العربية، بينما اعتقدوا بدرجة كبيرة تأثر سلوك الآخرين بصفة عامة بمشاهدة هذه السلوكيات المنحرفة، كما وافق أفراد العينة بدرجة كبيرة على ضرورة أن يتحصن الفرد بالقيم الدينية والوازع الديني الذي يمنعه من مشاهدة هذه الدراما، وضرورة فرض رقابة صارمة من قِبل الحكومات العربية والوالدين (عطية، ٢٠١٠).

وتوصلت دراسة محمد سعد إبراهيم (٢٠٠٩) إلى ارتفاع نسبة الذين أوضحوا أن الآخرين يتأثرون بشكل سلبي جدًا بالمواقع غير المقبولة اجتماعيًا إلى (٤, ٦٨%) مقابل (٢, ١٨%) للذين يتأثرون بشكل سلبي محدود، كما أظهرت

النتائج أن الفجوة الإدراكية تتسع كلما زادت المسافة الاجتماعية والنفسية، حيث جاءت تقديرات المبحوثين لمستوى التأثيرية بالمواقع غير المقبولة اجتماعياً، وتبين وجود فروق ذات دلالة بين مستوى إدراك المستخدمين لتأثرهم بالمحتوى غير المرغوب للإنترنت ومستوى إدراكهم لتأثيرية الآخرين (إبراهيم، ٢٠٠٩)، وانتهت دراسة شيماء ذو الفقار زغيب (٢٠٠٩) إلى أن الآباء صنفوا أطفالهم على أنهم أكثر تأثراً بالمحتوى الديني مقارنة بأطفال الآخرين (تأثير الشخص الأول)، بينما صنفوا أطفالهم على أنهم أقل تأثراً بالمحتوى الجنسي من غيره من الأطفال (تأثير الشخص الثالث)، ووجود علاقة إيجابية بين عمر الوالدين ورؤية المحتوى الديني والجنسي، ولم تثبت في المحتوى الجنسي، كما أوضحت النتائج أن الآباء يدركون أن أطفالهم أقل تأثراً بالمحتوى الجنسي من الأطفال الآخرين، كما أشارت النتائج إلى أن نمط التدخل الذي يستخدمه الآباء يتوقف على المحتوى الإعلامي، مرغوب أو غير مرغوب، وتعليم الآباء والعمر والمستوى الاجتماعي والثقافي (Zoghaib, 2009)، وكشفت دراسة جون كيو كيم (Jun Kyo Kim 2008) عن وجود اختلاف كبير بين الآثار الناتجة لوضع منتجات الكحول في أفلام الشباب على الذات والآخرين، ووجود علاقة ارتباطية بين تصور الشخص الثالث للآثار الناتجة لوضع منتجات الكحول في أفلام الشباب والمواقف المؤيدة للرقابة، ووجود علاقة ارتباطية بين المخاطر السلوكية لتأثير الشخص الثالث للآثار الناتجة عن وضع منتجات الكحول في أفلام الشباب واهتمام واضعي السياسات وممارسي الإعلانات (Kim, 2008).

كما توصلت دراسة عزة مصطفى الكحكي (٢٠٠٧) إلى ارتفاع نسبة الاتجاهات السلبية نحو فئتي شهر زاد وكنوز بنسبة ٧٤,٥%، ووجود فروق دالة إحصائية بين إدراك العينة لتأثير الشخص الأول والشخص الثالث، ووجود

علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة تعرض المبحوثين لقناتي الدراسة وإدراكهم لتأثير الشخص الثالث (تأثر الذات مقارنة بتأثير الآخرين)، ووجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الدوافع الطقوسية للتعرض لإدراك تأثير الشخص الثالث، في حين حدث العكس بالنسبة للدوافع النفعية فقد جاءت العلاقة عكسية مع إدراك الشخص الثالث (الكحكي، ٢٠٠٧).

ثانياً: دراسات خاصة بالإعلام الصحي:

أسفرت دراسة ميرى مون وشيم جاي تشول (Miri Moon & Shim Jae-chul) 2019 عن وجود علاقة دالة إحصائياً بين التعرض لوسائل الإعلام والمعرفة بالمخاطر الصحية لمرض جنون البقر، كما أظهرت النتائج وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوعية التعرض لوسائل الإعلام والخصائص الديموجرافية للمبحوثين؛ فالأفراد الذين تعرضوا لمزيد من أخبار الإنترنت لديهم تصورات أعلى للمخاطر الصحية التي يسببها مرض جنون البقر على أنفسهم، في حين كان المستجيبون الذين كانوا أكثر تعرضاً لمواقع التواصل الاجتماعي قلقين بشأن معرفة كيفية تأثير المرض على الآخرين (Moon & Jae-chul, 2019)، وتوصلت دراسة سوسن عفيفي أبوزيد (٢٠١٩) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى الوعي الصحي لدى الآباء المبحوثين من المصريين والآباء المبحوثين الجزائريين، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات المبحوثين الديموجرافية، درجة المشاركة والتفاعل مع أطفالهم أثناء تعرضهم لبرامج فضائيات الطفل الصحية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ترتيب اعتماد المبحوثين من الآباء المصريين وعينة الآباء الجزائريين للحصول على الوعي الصحي (أبوزيد، ٢٠١٩)، وكشفت دراسة بلبليدية فتيحة نور الهدى (٢٠١٨)



عن أهمية دور الإذاعة المحلية في نشر التثقيف والوعي الصحي، ووجود علاقة قوية بين الإذاعة وجمهورها، والذي أكد الدور الذي تلعبه الإذاعة في مجال ترشيد سلوك المواطنين وترسخ السلوكيات الصحية السليمة لجمهورها، كما أكدت الدراسة أن الإذاعة وسيلة سهلة جداً، ويمكن من خلالها استخدام الأغاني القصصية والتمثيلية في إيصال الرسالة الصحية (الهدى، ٢٠١٨)، وانتهت دراسة محمد عوض يوسف (٢٠١٧) إلى ضرورة توصيل الرسالة الصحية، وتغيير المفاهيم الخاطئة لدى المواطنين، مع تغيير السلوكيات التي تؤدي إلى المشاكل الصحية، كما أوضحت النتائج اهتمام غالبية أصحاب المهن بالرغم من المستوى التعليمي المتفاوت بمتابعة البرامج الصحية، ووجود التفاوت في المعلومات الصحية التي تقدمها البرامج الصحية من حيث التفضيل والاهتمام (يوسف، ٢٠١٧)، وأشارت دراسة كريستيان بيوركدهال وبنديكت كارلسن (Kristian Bjørkdahl & Benedicte Carlsen 2017) إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين نوعية التغطية الإخبارية المطبوعة النرويجية لوباء أنفلونزا الخنازير وتأثيرها على الجمهور، ووجود علاقة ارتباطية بين إدراك الجمهور للمخاطر الصحية لوباء الأنفلونزا بوسائل الإعلام المطبوعة النرويجية على الآخرين أكثر من أنفسهم، فالجمهور يميل دائماً إلى المبالغة في إدراك تأثير وسائل الإعلام على مواقف وسلوك الآخرين، كما أكدت النتائج أن إدراك القائم بالاتصال في وقت الأزمات يفقد إلى حد كبير السيطرة على الرسالة نظراً لوجود تشويش من مستخدمي وسائل الإعلام المعادية، لاعتقاد الجمهور أن هذه الوسائل المعادية تكون أكثر كفاءة - إلى حد ما - في تلك الأزمات (Bjørkdahl & Carlsen, 2017)، وتوصلت دراسة هيونمين لي وصن بارك (Hyunmin Lee & Sun Park 2016) إلى ظهور تأثير تفاعل ثنائي الاتجاه بين المصدر ومستوى الخطورة، ووجود

علاقة ارتباطية بين إدراك الجمهور لتأثير وسائل الإعلام للمخاطر الصحية لفيروس أنفلونزا الخنازير على أنفسهم أكثر من الآخرين، ووجود علاقة ارتباطية قوية بين إدراك الجمهور بأن الآخرين يعتمدون أكثر على المعلومات الخاصة بأنفلونزا الخنازير من خبير طبي بدلاً من شخص من الحكومة، وأن الجمهور العادي في الولايات المتحدة يحصل على معلومات حول وباء أنفلونزا الخنازير من الأطباء لأنه سيكون أكثر إقناعاً من المصادر الأخرى، ووجود علاقة بين إدراك الجمهور لمصدر الرسالة أثناء جائحة الأنفلونزا وفهمه لهذه الأزمة (Lee & Park, 2016)، وأظهرت دراسة نادية محمد عبد الحافظ (2016) تفوق القنوات التلفزيونية والفضائية في وسائل الإعلام التقليدية من حيث الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات الصحية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في معالجة القضايا والموضوعات الصحية، ووجود تكامل بين وسائل افعلام المختلفة في مجال التوعية والتثقيف الصحي، وتوافر كوادر إعلامية متخصصة في المجال الطبي من أهم المقترحات لتطوير الخدمة الطبية المقدمة في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة (عبدالحافظ، 2016)، وأكدت دراسة ايمي شوبارد (Amy Shupard 2015) على وجود علاقة ارتباط قوية بين تأثير الشخص الثالث ومشاهدة القصص إخبارية التي تتعارض مع معتقدات الأفراد بشأن قضية الإجهاض، كما أوضحت النتائج تأثر الأفراد بتأثيرات الشخص وفقاً للنوع والمواقف السابقة تجاه الاحتجاج بهذه القضية، بينما يتأثرون بتأثيرات الشخص الثالث للمشاركين المحترفين في الاختيار بشكل أكبر، من خلال معالجة القصة الإخبارية التي شاهدها، ووجود علاقة ارتباطية بين تأثير الشخص الثالث والمسافة الاجتماعية من خلال المعالجة الإخبارية لهذه القضية، كما أشارت النتائج إلياختلاف تأثيرات الشخص الثالث عندما



يكون الأفراد قادرين على الحكم بأنفسهم، ما إذا كانت المادة الإعلامية المحفزة اجتماعية أو معادية للمجتمع في طبيعتها (Shupard, 2015)، وأسفرت دراسة مؤيد خلف الدليمي (٢٠١٥) عن عدم قيام وسائل الإعلام المختلفة بواجبها الحقيقي في الحد من انتشار المخدرات وتعاطيها في العراق، أو ربما كانت لبعض وسائل الاتصال الدور الخطير في الترويج لتلك السموم وانتشارها بين المدمنين والمتعاطين، وعدم قدرة الدولة على ضبط حدودها مع دول الجوار، قاد إلى إدخال كميات كبيرة من المخدرات، خاصة من إيران وسوريا، مما جعل العراق ممراً آمناً لعبور المخدرات إلى الدول الأخرى، بالإضافة إلى ضعف الرقابة والرعاية الأسرية، وتفشي المشاكل الأسرية، وعدم متابعة الأسرة لسلوك أطفالها وصدقاتهم، قاد عدداً كبيراً منهم إلى تعاطي المخدرات (الدليمي، ٢٠١٥)، وأثبتت دراسة هاي جون ريم (Hye joon Rim 2014) وجود علاقة ذات دلالة إيجابية بين تقديم المعلومات واهتمام وسائل الإعلام بمرض أنفلونزا الخنازير، بالإضافة إلى الآثار الصحية المترتبة عن الإصابة به، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك المخاطر الصحية لأنفلونزا الخنازير ووجود فجوة بين التغطية الإخبارية ووجهة نظر الجمهور، كما أوضحت النتائج وجود علاقة بين المعلومات التي تقدمها الحملات الصحية المقدمة من وسائل الإعلام في وبين سلوكيات الجمهور تجاه المخاطر الصحية لهذا الفيروس (Rim et al., 2014)، وانتهت دراسة يان جين وآخرين (Yan Jin et,al 2014) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من المصادر المهمة للمعلومات الصحية عبر الإنترنت دون غيرها من وسائل الإعلام التقليدية.

كما أكدت النتائج حرص الباحثين على استخدام قنوات التواصل الاجتماعي بشكل متزايد أثناء الأزمات الصحية، ووجود علاقة ذات دلالة

إحصائية بين أهم العوامل الرئيسة التي تؤثر على كيفية استهلاك الجمهور لمعلومات الأزمات الصحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالمصادر الأخرى (Jin et al., 2014).

وأظهرت دراسة عثمان العربي (٢٠١٤) وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانة والتغذية والرياضة، وأن أهم الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الشباب السعودي كمصدر للثقافة والمعلومات الصحية هي التلفزيون، ثم الصحف اليومية، ثم الإنترنت، كما أثبتت النتائج أن الإناث يتابعن البرامج الصحية التلفزيونية والإذاعية أكثر من الذكور، والمستويات التعليمية العليا تتابع البرامج والصفحات الصحية أكثر من الدنيا، وعدم وجود علاقة ارتباطية بين استخدام وسائل الإعلام المختلفة والوعي الصحي ماعدا الإذاعة والمجلات (العربي، ٢٠١٤)، وأوضحت دراسة زينب مشي أبو طالب (٢٠١٣) وجود علاقة ارتباط قوية بين الثقة ومتابعة الجمهور السعودي لبعض مواقع الشبكات كمصدر للمعلومات الصحية، وأثبتت النتائج أيضاً عدم وجود علاقة عكسية بين اعتماد الجمهور لقنوات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية وبين اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية، وتصدرت التأثيرات المعرفية ثم السلوكية الناتجة عن اعتماد الجمهور السعودي على القنوات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الصحية، وأخيراً فإن الأطباء والصيدلة ما زالوا أهم مصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي: الإنترنت، الأقارب والأصدقاء، ثم القنوات التلفزيونية (أبو طالب، ٢٠١٣).

