

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

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

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

مساعدو رئيس التحرير:

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

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

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

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

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

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

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

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد الرابع والخمسون - الجزء الرابع - ذوالقعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

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

الهيئة الاستشارية للمجلة

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

محتويات العدد

■ التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية
أ.م.د. نشوة سليمان عقل
٢٠٣٧

■ اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد
أ.م.د. نادية محمد عبد الحافظ
٢٠٩٣

■ اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر.. دراسة ميدانية
أ.م.د. طارق محمد محمد الصعيدي
٢١٦٩

■ توظيف مقاطع الفيديو التشاركية في التوعية بجائحة كورونا والوقاية منها - دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية
د. محمد بسيوني جبريل
٢٢٢٧

■ معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد ١٩) «دراسة تحليلية»
د. ريهام مرزوق إبراهيم عبدالدايم
٢٢٩١

■ تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا - تقييم مرحلي
د. آمال إسماعيل محمد زيدان
٢٣٥٣

■ استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا (دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية)
د. نرمين علي عجوة
٢٤٣٣

- دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا
د. أحمد محمد صالح العميري
٢٤٩٥
-
- التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم
د. إيمان عاشور سيد حسين
٢٥٣٧
-
- اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد ١٩ وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم
د. حسام فايز عبد الحي
٢٦٠٥
-
- دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية
د. ولاء فايز محمد السريتي
٢٦٥٧
-
- اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-١٩) في منطقة جازان
د. دعاء عادل، وآخرون
٢٧١٣
-
- توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية- دراسة تحليلية
د. سمير محمود
٢٧٥٥

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

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

اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد

- **Attitudes of The Egyptian public towards
The new media Treatment of Emerging
coronavirus Pandemic**

أ.م.د / نادية محمد عبد الحافظ

أستاذ مساعد بكلية التربية النوعية. جامعة الزقازيق

nadya.abdelhafz@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمه لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وأداة الاستبانة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: جاء موقع اليوم السابع من أهم المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك، وتوصي الدراسة باستخدام أساليب معالجة ذات طابع تفسيري تحليلي واستقصائي وحواري قادر على تقديم رؤية متكاملة ومتوازنة لأزمة كورونا.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات الإعلام الجديد- فيروس كورونا المستجد.

Abstract

The study aimed to monitor, analyze and interpret The Attitudes of the Egyptian public towards media treatment of the emerging corona virus pandemic and evaluation of anti-corona virus decisions .The study was based on the survey as a tool for collecting study data , the most important results of study are most of the respondents follow Youm 7.com on face book , The study recommends the use of treatment methods of an interpretative –analytical and dialogue nature capable of providing an integrated and balanced vision of corona crisis .

Keywords: Attitudes - New media – Coronavirus

تشير العديد من الدراسات إلى الدور الهام الذي تقوم به وسائل الإعلام؛ لاسيما المواقع الإخبارية في إدارة العديد من الأزمات، وذلك لما لها من قدرات تكنولوجية فائقة تجعلها قادرة على تقديم تغطية متكاملة عن الأحداث واعتمادها على مصادر إخبارية متنوعة، فضلاً عن توظيفها للتقنيات التي يتميز بها الإنترنت في تقديم الأخبار ونشر المعلومات عن كل المعلومات والقضايا التي تهم الرأي العام وتسهم في تشكيله، وكذلك تقديم شرح لهذه الأحداث وتفسيرها والتعليق عليها بأسلوب يستهدف التأثير على الجمهور، ومن أهم هذه الأزمات جائحة فيروس كورونا المستجد، والتي ألفت بظلالها على التوقعات الاقتصادية العالمية والتجارة الدولية والصحة العامة العالمية.

وتعد المواقع الإخبارية بشكل عام من أهم وأفضل الوسائل الإعلامية في تغطية الأحداث لما تتمتع به من إمكانات تكنولوجية هائلة في جمع الأخبار وتقديمها بشكل يتسم بالفورية والسبق مقارنة بالوسائل الأخرى، وفي مصر برز دور المواقع الإخبارية في إدارة الأزمة الحالية؛ حيث كانت في مقدمة المصادر التي أدت دوراً مهماً في نقل أخبار فيروس كورونا المستجد وبثها وتداولها، حيث أفردت لها مساحات واسعة عبر مواقعها، وأسهمت في تزويد الجمهور بالمعلومات حول فيروس كورونا المستجد، بل وفي تشكيل اتجاهاتهم نحوها.

كما تعد البرامج الحوارية أحد أكثر الأشكال التلفزيونية شعبية وانتشاراً لدى الجماهير بوجه عام؛ فلها دور مهم وفعال في الحد من انتشار تلك الفيروسات من خلال نشر الحملات الإعلامية التوعوية والفيديوهات التعليمية الوقائية للحفاظ على صحة الجماهير، ومن خلال التعرف على سبل الوقاية وكيفية الحماية من وصول العدوى إليهم، أو نشرها للآخرين، مما يقلل بؤرة انتشار تلك الفيروسات، وبالتالي القضاء عليها، حيث إن الاستشهاد بالشخصيات المشهورة والمتخصصة من خلال البرامج الحوارية من أهم العوامل التي تستخدمها الدولة لإقناع الجمهور بالرسالة المقدمة (fatema ghasschi ،2015⁽¹⁾).

وتعتبر جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد- ١٩) من أبرز الأزمات العالمية والمرتبطة بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة، واكتشف المرض في ديسمبر ٢٠١٩م في مدينة "ووهان" الصينية

ثم انتقل إلى دول العالم، وقد وصفته منظمة الصحة العالمية في ١١ مارس ٢٠٢٠ بالجائحة، ثم بدأ بعد ذلك سلسلة واسعة من الإجراءات على المستويين الوطني والعالمي تستهدف الحد من انتشار الفيروس وتقليل أضراره على الصحة العامة والنظم الصحية، وبدأت الإجراءات في مصر يوم ١٦ مارس عام ٢٠٢٠م، بإعلان رئيس الوزراء المصري بتخفيض عدد العاملين في الأجهزة الحكومية لتقليل الاحتكاك بين المواطنين، وتعليق الطيران ووقف الدراسة بالمدارس والجامعات، ثم حزمة من الإجراءات الأكثر تعقيداً والتي شملت غلقاً مبكراً للأماكن العامة ثم إجراءات حظر التجوال.

ونظراً إلى قدرة الفيروس الهائلة على الانتشار، أصبح من الضروري تطبيق شروط استثنائية غير مسبوقة، تلك الجهود تتطلب تعاون كافة أطراف المجتمع بشكل متناسق لتحقيق الأهداف المرجوة، وانتشار الفيروس في كثير من الدول تتخطى قدرات النظام الصحي التقليدي، وأثر بشكل سلبي على خطط الحكومات للحد من أضراره على الصحة، وأصبح من الواضح لمتخذي القرار تزويد المواطنين بأدوات تساعد على مواجهة الفيروس وتقليل خسائرهم وتحويلهم من ضحايا المرض إلى طرف فاعل قادر على اقتراح وتطبيق حلول.

وأسهم العلماء بمختلف تخصصاتهم لإيجاد علاج أو لقاح لفيروس كورونا المستجد وسط جهود علمية عالمية تبذل ضمن هذا السباق، وظهر مؤخراً "مؤشر أبحاث" فيروس كورونا المستجد "كوفيد ١٩" التابع لموقع "فينبولد" العالمي، وإن مصر هي البلد العربي الوحيد إلى جانب الأردن، المساهم بنسبة كبيرة في الأبحاث العلمية المسجلة في مجال علاج فيروس كورونا، إذ تأتي مصر في مرتبة متقدمة باحتلالها المركز التاسع عالمياً والأول عربياً ضمن قائمة تضم ٤٢ دولة، بينما جاءت الأردن في الترتيب ٣٨ بالقائمة ذاتها، وتتصدر الولايات المتحدة قائمة "مؤشر أبحاث" فيروس كورونا بتسجيل ١٢٠٩ بحثاً، تليها فرنسا بعدد ١٧٤ بحثاً علمياً، ثم الصين بالقائمة ذاتها ب ٧٤ بحثاً في هذا الشأن (who,2020)^(٢).

وكشفت أزمة كورونا عن اختلالات كبيرة في نظم الحوكمة الصحية والاقتصادية، بل والسياسية أيضاً في كثير من دول العالم، ولم تتج دول صناعية غنية بمواردها المالية ومنتظمة علمياً وطبياً من هذا الوباء سريع الانتشار، بسبب عدم استعداد نظمها للتعامل

مع مثل هذه الأزمات، بينما أثبتت دول فقيرة لديها بنية تحتية متواضعة، مهارتها في التنسيق واستنفار طاقاتها البشرية لمواجهة خطر انتشار هذا الوباء (parry,2020)^(٣). وقد حظيت هذه الجائحة باهتمام المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية المصرية؛ مما يوفر للجمهور المصري فرص الحصول على الأخبار والتحليلات والمعلومات عن تلك الجائحة ومعرفة أبعادها المختلفة، ومن ثم فإن هذه الدراسة تحاول معرفة اتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمه لها.

الدراسات السابقة:

تسعى عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي للوقوف على الجوانب النظرية، والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يؤدي إلى إثراء البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وقد قامت الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة في مجال دراستها وقسمتها إلى محورين من خلال ترتيبهما ترتيبًا زمنيًا من الأحدث إلى الأقدم كالتالي:

المحور الأول: دراسات تناولت المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا والتوعية الصحية:

١- دراسة (2020.Lisa Singh): استخدام Twitter في نشر المعلومات والشائعات بين الجمهور فيما يتعلق بجائحة بفيروس كورونا COVID-19^(٤)؛

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير موقع التواصل الاجتماعي Twitter في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بفيروس كورونا COVID-19، وما حجم المناقشات التي تحدث على Twitter فيما يتعلق بتلك الجائحة، بالإضافة إلى التعرف على تأثير Twitter في نشر المعلومات المضللة والشائعات بين الجماهير، واعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح؛ حيث قام بالاستعانة باستمارة تحليل المضمون لتحليل عينة قوامها (٦٤٤٨٧) تغريدة، بالإضافة إلى استخدام استمارة الاستقصاء للحصول على بيانات من (٣٥٠) من الجمهور في مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث توصل الباحث لمجموعة من النتائج، كان أهمها ما يلي:

- أشارت نتائج الدراسة أنه من خلال تحليل مضمون ٣٦,٣٥٢ تغريدة صحيحة تم نشرها، بالإضافة إلى ١,١٣٥ تغريدة مضللة ولا تستند على الحقائق في تقديمها للمعلومات.

- أشارت الدراسة أن التغريدات التي تكون دومًا متصلة بروابط ومصادر معلومات URL links تحظى بدرجة مصداقية عالية sources credible بين الجماهير؛ نظرًا

لاعتمادها على روابط تدعم صحة التغريدات المنشورة مثل روابط منظمة الصحة العالمية WHO.

- أشارت نتائج الدراسة أن هناك علاقة بين العوامل الزمانية والمكانية -spatio relationship temporal وبين استخدام Twitter للكشف والإعلان عن الحالات الجديدة، حيث وجدت الدراسة أن الإعلان على الحالات الجديدة على Twitter يتم بصورة كبيرة في ولايات مثل "مانهاتن" خاصة مدينة "نيويورك" والتي تحتل النسبة الأكبر بين المدن الأمريكية في نسبة الإصابات، بالإضافة إلى أن التوقيت من العوامل الهامة والتي تؤدي إلى استخدام Twitter في الكشف عن الحالات خاصة بين المعارف والأقران؛ لكي يتمكن الأفراد من الذين كانوا مخالطين لتلك الحالات من التواصل مع الهيئات المختصة وإجراء اللازم.

- وكذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أنه نتيجة عدم وجود رقابة على المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك كانت تلك المنصات من بين الوسائل الرئيسية التي كانت سبباً في نشر الخرافات والأساطير والمعلومات المضللة بين الجماهير مثل أن فيروس كورونا شبيه بفيروس الإنفلونزا وله مثل الأعراض ويمكن علاجه بدواء الإنفلونزا العادية، أو مثل شائعة أن الفيروس سيتم القضاء عليه من خلال فصل الصيف والطقس الساخن Heat Kills Disease أو أن الفيروس ما هو إلا بمثابة حرب كيميائية؛ حيث إن ذلك الفيروس تم تحضيره في المعامل الكيميائية، مما أدى في كثير من الأحيان إلى نشر الخوف والذعر بين الجماهير خاصة في المناطق الموبوءة مثل "نيويورك"، حيث يميل الجمهور إلى تصديق تلك الأساطير المتعلقة بجائحة فيروس كورونا أو الاستهتار بالفيروس في فترة بداية انتشاره.

- كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي Twitter كما بيّنت عينة الدراسة قد أفادت بدرجة كبيرة في التعامل مع ذلك الفيروس، وكيفية الوقاية منه، بالإضافة إلى التعرف على الأمور التي ينبغي القيام بها عند حدوث أعراض الإصابة، وكيفية التعامل مع أحد أفراد العائلة إذا ما تعرض للإصابة، مما أدى في النهاية إلى زيادة وعي الجمهور فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا COVID-19.

٢- دراسة (Rajvikram Madurai Elavarasan, 2020): الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع جائحة فيروس كورونا COVID-19^(٥)؛

هدفت الدراسة إلى التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في مواجهة جائحة فيروس كورونا COVID-19، بالإضافة إلى التعرف على التقنيات التكنولوجية التي تمت الاستعانة بها في التواصل مع الجماهير المتنوعة للوقاية من انتشار فيروس كورونا COVID-19، واعتمد الباحث على منهج المسح، حيث قام باختيار عينة مكونة

من (٨٥٦) من مناطق متعددة في دولة الهند عن طريق استمارة الاستقصاء التي تم إرسالها على الإنترنت، وكانت أهم نتائج الدراسة كالتالي:

- أشارت نتائج الدراسة الي اتجاه منظمة الصحة العالمية WHO والمسؤول الأول عن الصحة في العالم إلى محاربة الأمراض والأوبئة المتوطنة وغير السارية مثل فيروس كورونا COVID-19 والذي اجتاح العالم في الأشهر القليلة الماضية، حيث بينت الدراسة الي اتجاه استخدام منظمة الصحة العالمية الي استراتيجية تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس، بغرض وضع قضية تفشي الفيروس، في مقدمة أجندة أولويات الجمهور.

- كذلك أشارت الدراسة إلى اتجاه منظمة الصحة العالمية إلى استخدام استراتيجية الصدمة، أو Risk perception وذلك بغرض التعريف بحجم الكارثة التي أحدثها الفيروس والذي أصبح يتشتر في كل بقاع العالم، وذلك بغرض بث حالة من الخوف الاحترازي، الذي يمنع الجمهور من القيام بالعادات اليومية التي قد تؤدي إلى زيادة تفشي الفيروس.

- كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى استخدام تطبيقات الهاتف المحمول كإحدى الاستراتيجيات الاتصالية، بهدف التعرف على أخبار الفيروس لحظة بلحظة، والتعرف أيضًا على طرق الوقاية، والتعرف على الأعراض التي يمكن من خلالها اكتشاف المرض مبكرًا، وما هي الإجراءات التي يجب اتباعها عند الشعور بأعراض وجود الفيروس لدى الفرد؟.

- كذلك أشارت نتائج الدراسة أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، كانت العامل الأبرز في نشر الوعي بين الجماهير، وإمداهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار فيروس كورونا، الأمر الذي أسهم في الحد من انتشار فيروس كورونا في دولة ذات كثافة سكانية عالية مثل الهند.

٢- دراسة (2020 Marc.-André, Kaufhold): استخدام الاستراتيجيات الاتصالات في مواجهة الأزمات الصحية العالمية^(١):

هدفت الدراسة إلى التعرف علي الدور الذي تقوم به المنظمات الطبية العالمية في مواجهة الفيروسات الحديثة مثل فيروس كورونا (COVID-19)، بالإضافة إلى التعرف على التحديات التي واجهت تلك المنظمات الطبية في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بالفيروسات الحديثة، والتعرف على دور وسائل الإعلام فيما يتعلق بتوظيفها في الحملات التي تسهم في الحد من انتشار تلك الفيروسات أو الأوبئة، وتنتهي هذه الدراسة

إلى الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث على منهج المسح، حيث قام باختيار عينة من خبراء المنظمات الصحية العالمية قوامها (٣٥) خبيراً، مستخدماً المقابلة المتعمقة، للوصول إلى نتائج الدراسة التي كان أهمها ما يلي:

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن من بين الاستراتيجيات المتبعة في محاربة الأزمات والأمراض والفيروسات سريعة الانتشار هو ضرورة التكامل والتنسيق *Coordination* بين وسائل الإعلام المختلفة فيما يتعلق بنشر الوعي وزيادة معلومات الجمهور فيما يتعلق بتلك الأمراض، خاصة الفيروسات الحديثة التي لا يعلم عنها الكثير من الجماهير.

- كما بيّنت الدراسة أهمية قيام وسائل الإعلام، بدور كبير في الحد من انتشار تلك الفيروسات من خلال نشر فيديوهات تعليمية وقائية للحفاظ وحماية صحة الجماهير، من خلال التعرف على سبل الوقاية وكيفية الحماية من وصول العدوى إليهم، أو نشرها إلى الآخرين إذا كانوا مصابين بالعدوى، مما يقلل بؤرة انتشار تلك الفيروسات، وبالتالي القضاء عليها في أقرب وقت.

- كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أنه من بين أهم التحديات التي تواجه المنظمات العالمية في تطبيق استراتيجياتها الاتصالية هو تضارب الأخبار والمعلومات الصادرة من المنظمات الطبية، الأمر الذي يسبب حالة من الارتباك لدى الجمهور في اتباع الإجراءات والطرق السليمة للوقاية ومنع انتشار الفيروسات.

- كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أنه من بين الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المنظمات فيما يتعلق بالتعامل مع الفيروسات والأوبئة الحديثة مثل فيروس كورونا COVID-19، استراتيجية التخويف *Intimidation*، وذلك بهدف عدم تهوين تعامل الجمهور مع تلك الفيروسات، وذلك من خلال نشر الأخبار المتعلقة بالخسائر الفادحة التي أحدثها ذلك الفيروس على مستوى العالم، وحجم الوفيات التي خلفها في خلال أشهر قليلة.

٤- دراسة (2020 Rama Krishna Reddy Kummitha): استخدام التكنولوجيا الاتصالية الحديثة لمواجهة جائحة فيروس كورونا COVID-19 *Pandemic COVID-19* والتقليل من انتشارها^(٧):

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعامل مع جائحة فيروس كورونا (COVID-19 *Pandemic COVID-19*)، بالإضافة إلى التعرف على الفروق الموجودة بين الصين والدول الغربية فيما يتعلق بطرق توظيف التكنولوجيا الاتصالية الحديثة في التعامل مع تلك الأزمة الصحية العالمية، واعتمد الباحث على منهج المسح، حيث قام بتحليل الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا والمنشورة في: *BBC news*,

CNN, The Guardian, The New York Times, Business Insider, The Telegraph, The Economist, Reuters ,Global Times China, and China File والتي وصل عددها إلى (١٣٧) مقالاً وخبراً تم نشرها أو إذاعتها في تلك الوسائل الإعلامية، بالإضافة إلى (٧١) تقريراً صادرًا من منظمة الصحة العالمية WHO، وذلك للتوصل إلى نتائج الدراسة التي كان أهمها ما يلي:

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع أزمة فيروس كورونا (Pandemic COVID-19) تختلف من مكان لآخر؛ وذلك نتيجة للنظام السياسي الموجود في كل دولة، فمثلاً نجد أن الدولة الصينية والتي يحكمها الحزب الشيوعي القمعي، نجده يميل إلى التكتّم فيما يتعلق بالأخبار المتعلقة بفيروس كورونا؛ وذلك لاعتقاده أن مثل تلك الأخبار تعتبر بمثابة أمن قومي يؤثر على جميع مناحي الحياة خاصة الجانب الاقتصادي.

- وعلى النقيض من ذلك نجد أن الديمقراطيات الغربية تتجه إلى استخدام استراتيجية المكاشفة والصدق فيما يتعلق بنشر الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا (Pandemic COVID-19)، وذلك لأن الهدف الأساسي لتلك الديمقراطيات هي الحفاظ على حياة الإنسان والذي يأتي في المقام الأول.

- كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أن الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال في مواجهة فيروس كورونا Pandemic COVID-19 مرتبط بالتقدم التكنولوجي للدول، لذلك نجد أن الدول الغربية تتجه إلى الاعتماد بشكل كامل على تكنولوجيا الاتصال الحديثة ubiquitous adoption بغرض التواصل مع الجماهير؛ الأمر الذي يسهم بشكل كبير في نشر الوعي بين الجماهير في العالم الغربي والتي أصبحت بؤرة للفيروس، الأمر الذي قد يحد من انتشار ذلك الفيروس والقضاء عليه في القريب العاجل.

- كما بينت الدراسة أن انتشار المدن الذكية Smart cities في الصين والدول الغربية أسهم بشكل كبير في الحد من انتشار الفيروس في تلك المدن على سبيل المثال مدينة Wuhan الصينية والتي بدأ الفيروس منها، لكن نتيجة الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة في تلك المنطقة تمت السيطرة على الفيروس في الأيام الأخيرة الماضية.

هـ- دراسة (2020, Qiang Chen): فتح الصندوق الأسود وتوظيف الاستراتيجيات الاتصالية في التعامل مع فيروس COVID-19 عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي^(٤): هدفت الدراسة إلى التعرف على الاستراتيجيات التي تتبعها الدولة فيما يتعلق بالمعالجة الإعلامية لأزمة فيروس كورونا (COVID-19)، بالإضافة إلى التعرف على

أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ضمن تلك الاستراتيجيات الاتصالية، واعتمد الباحث على منهج المسح، حيث قام باختيار موقع Sina Weibo وهو موقع تواصل اجتماعي تابع للجمهورية الصينية، خاصة صفحة Healthy China والتي يتابعها ما يقرب من ٥,٥٤ مليون شخص، وقام الباحث بتحليل (١٤١١) منشورًا على تلك الصفحة مستخدمًا تحليل المضمون، وكانت أهم نتائج الدراسة كالتالي:

- أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية الحملات الإعلامية التي اتبعتها الحكومات في العديد من الدول، وذلك لأن مثل تلك الحملات تقوم استراتيجياتها على عدم نشر الخوف والقلق بين الجماهير، بل على النقيض من ذلك فإنه في ظل غياب استراتيجية ورؤية إعلامية في أوقات الأزمات الصحية مثل جائحة كورونا فإنه يؤدي إلى انتشار حالات الخوف والقلق والذعر بين الجمهور، ولا يمكنهم من التعامل بطريقة سليمة مع ذلك الفيروس.

- كما بيّنت الدراسة أنه من بين الاستراتيجيات التي تستخدمها الدول في محاولة دمج المجتمع في مواجهة فيروس كورونا (COVID-19) هي محاولة استخدام الوسائل الاتصالية القريبة والمتاحة لدى الجمهور والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعتبر من أكثر الوسائل استخدامًا بين جميع شعوب العالم، وبذلك تضمن الحكومات التواصل المستمر مع الجماهير، وإمدادهم بتطور الفيروس والوضع الصحي العام في الدولة، بالإضافة إلى الإجابة على استفسارات الجمهور حول الأمور المتعلقة بالفيروس، والخطوات المتبعة إذا تعرض أحد الأشخاص للإصابة.

- لكن الدراسة أشارت أن ثراء الوسيلة Media Richness والمقصود بها هنا مواقع التواصل الاجتماعي، وما تتميز به من خصائص لم تؤثر في درجة اهتمام وانخراط الجمهور في الاهتمام بقضية فيروس كورونا.

- بينما أكدت الدراسة أهمية دوائر النقاش Discussion loop بين الجماهير وبين الجهات الصحية المعنية، حيث أكدت الدراسة على أهمية مثل تلك الحوارات والنقاشات في زيادة اهتمام الجمهور، وزيادة نسبة الوعي لديهم فيما يتعلق بالأمور التي تؤدي إلى تسريع وتيرة القضاء على الفيروس في أقرب وقت.

- وتعتبر استراتيجية الاستشهاد بالشخصيات المشهورة والمتخصصة من بين أهم العوامل التي تستخدمها الدولة في إقناع الجمهور بالرسالة المقدمة من الدولة، وذلك لأنها صادرة من المتخصصين في المجال الطبي، والتي تلقى قبولًا واسعًا من الجماهير خاصة في مثل تلك الفيروسات الجديدة مثل فيروس كورونا COVID-19.

٦. دراسة (رنا محمد، ٢٠١٩): اتجاهات الخطاب في الصحف المصرية والأمريكية إزاء الأزمات الصحية العالمية، دراسة تحليلية مقارنة^(٩):

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات وسمات الخطاب الصحفي المصري والأمريكي إزاء مجموعة من الأزمات الصحية العالمية والتي تمثلت في: فيروس سارس، فيروس إنفلونزا الطيور، فيروس إنفلونزا الخنازير، فيروس الإيدز، فيروس التهاب الكبد الوبائي، وأمراض القلب والأوعية الدموية، وأمراض السكري والاكْتئاب، والبكتريا المقاومة للمضادات الحيوية، ورصد المصادر التي اعتمدت عليها الأطروحات التي قدمها، ومسارات البرهنة التي اعتمد عليها، والقوى الفاعلة التي أبرزها والأدوار المنسوبة لها، فضلاً عن الأطر المرجعية والإعلامية، وذلك من خلال تحليل الخطاب الصحفي لصحف (الجمهورية، والوفد، والمصري اليوم) ممثلة عن الصحف المصرية، وصحيفتي (نيويورك تايمز، وواشنطن بوست) ممثلة للصحف الأمريكية، وذلك خلال الفترة من مارس ٢٠٠٣ م وحتى ديسمبر ٢٠١٤ م، وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات التحليلية المقارنة التي تهتم برصد وتحليل وتفسير اتجاهات الخطاب الصحفي المصري والأمريكي إزاء الأزمات الصحية العالمية، واعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي وأسلوب المقارنة المنهجية، واعتمدت في خطاب الصحف المصرية على نظرية الأطر الإعلامية ومدخل إدارة الأزمات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: اتسم العرض على طرح الحلول ومناقشتها، وغلب الطابع الإخباري على تغطية الصحف المصرية للأزمات الصحية، في حين كانت الأشكال التحريرية المستخدمة في الصحف الأمريكية أكثر تنوعاً، وبرزت فنون الرأي.

٧. دراسة (أمل إبراهيم، ٢٠١٩): تغطية الصحافة المصرية للأوبئة والأمراض المتوطنة ودورها في التأثير على المعرفة العلمية للجمهور المصري^(١٠):

هدفت الدراسة رصد واقع التغطية الصحفية للأوبئة والأمراض المتوطنة والمعنية بالتحقيق الصحي للجمهور المصري، ومدى نجاح التغطية الصحفية للأوبئة في القيام بالدور الإعلامي والتعليمي والتثقيفي حيال الجمهور المصري، وتحديد الدور الأمثل المطلوب تحقيقه من خلالها في مجال التثقيف الصحي للجمهور، وذلك من خلال تحليل المادة الصحفية المقدمة واستطلاع رأي الجمهور، وكذلك استراتيجية القائم بالاتصال في بناء الرسالة الخاصة بالمضمون الصحي ومعرفة المعوقات التي تواجهه، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- التفوق الواضح للمواقع الإلكترونية لصحف الدراسة على الصحف الورقية الخاصة بها في حجم المضامين الطبية في الفترتين الزمنيتين للدراسة، كما أشارت الدراسة التحليلية إلى تصدر موضوعات طبية مثل مرض السكري والسرطان، بينما توارت موضوعات على قدر من الأهمية مثل أمراض القلب والعظام والصحة.

- كذلك لم تلق أمراض معينة الاهتمام الخاص مثل الأمراض النفسية والعصبية والصحة الإنجابية والزهايمر وفيروس زيكا وسارس، حيث تراوحت نسبة هذه الأمراض ما بين الصفر و٣٪، كما أشارت الدراسة إلى اعتماد صحف الدراسة على أكثر من مصدر للمعلومات ومن بيانات الدراسة التحليلية يتضح أن الأطباء يأتون بالمركز الأول كمصدر للمعلومات الطبية.

٨. دراسة (هدير حسن، ٢٠١٨): دور الصحافة الاستقصائية في معالجة قضايا الصحة بالصحف المصرية: دراسة مقارنة وتحليلية بين الصحف القومية والحزبية والخاصة^(١١): هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة الاستقصائية في الصحف القومية والحزبية والخاصة في معالجة قضايا الصحة؛ وتوصلت الدراسة إلى أن التقارير الاستقصائية التي تناولت الخطأ الطبي بكل أنواعه وأشكاله سواء في المستشفيات والمراكز الصحية الحكومية أو تلك التابعة للقطاع الخاص في الترتيب الثالث بنسبة ١٤,٧٪، يليه القضايا الصحية المتعلقة بتجارة الأعضاء البشرية ثم قضايا العلاج بنسبة ٩,٥٪.

- كما جاءت التقارير الاستقصائية التي تناولت قضايا الدواء بنسبة ٥,٥٪، يليها في الترتيب السابع ما يتعلق بضعف المخصصات المالية بنسبة ١,٦٪، وجاءت قضايا احتكار الشركات في الترتيب الثامن، ثم جاءت قضايا التأمين الصحي وتوزيع الأطباء والأوبئة والتمريض في الترتيب التاسع بنسبة ١,٣٪، يليها قضايا حضانات الأطفال والعناية المركزية وخصخصة المستشفيات والهيكل الطبي في الترتيب العاشر بنسبة ٠,٩٪ لكل منهما.

٩. دراسة (الزهران محمد، ٢٠١٨): دور الصفحات الصحية على فيس بوك في تنمية الوعي الصحي لدى المراهقين^(١٢):

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به الصفحات الصحية على الفيس بوك في تنمية الوعي الصحي لدى المراهقين، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أهم أسباب تعرض المراهقين للصفحات الصحية على الفيس بوك هي الحصول على معلومات صحية عامة، يليها زيادة ثقافتهم الصحية ثم المساعدة على حل

بعض المشكلات الصحية، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين للصفحات الصحية على موقع الفيس بوك وتنمية الوعي الصحي لديهم.

١٠. دراسة (خالد بن فيصل، ٢٠١٦): استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا^(١٣):

هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا من خلال دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة "الرياض" بالسعودية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى أنه بالرغم من انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في السعودية فإن ٧٣٪ من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب- تويتر-فيسبوك) لاستخدامها في برامج التوعية الصحية، كما أوضحت النتائج أن ٦٠٪ من المدن الطبية لم تستخدم مواقع التواصل المتاحة في التوعية حيال مرض كورونا.

١١. دراسة (نادية محمد، ٢٠١٦): تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية^(١٤):

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة كمصدر للمعلومات الصحية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: تفوق القنوات التليفزيونية والفضائية على باقي وسائل الإعلام التقليدية من حيث درجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات الصحية، جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة اهتمام الجمهور بوسائل الإعلام الجديد، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين محافظة الشرقية وبنى سويف في أسباب الثقة في المعلومات الصحية التي تقدمها وسائل الإعلام، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية.

١٢. دراسة (Gena, 2015): فاعلية وسائل الإعلام في التوعية بمرض السرطان^(١٥):

هدفت الدراسة معرفة العلاقة بين وسائل الإعلام المختلفة والإحساس بالخطر إزاء مرض السرطان، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وبلغ حجم العينة (١١٧) مفردة من طلاب إحدى الجامعات الأمريكية تتراوح أعمارهم بين ١٦-٣٢ سنة، وتوصلت الدراسة إلى أن الأشخاص الذين حصلوا على معلومات عن المرض من وسائل الإعلام كانوا أكثر إحساسًا بخطورة المرض، أمَّا الذين ناقشوا المرض مع غيرهم شعروا بالخطر

الشخصي على أنفسهم، كما أن الإحساس بالخطر من أهم عناصر السلوك الصحي التي تركز عليها الحملات الصحية.

١٣. دراسة (هالة سمير، ٢٠١٠): دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف اتجاهات الجمهور نحو القضايا الصحية^(١٦):

هدفت الدراسة إلى معرفة دور وسائل الاتصال في إكساب الجمهور معلومات عن إنفلونزا الطيور والتبرع بالدم، ومدى ارتباط هذه المعرفة بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي ودرجة التعليم، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وأداة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: ارتفاع كثافة التعرض للموضوعات الصحية في وسائل الاتصال، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى معرفة الباحثين بإنفلونزا الطيور لصالح ذوي المستوى الأعلى، تصدرت الفضائيات الترتيب الأول بين الوسائل الإعلامية التي يفضل الباحثون متابعتها.

١٤. دراسة (عبد الرحمن القحطاني، ٢٠١٠): دور وسائل الإعلام في توعية الجمهور بطب الكوارث^(١٧):

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في توعية الجمهور بطب الكوارث، وتوصلت الدراسة إلى أن مسؤولية توعية الجماهير بطب الكوارث مسئولية مشتركة بين وسائل الإعلام والمعنيين بطب الكوارث، أهمية تزويد الإعلام- قبل وأثناء وبعد الكوارث- الجماهير بالمعلومات والأهداف والممارسات الخاصة بطب الكوارث، وذلك من خلال تشجيع البحوث الإعلامية في حقل طب الكوارث، وذلك لإيجاد الدراسات والبحوث اللازمة والإفادة منها في إعداد الخطط الإعلامية بطب الكوارث.

المحور الثاني: دراسات تناولت الإعلام وإدارة الأزمات:

١. دراسة (آمال عبد الوهاب، ٢٠١٩): دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث^(١٨):

هدفت الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث بالتطبيق على كارثة السيول في محافظات الصعيد، واعتمدت الدراسة على المقابلات الشخصية مع المسؤولين في محافظات الصعيد، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: جاءت المواقع الاجتماعية في مقدمة الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها الجمهور لمعرفة أخبار الأزمة، يليها التلفزيون في المرتبة الثانية، ثم الصحف والمجلات في المرتبة الأخيرة، وأشارت النتائج أن دور الإعلام المصري غير مفعّل في عرض مراحل تطور الأزمة، حيث ركّز فقط على حدوث الأزمة وتجاهل ما بعدها، وتم عرض الإنجازات التي تمت لمواجهة الأزمات من خلال الجهات الرسمية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت ومواقع

التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الإعلامية التي استحوذت على اهتمام الجمهور والحكومة.

٢. دراسة (محمود أحمد، ٢٠١٩): معالجة الصحافة العربية والدولية للأزمات والكوارث البيئية^(١٩):

هدفت الدراسة إلى التعرف على معالجة الصحافة العربية والدولية للأزمات والكوارث البيئية وتعتبر الصحف من أقدم وسائل الإعلام التي تسمح للقارئ بالتحكم في ظروف التعرض لها، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون واستمارة استبانة للتعرف على آراء القائمين بالاتصال في الصحف، وتبين أن محددات تفضيل الجمهور عموماً يعود لتناولها المعلومات بالتحليل والتفسير في المقام الأول، ثم سرعتها في نقل الأحداث، ثم عمق المعالجة، تليها الموضوعية وعدم التحيز، ثم دقة البيانات والمعلومات، وأخيراً مدى الحرية المتاحة أمام كل وسيلة في التعبير عن وجهة نظرها.

٣. دراسة (عبد الرحمن الشامي، ٢٠١٧): مصادر معلومات الشباب الجامعي اليمني أثناء الأزمات^(٢٠):

هدفت الدراسة إلى تقصي مصادر المعلومات المختلفة التي يعتمد عليها الشباب الجامعي اليمني لمتابعة أحداث ما يعرف "بالحراك الجنوبي"، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد، وكشفت الدراسة أن أهم مصادر معلومات الباحثين أثناء الأزمات هي القنوات الفضائية العربية والقنوات التلفزيونية اليمنية غير الحكومية، ثم الصحف ومواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت أهم أهداف الشباب اليمني التي يسعى إلى تحقيقها من خلال اعتمادهم على وسائل الإعلام في معرفة حقيقة الحراك الجنوبي، وأكدت الدراسة على وجود تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية تترتب على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الشباب الجامعي اليمني لمتابعة قضية الحراك الجنوبي.

٤. دراسة (تامر محمد صلاح، ٢٠١٦): تعرض الجمهور المصري للقنوات الفضائية الموجهة وعلاقته بمستوى المعرفة العلمية بالأزمات العربية^(٢١):

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل تعرض الجمهور المصري للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية وعلاقته بمستوى المعرفة بالأزمات العربية، وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية غير منتظمة قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور العام بمحافظة الغربية والقاهرة، وتوصلت الدراسة إلى أن الباحثين مرتفعي التعرض للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية وبلغت نسبتهم ٦٢, ٢٧٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، بينما بلغت

نسبة الباحثين متوسطي التعرض للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية ٨٠,٥٥٪، كما توصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستويات تعرض الباحثين للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية ومستويات معرفة الباحثين بالأزمات العربية. ٥. دراسة (ثروت فتحي، ٢٠١٦): أطر معالجة الأزمات في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ دراسة تحليلية لصحيفة المصري اليوم^(٣٣):

اهتمت الدراسة برصد الأطر الأكثر شيوعًا والقضايا الرئيسة والفرعية التي تم التركيز عليها في صحيفة المصري اليوم، وكذلك اتجاه المعالجة تجاه الأطراف المعنية بالأزمات في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، حيث سعت إلى تحديد الأزمات الأساسية والفرعية التي مرت بها مصر كما جاء بالحوار الصحفي في جريدة المصري اليوم أثناء فترة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن فن الحوار الصحفي قد أسهم في تقديم الأفكار والرؤى عن مصر والكشف عن الأزمات الرئيسة والفرعية التي مرت بها خلال ثمانية أزمات كبرى هي: (أزمة العدالة، أزمة الحريات الإعلامية، أزمة الدستور، أزمة الاقتصاد، أزمة المجلسين التشريعيين، الأزمات المتصلة بالرئاسة، أزمة الأمن، الأزمات المتصلة بالعلاقات المصرية الخارجية)، وتضمنت هذه الأزمات أربعين أزمة فرعية، وتبين أن هناك ١١ سببًا رئيسًا وراء هذه الأزمات منها: سياسات الرئيس واختياراته، الإخوان المسلمين، إصدار دستور غير توافقي، الاتجار بالدين لتحقيق أهداف سياسية. ٦. دراسة (شيماء السيد سالم، ٢٠١٦): دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة الأزمات والكوارث^(٣٤):

هدفت الدراسة إلى تقديم إطار نظري برؤية متكاملة عن اتصالات الأزمة والكوارث عبر وسائل الإعلام الاجتماعي من حيث المفهوم والأهمية والمراحل والوظائف، مع دراسة مداخلها النظرية، واستعراض دراسات الحالة لأزمات مؤسسية وأخرى ناجمة عن مخاطر صحية وكوارث طبيعية؛ وذلك بهدف التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في الاستجابة لهذه الأزمات عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على منهج داسة الحالة، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعي أصبحت مصدرًا أساسيًا لمعلومات وأصحاب المصالح أوقات الأزمات والكوارث، كما تُستخدم بفاعلية لتثقيف الجمهور حول تدابير التعامل مع الآثار الناجمة عن المخاطر أو الكوارث الطبيعية سواء من قبل الأجهزة الحكومية أو منظمات المجتمع المدني.

٧. دراسة (شريف درويش اللبان، ٢٠١٥): دور الإعلام في إدارة الأزمات "الأزمة السورية نموذجاً"^(٢٤):

تناولت الدراسة توضيح مراحل الأزمات والمتمثلة في مرحلة نشر المعلومات حول الأزمة، ومرحلة تفسير المعلومات وتحليلها والمرحلة الوقائية، وركزت على دور الإعلام في كل مرحلة من تلك المراحل، وطبقت الدراسة تلك المراحل على الأزمة السورية نموذجاً، وناقشت مستقبل الإعلام السوري والسيناريوهات المختلفة كالسيناريو المتفائل والقائم على نجاح الجهود المحلية والدولية في التوصل إلى حل سياسي للأزمة، يلبي طموحات الشعب السوري، ويفتح الباب أمام بناء سوريا الديمقراطية الجديدة والسيناريوهات الأخرى للأزمة.

٨. دراسة (حسين أبو شنب، ٢٠٠٨): اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على معلومات أثناء الأزمات^(٢٥):

هدفت الدراسة إلى معرفة الوسائل الإعلامية الجديدة التي يعتمد عليها طلبة الجامعات الفلسطينية في الحصول على معلومات عن أزمة الاقتتال الداخلي بين حركتي فتح وحماس؛ وأوضحت النتائج أنه بالنسبة للمصداقية كمتغير وسيط للثقة في وسائل الإعلام فقد جاءت الصحف الحزبية في الترتيب الأول، تلاها تلفزيون فلسطين، ثم المحطات التلفزيونية الخاصة، وأخيراً الصحف المحلية في الترتيب الخامس، وأشار الباحثون إلى أن أسباب تفضيلهم لوسيلة دون الأخرى هي الفورية بالدرجة الأولى، والشمولية وعمق التغطية بالدرجة الثانية، والوضوح والتفسير والموضوعية بالدرجة الثالثة، ثم تنوع المصادر وتعددتها.

