تأثير تعرض الشباب الجامعي للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا علي استجاباتهم الفيسيولوجية (دراسة تجريبية)

د. إبراهيم حلمي عمارة*

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة الحالية إلى (١) قياس تأثير مشاهدة الشباب الجامعي للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا على الجوانب الفسيولوجية لديهم، (٢) التعرف على المشاعر التي تثيرها الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا لدى الشباب الجامعي، (٣) قياس مدى استيعاب وتذكر الشباب الجامعي للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا. حيث شارك ٥٠ طالباً جامعياً في تجربة تعرضوا من خلالها إلى فيديو يحتوي على مشاهد مروعة للأحداث الخاصة بفيروس كورونا، وقد تم قياس الاستجابات الفسيولوجية للمبحوثين والتي شملت معدل ضغط الدم، معدل ضربات القلب وكذلك معدل التنفس. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يحرصون على مشاهدة الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا أحيانًا، وقد ذكر المبحوثون أنهم شاهدوا تلك الفيديوهات عبر وسائل التواصل الاجتماعي بصورة أكبر من التليفزيون ومواقع الإنترنت. وقد أدى الفيديو الذي تعرض إليه المبحوثون أثناء التجربة إلى استثارة عواطفهم بصورة كبيرة، حيث ازداد شعور المبحوثين بالحزن الشديد بعد متابعة الفيديو، إلا أنه لم يظهر على المبحوثين الشعور بالاشمئزاز تجاه محتوى الفيديو. وبالمجمل، فقد أدى الفيديو إلى زيادة شعور المبحوثين بالخوف من فيروس كورونا أكثر من زيادة شعورهم بالقلق والهلع الشديد.

الكلمات المفتاحية: فيروس كورونا، الفيديوهات، الجوانب الفيسيولوجية، الشباب، المشاعر، الانتباه، التذكر

---

*مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة طنطا

Impact of University Youth Exposure to Coronavirus Videos on Their Physiological Responses (Pilot Study)

Abstract:

The current study aims to (1) measure the impact of university youth viewing of coronavirus videos on their physiological aspects, (2) recognize the feelings raised by coronavirus videos in university youth, and (3) measure the uptake and recollection of university youth of coronavirus videos. 50 university students participated in an experiment through which they were subjected to video containing horrific scenes of coronavirus-related events. The results of the study indicated that researchers are keen to watch coronavirus videos sometimes.

The researchers stated that they had seen those videos on social media more than television and websites. The video to which the researchers were subjected during the experiment dramatically provoked their emotions, as the searchers grew more distressed after following the video, but the researchers did not appear to be disgusted about the video's content. In sum, the video increased researchers' fear of coronavirus rather than their feelings of extreme anxiety and panic.

Keywords: Coronavirus, videos, physiological aspects, young people, emotions, attention, remembering

مقدمة الدراسة:-

تسعى وسائل الإعلام بشكل رئيس إلى التأثير في الجماهير، فقد كان يعتقد أن تلك الوسائل تمارس تأثير مباشر في المتلقين، وظهرت نظريات ونماذج مفسرة لهذا التأثير ومنها نظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد (Nwabueze & Okonkwo, ٢٠١٨). ولما كانت نظريات التأثير المباشر تبالغ في تقدير الأثر الذي يمكن لوسائل الإعلام أن تحدثه، ظهرت نظريات أخرى تؤكد على أن تأثير وسائل الإعلام انتقائي؛ وذلك باعتبار أن الجمهور ليس متجانسا ومن ثم لا يستجيب للرسائل الإعلامية بنفس الدرجة، ومن أمثلة هذه النظريات: الفروق الفردية والفئات الاجتماعية (Oliver, ٢٠٠٢)، واتفاقًا مع ذلك، ظهرت نظريات أخرى تذهب إلى أن تأثير وسائل الإعلام يعتبر غير مباشر وغير آني، ومن أمثلة تلك النظريات: الاستخدامات والإشباعات (Rubin, ٢٠٠٩)، ترتيب الأولويات (McCombs, Shaw, & Weaver, ٢٠١٣)، الاعتماد على وسائل الإعلام (Jung, ٢٠١٧).

وقد اتجهت الدراسات الإعلامية في النصف الثاني من القرن العشرين إلى توظيف المبادئ التي قامت عليها مدرسة سكينر Skinner السلوكية (المثير والاستجابة)، حيث ظهرت نماذج الاتصال متماشية مع تلك المدرسة، ومن أمثلتها نموذج لازويل Lasswell، ونموذج شانون ويفر Shannon and Weaver .

ويعتبر فحص تأثير وسائل الإعلام في الجمهور من المجالات التي تحظى باهتمام كبير من قبل الباحثين، ومع ذلك يلاحظ أن معظم الباحثين -في المنطقة العربية- أولوا اهتماماً كبيراً بقياس أثر وسائل الإعلام فيما يتعلق بالقضايا السياسية والاجتماعية ، في حين قل الاهتمام بإجراء الدراسات التي تقيس أثر وسائل الإعلام في الجوانب النفسية للجمهور، وربما لم يقتصر الأمر على الجوانب النفسية فحسب وإنما شمل أيضاً الجوانب الفسيولوجية.

ومنذ بداية العام ٢٠٢٠، يتعرض العالم إلى كارثة صحية كبيرة تمثلت في إنتشار فيروس كورونا والذي تسبب في وفاة عدد كبير من الأشخاص في العالم، حيث أحدثت تلك الكارثة تأثيرات ملحوظة في كافة مجالات الحياة (الصحية، والاقتصادية،والاجتماعية،والسياسية)، واضطرت العديد من الدول إلى فرض حظر التجوال ومنع الإتصال الشخصي بين المواطنين إلا بضوابط محددة. وفي مصر، تم الإعلان عن اكتشاف الحالة الأولى المصابة بفيروس كورونا في شهر مارس عام ٢٠٢٠، ثم أعلنت منظمة الصحة العالمية كورونا وباء في مصر، وقد اتخذت الحكومة المصرية قرارات إغلاق المتنزهات والأماكن الترفيهية والمؤسسات غير الحيوية، كما فرضت ارتداء الكمامات، وتخفيض أعداد الموظفين في المؤسسات الحكومية، وطالبت المواطنين بالالتزام بالتباعد الاجتماعي وذلك كإجرآت للحد من انتشار الفيروس في مصر. وخلال عامي ٢٠٢٠ ٢٠٢٢ تعرض عدد كبير من الأشخاص (قرابة ٥١٦,٠٢٣ شخصاً) في مصر إلى الإصابة بفيروس كورونا كما توفي عدد كبير من الأشخاص (قرابة ٢٤,٨٣٠ شخصاً) (WHO،بدون تاريخ)، وشاهد المواطنون صوراً ومشاهد مأساوية لأشخاص مصابين بفيروس كورونا وأيضاً لأشخاص تعرضوا للوفاة نتيجة الإصابة

بالفيروس. ومن ثم، فمن المتوقع أن تترك تلك المشاهد والصور تأثيرات نفسية وفسيولوجية على الجمهور.

ويعتبر علم النفس الفسيولوجي مزيج من علم وظائف الأعضاء وعلم الأحياء وعلم النفس (Kroeber-Riel ١٩٧٩). وتوصف "المقاييس النفسية الفسيولوجية " بأنها مقاييس أساسية للغاية وغير متحيزة وحساسة لرد فعل الفرد تجاه المثير، حيث لا تخضع ردود الفعل اللاإرادية للسيطرة الطوعية، و لا يمكن للأفراد التساؤل عن ردود أفعالهم الحقيقية تجاه الرسائل الإعلامية (Stewart and Furse 1982، p ٢، وردت في Wang and Minor، ٢٠٠٨). ومن أمثلة المقاييس النفسية الفسيولوجية المستخدمة بشكل متكرر في الدراسات الإعلامية: معدل توصيل الجلد (skin conductance)، وتتبع حركة العين (eye tracking)، والتصوير بالرنين المغناطيسي الوظيفي (Functional magnetic resonance imaging)، ومخطط الدماغ الكهربي (electroencephalogram)، واستجابة معدل ضربات القلب (heart rates) معدل النبض (pulse rate)، استجابة الجلد الكهربائية (Electrodermal Screening)، ويسمى أيضاً (Galvanic Skin Testing)، درجة حرارة الجلد (skin temperature)، نشاط عضلات الوجه (facial muscles)، معدل ضغط الدم (blood pressure)، اتساع حدقة العين (dilation).

كما تشمل مقاييس التأثيرات الفسيولوجية أيضاً: وميض العينين (blinking of the eyes)، حركة الرأس للأمام (head movement forward)، رفع الكتفين وسحبهما للأمام (raising and drawing forward of the shoulders)، حركة الذراعين العلويين (abductions of the upper arms)، ثني المرفقين (bending of the elbows)، كبح الذراعين السفليين (pronation of the lower arms)، ثني الأصابع (flexion of the fingers)، الحركة الأمامية للجذع (forward movement of the trunk)، تقلص البطن (contraction of the abdomen)، وثني الركبتين (bending of the knees) (Landis & Hunt، ١٩٣٩، ص ٢١).

ويتم التعرف على مشاعر الجمهور تجاه محتوى إعلامي من خلال قياس موصولية الجلد، وتعمل استجابة موصولية الجلد، والتي يشار إليها أيضًا باسم استجابة الجلد الجلفانية ، وفقًا للافتراض الأساسي بأن الجلد يصبح موصلًا جيدًا للكهرباء عندما تستثير بعض المنبهات الخارجية شعور الفرد. حيث تعتبر الإثارة مؤشراً قوياً يدل على الانتباه والتذكر، ويشيع استخدام هذا المقياس لأنه يمتاز بسهولة القياس والتقدير والحساسية للتغيرات (Lykken & Venables, ١٩٧١). أيضًا، يعد قياس معدل ضربات القلب أسلوب آخر لقياس معدل الانتباه للرسائل الإعلامية.

فيرتبط انخفاض معدل ضربات القلب بزيادة الانتباه إلى الرسائل الإعلامية، في حين يرتبط ارتفاع معدل ضربات القلب بزيادة الاستثارة العاطفية (Lang, ١٩٩٤). وعندما يشعر الشخص بمشاعر إيجابية تتسارع لديه ضربات القلب، وعندما يشعر بمشاعر سلبية تتباطؤ

ضربات القلب، كما أن الرسائل ذات المحتوى الصعب ترتبط بمعدل ضربات سريع للقلب أكثر من الرسائل ذات المحتوى السهل (Lang, ١٩٩٤).

أما مخطط الدماغ الكهربي electroencephalogram فهو مقياس مباشر لنشاط الجهاز العصبي المركزي المرتبط بمعالجة المعلومات في المخ (Potter & Bolls, ٢٠١٢).

ويستعين الباحثون بالمقاييس النفسية والعقلية إلى جانب المقاييس الفسيولوجية، ومن أمثلة تلك المقاييس: التقرير الذاتي (self-report)، وقياس الاستجابة المستمرة (Continuous response measurement)، وقائمة الأفكار (Thought listing) والمعروف أيضًا باسم التفكير بصوت مرتفع (think aloud)، ووقت رد فعل المهام الثانوية (Secondary task reaction time)، ومقاييس الذاكرة (measures of memory) (لمزيد من المعلومات حول تلك المقاييس يمكنك قراءة Graham & Mazer, ٢٠١٩).

وعندما يرغب الباحثون في الحصول على مؤشر ديناميكي للمعالجة المعرفية للرسائل الإعلامية، فإنهم يميلون إلى قياس معدل ضربات القلب ، وأحيانًا قياس مخطط كهربية الدماغ. أما عندما يريدون دراسة مشاعر الجمهور، فغالبًا ما يتم قياس معدل توصيل الجلد أو تخطيط كهربية عضلات الوجه (Potter & Bolls, ٢٠١٢).

وعندما يتعرض الفرد لوسائل الإعلام فإنه يبدي اهتمامًا ببعض الرسائل ولا يبدي الاهتمام نفسه برسائل أخرى، وهذا ما يؤكد على أن تعرض الجمهور للرسائل الإعلامية يعتبر انتقائيًّا. ولكن، في المجمل، بعد أن ينتبه المتلقي للرسالة الإعلامية، يقوم بترميزها وتخزينها في الذاكرة، ثم يحدث بعد ذلك استدعاء لتلك الرسالة من الذاكرة. ويؤثر في تلك العمليات - إلى حد ما - المشاعر التي تنتاب الجمهور عند تلقي الرسالة.

ويتم التأكيد دائماً على أن مشاعر الجمهور لا يمكن أن تنفصل عن جوانبهم الإدراكية، أي أن هناك ارتباطًا بين مشاعر وعقل وجسد الفرد (Potter and Bolls, ٢٠١٢).

وإدراكًا لأهمية قياس التأثيرات النفسية والفسيولوجية للرسائل الإعلامية، قامت العديد من الجامعات في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية بتأسيس مراكز متخصص في مجال علم النفس الإعلامي وفسيولوجيا الإعلام مثل (Media Psychophysiology Research Group) في جامعة تكساس تيك، كما قامت الجامعات بتأسيس معامل متخصص تقوم بتوظيف المقاييس الفسيولوجية المختلفة ومنها (PHYSIOLOGY AND COMMUNICATION EFFECTS LAB) في جامعة ويسكونسن، ومن العلماء البارزين في هذا المجال البحثي (Annie Lang) الأستاذة في جامعة انديانا في الولايات المتحدة الأمريكية والتي قامت بإجراء عشرات من الدراسات الخاصة بقياس التأثيرات الفسيولوجية للرسائل الإعلامية، كما قامت بتأليف كتاب بعنوان (Measuring Psychological Responses To Media Messages)، كما أن الكتاب الذي ألفه كل

من (Robert F. Potter & Paul Bolls) يعتبر من المراجع الرئيسة التي يتم الاعتماد عليها عند إجراء الدراسات المعتمدة على المقاييس الفسيولوجية في مجال الإعلام. كما يمكن للباحثين الاسترشاد بآراء المتخصصين في مجال الفسيولوجيا وذلك من خلال التكتل الذي يجمع الخبراء في هذا المجال والذي يطلق عليه (The Society for Psychophysiological Research).

مشكلة الدراسة:-

تبث وسائل الإعلام العديد من الصور والعناصر المرئية والتي لها أثر كبير في الجمهور، وأثناء أزمة فيروس كورونا العالمي تعرض جمهور وسائل الإعلام إلى صور وفيديوهات تتضمن مشاهد عنيفة ومأساوية ومروعة، ومن ثم تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في الآثار الفسيولوجية الناتجة عن مشاهدة المبحوثين للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا، وكذلك المشاعر التي تثيرها تلك الفيديوهات، فضلاً عن قدرة أفراد الجمهور على تذكر وتداعي تلك الصور والعناصر المرئية.