في حين أشارت دراسة عبد الملك الشلهوب (٢٠١٣) إلى أن الجمهور السعودي يسعى إلى المعلومات التي تساعده على مواجهة مشكلة مرض



السكري، وأن الجمهور يقوم بنشاط اتصالي لمساعدته على إرضاء احتياجاته الصحية، كما أكدت نتائج الدراسة ارتفاع مؤشر مستوى الوعي الصحي بمرض السكري لدى أفراد العينة، وعلى دور وسائل الإعلام في التوعية والثقيف بمرض السكري، واعتماد المبحوثين على الأقارب والمتخصصين في المجال الطبي كمصادر غير إعلامية في الحصول على المعلومات حول مرض السكري، وعلى المواقع الصحية العربية الإلكترونية والبرامج التليفزيونية الصحية المتخصصة في الحصول على المعلومات الخاصة بمرض السكري (الشلهوب، ٢٠١٣)، وتوصلت دراسة ندية عبد النبي القاضي (٢٠٠٨) إلى ارتفاع نسبة التعرض للإعلانات الصحية للمنتجات الدوائية بنسبة ٨، ٦٨٪، كما أكدت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين إدراك الجمهور لتأثير الشخص الأول والشخص الثالث، كما أشارت إلى أن تأثير الشخص الثالث يزداد كلما زادت المسافة الاجتماعية بين الذات والآخرين، ووجود فروق دالة إحصائية في مستوى إدراك العينة لتأثير الشخص الثالث وفقاً لدرجة الاتجاه نحو الإعلانات الصحية في وسائل الإعلام لصالح ذوي الاتجاهات السلبية (القاضي، ٢٠٠٨)، كما توصلت دراسة همت حسن عبد المجيد (٢٠٠٧) إلى دعم نظرية الشخص الثالث بافتراض أن الآخرين يتأثرون بدرجة أكبر وبسهولة عن الذات، وأن الرسائل الإعلامية لها تأثير أكبر على الآخرين مما هو عليهم إذا كانت هذه الرسائل غير مرغوبة، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية بين التحيز التفاؤلي لعينة الدراسة بالمقارنة مع أحسن صديق، ومع الطلبة الآخرين والتحكم في سلوك المخاطرة الصحية، ووجود علاقة ارتباطية بين التحيز التفاؤلي لعينة الدراسة مع أحسن صديق، والمعرفة بمضمون المخاطر الصحية بالمقارنة مع الطلبة الآخرين (عبدالمجيد، ٢٠٠٧).

التعليق على الدراسات السابقة :

- أكدت معظم الدراسات التي اهتمت بتطبيق نظرية الشخص الثالث بالفرضيات الإدراكية، وقد اختلفت في التأييد أو الرفض بالفرضيات السلوكية، في حين تجاهلت سمات الشخص الثالث وهويته.
- لم تهتم معظم الدراسات التي طبقت نظرية الشخص الثالث بطبيعة الشخص الأول وتأثير الشخص الثالث، وعدم التأثير على الآخرين، كما لم تتطرق لعنصر الوقت المطلوب لقياس تأثير الشخص الثالث.
- اقتصرت غالبية دراسات تأثير الشخص الثالث على المعوقات الشخصية للشخص الأول والثالث، وعلى المتغيرات الديموجرافية.
- اتفقت معظم نتائج الدراسات السابقة في تأييد الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث، بينما اختلفت بعض نتائج الدراسات السابقة في درجة تأييد الفرض السلوكي.
- اهتمت معظم الدراسات التي تناولت الإعلام الصحي بتناول الموضوعات الصحية في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمقارنة بينهما، باستثناء دراستي ندية عبد النبي القاضي، وهمت عبد المجيد.
- اهتمت معظم دراسات الإعلام الصحي العربية بدور وسائل الإعلام المختلفة في التثقيف الصحي، ولم تهتم بالمخاطر الصحية التي يتعرض لها الجمهور من خلال الأوبئة، مثل أنفلونزا الخنازير وكورونا، في حين اهتمت معظم الدراسات الأجنبية بهذه المخاطر الصحية.



الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية، واختيار المنهج المناسب واختيار عينة الدراسة، وصياغة تساؤلات وفروض الدراسة، وإعداد أدوات جمع البيانات، وتطبيق فروض نظرية الشخص الثالث، ومقارنة النتائج السابقة بنتائج الدراسة الحالية.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في بنائها وتطوير فروضها على نظرية الشخص الثالث (The person effect)، وترجع بدايات هذه النظرية إلى أن الفرد يعتقد أن الآخرين أكثر تأثراً منه بوسائل الإعلام، وهو ما يؤدي إلى رد فعل سلوكي لحماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام (الطرايشي، ٢٠٠٤، p. 44)، وتقوم النظرية على أن الأفراد يعتقدون عمومًا أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لا يكون على الشخص نفسه، بل على الآخرين "الشخص الثالث"، حيث يميل مستهلكو وسائل الإعلام إلى المبالغة في تقدير تأثير وسائل الإعلام على مواقف وسلوكيات الآخرين (Price et al., 1997, p. 525)، ويرى مؤسس هذه النظرية العالم الألماني فيليب دافيسون Phillip Davison أن الفرد الذي يتعرض لاتصال مقنع في وسائل الإعلام له تأثير أكبر على الآخرين منه على نفسه، أي أن الإدراك الخاص بتأثير وسائل الإعلام يكون أكبر من إدراك تأثير هذه الوسائل على الذات (Davison, 1983, p. 8).

ويتمثل الفرض الرئيس لهذه النظرية في أن الأشخاص يميلون إلى المبالغة في تقدير تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوكيات الآخرين، ويعتقدون

أن التأثير الأكبر يكون على الأشخاص الآخرين The Third Person وليس على الشخص الأول First Person أو على الشخص الثاني Second Person (إبراهيم ٢٠٠٩)، وينبثق منه فرضان هما:

أولاً: الفرض الإدراكي: يقصد به التقليل من تأثير وسائل الإعلام على الذات والمبالغة في تقدير الآخرين عندما يكون محتوى هذه الرسائل سلبية، ويحدث العكس عندما تكون الرسائل إيجابية (Lee, 2018, p. 10)، ويحدث هذا التباين نتيجة للمبالغة في تقدير خطورة هذه الرسائل على الآخرين، والتقليل من أهمية وتأثير الرسالة على الذات. ويمكن تفسير تأثير الشخص الثالث بالرسائل الإعلامية السلبية لأن الأفراد دائماً يظهرون تحيزهم لذاتهم بعدم تأثرهم بالمواد الإعلامية غير المرغوبة لوسائل الإعلام، فالشخص الأول يرى نفسه مدرّكاً وواعياً للرسائل غير المرغوبة (Price et al., 1997, p. 21).

ثانياً: الفرض السلوكي: يعتقد المبحوثون أن الأفراد الآخرين أكثر تأثراً بوسائل الإعلام الإعلامية بدرجة أكبر من أنفسهم، وهذا يؤثر على سلوك هؤلاء المبحوثين الذين يتوقعون حدوث رد فعل من قبل الآخرين، والتفكير في الآخرين على أنهم أكثر عرضة للخطر (Davison, 1983, p. 3)، ويعتمد هذا الفرض على الأسس النفسية والمعرفية التي تؤيد فرض الرقابة على وسائل الإعلام لما تمثله من تهديد على الآخرين من وجهة نظر الشخص الأول، والتفسير الأبوي الذي يقوم على مفهوم السلطة الأبوية التي تبرر العلاقة بين الرسائل غير الأخلاقية وتأييد فرض الرقابة من أجل حماية الآخرين (Hoffner et al., 1999, p. 25).

وقد اختبر بروسوس وإنجل الجوانب النفسية لتأثير الشخص الآخر، وميل الأفراد وإدراكهم أن وسائل الإعلام أكثر فاعلية على الأشخاص الآخرين من تأثيرها على أنفسهم، وقاما بتحديد ثلاثة جوانب نفسية مختلفة قد تسبب الظاهرة:



التفاوت غير الواقعي، والتأثير غير الشخصي، والمواقف السلبية العامة تجاه التأثير الإعلامي (Brosius & Engel, 1996, p. 19)، على سبيل المثال، تربط الأبحاث الحديثة الاختلافات بين "التأثير المقدر للاتصالات على الذات والآخرين مع الرغبة في فرض الرقابة على المواد الإباحية، والعنف على التلفزيون، فإن الرغبة الاجتماعية لوسائل الإعلام تؤثر على قوة واتجاه الفجوة؛ ويُنظر إلى محتوى الوسائط غير المرغوب فيها اجتماعياً مثل المواد الإباحية، والعنف التلفزيوني على أنها تؤثر على الآخرين أكثر من تأثيرها على الذات، والرسائل المرغوبة اجتماعياً، مثل الرسائل المؤيدة للمجتمع، وإعلانات الخدمة العامة على أنها تؤثر على الذات أكثر من الآخرين (Lee, 2018, pp. 10-11)، وفي النهاية، يظهر تأثيرها على الشخص الثالث عادةً للرسائل الإعلامية السلبية أكثر من الإيجابية، ويميز معظم الباحثين بين المكونات الإدراكية والسلوكية لتأثير الشخص الثالث، بينما يؤكد البعد الإدراكي على الفجوة في تقدير تأثير وسائل الاتصال على الذات والآخرين، ويركز المكون السلوكي على عواقب الحياة الواقعية، مما يعكس توقع أن يتصرف الناس بناءً على افتراضاتهم (Buturoiu et al., 2017, p. 19).

ويرى العديد من الباحثين أن الجانب السلوكي لتأثير الشخص الثالث هو الظاهرة الأكثر صلة اجتماعياً، ويشير الجانب السلوكي إلى أن الأفراد يفضلون تقييد الرسائل التي قد تؤثر سلباً على الآخرين، ويرون أنهم أكثر عرضة للخطر مما يتطلب دعم الرقابة على وسائل الإعلام، وأن فرض هذه الرقابة يُعزى إلى التصور بأن الآخرين لم يكونوا نافعين بما يكفي لمقاومة التأثيرات غير الأخلاقية، ففي بعض الحالات، تم فرض رقابة من الأسرة لحماية الآخرين من تأثير وسائل الإعلام الضارة (Hsieh, 2018, p. 12).

العوامل والمتغيرات الوسيطة المرتبطة بنظرية تأثير الشخص الثالث:

يرى بعض الباحثين أن إدراك تأثير الشخص الثالث يرتكز على مجموعة من المتغيرات (ندا، ٢٠٠٢، pp. 15-22)، هي:

(١) **المصدر:** تزداد الفجوة الإدراكية عندما يكون مصدر الرسالة متحيزًا بشكل سلبي، ودرجة الثقة به ضعيفة، فوجهة النظر التي يتبناها المصدر سوف تؤثر على إدراك التأثيرات على الآخرين، كإدراك الجمهور لتحيز المصدر بشكل سلبي، أو أن يكون غير أهل للثقة به (العراقي، ٢٠١٧، p. 127).

(٢) **الرسالة الإعلامية:** تزداد الفجوة الإدراكية عندما يكون مضمون الرسالة الإعلامية غير مقبول اجتماعيًا، مثل الأفلام الإباحية والعنف والتشهير والفضائح بين الشخص نفسه والأفراد الآخرين.

كما يرى البعض أن تأثير الشخص الثالث يميل إلى سلوكيات اجتماعية بدرجات متفاوتة بين الأفراد أكثر من عدم الثقة بها، حيث يؤدي عدم الثقة في المعلومات إلى الحاجة الكبيرة للتوجيه، والبحث عن رسائل المعلوماتية بشكل فعال ومعالجتها بدقة؛ فكلما كان الأفراد يعالجون الرسائل بشكل أكثر شمولاً زاد تأثير الرسائل التي يرونها على الذات وعلى الآخرين، والعكس، عندما تكون الحاجة للتوجيه منخفضة لن يكون لدى الناس الحافز للبحث عن الرسائل السياسية ومعالجة الرسائل بشكل كامل، وسيكون أقل احتمالاً للاعتراف بأن الرسالة تؤثر عليهم وعلى الآخرين، وهو ما يطلق عليه تطبيق التناقض لفحص تأثيرات الشخص الثالث لأخبار الانتخابات (Hye-Jin et al., 2005).

(٣) الجمهور:

١. مستوى الاستغراق في موضوع الرسالة: تزداد الفجوة الإدراكية بزيادة



الاندماج في موضوع الرسالة الإعلامية وأهميتها للذات والأفراد الآخرين.

٢. **العوامل الديموجرافية للجمهور:** تشمل: النوع، التعليم، العمر، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي، وأكدت دراسة جيمس تايدج وآخرين (١٩٩١) أن الأفراد يرون تأثير وسائل الإعلام على الآخرين أكبر من تأثيرهم عليهم، وأن ٩٠% من المبحوثين يحكمون على أنفسهم أقل تأثراً من الآخرين، وأكد المبحوثون ذوو التعليم العالي أن الآخرين أكثر عرضة للتأثر، مع احتمالية أن يتأثر المبحوثون الأكبر سناً (Tiedge & et al., 1991, p. 15).

٣. **المسافة الاجتماعية والنفسية:** يقصد بها المسافة التي تقع بين الذات والأفراد الآخرين، وتزداد الفجوة الإدراكية للآخرين بزيادة المسافة الاجتماعية التي تربطهم بالشخص الأول، في حين يعتقد أحد الباحثين أن الأصدقاء المقربين والأقارب امتداد لتقدير الفرد لذاته (Golan, 2008, p. 143)، وهذا ما أكدته دراسة صالح العراقي (٢٠١٧) على وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين كل من معدل تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية التي تعالج قضايا المخدرات وإدراكهم لتأثير المخدرات الرقمية على الآخرين وفقاً للمسافة الاجتماعية (العراقي، ٢٠١٧، p. 166)، ودراسة ندية عبد النبي (٢٠٠٨)، حيث يزداد إدراك التأثير على الذات وإدراكه على الآخرين بزيادة البعد الاجتماعي (القاضي، ٢٠٠٨)، بينما اختلفت دراسة أيمن ندا في أن الفروق بين الأفراد تتلاشى وتختفي في حالة المضامين الإيجابية ومساحة الفجوة الإدراكية، وتظهر في المضامين السلبية (ندا، ٢٠٠٢، p. 31).

٤) **طرق القياس (ترتيب الأسئلة في إستمارة الاستبيان):** تختلف الفجوة الإدراكية للشخص الثالث باختلاف صياغة الأسئلة وترتيبها، ولكن معظم الدراسات أكدت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ترتيب الأسئلة

والفجوة الإدراكية (Brosius & Engel, 1996, p. 150).