٩. دراسة (حنان سليم، ٢٠٠٨): اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية بصفة عامة^(٢٦):

سعت الدراسة للتعرف على اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الأجنبية للأزمات العربية؛ وخلصت الدراسة إلى توافر مكونات الأداء الإعلامي لهذه القنوات، مثل الفورية والصدق والموضوعية والعمق والتوازن والتكامل وعدم التحيز، وفيما يتعلق بتقييم النخبة الألمانية لمدى وجود المصداقية في معالجة هذه القنوات للأزمات العربية، فقد تبين وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية فيما بين المجموعات الثلاث للنخبة (الأكاديمية والسياسية والإعلامية) حول تقييم مدى وجود المصداقية في القنوات الإخبارية محل الدراسة، وأشارت الدراسة إلى ثقة الجمهور الألماني في قنواته المحلية أكثر من القنوات الأجنبية الأخرى.

١٠. دراسة (ثروت فتحي كامل، ٢٠٠٧): إدارة الصحف للأزمة الثقافية^(٢٧)؛

اهتمت الدراسة بالتعرف على إدارة الصحف لأزمة احتراق قصر ثقافة بني سويف في صحف (الجمهورية والوفد والمصرى اليوم)، مع دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف الثلاث اهتمت بإبراز كارثة حريق قصر ثقافة بني سويف من تناول الصحف لأنشطة وزارة الثقافة وأوضاع هيئات قصور الثقافة والضحايا والمصابين، واستقالة وزير الثقافة ورئيس هيئة قصور الثقافة، والمحاكمات والتحقيقات التي صاحبت الكارثة.

التعليق على الدراسات السابقة:أولاً: القضايا والإشكاليات البحثية:

— حظيت البحوث المتعلقة بالأوبئة باهتمام واضح في التراث العربي والأجنبي، وقد تزايد الاهتمام البحثي بالمتغيرات المتلاحقة في هذا الصدد، وشهدت في الأونة الأخيرة الكثير من التطورات والمستجدات سواء في موضوعاتها أو اهتماماتها أو على مستوى الإشكالية والأطروحات المثارة.

— ركزت معظم الدراسات الأجنبية (Lisa,2020) ودراسة (Rama,2020) ودراسة (Qiang,2020) على أهمية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية ودوائر النقاش بين الجمهور، والجهات الصحية المعنية في زيادة اهتمام الجمهور وزيادة نسبة الوعي لديهم حول فيروس كورونا المستجد.

— تعددت الدراسات العربية (أمل إبراهيم، ٢٠١٩) ودراسة (رنا محمد، ٢٠١٩) ودراسة (خالد فيصل، ٢٠١٦) والتي تناولت الأزمات الصحية، وقد ركزت معظمها على أزمات بعينها، وتباينت المجالات والمداخل التي اعتمدت عليها هذه الدراسات، كما ركز غالبيتها على دراسة مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والصحافة والتلفزيون في إدارة الأزمات في مناطق مختلفة.

— ندرة الأدبيات المصرية والعربية التي تناولت جائحة فيروس كورونا المستجد؛ ويمكن تفسير ذلك بأن موضوع الدراسة حديث نسبياً.

ثانياً: الأطر النظرية:

تحتاج بحوث الأوبئة كغيرها من البحوث إلى إطار نظري يحكمها، كما تحتاج إلى توظيف عناصر هذا الإطار لتحليل العلاقة بينهما، واعتمدت بعض أدبيات التراث العلمي العربي والأجنبي على أطر نظرية محددة.

– تباينت اتجاهات البحوث والدراسات السابقة في استخدام المداخل النظرية المفسرة لها، ومن الأطر النظرية التي وظفتها بعض البحوث لخدمة أهدافها البحثية: نظرية ثراء الوسيلة كما في دراسة (Marc,2020) و(عبد الرحمن الشامي، ٢٠١٧)، ونظرية الاتصال الموقفية، وانتشار المبتكرات، الاعتماد على وسائل الإعلام، ونموذج الاعتقادات الصحية، ونظرية الأطر الإعلامية.

– توظيف أكثر من مدخل نظري داخل الدراسة الواحدة لخدمة أهداف الدراسة البحثية مثل دراسة (رنا محمد، ٢٠١٩) ودراسة (نادية محمد، ٢٠١٦) ودراسة (عبد الرحمن الشامي، ٢٠١٩).

– ندرة الدراسات التي اعتمدت على المدخل المقارن والفرق البحثية بين أكثر من دولة، لبحث تأثيرات المعالجات الإعلامية على البيئات المختلفة مثل دراسة (رنا محمد، ٢٠١٩).

ثالثاً: المناهج البحثية:

– تنوعت المناهج التي تم استخدامها في الدراسات العربية والأجنبية ما بين العلاقات الارتباطية والمتبادلة ومنهج دراسة الحالة والمنهج الوصفي والمسحي.

– أظهرت العديد من الدراسات الأجنبية تصميمات منهجية تمزج بين المنهجين الكمي والكيفي، بينما استمرت إشكالية التصميم الكمي مقابل الكيفي حاضرة بوضوح في التراث العربي.

– ندرة الدراسات التي اعتمدت على المنهج التجريبي في ربط المتغيرات البحثية ولقياس أوجه الاختلافات بقياس خصائص الوسيلة الإعلامية المستخدمة.

رابعاً: الأدوات والأساليب البحثية:

– اهتمت الدراسات والبحوث الأجنبية بالتعرف على طبيعة الإفادة من أدوات الإعلام الجديد وتطبيقات الهواتف الذكية عند تغطية ودراسة فيروس كورونا المستجد، حيث حرصت أغلب الدراسات على رصد مظاهر الإفادة من التكنولوجيا في الأداء الإعلامي أو على الجمهور.

– اعتمدت أغلب الدراسات المصرية والعربية على أداة الاستبانة والمقابلة وتحليل المضمون، بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بمجموعات المناقشة والملاحظة وتحليل المضمون.

– جاءت الدراسات التي اهتمت بقياس اتجاهات الجمهور وتقييمها للمعالجة الإعلامية بشأن الأزمات المختلفة كثيرة ومتنوعة من حيث الهدف والمنهج والعينة.

خامساً: مجتمع الدراسة (العينات):

— اتسمت معظم الدراسات العربية بالاعتماد على عينات محدودة الحجم وعمدية وغير ممثلة ونتائجها غير قابلة للتعميم؛ ويفسر ذلك في ضوء عدة عوامل منها: صعوبة وجود إطار شامل يمكن من خلاله سحب عينة ممثلة، ومحدودية إمكانات الباحث الفرد في البحوث العربية التي غالباً ما يقوم بإجرائها بمفرده، سواء في صورة رسائل جامعية أو أبحاث مقدمة في مؤتمرات أو دوريات علمية.

— القليل من الدراسات اهتمت بالعينات الاحتمالية كبيرة الحجم والتي يمكن تعميم نتائجها، وكانت أغلبها دراسات أجنبية والتي يشترك في إعدادها أكثر من باحث، كما أنها تعتمد على جهات بحثية تسهم في تمويل هذا البحث؛ مما ينعكس على كبر حجم العينات وطريقة سحبها ومدى تمثيلها للمجتمع.

سادساً: أهم النتائج التي توصلت إليها بعض الدراسات السابقة:

— أشارت نتائج بعض الدراسات إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كانت العامل الأبرز في نشر الوعي بين الجماهير وإمدادهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار فيروس كورونا (Rajvikram, 2020).

— كشفت نتائج بعض الدراسات (Andra, 2020) إلى أهم التحديات التي تواجه المنظمات العالمية في تطبيق استراتيجياتها الاتصالية وهو تضارب الأخبار والمعلومات الصادرة من المنظمات الطيبة؛ الأمر الذي يسبب حالة من الارتباك لدى الجمهور في اتباع الإجراءات والطرق السليمة للوقاية ومنع انتشار الفيروسات.

— اهتمت بعض الدراسات العربية بالجانب التحليلي وتحديداً المعالجة الصحفية والتليفزيونية للعديد من الأزمات والأوبئة، وأكدت نتائج معظمها على تأثير نمط المعالجة الإخبارية للأزمات على الرأي العام، وأن معالجة الأزمات من قبل وسائل الإعلام يتسق دائماً مع توجهات صانعي ومتخذي القرار.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

بشكل عام أفادت الباحثة من تلك الدراسات في صياغة وتحديد المشكلة البحثية وأهميتها، وتحديد وصياغة أهداف الدراسة، وتحديد أنسب المناهج والأدوات البحثية المناسبة وكيفية بنائها، بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب عن تساؤلاتها وفروضها، وكذلك الوقوف على النقاط التي لم تتناولها الدراسات والبحوث السابقة، كما أفادت نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال مقارنة نتائج الدراسات السابقة والتي أسهمت في إثراء الدراسة الراهنة بالمعلومات.

مشكلة الدراسة:

ومن هنا؛ وفي ضوء الإشكاليات السابقة تتجسد المشكلة البحثية في محاولة الكشف عن اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمه لقرارات مكافحة فيروس كورونا.

مبررات الدراسة:

- حداثة الإشكالية البحثية المطروحة، وقلة الدراسات السابقة لطرحها في حدود علم الباحثة.
- الحاجة إلى معرفة اتجاهات الجمهور نحو أبعاد جودة المعالجة الإعلامية المقدمة لتلك الجائحة.
- رصد رؤى الباحثين حول قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله الدراسة، فهو من المستجدات التي طرأت على المجتمع المصري، ويمكن إيضاح أهمية الدراسة في بعديها النظري والتطبيقي على النحو التالي:

الأهمية النظرية:

١. تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع وهو فيروس كورونا المستجد وخطورته على المجتمع صحياً واقتصادياً وسياسياً.
٢. تعد من أوائل الدراسات التي تبحث في دور وسائل الإعلام المصري في التعامل مع أزمة ذات تأثير جماهيري وعالمي.
٣. فتح آفاق متعددة يمكن أن تكون مجالاً لدراسات أخرى في هذا الموضوع، ومنها تأثيرات الإعلام على كل مرحلة عمرية مختلفة للشباب حسب خصائصها المميزة لها وأيضاً المرأة، والنخبة الإعلامية، إضافة إلى دراسة كل وسيلة إعلامية على حدة.

الأهمية التطبيقية:

١. إمداد صانعي القرار بنتائج تفيد في التوصل لرؤية تؤدي إلى تفعيل الدور الإيجابي للمواقع الإخبارية والبرامج الحوارية في إدارة الأزمة؛ من خلال التوعية بالوقاية من الفيروس.
- ٢- تعد هذه الدراسة تطبيقاً لنتائج الدراسات البحثية الحديثة في مجال تأثيرات وسائل الإعلام خاصة المواقع الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي، بما تقدمه من مواد إخبارية

واعتمادها على التكنولوجيا المتعددة في جمع وعرض الأخبار الخاصة بجائحة فيروس كورونا المستجد.

٣. تختبر مدى صحة افتراضات نظرية الاتصال الموقفية للأزمات ونظرية ثراء الوسيلة حول الاستجابات السلوكية لدى الجمهور المصري.

٤- تدريب الجمهور وإكسابهم القدرة على إبداء وجهات نظر نقدية فيما يقدم لهم من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وتشجيعهم على النقد، ومساعدتهم على حسن التمييز بين الحقيقة والزيغ، وبين ما هو ثابت وصائب وما هو تافه وظاهري، ومساعدتهم على تكوين شخصية مستقلة قادرة على التقييم والاختيار.

أهداف الدراسة:

اتساقاً مع طبيعة المشكلة البحثية يمكن تحديد هدف الدراسة في إطارها العام في محاولة الكشف عن اتجاهات الجمهور نحو المعالجة الإعلامية المصرية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمه لها؛ وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:

١. التعرف على وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور المصري كمصدر للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد.
٢. التعرف على أهم المواقع الإخبارية المصرية التي يحرص الجمهور على تصفحها على الفيسبوك.
٣. التعرف على أهم البرامج الحوارية التي يحرص الجمهور المصري على مشاهدتها.
٤. تحديد درجة اعتماد الجمهور المصري على المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية كمصدر للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا.
٥. رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية المصرية لجائحة فيروس كورونا المستجد.
٦. اختبار العلاقة بين التعرض للمواقع الإخبارية والبرامج الحوارية وتقييم الوضع الراهن لجائحة فيروس كورونا المستجد.

تساؤلات الدراسة:

١. ما معدلات تعرض الجمهور المصري عينة الدراسة للمواقع الإخبارية والبرامج الحوارية كمصدر للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد؟.

٢. ما أبرز المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على تصفحها على الفيسبوك؟
٣. ما أبرز البرامج الحوارية التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها لمتابعة أخبار الجائحة؟
٤. ما مدى الاعتماد على المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية كمصدر للحصول على معلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد؟
٥. ما طبيعة اتجاهات عينة الدراسة نحو المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية المصرية؟
٦. ما تقييم الجمهور المصري عينة الدراسة لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد؟
- ٧.

فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدل تعرض الجمهور المصري للمواقع الإخبارية على الفيسبوك والبرامج الحوارية وتقييمهم للوضع الراهن لجائحة فيروس كورونا المستجد.
٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).
٣. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين متابعة أخبار جائحة فيروس كورونا المستجد على المواقع الإخبارية على الفيسبوك والبرامج الحوارية وبين تقييم قرارات مكافحة جائحة فيروس كورونا المستجد.
٤. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا الاعتماد على المواقع الإخبارية وتقييم المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد على المواقع الإخبارية.
٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- السن- المستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).
٦. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الرضا عن قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد والاتجاه نحو التغطية الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد.

الإجراءات المنهجية للدراسة:نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي لا تقتصر عند حد الوصف؛ وإنما تتعدى ذلك لمحاولة التفسير وإيجاد العلاقة بين المتغيرات، حيث يعتمد هذا النوع من الدراسات إلى الإجابة عن التساؤل: كيف تحدث الظاهرة؟ ومن المتسبب في حدوثها؟، كما تهدف الدراسات الوصفية إلى شرح الظاهرة الاجتماعية وتفسيرها^(٤٩)، وهذه الدراسة من البحوث الوصفية لأنها تهتم بالتعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمهم لهذه المعالجة.

منهج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح؛ وفي إطاره تم استخدام أسلوب المسح الميداني على عينة من الجمهور المصري، للتعرف على اتجاهاتهم وتقييمهم لتغطية المواقع الإخبارية على الفيسبوك والبرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩).

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في الجمهور المصري، واعتمدت الدراسة على عينة عشوائية غير منتظمة وبلغ حجم العينة (٤٠٠) مفردة، وتعد حجمًا مناسبًا لدراسة الجماهير غير المتجانسة في خصائصها الديموغرافية كما هو موضح في الجدول رقم (١)، وتم تطبيقها إلكترونياً وذلك بسبب تفشي فيروس كورونا المستجد، واضطرار جميع الأفراد للمكوث في الحجر المنزلي، وصعوبة تطبيقها وجهاً لوجه، كما اشتملت عينة الدراسة على تخصصات مهنية مختلفة ومستويات تعليمية وفئات عمرية مختلفة، وتم تطبيق الاستمارة خلال شهر أبريل عام ٢٠٢٠ م، وفيما يلي توصيف عينة الدراسة:

جدول (١) يوضح وصف عينة الدراسة

الجملة		المتغيرات	
ك	%		
٢٣٢	٥٨	ذكور	النوع
١٦٨	٤٢	إناث	
٤٠٠	١٠٠	جملة	
٦٠	١٥	أقل من ٢٥ سنة	السن
١٢٤	٣١	من ٢٥ إلى أقل من ٤٠ سنة	

٤١	١٦٤	من ٤٠ إلى أقل من ٥٥ سنة	المستوى التعليمي	
١٣	٥٢	أكبر من ٥٥ سنة		
١٠٠	٤٠٠	جملة		
٢٢	٨٨	تعليم متوسط		
٢٢	٨٨	فوق المتوسط		
٤٩	١٩٦	جامعي		
٧	٢٨	فوق الجامعي		
١٠٠	٤٠٠	جملة		
٣٠,٢	١٢١	أقل من ٣٠٠٠ جنيه		مستوى الدخل
٥٠,٢	٢٠١	من ٣٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ جنيه		
١٩,٦	٧٨	من ٥٠٠٠ جنيه فأكثر		
١٠٠	٤٠٠	جملة		
٩,٧	٣٩	إيجار قديم	السكن	
٣٤,٧	١٣٩	إيجار جديد		
٥٠,٢	٢٠١	تمليك		
٥,٣	٢١	فيلا		
١٠٠	٤٠٠	جملة		
٤٠	١٦٠	سيارة	الأجهزة	
٣٠	١٢٠	تابلت		
٦١,٢	٣٤٥	لاب توب		
١٠٠	٤٠٠	موبايل		
٨٥	٢٤١	كمبيوتر		
٢١,٣	٨٥	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	
٥٩,٨	٢٣٩	متوسط		
١٩	٧٦	مرتفع		
١٠٠	٤٠٠	جملة		

- من حيث النوع: نسبة ٥٨٪ من أفراد العينة ذكور ونسبة ٤٢٪ منهم إناث.
- من حيث السن: نسبة ١٥٪ من أفراد العينة بالفئة العمرية أقل من ٢٥ عام، ونسبة ٣١٪ منهم بالفئة العمرية من ٢٥ إلى أقل من ٤٠ سنة، ونسبة ٤١٪ منهم بالفئة العمرية من ٤٠ إلى أقل من ٥٥ سنة، ونسبة ١٣٪ منهم بالفئة العمرية أكبر من ٥٥ عام.
- من حيث المستوى التعليمي: نسبة ٢٢٪ من أفراد العينة مستوى تعليمي متوسط، ونسبة ٢٢٪ منهم مستوى تعليمي فوق المتوسط، ونسبة ٤٩٪ منهم مستوى تعليم جامعي، ونسبة ٧٪ منهم مستوى تعليم فوق الجامعي.
- من حيث متوسط الدخل: نسبة ٣٠,٢٪ من أفراد العينة مستوى الدخل أقل من ٣٠٠٠ جنيه، ونسبة ٥٠,٢٪ مستوى الدخل من ٣٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ جنيه، ونسبة ١٩,٥٪ متوسط الدخل أكبر من ٥٠٠٠ جنيه.
- من حيث الأجهزة: نسبة ٤٠٪ من أفراد العينة يمتلكون سيارة، ونسبة ٣٠٪ يمتلكون تابلت، ونسبة ٦١,٢٪ يمتلكون لاب توب، ونسبة ٨٥٪ يمتلكون كمبيوترًا.
- من حيث المستوى الاجتماعي الاقتصادي: نسبة ٢١,٣٪ من أفراد العينة مستوى اجتماعي اقتصادي منخفض، ونسبة ٥٩,٨٪ منهم مستوى متوسط، ونسبة ١٩٪ منهم مستوى مرتفع.

ورُوعي في العينة المأخوذة أن تضم فئات متنوعة من خلفيات ثقافية متباينة ومن مختلف الشرائح عمرية ومهنية واقتصادية وتعليمية على هذا النحو:

البُعد العمري: تنوعت حالات الدراسة باختلاف الفئات العمرية المختلفة، من (المراهقين والشباب وكبار السن)، فلكل شريحة عمرية توقعاتها وإدراكاتها لما ينشر.

البُعد الاجتماعي: ورُوعي في اختيار الحالات التنوع في الحالة الاجتماعية (الأعزب والمتزوج والمطلق والأرمل).

البُعد الطبقي: تم اختيار الحالات من مستويات طبقية متباينة وفئات مهنية متنوعة لتشمل الشرائح الطبقيّة الثلاث العليا والوسطى والدنيا، وفقًا لمحك الدخل والتعليم.

أدوات جمع البيانات الدراسة :

تم تصميم استمارة لجمع بيانات الدراسة انطلاقًا من إطارها النظري وبناء على أهدافها وفروضها والمتغيرات التي ينبغي قياسها، مع مراعاة الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج، وتم إعدادها لجمع بيانات أساسية من العينة المختارة عن طريق

توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً؛ لتغطي أهداف الدراسة وتجب على تساؤلاتها، ورُوعي في إعدادها التدرج المرحلي للأسئلة وسهولة الصياغة.