أهمية الدراسة:-

- تنبع أهمية الدراسة من كونها مرتبطة بجائحة كورونا والتي أحدثت تأثيرات شديدة شملت جميع مناحي الحياة وأثرت على المواطنين في جميع دول العالم.
- تعتبر الدراسة الحالية من أولى الدراسات التي يتم فيها استخدام المقاييس الفيسيولوجية والتي ترتبط بقياس تأثير الرسائل الإعلامية (والتي تشمل معدل ضغط الدم، معدل ضربات القلب، معدل التنفس) (مهنى، ١٩٨٤).
- تسهم الدراسة الحالية بجانب كبير على المستوى المنهجي في مجال بحوث قياس تأثيرات وسائل الإعلام media effects والذي حظي باهتمام قليل في البحوث العربية.
- تمثل الدراسة الحالية أحد أشكال البحوث البينية حيث تربط بين مجالي علم الإعلام والطب، وهو ما يؤكد على الحاجة إلى إجراء المزيد من هذه النوع من الدراسات مما يسهم في تطوير مداخل نظرية وأساليب بحثية جديدة.

أهداف الدراسة:-

سعت الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- قياس مدى متابعة الشباب الجامعي للفديوهات الخاصة بفيروس كورونا.
- التعرف على التأثيرات الفسيولوجية الناتجة عن متابعة الشباب الجامعي للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا.
- الكشف عن المشاعر التي يشعر بها الشباب الجامعي عند مشاهدة الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا.
- قياس مدى تذكر الشباب الجامعي لمحتوى الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا.

فروض الدراسة:-

اختبرت الدراسة الحالية الفروض التالية:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل خوف المبحوثين من فيروس كورونا وبين التغيرات الفسيولوجية الناتجة عن مشاهدة الفيديو.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إصابة الشخص بفيروس كورونا من قبل وبين استجابته الفسيولوجية للفيديو.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين لمحتوى الفيديو قبل التجربة وبين مدى تأثرهم به فسيولوجيً.
- توجد فروق إحصائية بين المبحوثين من الذكور والإناث في مستوى تأثرهم بالفيديو فسيولوجيًّا وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستجابات الفسيولوجية للمبحوثين وفقاً لمتغير النطاق الجغرافي (ريف، حضر).
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تذكر المبحوثين لمحتوى الفيديو وبين استجابتهم الفسيولوجية.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاستثارة العاطفية لدى المبحوثين وبين استجابتهم الفسيولوجية للفيديو.

الدراسات السابقة:-

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور هي:

١. علاقة الجوانب الفسيولوجية بالوسيلة الإعلامية.
٢. علاقة الجوانب الفسيولوجية بالمحتوى الإعلامي.
٣. علاقة الجوانب الفسيولوجية بالإدراك والانتباه والتذكر.

□ المحور الأول: علاقة الجوانب الفسيولوجية بالوسيلة الإعلامية.

(أ) الأهداف: قام (Gantiva et al., ٢٠٢١) بقياس الإستجابات الفسيولوجية الناتجة عن رؤية وجوه الأشخاص التي تظهر في الرسوم التعبيرية (إيموجي). بينما سعت دراسة (Dunaway & Soroka, ٢٠٢١) إلى فحص ما إذا كانت شاشات الهاتف الذكي ذات الحجم الصغير تحد من الانتباه والإثارة العاطفية لدى المشاهدين. وقام (Zhu et al., ٢٠٢٠) بفحص التأثيرات الفسيولوجية الناتجة عن قراءة المحتوى الإعلامي على وسيط قريب (جهاز لوحي في مقابل شاشة الكمبيوتر). واستهدف (Kirkwood & Minas, ٢٠٢٠) قياس الاستجابات الفسيولوجية للمبحوثين عند قراءة عناوين الأخبار (الصحيحة والمزيفة) على شبكات التواصل الاجتماعي. بينما سعت دراسة (Ouvrein, Vandebosch, & De Backer, ٢٠٢٠) إلى قياس ردود الفعل الفسيولوجية لقراءة البالغين للنقد اللاذع الذي يتعرض له المشاهير على وسائل التواصل الاجتماعي. واهتم (Alhabash et al., ٢٠١٩) بقياس الاستجابات

الفسيولوجية للمبحوثين عند استخدام الأدوات التفاعلية التي يتيحها موقع فيسبوك. وافترضت دراسة (Nabi et al., ٢٠١٦) أن التعرض الكثيف للإعلام سيرتبط بانخفاض مستوى هرمون الكرتيزول لدى أفراد الجمهور. بينما قارن (Shalom et al., ٢٠١٥) الأثر الفسيولوجي للاتصال الشخصي مقارنة بالاتصال من خلال الكمبيوتر. اهتم (Yeykelis, Cummings، & Reeves, ٢٠١٤) بفحص الآثار الفسيولوجية الناتجة عن التنقل بين أداء مهام العمل والمهام الترفيهية التي يؤديها الفرد على جهاز الكمبيوتر. وفحص (Mauri et al., ٢٠١١) الاستجابات الفسيولوجية لقراءة المواد المنشورة على موقع فيسبوك.

(ب) <u>الجوانب المنهجية:</u> ب-١ العينة: تمثل حجم العينة في ٦٥ مفردة (Camerini et al.، ٢٠٢٢)، ١١٣ مبحوث (Dunaway & Soroka, ٢٠٢١)، ١٢ مبحوث (Yeykelis, Cummings، & Reeves, ٢٠١٤). ب-٢ المثير: قصص حقيقية ومزيفة (Kirkwood & Minas, ٢٠٢٠). ب-٣ المقاييس الفسيولوجية: معدل ضربات القلب والنشاط الكهربي للجلد (Camerini et al.، ٢٠٢٢)، معدل ضربات القلب، معدل توصيل الجلد، حركة مفاصل الوجه (Alhabash et al., ٢٠١٩)، معدل التنفس، اتساع حدقة العين، حركة المفاصل، معدل ضربات القلب، معدل توصيل الجلد، معدل العرق (Mauri et al., ٢٠١١).

(ج) <u>النتائج:</u> تغير معدل ضربات القلب أثناء انتظار مستخدم الواتساب الرد على الرسالة أكثر من أثناء كتابة الرسالة، في حين لم يتغير معدل ضربات القلب أثناء قراءة الرسائل الإيجابية والسلبية (Camerini et al.، ٢٠٢٢). في حين وجد (Dunaway & Soroka, ٢٠٢١) أن معدل ضربات القلب انخفض مع استخدام المبحوثين لشاشة صغيرة لمشاهدة المحتوى الإعلامي، وبالعكس، لم يتناقص معدل توصيل الجلد بتناقص حجم شاشة الجهاز المستخدم في قراءة المحتوى الإعلامي. وتشير نتائج (Gantiva et al., ٢٠٢١) إلى زيادة حركة عضلة الوجه الدالة على الابتسامة (zygomatic muscle) عند مشاهدة وجه ايموجي مبتسم، وفي المقابل لوحظ زيادة حركة العضلة الدالة على الغضب (corrugator muscle) أثناء مشاهدة ايموجي ذو وجه غاضب. وأشار (Kirkwood & Minas, ٢٠٢٠) إلى أن الأخبار الكاذبة أدت إلى إحداث استجابة عاطفية أكبر من الأخبار الصحيحة، وأدت مشاركة المبحوثين لمقال ما وإضافة رأيهم حول هذا المقال على شبكات التواصل الاجتماعي إلى زيادة معدل ضربات القلب. بينما وجد (Ouvrein, Vandebosch, & De Backer, ٢٠٢٠) أن معدلات ضربات القلب تغيرت لدى المبحوثين أثناء قراءة البوستات الهجومية على المشاهير، وفي المقابل لم تتغير معدلات ضربات القلب لدى المبحوثين عند قراءة تعليقات المشاهير على شبكات التواصل الاجتماعي، كما ارتفع معدل موصولية الجلد أثناء قراءة المبحوثين للبوستات الهجومية على المشاهير ولم يتغير معدل موصولية الجلد أثناء قراءتهم لتعليقات المشاهير. وتوصل (Zhu et al., ٢٠٢٠) إلى أن قراءة أخبار الجريمة على الهواتف الذكية أدت إلى زيادة تباطؤ معدل ضربات القلب والشعور بالاندماج، مقارنة بقراءة تلك القصص على أجهزة الكمبيوتر المكتبية. ولاحظ (Alhabash et al., ٢٠١٩) أن ضغط مستخدمي فيسبوك على

زر الإعجاب وكذلك تحديث حالة حسابهم صاحبه تغير في معدل ضربات القلب وموصولية الجلد.في حين بينت دراسة (Nabi et al., ٢٠١٦) أن استخدام الألعاب أدى إلى ارتفاع مستوى الكورتيزول، في حين سماع الموسيقى أدى إلى انخفاض الكورتيزول. وأوضح (Shalom et al., ٢٠١٥) أن المبحوثين شعروا بزيادة الاستثارة الفسيولوجية (موصولية الجلد) تحسبا للاتصال الشخصي أكثر من الاتصال عبر الكمبيوتر. ووجد (Yeykelis, Cummings،Reeves & , ٢٠١٤) أن الانتقال من قراءة محتوى متعلق بالعمل -على شاشة الكمبيوتر- إلى مشاهدة محتوى ترفيهي أدى إلى زيادة معدل توصيل الجلد. لاحظ (Rooney, Benson،Hennessy & , ٢٠١٢) ارتفاع معدل ضربات القلب لدى المبحوثين الذين شاهدوا الفيلم ثلاثي الأبعاد (D٣) بدرجة أعلى من الذين شاهدوا الفيلم ثنائي الأبعاد (D٢). ووجد (Mauri et al., ٢٠١١) أن معدل موصولية الجلد وصل إلى أعلى مستوى عند التعرض لموقف الضغط النفسي، وكان أقل أثناء موقف الاسترخاء، في المقابل حدث تغير في معدل ضربات القلب أثناء موقف الاسترخاء.

المحور الثاني: علاقة الجوانب الفسيولوجية بالمحتوى الإعلامي.

(أ) <u>الأهداف</u>: افترض (Han, Lang, & Amon, ٢٠٢٢) أن الأفراد الذين يشاهدون التلفزيون بشكل فردي سيرتفع لديهم معدل موصولية الجلد أثناء مشاهدة مقاطع الفيديو السلبية مقارنة بمقاطع الفيديو الإيجابية. بينما إختبرت دراسة (Meinel & Bullerjahn, ٢٠٢٢) الآثار الفسيولوجية الناتجة عن إضافة موسيقى تصويرية إلى مشاهد أفلام الرعب. واهتم (Clayton et al., ٢٠٢١) بمقارنة الآثار الفسيولوجية للفيديوهات ذات المحتوى الجاد والمحتوى الفكاهي. وقد قام (Bakker et al., ٢٠٢١) بقياس أثر الخطابات السياسية على الجوانب الفسيولوجية لدى الجمهور. وعنيت دراسة (Clayton et al., ٢٠٢٠) بفحص الاستجابات الفسيولوجية نحو الإعلانات المستخدمة في حملات مكافحة الإدمان. واهتم (Zhu et al., ٢٠٢٠) بقياس أثر القرب المكاني للقصص الإخبارية (القصص المحلية في مقابل الدولية على الاستجابات الفسيولوجية لدى الجمهور. سعى (Rieger & Bente, ٢٠١٨) إلى قياس تأثير مشاهدة الجمهور للفيديوهات الفكاهية على مستوى هرمون الكورتيزول. وقارن (Lynch et al., ٢٠١٥) بين الاستجابات الفسيولوجية لفيديو يتضمن خبر عن الحرب وآخر عن السلام. وقام (Renshon, Lee, & Tingley, ٢٠١٥) بقياس التأثيرات الفسيولوجية للقرارات السياسية. واهتم (Fernández et al., ٢٠١٢) بقياس الآثار الفسيولوجية لمشاهدة مقاطع أفلام تحتوي على مشاعر مختلفة. وافترض (Wise et al., ٢٠٠٩) أن القصص الإخبارية التي تحتوي على التهديدات الصحية شديدة القرب تؤدي إلى تباطؤ معدل ضربات القلب بشكل أكبر من القصص الإخبارية التي تحتوي على تهديدات صحية في مناطق بعيدة. وسعى (Gilissen et al., ٢٠٠٧) إلى قياس الجوانب الفسيولوجية الناتجة عن مشاهدة الأطفال فيديوهات عنيفة، وأثر وجود الوالدين على وقوع تلك التأثيرات. وقام (Carnagey

al., ٢٠٠٧) بقياس الاستجابات الفسيولوجية الناتجة عن استخدام لعبة عنيفة إلى جانب مشاهدة فيديوهات تحتوي مشاهد عنف واقعية.

(ب) <u>الجوانب المنهجية:</u> ب-١ العينة: تم تطبيق الدراسة على ٢٩ مبحوث (Meinel & Bullerjahn,٢٠٢٢)، ٦٠ مبحوث (Rieger & Bente, ٢٠١٨)، ٧٨ مبحوث (Gilissen et al., ٢٠٠٧). ب-٢ المثير: استخدام محتوى إيجابي وسلبي (Dunaway & Soroka, ٢٠٢١)، قصص عنيفة وغير عنيفة(Maass et al., ٢٠١٠). ب-٣ المقاييس الفسيولوجية: معدل ضربات القلب، توصيل الجلد، تعبيرات الوجه (Bakker et al., ٢٠٢١)، تدفق الدم في الوجه، تدفق الدم في الجلد، معدل ضربات القلب وكذلك معدل ضغط الدم (Ishii et al., ٢٠١٥)، قياس ضربات القلب وهرمون الكورتيزول (Maass et al., ٢٠١٠)، معدل ضربات القلب، معدل توصيل الجلد، النشاط الكهربي للجلد (Gilissen et al., ٢٠٠٧).