ويشرح الباحثون تأثير الشخص الثالث من خلال عدة آليات نفسية تتمثل في: تعزيز الأنا، والتفاؤل المتحيز، والإسناد السببي، ويشير تحسين الأنا إلى احتياجات الأشخاص للحفاظ على صور إيجابية عن أنفسهم (Lee, 2018, p. 11)، وبالتالي فإن تأثير الشخص الثالث يعكس تحيزاً يخدم الذات (Hsieh, 2018, p. 11)، كما وجد بعض الباحثين أن هناك بعض الفجوات الإدراكية الذاتية الأخرى تختلف عبر الرسائل مع التأثيرات المفترضة المرغوبة أو غير المرغوب فيها؛ حيث تتنبأ هذه الفجوات بالميول للانخراط في سلوكيات تقييدية أو تصحيحية فيما يتعلق برسائل التأثيرات غير المرغوب فيها والسلوكيات الترويجية فيما يتعلق برسائل التأثيرات المرغوبة (Pan et al., 2006, p. 29)، وقد يحدث تأثير الشخص الثالث العكسي عندما يرى الأفراد أن الرسائل الإيجابية أكثر صلة وتأثيراً لأنفسهم من الآخرين، مما يجعلهم أكثر عرضة لتبني هذه الرسائل، وقد تجمع الرسائل القائمة على التهديد بين المحتوى الإيجابي والسلبي (Glendon & Walker, 2013, p. 68).

أوجه الاستفادة من نظرية الشخص الثالث:

تساهم نظرية الشخص الثالث في صياغة تساؤلات وفروض الدراسة الحالية من خلال الفرض الإدراكي السلوكي لدراسة إدراك الجمهور للمخاطر الصحية لجائحة كورونا في الإعلام السعودي.



مشكلة الدراسة :

تبلور مشكلة الدراسة في التعرف على إدراك الجمهور السعودي وغير السعودي على المخاطر الصحية لفيروس كورونا المقدمة في الإعلام السعودي، ومدى تأثيرها على سلوكهم الشخصي وعلى الآخرين في إطار تطبيق فروض نظرية تأثير الشخص الثالث.

أهمية الدراسة :

- أهمية تطبيق نظرية تأثير الشخص الثالث واختبار فروضها لقياس إدراك المخاطر الصحية لفيروس كورونا المقدمة في الإعلام السعودي.
- ندرة الدراسات التي طبقت المخاطر الصحية ونظرية تأثير الشخص الثالث في المجتمعات العربية.
- أهمية دراسة السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا، بعد متابعتهم للمضامين الإعلامية لهذا الفيروس المقدمة في الإعلام السعودي.
- أهمية دراسة المخاطر الصحية التي يسببها فيروس كورونا باعتباره جائحة عالمية، ودور الإعلام السعودي في التوعية بهذه المخاطر.
- الوقوف على مدى إدراك الجمهور السعودي وغير السعودي للمخاطر الصحية التي يسببها فيروس كورونا على نفسه وعلى الآخرين.
- دراسة درجة تأثير المخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على المبحوثين أنفسهم والآخرين.

أهداف البحث:

- التعرف على معدلات تعرض المبحوثين لمتابعة المضامين الخاصة بمخاطر فيروس كورونا بالإعلام السعودي.
- رصد دوافع تعرض الجمهور السعودي وغير السعودي لمتابعة المضامين الخاصة بمخاطر فيروس كورونا بالإعلام السعودي
- قياس العلاقة بين إدراك الجمهور السعودي وغير السعودي للمخاطر الصحية لجائحة كورونا في الإعلام السعودي وتأثيرات الشخص الثالث.
- رصد وجود فروق نوعية في تأثير المخاطر الصحية لجائحة كورونا في الإعلام السعودي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية.
- الكشف عن اتجاهات المبحوثين نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي.

تساؤلات وفروض الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة:

- (١) ما دوافع تعرض الجمهور لمتابعة المضامين الخاصة بمخاطر فيروس كورونا بالإعلام السعودي؟
- (٢) ما إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي على أنفسهم وعلى الآخرين؟
- (٣) ما سلوكيات المبحوثين أنفسهم والآخرين تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا؟



- ٤) ما درجة تأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على الباحثين أنفسهم والآخرين؟
- ٥) ما ثقة الباحثين بالمعلومات الصحية التي قدمها الإعلام السعودي عن مخاطر كورونا؟
- ٦) ما اتجاهات الباحثين نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي؟
- ٧) ما السلوكيات التي اتخذها الباحثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا بعد متابعتهم للمضامين الإعلامية لهذا الفيروس في الإعلام السعودي؟
- ٨) ما مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا؟
- ٩) كيف ساهم الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا؟

ثانياً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام السعودي وإدراكهم لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم والآخرين

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض لوسائل الإعلام السعودي وتأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على الباحثين أنفسهم والآخرين

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي والسلوكيات التي اتخذوها لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، والجنسية).

الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائية بين إدراك عينة الدراسة للمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على أنفسهم والآخرين وفقاً لدرجة اتجاههم نحو هذه المخاطر.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا والمتغيرات باختلاف الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، والجنسية).

الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائية بين إدراك عينة الدراسة للمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي ودرجة تأثيره وفقاً للمسافة الاجتماعية.

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل الظاهرة، واختبار متغيراتها، والعوامل الفاعلة فيها لتفسير نتائجها، وإمكانية



إصدار تعميمات بشأن إدراك الجمهور للمخاطر الصحية لفيروس كورونا في الإعلام السعودي.

منهج الدراسة :

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح، وفي إطاره تم استخدام المسح الميداني على عينة من الجمهور السعودي والمقيمين في المملكة العربية السعودية للتعرف على مدى إدراكهم للمخاطر الصحية لفيروس كورونا المقدمة في الإعلام السعودي في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث.

مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور السعودي والمقيمين في المملكة العربية السعودية من الدول العربية بمختلف فئاتهم العمرية والتعليمية والاجتماعية.

عينة الدراسة :

طبقت الدراسة على عينة متاحة قوامها (٤٠٠ مفردة) من الجمهور السعودي والمقيمين في المملكة العربية السعودية من مختلف الدول العربية، وتم الاعتماد على توزيع الإستبيان إلكترونياً، وارسال الرابط للمبحوثين عبر تطبيقات الواتس آب، والماسنجر والفيس بوك، وتم جمع البيانات في يونيو ٢٠٢٠.

خصائص العينة :

جدول رقم ١ يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات	
ك	%		
٢٦٨	٦٧	ذكور	النوع
١٣٢	٣٣	إناث	
٤٠٠	١٠٠	الإجمالي	
٢٤	٦	أقل من ٢٠ سنة	السن
١٦٣	٤٠,٨	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة	
١٣٣	٣٣,٣	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	
٥٠	١٢,٥	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	
٣٠	٧,٥	أكبر من ٥٠ سنة	
٤٠٠	١٠٠	الإجمالي	المستوى التعليمي
٣٠	٧,٥	ثانوي	
٢٤٢	٦٠,٥	جامعي	
١٢٨	٣٢	دراسات عليا	
٤٠٠	١٠٠	الإجمالي	
١٩٣	٤٨,٣	أعزب	الحالة الاجتماعية
١٩٧	٤٩,٣	متزوج	
٦	١,٥	منفصل	
٤	١	مطلق	
٤٠٠	١٠٠	الإجمالي	
٢٦٣	٦٥,٧	سعودي	الجنسية
١٣٧	٣٤,٣	غير سعودي	
٤٠٠	١٠٠	الإجمالي	



أداة جمع البيانات:

قام الباحث بتصميم إستمارة إستبيان مقننة كأداة لجمع البيانات، من خلال البيانات المطلوب جمعها من عينة الدراسة، في شكل مجموعة من الأسئلة، بهدف رصد وقياس متغيرات الدراسة والعلاقات المترابطة فيما بينها، وإعدادها في صورتها الأولية ومراجعتها منهجياً وعلمياً من خلال مجموعة من الخبراء والمحكمين الأكاديميين في مجال علم النفس والاجتماع والإعلام والطب.

اختبار الصدق:

عرضت الإستمارة على مجموعة من الخبراء والمحكمين (***)، لإبداء آرائهم ومقترحاتهم حول الاستمارة من ناحية مدى ملاءمة الأسئلة التي تضمنتها، والتأكد من سلامتها اللغوية ومدى وضوح عباراتها، وتم إجراء التعديلات المطلوبة لتصبح الإستمارة في صورتها النهائية صالحة للقياس.

اختبار الثبات:

قام الباحث بإعادة تطبيق الإستمارة على نسبة ١٠% من إجمالي مفردات

(**) عرض الباحث الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسماؤهم، وفقاً للترتيب الأبجدي:

أ. د/ أسامة غازي المدني - أستاذ الإعلام بجامعة أم القرى.

أ. د/ أشرف أحمد عبد المغيث - أستاذ الإعلام بجامعة البحرين.

أ. د/ السيد عبد الحميد مصطفى - أستاذ الخدمة الاجتماعية بجامعة أم القرى.

د/ حسام الدسوقي - مستشار الجودة بعمادة التطوير والجودة النوعية بجامعة أم القرى.

أ. د/ رمضان نافع - أستاذ الأمراض الصدرية بجامعة الزقازيق.

أ. د/ عزة مصطفى الكحكي - أستاذ الإعلام بجامعة أم القرى.

أ. د/ عماد علي عبد الرازق - أستاذ علم النفس بجامعة الزقازيق.

أ. د/ صابر عسران - أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.

أ. د/ صالح عراقي - أستاذ الإعلام بجامعة الزقازيق.

أ. د/ محمد علي غريب - أستاذ الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة أم القرى.

العينة بعد مرور أسبوعين من تطبيق الإستبيان، وذلك للتحقق من الاتساق في الإجابة عن أسئلة الإستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ لقياس الدرجة الكلية للثبات في التطبيق الأول والثاني، حيث بلغ الثبات ٠,٨٩، وهي قيمة ثبات عالية تشير إلى فعالية المقياس وصدقه.

مقاييس الدراسة:

- ١- **معدل التعرض:** تم قياسه من خلال سؤالين عن متابعة الإعلام السعودي وعدد ساعات المتابعة، وبلغ إجمالي درجات المقياس ١٠ درجات.
- ٢- **دوافع التعرض:** تم القياس من خلال ٩ عبارات، والإجابة بطريقة ليكرت الثلاثية، وبلغ إجمالي درجاته ٢٧ درجة.
- ٣- **الاتجاه نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي:** تم طرح (٩ عبارات) جمعت بين الإيجابي والسلبي بطريقة ليكرت الخماسية، وبلغ إجمالي درجاته ٤٥ درجة.
- ٤- **قياس المكون الإدراكي:** اتساقاً مع الدراسات السابقة في طريقة قياس المكون الإدراكي، تم قياس إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي على أنفسهم وعلى الآخرين من خلال سؤالين، يحمل كل سؤال (٩ عبارات) بطريقة ليكرت الخماسية.
- ٥- **قياس المكون السلوكي:** تم قياسه بسؤال المبحوثين:
أولاً: سلوكياته وسلوكيات الآخرين تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا بطريقة ليكرت الخماسية.



ثانياً: السلوكيات التي اتخذها لحماية نفسه والآخرين من مخاطر فيروس كورونا بعد متابعته للمضامين الإعلامية الخاصة بهذا الفيروس في الإعلام السعودي بطريقة ليكرت الخماسية.

٦- **المسافة الاجتماعية:** تم قياسها من خلال سؤال درجة تأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلامي السعودي بحيث تبدأ بالأكثر تأثراً، وتمثلت الإجابات في: على نفسي، على الأقارب، على الأصدقاء، على زملائي في العمل أو الدراسة، وعلى الآخرين بصفة عامة.

مصطلحات الدراسة:

تشتمل هذه الدراسة على عدة مصطلحات ترتبط بموضوع الدراسة ومتغيراتها، وهي:

الإدراك: يقصد به عملية سيكولوجية يعيشها الانسان نتيجة تعرضه للمواقف الحياتية، ويتم تنظيمها ومقارنتها مع المعلومات المخزنة لديه وفهمها وتفسيرها لاتخاذ القرار المناسب (السلوك) للتفاعل مع هذه المواقف.

ويقصد بها في هذه الدراسة: إدراك الجمهور لمخاطر فيروس كورونا من خلال وسائل الإعلام السعودي، وتفسير هذه المخاطر في ضوء المعلومات المتوافرة لديه، والسلوكيات المترتبة على استخدامه لهذه المعلومات الصحية.

الاتجاهات نحو المخاطر الصحية: تتمثل في مدى اعتقاد المبحوثين بالمخاطر والأضرار الصحية التي يسببها فيروس كورونا.

المعرفة بالمخاطر الصحية: يقصد بها معرفة الجمهور بأعراض فيروس كورونا، وكيفية انتقاله من المصابين، وكيفية الوقاية منه.

الآخرون؛ يقصد بهم الشخص الثالث، وهم الأصدقاء والأقارب وزملاء العمل.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج « الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Science » SPSS

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات



الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Sig-nificant Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين، وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

١- مدى متابعة الإعلام السعودي:

جدول رقم ٢ يوضح مدى متابعة الإعلام السعودي

مستوى المعنوية د ح ٣	ن ك	الإجمالي		مدى متابعة الإعلام السعودي
		ك	%	
٠,٠٠١	١٣٩,٧٨٠	١١٧	٢٩,٣	دائماً
		١٨٣	٤٥,٨	أحياناً
		٨٠	٢٠	نادراً
		٢٠	٥	لا أتابع
		٤٠٠	١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٢٩,٣% من أفراد العينة يتابعون الإعلام السعودي دائماً، ونسبة ٤٥,٨% منهم يتابعونها أحياناً، ونسبة ٢٠% منهم نادراً

ما يتابعونها، ونسبة ٥% منهم لا يتابعونها، كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى متابعة الإعلام السعودي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 139,780$ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتابعون الإعلام السعودي.

وتشير هذه النتيجة إلى أن الجمهور بصفة عامة خاصة السعوديين يتابعون وسائل الإعلام السعودي سواءً التقليدية أو الحديثة لأنها تقوم بدور مهم جداً في عرض المعلومات والأخبار المختلفة وتوعية المجتمع بمبادرات وبرامج رؤية المملكة ٢٠٣٠، بالإضافة إلى توعيتهم الصحية، هذا إلى جانب أنها تُعدُّ أهم المصادر الرسمية في الحصول على هذه المعلومات خاصة أوقات الأزمات الصحية.