وقامت الباحثة بتحديد ميدان الدراسة واختيار عينته التي تتوعت بين حالات عدة من الأفراد على اختلاف سماتهم العمرية والنوعية والاجتماعية والتعليمية، ومرت بعدة خطوات منهجية لتصل لصورتها النهائية وتصبح قابلة للتطبيق من الناحية العلمية، وتشتمل الاستمارة على المحاور التالية: (مدى الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد - المواقع الإخبارية الأكثر استخداماً على الفيسبوك - درجة اعتماد الجمهور المصري على المواقع الإخبارية- أهم البرامج الحوارية التي يحرص الجمهور على مشاهدتها- مدى انتظام الجمهور على متابعة البرامج الحوارية- مدى اعتماد الجمهور على لبرامج الحوارية- تقييم الجمهور للتغطية الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد- تقييم الجمهور لقرارات مكافحة فيروس كورونا).

اختبار صدق وثبات أداة جمع البيانات:

أولاً: صدق الاستمارة:

تم قياس صدق الاستمارة باستخدام الأساليب التالية:

١. صدق المحتوى: وذلك من خلال مراجعة أسئلة الاستقصاء والمقاييس المستخدمة مراجعة دقيقة للتأكد من تضمينها للاستجابات التي سعت الدراسة إليها وصياغتها على نحو مفهوم للمبحوثين.

٢. صدق البناء: رُوعي في تصميمها الترتيب المنطقي لوضع الأسئلة بما يوفر الجهد والوقت ويضي باستيفاء البيانات المطلوبة.

٣. الصدق الظاهري: قامت الباحثة بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام^(٥٠)، للتحقق من صلاحية الاستمارة في قياس متغيرات الدراسة وتحقيقها لأهدافها- وقد أجرت الباحثة بعض التعديلات على الاستمارة- في ضوء ملاحظات ومقترحات المحكمين- وأصبحت الاستمارة جاهزة للتطبيق.

ثانياً: ثبات الاستمارة:

تم تطبيق الاستمارة على عينة عشوائية من الجمهور قوامها (٤٠) مفردة بواقع ١٠٪ من إجمالي العينة، وقد أفاد الاختبار القبلي للاستمارة في التأكد من فهم المبحوثين لأسئلة الاستمارة، والتأكد من عدم تكرار أسئلة الاستمارة، فضلاً عن تحديد الوقت الذي

يستغرقه ملء الاستمارة، وقد تم إجراء بعض التعديلات البسيطة على أسئلة الاستمارة وفقاً لنتيجة الاختبار القبلي وأصبحت الاستمارة في صورتها النهائية القابلة للتطبيق. كما تم إجراء "اختبار الثبات" على (٤٠) مبحوثاً وذلك بفواصل زمني أسبوع ما بين التطبيقين؛ للتأكد من ثبات إجاباتهم وتم إدخال صحف الاستقصاء في التطبيق الأصلي وصحف استقصاء اختبار الثبات، وبلغ معامل الثبات الكلي ٨٩٪ واعتبر الباحث هذه النسبة مناسبة.

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 SPSS " Statistical Package for the Social Science .

- 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 كا^٢ (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 اختصاراً 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 Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

الإطار النظري والمعريف للدراسة:

أولاً: الإطار المعرفي للدراسة:

في هذا الجزء من الدراسة سوف نتناول مفهوم الأزمة، اتصالات الأزمة، وأهداف اتصالات الأزمة، ومراحل اتصالات الأزمة، وأهمية المواقع الإخبارية على الفيس بوك (ممثلة للإعلام الجديد) والبرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية (ممثلة للإعلام التقليدي) في إدارة الأزمات.

مفهوم الأزمة:

الأزمة في مفهومها العام هي "موقف معقد ومتشابك يواجه متخذ القرار في أحد كياناته (دولة، منظمة، مؤسسة...) فيفقد القدرة على السيطرة"، وهي مرحلة من مراحل الصراع أو درجة من درجاته، أو حالة يحتمل أن تؤدي إلى تغيير في الأسباب والمقدمات والعوامل؛ وبالتالي تغييرات في التطورات والنتائج^(٣٨)، وتعتبر الأزمة عن موقف أو حالة أو قضية يواجهها متخذ القرار في أحد الكيانات الإدارية (دولة، مؤسسة، مشروع) إذ تتلاحق فيها الأحداث وتتداخل وتتشابك معها الأسباب والنتائج، وتختلط معها الأمور، وتتعدد ويفقد معها متخذ القرار قدرته على الرؤية عند اصطدامه بها للوهلة الأولى، وعند محاولته السيطرة عليها أو على اتجاهاتها المستقبلية^(٣٩)، وعلى المستوى المؤسسي الأزمة هي "الحدث الذي يؤثر بالسلب على المؤسسات ومنظمات الأعمال، مما قد يؤدي إلى إلحاق الضرر بها أو تدمير سمعتها بالكامل"^(٤٠)، ويتداخل مع مفهوم الأزمة مفاهيم أخرى، كالتطوارئ التي تُعد أحداثاً مفاجئة تتطلب اهتماماً فورياً، وفي حالة تكرار حدوثها قد تتسبب في تهديد سمعة المنظمة أو المؤسسة، ومفهوم الكوارث يختلف عن المفاهيم السابقة من حيث حجم الأضرار وشدة التدمير، وتُعرف الكارثة بأنها "حادثة مفاجئة مأساوية تُربك الحياة اليومية بشكل بالغ، وتوقع العديد من الخسائر المادية والبشرية، وتُحطم الموارد المحلية، وينجم عنها أزمات ومشكلات تستمر لفترات طويلة وتستلزم تدخل الحكومات والهيئات الرسمية، ويصعب التنبؤ بها إلى حد بعيد"^(٤١).

وتتسم الكارثة بثلاث سمات أساسية^(٤٢):

الشدة أو القسوة Severity ويمكن قياس هذه الشدة من خلال حجم الدمار والخسائر المادية والبشرية، والسمة الثانية هي: اتساع النطاق Range حيث تمتد آثارها إلى مناطق جغرافية واسعة، والسمة الثالثة هي: الشيوع Visibility حيث تكون الكارثة واضحة وعلنية غير قابلة للتجاهل من جانب الحكومات والجماهير ووسائل الإعلام.

مفهوم اتصالات الأزمة:

يقصد باتصالات الأزمة الحوار الذي يدور بين المنظمة وبين جماهيرها قبل الظهور السلبي للأزمة وأثناءها وبعدها^(٣٣)، ويمكن تعريفها على أنها استجابة المنظمات الفعلية لمعالجة الأزمة وتشمل الاتصالات الشفهية واللفظية على حد سواء، وهي غالبًا ما ترتبط بجهود العلاقات العامة داخل المنظمات قبل وأثناء وبعد أزمة أو كارثة ما، بهدف تحسين صورة وسمعة المنظمة^(٣٤)، ويشير بعض الباحثين إلى أن اتصالات الأزمة هي مجموعة اتصالات تجربها المؤسسة في ظل ظروف وضغوط غير اعتيادية قد يكون منها: الغموض الذي يحيط بالأزمة ونقص المعلومات الواردة لوسائل الإعلام من ناحية، والتغطية السلبية لوسائل الإعلام من ناحية ثانية، والموقف السلبي لبعض العاملين بالمؤسسة، مما يهدد بعواقب سلبية كبيرة من الناحيتين المادية والمعنوية^(٣٥).

أهداف اتصالات الأزمة^(٣٦):

- محاولة منع وقوع الأزمة، إذا أمكن ذلك.
- التصدي للأزمة عند وقوعها بأكبر قدر من الفاعلية.
- توزيع المهام والأدوار على الأجهزة المختلفة وإحداث أكبر قدر من التنسيق بينهما لمواجهة الأزمة ولحصر وتوفير الموارد اللازمة.
- تقليل الخسائر إلى أدنى حد، وتوفير سرعة الاستجابة.
- زيادة قدرة المنظمة على التعامل مع وسائل الإعلام.
- استعادة المنظمة لعافيتها في أقصر فترة زمنية ممكنة، واستمرارها في أداء دورها.
- تخفيف الآثار السلبية للأزمة وإزالة رواسبها على مستوى الجماهير داخليًا وخارجيًا.
- الاستفادة من معطيات الأزمة ومن نتائجها؛ لمنع تكرار أزمات مماثلة.

مراحل اتصالات الأزمة:

هناك مراحل مختلفة في اتصالات الأزمة تتطلب أنماطًا من المعلومات وتتمثل فيما يلي^(٣٧):

١. مرحلة تقديم المعلومات Instructing Information:

وفي هذه المرحلة يتم إخطار الأفراد المتأثرين بالأزمة بكيفية حماية أنفسهم مادياً وفيزيائياً من الأزمة؛ فالأفراد بحاجة دوماً إلى فهم كيف تؤثر الأزمة عليهم، وغالبًا ما يحتاج أصحاب المصالح هذه المعلومات لمعرفة إذا ما كان هناك أهمية ضرورية لإخلاء المكان أو لاتخاذ أية مواقف وقائية أخرى.

٢. مرحلة تصحيح المعلومات Adjusting Information:

وهذه المرحلة تساعد الأفراد على التعامل مع الأزمة نفسيًا، فالأزمة تولد عدم التأكد والضغط، والأفراد غالبًا ما يبحثون عن إجابات للأسئلة (ماذا حدث؟ متى؟ أين؟ ولماذا؟)، فهم بحاجة إلى إعادة التأكد من إدارة الموقف خاصة عندما يصعب تحديد سبب حدوث الأزمة.

٣. مرحلة استيعاب المعلومات Internalizing Information:

وترجع هذه المرحلة للمعلومات التي تساعد المؤسسة في إدارة سمعتها، ذلك لأن الأزمة غالبًا ما تترك آثارًا ضارة بسمعة المؤسسة؛ ولذلك فإن استراتيجيات إصلاح السمعة تعد نقطة ارتكاز لجذب الانتباه، وهي مرحلة أكثر أهمية مقارنة بمرحلتها تقديم المعلومات وتصحيح المعلومات التي قد يتم تجاهلها.

أهمية المواقع الإخبارية في إدارة الأزمات:

تكمن أهمية المواقع الإخبارية في إدارة الأزمات في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة، وقد ازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي وتنامي أعداد مستخدميها، وهذه الوسائل أكثر بكثير من مجرد أدوات لخلق وتبادل المحتوى، فقد أدت إلى ظهور ما يُطلق عليه الجمهور الاجتماعي Social Public أو الجمهور النشط Active Public الذي يستطيع أن يعرض آرائه وخبراته ويشاركها مع الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، فقد أصبح لديه الآن مجموعة واسعة من وسائل التكنولوجيا الحديثة، مع إمكانية الوصول إلى حجم هائل من المعلومات في أي وقت وفي أي مكان^(٣٨).

وقد غيرت المواقع الإخبارية من شكل وأسلوب استجابة المنظمات والأجهزة المعنية للأزمات والمخاطر والكوارث عبر مراحلها المختلفة (قبل، أثناء، وبعد)؛ فأصبحت هناك معالجة مختلفة للمعلومات سواء كانت نصية أو سمعية أو بصرية، أو استخدام الوسائط المتعددة، وتستخدم تلك المواقع قبل الأزمة لتطوير العلاقات مع الجماهير وتوعيتهم بكيفية التأهب والاستعداد للتعامل مع المواقف الحرجة والطارئة، وبالتالي تحتاج المؤسسات أن تستخدم هذه الوسائط ولا تنتظر حدوث أزمة ثم تكثف من تواجدها، وذلك حتى تستطيع إقامة خط دفاع لها عبر ترسيخ علاقات وطيدة مع أصحاب المصالح والجماهير المستهدفة، وفي مرحلة الاستجابة أثناء الأزمة وهي أهم المراحل وأكثرها حساسية وخطورة، والتي تمثل تحديًا امام المؤسسات، وأصبح استخدام المواقع الإخبارية ودمجها ضمن خطة اتصالات الأزمات والمخاطر والكوارث ضرورة حتمية، فإمّا إدارتها

بكفاءة وفاعلية وبالتالي احتواء الأزمة سريعاً والحد من تأثيراتها السلبية، أو الإخفاق في إدارتها وعدم استخدام الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة ومن ثم تزايد حدتها وتفاقمها^(٣٩)، أمّا مرحلة ما بعد الأزمة، فهي مرحلة تقييم الاستجابة الاتصالية للمؤسسة للخروج من الأزمة، وتقييم الخبرات المكتسبة، وفي هذه المرحلة يجب على المؤسسة الاستمرار في عملية التواصل مع الجمهور عبر وسائل الإعلام الاجتماعي لتصحيح صورتها الذهنية^(٤٠).

دور المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية في إدارة الأزمة (فيروس كورونا المستجد):

- حلقة الوصل: القيام بدور حلقة الوصل بين الجهات المعنية بإدارة الأزمات وبين أفراد المجتمع وتوضيح طبيعة الإجراءات التي تتخذها هذه الجهات بكل شفافية ووضوح، منعاً لأي غموض أو تأويلات مجافية للحقيقة، حيث تقوم المواقع الإخبارية في هذا السياق بنشر المعلومات الخاصة بأي أزمة أو كارثة بكل شفافية ودقة، ونقلها إلى الجمهور في رسالة واضحة وبسيطة، تمكنهم من معرفة الأزمة بأبعادها المختلفة، وإدراك ما تشكله من مخاطر وتحديات وكيفية التعامل معها^(٤١).

- الدور التوعوي: لا شك أن قيام المواقع الإخبارية والوسائل الأخرى بتوعية أفراد المجتمع تتطوي على أهمية كبيرة لا تقتصر فقط على تثقيفهم بأساليب مواجهة الأزمات وكيفية العمل على احتواء آثارها وتداعياتها المختلفة؛ وإنما إشراكهم في عملية إدارة الأزمات، وذلك من منطلق أن نجاح أي أزمة تتطلب تكامل الجهود كافة؛ الحكومية والمجتمعية فيها، ولذلك فإن الإعلام يقوم بدور حيوي ورئيس في تعزيز فكرة تكامل المسؤولية المجتمعية في إدارة الأزمات.

- الدور الوقائي: لم تعد فاعلية دور الإعلام تقاس بدوره التوعوي والتثويري فحسب؛ وإنما أيضاً بما يقوم به من مبادرات وحملات تستهدف تعزيز وقاية المجتمع في أوقات الأزمات، فالإعلام بما يتحده من منصات متنوعة كالبرامج الحوارية التي يُسلط الضوء من خلالها على خبراء الدول في التعامل مع الأزمات بما يساهم في وقاية المجتمع^(٤٢).

- التصدي للشائعات: والتي تستهدف إثارة الفوضى في الداخل وتهديد التماسك المجتمعي، والدور الذي يقوم به الإعلام في هذا الصدد ينطوي على قدر كبير من الأهمية، خاصة إذا ما تم الأخذ في الاعتبار حقيقة أن الشائعات تشهد رواجاً وانتشاراً سريعين في أوقات الأزمات، ويلجأ الأفراد إلى تصديقها، لا سيما إذا لم تتح الجهات المعنية بالأزمة المعلومات بشأنها، وتوفيرها لوسائل الإعلام المختلفة، وفي الغالب تكون مصدر هذه الشائعات منصات التواصل الاجتماعي التي لا تخضع لضوابط معينة.

- تعبئة الموارد والجهود لمواجهة الأزمة: تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل والتقارب بين الجماهير، وتعطي قيمة مضافة للعلاقات الإنسانية، خاصة أوقات المخاطر والكوارث؛ من خلال تعبئة رأس المال الاجتماعي مثل التبرعات المالية والعينية، التطوع بالمهارات والخبرات التخصصية، وأنظمة الدعم المختلفة التي يمكن أن يسهم بها الأفراد العاديون من الجمهور^(٤٣).

ثانياً: الإطار النظري للدراسة:

١. نظرية ثراء الوسيلة Media Richness Theory:

وتصف نظرية "ثراء الوسيلة الإعلامية" معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فاعلية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قلَّ الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوداً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصال معينة، وتفترض النظرية أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدرًا كبيرًا من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها؛ وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها، وهناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي: سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية^(٤٤).

٢. نظرية الاتصال الموقفية للأزمات Situational Crisis Communication Theory:

تعتمد الدراسة الحالية أيضاً على نظرية الاتصال الموقفية للأزمات (SCCT) والمأخوذة من "كومبس" (Coombs, 2007) والمعتمدة على سبعة محاور رئيسية وهي: (مسؤولية الأزمة، سمعة المؤسسة، تاريخ المؤسسة مع الأزمات، سمعة علاقات المؤسسة، استراتيجيات الاستجابة للأزمة، العواطف والمشاعر، والنوايا السلوكية)^(٤٥). وتعود جذور نظرية SCCT إلى نظرية العزو Attribution Theory حيث ذكر "كومبس" بأن الأفراد يميلون بالعادة إلى إيجاد الأسباب لأحداث مختلفة (اختلاق الأعداء) وخاصة إن كانت تلك الأحداث سلبية أو غير متوقعة، ويتفاعل الأفراد مع الحدث

عاطفيًا ويكون التأثير على سمعة المؤسسة ومستقبلها، وفيما بنيت النظرية على قاعدة التنبؤ والتوقع، فيكون التنبؤ بالأضرار التي قد تحصل للمؤسسة وسمعتها، والتوقع لما قد يحدث، وهو الموجه الرئيس لاتخاذ القرارات خلال الأزمة للحد من أضرارها، واختيار الاستراتيجية الأنسب للتعامل معها، حيث تساعدنا هذه الاستراتيجية على تحديد الأوجه الرئيسة لتأثير الأزمة على المسؤولية والسمعة التي تتصف بها المؤسسة، وتساعدنا على كيفية الاستجابة للأزمة والاهتمام بالاتصال والتواصل بعد الأزمة، كما شدد "كومبس" من خلال نظريته على ضرورة وجود تصور لتقييم كل المكونات، فإذا كان الجمهور يدرك بأن المنظمة على خطأ فيتم وضع تهديد السمعة على سلم الأولويات وتتحمل المنظمة المسؤولية، وتعتبر مسؤولية الأزمة الركيزة الأساسية والأكثر تهديدًا لسمعة المؤسسة، ويجب على مدير الأزمة أن يحدد أولاً نوع الأزمة التي ستواجه مؤسسته (سامر خالد، ٢٠١٥) (٤٦).

وتقترح النظرية وفقاً "لكومبس" بأن يوفق مديرو الأزمات بين استراتيجيات رد الفعل للأزمات ومستويات المسؤولية وتهديد السمعة الناتج عن الأزمة، ووضع "كومبس" ثلاثة عوامل تساعد مديري الأزمات على توقع مستوى تهديد سمعة المؤسسة، وتوقع كيفية نظرة المجتمع للمؤسسات ومسؤوليتها عنها وهي (تقييم نوع الأزمة، تاريخ الأزمة، وسمعة سابقة ذات علاقة بالمؤسسة).

وحدد "كومبس" ثلاث تهديدات محتملة على السمعة وهي (السلامة العامة، الخسارة المالية، فقدان السمعة)، ووضح بأن إدارة الأزمة لا تكون بمرحلة واحدة بل هي ثلاث مراحل مترابطة ومنسجمة مع بعضها، وهذه المراحل الثلاث هي مرحلة (ما قبل الأزمة، الاستجابة للأزمة، وما بعد الأزمة) (Shari .R,2012) (٤٧).

وتم توظيف نظرية SCCT في الدراسة الحالية من خلال تفسير نوعية الاستجابات التي يتبناها الجمهور من المواقف الاتصالية للإعلام المصري لجائحة فيروس كورونا المستجد، وإلى أي مدى كان الإعلام واضحًا وشفافًا من وجهة نظر الجمهور، على اعتبار أن جائحة كورونا لا يمكن عزوها لأي جهة لكونها أزمة طبيعية، ولكن يمكن عزو إخفاقات التعامل مع الحدث إلى القرارات الرسمية.

٣. نموذج إدارة اتصالات الأزمة عبر وسائل الإعلام Communication Management Case

وضع Stewart & Wilson عام ٢٠١٥ نموذجًا يوضح مراحل إدارة اتصالات الأزمة عبر وسائل الإعلام، يتكون النموذج من ست مراحل هي: (الرصد والاستماع-

واستهداف الجمهور المناسب- والاستجابة والحوار-المراقبة والتقييم- التفاعل مع الجمهور- وإجراء التعديلات الضرورية في خطة الإتصال^(٤٨).

وفيما يلي شرح لكل مرحلة من مراحل النموذج والإجراءات المرتبطة بها:

- الرصد والاستماع: ويُقصد بها معرفة وتحديد ما يقال عن شخص أو حدث ما عبر وسائل الإعلام، وتمثل هذه الوسائل للقائمين على إدارة اتصالات الأزمة فرصة لرصد ومتابعة حجم تدفق المعلومات ومضمونها من مصادر متنوعة قبل وأثناء وبعد الأزمة، وبالتالي تحسين قدرتهم على تقدير الموقف وتحديد استراتيجيات الاستجابة السريعة.