(ج) <u>النتائج:</u> توصل (Meinel & Bullerjahn,٢٠٢٢) إلى أن معدل ضربات القلب وكذلك معدل توصيل الجلد ارتفع لدى المبحوثين الذين شاهدوا مقاطع الفيديو غير المصحوب بموسيقى تصويرية، في حين لم يتغير معدل ضربات القلب وتوصيل الجلد أثناء مشاهدة الفيلم المصحوب بموسيقى تصويرية. بينما وجد (Han, Lang, & Amon, ٢٠٢٢) أنه حدث تزامن أقوى بين الاستجابات الفسيولوجية للمبحوثين عند متابعة الرسائل السلبية أكثر من الرسائل الإيجابية. وتبين (Dunaway & Soroka, ٢٠٢١) أن ردود فعل الجمهور تزيد نحو المحتوى السلبي أكثر من الإيجابي وبخاصة عندما يتابع المبحوثون المحتوى الإعلامي على شاشة كبيرة. كما أشار (Clayton et al., ٢٠٢١) إلى أن مقاطع الفيديو ذات المضمون الجاد أدت إلى زيادة معدل توصيل الجلد و تباطؤ معدل ضربات القلب مقارنة بالفيديوهات الفكاهية. وقد لاحظ (Bakker et al., ٢٠٢١) أن معدل ضربات القلب يقل عندما يركز المبحوثون على متابعة المضمون السياسي. وأشار (Clayton et al., ٢٠٢٠) إلى أن المبحوثين المدخنين قاوموا الرسائل التحذيرية من التدخين ، واتضح ذلك من خلال ارتفاع معدل ضربات القلب لديهم. ووجد (Zhu et al., ٢٠٢٠) أنه لم يكن للقرب المكاني للقصة الإخبارية تأثير كبير في تغير معدل ضربات القلب، في حين أدت قراءة أخبار الجريمة المحلية إلى زيادة توصيل الجلد أكثر من الأخبار الدولية. وأشار (Rieger & Bente, ٢٠١٨) إلى أنه لم يحدث تغير في مستوى الكورتيزول كرد فعل لمشاهدة الفيديو الترفيهي الفكاهي والفيديو الترفيهي الذي يقدم رسالة للجمهور، في حين انخفض مستوى الكورتيزول أثناء مشاهدة الفيديو المحايد الذي لا يثير مشاعر الجمهور. أما (Ishii et al., ٢٠١٥) فقد وجد إنخفاض تدفق الدم في الوجه بعد متابعة الفيديو الكوميدي مقارنة بمتابعة الفيديو الذي لا يستثير أي عواطف، في حين لم يتغير معدل ضربات القلب ولا ضغط الدم بعد مشاهدة تلك الفيديوهات. وتوصل (Lynch et al., ٢٠١٥) إلى أن معدل ضربات القلب ارتفع بعد مشاهدة القصة الخاصة بالحرب أكثر من القصة الخاصة بالسلام. ووجد (Renshon, Lee, & Tingley, ٢٠١٥)

أن الفيديوهات التي تتضمن محتوى مثير للقلق تزيد من معدل الاستثارة (توصيل الجلد). ووجد (Fernández et al., ٢٠١٢) أن الأفلام المحزنة (تراجدي) أدت إلى تغير معدل ضربات القلب، كما أن الأفلام المخيفة تحدث استجابات أكبر بكثير مقارنة بالأفلام المحايدة (التي لا تستثير أي مشاعر).وأشارت دراسة (Maass et al., ٢٠١٠) إلى أن معدل ضربات القلب ارتفع بين المبحوثين الذين شاهدوا ألعاب الفيديو أكثر من الذين شاهدوا المحتوى التلفزيوني، بينما توجد فروق في مستوى هرمون الكورتيزول بين الذين شاهدوا فيلمًا عنيفًا والذين لعبوا لعبة فيديو غير عنيفة. وتوصل (Wise et al., ٢٠٠٩) إلى انخفاض معدل ضربات القلب لدى المبحوثين الذين قرؤوا القصص الإخبارية التي تتناول تهديدات صحية في أماكن قريبة منهم، ولم يكن للقرب المكاني أثر على موصولية الجلد أو حركة عضلات الوجه. وأشار (Carnagey al., ٢٠٠٧) إلى ارتفاع معدل ضربات القلب لدى المبحوثين بعد لعب لعبة فيديو عنيفة، في المقابل لم تتغير درجة استجابة الجلد قبل وبعد مشاهدة الفيديوهات العنيفة. بينما توصل (Gilissen et al., ٢٠٠٧) إلى أن معدل ضربات القلب انخفض لدى الأطفال أثناء مشاهدة الفيديوهات ذات المحتوى المخيف -سواء في ظل وجود أو عدم وجود الوالدين- بينما ارتفع معدل توصيل الجلد أثناء المشاهدة.

□ المحور الثالث: علاقة الجوانب الفسيولوجية بالإدراك والفهم والتذكر.

(أ) الأهداف: سعى (Li et al., ٢٠٢٢) إلى فحص أثر بيئة القراءة (هادئة/صاخبة) وطبيعة المادة المقروءة (علمية/فكاهية) على الأنشطة العقلية للفرد (فهم/تذكر). وافترض (Liu, ٢٠٢٢) أن الصور المتحركة تثير اهتمامًا أكبر وكثافة تحفيزية أكثر من الصور الثابتة. وفحص (Oh & Hwang, ٢٠٢١) الافتراض القائل بأن القصص الإخبارية التفاعلية حول فيروس كورونا تثير الشعور بالخوف أكثر من القصص الإخبارية غير التفاعلية. بينما سعت دراسة (Ciceri et al., ٢٠٢٠) إلى قياس مدى قدرة المبحوثين على تذكر محتوى الإعلانات عند عرضها على وسائط مختلفة. وافترضت دراسة (Alghowinem et al., ٢٠١٩) أن الفيديوهات الناطقة بالعربية لها أثر فسيولوجي أكبر من تلك الناطقة بالإنجليزية. وقد سعى (Wise, Kim, & Kim, ٢٠٠٩) إلى قياس أثر قيام المبحوثين بالبحث والتصفح للأخبار المنشورة على شبكة الانترنت على استجاباتهم الذهنية والعاطفية.

(ب) الجوانب المنهجية: ب-١ العينة: تم تطبيق الدراسة على ٨٧ مبحوثاً (Liu, ٢٠٢٢)، ٧٢ مبحوث (Ciceri et al., ٢٠٢٠). ب-٢ المثير: صور إيجابية وسلبية (Liu, ٢٠٢٢). ب-٣ المقاييس الفسيولوجية: النشاط الكهربي للمخ، تتبع حركة عين القارئ (Ciceri et al., ٢٠٢٠)، تعبيرات الوجه ، اتساع حدقة العين، حركة الرأس، معدل توصيل الجلد (Alghowinem et al., ٢٠١٩).

(ج) النتائج: أشار (Li et al., ٢٠٢٢) إلى أنه على الرغم من أن المحتوى العلمي أصعب في الفهم فإنه يعتبر أيسر في التذكر مقارنة بالمحتوى الفكاهي. توصل (Liu, ٢٠٢٢) إلى أن

الصور المتحركة أثارت انتباه المبحوثين بصورة كبيرة أكثر من الصور الثابتة، كما أثارت الصور السلبية أيضًا كثافة تحفيزية أكبر ولكنها كانت أقل قابلية للتذكر من الصور الإيجابية. وأشار (Dunaway & Soroka, ٢٠٢١) إلى أن الإدراك الذهني للقصص الإخبارية يقل كلما صغر حجم الشاشة المستخدمة في قراءة المحتوى الإعلامي. ووجد (Oh & Hwang, ٢٠٢١) أن مستوى الشعور بالخوف ارتفع لدى المبحوثين الذين تعرضوا للرسوم التوضيحية التفاعلية الخاصة بفيروس كورونا أكثر من الرسوم غير التفاعلية. ووجد (Ciceri et al., ٢٠٢٠) أن عين القارئ تتجه نحو الإعلان المنشور في الصحيفة المطبوعة أكثر من الإعلان المعروض على شاشة الكمبيوتر، كما وجد أن معدل تذكر المبحوثين للإعلان المعروض على شاشة التابلت أكبر من الإعلان المعروض على شاشة الكمبيوتر. وبينت دراسة (Alghowinem et al., ٢٠١٩) أن الفيديوهات الناطقة بالإنجليزية لها قدرة على الاستثارة العاطفية أكثر من الفيديوهات العربية، كذلك، يوجد تغير شديد في درجة توصيل الجلد باختلاف الشعور العاطفي الذي يثيره الفيديو. وأشار (Wise, Kim, & Kim, ٢٠٠٩) إلى أن الأخبار التي حصل عليها المبحوثون من خلال البحث (searching)أدت إلى زيادة تسارع معدل ضربات القلب، توصيل الجلد، نشاط عضلات الوجه.

التعليق على الدراسات السابقة:-

- تقل الدراسات العربية التي تعنى بقياس الاستجابات الفسيولوجية لجمهور وسائل الإعلام.
- استعانت الغالبية العظمى من الدراسات بالتجربة كأداة لجمع البيانات، في حين يقل الاعتماد على أساليب التقرير الذاتي كالاستبيان.
- بالرغم من تعدد المقاييس الفسيولوجية، إلا أن معدل ضربات القلب ومعدل توصيل الجلد تأتي في مقدمة المقاييس المطبقة في الدراسات السابقة.
- قل عدد الدراسات التي تفحص الاستجابات الفسيولوجية الخاصة بمشاهدة الفديوهات الخاصة بفيروس كورونا.
- يقل توظيف الباحثين لأساليب التحليل الكيفي كما يقل الاعتماد على المقابلات وحلقات النقاش المركزة في جمع البيانات.
- معظم الدراسات السابقة وظفت نموذج السعة المحدودة لمعالجة الرسائل الوسيطة The Limited Capacity Model of Mediated Message Processing.
- هناك دراسات سابقة تم تطبيقها على الذكور فقط (**Renshon, Lee, & Tingley, 2015**) أو الإناث فقط (**Zhu et al., 2020**)، وذلك مراعاة للتجانس بين المبحوثين كشرط من شروط الدراسات التجريبية.
- يلاحظ اهتمام الباحثين بقياس الأثر الفسيولوجي للرسائل الإعلامية على الجمهور ولم يتم قياس ذلك الأثر على القائمين بالاتصال.

مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة:-

- أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى أن الأدوات المستخدمة في قياس التأثيرات الفسيولوجية تعتبر مكلفة وتتطلب المعرفة بطرق استخدامها، ومن ثم فقد قام الباحث بقياس الجوانب الفسيولوجية للمبحوثين شخصًا بعد شخص.
- تم تطبيق الدراسات السابقة على عينة ذات حجم صغير حتى يتمكن الباحث من ضبط التصميم التجريبي والتأكد من دقة نتائج الدراسة، ومن ثم فقد تم تطبيق الدراسة الحالية على عينة ذات حجم صغير قوامها ٥٠ مفردة.
- تم تطبيق معظم الدراسات الخاصة بقياس الاستجابات الفسيولوجية على الشباب الجامعيين باعتبار أنهم متجانسون ومتاحون، ومن ثم فإن الدراسة الحالية تم تطبيقها على عينة من الشباب الجامعي.
- اختبرت معظم الدراسات السابقة التأثير الخاص بالصور والعناصر المرئية أكثر من المحتوى النصي، ولذا فإن الدراسة الحالية تركز على دراسة تأثير العناصر المرئية (تحديداً الفيديو).
- عنيت العديد من الدراسات السابقة بفحص المشاعر التي تثيرها الرسائل الإعلامية المختلفة، ومن ثم فإن الدراسة الحالية فحصت الجوانب العاطفية المترتبة على رؤية المبحوثين للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا.
- سعت بعض الدراسات إلى قياس مدى تذكر المبحوثين لمحتوى الرسائل الإعلامية، ولذا فإن الدراسة الحالية سعت إلى قياس مدى تذكر المبحوثين لمحتوى الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا.

مفاهيم الدراسة:-

- الجوانب الفسيولوجية: تتمثل في الجوانب الجسدية والتي تشمل ضغط الدم، ضربات القلب، العرق، ومعدل التنفس.
- الفيديوهات الخاصة بجائحة كورونا: تشمل الفيديوهات التي ترصد مشاهد من الآثار المترتبة على فيروس كورونا بما في ذلك مشاهد المرضى في المستشفيات أو مشاهد الموتى وغيرها من المشاهد المروعة.
- الشباب: ويقصد بهم الشباب الجامعي ممن يدرسون في الجامعات الحكومية المصرية ممن يبلغ عمرهم ما بين ١٨ إلى ٢٢ عامًا.
- التذكر: يقصد به مدى قدرة الشخص على استرجاع المعلومات والتفاصيل المتضمنة في الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا.

تساؤلات الدراسة:-

سعت الدراسة الحالية إلى تقديم إجابات للتساؤلات التالية:

- إلى أي مدى يتعرض الشباب الجامعي إلى الفيديوهات الخاصة بجائحة كورونا؟
- ما تأثير الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا على الجوانب الفسيولوجية لدى الشباب الجامعي؟
- ما المشاعر التي تثيرها الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا لدى الشباب الجامعي؟
- ما مدى تذكر الشباب الجامعي للمعلومات المتضمنة في الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا؟

الإطار النظري للدراسة:-

وظفت الدراسة نموذج السعة المحدودة لمعالجة الرسائل الوسيطة limited capacity model of mediated message processing، وهو النموذج الذي يشرح كيفية معالجة المعلومات التي يتم نقلها من خلال الرسائل، وهو ما يساعد القائمين بالاتصال في صياغة الرسائل التي تنقل معلوماتهم بشكل أفضل، وكذلك يساعد النموذج على فهم كيف يمكن أن تحدث الرسائل آثارًا حقيقية. وللنموذج افتراضان رئيسيان: (١) البشر هم معالجو المعلومات: فالمهمة الرئيسية التي ينخرط فيها البشر هي معالجة المعلومات. (٢) قدرة الشخص على معالجة المعلومات محدودة: تتطلب معالجة الرسائل تخصيص سعة ذهنية ، ولا يمتلك الأشخاص سوى مجموعة محدودة (وربما ثابتة) من الوحدات العقلية. ويقترح هذا النموذج ثلاث عمليات فرعية رئيسية لمعالجة المعلومات: (أ) التشفير ؛ (ب) التخزين ؛ و (ج) الاسترجاع. ويشرح النموذج كيفية معالجة المعلومات، حيث يشير إلى أن الفرد يتلقى المعلومات من خلال المستقبلات الحسية، ثم يتم تخزين تلك المعلومات في الذاكرة، وأخيراً يقوم باسترجاع المعلومات التي تم تخزينها في الذاكرة (Lang, ٢٠٠٠).

- الترميز: هو فعل إنشاء تمثيل عقلي للمثير المحفز، أي إنها عملية اختيار المعلومات من البيئة لمزيد من المعالجة. والمستقبلون يختارون تلقائيًا (ودون وعي) الجوانب المهمة المتضمنة في الرسالة ويقومون بترميزها.
- التخزين: يُنظر إلى التخزين على أنه ارتباط للمعلومات المشفرة حديثًا بالمعلومات المخزنة مسبقًا. فكلما زادت روابط المعلومات الجديدة بالمعلومات القديمة ، كانت قدرة الإنسان على تخزينها أفضل. ولذا يقترح النموذج أن الأهمية التحفيزية تؤدي إلى التخصيص التلقائي (للسعة الذهنية) للتخزين في ذهن الإنسان.
- الاسترجاع: يعني استعادة المعلومات المخزنة مسبقًا.

ويؤدي كل من أهداف الفرد ، ومحتوى الرسالة ، وهيكل الرسالة باستمرار إلى تخصيص وإعادة تخصيص السعات الذهنية تلقائيًا وغير تلقائياً للعمليات الثلاث: الترميز والتخزين والاسترجاع.

ومع زيادة التنشيط (الاستثارة العاطفية)، يحتاج الفرد إلى تحويل سعاته الذهنية إلى مهمة معرفية ما (سواء القتال أو الفرار أو التجميد) (Lang, ٢٠٠٦).