٢- عدد ساعات متابعة الإعلام السعودي في اليوم:

جدول رقم ٣ يوضح عدد ساعات متابعة الإعلام السعودي في اليوم

مستوى المعنوية دح ٤	كا ٢	الإجمالي		عدد ساعات متابعة الإعلام السعودي في اليوم
		ك	%	
٠,٠٠١	٢٨٩,٣٤٢	١٦٨	٤٤,٢	أقل من ساعة
		١٤٢	٣٧,٤	من ساعة لأقل من ساعتين
		٤٥	١١,٨	من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات
		٢١	٥,٥	من ثلاث ساعات لأقل من أربع ساعات
		٤	١,١	أربع ساعات فأكثر
		٣٨٠	١٠٠	الإجمالي



يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٢, ٤٤% من أفراد العينة يتابعون الإعلام السعودي أقل من ساعة في اليوم، ونسبة ٤, ٣٧% منهم يتابعونها من ساعة لأقل من ساعتين، ونسبة ٨, ١١% منهم يتابعونها من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات، كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في عدد ساعات متابعة الإعلام السعودي في اليوم، حيث كانت قيمة كا = ٢٨٩, ٣٤٢، وهي دالة عند مستوى دلالة ٠, ٠٠١، وارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتابعون الإعلام السعودي أقل من ساعة في اليوم.

- معدل التعرض للإعلام السعودي:

جدول رقم ٤ يوضح معدل التعرض للإعلام السعودي

مستوى المعنوية د ح ٢	كا	الإجمالي		معدل التعرض للإعلام السعودي
		ك	%	
٠, ٠٠١	٦٦, ٢٧٤	٥٢	١٣, ٧	كثافة تعرض مرتفعة
		١٦٠	٤٢, ١	كثافة تعرض متوسطة
		١٦٨	٤٤, ٢	كثافة تعرض قليلة
		٣٨٠	١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧, ١٣% من أفراد العينة كثافة تعرضهم للإعلام السعودي مرتفعة، ونسبة ١, ٤٢% منهم كثافة تعرضهم للإعلام السعودي متوسطة، ونسبة ٢, ٤٤% منهم كثافة تعرضهم للإعلام السعودي قليلة، كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في معدل التعرض للإعلام السعودي، حيث كانت قيمة كا = ٦٦, ٢٧٤، وهي دالة عند

مستوى دلالة 0.001.

٣- ترتيب أكثر ستة مصادر يهتم بمتابعتها الجمهور للحصول منها على المعلومات الخاصة بفيروس كورونا:

جدول رقم ٥ يوضح ترتيب أكثر ستة مصادر يهتم بمتابعتها الجمهور للحصول منها على المعلومات الخاصة بفيروس كورونا

الترتيب	متوسط	الترتيب ن=380							الترتيب	
		7	6	5	4	3	2	1	ك	الموقع
	2.59	143	25	24	43	21	45	79	ك	التليفزيون السعودي
		37.6	6.6	6.3	11.3	5.5	11.8	20.8	%	
	1.57	210	7	29	67	21	28	18	ك	الإذاعات السعودية الحكومية
		55.3	1.8	7.6	17.6	5.5	7.4	4.7	%	
	1.74	213	0	33	31	36	43	24	ك	الإذاعات السعودية الخاصة
		56.1	0	8.7	8.2	9.5	11.3	6.3	%	
	1.43	210	33	18	61	15	25	18	ك	الصحف والمجلات السعودية الورقية
		55.3	8.7	4.7	16.1	3.9	6.6	4.7	%	
	2.88	120	33	21	33	40	37	96	ك	الصحف والمجلات السعودية الإلكترونية
		31.6	8.7	5.5	8.7	10.5	9.47	25.3	%	
5	3.42	93	33	26	16	31	42	139	ك	المواقع الإلكترونية الإخبارية السعودية
		24.5	8.7	6.8	4.2	8.2	11.1	36.6	%	
3	3.93	42	44	15	36	44	57	142	ك	الموقع الرسمي لوزارة الصحة
		11.1	11.6	3.9	9.5	11.6	15	37.4	%	
	1.45	214	6	29	77	30	6	18	ك	قناة روتانا خليجية
		56.3	1.6	7.6	20.3	7.9	1.6	4.7	%	
	2.33	156	9	27	59	42	45	42	ك	قناة العربية
		41.1	2.4	7.1	15.5	11.1	11.8	11.1	%	
	2.04	185	0	34	53	36	27	45	ك	قناة العربية الحدث
		48.7	0	8.9	13.9	9.5	7.1	11.8	%	
6	3.07	62	44	46	72	45	33	78	ك	قناة إم بي سي MBC
		16.3	11.6	12.1	18.9	11.8	8.7	20.5	%	
1	4.58	25	12	13	38	52	59	181	ك	التويتير
		6.6	3.2	3.4	10	13.7	15.5	47.6	%	
	2.72	151	6	12	61	26	26	98	ك	الفيس بوك
		39.7	1.6	3.2	16.1	6.8	6.8	25.8	%	
4	3.56	73	15	12	57	65	67	91	ك	الانستجرام
		19.2	3.9	3.2	15	17.1	17.6	23.9	%	
2	4.16	40	21	12	37	48	98	124	ك	الواتس آب
		10.5	5.5	3.2	9.7	12.6	25.8	32.6	%	



يتضح من الجدول السابق أن ترتيب أكثر ستة مصادر يهتم بمتابعتها الجمهور للحصول منها على المعلومات الخاصة بفيروس كورونا: تويتير في الترتيب الأول بمتوسط ٥٨, ٤, والواتس آب في الترتيب الثاني بمتوسط ١٦, ٤, والموقع الرسمي لوزارة الصحة في الترتيب الثالث بمتوسط ٩٣, ٣, والانستجرام في الترتيب الرابع بمتوسط ٥٦, ٣, والمواقع الإلكترونية الإخبارية السعودية في الترتيب الخامس بمتوسط ٤٢, ٣, وقناة إم بي سي MBC في الترتيب السادس بمتوسط ٠٧, ٣.

وتتفقهذه النتيجة مع التقرير السنوي لموقع هوت اسبوت المتخصص في التحليل والإحصاء الرقمي، حيث إن هناك أكثر من ٣, ١٤ مليون سعودي يستخدم التويتير (صحيفة مكة، ٢٠٢١)، وذلك لتمييز التويتير في سهولة استخدامه والسرعة والإيجاز والتفاعل مع جميع الفئات المشتركة به كأداة للاتصال والتعبير عن الرأي والحصول على المعلومات، وقد تميز الجمهور السعودي بكثافة التغريد على مستوى العالم رغبة منهم في مناقشة احتياجاتهم.

وتختلف هذه النتيجة مع دراستي زينب أبو طالب (٢٠١٣)، حيث جاء مصدر الأطباء والصيدالة في الترتيب الأول بنسبة ٦٣, ٨% كأهم مصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي، تلاه في الترتيب الإنترنت بنسبة ٨٦% (أبو طالب، ٢٠١٣)، ودراسة عثمان العربي (٢٠١٤)، حيث جاءت الأسرة في الترتيب الأول في مقدمة المصادر الصحية التي يستخدمها الشباب السعودي، وتلاها الأصدقاء في الترتيب الثاني (العربي، ٢٠١٤).

٤- دوافع متابعة المبحوثين للمضامين الخاصة بمخاطر فيروس كورونا

المقدمة بالإعلام السعودي:

جدول رقم ٦ يوضح دوافع متابعة المبحوثين للمضامين الخاصة بمخاطر

فيروس كورونا المقدمة بالإعلام السعودي ن=٣٨٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الدوافع
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.62	5.8	22	28.8	102	67.4	256	التعرف على أوجه القصور والضعف في عادات وسلوكيات الجمهور نحو التعامل مع فيروس كورونا.
موافق	2.86	0.8	3	12.1	46	87.1	331	تجعلني أكثر معرفة بطرق الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا.
موافق	2.86	2.4	9	8.9	34	88.7	337	تمكيني من حماية نفسي وأقاربي من الإصابة بفيروس كورونا.
موافق	2.53	9.7	37	27.6	105	62.6	238	إجراء مكالمات هاتفية مع أصدقائي ومعارفي للتعريف بمخاطر كورونا على الصحة.
موافق	2.75	5.5	21	13.7	52	80.8	307	للاستفادة من تجارب المصابين بفيروس والاستفادة من تجاربهم.
موافق	2.91	-	-	8.2	31	91.8	349	التعرف على كل ما هو جديد بفيروس كورونا .
موافق	2.79	5.5	21	9.7	37	84.7	322	تزودني بالإحصائيات الجديدة وعدد المصابين بفيروس كورونا.
موافق	2.85	1.6	6	11.8	45	86.6	329	تعرفني بالخدمات الصحية التي تقدمها وزارة الصحة عن فيروس كورونا.
موافق	2.45	16.6	63	21.8	83	61.6	234	لاهتمام الناس بمتابعة فيروس كورونا.

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كان رأيهم موافقاً على دوافع متابعة المضامين الخاصة بمخاطر فيروس كورونا المقدمة بالإعلام السعودي: التعرف على كل ما هو جديد بفيروس كورونا بمتوسط ٢,٩١، وتجعلني أكثر معرفة بطرق الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا بمتوسط ٢,٨٦، وتمكيني من حماية نفسي وأقاربي من الإصابة بفيروس كورونا بمتوسط ٢,٨٦، وتعرفني بالخدمات الصحية التي تقدمها وزارة الصحة عن فيروس كورونا بمتوسط ٢,٨٥، وللاستفادة من تجارب المصابين بفيروس والاستفادة من تجاربهم بمتوسط ٢,٧٥، وتزودني بالإحصائيات الجديدة وعدد المصابين بفيروس كورونا بمتوسط ٢,٧٩، والتعرف على أوجه القصور والضعف في عادات



وسلوكيات الجمهور نحو التعامل مع فيروس كورونا بمتوسط ٦٢, ٢، وإجراء مكالمات هاتفية مع أصدقائي ومعارفي للتعريف بمخاطر كورونا على الصحة بمتوسط ٥٣, ٢، ولاهتمام الناس بمتابعة بفيرس كورونا بمتوسط ٤٥, ٢.

- معدل دوافع التعرض:

جدول رقم ٧ يوضح معدل دوافع التعرض للإعلام السعودي

مستوى المعنوية دح ١	كا ٢	الإجمالي		دوافع التعرض للإعلام السعودي
		ك	%	
٠, ٠٠١	٦٦, ٢٧٤	٣١٠	٨١, ٦	دوافع تعرض مرتفعة
		٧٠	١٨, ٤	دوافع تعرض متوسطة
		٠	٠	دوافع تعرض قليلة
		٣٨٠	١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٨١, ٦% من أفراد العينة دوافع تعرضهم للإعلام السعودي مرتفعة، ونسبة ١٨, ٤% منهم دوافع تعرضهم للإعلام السعودي متوسطة، وكذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في دوافع التعرض للإعلام السعودي، حيث كانت قيمة كا = ١٥١, ٥٧٩ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠, ٠٠١.

٥- إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام

السعودي عليهم:

جدول رقم ٨ يوضح إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما

قدمه الإعلام السعودي عليهم ن=٣٨٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق بشدة		غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		موافق بشدة		الاستجابة إدراك
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق بشدة	4.76	-	-	0.8	3	2.6	10	16.6	63	80	304	الانتقال المباشر من خلال الرذاذ المتطاير من المريض أثناء الكحة أو العطس.
موافق بشدة	4.56	-	-	-	-	9.7	37	24.7	94	65.5	249	الانتقال غير المباشر من خلال ملامسة الأسطح والأدوات الملوثة بالفيروس، ومن ثم لمس الفم أو الأنف أو العين.
موافق إلى حد ما	3.12	4.2	16	4.7	18	9.2	35	13.7	52	68.2	259	المخالطة المباشرة للمصابين.
موافق	3.94	15.5	59	21.8	83	17.9	68	25	95	19.7	75	الشعور بالاكتمال.
موافق بشدة	4.37	3.9	15	6.6	25	19.5	74	31.8	121	38.2	145	إصابة أقرب الناس لي .
موافق بشدة	4.31	0.8	3	7.1	27	9.7	37	25.5	97	56.8	216	تزايد أعداد الإصابات اليومية بفيروس كورونا.
موافق	4.08	1.6	6	6.6	25	19.2	73	27.6	105	45	171	زيادة عدد الوفيات .
موافق	3.83	6.3	24	7.1	27	25	95	20.8	79	40.8	155	قلة الإنتاج.
موافق	3.45	7.1	27	14.2	54	30.8	117	22.4	85	25.5	97	الشعور بالملل والتوتر .

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كان رأيهم موافقاً بشدة على إدراكهم لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي لهم: الانتقال المباشر من خلال الرذاذ المتطاير من المريض أثناء الكحة أو العطس بمتوسط ٤,٧٦، والانتقال غير المباشر من خلال ملامسة الأسطح والأدوات الملوثة بالفيروس، ومن ثم لمس الفم أو الأنف أو العين بمتوسط ٤,٥٦، وإصابة أقرب الناس لي بمتوسط ٤,٣٧، وتزايد أعداد الإصابات اليومية بفيروس كورونا بمتوسط ٤,٣١.

ورأيهم موافق على إدراكهم لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي لهم: الشعور بالاكئاب بمتوسط ٩٤, ٣، وزيادة عدد الوفيات بمتوسط ٠٨, ٤، وقلة الإنتاج بمتوسط ٨٣, ٣، والشعور بالملل والتوتر بمتوسط ٤٥, ٣.

ورأيهم موافق إلى حد ما على إدراكهم لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي لهم: المخالطة المباشرة للمصابين بمتوسط ١٢, ٣. وهذا يؤكد أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام السعودي في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا، بالإضافة إلى دورها المهم في تقديم الحقائق والمعلومات الحقيقية التي تحصن الجمهور ضد ما يقدم من مضامين سلبية من وسائل الإعلام الأخرى.