- استهداف الجمهور المناسب: تساعد مرحلة الرصد والاستماع عبر وسائل الإعلام في الوصول لأصحاب المصالح والجماهير من خلال تحديد مجموعات الجماهير المستهدفة ودراسة طبيعتها واتجاهاتها وتقدير حجم تأثيرها.

- الاستجابة والحوار: تبدأ هذه المرحلة بمجرد حدوث الأزمة، وفيها يتم اتخاذ الخطوات والإجراءات المناسبة لاحتواء الضرر وإيجاد حلول سريعة للأزمة.

- المراقبة والتقييم: تعتبر هذه المرحلة امتداد لمرحلة الرصد والاستماع، وتتطوي على مراقبة وسائل الإعلام وتقييم نتائجه لمعرفة ماذا يقال عن المنظمة أو الجهة التي تعاني من الأزمة، حيث يجب أن تبقى يقظة ومتابعة لردود أفعال الجماهير من أصحاب المصالح والرأي العام ووسائل الإعلام المختلفة.

- التفاعل مع الجمهور: وتعني هذه المرحلة استمرار التفاعل مع مجموعات الجماهير المستهدفة من أصحاب المصالح والرأي العام، بهدف تطوير المواقف والاستجابات لتكون في صالح المنظمة.

- إجراء التعديلات المطلوبة: وهنا يتم التغييرات الضرورية بناءً على تقييم إدارة خطة اتصالات الأزمة عبر مراحلها المختلفة، فقد تحتاج المنظمة إلى إعادة النظر في الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر وسائل الإعلام وتقييم أدائها عبر هذه المنصات.

مفاهيم الدراسة:

١- الاتجاه: هو الموقف الذي يتخذه الفرد أو الاستجابة التي يبديها تجاه تغطية الوسائل الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وقرارات مكافحتها، إما بالقبول أو الرفض أو المعارضة.

٢- المعالجة: هي جميع الأحداث والقضايا المتعلقة بجائحة فيروس كورونا المستجد، والتي تطرحها المواقع الإخبارية المصرية والبرامج الحوارية.

٣- **الجائحة:** هي وباء ينتشر على نطاق شديد الاتساع يتجاوز الحدود الدولية، وتشمل الجائحة (pandemic phases) المراحل التالية^(٥١):

المرحلة الأولى: مرحلة الاختبارات والفحص (Invest igation Innterval): ويتم التعرف على وجود نوع جديد من الفيروسات والاختبارات المستخدمة لهذا الغرض سواء في الإنسان أو الحيوان، وفي أي مكان بالعالم، بشرط أن يكون لهذا الفيروس تأثير على صحة الإنسان.

المرحلة الثانية: مرحلة التعرف (Recognition Interval): وفيها يحصل ازدياد ملحوظ في عدد الحالات، مع ازدياد في احتمالية انتقال العدوى من شخص لآخر.

المرحلة الثالثة: مرحلة البدء (Initiation Interval): حيث يتم فيها تأكيد الحالات المصابة بالفيروس مع الانتقال الفعال والدائم بين الأفراد.

المرحلة الرابعة: مرحلة التسارع (Acceleration Interval): حيث يقوم الفيروس بإحداث العدوى للأشخاص المعرضين لذلك، وتقوم مراكز الصحة المجتمعية باتخاذ بعض الإجراءات مثل غلق المدارس، تشجيع التباعد الاجتماعي، تقديم اللقاحات ومضادات الفيروسات إذا أمكن.

المرحلة الخامسة: مرحلة التباطؤ (Deceleration Interval) : وهي المرحلة التي يكون خلالها تباطؤ ملحوظ في عدد الحالات التي يتم اكتشافها.

المرحلة السادسة: مرحلة التحضير (Preparation Interval) : على الرغم من انحسار الجائحة، فإن التحدي ما زال قائمًا، والتبؤ بإمكانية حدوث موجة أخرى من المرض.

٤- فيروس كورونا المستجد:

هو فيروس المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة كورونا ٢ (سارس كوف ٢) ويسمى المرض الناتج عنه مرض فيروس كورونا (كوفيد ١٩)، واكتشف المرض في ديسمبر ٢٠١٩ في مدينة "ووهان" الصينية، ثم انتقل المرض إلى دول العالم.

نتائج الدراسة

تعرض الباحثة لنتائج الدراسة الميدانية من خلال عرض النتائج العامة وفقاً لمحاور استمارة الدراسة الميدانية، ثم عرض نتائج التحقق من اختبارات فروض الدراسة.

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

المحور الأول: المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيس بوك:

١- أبرز الوسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة كمصدر للمعلومات حول جائحة كورونا

جدول (٢) يوضح ترتيب أهم الوسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة

الترتيب	النسبة	الترتيب ن=٤٠٠									الترتيب الوسيلة الإعلامية	
		٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	ك	%
٢	٥,٦٣	٢٧	٢٤	٢٨	٥٣	٢٨	٧٥	٥٧	٣٩	٢٩	ك	المواقع الإخبارية
		٦,٨	٦	٧	١٣,٣	٧	١٨,٨	١٤,٣	١٩,٨	٧,٣	%	
٣	٥,٢٥	٢٩	٥	٠	٥٢	٥١	٥١	١٠٥	٥٧	٠	ك	القنوات الفضائية
		٧,٣	١٣,٨	٠	١٣	١٢,٨	١٢,٨	٢٦,٣	١٤,٣	٠	%	
٦	٤,٩٩	٤٩	٢٨	٨٤	٠	٨١	٢٨	٢٤	٥٤	٥٢	ك	الصحف الإلكترونية
		١٢,٣	٧	٢١	٠	٢٠,٣	٧	٦	١٣,٥	١٣	%	
١	٥,٩٨	٥٢	٢٧	٢٤	٢٨	٢٩	٥٨	٠	٢٨	١٥٤	ك	شبكات التواصل الاجتماعي
		١٣	٦,٨	٦	٧	٧,٣	١٤,٥	٠	٧	٣٨,٥	%	
٧	٤,٥٢	٢٧	٠	١٥٧	٥٦	٢٧	٢٨	٨١	٠	٢٤	ك	تلفزيون الإنترنت
		٦,٨	٠	٣٩,٣	١٤	٦,٨	٧	٢٠,٣	٠	٦	%	
٩	٤,١٣	٢٤	٨١	٧٩	٧٦	٢٨	٢٨	٥٥	٢٩	٠	ك	المدونات الإلكترونية
		٦	٢٠,٣	١٩,٨	١٩	٧	٧	١٣,٨	٧,٣	٠	%	
٨	٤,٥١	٨١	٧٩	٠	٠	١٠٤	٥١	٠	٢٨	٥٧	ك	المنتديات العامة والمخصصة
		٢٠,٣	١٩,٨	٠	٠	٢٦	١٢,٨	٠	٧	١٤,٣	%	
٤	٥,٠٩	٠	٧٦	٢٨	١٠٧	٢٨	٢٩	٢٧	٧٧	٢٨	ك	البوابات الإلكترونية
		٠	١٩	٧	٢٦,٨	٧	٧,٣	٦,٨	١٩,٣	٧	%	
٥	٥,٠٤	٨٣	٣٠	٢٨	٢٨	٢٤	٥٢	٥١	٤٨	٥٦	ك	مواقع المحادثات
		٢٠,٣	٧,٥	٧	٧	٦	١٣	١٢,٨	١٢	١٤	%	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور المصري في الحصول على معلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد بمتوسط ٥,٩٨، ويمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي مثل: (الفيس بوك وتويتر والواتساب... وغيرها) من أكثر المواقع الاجتماعية المستخدمة عالمياً، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Qiang Chen,2020) والتي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل استخداماً بين شعوب العالم؛ حيث تعتمد عليها الحكومات في التواصل المستمر مع الجمهور وإمدادهم بالمعلومات عن تطور فيروس كورونا المستجد والوضع الصحي العام في الدولة، وهو ما أكدته أيضاً

دراسة (Pew Crosslin, 2017) وهو أن الفيس بوك من أكثر المواقع المستخدمة بين الجمهور كمصدر للحصول على المعلومات عن أهم القضايا والأحداث^(٥٦)، واتفقت أيضًا ودراسة (Holfeld&Sukhawathan, 2018) حيث توصلت إلى أن موقع الفيس بوك من أكثر المواقع استخدامًا، وتعتبر هذه النتيجة منطقية؛ فكلما زاد استخدام موقع ما كلما زادت احتمالية بث معلومات وصور وتوسيع دائرة المعارف والأصدقاء^(٥٧).

كما جاءت المواقع الإخبارية في الترتيب الثاني بمتوسط ٥,٦٣، يليها القنوات الفضائية في الترتيب الثالث بمتوسط ٥,٢٥، ثم البوابات الإلكترونية في الترتيب الرابع بمتوسط ٥,٠٩، ثم يليها مواقع المحادثات في الترتيب الخامس بمتوسط ٥,٠٤، بينما جاءت الصحف الإلكترونية في الترتيب السادس بمتوسط ٤,٩٩، ثم تليفزيون الإنترنت في الترتيب السابع بمتوسط ٤,٥٢، يليها المنتديات العامة والمتخصصة في الترتيب الثامن بمتوسط ٤,٥١، وأخيرًا المدونات الإلكترونية في الترتيب التاسع بمتوسط ٤,١٣.

وكذلك أكدت دراسة (Rajvi kram, 2020) أهمية دوائر النقاش Discussion loop بين الجماهير وبين الجهات الصحية المعنية، حيث أكدت أن تلك الحوارات والنقاشات تؤدي إلى زيادة اهتمام الجمهور وزيادة نسبة الوعي لديهم، وأكدت أيضًا على أهمية الاستشهاد بالشخصيات المشهورة والمتخصصة من بين أهم العوامل التي تستخدمها الدولة لإقناع الجمهور بالرسالة المقدمة من الدولة؛ وذلك لأنها صادرة من المتخصصين في المجال الطبي، والتي تلقى قبولًا واسعًا من الجماهير في مثل هذه الفيروسات الجديدة مثل فيروس كوفيد-١٩ المستجد^(٥٨).

تعكس بيانات الجدول السابق أن الإعلام الإلكتروني يعد من الدعامات الأساسية للتعامل مع أزمة فيروس كورونا المستجد، فالإعلام يمثل بؤرة اهتمام الرأي العام عند حدوث الأزمات، حيث يؤدي دورًا مهمًا وحيويًا في التوعية بالأزمات المحتملة، وذلك من خلال تبصير المواطن بتطورات الأزمة والأبعاد المختلفة لها، واتباع تغطية إعلامية تفسيرية ونقدية للأزمة، وتأكيد روح التكامل والتعاون بين المواطنين، وإيجاد الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية، وأيضًا يؤدي دورًا في محاولات التشكيك وترويج الشائعات في تلك الأزمة.

٢- مدى متابعة أخبار جائحة فيروس كورونا المستجد على المواقع الإخبارية على الفيس بوك:

جدول رقم (٣) يوضح متابعة عينة الدراسة لأخبار جائحة فيروس كورونا المستجد على المواقع الإخبارية على الفيس بوك

مستوى المعنوية د ح ٢	كا ٢	الإجمالي		مدى متابعة أخبار فيروس كورونا على المواقع الإخبارية على الفيس بوك
		ك	%	
٠,٠٠١	٩٣,٦٨٠	٢٠٤	٥١	دائمًا
		١٤٨	٣٧	أحيانًا
		٤٨	١٢	نادرًا
		٤٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥١% من أفراد العينة يتابعون أخبار فيروس كورونا المستجد على المواقع الإخبارية على الفيس بوك دائمًا، ونسبة ٣٧% منهم يتابعونها أحيانًا، ونسبة ١٢% منهم نادرًا ما يتابعونها؛ وهو ما يمكن تفسيره في ضوء اهتمام الجمهور بوسائل الاتصال التكنولوجية والتي يسهل استخدامها من خلال الهواتف المحمولة بما تيسره من إمكانية الحصول على الأخبار فور حدوثها، دون قيود الزمان والمكان من خلال الاشتراك في المواقع الإخبارية أو الصفحات الخاصة بالصحف أو القنوات، أو عن طريق مشاركات المستخدمين، وهو ما أكدته دراسة (نسرين حسام، ٢٠١٦)^(٥٥).

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى متابعة أخبار فيروس كورونا على المواقع الإخبارية على الفيس بوك، حيث كانت قيمة كا = ٩٣,٦٨٠ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتابعون أخبار فيروس كورونا على المواقع الإخبارية على الفيس بوك دائمًا.

تعطي النتائج مؤشراً على أهمية موضوع الدراسة، واعتماد عينة الدراسة على المواقع الإخبارية للحصول على المعلومات عن فيروس كورونا المستجد، وذلك بهدف تخفيف حدة الغموض والقلق، وهو ما يدل على رغبة الجمهور في فهم ما يدور حوله من أحداث ترتبط بواقعه ومستقبله وتكوين رأى سليم بشأن تلك الأحداث، بعيداً عن التشويه والكذب والتحريف الذي تلجأ إليه بعض الوسائل الأخرى.

٣- أبرز المواقع الإخبارية التي تتصفحها عينة الدراسة لمتابعة أخبار جائحة فيروس كورونا:

جدول (٤) يوضح أبرز المواقع الإخبارية المصرية التي يتصفحها الجمهور

الدلالة دح	٢ك	الترتيب	إجمالي ن=٤٠٠		أبرز المواقع الإخبارية المصرية
			ك	%	
٠,٠٠١	٤٦,٢٥٠	١	٢٦٨	٦٧	اليوم السابع
٠,٢٣٠	١,٤٤٠	٢	١٨٨	٤٧	المصري اليوم
٠,٠١	٧,٨٤٠	٣	١٧٢	٤٣	البوابة نيوز
٠,٠٠١	٣١,٣٦٠	٥	١٤٤	٣٦	الوطن
٠,٠٠١	١٦,٠٠٠	٤	١٦٠	٤٠	صدى البلد
٠,٠٠١	٩٢,١٦٠	٧	١٠٤	٢٦	أخبار مصر
٠,٠٠١	٦٤,٠٠٠	٦	١٢٠	٣٠	القاهرة ٢٤

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٧٪ من أفراد العينة يرون أن أهم المواقع الإخبارية المصرية التي يتابعون من خلالها أخبار فيروس كورونا المستجد على الفيس بوك هو موقع اليوم السابع، ونسبة ٤٧٪ منهم يتابعونها على موقع المصري اليوم، ونسبة ٤٣٪ منهم يتابعونها على موقع البوابة نيوز، ونسبة ٤٠٪ منهم يتابعونها على موقع صدى البلد.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء بالعديد من الدراسات السابقة التي أكدت على استحواذ "اليوم السابع" على الترتيب الأول بين المواقع المفضلة لدى الجمهور في المتابعة والحصول على المعلومات؛ وذلك لأسباب عديدة من أهمها: السبق الإعلامي والفورية في نقل الأحداث، وانفراده ببعض الحقائق والمعلومات التي لا تعرض في المواقع الأخرى، والمتابعة المستمرة للأحداث، لذلك احتل هذا الترتيب؛ الأمر الذي يجعل منه مصدرًا مهمًا للجمهور، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (ندية القاضى، ٢٠١٦) (٦٧).

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في المواقع الإخبارية المصرية التي تتابع عليها أخبار فيروس كورونا المستجد على الفيس بوك، حيث كانت قيم

٢١ دالة عند مستوى دلالة أقل ٠,٠١، فيما عدا "المصري اليوم" لم يكن هناك فروق بين أفراد العينة حيث كانت قيم كا ٢١ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٤- مدى الانتظام في متابعة أخبار جائحة فيروس كورونا المستجد على المواقع الإخبارية:

جدول (٥) يوضح مدى الانتظام في متابعة أخبار الجائحة على المواقع الإخبارية ن=٤٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	نادراً		أحياناً		دائماً		الاستجابة المواقع الإخبارية
		%	ك	%	ك	%	ك	
اليوم السابع	٢,٦٥	٢,٥	١٠	٢٩,٨	١١٩	٦٧,٨	٢٧١	دائماً
المصري اليوم	٢,٥٩	٥,٣	٢١	٢٩,٨	١١٩	٦٥	٢٦٠	دائماً
البوابة نيوز	١,٨٥	٣٦,٨	١٤٧	٤١,٣	١٦٥	٢٢	٨٨	أحياناً
الوطن	٢,٢٤	١٩,٣	٧٧	٣٧,٥	١٥٠	٤٣,٣	١٧٣	أحياناً
صدي البلد	٢,٤٩	٥	٢٠	٤١,٥	١٦٦	٥٣,٥	٢١٤	دائماً
أخبار مصر	٢,١٨	٢١,٨	٨٧	٣٩	١٥٦	٣٩,٣	١٥٧	أحياناً
القاهرة ٢٤	١,٨٥	٣٠	١٢٠	٥٤,٨	٢١٩	١٥,٣	٦١	أحياناً

يتضح من الجدول السابق أن من أهم المواقع الإخبارية التي يحرص الجمهور المصري على متابعتها بانتظام هو موقع "اليوم السابع"؛ حيث جاء في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٦٥، يليه موقع "المصري اليوم" في الترتيب الثاني بمتوسط ٢,٥٩، ثم موقع "صدي البلد" في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٤٩، ويليه موقع "الوطن" في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٢٤، ثم موقع "أخبار مصر" في الترتيب الخامس بمتوسط ٢,١٨، وموقع "البوابة نيوز" و "القاهرة ٢٤" في الترتيب السادس والأخير بمتوسط ١,٨٥.

ربما يرجع ذلك إلى أن طبيعة هذه الأحداث وخطورتها والتي تؤثر على أمن واستقرار مصر قد دفعت الجميع لمتابعتها، كما توضح وعي الجمهور بخطورة هذه المرحلة التي تمر بها البلاد، وهو أمر طبيعي ونتيجة منطقية إذا ما نظرنا إلى خطورة جائحة فيروس كورونا المستجد، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصل إليه "مازورلي" بأن الجمهور يحرص على متابعة تغطية الأزمات، وأن هذا يختلف من فرد لآخر حسب طبيعة الأزمة التي تكتسب أهمية لدى جمهور معين فيبدأ متابعتها بكثافة^(٥٧).

٥- مدى الاعتماد على المواقع الإخبارية للتعرف على أخبار جائحة فيروس كورونا المستجد

جدول (٦) يوضح مدى الاعتماد على المواقع الإخبارية للتعرف على أخبار الجائحة،

ن=٤٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	لا أعتد		اعتمد إلى حد ما		اعتمد		الاستجابة المواقع الإخبارية
		%	ك	%	ك	%	ك	
اليوم السابع	٢,٦٤	١	٤	٣٤,٣	١٣٧	٦٤,٨	٢٥١	اعتمد
المصري اليوم	٢,٥٧	٦	٢٤	٣١,٣	١٢٥	٣٨,٨	١٣٦	اعتمد
البوابة نيوز	٢,٢١	١٩,٨	٧٩	٣٩,٨	١٥٩	٤٠,٥	١٦٢	اعتمد إلى حد ما
الوطن	٢,٤٩	٦	٢٤	٣٩,٣	١٥٧	٢٦,٨	١١٩	اعتمد
صدي البلد	١,٨٨	٣٢	١٢٨	٤٨,٣	١٩٣	١٩,٨	٧٩	اعتمد إلى حد ما
أخبار مصر	٢,١٦	٢٢	٨٨	٣٩,٨	١٥٩	٣٨,٣	١٥٣	اعتمد إلى حد ما
القاهرة ٢٤	١,٨٦	٢٨,٥	١١٤	٥٦,٥	٢٢٦	١٥	٦٠	اعتمد إلى حد ما

يتضح من الجدول السابق أن من أبرز المواقع التي يعتمد عليها الجمهور المصري في الحصول على المعلومات عن جائحة فيروس كورونا المستجد هو موقع "اليوم السابع" في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٦٤، وموقع "المصري اليوم" في الترتيب الثاني بمتوسط ٢,٥٧، و"الوطن" في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٤٩، بينما يعتمدوا إلى حد ما على موقع "البوابة نيوز" في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٢١، و"أخبار مصر" في الترتيب الخامس بمتوسط ٢,١٦، و"صدي البلد" في الترتيب السادس بمتوسط ١,٨٨، و"القاهرة ٢٤" في الترتيب السابع بمتوسط ١,٨٦.