ومن المعروف أن الوسائل والمحتويات والأهداف المختلفة ستؤدي إلى أنماط مختلفة من الاستجابات التحفيزية والمعرفية لدى الجمهور والتي ، بالتفاعل مع هيكل ومحتوى الرسائل والفروق الفردية بين مستخدمي وسائل الإعلام المختلفة، تحدد كيفية معالجة الرسالة ، بما في ذلك أجزاء الرسالة التي يتم التعامل معها وتشفيرها وتخزينها وتقييمها (Lang, ٢٠٠٦).

تخصيص السعات الذهنية أثناء الترميز، التخزين، والتذكر: يتم تخصيص السعات الذهنية بشكل مستقل أثناء الترميز والتخزين وذلك من خلال العمليات التلقائية وغير التلقائية.

ويتحكم الفرد في التخصيص اعتماداً على أهدافه وخياراته، أما التخصيص التلقائي فتتحكم فيه الرسالة. ويتضمن النموذج آليتين للتخصيص التلقائي هما : الاستجابة الموجهة والتفعيل التحفيزي. وتعتمد مدى الحاجة إلى هذه السعات الذهنية الإضافية على مقدار المعلومات الجديدة المقدمة للجمهور. فمع زيادة كمية المعلومات الجديدة المقدمة ، تزداد السعات الذهنية المطلوبة وتنخفض السعات المتاحة.

وينطوي النموذج على نظامين تحفيزيين مستقلين الأول هو الاشتهاء (الإقبال) والثاني هو الإعراض (التجنب). ويستجيب نظام الاشتهاء تلقائيًا للمحفزات والوظائف الإيجابية لدعم سلوك الإقبال مثل الانتباه إلى مثيرات المعلومات وجمعها. في حين يستجيب نظام الإعراض تلقائيًا للمثيرات والوظائف السلبية لدفع الضرر المحتمل وتجنب التهديدات الوشيكة. فعندما تصبح التهديدات أو الفرص أكثر إثارة ، أو وشيكة ، أو أقرب ، يزداد تنشيط النظام (الأنظمة) التحفيزية المناسبة. أما في بيئة محايدة - حيث لا توجد تهديدات ولا فرص - يُعتقد أن نظام الاشتهاء يكون أكثر نشاطًا من نظام الإعراض، وهي خاصية يشار إليها باسم الإزاحة الإيجابية (Lang et al., ٢٠١٣).

وعادةً يخصص الجمهور المزيد من السعات الذهنية للرسائل المقربة إليهم او المثيرة للاهتمام. فإذا كان الجمهور لا يحبون الرسالة ، فمن المحتمل أن يقللوا من الجهد المعرفي الذي يبذلونه لفهمها (Lang et al.، ٢٠٠٥).

وقت رد فعل المهام الثانوية (secondary task reaction time): يختلف وقت رد فعل المهام الثانوية أثناء التعرض للرسائل الإعلامية وفقًا للاختلاف بين السعات الذهنية المخصصة للترميز والسعات الذهنية التي تتطلبها الرسالة (Potter & Bolls, ٢٠١٢).

وإذا حدث رد فعل المهام الثانوية في وقت سريع وانخفض فهم الجمهور للرسائل فهذا يعني أن المعالجة المعرفية للرسائل أصبحت أصعب بسبب تخصيص سعات ذهنية أقل بكثير مما هو مطلوب بالفعل لتشفير الرسالة (Lang et al.، ٢٠٠٦).

ونظرًا لأن الفرد يخصص المزيد من السعات الذهنية لاسترجاع الرسائل الإعلامية، يتم ترك نسبة أقل من السعات الذهنية المحدودة لاستخدامها في ترميز مفصل للرسالة. وبالمثل ، نظرًا لتخصيص المزيد من السعات الذهنية لترميز المعلومات التفصيلية الواردة في محتوى الرسائل الإعلامية، يتبقى عدد أقل من السعات الذهنية ليتم استخدامها في الاسترجاع والتخزين.

كما أن التخصيص العمدي والتلقائي للسعات الذهنية أثناء التعرض للرسائل الإعلامية يحدث بشكل ديناميكي أثناء قيام الفرد بمعالجة المعلومات (Potter & Bolls, ٢٠١٢).

ويرى Fisher وآخرون أن النموذج يتضمن مجموعة عناصر: (١) الدافع: من الممكن أن يكون الدافع مرتبطًا بعلاقات جامدة أو مرنة مع مقدار المكافأة / التهديد ، والاحتمالية ، والقرب.

(٢) العبء المعرفي: ويرتبط العبء المعرفي باختلال في مقدار السعات الذهنية التي يتم تخصيصها مما يؤدي إلى انخفاض فعالية معالجة الرسائل (Fisheret al.، ٢٠١٨).

العاطفة في النموذج: وتعتبر العاطفة ذات بعدين أو ثلاثة أبعاد أساسية. البعدان الأكثر شيوعًا هما التكافؤ (التناظر) والإثارة. البعد الثالث ، الأقل استخدامًا ، هو الهيمنة.

ويُنظر إلى بُعد التكافؤ على أنه استجابة عاطفية مستمرة تتراوح من السارة (أو الإيجابية) إلى غير السارة (أو السلبية). في حين يُعرَّف بُعد الإثارة بأنه: استجابة مستمرة تتراوح من "نشيط ، متحمس ، يقظ" إلى "هادئ ، خامل، أو مسالم".

ويفترض النموذج أن الرسائل الإيجابية ستتطلب سعات ذهنية أكثر من الرسائل السلبية.

وتزيد الاستثارة العاطفية من السعة التي يمكن للشخص تخصيصها لمهمة ما.

وعندما يكون الجمهور أكثر استثارة ، يكون لديهم قدر أكبر من السعة الذهنية المتاحة، أما عندما يكونون أقل استثارة ، يكون لديهم سعات ذهنية أقل (Lang et al.، ١٩٩٥).

ويلاحظ أن الرسائل المعقدة هيكليًا - التي تثير العبء المعرفي - تثير أيضًا أبطأ معدلات ضربات القلب (مما يدل على أكبر قدر من الانتباه) ، وإذا كانت الرسائل الإعلامية تثير توصيل الجلد بشكل كبير (فإن ذلك يدل على أن الرسالة تعتبر مثيرة بشكل كبير) ، وتصنف على أنها أكثر متعة وإيجابية (Lang et al.، ٢٠٠٧).

وقد استفاد الباحث من النموذج في فهم كيفية ترميز المعلومات المتضمنة في الرسائل الإعلامية (فيديوهات خاصة بفيروس كورونا) في ذهن المتلقين، وعلاقة ذلك بالاستجابات الفسيولوجية الخاصة بالمتلقين، والتي بدورها تنعكس على الجوانب البايولوجية، الحسية، والعاطفية لديهم. ولكن كان يصعب اختبار جميع جوانب النموذج في الدراسة الحالية.

الإطار المنهجي للدراسة:-

نوع الدراسة:-

تنتمي الدراسة الحالية إلى مجال البحوث شبه التجريبية.

منهج الدراسة:-

وظفت الدراسة المنهج التجريبي. وتم استخدام التصميم داخل أفراد العينة (within subjects design) ويعني أن كل فرد يتعرض لجميع مستويات المتغير المستقل ثم يتم مقارنة استجاباتهم لكل منها باستخدام المقاييس الإحصائية (Bolls, ٢٠١٢).

أدوات جمع البيانات:-

وظفت الدراسة أداة التجربة، وقد تم تطبيق تصميم المجموعة الواحدة على عينة من الطلاب الجامعيين.

المثير:-

قبل اختيار المثير المستخدم في الدراسة تم الإجابة على التساؤلات: ١. كم عدد الرسائل اللازمة في كل مستوى من مستويات التجربة لتمثيل مجموعة من الرسائل ، وكيف سيتم اختيارها؟ ٢. هل يجب تحقيق الاختلاف في المثير عن طريق تغيير أسلوب عرض نفس الرسائل في ذات التجربة أم يجب إضافة رسائل جديدة داخل كل مستوى من مستويات التجربة؟ ٣. كيف سيتم تعريض المبحوثين للمواقف التجريبية المختلفة؟ وماذا سيشاهدون؟ (Lang, ١٩٩٤).

وقد تمثل المثير المستخدم في الدراسة في فيديو (مدته ثلاث دقائق) يحتوي على صور لمشاهد مروعة وسلبية حول الأحداث الخاصة بفيروس كورونا (صور مرضى، مستشفيات، أناس يبكون، جنائز). وقد تم اختيار مشاهد ذات طبيعة سلبية تبعًا للدراسات التي تؤكد على أن الجمهور ينجذب أكثر لمتابعة الرسائل ذات المحتوى السلبي (Lang, Newhagen, & Reeves, ١٩٩٦). وقد تضمن المثير فيديو يحتوي على صور وصوت (Ismail et al., ٢٠٢١).

وقد تم مراعاة الأمور التالية عند اختيار الفيديو: (١) ألا يكون طويلًا بحيث لا يشعر المبحوثون بالملل أو الإرهاق أو إثارة عدة مشاعر من خلال نفس الفيديو، (٢) يجب أن يكون مقطع الفيديو مفهومًا دون مزيد من الشرح، (٣) لابد أن يكون الفيديو قادرًا على إثارة العاطفة المقصودة (Zhu et al., ٢٠١٤), وقد تم تحميل الفيديو من موقع يوتيوب، وتم الاعتماد على مقطع فيديو حقق معدل مشاهدة مرتفعًا بين المستخدمين.

إجراءات الدراسة:-

قبل إجراء الدراسة, طلب الباحث من المبحوثين عدم التدخين أو شرب المشروبات الكافينية؛ لأن ذلك يؤثر على الجهاز العصبي (Mauri et al., ٢٠١١). في بداية التجربة قام كل مبحوث بالإجابة على الاستبيان القبلي للدراسة والذي تضمن أسئلة عن مدى تعرض المبحوث لفيروس كورونا من قبل أو لأمراض مزمنة، كذلك مدى متابعته للفيديوهات الخاصة بجائحة كورونا، إلى جانب البيانات الشخصية للمبحوث، ثم تم قياس معدل ضغط الدم (تم استخدام جهاز رقمي يسمى Sandacare)، سرعة ضربات القلب، معدل التنفس (تم استخدام جهاز يسمى A pulse oximeter) لكل مبحوث، ثم طلب من كل مبحوث مشاهدة الفيديو في غرفة مغلقة، وقد تم عرض مقطع فيديو بشكل تلقائي – على جهاز لاب توب- بحيث لم يكن متاحًا للمبحوث إيقاف الفيديو، زيادة أو تقليل سرعته حتى لا يحدث ذلك اختلافات بين المبحوثين (Alghowinem et al., ٢٠١٩). وأثناء مشاهدة المبحوث للفيديو، تم قياس معدل ضربات القلب، ضغط الدم، التنفس مرة أخرى (باستخدام نفس الأجهزة)، وتم استخدام جهاز قياس ضغط رقمي وكذلك جهاز قياس سرعة ضربات القلب وسرعة التنفس. وقام الباحث بتدوين التغيرات التي كانت تطرأ على كل مبحوث أثناء مشاهدة الفيديو كتعبيرات الوجه وتصبب العرق. وقد قام الباحث بعرض المثير وقياس المقاييس الفسيولوجية على كل مبحوث على حدة بسبب عدم توفر أدوات لتطبيق التجربة على جميع المبحوثين في نفس الوقت (Lee & Lang,

٢٠٠٩). وقد عاونَ الباحثَ شخصٌ كان يقوم بقياس الضغط والتنفس وضربات القلب باعتباره متخصص في هذا المجال.

وبعد تعرض المبحوثين لمقطع الفيديو قاموا بالإجابة على أسئلة الاستبيان البعدي التي تقيس مستوى الاستثارة العاطفية الناتجة عن مشاهدتهم للفيديو ، المشاعر التي شعروا بها، مدى تذكرهم لمحتوى الفيديو إلى جانب معدل الشعور بالخوف من فيروس كورونا وأيضًا مستوى تعايشهم مع الظروف الناتجة عن فيروس كورونا. وقد تم إجراء التجربة في شهر فبراير من العام ٢٠٢٣.

متغيرات الدراسة:-

- التذكر: ما يتذكره المتلقي في النهاية من رسالة ما يعتمد على مقدار الرسالة التي تم تشفيرها، مقدار المعلومات المشفرة التي تم تخزينها ، وكمية المواد المخزنة التي يمكن استرجاعها (Lang et al.، ١٩٩٦)، وتتمثل في الدراسة الحالية في قدرة المبحوثين على استرجاع بعض تفاصيل الفيديو.
- الاستثارة العاطفية: تعكس الاستثارة العاطفية مستوى التنشيط داخل الأنظمة التحفيزية الاشتهاء (الإقبال) والإعراض (التجنب) (Potter & Bolls, ٢٠١٢)، وفي الدراسة الحالية تتمثل في مدى التأثر العاطفي بالفيديو الخاص بفيروس كورونا.

مقاييس الدراسة:-

- الاستثارة: من المقاييس المستخدمة في قياس الإثارة والتناظر مقياس يسمى Self-Assessment Manikin scale, والمعروف باسم (SAM scale) (Bradley & Lang, 1994).
- Affect Grid شبكة التأثير: يقيس كل من الاستثارة والخمول، السعادة وعدم السعادة.
- The Fear of COVID-19 Scale مقياس الشعور بالخوف من فيروس كورونا (Ahorsu et al., ٢٠٢٠): وهو مكون من ست عبارات.
- Disgust Arousal Scale مقياس الشعور بالاشمئزاز: ويتضمن عبارات مثل: (لقد شعرت بالرعب من محتوى الفيديو، أشعر بالبغض والكراهية لمحتوى الفيديو) Rooney, Benson, & Hennessy, 2012).)
- Recognition memory task: تم السؤال عن صورة معينة، هل شاهدت هذه الصورة في الفيديو الذي شاهدته؟ ويقوم المبحوث باختيار إجابة (نعم أو لا) (Rubenking & Lang, 2014) (Graham & Mazer, 2019).
- Preventive Intentionsمقياس الإجراءات الوقائية: قام المبحوث بالإجابة على السؤال: ما الإجراءات التي تتخذها لمنع الإصابة بفيروس كورونا؟ (.(Bults et al., 2011

العينة التجريبية:-

تشكلت عينة الدراسة الحالية من ٥٠ مفردة، بينهم ٣٦ من الإناث & ١٤ من الذكور، وجميع المبحوثين طلاب جامعيون يدرسون الإعلام في جامعة طنطا، وتم الاعتماد على أسلوب العينة المتاحة (الطلاب الذين وافقوا على المشاركة في التجربة). وقد تم تطبيق الدراسة على عدد صغير من المبحوثين توافقًا مع توصيات (Bolls, ٢٠١٢). ويوضح الجدول التالي الخصائص الديموجرافية الخاصة بعينة الطلاب الذين شاركوا في الدراسة.

جدول رقم (١) يعرض البيانات الشخصية للمبحوثين.