- معدل المكون الإدراكي:

جدول رقم ٩ يوضح معدل إدراك مخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي على أنفسهم

مستوى المعنوية دح ١	٢كا	الإجمالي		إدراك مخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي
		ك	%	
٠, ٠٠١	١٣٦, ٨٠٠	٣٠٤	٨٠	إدراك قوي
		٧٦	٢٠	إدراك متوسط
		٠	٠	إدراك ضعيف
		٣٨٠	١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٨٠% من أفراد العينة إدراكهم قوي لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي علي أنفسهم، ونسبة ٢٠% منهم إدراكهم متوسط، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في إدراك مخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 136,800$ ، وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

ويمكن تفسير ذلك فيما تؤكد نظرية الشخص الثالث التي تشير إلى أن الشخص الثالث يتأثر بالرسائل الإعلامية السلبية، في حين أن الأفراد أنفسهم دائماً ما يظهرون تحيزهم لذاتهم بعدم تأثرهم بالمواد الإعلامية غير المرغوبة في وسائل الإعلام؛ فالشخص الأول يرى نفسه مدرّكاً وواعياً لرسائل المخاطر الصحية المقدمة في هذه الوسائل الإعلامية، هذا في الوقت الذي يسهم فيه الإعلام بدور كبير في تشكيل الوعي والإدراك لدى الجمهور، فيكون بمثابة المحرك والمسيطر على عقول الجمهور بمختلف فئاته.



٦- إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام

السعودي على الآخرين:

جدول رقم ١٠ يوضح إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما

قدمه الإعلام السعودي على الآخرين ن=٣٨٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق بشدة		غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		موافق بشدة		الإستجابة ادراك
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق بشدة	4.76	-	-	-	-	3.2	12	18.2	69	78.7	299	الانتقال المباشر من خلال الرذاذ المتطاير من المريض أثناء الكحة أو العطس.
موافق بشدة	4.61	-	-	1.1	4	7.9	30	20.5	78	70.5	268	الانتقال غير المباشر من خلال ملامسة الأسطح والأدوات الملوثة بالفيروس، ومن ثم لمس الفم أو الأنف أو العين.
موافق بشدة	4.37	1.6	6	4.2	16	8.9	34	26.1	99	59.2	225	المخالطة المباشرة للمصابين.
موافق الى حد ما	3.37	15	57	12.6	48	19.2	73	26.6	101	26.6	101	الشعور بالاكئاب.
موافق	4.14	3.9	15	2.6	10	13.4	51	35.3	134	44.7	170	إصابة أقرب الناس لي.
موافق بشدة	4.32	-	-	1.6	6	15.3	58	31.1	118	52.1	198	تزايد أعداد الإصابات اليومية بفيروس كورونا.
موافق بشدة	4.22	1.6	6	1.1	4	13.4	51	42.1	160	41.8	159	زيادة عدد الوفيات.
موافق	4.03	5.5	21	6.3	24	13.7	52	28.7	109	45.8	174	قلة الإنتاج.
موافق	3.57	10.3	39	11.3	43	20.8	79	26.3	100	31.3	119	الشعور بالملل والتوتر.

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كان رأيهم موافقاً بشدة على إدراكهم لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي للآخرين: الانتقال المباشر من خلال الرذاذ المتطاير من المريض أثناء الكحة أو العطس بمتوسط ٤,٧٦، والانتقال غير المباشر من خلال ملامسة الأسطح والأدوات الملوثة بالفيروس، ومن ثم لمس الفم أو الأنف أو العين بمتوسط ٤,٦١، والمخالطة المباشرة للمصابين بمتوسط ٤,٣٧، وتزايد أعداد الإصابات اليومية بفيروس كورونا بمتوسط ٤,٣٢، وزيادة عدد الوفيات بمتوسط ٤,٢٢.

ورأيهم موافق على إدراكهم لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي للآخرين: إصابة أقرب الناس لي بمتوسط ١٤, ٤، وقلة الإنتاج بمتوسط ٠٣, ٤، والشعور بالملل والتوتر بمتوسط ٥٧, ٣.

ورأيهم موافق إلى حد ما على إدراكهم لمخاطر فيروس كورونا من خلال ما قدمه الإعلام السعودي للآخرين تمثل في: الشعور بالاكتئاب بمتوسط ٣٧, ٣.

وهذا يتفق مع دراسة بان وآخرين (٢٠٠٦) التي تؤكد أن هناك بعض الفجوات الإدراكية تختلف عبر الرسائل الإعلامية مع التأثيرات المرغوبة أو غير المرغوب فيها وفقاً للآخرين؛ وأن هذه الفجوات تزداد بزيادة إدراكهم للمخاطر التي يتعرضون لها من وسائل الإعلام (Pan et al., 2006, p. 29).

٧- سلوكيات (تصرفات) المبحوثين تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا:

جدول رقم ١١ يوضح سلوكيات (تصرفات) تجاه الشخص المصاب

بفيروس كورونا

الدالة د ح 1	كا	الترتيب	إجمالي=380		السلوكيات (التصرفات) تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا
			ك	%	
0.001	326.063	5	14	3.7	المضايقة.
0.001	107.379	3	89	23.4	الاتصال بوزارة الصحة للإبلاغ عنه.
0.001	318.695	4	16	4.2	العداء تجاهه.
0.001	326.063	5	14	3.7	العنف.
0.001	67.368	1	270	71.1	تجنبه والابتعاد عنه.
0.442 غير دالة	0.0591	2	183	48	لا أتعامل معه.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ١, ٧١% من أفراد العينة كانت سلوكياتهم (تصرفاتهم) تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا تجنبه والابتعاد عنه، ونسبة ٤٨% منهم كانت سلوكياتهم لا أتعامل معه، ونسبة ٤, ٢٣% منهم قاموا بالاتصال



بوزارة الصحة للإبلاغ عنه، وكذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في السلوكيات (التصرفات) تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا، حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، بينما لا توجد فروق في لا تعامل معه حيث كانت قيم كا ٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٨- سلوكيات (تصرفات) الآخرين تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا:

جدول رقم ١٢ يوضح سلوكيات (تصرفات) الآخرين تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا

الدلالة د ح 1	كا 2	الترتيب	إجمالي ن=380		سلوكيات (تصرفات) الآخرين تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا
			ك	%	
0.001	333.516	5	12	3.2	المضايقة.
0.001	122.779	3	82	21.6	الاتصال بوزارة الصحة للإبلاغ عنه.
0.001	326.063	4	14	3.7	العداء تجاهه.
0.001	326.063	4	14	3.7	العنف.
0.001	20.379	1	234	61.6	تجنبه والابتعاد عنه.
0.081 غير دالة	3.042	2	173	45.5	لا تعامل معه.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦١,٦% من أفراد العينة كانت سلوكيات (تصرفات) الآخرين تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا تجنبه والابتعاد عنه، ونسبة ٤٥,٥% منهم كانت سلوكياتهم لا تعامل معه، ونسبة ٢١,٦% منهم قاموا بالاتصال بوزارة الصحة للإبلاغ عنه، كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في السلوكيات (التصرفات) تجاه الشخص المصاب بفيروس كورونا، حيث كانت قيم كا ٢ دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، بينما لا توجد فروق في (لا تعامل معه)، حيث كانت قيم كا ٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٩- ترتيب درجة تأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي من حيث المسافة الاجتماعية:

جدول رقم ١٣ يوضح ترتيب الفئات حسب درجة تأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي

الترتيب	متوسط	الترتيب ن=380					الترتيب		الفئات
		5	4	3	2	1	ك	%	
1	4.63	15	13	6	30	316	ك	على نفسي.	
		3.9	3.4	1.6	7.9	83.2	%		
2	4.38	0	12	13	173	182	ك	على الأقارب.	
		0	3.2	3.4	45.5	47.9	%		
3	3.92	6	6	141	87	140	ك	على الأصدقاء.	
		1.6	1.6	37.1	22.9	36.8	%		
4	3.62	18	99	43	69	151	ك	على زملائي في العمل أو الدراسة.	
		4.7	26.1	11.3	18.2	39.7	%		
5	3.25	106	38	35	57	144	ك	على الآخرين بصفة عامة.	
		27.9	10	9.2	15	37.9	%		

يتضح من الجدول السابق أن ترتيب الفئات حسب درجة تأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي من حيث المسافة الاجتماعية: على نفسي في الترتيب الأول بمتوسط ٦٣، ٤، بينما على الأقارب في الترتيب الثاني بمتوسط ٣٨، ٤، وعلى الأصدقاء في الترتيب الثالث بمتوسط ٩٢، ٣، على زملائي في العمل أو الدراسة في الترتيب الرابع بمتوسط ٦٢، ٣، وعلى الآخرين بصفة عامة في الترتيب الخامس بمتوسط ٢٥، ٣.

ويمكن تفسير هذه النتيجة من خلال متغير المسافة الاجتماعية في نظرية الشخص الثالث، والتي تؤكد أن الفجوة الإدراكية للآخرين تزداد بزيادة المسافة الاجتماعية التي تربطهم بالشخص الأول.



وتتفق هذه النتيجة مع دراستي صالح العراقي (٢٠١٧) في وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين كل من معدل تعرض الشباب الجامعي للمواقع الإلكترونية وإدراكهم لتأثير المخدرات الرقمية على الآخرين وفقاً للمسافة الاجتماعية (العراقي، ٢٠١٧، p. 166)، ودراسة ندية عبدالنبي (٢٠٠٨)، حيث إنه يزداد إدراك التأثير على الذات وإدراكه على الآخرين بزيادة البعد الاجتماعي (القاضي، ٢٠٠٨)، بينما اختلفت هذه الدراسة مع دراسة أيمن ندا (٢٠٠٢) في أن الفروق بين الأفراد تتلاشى وتختفي في حالة المضامين الإيجابية ومساحة الفجوة الإدراكية، وتظهر في المضامين السلبية (ندا، ٢٠٠٢، p. 31).

١٠- مدى الثقة بالمعلومات الصحية التي قدمها الإعلام السعودي عن مخاطر

كورونا:

جدول رقم ١٤ يوضح مدى الثقة بالمعلومات الصحية التي قدمها الإعلام السعودي عن مخاطر كورونا

مستوى المعنوية د ح 2	ن ك 2	الإجمالي		مدى الثقة بالمعلومات الصحية التي قدمها الإعلام السعودي عن مخاطر كورونا
		%	ك	
0.001	33.100	41.3	157	أثق بشدة
		39.2	149	أثق
		19.5	74	أثق إلى حد ما
		0	0	لا أثق
		0	0	لا أثق مطلقاً
		100	380	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤١,٣% من أفراد العينة يثقون بشدة بالمعلومات الصحية التي قدمها الإعلام السعودي عن مخاطر كورونا، ونسبة ٣٩,٢% منهم يثقون في المعلومات، ونسبة ١٩,٥% منهم يثقون إلى حد ما

بالمعلومات الصحية التي قدمها الإعلام السعودي عن مخاطر كورونا، وكذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى الثقة بالمعلومات الصحية التي قدمها الإعلام السعودي عن مخاطر كورونا، حيث كانت قيمة كا = 100, 33، وهي دالة عند مستوى دلالة 0,01، ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يثقون بالمعلومات الصحية التي قدمها الإعلام السعودي عن مخاطر كورونا.

١١- الاتجاه نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي:

جدول رقم ١٥ يوضح الاتجاه نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي ن=380

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق مطلقا		غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		موافق بشدة		الاتجاه العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق بشدة	4.74	-	-	-	-	5.8	22	14.2	54	80	304	يقدمها الأطباء والمتخصصون بوزارة الصحة.
موافق	3.78	1.8	7	17.1	65	21.3	81	20.3	77	39.5	150	عدم وجود علاج فعال لهذا الفيروس.
موافق بشدة	4.64	0	0	2.4	9	3.9	15	21.1	80	72.6	276	تعرفني بكيفية العزل الصحي المنزلي السليم.
موافق الى حد ما	3.02	13.7	52	30	114	20.5	78	11.8	45	23.9	91	لا تساعدني على اكتشاف المرض ميكزا.
موافق بشدة	4.57	0	0	1.8	7	7.1	27	23.2	88	67.9	258	تقدم معلومات وإحصائيات عن الإصابة بفيروس كورونا يومياً.
موافق الى حد ما	3.37	8.7	33	16.8	64	30.3	115	16.8	64	27.4	104	تجعلني أشك في من حولي بأنه مصاب بفيروس كورونا.
موافق بشدة	4.59	0	0	0	0	13.9	53	12.6	48	73.4	279	تعرفني بالأماكن الأكثر انتشاراً لفيروس كورونا في العالم والمملكة.
موافق الى حد ما	3.05	13.7	52	27.1	103	22.1	84	14.5	55	22.6	86	تجعلني أشعر بالقلق والإحباط.
موافق بشدة	4.72	1.6	6	0	0	4.2	16	12.9	49	81.3	309	تعرفني بالجهود الكبيرة التي تقوم بها المملكة لمنع انتشار الفيروس.

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كان اتجاههم موافقاً بشدة نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي: يقدمها الأطباء والمتخصصون بوزارة الصحة بمتوسط 4,74،

وتعرفني بالجهود الكبيرة التي تقوم بها المملكة لمنع انتشار الفيروس بمتوسط ٤, ٧٢، وتعرفني بكيفية العزل الصحي المنزلي السليم بمتوسط ٤, ٦٤، وتعرفني بالأماكن الأكثر انتشاراً بفيروس كورونا في العالم والمملكة بمتوسط ٤, ٥٩، وتقدم معلومات وإحصائيات عن الإصابة بفيروس كورونا يومياً بمتوسط ٤, ٥٧.

وكان اتجاههم موافقاً نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي: عدم وجود علاج فعال لهذا الفيروس بمتوسط ٣, ٧٨.

وكان اتجاههم موافقاً إلى حد ما نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي: تجعلني أشك في من حولي بأنه مصاب بفيروس كورونا بمتوسط ٣, ٣٧، وتجعلني أشعر بالقلق والإحباط بمتوسط ٣, ٥٥، ولا تساعدني على اكتشاف المرض مبكراً بمتوسط ٣, ٥٢.

وتتفق هذه النتيجة مع دراستي ندية عبد النبي (٢٠٠٨)، ودراسة همت عبد المجيد (٢٠٠٧) في وجود علاقة قوية بين اتجاهات الجمهور بصفة عامة والمعرفة بمضون المخاطر الصحية (عبدالمجيد، ٢٠٠٧) (القاضي، ٢٠٠٨).