تعكس بيانات الجدول السابق رؤى الباحثين المختلفة حول الاعتماد على المواقع الإخبارية كمصدر للحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المستجد، حيث انتقاء المصادر لا يتم بشكل عرضي بل بشكل عمدي ومقصود؛ وهو أمر مرتبط بتوقيت نشر المعلومة والرؤية المهنية والعلمية والآراء المنشورة والتي تسهم في تشكيل الرسالة الإعلامية، والتي تعبر عن اهتمامات الجمهور، وقد أتاحت المواقع الإخبارية للجمهور إمكانية التعرض للأخبار المتعلقة بالأحداث بما يتوافق مع اهتمامات كل فرد واتجاهاته.

٦- مدى الرضا عن المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد في المواقع الإخبارية التي يتابعها الجمهور على الفيس بوك:
جدول (٧) يوضح مدى الرضا عن المعالجة الإعلامية لجائحة كورونا في المواقع الإخبارية

مستوى المعنوية د ح ٢	كا ٢١,٠٩٥	الإجمالي		مدى الرضا عن المعالجة الإعلامية لجائحة كورونا في المواقع الإخبارية التي تتابعها على الفيس بوك
		ك ٤٠٠	% ٣٣,٣	
٠,٠٠١	٢١,٠٩٥	١٣٣	٣٣,٣	راض
		١٧١	٤٢,٨	راض إلى حد ما
		٩٦	٢٤	غير راض
		٤٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٣,٣% من أفراد العينة راضون عن المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد في المواقع الإخبارية التي يتابعونها على الفيس بوك، ونسبة ٤٢,٧% منهم راضون إلى حد ما، ونسبة ٢٤% منهم غير راضين عن المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد في المواقع الإخبارية التي يتابعونها على الفيس بوك.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى الرضا عن المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد في المواقع الإخبارية التي تتابعها على الفيس بوك، حيث كانت قيمة كا = ٢١,٠٩٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ارتفاع نسبة أفراد العينة الراضين عن المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد في المواقع الإخبارية التي يتابعونها على الفيس بوك.

٧- اتجاه الجمهور في المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد في المواقع

الإخبارية

جدول (٨) يوضح اتجاه عينة الدراسة في المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا ،

ن=٤٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاستجابة المعالجة الإعلامية
		%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	٢,٢٥	١٩	٧٦	٣٧,٥	١٥٠	٤٣,٥	١٧٤	تحديث الأخبار بشكل دائم على الموقع
موافق	٢,٦٠	٥	٢٠	٢٩,٨	١١٩	٦٥,٣	٢٦١	نشر معلومات صحيحة ودقيقة عن طبيعة الفيروس
محايد	١,٨١	٣٨,٣	١٥٣	٤٢,٨	١٧١	١٩	٧٦	نشر الإحصائيات الخاصة بعدد الوفيات والمصابين بشكل يومي
موافق	٢,٥٧	٠	٠	٣٣,٥	١٣٤	٦٦,٥	٢٦٦	تصحيح الشائعات بشكل دائم بما يدعو للاطمئنان
موافق	٢,٤٩	٥	٢٠	٤٠,٥	١٦٢	٥٤,٥	٢١٨	متابعة تطورات الأزمة على المستوى الإقليمي والعالمي
محايد	٢,١٢	٢٤,٣	٩٧	٣٩,٣	١٥٧	٣٦,٥	١٤٦	نشر فيديوهات توعوية مبسطة للوقاية من الفيروس
محايد	١,٩٠	٢٩,٥	١١٨	٥١	٢٠٤	١٩,٥	٧٨	تغطية جهود الدولة في ضبط المحتكرين وتوفير بدائل للمنتجات الصحية
محايد	٢,١٩	٢٠	٨٠	٤١	١٦٤	٣٩	١٥٦	تغطية المبادرات الفردية والمجتمعية لدعم المتضررين من الأزمة
موافق	٢,٥٩	٥	٢٠	٣٠,٨	١٢٣	٦٤,٣	٢٥٧	الإعلان عن كافة محاولات العلاج أو لقاح لذلك الوباء
محايد	١,٨٠	٣٨,٨	١٥٥	٤٢,٣	١٦٩	١٩	٧٦	نقل كلمة الرئيس وقرارات رئيس الوزراء مباشرة
موافق	٢,٦٠	٢,٥	١٠	٣٤,٨	١٣٩	٦٢,٨	٢٥١	نقل كلمة وزيرة الصحة يوميًا
محايد	٢,٢٥	١٨	٧٢	٣٩,٥	١٥٨	٤٢,٥	١٧٠	عرض دائم لتقرير منظمة الصحة عن الوضع في مصر
موافق	٢,٥٤	٧	٢٨	٣١,٨	١٢٧	٦١,٣	٢٤٥	عمل تقرير إخباري حي يوميًا عن الفيروس ومستجداته
محايد	١,٩٦	٣٠,٥	١٢٢	٤٣,٣	١٧٣	٢٦,٣	١٠٥	وضع روابط لكافة الأخبار التي يتم عرضها
موافق	٢,٥٧	٣,٨	١٥	٣٥,٣	١٤١	٦١	٢٤٤	عمل إنفو جراف يوضح أهم قرارات الدولة
موافق	٢,٤٩	٥	٢٠	٤٠,٥	١٦٢	٥٤,٥	٢١٨	عمل فيديوهات توعوية خاصة بكيفية الوقاية والتعامل مع الفيروس
محايد	٢,١٤	٢٣,٥	٩٤	٣٩,٣	١٥٧	٣٧,٣	١٤٩	عمل تقارير عن مستجدات الوباء من موقع الحدث

يوضح الجدول السابق اتجاه عينة الدراسة حول معالجة المواقع الإخبارية لجائحة فيروس كورونا المستجد، وكانت كالتالي: نشر معلومات صحيحة ودقيقة عن طبيعة الفيروس ونقل كلمة وزيرة الصحة يوميًا في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٦٠، والإعلان عن كافة محاولات العلاج أو لقاح لذلك الوباء في الترتيب الثاني بمتوسط ٢,٥٩، ثم عمل إنفو جراف يوضح أهم قرارات الدولة وتصحيح الشائعات بشكل دائم بما يدعو للاطمئنان في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٥٧، وعمل تقرير إخباري حي يوميًا عن الفيروس ومستجداته في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٥٤، ومتابعة تطورات الأزمة على المستوى الإقليمي والعالمي، وعمل فيديوهات توعوية خاصة بكيفية الوقاية والتعامل مع الفيروس في الترتيب الخامس بمتوسط ٢,٤٩، وكان رأيهم محايدًا في المعالجة الإعلامية التالية: تحديث الأخبار بشكل دائم على الموقع بمتوسط ٢,٢٥، نشر الإحصائيات الخاصة بعدد الوفيات والمصابين بمتوسط ١,٨١، تغطية جهود الدولة في ضبط المحتكرين وتوفير بدائل للمنتجات الصحية بمتوسط ١,٩٠، تغطية المبادرات الفردية والمجتمعية لدعم المتضررين من الأزمة بمتوسط ٢,١٩، وضع روابط لكافة الأخبار التي يمكن متابعتها بمتوسط ١,٩٦، عمل تقارير عن مستجدات الوباء من موقع الحدث بمتوسط ٢,١٤.

تشير بيانات الجدول السابق أن: (نشر المعلومات الصحيحة والدقيقة عن طبيعة الفيروس، وعمل إنفو جراف يوضح أهم قرارات الدولة، والاهتمام بالمعالجات الجيدة للأزمة ومناقشتها بكل صراحة وصدق، وتأكيد قيم الدقة والحياد والتوازن في التعامل مع الأزمة، والتعبير عن مختلف الآراء) تعد من أهم المعايير التي تؤكد مصداقية المواقع الإخبارية والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد.

المحور الثاني: متابعة عينة الدراسة من الجمهور المصري لأخبار جائحة فيروس كورونا المستجد على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية:

٨- مدى متابعة تغطية البرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد

جدول (٩) يوضح مدى متابعة تغطية البرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد

مستوى المعنوية د ح ا	٢١٤	الإجمالي		مدى متابعة تغطية البرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد
		ك	%	
٠,٠٠١	١٢,٩٦٠	٢٣٦	٥٩	نعم
		١٦٤	٤١	لا
		٤٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٩٪ من أفراد العينة يتابعون تغطية البرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد، ونسبة ٤١٪ منهم لا يتابعونها. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى متابعة تغطية البرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 12,960$ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، وهذا يعني ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتابعون تغطية البرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد، واتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (فاطمة محمد، ٢٠١٥)^(٥٨).

أشارت بيانات الجدول السابق أن البرامج الحوارية تحتل موقعًا مهمًا في القنوات التلفزيونية، حيث إنها من أكثر برامج وسائل الإعلام المعاصرة انتشارًا ونجاحًا في توصيل الرسالة الإعلامية إلى المشاهدين، كما تؤدي البرامج الحوارية دورًا أساسيًا في تشكيل اتجاهات الرأي العام؛ لما تفرضه طبيعة التلفزيون في إيصال الرسالة من المرسل إلى المستقبل بسرعة، علاوة على تحقيق المشاركة الجماهيرية في البرامج من خلال تقديم آراءهم ومقترحاتهم وأفكارهم.

٩- أسباب عدم الاهتمام بمتابعة أخبار جائحة فيروس كورونا المستجد على البرامج الحوارية:

جدول (١٠) يوضح أسباب عدم الاهتمام بمتابعة أخبار جائحة كورونا على البرامج الحوارية

الدلالة دح	كا	الترتيب	إجمالي ن=١٦٤		أسباب عدم الاهتمام بمتابعة أخبار جائحة فيروس كورونا على البرامج الحوارية
			ك	%	
٠,٠٠١	١٥,٢٤٤	١	١٠٧	٦٥,٢	تغطية البرامج تفتقر للحيادية
٠,٠٠١	٨,٨٠٥	٢	١٠١	٦١,٦	الاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى
٠,٠٠١	٢١,٩٥١	٣	٥٢	٣١,٧	لا تتوافق مع ميولي واتجاهاتي
٠,٠٠١	٧١,١٢٢	٥	٢٨	١٧,١	شكل ومضمون البرامج يفتقر للجاذبية
٠,٠٠١	٤١,٠٠٠	٤	٤١	٢٥	لا تسهم تغطية البرامج في إحاطتي بمعلومات حديثة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٥,٢٪ من أفراد العينة يرون أن أهم أسباب عدم الاهتمام بمتابعة أخبار وباء فيروس كوفيد-١٩ في البرامج الحوارية هي: "تغطية البرامج تفتقر للحيادية"، ونسبة ٦١,٦٪ منهم لا يهتمون بها؛ حيث "الاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى"، ونسبة ٣١,٧٪ منهم لا يهتمون بها لأنها "لا تتوافق مع ميولي واتجاهاتي".

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في أسباب عدم الاهتمام بمتابعة أخبار جائحة فيروس كوفيد ١٩ في البرامج الحوارية، حيث كانت قيم كا ٢٤ دالة عند مستوى دلالة أقل ٠,٠١ .

١٠- أهم البرامج الحوارية التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها:

جدول (١١)

يوضح البرامج الحوارية التي تتابعها عينة الدراسة من خلالها المعالجة الحوارية للجائحة

الدلالة د ح ١	كا	الترتيب ب	إجمالي ن=٢٣٦		البرامج الحوارية التي تتابع من خلالها المعالجة الحوارية لجائحة فيروس كورونا
			ك	%	
٠,٠٥	٦,١١٩	٥	١٣٧	٥٨,١	على مسئوليتي (صدى البلد)
٠,٠٠١	٦٥,١٥٣	١	١٨٠	٧٦,٣	كل يوم (قناة On tv)
٠,٠٠١	٤٢,٣٧٣	٢	١٦٨	٧١,٢	برنامج رأي عام (قناة Cbc)
٠,٠٠١	١٠,٥٩٣	٣	١٤٣	٦٠,٦	التاسعة مساء (القناة الأولى)
٠,٠٠١	٨,٩٦٦	٤	١٤١	٥٩,٧	برنامج رأي عام (قناة Ten)
٠,٠٠١	٤٢,٣٧٣	٢	١٦٨	٧١,٢	برنامج الحياة اليوم (قناة الحياة)
٠,٠٠١	٦٧,٢٧١	٦	٥٥	٢٣,٣	مساء dmc (قناة dmc)

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧٦,٣% من أفراد العينة يرون أن البرامج الحوارية التي تتابع من خلالها المعالجة الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد هي: برنامج "كل يوم" قناة (On tv)، ونسبة ٧١,٢% منهم يتابعون برنامج "رأي عام" قناة (Cbc)، ونسبة ٦٠,٦% منهم يتابعون برنامج "التاسعة مساء" (القناة الأولى)، ونسبة ٥٩,٧% منهم برنامج "رأي عام" (قناة Ten)؛ وهو ما أكدته دراسة (إيمان عبدالله، ٢٠١٩) حيث توصلت إلى أن برنامج "رأي عام" على قناة Ten، وبرنامج "على مسئوليتي" على قناة صدى البلد، وبرنامج "الحياة اليوم" على قناة الحياة، من أهم البرامج التي يحرص الجمهور المصري على مشاهدتها لمتابعة المشروعات القومية التتموية في مصر^(٥٩). كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في البرامج الحوارية التي تتابع من خلالها المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيم كا ٢٤ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠,٠٥ .

١١- مدى الانتظام في متابعة أخبار جائحة فيروس كورونا على البرامج الحوارية التي تشاهدها عينة الدراسة.

جدول (١٢) يوضح مدى الانتظام في متابعة أخبار جائحة كورونا على البرامج الحوارية ن=٤٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	نادراً		أحياناً		دائماً		الاستجابة البرامج الحوارية
		%	ك	%	ك	%	ك	
أحياناً	٢,٣٢	١٧	٦٨	٣٤,٥	١٣٨	٤٨,٥	١٩٤	على مسئوليتي (صدى البلد)
دائماً	٢,٦٣	٥	٢٠	٢٦,٨	١٠٧	٦٨,٣	٢٧٣	كل يوم (قناة On tv)
أحياناً	١,٨٨	٣٦,٣	١٤٥	٣٩,٨	١٥٩	٢٤	٩٦	برنامج رأي عام (قناة Cbc)
دائماً	٢,٦١	٤	١٦	٣١,٥	١٢٦	٦٤,٥	٢٥٨	التاسعة مساء (القناة الأولى)
دائماً	٢,٤٩	٥	٢٠	٤١,٥	١٦٦	٥٣,٥	٢١٤	برنامج رأي عام (قناة Ten)
أحياناً	٢,٢٢	٢١	٨٤	٣٦	١٤٤	٤٣	١٧٢	برنامج الحياة اليوم (قناة الحياة)
أحياناً	١,٩٨	٢٦,٥	١٠٦	٤٩	١٩٦	٢٤,٥	٩٨	مساء dmc (قناة dmc)

يوضح الجدول السابق أهم البرامج الحوارية التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها دائماً وهي: برنامج كل يوم (قناة On tv) في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٦٣، وبرنامج التاسعة مساءً (القناة الأولى) في الترتيب الثاني بمتوسط ٢,٦١، وبرنامج رأي عام (قناة Ten) في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٤٩.

ومن أهم البرامج التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها أحياناً هي: برنامج على مسئوليتي (صدى البلد) في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٣٢، وبرنامج الحياة اليوم (قناة الحياة) في الترتيب الخامس بمتوسط ٢,٢٢، مساء dmc (قناة dmc) في الترتيب السادس بمتوسط ١,٩٨.

و برنامج رأي عام (قناة Cbc) في الترتيب السابع بمتوسط ١,٨٨.

تعطي النتائج مؤشراً يدل على أهمية هذه البرامج؛ كونها مصدراً مهماً للتعبير عن الواقع الاجتماعي والاقتصادي والصحي، وأداة تفاعل رئيسة مع المشاهدين؛ بل يمكن القول أنها أصبحت تجسد تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، تلك التأثيرات تتمثل في إمداد الأفراد بالمعلومات الجديدة، خلق الصورة الذهنية عن أزمة كورونا، تدعيم الاتجاهات بما تضمنه من مبادئ وقيم؛ لذلك أصبحت جزءاً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين.

١٢- مدى الاعتماد على البرامج الحوارية التي تشاهدها عينة الدراسة في متابعة أخبار الجائحة:

جدول (١٣) يوضح مدى الاعتماد على البرامج الحوارية لمتابعة أخبار الفيروس، ن=٤٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	لا أتعتمد		أتعتمد إلى حد ما		أتعتمد		الاستجابة البرامج الحوارية
		%	ك	%	ك	%	ك	
أعتمد إلى حد ما	٢,٢٣	٢٠	٨٠	٣٧,٥	١٥٠	٤٢,٥	١٧٠	على مسئوليتي (صدي البلد)
أعتمد	٢,٥٠	٩	٣٦	٣١,٨	١٢٧	٥٩,٣	٢٢٧	كل يوم (قناة On tv)
أعتمد إلى حد ما	١,٧٦	٤١,٣	١٦٥	٤١,٨	١٦٧	١٧	٦٨	برنامج رأي عام (Cbc) (قناة)
أعتمد	٢,٥٨	٣	١٢	٣٦,٥	١٤٦	٦٠,٥	٢٤٢	التاسعة مساء (القناة الأولى)
أعتمد	٢,٤١	٩	٣٦	٤٠,٨	١٦٣	٥٠,٣	٢٠١	برنامج رأي عام (Ten) قناة
أعتمد إلى حد ما	٢,١٠	٢٤,٣	٩٧	٤١,٣	١٦٥	٣٤,٥	١٣٨	برنامج الحياة اليوم (قناة الحياة)
أعتمد إلى حد ما	١,٨٢	٣٣,٨	١٣٥	٥٠,٨	٢٠٣	١٥,٥	٦٢	dmc (قناة dmc) مساء

يوضح الجدول السابق أهم البرامج الحوارية التي تعتمد عليها عينة الدراسة لمتابعة أخبار جائحة فيروس كورونا المستجد، وهي كالتالي: برنامج التاسعة مساء (القناة الأولى) في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٥٨، ثم برنامج كل يوم (قناة On tv) في الترتيب الثاني بمتوسط ٢,٥٠، يليه برنامج رأي عام (قناة Ten) في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٤١.

وكانت البرامج الحوارية التي تشاهدها عينة الدراسة وتعتمد إلى حد ما عليها في متابعة أخبار جائحة فيروس كورونا المستجد كالتالي: برنامج على مسئوليتي (صدي البلد) في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٢٣، ثم برنامج الحياة اليوم (قناة الحياة) في الترتيب الخامس بمتوسط ٢,١٠. يليه برنامج مساء dmc (قناة dmc) في الترتيب السادس بمتوسط ١,٨٢، ثم برنامج رأي عام (قناة Cbc) في الترتيب السابع بمتوسط ١,٧٦.

١٣- مدى الرضا عن التغطية الإعلامية لجائحة فيروس كورونا في البرامج الحوارية:

جدول (١٤) يوضح مدى الرضا عن التغطية الإعلامية لفيروس كورونا في البرامج الحوارية

مستوى المعنوية د ح	كا	الإجمالي		مدى الرضا عن التغطية الإعلامية لفيروس كورونا في البرامج الحوارية
		ك	%	
٠,٠٠١	٢١,٠٩٥	١٢٦	٣١,٥	راض
		١٩٠	٤٧,٥	راض إلى حد ما
		٨٤	٢١	غير راض
		٤٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣١,٥% من أفراد العينة راضون عن التغطية الإعلامية لفيروس كورونا المستجد في البرامج الحوارية التي يشاهدونها، ونسبة ٤٧,٥% منهم راضون إلى حد ما، ونسبة ٢١% منهم غير راضين عن التغطية الإعلامية لفيروس كورونا المستجد في البرامج الحوارية التي يشاهدونها.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى الرضا عن التغطية الإعلامية لفيروس كورونا المستجد في البرامج الحوارية التي يشاهدونها؛ حيث كانت قيمة كا = ٤٢,٧٤٠ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ارتفع نسبة أفراد العينة الراضين عن التغطية الإعلامية لفيروس كورونا المستجد في البرامج الحوارية التي يشاهدونها.