البيانات الشخصية	البدائل	التكرار	النسبة
النوع	ذكر	14	28.00
	أنثى	36	72.00
النطاق الجغرافي	ريف	28	56.00
	حضر	22	44.00

مجتمع الدراسة:-

تشكل مجتمع الدراسة من الشباب الذين يدرسون في الجامعات المصرية ، حيث بلغ عددهم قرابة ثلاثة ملايين طالبٍ طبقا للتعداد الصادر في عام ٢٠١٧.

الأساليب الإحصائية:-

وظفت الدراسة مجموعة من المقاييس الإحصائية وذلك لحساب النسب المئوية، الارتباط، التشتت والانحراف المعياري. وقد قام الباحث بتطبيق معامل ألفا كرونباخ لحساب درجة الصدق والثبات، حيث بلغ قيمته ٧٢٣. وتم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. وشملت المقاييس الإحصائية المطبقة في الدراسة ما يلي: اختبار "ت" للمجموعات المرتبطة Paired Samples T test.

- الانحراف المعياري
- معامل الارتباط
- اختبار كاي سكوير

صعوبات الدراسة:-

واجهت الباحث عدد من الصعوبات والتي يمكن الإشارة إليها على النحو التالي:

- عددٌ كبيرٌ من الشباب لا يرى كبير جدوى من المشاركة في الدراسات العلمية، بل يرى أنها تضيع الوقت والجهد بدون وجود عائد مباشر عليهم مما يزيد من صعوبة الوصول إلى عدد كاف من المبحوثين للمشاركة في الدراسة.
- نسبة كبيرة من الشباب في مصر لا يتوفر لديهم الإمكانات المالية التي تمكنهم من استخدام الانترنت بسرعة مرتفعة مما يجعل من الصعب إجراء الدراسات العلمية على شبكة الانترنت سواء باستخدام استمارات جوجل او برامج الدردشة مثل زووم.

- تعتبر المقاييس الفسيولوجية المطبقة في الدراسة مقاييس جديدة وغير مألوفة للباحثين في مجال الإعلام مما اضطر الباحث لتعلم كيفية استخدام وتطبيق تلك المقاييس.

نتائج الدراسة:-

جدول رقم (٢) يوضح مدى معاناة المبحوثين من مشكلات صحية مزمنة.

مدى تعرض المبحوثين لمشكلات صحية		
البدائل	التكرار	النسبة
نعم	8	%16.00
لا	42	%84.00

يتضح من بيانات الجدول السابق أن النسبة العظمى من المبحوثين ذكروا أنهم لا يعانون من أي مشكلات صحية، حيث أن جميع أفراد العينة من الشباب الجامعي، فقد اشترط الخبراء ضرورة تطبيق الدراسات التي تتضمن قياسات فسيولوجية على أشخاص لا يعانون من مشكلات صحية معقدة (Lang، ١٩٩٤). ومن أمثلة الأمراض التي يعاني منها بعض المبحوثين: ألم في الظهر، خشونة في المفاصل، القولون العصبي , ضيق في الشعب الهوائية ، حساسية صدر، ضيق تنفس، جيوب أنفية, ضغط منخفض, أنميا, الغدة الدرقية.

جدول رقم (٣) يعرض نسبة المبحوثين المدخنين.

نسبة المبحوثين المدخنين		
البدائل	التكرار	النسبة
نعم	5	10.00
لا	45	90.00

يتبين من الجدول السابق أن أغلبية المبحوثين الذين شاركوا في الدراسة غير مدخنين، حيث اشترطت الدراسات السابقة ألا يتم تطبيق الدراسات الخاصة بقياس الجوانب الفسيولوجية على مدمنين أو مدخنين شرهين (Ouvrein, Vandebosch, & De Backer, ٢٠٢٠)، ومن ثم فإن النسبة القليلة من المبحوثين المدخنين الذين شاركوا في التجربة تعتبر نسبة مقبولة ولا تؤثر على نتائج الدراسة.

جدول رقم (٤) يوضح مدى متابعة المبحوثين للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا.

مدى متابعة الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا		
البدائل	التكرار	النسبة
نادرًا	4	8.00
أحيانًا	36	72.00
دائمًا	10	20.00

تبين بيانات الجدول إلى أن المبحوثين يتابعون الفيديوهات الخاصة بفيروس كورون بدرجة متوسطة، فهم يشاهدونها أحيانًا بنسبة (٧٢%). وفي استبيان حول مشاهدة مقاطع الفيديو عن العنف المسلح للجماعات الإرهابية ذكر ٥٧% من المبحوثين أنهم تعرضوا للفيديوهات العنيفة (Cottee & Cunliffe, ٢٠٢٠). وتعتبر هذه النتيجة منطقية؛ لأن المشاهدين لا يستطيعون مشاهدة الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا بشكل متواصل أو بكثافة مرتفعة لما تحتويه من

صور مزعجة ومروعة، كما أنهم في ذات الوقت لا يستطيعون التوقف عن مشاهدة تلك الفيديوهات؛ لأن المشاهد بطبيعته لديه فضول لمعرفة ما هو جديد أو متابعة التطورات الخاصة بحدث ما، ظاهرة أو مشكلة.!

جدول رقم (٥) يعرض لوسائل الإعلام التي تعرض من خلالها المبحوثون للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا.

وسائل الإعلام التي تعرض من خلالها المبحوثون للفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا		
البدائل	التكرار	النسبة
التليفزيون	16	32.00
مواقع الصحف	7	14.00
مواقع التواصل الاجتماعي	44	88.00

يشير الجدول السابق إلى تفوق مواقع التواصل الاجتماعي على غيرها من وسائل الإعلام في عرض الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا، حيث أشار ٨٨% من المبحوثين أنهم شاهدوا فيديوهات خاصة بفيروس كورونا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يتماشى مع نتائج الدراسات السابقة التي تؤكد على تزايد الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي وقدرتها على جذب عدد كبير من جمهور وسائل الإعلام التقليدية (Baraybar-Fernández et al.، ٢٠٢١)، وذلك يرجع إلى اندماج المستخدم في المحتوى أثناء متابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع كذلك إلى قدرته على التفاعل مع المحتوى سواء بالإعجاب أو التعليق أو المشاركة، علاوة على أن معظم الوزارات والهيآت الحكومية أصبح لها صفحات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث وجدت دراسة (عزوز، ٢٠٢٠; مطاوع، ٢٠٢١) أن الجمهور المصري اعتمد على صفحات وزارة الصحة المصرية وكذلك رآسة مجلس الوزراء للحصول على معلومات حول فيروس كورونا. وربما جاء تفوق التليفزيون على مواقع الصحف الإلكترونية كنتيجة غير متوقعة، وربما يبين ذلك أن صحافة الفيديو لا تتمتع بقدر كبير من الجماهيرية في مصر، بل إن البعض لا يعلم أسماء المواقع الصحفية التي تقدم هذا المضمون المرئي. فبعض من الصحف تكتفي بنشر مضمون الجريدة الورقية على الموقع الإلكتروني دون الاهتمام بعناصر الملتيميديا الوسائط المتعددة.!

جدول رقم (٦) يوضح مدى تعرض المبحوثين وأفراد أسرتهم للإصابة بفيروس كورونا.

مدى تعرض المبحوثين او أفراد أسرتهم للإصابة بفيروس كورونا		
البدائل	التكرار	النسبة
تعرضت لفيروس كورونا	11	22.00
تعرض أحد أفراد أسرتي لفيروس كورونا	14	28.00
لم أتعرض لفيروس كورونا	25	50.00

يشير الجدول أعلاه إلى أن نصف عدد المبحوثين لم يتعرضوا للإصابة بفيروس كورونا، وهذا كان في صالح الدراسة، فربما لو أن نسبة كبيرة من المبحوثين ذكروا أنهم تعرضوا للإصابة بفيروس كورونا لكان لذلك أثر على اتجاهاتهم نحو الفيديو الذي تم تعريضهم إليه أثناء التجربة. وربما تعرض البعض للإصابة بفيروس كورونا ولكن لم يرد الإفصاح عن إصابته بالفيروس، أو ربما تعرض بعض المبحوثين لفيروس كورونا ولكن لم يعلم بإصابته بالفيروس خاصة أن

مصر من الدول التي لا يتوفر فيها معامل كافية وتجهيزات للكشف عن نسب الإصابة بالفيروس بدرجة دقيقة.

جدول رقم (٧) يوضح تأثير مشاهدة الفيديو على الجوانب الفسيولوجية لدى المبحوثين.

			المدى	المتوسط	الانحراف المعياري	الفروق		اختبار ت للعينات المرتبطة		نوع الدلالة
						المتوسط	الانحراف المعياري	ت	الدلالة	
ضغط الدم المرتفع	القبلي	70	181	115.160	21.165	-10.460	28.349	-2.609	0.012	داله
	البعدي	86	201	125.620	24.909					
ضغط الدم المنخفض	القبلي	37	134	72.220	16.454	-1.900	21.621	-0.621	0.537	غير داله

تبين أن للفيديو تأثير على الجوانب الفسيولوجية لدى المبحوثين. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (محمد، ٢٠٢٢) والتي بينت أن المبحوثين شعروا بالخوف من الصور المروعة الخاصة بفيروس كورونا.

جدول رقم (٨) يعرض أكثر التعبيرات التي بدت على وجه المبحوثين أثناء مشاهدة الفيديو الخاص بفيروس كورونا.

تعبيرات الوجه		
البدائل	التكرار	النسبة
ابتسامة	1	2.00
غضب	15	30.00
بكاء	6	12.00

تبين أن قرابة ثلث عدد المبحوثين بدت عليهم تعبيرات الغضب أثناء مشاهدة الفيديو الخاص بفيروس كورونا، في حين أن من اندمجوا في مضمون الفيديو وتأثروا بشكل كبير بمحتواه من خلال البكاء كان عددهم قليلًا، بل إن عددًا كبيرًا من المبحوثين لم تبد عليهم أي تعبيرات (بالسلب أو الإيجاب). وقد يرجع ذلك إلى أن المبحوثين ربما تعرضوا لفيديوهات مشابهة من قبل تصور مدى معاناة المواطنين من الآثار الخطيرة التي يحدثها فيروس كورونا، وقد أشارت دراسات سابقة إلى أن الشخص عندما يعتاد مشاهدة صورة أو فيديو ما يقل مستوى تأثره به بمرور الوقت. والسبب الآخر قد يكون أن الطبيعة الإيجابية هيمنت على المضامين المقدمة في القنوات الفضائية المصرية حول فيروس كورونا وذلك بنسبة ٦٢% (عبد الدايم، ٢٠٢٠).

جدول رقم (٩) يوضح مستوى الاستثارة العاطفية لمحتوى الفيديو الخاص بفيروس كورونا.

البدائل	لا أتفق بشدة		لا أتفق		أتفق إلى حد ما		أتفق		أتفق بشدة		المتوسط	الانحراف المعياري
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
الفيديو يشعرني بالاستثارة العاطفية	2	4.00	2	4.00	20	40.00	19	38.00	7	14.00	3.540	0.930

أشعر أن الفيديو سلبي	5	10.00	12	24.00	17	34.00	11	22.00	5	10.00	2.980	1.134
أشعر أن الفيديو إيجابي	10	20.00	11	22.00	21	42.00	8	16.00	0	0.00	2.540	0.994

تبين بيانات الجدول السابق أن النسبة الأكبر من المبحوثين يرون أن الفيديو كان له دور كبير في الاستثارة العاطفية لديهم، حيث أشار عشرون (٢٠) مبحوثا بنسبة ٤٠% أنهم يتفقون إلى حد ما مع العبارة (الفيديو يشعرني بالاستثارة العاطفية). وتعتبر هذه نتيجة منطقية؛ لأن الفيديو تضمن صورًا لضحايا مصابين بفيروس كورونا وصور أشخاص متوفين نتيجة فيروس كورونا فضلاً عن الإهمال الطبي الذي أودى بحياة أحد أفراد أسرة الفتاة التي كانت تصرخ في الفيديو. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة (Schneider et al., ٢٠٠٤) التي أشارت إلى تأثر المبحوثين نفسيًا وفسيولوجيًا بمشاهد القتل المتضمنة في ألعاب الفيديو.

جدول رقم (١٠) يعرض مدى شعور المبحوثين بالاستثارة العاطفية بعد التعرض للفيديو.

مدى الاستثارة		
	التكرار	النسبة
منخفضة	19	38.00
متوسطة	29	58.00
مرتفعة	2	4.00

قرابة ثلثي عدد أفراد عينة الدراسة ذكروا أنهم شعروا بالاستثارة العاطفية بدرجة متوسطة في أعقاب مشاهدة الفيديو وذلك بنسبة ٥٨%.

جدول رقم (١١) يعرض شعور المبحوثين بعد مشاهدة الفيديو.

ما شعورك بعد مشاهدة الفيديو		
البدائل	التكرار	النسبة
لا أشعر بأي شعور	5	10.00
أشعر بالغضب	4	8.00
أشعر بالحزن	41	82.00

يشير الجدول السابق إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين أشاروا إلى أنهم شعروا بالحزن الشديد من جراء مشاهدة الفيديو الخاص بفيروس كورونا (Kausar et al., ٢٠٢١)، وتعتبر هذه النتيجة منطقية؛ حيث تضمن الفيديو مشاهد محزنة للأشخاص الذين تعرضوا للإصابة بفيروس كورونا، وكذلك حالات الوفيات التي نتجت عن الإصابة بالفيروس، كما يضاف إلى ذلك حالة الذعر الشديد التي أصابت أحد أفراد أسرة شخص مصاب بفيروس كورونا بسبب أنه لم يقدم للشخص المريض الرعاية الصحية اللازمة في ظل اكتظاظ المستشفيات بحالات كثيرة من المرضى.

جدول رقم (١٢) يوضح المشاعر التي أصابت المبحوثين بعد مشاهدة الفيديو الخاص بفيروس كورونا.

الشعور	بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المتوسط	الانحراف المعياري
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
الخوف	17	34.00	27	54.00	6	12.00	1.780	0.648
القلق	23	46.00	18	36.00	9	18.00	1.720	0.757
الهلع	38	76.00	9	18.00	3	6.00	1.300	0.580

ذكر نصف أفراد العينة (٥٤%) أنهم يشعرون بالخوف بعد تعرضهم للفديو الخاص بفيروس كورونا (Rodríguez-Hidalgo et al، ٢٠٢٠). ويتفق ذلك مع ما توصل إليه (عبد العال، ٢٠٢١) حيث وجدت أن من أكثر التأثيرات الوجدانية الخاصة بالحملات الإعلامية حول فيروس كورونا زيادة حرص الجمهور على نشر المعلومات، وهذا ما يعكس شعورهم بالخوف. ولكن من الجدير بالملاحظة أن مشاعر الهلع والقلق لم تكن مرتفعة لدى أفراد عينة الدراسة، فقد ذكر عدد كبير من المبحوثين (٧٦%) أن شعورهم بالهلع كان منخفضًا، كذلك كان الشعور بالقلق من جراء متابعة الفيديو منخفضًا بنسبة (٤٦%). في مقابل ذلك كشفت دراسة (نصار، ٢٠٢٢) أن استخدام الشباب تطبيق TikTok أثناء فيروس كورونا أدى إلى زيادة الشعور بالقلق والإحباط.