- معدل الاتجاه نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي:

جدول رقم ١٦ يوضح معدل الاتجاه نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي

مستوى المعنوية دح ١	كا	الإجمالي		الاتجاه نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي
		ك	%	
٠,٠٠١	٨٥,٢٦٣	٢٨٠	٧٣,٧	اتجاه إيجابي.
		١٠٠	٢٦,٣	اتجاه محايد.
		٠	٠	اتجاه سلبي.
		٣٨٠	١٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧٣,٧% من أفراد العينة اتجاهاً إيجابية نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي، ونسبة ٢٦,٣% منهم اتجاهاً محايداً، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الاتجاه نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي، حيث كانت قيمة كا = ٨٥,٢٦٣، وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

١٢- السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا بعد متابعتهم للمضامين الإعلامية الخاصة بهذا الفيروس في الإعلام السعودي؛

جدول رقم ١٧ يوضح السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا بعد متابعتهم للمضامين الإعلامية الخاصة بهذا الفيروس في الإعلام السعودي ن=٣٨٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق مطلقا		غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		موافق بشدة		الاستجابة السلوكيات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق بشدة	4.84	-	-	-	-	2.6	10	10.3	39	87.1	331	ضرورة لس الكماء عند الخروج من المنزل.
موافق بشدة	4.65	-	-	1.6	6	4.7	18	20.5	78	73.2	278	تطهير المنزل.
موافق بشدة	4.82	-	-	-	-	5	19	7.9	30	87.1	331	تغطية الأنف والقم عند العطس أو السعال.
موافق بشدة	4.78	-	-	-	-	4.7	18	12.9	49	82.4	313	ضرورة التباعد الاجتماعي.
موافق بشدة	4.58	-	-	-	-	12	48	16.6	63	70.8	269	عدم حضور المناسبات الاجتماعية والأفراح.
موافق بشدة	4.70	-	-	-	-	7.1	27	15.8	60	77.1	293	عدم مصافحة الآخرين.
موافق بشدة	4.53	-	-	4.7	18	7.9	30	16.6	63	70.8	269	تجنب الخروج من المنزل إلا عند الضرورة.
موافق بشدة	4.77	-	-	-	-	5	19	12.6	48	82.4	313	غسل اليدين بالماء والصابون جيدا واستخدام المعقم بشكل منتظم.
موافق بشدة	4.74	-	-	-	-	2.4	9	21.6	82	76.1	289	تجنب الذهاب للمناطق المزدحمة.
موافق بشدة	4.69	1.6	6	-	-	3.4	13	17.4	66	77.6	295	تجنب الاتصال بالأشخاص الذين يعانون من الحمى أو السعال.
موافق بشدة	4.48	-	-	4.2	16	9.2	35	21.3	81	65.3	248	تجنب الذهاب إلى الأسواق العامة.
موافق بشدة	4.48	-	-	4.2	16	13.9	53	11.1	42	70.8	269	تجنب استخدام وسائل النقل العام.
غير موافق	2.57	44.7	170	17.1	65	2.9	11	6.6	25	28.7	109	لم اتخذ أي سلوكيات

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كانوا موافقين بشدة عن السلوكيات التي اتخذوها لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا بعد متابعة

المضامين الإعلامية الخاصة بهذا الفيروس في الإعلام السعودي: ضرورة لبس الكمام عند الخروج من المنزل بمتوسط ٨٤,٤، وتغطية الأنف والفم عند العطس أو السعال بمتوسط ٨٢,٤، وضرورة التباعد الاجتماعي بمتوسط ٧٨,٤، وغسل اليدين بالماء والصابون جيداً، واستعمال المعقم بشكل منتظم بمتوسط ٧٧,٤، وتجنب الذهاب للمناطق المزدحمة بمتوسط ٧٤,٤، وعدم مصافحة الآخرين بمتوسط ٧٠,٤، وتجنب الاتصال بالأشخاص الذين يعانون من الحمى أو السعال بمتوسط ٦٩,٤، وتطهير المنزل بمتوسط ٦٥,٤، وعدم حضور المناسبات الاجتماعية والأفراح بمتوسط ٥٨,٤، وتجنب الخروج من المنزل إلا عند الضرورة بمتوسط ٥٣,٤، وتجنب الذهاب إلى الأسواق العامة بمتوسط ٤٨,٤، وتجنب استخدام وسائل النقل العام بمتوسط ٤٨,٤.

وكانوا غير موافقين عن السلوكيات التي اتخذوها لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا بعد متابعة المضامين الإعلامية الخاصة بهذا الفيروس في الإعلام السعودي: لم اتخذ أي سلوكيات بمتوسط ٥٧,٢.



١٣- درجة مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس

كورونا من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم ١٨ يوضح درجة مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر

الصحية لفيروس كورونا

مستوى المعنوية دح ٣	٢كا	الإجمالي		درجة مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا
		%	ك	
٠,٠٠١	٣٤٦,٨٨٤	٧,٦	٢٩	ساهم بدرجة كبيرة.
		٦٥,٣	٢٤٨	ساهم بدرجة متوسطة.
		٢٠,٥	٧٨	ساهم بدرجة ضعيفة.
		٦,٦	٢٥	لم يساهم.
		١٠٠	٣٨٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧,٦% من أفراد العينة يرون أن الإعلام السعودي ساهم بدرجة مرتفعة في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا، ونسبة ٦٥,٣% منهم يرون أنه ساهم بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٠,٥% يرون أنه ساهم بدرجة ضعيفة، ونسبة ٦,٦% منهم يرون أنه لم يساهم في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا، كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في درجة مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 346,884$ ، وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أن الإعلام السعودي ساهم بدرجة متوسطة في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا.

ويرجع ذلك إليأن وسائل الإعلام السعودي ساهمت في معالجة جائحة كورونا من خلال حزمة القرارات السريعة التي تم اتخاذها وسرعة نشرها في وسائل الإعلام المختلفة، والتدقيق في مصدر المعلومات الصحية قبل نشرها، وتوحيد مضمون الرسالة الإعلامية مثل (كلنا مسؤول - نعود بحذر)، والمسؤولية المهنية في متابعة أزمة كورونا، بالإضافة إلى تكاتف وتوحيد الجهود الوطنية، والوضوح والشفافية في المعلومات المقدمة، والقرارات والإجراءات الاحترازية، وإلزام المخالف بدفع الغرامات.

١٤- كيفية مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم ١٩ يوضح كيفية مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا = ٣٥٥

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		الاستجابة	العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	2.92	0.8	3	5.9	21	93.2	331	عرف الجمهور بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا.	
موافق	2.83	0.8	3	15.2	54	83.9	298	ركز على الخط الساخن بوزارة الصحة في حالة الإصابة بفيروس كورونا.	
موافق	2.79	0.8	3	19.4	69	79.7	283	كان بمثابة حلقة الوصل بين المسؤولين والجمهور في فترة جائحة كورونا.	
موافق	2.62	5.1	18	27.9	99	67	238	قدم الحقائق وأزال الغموض عند الجمهور.	
موافق	2.75	2.5	9	19.4	69	78	277	لعب دورًا مهمًا في نفي الشائعات المتداولة بين الجمهور.	
موافق	2.63	9.3	33	18.6	66	72.1	256	نقل خبرات الدول الأخرى بشكل جيد في كيفية التعامل مع جائحة كورونا.	
موافق	2.85	0	0	14.9	53	85.1	302	قدم جهود وازبقي الصحة والأمن والوزرات الأخرى لمواجهة جائحة كورونا.	
موافق	2.71	4.2	15	20.3	72	75.5	268	نشر المعلومات الإيجابية والبيانات التي تدعو للتفاؤل الخاصة بفيروس كورونا.	
موافق	2.64	6.8	24	21.7	77	71.5	254	نجح في تخفيف حالة الخوف والفرع لدى المواطنين.	
موافق	2.66	5.9	21	22.5	80	71.5	254	تناول الأبعاد المختلفة للصحة والاقتصادية والاجتماعية والنفسية والتعليمية الخاصة بجائحة كورونا بمصادقة وشفافية.	
موافق	2.64	4.2	15	27.6	98	68.2	242	قدم معلومات صحية موثقة بالصور التوضيحية.	

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كان رأيهم موافقاً على كيفية



مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا: عرف الجمهور بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا بمتوسط ٩٢, ٢، كانت فئة قدم جهود وزارتي الصحة والأمن والوزرات الأخرى لمواجهة جائحة كورونا بمتوسط ٨٥, ٢، وفئة ركز على الخط الساخن بوزارة الصحة في حالة الإصابة بفيروس كورونا بمتوسط ٨٣, ٢، وفئة كان بمثابة حلقة الوصل بين المسؤولين والجمهور في فترة جائحة كورونا بمتوسط ٧٩, ٢، ولعب دورًا مهمًا في نفى الشائعات المتداولة بين الجمهور بمتوسط ٧٥, ٢، ونشر المعلومات الإيجابية والبيانات التي تدعو للتفاؤل الخاصة بفيروس كورونا بمتوسط ٧١, ٢، وتناول الأبعاد المختلفة الصحية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية والتعليمية الخاصة بجائحة كورونا بمصادقية وشفافية بمتوسط ٦٦, ٢، ونجح في تخفيف حالة الخوف والفرع لدى المواطنين بمتوسط ٦٤, ٢، وقدم معلومات صحية موثقة بالصور التوضيحية بمتوسط ٦٤, ٢، ونقل خبرات الدول الأخرى بشكل جيد في كيفية التعامل مع جائحة كورونا بمتوسط ٦٣, ٢، وقدم الحقائق وأزال الغموض عند الجمهور بمتوسط ٦٢, ٢.

١٥- أسباب عدم مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية

لفيروس كورونا:

جدول رقم ٢٠ يوضح أسباب عدم مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا ن=٢٥

الاتجاه	المتوسط المرجح	غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير موافق	1.36	68	17	28	7	4	1	لم يعرض كل الخواص الصحية والنفسية للمصابين بفيروس كورونا.
غير موافق	1.56	52	13	40	10	8	2	لم يقدم نماذج حية للمصابين بفيروس كورونا.
موافق الى حد ما	1.76	56	14	12	3	32	8	اهتم فقط بعرض أعراض الإصابة، ولم يهتم بطرق الوقاية من فيروس كورونا.
موافق الى حد ما	1.84	28	7	60	15	12	3	ساهم في نشر الخوف بين الأطقم الطبية.
غير موافق	1.40	68	17	24	6	8	2	ساهم في نشر الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
موافق الى حد ما	2.16	32	8	20	5	48	12	بالغ في تفاصيل جائحة كورونا وعدم وضوح الرؤية لدى الجمهور.
موافق الى حد ما	2.28	28	7	16	4	56	14	بالغ في تقديم مخاطر جائحة كورونا بالدول الأخرى ولم يركز على المملكة.
موافق الى حد ما	2.12	32	8	24	6	44	11	تخويف الجمهور بشكل مبالغ فيه من فيروس كورونا
غير موافق	1.56	52	13	40	10	8	2	لم يركز على المخالفات المترتبة عن عدم التزام الجمهور بالتعليمات الصحية.
غير موافق	1.48	56	14	40	10	4	1	لم ينجب عن كل تساؤلات الجمهور الخاصة بجائحة كورونا.
غير موافق	1.48	56	14	40	10	4	1	لا أعرف.

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كان رأيهم موافقاً إلى حد ما على أسباب عدم مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا هي: بالغ في تقديم مخاطر جائحة كورونا بالدول الأخرى، ولم يركز على المملكة بمتوسط ٢، ٢٨، وبالغ في تفاصيل جائحة كورونا، وعدم وضوح الرؤية لدى الجمهور بمتوسط ٢، ١٦، وتخويف الجمهور بشكل مبالغ فيه من فيروس كورونا بمتوسط ٢، ١٢، وساهم في نشر الخوف بين الأطقم الطبية بمتوسط ١، ٨٤، واهتم فقط بعرض أعراض الإصابة، ولم يهتم بطرق الوقاية من فيروس كورونا بمتوسط ١، ٧٦.

بينما فئة غير موافق على أسباب عدم مساهمة الإعلام السعودي في التعريف بالمخاطر الصحية لفيروس كورونا تمثلت في: لم يقدم نماذج حية للمصابين



بفيروس كورونا، وفئة تخويف الجمهور بشكل مبالغ فيه من فيروس كورونا بمتوسط ١, ٥٦، وفئة لم يجب على كل تساؤلات الجمهور الخاصة بجائحة كورونا، وفئة لا أعرف بمتوسط ١, ٤٨، وفئة ساهم في نشر الشائعات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط ١, ٤٠، وفئة لم يعرض كل الجوانب الصحية والنفسية للمصابين بفيروس كورونا بمتوسط ١, ٣٦.

ثانياً: نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام السعودي وإدراكهم لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم والآخرين:

جدول رقم ٢١ يوضح العلاقة بين معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام السعودي وإدراكهم لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم والآخرين

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام السعودي.	3.92	1.461	*0.103	طردي	ضعيف	0.05
إدراك لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين.	19.80	4.185				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام السعودي وإدراكهم لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم، حيث كانت (ر> ٣, ٠) وهي عند مستوى ٠, ٠١، أي أنه كلما زاد معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام السعودي ارتفع إدراكهم لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم.

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام السعودي وإدراكهم لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين، حيث كانت (ر> ٣, ٠)، وهي عند مستوى ٠, ١, أي أنه كلما زاد معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام السعودي ارتفع إدراكهم لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين. وبناءً على ذلك يتم قبول الفرض الأول كلياً.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من: دراسة هيونمين لي وصن بارك (Hyun-) (min Lee & Sun Park 2016) في علاقة ارتباطية بين إدراك الجمهور لتأثير وسائل الإعلام للمخاطر الصحية لفيروس أنفلونزا الخنازير وتعرضهم لوسائل الإعلام السعودي، ووجود علاقة بين إدراكهم لمصدر الرسالة أثناء جائحة الأنفلونزا وفهمهم لهذه الأزمة (Lee & Park, 2016)، ودراسة هاي جون ريم Hye joon (Rim) (2014) وجود علاقة ذات دلالة إيجابية بين تقديم المعلومات واهتمام وسائل الإعلام بمرض أنفلونزا الخنازير، بالإضافة إلى الآثار الصحية المترتبة عن الإصابة به، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك المخاطر الصحية لأنفلونزا الخنازير والمعلومات التي تقدمها الحملات الصحية المقدمة من وسائل الإعلام (Rim et al., 2014)، ودراسة ميري مون وشيم جاي تشول (Miri) (Moon & Shim Jae-chul 2019) في وجود علاقة دالة إحصائية بين التعرض لوسائل الإعلام وإدراك المخاطر الصحية لمرض جنون البقر (Moon & Jae-) (chul, 2019).