١٤- اتجاه عينة الدراسة في المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد على البرامج الحوارية:

جدول (١٥) يوضح اتجاه عينة الدراسة في المعالجة الإعلامية على البرامج الحوارية، ن=٤٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاستجابة المعالجة الإعلامية
		ك	%	ك	%	ك	%	
محايد	٢,٠٥	١١٦	٢٩	١٤٩	٣٧,٢	١٣٥	٣٣,٨	متابعة الأزمة بشكل دائم وبشفافية
موافق	٢,٥٨	٢٤	٦	١٢٢	٣٠,٥	٢٥٤	٦٣,٥	التحويل في عرض الأزمة
موافق	٢,٤٩	٣٢	٨	١٣٧	٣٤,٢	٢٣١	٥٧,٨	التواصل مع المسؤولين سواء وزارات أو متحدثين رسميين بشكل فوري
محايد	٢,١٥	٩٩	٢٤,٨	١٤١	٣٥,٢	١٦٠	٤٠	تصحيح الشائعات بشكل دائم بما يدعو للطمأنينة
محايد	٢,٠٥	٩٨	٢٤,٥	١٨٤	٤٦	١١٨	٢٩,٥	نشر مراسلين في كافة أنحاء الجمهورية وعلى مدار

الساعة								
استضافة الخبراء في كافة المجالات للتعليق على آثار الأزمة	محايد	٢,٢٥	٢١	٨٤	٣٣,٥	١٣٤	٤٥,٥	١٨٢
نشر الإحصائيات الخاصة بعدد المصابين والوفاة بشكل يومي	موافق	٢,٥٠	١١	٤٤	٢٧,٨	١١١	٦١,٣	٢٤٥
نشر معلومات صحيحة ودقيقة عن طبيعة الفيروس	محايد	١,٧٧	٤٢,٣	١٦٩	٣٨,٨	١٥٥	١٩	٧٦
متابعة تطورات الأزمة على المستوى الإقليمي والعالمي	موافق	٢,٤٨	١٠	٤٠	٣١,٨	١٢٧	٥٨,٣	٢٣٣
شرح مبسط وشفاف للقرارات المختلفة المرتبطة بالأزمة	موافق	٢,٤٣	١١	٤٤	٣٤,٨	١٣٩	٥٤,٣	٢١٧
استضافة الأطباء النفسيين للتقليل من أثر القلق النفسي	محايد	٢,١٨	٢٣,٣	٩٣	٣٦	١٤٤	٤٠,٨	١٦٣
تفعيل الدور الرقابي للإعلام ومتابعة تنفيذ بعض القرارات في الشارع المصري	محايد	١,٩٢	٢٩,٥	١١٨	٤٨,٨	١٩٥	٢١,٨	٨٧
رصد السلوكيات السلبية لاستغلال البعض للأزمة سواء الاحتكار أو غلاء الأسعار	محايد	٢,٢٦	٢٠	٨٠	٣٤,٥	١٣٨	٤٥,٥	١٨٢
تفعيل دور المواطن من خلال الإعلان الدائم عن أرقام للإبلاغ عن مخالفات القرارات	موافق	٢,٥٨	٩	٣٦	٢٣,٨	٩٥	٦٧,٣	٢٦٩
تغطية جهود الدولة في ضبط مستغلي الأزمة وجهود توفير بدائل الاحتياجات الطبية	محايد	١,٧٧	٤٢,٣	١٦٩	٣٨,٨	١٥٥	١٩	٧٦
الإعلان عن كافة محاولات إيجاد علاج أو لقاح لذلك الوباء	محايد	٢,١٩	٢٣	٩٢	٣٤,٥	١٣٨	٤٢,٥	١٧٠
دعم القنوات لحملة خليك في البيت	موافق	٢,٤٢	١٥	٦٠	٢٧,٨	١١١	٥٧,٣	٢٢٩
نقل كلمة الرئيس وقرارات الوزراء مباشرة	محايد	١,٨٤	٣٦,٣	١٤٥	٤٣,٨	١٧٥	٢٠	٨٠
نقل كلمة وزيرة الصحة يوميًا	موافق	٢,٥٥	٨	٣٢	٢٨,٥	١١٤	٦٣,٥	٢٥٤
عرض تقرير منظمة الصحة عن الوضع بمصر مباشرة	موافق	٢,٤٣	١٠	٤٠	٣٧,٥	١٥٠	٥٢,٦	٢١٠
التواصل مع أهالي المرضى والمصابين	محايد	٢,١٢	٢٣,٣	٩٣	٤١,٣	١٦٥	٣٥,٥	١٤٢

يوضح الجدول السابق اتجاه أفراد العينة في المعالجة الإعلامية للبرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد على البرامج: التهويل في عرض الأزمة، و تفعيل دور

المواطن من خلال الإعلان الدائم عن أرقام للإبلاغ عن مخالفات القرارات في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٥٨ في الاتجاه (موافق)، ثم نقل كلمة وزيرة الصحة يوميًا في الترتيب الثاني بمتوسط ٢,٥٥ في الاتجاه (موافق)، ونشر الإحصائيات الخاصة بعدد المصابين والوفاة بشكل يومي في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٥٠ في الاتجاه (موافق)، والتواصل مع المسؤولين سواء وزارات أو متحدثين رسميين بشكل فوري في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٤٩ في الاتجاه (موافق)، وشرح مبسط لشفاف للقرارات المختلفة المرتبطة بالأزمة في الترتيب الخامس بمتوسط ٢,٤٨ في الاتجاه (موافق).

ونشر الإحصائيات الخاصة بعدد المصابين والوفاة بشكل يومي وعرض تقرير منظمة الصحة عن الوضع بمصر مباشرة في الترتيب السادس متوسط ٢,٤٣ في الاتجاه (موافق)، ثم دعم القنوات لحملة خليك في البيت في الترتيب السابع بمتوسط ٢,٤٢ في الاتجاه (موافق)، ومتابعة الأزمة بشكل دائم وبشفافية بمتوسط ٢,٠٥ في الاتجاه (المحايد)، وتصحيح الشائعات بشكل دائم يدعو للطمأنينة بمتوسط ٢,١٩ في الاتجاه (المحايد)، ونشر مراسلين في كافة أنحاء الجمهورية بمتوسط ٢,٠٥ في الاتجاه (محايد)، استضافة الأطباء النفسيين لتقليل من أثر القلق النفسي بمتوسط ٢,١٨ في الاتجاه (محايد)، وتفعيل الدور الرقابي للإعلام وتنفيذ بعض القرارات بمتوسط ١,٥٨ في الاتجاه (المحايد).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Marc,2020) حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المنظمات فيما يتعلق بالتعامل مع الفيروسات والأوبئة الحديثة هو "استراتيجية التخويف" Intimidation؛ وذلك بهدف عدم تهوين تعامل الجمهور مع تلك الفيروسات، وذلك من خلال نشر الأخبار المتعلقة بالخسائر الفادحة للفيروس على مستوى العالم وحجم الوفيات التي خلفها خلال أشهر قليلة^(٦٠).

كما أشارت دراسة (Rama,2020) إلى أن الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع فيروس كورونا تختلف من مكان لآخر؛ وذلك نتيجة للنظام السياسي الموجود في كل دولة، فمثلا نجد الدولة الصينية والتي يحكمها الحزب الشيوعي القمعي، نجده يميل إلى التكتف فيما يتعلق بالأخبار عن فيروس كورونا وذلك لاعتقاده أن مثل هذه الأخبار تعتبر بمثابة أمن قومي تؤثر على جميع مناحي الحياة وخاصة الاقتصادية، وعلى النقيض من ذلك نجد أن الديمقراطيات الغربية تتجه إلى استخدام استراتيجيات المكاشفة والصدق فيما يتعلق بنشر الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا

المستجد (كوفيد - ١٩): وذلك لأن الهدف الأساسي لتلك الديمقراطيات هو الحفاظ على حياة الإنسان(٦١) .

المحور الثالث: تقييم الجمهور لقرارات مكافحة جائحة فيروس كورونا

المستجد:

١٥- مدى رضا عينة الدراسة عن قرارات مكافحة جائحة فيروس كورونا المستجد :
جدول (١٦) يوضح مدى الرضا عن قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد

مستوى المعنوية د ح ٢	٢كا	الإجمالي		مدى الرضا عن قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد
		ك	%	
٠,٠٠١	١٣٣,٥٠٥	١٧٦	٤١,٥	راض
		٢٠٧	٥١,٨	راض إلى حد ما
		١٢	٦,٨	غير راض
		٤٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤١,٥% من أفراد العينة راضون عن قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد، ونسبة ٥١,٨% منهم يرون وجوده أحياناً، ونسبة ٦,٨% منهم غير راضين عن قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد .

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى الرضا عن قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة كا = ١٣٣,٥٠٥ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ .

١٦- للتعبير عن تقييم عينة الدراسة لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد:

جدول (١٧) يوضح تقييم عينة الدراسة لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد، ن=٤٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاستجابة القرارات
		ك	%	ك	%	ك	%	
محايد	٢,٢٢	٧٢	١٨	١٧٠	٤٢,٥	٣٩,٥	١٥٨	تعلن عن قراراتها بشفافية تامة
موافق	٢,٥٣	٢٠	٥	١٤٧	٣٦,٨	٥٨,٣	٢٣٣	القرارات فورية وحاسمة بما تتطلبه مستجدات العصر
محايد	٢,١٩	٨٤	٢١	١٥٤	٣٨,٥	٤٠,٥	١٦٢	القرارات تصاعديّة تناسب تطور الأزمة
موافق	٢,٥٦	٣٢	٨	١١١	٢٧,٨	٦٤,٣	٢٥٧	ليس كل القرارات مركزية
محايد	١,٩٢	١٢٧	٣١,٨	١٧٧	٤٤,٣	٢٤	٩٦	تراعي مطالب واحتياجات الفئات المختلفة في قراراتها
موافق	٢,٥٧	٢٢	٥,٥	١٢٨	٣٢	٦٢,٥	٢٥٠	تحدد الأساليب والوسائل المطلوبة لتنفيذ قراراتها

موافق	٢,٤٠	٩	٣٦	٤٢	١٦٨	٤٩	١٩٦	هناك تكامل في الأداء بين الوزارات وفق خطة موحدة
محايد	٢,٠٧	٢٧,٥	١١٠	٣٨	١٥٢	٣٤,٥	١٣٨	لا يوجد تضارب في القرارات الحكومية
محايد	١,٨٦	٣٢	١٢٨	٥٠,٣	٢٠١	١٧,٨	٧١	خلق إيجابيات من الأزمة وتطوير قطاعات

يوضح الجدول السابق أن أفراد العينة كانوا موافقين على بعض قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد ومن أهمها: "تحدد الأساليب والوسائل المطلوبة لتنفيذ قراراتها" في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٥٧، و"ليس كل القرارات مركزية" في الترتيب الثاني بمتوسط ٢,٥٦، يليها "القرارات فورية وحاسمة بما تتطلبه مستجدات العصر" في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٥٣، ثم "هناك تكامل في الأداء بين الوزارات وفق خطة موحدة" في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٤٠.

كما أن اتجاه عينة الدراسة محايد في القرارات التالية: "تعلن عن قراراتها بشفافية تامة" بمتوسط ٢,٢٢، "القرارات تصاعديّة تناسب تطور الأزمة" بمتوسط ٢,١٩، "تراعي احتياجات ومطالب الفئات المختلفة" بمتوسط ١,٩٢، ثم "خلق إيجابيات من الأزمة وتطوير قطاعات" بمتوسط ١,٨٦.

ترصد دلالات التوزيع السالف بروز مستويات القلق والتهويل من تفشي فيروس كورونا المستجد في مصر، وقامت الحكومة المصرية حيال ذلك باتخاذ مجموعة من القرارات الوقائية والاحترازية الهامة لمنع انتشار فيروس كورونا المستجد، وعلى الرغم من ذلك فإن النظام الصحي في مصر غير مؤهل للتعامل مع الأزمة الحالية؛ والدليل على ذلك حجم الإصابات والوفيات داخل الكادر الطبي والجمهور، حيث أعداد المصابين والوفيات في تزايد مستمر.

١٧- الاتجاه نحو التغطية الاعلامية لقرارات مكافحة فيروس كوفيد ١٩:

جدول (١٨) يوضح الاتجاه نحو التغطية الاعلامية لقرارات مكافحة فيروس كوفيد ١٩ ن=٤٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاستجابة التغطية الاعلامية
		%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	٢,٣١	١٦	٦٤	٣٦,٥	١٤٦	٤٧,٥	١٩٠	عودة الكثير من المصريين العالقين في الدول العربية والأجنبية
موافق	٢,٥٥	٨	٣٢	٢٨,٨	١١٥	٦٣,٢	٢٥٣	تعليق الدراسة بالمدارس والجامعات والمعاهد وغلقت المراكز التعليمية
محايد	١,٩٧	٣٢,٣	١٢٩	٣٨,٨	١٥٥	٢٩	١١٦	القرارات الخاصة بالعمالة في كافة المؤسسات
موافق	٢,٦١	٢	٨	٣٥,٥	١٤٢	٦٢,٥	٢٥٠	توقف حركة الطيران بعد يوم ١٩ مارس ٢٠٢٠ والإعلان عنه بشكل مسبق
موافق	٢,٤٧	٧	٢٨	٣٩,٥	١٥٨	٥٣,٥	٢١٤	حظر التجوال من الساعة السابعة مساءً حتى السادسة صباحاً
محايد	٢,١٦	٢٣,٣	٩٣	٣٧,٣	١٤٩	٣٩,٥	١٥٨	تخصيص ١٠٠ مليار جنيه لتمويل خطة شاملة وما تتضمنه من إجراءات احترازية
محايد	١,٩٩	٢٦,٥	١٠٦	٤٨	١٩٢	٢٥,٥	١٠٢	دعم قطاع البورصة والبنوك
محايد	٢,٢٧	١٩	٧٦	٣٥,٥	١٤٢	٤٥,٥	١٨٢	تخفيض سعر الكهرباء والغاز الطبيعي للمصانع
موافق	٢,٥٨	٥	٢٠	٣١,٨	١٢٧	٦٣,٢	٢٥٣	دعم قطاع السياحة والعاملين بها
محايد	١,٩٨	٣٣,٥	١٣٤	٣٥,٣	١٤١	٣١,٣	١٢٥	إلغاء العيادات الخارجية وتحويل بعض المستشفيات للحجر الصحي
موافق	٢,٥٩	٤	١٦	٣٢,٥	١٣٠	٦٣,٥	٢٥٤	متابعة حماية المستهلك لمحتكري السلع وخاصة المرتبطة بالأزمة
موافق	٢,٥٠	٦,٣	٢٥	٣٧,٣	١٤٩	٥٦,٥	٢٢٦	وقف تصدير الاحتياجات الصحية
محايد	٢,٢٥	١٩,٨	٧٩	٣٦	١٤٤	٤٤,٣	١٧٧	توفير السلع الطبية التي تم احتكارها وخاصة الكحول
محايد	٢,٣١	١٦	٦٤	٣٧,٣	١٤٩	٤٦,٨	١٨٧	تقديم معونات للعمالة غير اليومية
موافق	٢,٤٩	١٠,٣	٤١	٣٠,٣	١٢١	٥٩,٥	٢٣٨	إطلاق سراح بعض السجناء في القضايا السياسية
محايد	١,٩٥	٣٢,٨	١٣١	٣٩,٥	١٥٨	٢٧,٨	١١١	دعم الصين وإيطاليا وفلسطين وأمريكا والسودان في تلك الأزمة
محايد	٢,٦٣	٠	٠	٣٧,٥	١٥٠	٦٢,٥	٢٥٠	تغليظ عقوبة نشر الشائعات عن الفيروس وتكدير المواطنين
موافق	٢,٥٢	٥	٢٠	٣٨,٥	١٥٤	٥٦,٥	٢٢٦	توفير خطوط ساخنة للإبلاغ عن المخالفين لقرارات الدولة
محايد	٢,١٥	٢٤,٣	٩٧	٣٦,٣	١٤٥	٣٩,٥	١٥٨	الحصول على قرض من الصندوق الدولي لمواجهة التأثيرات الاقتصادية للوباء
محايد	٢,٠٣	٢٤,٥	٩٨	٤٨	١٩٢	٢٧,٥	١١٠	استئناف حركة الطيران الداخلي

يوضح الجدول السابق اتجاه أفراد العينة نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا حيث كانت إيجابية في الاستجابات التالية: "تغليظ عقوبة نشر الشائعات عن الفيروس وتكدير المواطنين" في الترتيب الأول بمتوسط ٦٣, ٢، "توقف حركة الطيران بعد يوم ١٩ مارس ٢٠٢٠ م والإعلان عنه بشكل مسبق" في الترتيب الثاني بمتوسط ٦١, ٢، "متابعة حماية المستهلك لمحتكري السلع وخاصة المرتبطة بالأزمة" في الترتيب الثالث بمتوسط ٥٩, ٢، "دعم قطاع السياحة والعاملين بها" في الترتيب الرابع بمتوسط ٥٨, ٢، "تعليق الدراسة بالمدارس والجامعات والمعاهد وغلق المراكز التعليمية" في الترتيب الخامس بمتوسط ٥٥, ٢، "توفير خطوط ساخنة للإبلاغ عن المخالفين لقرارات الدولة" في الترتيب السادس بمتوسط ٥٢, ٢، "وقف تصدير الاحتياجات الصحية" في الترتيب السابع بمتوسط ٥٠, ٢، "إطلاق سراح بعض السجناء في القضايا السياسية" في الترتيب الثامن بمتوسط ٤٩, ٢، "حظر التجوال من الساعة السابعة مساءً حتى السادسة صباحاً" في الترتيب التاسع بمتوسط ٤٧, ٢.

وكانت اتجاهات أفراد العينة محايدة نحو: "عودة الكثير من المصريين العالقين في الدول العربية والأجنبية" بمتوسط ٣١, ٢، "القرارات الخاصة بالعمالة في كافة المؤسسات" بمتوسط ٩٧, ١، "تخفيض سعر الكهرباء والغاز الطبيعي للمصانع" بمتوسط ٢٧, ١، "توفير السلع الطبية التي تم احتكارها وخاصة الكحول" بمتوسط ٥٠, ٢، "دعم الصين وفلسطين وإيطاليا والسودان في تلك الأزمة" بمتوسط ٩٥, ١، "استئناف حركة الطيران الداخلي" بمتوسط ٠٣, ٢.

كشفت بيانات الجدول السابق أن القيادة السياسية تتابع عن كثب تطور الموقف الوبائي العالمي لفيروس كورونا المستجد، وكذلك خطة وزارة الصحة والسكان الاحترازية في هذا الشأن على المستوى الوطني للتعامل مع تداعيات محتملة للفيروس، من خلال التعاون والتنسيق بين كل الجهات المعنية بالدولة، وشن حملات التوعية المستمرة للمواطنين من مختلف الفئات؛ بهدف الإرشاد وتوفير المعلومات والبيانات الحقيقية بدقة، والعمل على الاكتشاف المبكر لأي حالات مشتبها، وأن القرارات التي اتخذتها الحكومة المصرية في مواجهة فيروس كورونا أكدت أن الأولوية من الناحية الاقتصادية والاجتماعية في هذه الأزمة حماية دخول الأفراد، والحرص على توفير السلع الاستراتيجية والحفاظ على استقرار أسعارها، ويأتي بعد ذلك دور الدولة في دعم دور الشركات والمصانع دون المغامرة بصحة المواطن.