جدول رقم (١٣) يوضح مدى شعور المبحوثين بالاستثارة العاطفية بعد التعرض للفيديو.

حدد مدى شعورك بالاستثارة العاطفية		
العبارة	التكرار	النسبة
لم يؤثر في على الإطلاق	3	6.00
أثر في إلى حد قليل	15	30.00
أثر في إلى حد ما	12	24.00
أثر في إلى حد كبير	18	36.00
لا أستطيع التحديد	2	4.00

يشير الجدول السابق إلى أن حوالي ثلث أفراد العينة (٣٦%) تأثروا بالفيديو إلى حد كبير، تلا ذلك وبفارق قليل (٣٠%) أولئك الذين ذكروا أنهم تأثروا بالفيديو بدرجة قليلة. وهذا ما يعكس قلة دقة أساليب التقرير الذاتي وبخاصة في حالة الاستبيانات التي تسأل المبحوث عن مشاعره أو عواطفه والتي يخطئ البعض في تقديرها (Fuentes et al.، ٢٠١٧). وهذا ما يبرهن على أهمية استخدام أسلوب التجربة الذي يكون به درجة أعلى من الضبط، وبخاصة إذا تم توظيف مقاييس موضوعية مثل تلك التي تم توظيفها في الدراسة (المقاييس الفسيولوجية).

جدول رقم (١٤) يعرض مدى شعور المبحوثين بالاشمئزاز من محتوى الفيديو.

العبارة	لا أتفق		أتفق إلى حد ضعيف		أتفق إلى حد ما		أتفق		أتفق بدرجة كبيرة		المتوسط	الانحراف المعياري
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
أشعر بالبغض والكراهية لمحتوى الفيديو	35	70.00	5	10.00	8	16.00	2	4.00	0	0.00	1.540	0.908

يبين الجدول السابق أن ما يزيد عن ثلثي حجم العينة (٧٠%) لم يتفقوا مع العبارة القائلة بأنهم يشعرون بالبغض والكراهية لمحتوى الفيديو الذي تعرضوا له أثناء التجربة, وهذه النتيجة تتفق مع نتائج الدراسات السابقة. فليس بالضرورة أن الجمهور يكره محتوى الفيديوهات أو المواد الإعلامية ذات الطابع السلبي، فقد يتأثر بها ويتفاعل معها عاطفيًّا ولكن لا يعني ذلك أن الجمهور يمتنع عن متابعة الفيديوهات ذات الطابع السلبي.

جدول رقم (١٥) يعرض مستوى تذكر المبحوثين لمحتوى الفيديو.

هل شاهدت رجل الشرطة وهو يجري في الفيديو		
البدائل	التكرار	النسبة
نعم	19	38.00
لا	31	62.00

يتبين من بيانات الجدول أن ثلثي أفراد عينة الدراسة (٦٢%) استطاعوا تذكر محتوى الفيديو، حيث استطاع المبحوثون الإجابة على السؤال الخاص بالتذكر بنجاح حيث أن الفيديو الذي تعرضوا له لم يحتوي على صورة رجل الشرطة.

جدول رقم (١٦) يعرض مدى تفضيل المبحوثين للقيام بمشاركة الفيديو على شبكات التواصل الاجتماعي.

مدى تفضيل المبحوثين للقيام بمشاركة الفيديو على وسائل التواصل الاجتماعي		
البدائل	التكرار	النسبة
لا على الإطلاق	6	12.00
من المحتمل بدرجة ضعيفة	12	24.00
من المحتمل إلى حد ما	18	36.00
من المحتمل	8	16.00
من المحتمل بدرجة كبيرة	6	12.00

يتضح من الجدول أعلاه أن النسبة الأعلى (٣٦%) من المبحوثين هم الذين يفضلون القيام بمشاركة الفيديو على شبكات التواصل الاجتماعي إلى حد ما، وتلى ذلك في الترتيب الثاني المبحوثين الذين ذكروا أنهم من المحتمل بدرجة ضعيفة أنهم يقومون بمشاركة الفيديو على شبكات التواصل الاجتماعي. وربما يمكن تفسير هذه النتيجة بأن المبحوثين لا يفضلون تداول فيديو سلبي مثير للمشاعر المؤلمة على حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي. وهناك دراسة أجريت على الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا، وجدت أن معدل مشاركة الجمهور للفيديوهات يزيد كلما كانت الفيديوهات أكثر ارتباطًا بالجائحة وكلما توافر فيها اتساق عاطفي

(Liu et al.، ٢٠٢٣)، وأكد على ذلك نتائج دراسة (محمد، ٢٠٢١) والتي بينت أن الجمهور المصري تفاعلوا مع المنشورات التي نشرتها صفحة وزارة الصحة والسكان حول فيروس كورونا أكثر من المنشورات حول الصحة العامة.

جدول رقم (١٧) يوضح مدى تعرض المبحوثين لمحتوى الفيديو من قبل.

هل شاهدت هذا الفيديو من قبل		
البدائل	التكرار	النسبة
نعم	2	4.00
لا	48	96.00

أكد معظم المبحوثين (٩٦%) على أنهم لم يشاهدوا الفيديو الذي تعرضوا له أثناء التجربة في أحدى وسائل الإعلام، بالرغم من أن المبحوثين ربما تعرضوا لفديوهات أخرى تصور الآثار السلبية ومشاهد المصابين والضحايا أثناء أزمة كورونا.

جدول رقم (١٨) يوضح مدى شعور المبحوثين بالخوف من فيروس كورونا.

العبارة	لا أتفق		أتفق إلى حد ضعيف		أتفق إلى حد ما		أتفق		أتفق بدرجة كبيرة		المتوسط	الانحراف المعياري
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
أشعر بالخوف الشديد من فيروس كورونا	11	22.00	1	2.00	14	28.00	13	26.00	11	22.00	3.240	1.422
أشعر بالقلق الشديد بسبب فيروس كورونا	13	26.00	1	2.00	10	20.00	20	40.00	6	12.00	3.100	1.403
فيروس كورونا مرض لا يمكن التنبؤ به	17	34.00	4	8.00	9	18.00	17	34.00	3	6.00	2.700	1.403
أخشى أن أفقد حياتي بسبب فيروس كورونا	9	18.00	1	2.00	15	30.00	12	24.00	13	26.00	3.380	1.383
عند مشاهدة الأخبار والقصص حول فيروس كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي أشعر بالقلق أو التوتر	7	14.00	1	2.00	15	30.00	14	28.00	13	26.00	3.500	1.298
لا أستطيع النوم لأنني أشعر بالقلق من الإصابة بفيروس كورونا	39	78.00	3	6.00	5	10.00	3	6.00	0	0.00	1.440	0.907

يتضح أن (٤٠%) من جملة المبحوثين اتفقوا مع العبارة (أشعر بالقلق الشديد من فيروس كورونا)، كما أن (٣٠%) من جملة عدد المبحوثين اتفقوا إلى حد ما مع العبارة (أخشى أن أفقد حياتي بسبب فيروس كورونا)، ولكن مما يلفت النظر أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٧٨%) لم يؤيدوا العبارة (لا أستطيع النوم بسبب الخوف من فيروس كورونا). وبالمجمل، شعر المبحوثون بالخوف من فيروس كورونا وهذا يتماشى مع نتائج الدراسات السابقة (Heiat et al., ٢٠٢١).

جدول رقم (١٩) يوضح مدى شعور المبحوثين بالخوف من فيروس كورونا.

مدى الخوف من فيروس كورونا		
مستوى الشعور بالخوف	**التكرار**	**النسبة**
منخفضه	17	34.00
متوسطة	17	34.00
مرتفعة	16	32.00

يلاحظ من الجدول أن مستوى شعور المبحوثين بالخوف من فيروس كورونا متقارب بين أولئك الذين لديهم شعور ضعيف، متوسط، مرتفع. وهذا إنما يعكس حالة التذبذب التي انتابت الكثيرين وبخاصة أن الوضع الحالي والمستقبلي لفيروس كورونا يعتبر أمرًا يصعب التكهن به.

جدول رقم (٢٠) يعرض مدى اتباع المبحوثين للإجراءات الوقائية من الإصابة بفيروس كورونا.

العبارة	إطلاقا		أحيانا		دائما		المتوسط	الانحراف المعياري
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
الابتعاد عن الأماكن المزدحمة	3	6.00	31	62.00	16	32.00	2.260	0.565
الاهتمام بالنظافة الشخصية	6	12.00	6	12.00	38	76.00	2.640	0.693
تجنب المناطق والأشخاص المصابين	6	12.00	13	26.00	31	62.00	2.500	0.707
ارتداء أقنعة الوجه	9	18.00	25	50.00	16	32.00	2.140	0.700
البقاء في المنزل من المدرسة أو العمل	18	36.00	16	32.00	16	32.00	1.960	0.832
التباعد الاجتماعي	12	24.00	16	32.00	22	44.00	2.200	0.808

أشار المبحوثون إلى أكثر الإجراءات التي يواظبون على اتباعها بصفة دائمة لتجنب الإصابة بفيروس كورونا، حيث جاء في مقدمة تلك الإجراءات النظافة الشخصية بنسبة (٧٦%)، وتلاها في الترتيب الابتعاد عن الأشخاص المصابين (٦٢%)، تلاها التباعد الاجتماعي بنسبة (٤٤%).

جدول رقم (٢١) يعرض مقياس مدى التزام المبحوثين بالإجراءات الوقائية من فيروس كورونا.

مدى الالتزام بالإجراءات الوقائية من الإصابة بفيروس كورونا		
مستوى التعايش	**التكرار**	**النسبة**
منخفضه	13	26.00
متوسطة	23	46.00
مرتفعة	14	28.00

يتضح من الجدول أن النسبة الأكبر من المبحوثين يتبعون الإجراءات الوقائية من فيروس كورونا بدرجة متوسطة. وهذا يتماشى مع الدراسة التي أجريت على طلاب الجامعة في

محافظة المنوفية، حيث وجدت الدراسة قلة وعي الطلاب بالإجراءات الاحترازية التي ينبغي اتباعها للوقاية من الفيروس (Saeed et al., ٢٠٢٢). وربما يعكس ذلك فجوة بين وسائل الإعلام والجمهور، حيث كشفت دراسة (ريحان، ٢٠٢٠) أن الهدف الرئيس للتغطية الإخبارية حول فيروس كورونا في القنوات الفضائية المصرية هو التوعية والتحذير من مخاطر الفيروس وأساليب الوقاية منه، كما أشارت دراسات (أرباب، ٢٠٢١ ;سالم، ٢٠٢٢) إلى أن الإجراآت الإحترازية جاءت في مقدمة الموضوعات التي إهتمت الصحف الإلكترونية العربية بتناولها أثناء جائحة كورونا.

جدول رقم (٢٢) يعرض مدى تفضيل المبحوثين لمناقشة الموضوعات الخاصة بفيروس كورونا مع أفراد الأسرة.

إلى أي مدى تتحدث مع الأقران والأسرة والأصدقاء عن فيروس كورونا؟		
البدائل	التكرار	النسبة
لا على الإطلاق	6	12.00
بدرجة قليلة	16	32.00
بدرجة متوسطة	24	48.00
بدرجة كبيرة	4	8.00

يتضح أن ٤٨% من المبحوثين ذكروا أنهم يقومون بمناقشة الموضوعات الخاصة بفيروس كورونا مع الأسرة بدرجة متوسطة. وربما يرجع ذلك إلى أن أفراد المجتمع المصري أصبحوا لا يفضلون الحديث عن فيروس كورونا وبخاصة أنه مرتبط بذكرايات مؤلمة بالنسبة لهم.

اختبار صحة فروض الدراسة: -

جدول رقم (٢٣) يوضح مدى وجود علاقة ارتباطية بين معدل خوف المبحوثين من فيروس كورونا وبين التغيرات الفسيولوجية الناتجة عن مشاهدة الفيديو.

معامل الارتباط			نوع الدلالة
	مدى الخوف من كورونا		
	ر	الدلالة	
ضغط الدم المرتفع البعدي	-0.132	0.362	غير داله
ضغط الدم المنخفض البعدي	-0.061	0.673	غير داله
معدل التنفس البعدي	0.146	0.312	غير داله
معدل ضربات القلب البعدي	-0.050	0.731	غير داله

تشير بيانات الجدول السابق أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين شعور المبحوثين بالخوف من فيروس كورونا وبين استجابتهم الفسيولوجية نحو الفيديو. وبالتالي تم نفي صحة الفرض الأول للدراسة.

جدول رقم (٢٤) يوضح مدى وجود ارتباط بين إصابة الشخص بفيروس كورونا من قبل وبين استجابته الفسيولوجية نحو الفيديو.

	هل تعرضت او تعرض أحد أفراد أسرتك للإصابة بفيروس كورونا؟						تحليل التباين		نوع الدلالة
	تعرضت لفيروس كورونا		تعرض أحد أفراد أسرتي لفيروس كورونا		لم أتعرض لفيروس كورونا				
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	ف	الدلالة	
ضغط الدم المرتفع البعدي	117.182	13.037	117.857	9.020	133.680	31.881	2.814	0.070	غير داله
ضغط الدم المنخفض البعدي	72.455	15.155	68.857	9.510	77.800	27.008	0.848	0.435	غير داله
معدل التنفس البعدي	97.455	1.368	98.143	1.460	96.920	6.311	0.316	0.730	غير داله
معدل ضربات القلب البعدي	95.455	16.908	89.357	11.460	85.560	14.021	1.908	0.160	غير داله

يبين الجدول أعلاه أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للإصابة بفيروس كورونا وبين استجابتهم الفسيولوجية نحو الفيديو الذي قاموا بمشاهدته. ومن ثم فقد تم رفض صحة الفرض الثاني.

جدول رقم (٢٥) يوضح مدى وجود ارتباط بين تعرض المبحوثين لمحتوى الفيديو قبل التجربة وبين مدى تأثرهم به فسيولوجيًّا.

	هل شاهدت هذا الفيديو من قبل				اختبار ت للعينات المستقلة		نوع الدلالة
	نعم		لا				
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	ت	الدلالة	
ضغط الدم المرتفع البعدي	119.500	12.021	125.875	25.340	-0.351	0.727	غير داله
ضغط الدم المنخفض البعدي	71.500	19.092	74.229	21.317	-0.178	0.860	غير داله
معدل التنفس البعدي	98.500	0.707	97.333	4.642	0.352	0.726	غير داله
معدل ضربات القلب البعدي	83.000	1.414	89.042	14.562	-0.581	0.564	غير داله

من البيانات السابقة يتضح أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين للفيديو قبل إجراء التجربة وبين استجابتهم الفسيولوجية للفيديو. ومن ثم فقد تم ثبوت عدم صحة الفرض الثالث للدراسة.