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض لوسائل الإعلام السعودي وتأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على الباحثين أنفسهم والآخرين.



جدول رقم ٢٢ يوضح العلاقة بين معدل التعرض لوسائل الإعلام السعودي وتأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على المبحوثين أنفسهم والآخرين.

المعبر	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
معدل تعرض الجمهور لوسائل الإعلام السعودي.	3.92	1.461	*0.103	طردي	ضعيف	0.05
إدراك لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين.	19.80	4.185				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل التعرض لوسائل الإعلام السعودي وتأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على المبحوثين أنفسهم والآخرين، حيث كانت ($r > 0,3$)، وهي عند مستوى $0,05$ ، أي أنه كلما زاد معدل التعرض لوسائل الإعلام السعودي ارتفع تأثير المخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على المبحوثين أنفسهم والآخرين.

وبناءً على ما سبق يتم قبول الفرض الثاني كلياً.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي والسلوكيات التي اتخذوها لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا.

جدول رقم ٢٣ يوضح العلاقة بين اتجاهات المبحوثين نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي والسلوكيات التي اتخذوها لحماية أنفسهم والآخرين.

المغبر	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
اتجاهات المبحوثين نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية بفيروس كورونا.	36.51	4.909	-0.014	لا توجد علاقة		
السلوكيات التي اتخذوها لحماية أنفسهم .	1.54	0.816				
السلوكيات التي اتخذوها لحماية الآخرين.	1.396	0.967	-0.099	لا توجد علاقة		

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي والسلوكيات التي اتخذوها لحماية أنفسهم من مخاطر فيروس كورونا، حيث كانت (ر) غير عند مستوى ٠,٠٥ , ٠.

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو المضامين الخاصة بالمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي والسلوكيات التي اتخذوها لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا، حيث كانت (ر) غير عند مستوى ٠,٠٥ , ٠.

ومما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الثالث كلياً.

وتتفق هذه النتيجة معدراسة هيونمين لي وصن بارك (Hyunmin Lee & Sun Park 2016) في وجود علاقة ارتباطية بين اتجاهات وإدراك الجمهور لتأثير وسائل الإعلام للمخاطر الصحية لفيروس أنفلونزا الخنازير على أنفسهم أكثر من الآخرين (Lee & Park, 2016)،



الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، والجنسية).
(أ) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي.

جدول رقم ٢٤ يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى *
الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي

الدلالة د.ح 378	ت	الجنس				المتغير
		إناث (ن=126)		ذكور (ن=254)		
		ع	م	ع	م	
0.449 غير دالة	0.758-	3.929	36.68	5.677	36.26	إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم.
0.433 غير دالة	0.786-	3.982	37.71	6.347	37.22	إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا الآخرين.

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم التي قدمها الإعلام السعودي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

(ب) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس

كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي باختلاف السن:

جدول رقم ٢٥ يوضح الفروق في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي باختلاف السن

الفروق تبعاً إلى	البيان	مجموع الدرجات	د . ح	متوسط	ف	الدلالة
إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم.	بين مجموعات	211.819	4	52.955	2.009	0.093 غير دالة
	داخل	9885.179	375	26.360		
	بمجموع	10096.997	379			
إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين.	بين مجموعات	1066.123	4	266.531	8.982	0.001
	داخل	11127.548	375	29.673		
	بمجموع	12193.671	379			

من خلال الجدول السابق: يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف السن في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم التي قدمها الإعلام السعودي، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف السن في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.



جدول رقم ٢٦ يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين المتوسطات والانحرافات المعيارية إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي باختلاف السن.

الفترة العمرية	ن	متوسط	ع	اقل من 20 سنة	من 20-30 سنة	من 30-40 سنة	من 40-50 سنة	فاكثر 50 سنة
إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم.	اقل من 20 سنة	36.1	4.369					
	من 20-30 سنة	36.2	5.716					
	من 30-40 سنة	36.3	4.917					
	من 40-50 سنة	35.8	4.574					
	من 50 سنة فاكثر	38.9	3.717					
الإجمالي	380	36.4	5.162					
إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين.	اقل من 20 سنة	39.0	4.429	*3.396				0.536
	من 20-30 سنة	35.6	6.082					*2.861-
	من 30-40 سنة	39.3	5.072					0.809
	من 40-50 سنة	36.8	5.102					1.674-
	من 50 سنة فاكثر	38.5	4.350					
الإجمالي	380	37.4	5.672					

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية أقل من ٢٠ سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٢٠ سنة لأقل من ٣٠ سنة في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية أقل من ٢٠ سنة عند مستوى ٠,٠٥، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة عند مستوى ٠,٠٥، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة

وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر عند مستوى ٠,٠٥, ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٤٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة عند مستوى ٠,٠٥.

(ج) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي باختلاف المستوى التعليمي:

جدول رقم ٢٧ يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لإدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي باختلاف المستوى التعليمي.

انحراف معياري	متوسط	ن	المستوى التعليمي	
5.507	34.2	28	ثانوي	إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم .
5.417	36.5	236	جامعي	
4.408	36.7	116	دراسات عليا	
5.162	36.4	380	الإجمالي	
7.019	36.3	28	ثانوي	إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين.
5.978	37.4	236	جامعي	
4.595	37.6	116	دراسات عليا	
5.672	37.4	380	الإجمالي	



جدول رقم ٢٨ يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي باختلاف المستوى التعليمي.

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.063 غير دالة	2.790	73.626	2	147.253	بين مجموعات	إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم .
		26.362	377	9949.745	داخل	
			379	10096.997	مجموع	
0.572 غير دالة	0.560	18.065	2	36.131	بين مجموعات	إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين .
		32.248	377	12157.540	داخل	
			379	12193.671	مجموع	

من خلال الجدول السابق: يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى التعليمي في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم التي قدمها الإعلام السعودي، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى التعليمي في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

(د) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السعوديين وغير السعوديين في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي.

جدول رقم ٢٩ يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات السعوديين وغير السعوديين في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي.

الدلالة د.ح 378	ت	غير سعودي (ن=128)		سعودي (ن=252)		الجنسية المتغير
		ع	م	ع	م	
0.815 غير دالة	0.234-	3.984	36.48	5.674	36.35	إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم .
0.05	2.443	4.752	36.39	6.033	37.88	إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا الآخرين.

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات السعوديين وغير السعوديين في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم التي قدمها الإعلام السعودي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات السعوديين وغير السعوديين في إدراك المبحوثين لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي لصالح السعوديين، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

وبناءً على ذلك يتم قبول الفرض الرابع جزئياً.

الفرض الخامس: توجد فروق دالة إحصائية بين إدراك عينة الدراسة للمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على أنفسهم والآخرين وفقاً لدرجة اتجاههم نحو هذه المخاطر.

جدول رقم ٣٠ يوضح العلاقة بين إدراك المبحوثين للمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على أنفسهم والآخرين وفقاً لدرجة اتجاههم نحو هذه المخاطر.

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
إدراك لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم.	36.39	5.162	**0.564	طردية	متوسط	0.01
إدراك لمخاطر فيروس كورونا على الآخرين.	37.38	5.672				
اتجاههم نحو هذه المخاطر.	36.51	4.909	**0.606	طردية	متوسط	0.01

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية متوسطة بين إدراك عينة الدراسة للمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على أنفسهم وفقاً لدرجة اتجاههم نحو هذه المخاطر، حيث كانت ($r = 0.564$) وهي دالة عند مستوى 0.01 ، ووجود علاقة طردية متوسطة بين إدراك عينة الدراسة للمخاطر الصحية لفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي على الآخرين وفقاً لدرجة اتجاههم نحو هذه المخاطر، حيث كانت ($r = 0.606$) وهي دالة عند مستوى 0.01 .

ومما سبق يتضح تحقق الفرض الخامس كلياً.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا والمتغيرات باختلاف الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، والجنسية).

(أ) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا.

جدول رقم ٣١ يوضح الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا.

الدلالة ح. 378	ت	إناث (ن=126)		ذكور (ن=254)		الجنس المتغير
		ع	م	ع	م	
0.108 غير دالة	1.609-	0.640	1.63	0.888	1.49	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم .
0.393 غير دالة	0.855-	0.722	1.45	1.068	1.36	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين.

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم من مخاطر فيروس كورونا، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

(ب) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا:

جدول رقم ٣٢ يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا باختلاف السن.

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.001	8.499	5.245	4	20.980	بين مجموعات	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم .
		0.617	375	231.428	داخل	
			379	252.408	مجموع	
0.001	10.476	8.910	4	35.638	بين مجموعات	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين.
		0.851	375	318.938	داخل	
			379	354.576	مجموع	

من خلال الجدول السابق: يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف السن في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف السن في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

جدول رقم ٣٣ يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين المتوسطات والانحرافات المعيارية إدراك المبحوثون لمخاطر فيروس كورونا على أنفسهم وعلى الآخرين التي قدمها الإعلام السعودي باختلاف السن.

أقل من 20 سنة	من 20-30 سنة	من 30-40 سنة	من 40-50 سنة	أكثر من 50 سنة	ع	متوسط	ن	الفئة العمرية	
	0.037	0.208	0.172	*0.731	0.503	1.59	22	أقل من 20 سنة	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم.
		0.171	0.135	*0.768	0.681	1.55	159	من 20-30 سنة	
			0.035	*0.939	0.861	1.38	128	من 30-40 سنة	
				*0.903	0.545	1.42	43	من 40-50 سنة	
					1.307	2.32	28	من 50 سنة فأكثر	الإجمالي
					0.816	1.54	380		
*0.518	*0.692	*0.492	0.458		0.351	1.86	22	أقل من 20 سنة	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين.
	0.174	0.026	*0.976		0.879	1.35	159	من 20-30 سنة	
		0.200	*1.149		0.888	1.17	128	من 30-40 سنة	
			*0.949		0.488	1.37	43	من 40-50 سنة	
					1.765	2.32	28	من 50 سنة فأكثر	الإجمالي
					0.967	1.39	380		

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية أقل من ٢٠ سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد العينة بالفئة

العمرية من ٥٠ سنة فأكثر عند مستوى ٠,٠٥, ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٢٠ سنة لأقل من ٣٠ سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر عند مستوى ٠,٠٥, ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر عند مستوى ٠,٠٥, ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٤٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر عند مستوى ٠,٠٥, ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٢٠ سنة لأقل من ٣٠ سنة في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٢٠ سنة فأكثر عند مستوى ٠,٠٥, ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٢٠ سنة فأقل من ٣٠ سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٤٠ سنة في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٢٠ سنة فأقل من ٣٠ سنة وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٤٠ سنة في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا



لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية أقل من ٢٠ سنةً عند مستوى ٠,٠٥، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٢٠ سنةً لأقل من ٣٠ سنةً وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنةً فأكثر في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنةً فأكثر عند مستوى ٠,٠٥، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٣٠ سنةً لأقل من ٤٠ سنةً وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنةً فأكثر في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنةً فأكثر عند مستوى ٠,٠٥، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية من ٤٠ سنةً لأقل من ٥٠ سنةً وأفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنةً فأكثر في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية من ٥٠ سنةً فأكثر عند مستوى ٠,٠٥.

(ج) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا باختلاف المستوى التعليمي:

جدول رقم ٣٤ يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا باختلاف التعليم.

الدلالة	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.05	3.449	2.267	2	4.535	بين مجموعات	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم .
		0.657	377	247.873	داخل	
			379	252.408	مجموع	
0.001	7.332	6.638	2	13.275	بين مجموعات	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين.
		0.905	377	341.301	داخل	
			379	354.576	مجموع	

من خلال الجدول السابق: يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى التعليمي في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم من مخاطر فيروس كورونا، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٥، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى التعليمي في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.



جدول رقم ٣٥ يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين للمتوسطات والانحرافات المعيارية في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا باختلاف المستوى التعليمي.

دراسات عليا		جامعي	ثانوي	ع	متوسط	ن	الفئة العمرية	
0.127-	0.114			0.504	1.57	28	ثانوي	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم.
*0.241-				0.816	1.46	236	جامعي	
				0.857	1.69	116	دراسات عليا	
				0.816	1.54	380	الإجمالي	
0.252	*0.567			0.476	1.82	28	ثانوي	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين.
*0.315-				0.929	1.25	236	جامعي	
				1.073	1.57	116	دراسات عليا	
				0.967	1.39	380	الإجمالي	

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة التعليم الجامعي وأفراد عينة تعليم دراسات عليا في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد عينة التعليم دراسات عليا عند مستوى ٠,٠٥، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة التعليم الثانوي وأفراد عينة التعليم الجامعي في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد عينة التعليم الثانوي عند مستوى ٠,٠٥، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة التعليم الجامعي وأفراد عينة تعليم دراسات عليا في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا لصالح أفراد عينة التعليم دراسات عليا عند مستوى ٠,٠٥.

(د) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السعوديين وغير السعوديين في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا.

جدول رقم ٣٦ يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات السعوديين وغير السعوديين في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم والآخرين من مخاطر فيروس كورونا.

الدلالة د.ح 378	ت	غير سعودي (ن=128)		سعودي (ن=252)		الجنسية المتغير
		ع	م	ع	م	
0.001	5.515-	0.833	1.85	0.761	1.38	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم .
0.001	4.828-	1.057	1.72	0.875	1.23	السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين.

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات السعوديين وغير السعوديين في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية أنفسهم من مخاطر فيروس كورونا لصالح غير السعوديين، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات السعوديين وغير السعوديين في السلوكيات التي اتخذها المبحوثون لحماية الآخرين من مخاطر فيروس كورونا لصالح غير السعوديين، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

وبناءً على ذلك يتم قبول الفرض السادس جزئياً.

الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائية بين إدراك عينة الدراسة للمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي ودرجة تأثيره وفقاً للمسافة الاجتماعية.