جدول رقم (٢٦) يوضح مدى وجود فروق إحصائية بين المبحوثين من الذكور والإناث في مستوى تأثرهم بالفيديو فسيولوجيً وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي.

	النوع				اختبار ت للعينات المستقلة		نوع الدلالة
	ذكر		أنثى				
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	ت	الدلالة	
ضغط الدم المرتفع البعدي	128.714	29.916	124.417	23.041	0.544	0.589	غير داله
ضغط الدم المنخفض البعدي	75.500	20.780	73.583	21.437	0.286	0.776	غير داله
معدل التنفس البعدي	95.286	8.194	98.194	1.283	-2.097	0.041	داله
معدل ضربات القلب البعدي	81.857	12.196	91.500	14.310	-2.223	0.031	داله

يشير الجدول السابق إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من الذكور والإناث في مستوى تأثرهم بالفيديو حيث كان هناك فروق بينهم في معدل ضربات القلب ومعدل التنفس (Umberson et al.، ١٩٩٦)، إلا أن بيانات الدراسة لم تثبت وجود فروق بينهم في تغير معدل ضغط الدم بعد مشاهدة الفيديو. وبالتالي فيمكن قبول صحة الفرض الرابع جزئيًّا.!

جدول رقم (٢٧) يوضح مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاستجابات الفسيولوجية للمبحوثين وفقاً لمتغير النطاق الجغرافي.

	النطاق الجغرافي				اختبار ت للعينات المستقلة		نوع الدلالة
	ريف		حضر				
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	ت	الدلالة	
ضغط الدم المرتفع البعدي	118.643	13.200	134.500	32.805	-2.334	0.024	داله
ضغط الدم المنخفض البعدي	70.821	13.875	78.318	27.468	-1.257	0.215	غير داله
معدل التنفس البعدي	98.107	1.227	96.455	6.696	1.282	0.206	غير داله
معدل ضربات القلب البعدي	91.214	16.860	85.727	9.740	1.357	0.181	غير داله

يتضح أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستجابة المبحوثين لمحتوى الفيديو فسيولوجيً وبين النطاق الجغرافي الذي ينتمون إليه، ولم يثبت وجود علاقة إلا في معدل ضغط الدم المرتفع. ولذا فقد تم رفض صحة الفرض الخامس بشكل جزئي.!

جدول رقم (٢٨) يوضح مدى وجود علاقة بين مستوى تذكر المبحوثين لمحتوى الفيديو وبين استجابتهم الفسيولوجية.

	هل شاهدت رجل الشرطة وهو يجري في الفيديو				اختبار ت للعينات المستقلة		نوع الدلالة
	نعم		لا				
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	ت	الدلالة	
ضغط الدم المرتفع البعدي	121.158	20.972	128.355	27.003	-0.992	0.326	داله
ضغط الدم المنخفض البعدي	73.684	19.900	74.387	22.062	-0.113	0.910	غير داله
معدل التنفس البعدي	98.474	0.841	96.710	5.676	1.341	0.186	غير داله
معدل ضربات القلب البعدي	85.105	11.869	91.065	15.366	-1.445	0.155	غير داله

من الجدول السابق يبدو أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تذكر المبحوثين لتفاصيل متضمنة في الفيديو وبين مستوى استجابتهم الفسيولوجية للفيديو. وبناء عليه فقد تم رفض صحة الفرض السادس.

جدول رقم (٢٩) يوضح مدى وجود علاقة ارتباطية بين مستوى الاستثارة العاطفية لدى المبحوثين وبين استجابتهم الفسيولوجية نحو الفيديو.

معامل الارتباط			نوع الدلالة
	مدى الاستثارة		
	ر	الدلالة	
ضغط الدم المرتفع البعدي	-0.016	0.911	غير داله
ضغط الدم المنخفض البعدي	-0.050	0.729	غير داله
معدل التنفس البعدي	0.323	0.022	داله
معدل ضربات القلب البعدي	0.047	0.744	غير داله

يشير الجدول أعلاه إلى أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاستثارة العاطفية لدى المبحوثين عينة الدراسة وبين مستوى استجابتهم الفسيولوجية نحو الفيديو (Rooney et al.، ٢٠١٢)، فلم تكن هناك علاقة إلا مع معدل التنفس بعد مشاهدة الفيديو. ولذا فقد تم قبول صحة الفرض السابع بشكل جزئي.

مناقشة النتائج:-

سعت الدراسة الحالية إلى فحص تأثير الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا على الجوانب الفسيولوجية لدى المبحوثين. وقد بينت الدراسة أن الشباب الجامعي المصري يحرص على متابعة الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا، إلا أن المبحوثين يشاهدون تلك الفيديوهات من آن إلى آخر، وهذا يتفق مع الطبيعة المأساوية التي تتسم بها غالبية الفيديوهات حول فيروس كورونا، خاصة أنها تتضمن صور للمصابين والمتوفيين من جراء الإصابة بالفيروس. ولذا، فقد هيمن الشعور بالحزن على غالبية من شاركوا في التجربة من الطلاب الجامعيين، لا سيما أن الفيديو قد جعلهم يتداعون ذكريات أليمة حدثت لهم ولأسرهم أثناء جائحة كورونا، وهذا ما يتفق مع فرضيات نظرية التقمص الوجداني، حيث أن المشاهد ينغمس في المضمون المعروض لدرجة أنه يعتبر نفسه جزء من المشهد الذي يشاهده. وبالمثل، فقد عبر عدد من المبحوثين على أنهم يشعرون بالخوف من فيروس كورونا، وتوافق مع ذلك ارتفاع معدل ضربات القلب لدى بعضهم -كنوع من الاستجابة الفسيولوجية- أثناء عرض الفيديو خلال التجربة. ولكن، من الملاحظ أن شعور المبحوثين بالخوف لم يصل إلى الشعور بالهلع الشديد، وربما يمكن تفسير ذلك أن المبحوثين كانوا من الشباب، وطبقاً للأبحاث العلمية فإن فئة كبار السن تعتبر أكثر عرضة للإصابة بفيروس كورونا وكذلك المعاناة من آثاره. وبالتالي، فإن تطبيق الدراسة في المستقبل على عينة من كبار السن، قد يؤدي إلى نتائج أخرى مغايرة.

ومن جانب آخر، تؤكد الدراسة الحالية على الأهمية المتعاظمة لشبكات التواصل الاجتماعي، فقد جاءت شبكات التواصل في مقدمة الوسائل الإعلامية التي شاهد من خلالها المبحوثين الفيديوهات الخاصة بفيروس كورونا، وهذا يتفق مع نتائج الدراسات السابقة، كما أن المبحوثين أشاروا إلى أنهم قد يفضلوا القيام بمشاركة الفيديو الذي شاهدوه أثناء التجربة إلى حد ما، وهذا ما يلفت النظر إلى الحاجة إلى التعمق في فهم الجوانب النفسية للمبحوثين أثناء نشر او مطالعة مضامين منشورة على شبكات التواصل الاجتماعي. تلك المسألة التي لم تلق اهتمامًا كبيرا من جانب الباحثين في الجامعات المصرية والعربية.

أيضاً، أظهر المبحوثون مستوى مرتفعًا من تذكر محتوى الفيديو الذي تعرضوا له أثناء التجربة، وهذا يرجع إلى أن خطر الإصابة بفيروس كورونا ما زال راسخ في أذهان عدد كبير من الناس، وبخاصة أنه أثر على جميع أفراد المجتمع، ولذا أولى المبحوثون درجة عالية من الإنتباه للفيديو وركزوا في التفاصيل المقدمة فيه. إلا أنه يجب الإشارة هنا إلى أن البيانات التي خرجت بها هذه التجربة تعتبر -إلى حد ما- غير كاملة الدقة، وذلك لأن الباحث قام بإجراء التجربة على كل مبحوث على حدة، ويرجع ذلك إلى عدم توافر الإمكانات المالية واللوجستية للباحث التي تمكنه من إجراء التجربة في ذات الوقت على جميع أفراد العينة، وهذا ما يجعل صدق البيانات الخاصة بالدراسة محل للنقاش، وهذا ما يؤثر أيضاً على قابلية النتائج التي خرجت بها الدراسة إلى التعميم. كما يشير Potter & Bolls (٢٠١٢) إلى تحد آخر قائلاً "إن إزالة ما ينبغي اعتباره ضوضاء فسيولوجية وعزل التباين في النشاط الفسيولوجي بسبب المعالجة العقلية أمر صعب ويشكل تهديدًا حقيقيًا للغاية على صحة الاستنتاجات المستخلصة من البيانات."

وتشير هذه الدراسة إلى الأهمية الكبرى في أن تقوم كليات الإعلام وأقسام الإعلام في الجامعات الحكومية والخاصة والأهلية بأن تنشأ معامل لقياس التأثيرات النفسية والفسيولوجية للرسائل الإعلامية، كما ينبغي تزويد تلك المعامل بالأجهزة التقنية وبرامج الحاسب الآلي التي يمكن استخدامها في هذا الغرض، إلى جانب تقديم دورات تدريبية للأساتذة والباحثين حول الأساليب الخاصة بتوظيف تلك الأدوات، وأيضاً، ينبغي أن تشمل البرامج التدريسية مقررات عملية حول القياسات والتجارب التي تفحص الآثار النفسية والفسيولوجية لوسائل الإعلام، كما ينبغي تشجيع الباحثين على إجراء مزيد من الدراسات العلمية التي توظف المقاييس النفسية والفسيولوجية (للمزيد حول التجهيزات والبرامج المستخدمة في المعامل الخاصة بعلم النفس الإعلامي، اقرأ Potter & Bolls, ٢٠١٢).

مراجع الدراسة:-

المراجع باللغة العربية:

١- أسامة عبدالحميد محمد، تفاعل الجمهور مع المعلومات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة جائحة كورونا: دراسة تحليلية لصفحة وزارة الصحة والسكان على موقع الفيسبوك، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، ع ٣٦، صص ٣٦٩ – ٣٩٧، ٢٠٢١.

٢- حنان موسي عبد العال، دور الحملات الإعلامية الحكومية في تشكيل الوعي الصحي للجمهور المصري أثناء جائحة كورونا: دراسة ميدانية، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، ع ٣٤، صص ٥٨٣ – ٦٣٩، ٢٠٢١.

٣- سالي نصار، التأثيرات النفسية والاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية، **المجلة المصرية لبحوث الأعلام**، ع ٧٩، ٤٦٧-٥٠١، ٢٠٢٢.

٤- رحاب انور محمد، تصورات الشباب الجامعي لصور جائحة كورونا، **المجلة المصرية لبحوث الأعلام**، ع ٨١، صص ٥٩-١٠٤، ٢٠٢٢.

٥- زينب الحسيني رجب بلال ريحان, المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا، جامعة القاهرة، **مجلة البحوث الإعلامية**, ع ٥٥-ج٤ (جائحة كورونا ٢), صص ٢٤٤٧-٢٤٨٦، ٢٠٢٠.

٦- ريهام مرزوق إبراهيم عبد الدايم، معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا "كوفيد-١٩": دراسة تحليلية، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع ٥٤، ج ٤، ٢٢٩١ – ٢٣٥٢، ٢٠٢٠.

٧- محمد سامي صبري سالم، أطر معالجة الصحف الإلكترونية المصرية لجائحة كورونا (Covid-19): دراسة تحليلية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج ٢١, ع ١، صص ٢٣١ – ٢٧٦، ٢٠٢٢.

٨- محمد محمد مهنى، علاقة الدراما التى يعرضها التليفزيون بمرض ضغط الدم فى الريف المصرى، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتليفزيون، رسالة ماجستير، ١٩٨٤).

٩- نسمة عبدالله محمد مطاوع، معالجة الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية لجائحة كورونا وعلاقتها بوعي الجمهور لها: دراسة تطبيقية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مج ٢٠, ع ٤، صص ٨٣– ١٤٦، ٢٠٢١.

١٠- هويدا محمد السيد عزوز، دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع ٧٦، صص ٧١ – ١٢٢، ٢٠٢٠.

١١- وداد هارون أحمد محمد أرباب، أطر التغطية الإخبارية لأزمة فيروس كوفيد ١٩ في مواقع الصحف الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية، **المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي**، مج ٨، ع ٤، صص ٢٦٢ – ٢٩٠، ٢٠٢١.

المراجع باللغة الإنجليزية:

1. Alghowinem, S., Alghuwinem, S., Alshehri, M., Al-Wabil, A., Goecke, R., & Wagner, M. (2014, June). Design of an emotion elicitation framework for arabic speakers. **In International Conference on Human-Computer Interaction** (pp. 717-728). Springer, Cham.
2. Alghowinem, S., Goecke, R., Wagner, M., & Alwabil, A. (2019). Evaluating and validating emotion elicitation using English and Arabic movie clips on a Saudi sample. **Sensors**, 19(10), 2218.
3. Alhabash, S., Almutairi, N., Lou, C., & Kim, W. (2019). Pathways to virality: Psychophysiological responses preceding likes, shares, comments, and status updates on Facebook. **Media Psychology**, 22(2), 196-216.
4. Bakker, B. N., Schumacher, G., & Rooduijn, M. (2021). Hot politics? Affective responses to political rhetoric. **American Political Science Review**, 115(1), 150-164.
5. Baraybar-Fernández, A., Arrufat-Martín, S., & Rubira-García, R. (2021). Public information, traditional media and social networks during the COVID-19 crisis in Spain. **Sustainability**, 13(12), 6534.
6. Bradley, M. M., & Lang, P. J. (1994). Measuring emotion: the self-assessment manikin and the semantic differential. **Journal of behavior therapy and experimental psychiatry**, 25(1), 49-59.
7. Bolls, P. D., Lang, A., & Potter, R. F. (2001). The effects of message valence and listener arousal on attention, memory, and facial muscular responses to radio advertisements. **Communication research**, 28(5), 627-651.
8. Bradley, M. M., & Lang, P. J. (1994). Measuring emotion: the self-assessment manikin and the semantic differential. **Journal of behavior therapy and experimental psychiatry**, 25(1), 49-59.
9. Bults, M., Beaujean, D. J., de Zwart, O., Kok, G., van Empelen, P., van Steenbergen, J. E., ... & Voeten, H. A. (2011). Perceived risk, anxiety, and behavioural responses of the general public during the early phase of the Influenza A (H1N1) pandemic in the Netherlands: results of three consecutive online surveys. **BMC public health**, 11(1), 1-13.
10. Camerini, A. L., Marciano, L., Annoni, A. M., Ort, A., & Petrocchi, S. (2022). Exploring the Emotional Experience During Instant Messaging Among Young Adults: An Experimental Study Incorporating Physiological Correlates of Arousal. **Frontiers in Psychology**, 13.
11. Carnagey, N. L., Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2007). The effect of video game violence on physiological desensitization to real-life violence. **Journal of experimental social psychology,** 43(3), 489-496.
12. Chaffee, S. H., & Schleuder, J. (1986). Measurement and effects of attention to media news. **Human communication research**, 13(1), 76-107.