جدول رقم ٣٧ يوضح العلاقة بين إدراك عينة الدراسة للمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي ودرجة تأثيره وفقاً للمسافة الاجتماعية.

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
إدراك عينة الدراسة للمخاطر الصحية بفيروس كورونا.	73.8	9.583	0.021			لا توجد علاقة
درجة تأثيره وفقاً للمسافة الاجتماعية.	19.8	4.186				

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك عينة الدراسة للمخاطر الصحية بفيروس كورونا التي قدمها الإعلام السعودي ودرجة تأثيره وفقاً للمسافة الاجتماعية، حيث كانت (r) غير دالة عند مستوى .٠٥,٠٥.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة هيونمين لي وصن بارك (Hyunmin Lee & Sun Park 2016) في وجود علاقة ارتباطية بين إدراك الجمهور لتأثير وسائل الإعلام للمخاطر الصحية لفيروس أنفلونزا الخنازير على أنفسهم أكثر من الآخرين والمسافة الاجتماعية (Lee & Park, 2016).

وبناءً على ذلك لم يتحقق الفرض السابع كلياً.

توصيات ومقترحات الدراسة:

١. مناقشة المؤسسات المجتمعية والتعليمية بكل مراحلها المختلفة لتوعية الشباب من المخاطر الصحية، خاصة جائحة كورونا.
٢. تكثيف حملات التوعية الصحية في مختلف وسائل الإعلام السعودي للجمهور ضد أية مخاطر، خاصة في تويتر.
٣. إجراء دراسات تحليلية للتعرف على أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام السعودي لتوعية الجمهور ضد المخاطر الصحية لفيروس كورونا.
٤. الاهتمام بدراسة الأبعاد النفسية من خلال إدراك الشخص الثالث والمضامين الصحية التي تقدمها وسائل الإعلام السعودي.
٥. إعداد دراسات متعمقة لتحليل المضامين الصحية للمواقع الإلكترونية المتخصصة وبخاصة الموقع التابعة لوزارة الصحة السعودية.
٦. إجراء دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة التي تقدم المضامين الصحية في إطار تأثير نظرية الشخص الثالث.



قائمة المراجع:

المراجع العربية:

جامعة القاهرة - كلية الإعلام - المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. <http://search.mandumah.com/Record/954472>

إبراهيم، س. ص. (٢٠١٧): تعرض الشباب المصري للمواقع الإباحية على شبكة الانترنت: دراسة في نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ١١ (٠١١).

إبراهيم، م. س. (٢٠٠٩، ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩): تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب على الإنترنت واتجاهاتهم نحو الرقابة الأسرية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين، المؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة.

أبوزيد، س. ع. خ. (٢٠١٩): تعرض الأطفال العرب لقنوات الأطفال المتخصصة وعلاقته بالوعي الصحي لديهم: مصر والجزائر نموذجًا، مجلة كلية الآداب، ٥٣ (٠٠٢).

أبوظالب، ز. م. (٢٠١٣): شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية، المجلة العربية للإعلام والاتصال ٩ (٠٠٩).

البطريق، غ. م. (٢٠١٦). تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكريًا وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية: دراسة

ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ١٣ (٢٠١٣).

الدليمي، م. خ. ح. (٢٠١٥): دور وسائل الإعلام في الحد من انتشار المخدرات وتعاطيها في العراق: دراسة ميدانية على المدمنين ومتعاطي المخدرات في العاصمة بغداد، مجلة البحوث الإعلامية، ٠٠٠ (٢٠١٣).

السيد، ا. ع. م. (٢٠١٩): مدى إدراك المراهقين لتأثيرات الألعاب الإلكترونية عليهم مقارنة بذويهم من ممارسي الألعاب الإلكترونية (وذلك في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث المؤتمر الدولي السنوي لكلية الآداب: القوى الناعمة.. وصناعة المستقبل، جامعة عين شمس).

الشلقاني، ن. (٢٠١٠): إدراك الشباب المصري لتأثير المواقع الإباحية على الإنترنت على القيم الاخلاقية للذات وللآخرين في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث: دراسة ميدانية، مجلة كلية الآداب، ٥٣ (٢٠١٣).

الشلهوب، ع. ع. (٢٠١٣): دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين حول مرض السكري: دراسة مسحية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ١٠ (٢٠١٠).

الطرابيشي، م. م. ك. (٢٠٠٤): الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث ودراسات الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٥ (٢٠٠١).

العراقي، ص. (٢٠١٧): تعرض الشباب الجامعي المصري للمواقع الالكترونية التي تهتم بقضايا المخدرات وعلاقته بإدراكهم لمخاطر إدمان المخدرات الرقمية في إطار تطبيق نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ١١ (٢٠١١).

العربي، ع. م. (٢٠١٤): استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانة والتغذية والنشاط البدني: دراسة مسحية في مدينة الرياض. المجلة العربية للإعلام والاتصال، ١٢ (٢٠١٢).

القاضي، ن. ع. م. (٢٠٠٨): إدراك الجمهور المصري لمخاطر إعلانات المنتجات الدوائية: دراسة في تأثير الشخص الثالث المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٣٢ (٢٠٣٢).

الكحكي، ع. م. (٢٠٠٧): إدراك الجمهور العربي واتجاهاته نحو القنوات الفضائية ذات المضامين الروحانية والغيبية: دراسة في تأثير الشخص الثالث بالتطبيق على عينة من الجمهور في دولة قطر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ٢٧ (٢٠٢٧).

الهدى، ب. ف. ن. (٢٠١٨): الإعلام المحلي المسموع ودوره في تثقيف وتنمية الوعي الصحي للجمهور المستمع، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ١٣ (٢٠١٣).

سالم، ا. م. ا. (٢٠١٥): إدراك الشباب الجامعي لتأثير محتوى العنف السياسي بالإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو غرض الرقابة على الإنترنت: دراسة ميدانية في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٥١ (٢٠١٥).

صحيفة مكة. (٢٠٢١): السعوديون في تويتر.. فاعلية وتوتر. <https://makkahnewspaper.com>

عبدالحافظ، ن. م. (٢٠١٦): تأثير الاعتماد على وسائل الاعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور، المجلة

المصرية لبحوث الرأي العام، ١٥(٢).

عبدالصادق، ع. ح. (٢٠١٦): إدراك المراهقين لمخاطر المضامين الإباحية بالهاتف الخليوي: دراسة مقارنة بين طلبة المدارس الثانوية في مصر والبحرين في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث الاجتماعية، حوليات الآداب والعلوم، ٣٦(٤٥٢).

عبدالمجيد، ه. ح. (٢٠٠٧): الإنترنت وعلاقته بإدراك المراهقين للمخاطر الصحية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٢٨(٠٢٨).

عطية، م. ص. م. (٢٠١٠): تعرض المراهقين للدراما الأجنبية وعلاقته بالإنحرافات السلوكية لديهم : دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، مجلة دراسات الطفولة، ١٣(٠٤٩).

قطيش، ع. ت. (٢٠١٧): إدراك المراهقين الأردنيين وأولياء امورهم لمخاطر استخدام اليوتيوب في ضوء نظرية الشخص الثالث: دراسة ميدانية - محافظة اربد (رسالة ماجستير غير منشورة جامعة اليرموك). الأردن.

مفلح، ه. م. خ. (٢٠١٧): إدراك المرأة المتزوجة لمخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراية مسحية في إطار نظرية الشخص الثالث (رسالة ماجستير غير منشورة جامعة اليرموك). الأردن.

منصور، ر. أ. م. ع. (٢٠٢٠): تعرض الشباب الجامعي للصفحات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بظاهرة التنمر الإلكتروني: دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ٢٨(٠٢٨).



ندا، أ. م. (٢٠٠٢): نظرية تأثيرية الآخرين في دراسات الرأي العام: أسسها النظرية وبعض تطبيقاتها في المجتمع المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٠٠٠ (٠١٥).

يوسف، م. ع. (٢٠١٧): دور وسائل الاتصال في التثقيف الصحي: دراسة وصفية تحليلية مقارنة بين برنامجي صحتك وصحة وعافية التلفزيونية الفترة من يناير ٢٠١٥م - ديسمبر ٢٠١٧م (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان). السودان.

() أستاذ الإعلام المشارك بجامعة أم القرى والمنوفية.

المراجع الأجنبية:

Bergstrom, A. M. (2011). Expanding the third person effect: Parents' perceptions of positive and negative media effects on their own children compared to other children (Publication Number 3445147) [Ph.D., University of Massachusetts Amherst].

Bianco, L. (2018). Social Media: Third-Person Perceptions of Architecture. *Urbanism. Arhitectura. Constructii*, 9(3), 265-272.

Bjørkdahl, K., & Carlsen, B. (2017). Fear of the Flu: Assumptions About Media Effects in the 2009 Pandemic. *Science Communication*, 39(3), 358-381.

Brosius, H.-B., & Engel, D. (1996). The causes of third-person effects: Unrealistic optimism, impersonal impact, or generalized negative attitudes towards media influence? *International Journal of Public Opinion Research*, 8(2), 142.

Buturoiu, R. P., Durach, F. P., Udrea, G. P., & Corbu, N. P. (2017). Third-person Perception and Its Predictors in the Age of Facebook. *Journal of Media Research*, 10(2), 18-36.

Chang, C., Wei, R., & Lo, V.-H. (2014). Ambivalent Versus Univalent Voters: Perceived Media Influences and Third-Person Perceptions. *Media Psychology*, 17(4), 420.

Chen, H. (2017). Third Person Effect and Internet Privacy Risks (Pub-

lication Number 10800414) [Ph.D., Texas A&M University].

Davison, w. P. (1983). The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1-15. *Public Opinion Quarterly*

Glendon, A. I., & Walker, B. L. (2013). Can anti-speeding messages based on protection motivation theory influence reported speeding intentions? *Accident; analysis and prevention*, 57, 67-79.

Golan, G. J. (2008). Moving Beyond the Perceptual Component of the Third-Person Effect: The Influence of Presumed Influence on Behavior. *The American Behavioral Scientist*, 52(2), 143-146.

Hayee, A. A., & Kamal, A. (2014). The Development of Third-person Effect Questionnaire and Media Exposure List in Local and Foreign Electronic Entertainment Media Context. *Pakistan Journal of Psychological Research*, 29(1), 53-77.

Hoffner, C., Buchanan, M., Anderson, J. D., Hubbs, L. A., & et al. (1999). Support for censorship of television violence: The role of the third-person effect and news exposure. *Communication Research*, 26(6), 726-742.

Hong, S. C. (2015). Do Cultural Values Matter? A Cross-Cultural Study of the Third-Person Effect and Support for the Regulation of Violent Video Games. *Journal of Cross - Cultural Psychology*, 46(7), 964.

Hsieh, S.-C. (2018). Political Talk Shows in Taiwan: First- and Third-

Person Effects, Their Attitudinal Antecedents and Consequences (Publication Number 10751824) [M.A., University of South Florida].

Hye-Jin, P., Pan, Z., Sun, Y., Abisaid, J., & Houden, D. (2005). The third-person perception as social judgment: An exploration of social distance and uncertainty in perceived effects of political attack ads. *Communication Research*, 32(2), 143-170.

Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. L. (2014). Examining the Role of Social Media in Effective Crisis Management: The Effects of Crisis Origin, Information Form, and Source on Publics' Crisis Responses. *Communication Research*, 41(1), 74.

Kim, J. K. (2008). Perceived effects of alcohol product placements in youth -oriented movies on self and others: A third -person effect study of college students (Publication Number 3371435) [Ph.D., The University of Alabama].

Lee, H., & Park, S.-A. (2016). Third-Person Effect and Pandemic Flu: The Role of Severity, Self-Efficacy Method Mentions, and Message Source. *Journal of health communication*, 21(12), 1244-1250.

Lee, J. (2018). 13 Reasons Why: An Exploration of Parent Involvement Through Third-Person Effect (Publication Number 10933274) [M.A., San Diego State University].

Li, X., & Guo, L. (2018). Exposure to news about the South China

Sea, nationalism, and government evaluation: examining the mediation roles of third-person effects and online discussion. *Chinese Journal of Communication*, 11(4), 455-472.

Moon, M., & Jae-chul, S. (2019). Social media effects: Exploring the relationships among communication channels, scientific knowledge and BSE risk perceptions. *Journal of Communication Management*, 23(4), 281-297.

Nix, J., & Pickett, J. T. (2017). Third-person perceptions, hostile media effects, and policing: Developing a theoretical framework for assessing the Ferguson effect. *Journal of Criminal Justice*, 51, 24. <https://search.proquest.com/docview/1937683618?accountid=142908>

Pan, Z., Sun, Y., & Shen, L. (2006, 2006 2006 Annual Meeting). Consequences of Perceived Effects: The Variable Perception-Behavior Linkage in the Third-Person Effects [Conference Paper]. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=27203971&site=ehost-live>

Price, V., Li-Ning, H., & Tewksbury, D. (1997). Third-person effects of news coverage: Orientations toward media. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74(3), 525-540.

Rim, H. j., Jin Hong, H., & Kioussis, S. (2014). The evidence of compelling arguments in agenda building: Relationships among public infor-

mation subsidies, media coverage, and risk perceptions during a pandemic outbreak. *Journal of Communication Management*, 18(1), 101-116.

Shupard, A. L. (2015). Expanding the third-person effect: An analysis of third-person perceptions and behavioral consequences in the context of news coverage of social protest (Publication Number 10014939) [M.A., University of Delaware].

Tiedge, J. T., & et al. (1991). Discrepancy between Perceived First-Person and Perceived Third-Person Mass Media Effects. *Journalism Quarterly*, 68(1-2), 141-154.

Wei, R., Lo, V.-H., & Zhu, Y. (2019). Needfor Orientation and Third-Person Effects of the Televised Debates in the 2016 U.S. Presidential Election. *Mass Communication & Society*, 22(5), 565-583.

Zhang, X. (2019). Exploring a “Dual-Process” Model of Social Media Effects on Body Image: “Sender Effects” and “Receiver Effects” in Chinese Social Media Context (Publication Number 27662547) [Ph.D., The Chinese University of Hong Kong (Hong Kong)].

Zoghaib, S. a. Z. (2009). Parents› Responses to Religious and Sexual Content: The Third-Person Perception and Parental Mediation (Vol. 009).