13. Ciceri, A., Russo, V., Songa, G., Gabrielli, G., & Clement, J. (2020). A neuroscientific method for assessing effectiveness of digital vs. Print ads: Using biometric techniques to measure cross-media ad experience and recall. **Journal of Advertising Research**, 60(1), 71-86.
14. Clayton, R. B., Keene, J. R., Leshner, G., Lang, A., & Bailey, R. L. (2020). Smoking status matters: A direct comparison of smokers' and nonsmokers' psychophysiological and self-report responses to secondhand smoke anti-tobacco PSAs. **Health Communication**, 35(8), 925-934.
15. Clayton, R. B., Raney, A. A., Oliver, M. B., Neumann, D., Janicke-Bowles, S. H., & Dale, K. R. (2021). Feeling transcendent? Measuring psychophysiological responses to self-transcendent media content. **Media Psychology**, 24(3), 359-384.
16. Clemente-Suárez, V. J., Dalamitros, A. A., Beltran-Velasco, A. I., Mielgo-Ayuso, J., & Tornero-Aguilera, J. F. (2020). Social and psychophysiological consequences of the COVID-19 pandemic: An extensive literature review. **Frontiers in Psychology**, 11, 3077.
17. Cottee, S., & Cunliffe, J. (2020). Watching ISIS: How young adults engage with official English-language ISIS videos. **Studies in Conflict & Terrorism**, 43(3), 183-207.
18. Dunaway, J., & Soroka, S. (2021). Smartphone-size screens constrain cognitive access to video news stories. **Information, Communication & Society**, 24(1), 69-84.
19. Fisher, J. T., Huskey, R., Keene, J. R., & Weber, R. (2018). The limited capacity model of motivated mediated message processing: Looking to the future. **Annals of the International Communication Association**, 42(4), 291-315.
20. Fuentes, C., Herskovic, V., Rodríguez, I., Gerea, C., Marques, M., & Rossel, P. O. (2017). A systematic literature review about technologies for self-reporting emotional information**. Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing**, 8, 593-606.
21. Gilissen, R., Koolstra, C. M., van Ijzendoorn, M. H., Bakermans-Kranenburg, M. J., & van der Veer, R. (2007). Physiological reactions of preschoolers to fear-inducing film clips: Effects of temperamental fearfulness and quality of the parent–child relationship. **Developmental psychobiology**, 49(2), 187-195.
22. Graham, E. E., & Mazer, J. P. (Eds.). (2019). Communication research measures III: A sourcebook. **Routledge**.
23. Fernández, C., Pascual, J. C., Soler, J., Elices, M., Portella, M. J., & Fernández-Abascal, E. (2012). Physiological responses induced by emotion-eliciting films. **Applied psychophysiology and biofeedback**, 37(2), 73-79.

24. Fisher, J. T., Huskey, R., Keene, J. R., & Weber, R. (2018). The limited capacity model of motivated mediated message processing: Looking to the future. **Annals of the International Communication Association**, 42(4), 291-315.
25. Gantiva, C., Araujo, A., Castillo, K., Claro, L., & Hurtado-Parrado, C. (2021). Physiological and affective responses to emoji faces: Effects on facial muscle activity, skin conductance, heart rate, and self-reported affect. **Biological Psychology,** 163, 108142.
26. Graham, E. E., & Mazer, J. P. (Eds.). (2019). Communication research measures III: A sourcebook. **Routledge**.
27. Han, J., Lang, A., & Amon, M. J. (2022). Can media synchronize our physiological responses? Skin conductance synchrony as a function of message valence, arousal, and emotional change rate. **Communication Monographs**, 89(1), 47-69.
28. Hastie, R., & Carlston, D. (1980). Theoretical issues in person memory. R. Hastie et al.
29. Heiat, M., Heiat, F., Halaji, M., Ranjbar, R., Marvasti, Z. T., Yaali-Jahromi, E., & Badri, T. (2021). Phobia and Fear of COVID-19: origins, complications and management, a narrative review**. Annali Di Igiene Medicina Preventiva E Di Comunita**, 33(4), 360-370.
30. Ishii, K., Ito, M., Endo, K., Liang, N., Idesako, M., & Matsukawa, K. (2015). Facial skin blood flow response during exposure to emotionally-charged movie. **The FASEB Journal**, 29, LB722.
31. Ismail, S. N. M. S., Aziz, N. A. A., Ibrahim, S. Z., Khan, C. T., & Rahman, M. A. (2021). Selecting video stimuli for emotion elicitation via online survey. **Human-Centric Computing and Information Sciences**, 11(36), 1-18.
32. Jung, J. Y. (2017). Media dependency theory. **The international encyclopedia of media effects**, 1-10.
33. Kahneman, D. (1973). Attention and effort (Vol. 1063, pp. 218-226). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
34. Kausar, M. A., Soosaimanickam, A., & Nasar, M. (2021). Public sentiment analysis on Twitter data during COVID-19 outbreak. **International Journal of Advanced Computer Science and Applications**, 12(2).
35. Kirkwood, L., & Minas, R. (2020, January). Approaching fake news at the expense of truth: A psychophysiological study of news on social media. **In Proceedings of the 53rd Hawaii International Conference on System Sciences**.
36. Kroeber-Riel, W. (1979). Activation research: Psychobiological approaches in consumer research. **Journal of Consumer Research**, 5(4), 240-250.
37. Landis, C., & Hunt, W. (1939). The startle pattern.

38. Lang, A. (Ed.). (1994). Measuring psychological responses to media messages. **Psychology Press**.
39. Lang, A., Dhillon, K., & Dong, Q. (1995). The effects of emotional arousal and valence on television viewers' cognitive capacity and memory. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 39(3), 313-327.
40. Lang, A., Newhagen, J., & Reeves, B. (1996). Negative video as structure: Emotion, attention, capacity, and memory. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 40(4), 460-477.
41. Lang, P. J., Bradley, M. M., & Cuthbert, B. N. (1997). Motivated attention: Affect, activation, and action. Attention and orienting: **Sensory and motivational processes,** 97, 135.
42. Lang, A. (2000). The limited capacity model of mediated message processing. **Journal of communication**, 50(1), 46-70.
43. Lang, A., Shin, M., Bradley, S. D., Wang, Z., Lee, S., & Potter, D. (2005). Wait! Don't turn that dial! More excitement to come! The effects of story length and production pacing in local television news on channel changing behavior and information processing in a free choice environment. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 49(1), 3-22.
44. Lang, A. (2006). Using the limited capacity model of motivated mediated message processing to design effective cancer communication messages. **Journal of communication**, 56, S57-S80.
45. Lang, A., Bradley, S. D., Park, B., Shin, M., & Chung, Y. (2006). Parsing the resource pie: Using STRTs to measure attention to mediated messages. **Media Psychology**, 8(4), 369-394.
46. Lang, A., Park, B., Sanders-Jackson, A. N., Wilson, B. D., & Wang, Z. (2007). Cognition and emotion in TV message processing: How valence, arousing content, structural complexity, and information density affect the availability of cognitive resources. **Media psychology**, 10(3), 317-338.
47. Lee, S., & Lang, A. (2009). Discrete emotion and motivation: Relative activation in the appetitive and aversive motivational systems as a function of anger, sadness, fear, and joy during televised information campaigns. **Media Psychology**, 12(2), 148-170.
48. Li, Y., Zhang, L., Shiau, W. L., Xu, L., & Liu, Q. (2022). Psychophysiological responses to mobile reading: evidence from frontal EEG signals under a distracting reading environment and different text genres. **Information Technology & People**, (ahead-of-print).
49. Liu, J. (2022). Psychophysiological Responses to Still vs. Animated Pictures With Different Levels of Emotional Valence. **Advances in Cognitive Psychology,** 18(2), 106-112.

50. Liu, J., Lu, C., & Lu, S. (2023, January). Increase the Number of Views and Shares of COVID-19 Videos: Content Relevance and Emotional Consistency with Virus Variant Topics. In Healthcare (Vol. 11, No. 1, p. 119). **Multidisciplinary Digital Publishing Institute**.
51. Lykken, D. T., & Venables, P. H. (1971). Direct measurement of skin conductance: A proposal for standardization. **Psychophysiology**, 8(5), 656-672.
52. Lynch, J., McGoldrick, A., & Heathers, J. (2015). Psychophysiological audience responses to war journalism and peace journalism. **Global Media and Communication,** 11(3), 201-217.
53. Maass, A., Lohaus, A., & Wolf, O. T. (2010). Media and stress in adolescent boys in Germany: Psychophysiological effects of violent and nonviolent television programs and video games. **Journal of Children and Media**, 4(1), 18-38.
54. Mauri, M., Cipresso, P., Balgera, A., Villamira, M., & Riva, G. (2011). Why is Facebook so successful? Psychophysiological measures describe a core flow state while using Facebook. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, 14(12), 723-731.
55. McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2013). Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory. **Routledge**.
56. Meinel, L. S., & Bullerjahn, C. (2022). More horror due to specific music placement? Effects of film music on psychophysiological responses to a horror film. **Psychology of Music**, 03057356211073478.
57. Nabi, R. L., Prestin, A., & So, J. (2016). Could watching TV be good for you? Examining how media consumption patterns relate to salivary cortisol. **Health Communication**, 31(11), 1345-1355.
58. Nelson, T. O. (1985). Ebbinghaus's contribution to the measurement of retention: savings during relearning. **Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition**, 11(3), 472.
59. Nwabueze, C., & Okonkwo, E. (2018). Rethinking the bullet theory in the digital age. **International Journal of Media, Journalism and Mass Communications**, 4(2), 1-10.
60. Simons, R. F., Detenber, B. H., Cuthbert, B. N., Schwartz, D. D., & Reiss, J. E. (2003). Attention to television: Alpha power and its relationship to image motion and emotional content. **Media psychology**, 5(3), 283-301.
61. Oh, J., & Hwang, A. H. C. (2021). Interactive data visualization enhances preventive intentions in COVID-19 news stories: The mediating role of fear and the moderating role of political orientation. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 65(4), 479-504.

62. Oliver, M. B. (2002). Individual differences in media effects. In Media effects (pp. 517-534). **Routledge**.
63. Ouvrein, G., Vandebosch, H., & De Backer, C. J. (2020). Online celebrity bashing: Purely relaxation or stressful confrontation? An experimental study on the effects of exposure to online celebrity bashing on the emotional responses and physiological arousal among adolescent bystanders. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, 23(9), 588-594.
64. Potter, R. F., & Bolls, P. (2012). Psychophysiological measurement and meaning: Cognitive and emotional processing of media. **Routledge**.
65. Reeves, B., & Nass, C. (1996). The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people. Cambridge, UK, 10, 236605.
66. Renshon, J., Lee, J. J., & Tingley, D. (2015). Physiological arousal and political beliefs. **Political Psychology**, 36(5), 569-585.
67. Rieger, D., & Bente, G. (2018). Watching down cortisol levels? Effects of movie entertainment on psychophysiological recovery. **Studies in Communication and Media**, (2), 231-255.
68. Rodríguez-Hidalgo, A. J., Pantaleón, Y., Dios, I., & Falla, D. (2020). Fear of COVID-19, stress, and anxiety in university undergraduate students: a predictive model for depression. **Frontiers in psychology**, 11, 591797.
69. Rooney, B., Benson, C., & Hennessy, E. (2012). The apparent reality of movies and emotional arousal: A study using physiological and self-report measures. **Poetics**, 40(5), 405-422.
70. Rubenking, B., & Lang, A. (2014). Captivated and grossed out: An examination of processing core and sociomoral disgusts in entertainment media. **Journal of Communication**, 64(3), 543-565.
71. Rubin, A. M. (2009). Uses-and-gratifications perspective on media effects. **In Media effects** (pp. 181-200). Routledge.
72. Saeed, H. M., Safaan, N. A., & El-Nagar, S. A. (2022). Awareness of University Students about Corona Virus-19 Pandemic and its Precaution Measures. **Menoufia Nursing Journal**, 7(1), 35-54.
73. Schelhorn, I., Buchner, E., Kosak, F., Hutmacher, F., Kinateder, M., & Shiban, Y. (2022). The effect of induced COVID-19-related fear on psychological distance and time perception. **Cognition and Emotion**, 36(1), 82-91.
74. Schneider, E. F., Lang, A., Shin, M., & Bradley, S. D. (2004). Death with a story: How story impacts emotional, motivational, and physiological responses to first-person shooter video games. **Human communication research**, 30(3), 361-375.

75. Shalom, J. G., Israeli, H., Markovitzky, O., & Lipsitz, J. D. (2015). Social anxiety and physiological arousal during computer mediated vs. face to face communication. **Computers in Human Behavior**, 44, 202-208.
76. Thorson, E., Reeves, B., & Schleuder, J. (1987). Attention to local and global complexity in television messages. **Annals of the International Communication Association**, 10(1), 366-383.
77. Umberson, D., Chen, M. D., House, J. S., Hopkins, K., & Slaten, E. (1996). The effect of social relationships on psychological well-being: Are men and women really so different?. **American sociological review**, 837-857.
78. Wang, Y. J., & Minor, M. S. (2008). Validity, reliability, and applicability of psychophysiological techniques in marketing research. **Psychology & Marketing**, 25(2), 197-232.
79. Watt, J. H., & Meadowcroft, J. M. (1990). Age-related differences in children's attention span components: Harmonic models of television viewing. **In ICA Conference (information Systems Division), Dublin, Ireland**.
80. WHO. (n.d.). Egypt. https://covid19.who.int/region/emro/country/eg
81. Wise, K., Eckler, P., Kononova, A., & Littau, J. (2009). Exploring the hardwired for news hypothesis: How threat proximity affects the cognitive and emotional processing of health-related print news. **Communication Studies**, 60(3), 268-287.
82. Wise, K., Kim, H. J., & Kim, J. (2009). The effect of searching versus surfing on cognitive and emotional responses to online news**. Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications**, 21(2), 49.
83. Yeykelis, L., Cummings, J. J., & Reeves, B. (2014). Multitasking on a single device: Arousal and the frequency, anticipation, and prediction of switching between media content on a computer. **Journal of Communication**, 64(1), 167-192.
84. Zhu, J. Y., Zheng, W. L., Peng, Y., Duan, R. N., & Lu, B. L. (2014, July). EEG-based emotion recognition using discriminative graph regularized extreme learning machine. **In 2014 International Joint Conference on Neural Networks** (IJCNN) (pp. 525-532). IEEE.
85. Zhu, D., Johnson, E. K., & Bolls, P. (2020). Platform and Proximity: Audience Responses to Crime News on Desktop Computers and Smartphones. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 64(3), 438-458.v