١٨ - تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد على عينة الدراسة:

جدول (١٩) يوضح مدى تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد ن=٤٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	٢,٣١	١٥,٨	٦٣	٣٧,٥	١٥٠	٤٦,٨	١٨٧	أصبحت مشتبها لكثرة وتضارب المعلومات حول هذه الأزمة
موافق	٢,٥٢	٩,٢	٣٧	٢٩,٥	١١٨	٦١,٣	٢٤٥	- أدركت أن العالم ملئ بالمخاطر والمشكلات وليست مصر فقط
محايد	١,٨٥	٣٦,٥	١٤٦	٤٢,٣	١٦٨	٢١,٣	٨٥	- أدركت أن المواطن المصري له الأولوية في تلك الأزمة داخل وخارج وطنه
موافق	٢,٥٤	٦,٣	٢٥	٣٣,٣	١٣٣	٦٠,٥	٢٤٢	- عرض بعض الآراء غير العلمية وبعض الصفات المصرية أثر بالسلب على معلوماتي عن تلك الأزمة
موافق	٢,٤٦	٦	٢٤	٤٢,٣	١٦٩	٥١,٨	٢٠٧	- أشعر بالفخر بدور مصر ومساعدتها للدول الأخرى في الأزمة
محايد	٢,٠٨	٢٧,٣	١٠٩	٣٧,٣	١٤٩	٣٥,٥	١٤٢	- أثق في قدرة مصر على مواجهة تلك الأزمة
محايد	٢,١٩	٢١,٥	٨٦	٣٧,٨	١٥١	٤٠,٨	١٦٣	- زادت مخاوفي على نفسي وأسرتي عن محاولات الاطمئنان الدائمة من الحكومة
موافق	٢,٥١	٨,٥	٣٤	٣١,٨	١٢٧	٥٩,٨	٢٣٩	- أشارك وأدعو غيري للمشاركة في الأعمال التطوعية
محايد	١,٧٦	٤٣	١٧٢	٣٨	١٥٢	١٩	٧٦	- لا أحارب الفساد في مجتمعي لأنني لن أغير واقع استمر لسنوات
موافق	٢,٥١	٦,٨	٢٧	٣٥,٣	١٤١	٥٨	٢٣٢	- أحافظ على موارد وممتلكات الدولة لأنها ملكي وملك كل مواطن
موافق	٢,٤١	٦,٥	٢٦	٤٦	١٤٨	٤٧,٥	١٩٠	- لا أواجه الشائعات التحريضية ضد بلدي فهي ليست مسئوليتي

يوضح الجدول السابق تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد على عينة الدراسة من الجمهور المصري؛ حيث كان الاتجاه إيجابياً في الاستجابات التالية: "عرض بعض الآراء غير العلمية وبعض الصفات المصرية أثر بالسلب على معلوماتي عن تلك الأزمة" في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٥٤، "أدركت أن العالم ملئ بالمخاطر والمشكلات وليست مصر فقط" في الترتيب الثاني بمتوسط ٢,٥٢، "أشارك وأدعو غيري للمشاركة

في الأعمال التطوعية"، و"أحافظ على موارد وممتلكات الدولة لأنها ملكي وملك كل مواطن" في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٥١،

"أشعر بالفخر بدور مصر ومساعدتها للدول الأخرى في الأزمة" في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٤٦، "لا أواجه الشائعات التحريضية ضد بلدي فهي ليست مسؤوليتي" في الترتيب الخامس بمتوسط ٢,٤١، وكان الاتجاه محاييدًا في: "أصبحت مشتتًا بسبب تضارب وكثرة المعلومات حول الأزمة" بمتوسط ٢,٢١، "أدركت أن المواطن المصري له الأولوية داخل وخارج مصر" بمتوسط ١,٨٥، "أثق في قدرة مصر على مواجهة تلك الأزمة" بمتوسط ٢,٠١، "لا أحارب الفساد في مجتمعي لأنني لن أغير واقع استمر لسنوات" بمتوسط ١,٧٦ .

يتضح مما سبق يتضح: أن الإعلام الجديد أثبت أنه قوة فعالة لا يستهان بها في التغيير والتأثير على الأفراد والمجتمعات والدول؛ ولكن قبل أن يصبح هذا الإعلام قوة من دون مسؤولية اجتماعية، لذلك أصبح هناك ضرورة ملحة لوضع ضوابط وتشريعات جديدة من شأنها تنظم آلياته وأدواره المتسارعة والمتزايدة، حيث أساء البعض استخدام مساحة الحرية المتاحة عبر وسائل الإعلام الجديد مثل المواقع الإخبارية ومواقع التواصل؛ من خلال نشر معلومات مضللة وغير صحيحة أو تغريدات مسيئة، الأمر الذي أدى إلى عواقب وخيمة تضر بالصالح العام.

ويمكن القول أن الإعلام غير قادر على القيام بدوره على أكمل وجه أثناء الأزمات الصحية العالمية، لذا يجب إعداده وتدريبه بصورة كافية لأداء مهمته، وكيفية اتصاله وتواصله مع الجماهير.

ثانياً : اختبار فروض الدراسة:

١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة أخبار فيروس كورونا المستجد على المواقع الإخبارية على الفيس بوك والبرامج الحوارية وبين تقييم قرارات مكافحة جائحة فيروس كورونا .
جدول (٢٠) يوضح العلاقة بين متابعة أخبار فيروس كورونا المستجد على المواقع الإخبارية على الفيس بوك والبرامج الحوارية وبين تقييم قرارات مكافحة جائحة كورونا

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
تقييم قرارات مكافحة ذلك الوباء	٢٠,٣	٣,٣٨٣				
متابعة أخبار فيروس كورونا على المواقع الإخبارية على الفيس بوك	٢,٣٩	٠,٦٩٢	***٠,١٨٢	طردي	ضعيف	٠,٠١
متابعة أخبار فيروس كورونا فى البرامج الحوارية	١,٥٩	٠,٤٩٢	***٠,٥٤٧	طردي	ضعيف	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين متابعة أخبار فيروس كورونا المستجد على المواقع الإخبارية على الفيس بوك وبين تقييم قرارات مكافحة ذلك الوباء، حيث كانت ($r > 0,3$) وهي عند مستوى ٠,٠١ .

- وجود علاقة طردية متوسطة بين متابعة أخبار فيروس كورونا المستجد في البرامج الحوارية وبين تقييم قرارات مكافحة ذلك الوباء، حيث كانت ($r > 0,7$) وهي عند مستوى ٠,٠١ .

ومما سبق يتضح تحقق الفرض الأول كلياً .

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- الإقامة- المستوى الاجتماعي- السن- التعليم).

٢(أ)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد .

جدول (٢١) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد

المتغير	الجنس		إناث(ن=١٦٨)		ت	الدلالة د.ج ٣٩٨
	م	ع	م	ع		
تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد	٢٥,٠	٣,٥٦٩	٢٥,٣	٣,٨٢٣	٠,٦٤٠-	٠,٥٢٣ غير دالة

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

٢(ب)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد باختلاف السن:

جدول (٢٢) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد باختلاف السن

الدلالة	ف	متوسط	د ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
٠,٠١	٤,٧٢٦	٦٢,٠٨٦	٣	١٨٦,٢٥٩	بين مجموعات	تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد
		١٣,١٣٦	٣٩٦	٥٢٠٢,٠٣٩	داخل	
			٣٩٩	٥٣٨٨,٢٩٨	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتضح:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف السن في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠١.

جدول (٢٣) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين والمتوسطات والانحرافات المعيارية لتأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد باختلاف السن:

أكبر من ٥٥ سنة	من ٤٠ - ٥٥ سنة	من ٢٥ - ٤٠ سنة	أقل من ٢٥ سنة	انحراف معياري	متوسط	ن	الفئة العمرية	تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد جملة
١,٧٧٩٥*	٠,٣٨٣٧	٠,٠٢٢٠-		٤,٠٢٣	٢٥,١	٦٠	أقل من ٢٥ سنة	
١,٧٥٧٤*	٠,٤٠٥٨			٣,٦٨٥	٢٥,١	١٢٤	من ٢٥ إلى أقل من ٤٠ سنة	
٢,١٦٣٢*				٣,٣٩٦	٢٤,٦	١٦٤	من ٤٠ إلى أقل من ٥٥ سنة	
				٣,٦٨٦	٢٦,٩	٥٢	أكبر من ٥٥ سنة	
				٣,٦٧٥	٢٥,١	٤٠٠	جملة	

يوضح الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية (أقل من ٢٥ سنة) وأفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) في تأثير

المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح وأفراد العينة بالفئة العمرية أكبر من ٥٥ سنة عند مستوى ٠,٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية (من ٢٥ إلى أقل من ٤٠ سنة) وأفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) عند مستوى ٠,٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية (من ٤٠ إلى أقل من ٥٥ سنة) وأفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) عند مستوى ٠,٠٥ .

٢(ج)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى التعليمي:

جدول (٢٤) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى التعليمي

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د. ح	متوسط	ف	الدلالة
تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد	بين مجموعات	٣٥٢,٦٨٦	٣	١١٧,٥٦٢	٩,٢٤٥	٠,٠٠١
	داخل	٥٠٣٥,٦١١	٣٩٦	١٢,٧١٦		
	مجموع	٥٣٨٨,٢٩٨	٣٩٩			

من خلال الجدول السابق يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى التعليمي في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد؛ حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١ .

جدول (٢٥) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين والمتوسطات والانحرافات المعيارية لتأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	ن	متوسط	انحراف معياري	متوسط	فوق المتوسط	جامعي	فوق الجامعي
متوسط	٨٨	٢٣,٨	٣,١٣٣		٠,٩٨٨٦-	١,٨٩١٧-	٣,٤٥٢٩-
فوق المتوسط	٨٨	٢٤,٧	٣,٨٢٤			٠,٩٠٣١-	٢,٤٦٤٣-
جامعي	١٩٦	٢٥,٦	٣,٧٦٨				١,٥٦١٢-
فوق الجامعي	٢٨	٢٧,٢	٢,٢٨٣				
جملة	٤٠٠	٢٥,١	٣,٦٧٥				

يوضح الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذو المستوى التعليمي الجامعي عند مستوى ٠,٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق الجامعي في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق الجامعي عند مستوى ٠,٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي عند مستوى ٠,٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق الجامعي في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق الجامعي عند مستوى ٠,٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي وأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق الجامعي في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق الجامعي عند مستوى ٠,٠٥.

٢(د)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

جدول (٢٦) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي

الفروق تبعاً إلى	البيان	مجموع الدرجات	د. ح	متوسط	ف	الدلالة
تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد	بين مجموعات	١٠٢,٤٤٨	٢	٥١,٢٢٤	٣,٨٤٧	٠,٠٥
	داخل	٥٢٨٥,٨٤٩	٢٩٧	١٣,٣١٤		
	مجموع	٥٣٨٨,٢٩٨	٣٩٩			

من خلال الجدول السابق يتضح:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد؛ حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٥.

جدول (٢٧) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين والمتوسطات والانحرافات المعيارية لتأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي

مرتفع	متوسط	منخفض	انحراف معياري	متوسط	ن	المستوى الاجتماعي	تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد
١,٤٥٣٤*	٠,٢٥٧٣-		٣,٩٤٥	٢٤,٧	٨٥	منخفض	
١,١٩٦٢*			٣,٥٠٥	٢٤,٩	٢٣٩	متوسط	
			٣,٧٥٠	٢٦,٢	٧٦	مرتفع	
			٣,٦٧٥	٢٥,١	٤٠٠	جملة	

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى المرتفع عند مستوى ٠,٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى المرتفع عند مستوى ٠,٠٥.

أي أن الفرض الثاني تحقق جزئياً.

٣- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على المواقع الإخبارية والاتجاه في المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا في المواقع الإخبارية.

جدول (٢٨) يوضح العلاقة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية واتجاه عينة الدراسة في المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا في المواقع الإخبارية

مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير
٠,٠١	متوسط	طردي	٠,٤٥٧***	٢,٣٤٦	١٥,٨	الاعتماد على المواقع الإخبارية
				٥,٧٣٩	٣٨,٩	الرأي في المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية متوسطة بين الاعتماد على المواقع الإخبارية والاتجاه في المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا في المواقع الإخبارية؛ حيث كانت ($0,7 > 0,3$)، وهي دالة عند مستوى $0,01$ ، أي أنه كلما ارتفع الاعتماد على المواقع الإخبارية كان الاتجاه أكثر إيجابية في المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا في المواقع الإخبارية. أي أن الفرض الثالث تحقق كلياً.

٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاه نحو التغطية الاعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- الإقامة- المستوى الاجتماعي- السن- التعليم).

٤(أ)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد.

جدول (٢٩) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد

الدلالة ح.د ٣٩٨	ت	إناث(ن=١٦٨)		ذكور(ن=٢٣٢)		المتغير الجنس
		ع	م	ع	م	
٠,٨٧١ غير دالة	-٠,١٦٢	٦,٤٥١	٤٦,٤	٦,٠٩٩	٤٦,٣	الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في الاتجاه نحو التغطية الاعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد؛ حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة $0,05$.

٤(ب)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف السن:

جدول (٣٠) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف السن

الدلالة	ف	متوسط	ح. د	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
٠,٠٠١	٥,٦٦٤	٢١٣,٤٧٥	٣	٦٤٠,٤٢٥	بين مجموعات	الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد
		٣٧,٦٩٠	٣٩٦	١٤٩٢٥,١٧٣	داخل	
			٣٩٩	١٥٥٦٥,٥٩٧	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتضح:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف السن في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد؛ حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١ .
جدول (٣١) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين والمتوسطات والانحرافات المعيارية والاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف السن

الفئة العمرية	ن	متوسط	انحراف معياري	أقل من ٢٥ سنة	من ٢٥-٤٠ سنة	من ٤٠-٥٥ سنة	أكبر من ٥٥ سنة
الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد	٦٠	٤٥,٤	٦,٩٩٤	أقل من ٢٥ سنة	٠,١٤٨٤-	٠,٧٨٩٠-	٤٠-٥٥ سنة
	١٢٤	٤٥,٥	٥,٨٥٤	من ٢٥ إلى أقل من ٤٠ سنة		٠,٦٤٠٦-	٣,٩١٣٢*
	١٦٤	٤٦,٢	٦,١٥٧	من ٤٠ إلى أقل من ٥٥ سنة			٣,٢٧٢٥*
	٥٢	٤٩,٥	٥,٦٧٩	أكبر من ٥٥ سنة			
	٤٠٠	٤٦,٣	٦,٢٤٦	جملة			

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية (أقل من ٢٥ سنة) وأفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) عند مستوى ٠,٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية (من ٢٥ إلى أقل من ٤٠ سنة) وأفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) عند مستوى ٠,٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالفئة العمرية (من ٤٠ إلى أقل من ٥٥ سنة) وأفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة بالفئة العمرية (أكبر من ٥٥ سنة) عند مستوى ٠,٠٥ .

٤(ج)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى التعليمي:
جدول (٣٢) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى التعليمي

الدلالة	ف	متوسط	د. ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
٠,٠٠١	٦,٢٠٩	٢٣٣,٠٨٧	٣	٦٩٩,٢٦٠	بين مجموعات	الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد
		٣٧,٥٤١	٣٩٦	١٤٨٦٦,٣٢٧	داخل	
			٣٩٩	١٥٥٦٥,٥٩٧	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتضح:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى التعليمي في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.
جدول (٣٣) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين والمتوسطات والانحرافات المعيارية والاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	ن	متوسط	انحراف معياري	متوسط	فوق المتوسط	جامعي	فوق الجامعي
الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد	٨٨	٤٤,٠	٥,٨٠٥			٣,١٢٨٠*	٤,٠٩٧٤*
فوق المتوسط	٨٨	٤٦,٠	٦,٧٢٠			١,١٦٢١-	٢,١٣١٥-
جامعي	١٩٦	٤٧,٢	٦,٢١٧				٠,٩٦٩٤-
فوق الجامعي	٢٨	٤٨,١	٤,١٦١				
جملة	٤٠٠	٤٦,٣	٦,٢٤٦				

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق المتوسط في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق المتوسط عند مستوى ٠,٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات

مكافحة فيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذو المستوى التعليمي الجامعي عند مستوى ٠,٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق الجامعي في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق الجامعي عند مستوى ٠,٠٥ .

٤(د)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

جدول (٣٤) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي

الدلالة	ف	متوسط	ح. د	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
٠,٠١	٥,٢٢٠	١٩٩,٤٠٧	٢	٣٩٨,٨١٤	بين مجموعات	الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد
		٣٨,٢٠٣	٣٩٧	١٥١٦٦,٧٨٤	داخل	
			٣٩٩	١٥٥٦٥,٥٩٧	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتضح:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠١٥ .

جدول (٣٥) يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين والمتوسطات والانحرافات المعيارية والاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي

مرتفع	متوسط	منخفض	انحراف معياري	متوسط	ن	المستوى الاجتماعي
٢,٤٢٥٩-*	٠,١٥٥٤		٧,٠١٥	٤٥,٩	٨٥	منخفض
٢,٥٨١٢-*			٦,٠٢٤	٤٥,٨	٢٣٩	متوسط
			٥,٦٥١	٤٨,٤	٧٦	مرتفع
			٦,٢٤٦	٤٦,٣	٤٠٠	جملة

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض وأفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في الاتجاه نحو

التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى المرتفع عند مستوى ٠,٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى المرتفع عند مستوى ٠,٠٥ .

أي أن الفرض الرابع تحقق جزئياً.

٥- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرضا عن قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد والاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد .
جدول (٣٦) يوضح العلاقة بين الرضا عن قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد والاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
الرضا عن قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد	٢,٠	٠,٧٢١				
الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا	٤٦,٣	٦,٢٤٦	٠,٤٦٧**	طردي	متوسط	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين الرضا عن قرارات مكافحة فيروس كوفيد ١٩ المستجد والاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد؛ حيث كانت ($r > ٠,٣$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١، أي أنه كلما زادت درجة الرضا عن قرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد كان الاتجاه إيجابياً نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد .
أي أن الفرض الخامس تحقق كلياً .

ثالثاً: خلاصة النتائج ومقترحات الدراسة:

- خلاصة النتائج:

سعت الدراسة التي تقع ضمن حقل الدراسات الوصفية إلى التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد؛ ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على منهج المسح الإعلامي، وتم إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية غير منتظمة من الجمهور المصري، وانبثقت أهمية الدراسة من اهتمامها بالبحث عن عنصرين من عناصر العملية الاتصالية وهما: الوسيلة والمضمون المقدم دون انفصال بينهما، مما ساعد في الوصول إلى تفسير واقعي لا يعزل الظاهرة عن مفردات بيئتها.

ومن خلال ما تقدم من عرض مفصل للنتائج أمكن استخلاص عدة مؤشرات ومناقشتها ومقارنتها مع نتائج ما قدمته الدراسات السابقة؛ لتوفير أكبر قدر ممكن من المعلومات الأساسية حول موضوع الدراسة ليفيد منها الباحثون والدارسون والمسؤولون عن إدارة المواقع الإخبارية والوسائل الأخرى. مناقشة النتائج ومقارنتها بالأدبيات السابقة:

- أظهرت النتائج على وجه العموم أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كانت العامل الأبرز في نشر الوعي بين الجماهير وإمدادهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار فيروس كورونا المستجد، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Rajvikram,2020) التي توصلت إلى أن استخدام الهاتف المحمول والاستشهاد بالشخصيات المشهورة والمتخصصة من أهم الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة.

- اتفقت اتجاهات غالبية أفراد العينة أن موقع اليوم السابع من أهم المواقع الإخبارية المفضلة لدى الجمهور؛ وذلك لأسباب عدة منها: السبق الإعلامي والفورية في نقل الأحداث، انفراده ببعض الحقائق والمعلومات التي لا تعرض في المواقع الإخبارية الأخرى، والمتابعة المستمرة للأحداث، لذلك احتل هذا الترتيب؛ الأمر الذي جعل منه مصدرًا مهمًا للجمهور للحصول على معلومات حول فيروس كورونا المستجد، واتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (ندية القاضي، ٢٠١٦) ودراسة (نسرین حسام، ٢٠١٦).

- اختلفت اتجاهات أفراد العينة بشأن معالجة المواقع الإخبارية لجائحة فيروس كورونا المستجد، كما أوضحت الدراسة اتجاه المواقع الإخبارية إلى استخدام استراتيجية تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس بغرض وضع قضية تفشي الفيروس في مقدمة أجندة أولويات الجمهور.

- أظهرت نتائج الدراسة اتجاه غالبية أفراد العينة لمشاهدة البرامج الحوارية التي تهتم بمعالجة جائحة فيروس كورونا المستجد؛ ويمكن تفسير ذلك بأنها تعد من أكثر البرامج انتشارًا في القنوات التلفزيونية في توصيل الرسالة الإعلامية للمشاهدين، وتؤدي دورًا هامًا في تشكيل اتجاهات الرأي العام، فضلًا عن تحقيق المشاركة الجماهيرية في البرامج، من خلال تقديم آراءهم ومقترحاتهم وأفكارهم، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (إيمان عبدالله، ٢٠١٩).

- اختلاف الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها الدول للتعامل مع فيروس كورونا المستجد؛ حيث أشارت نتائج الدراسة الحالية اتجاه المعالجة الإعلامية في المواقع الإخبارية إلى استراتيجية التحويل والتخفيف بهدف عدم تهوين تعامل الجمهور المصري مع تلك الفيروسات من خلال نشر الأخبار المتعلقة بالخسائر الفادحة للفيروس وحجم الوفيات، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Marc, 2020) وهو أن استراتيجية التخفيف من أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المنظمات للتعامل مع الفيروس، واتفقت أيضًا ودراسة (Rajvikron, 2020) التي أشارت إلى اتجاه منظمة الصحة العالمية إلى استخدام استراتيجية الصدمة وذلك بغرض التعريف بحجم الكارثة التي أحدثها الفيروس؛ وذلك لبت حالة من الخوف الاحترازي الذي يمنع الجمهور من القيام بالعادات اليومية التي قد تؤدي إلى زيادة تفشي الفيروس.

- كشفت نتائج التحليل الإحصائي ثبوت صحة الفرض البحثي الأول من الدراسة والقائل بوجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض الجمهور المصري للمواقع الإخبارية على الفيس بوك وتقييم الوضع الراهن لجائحة كورونا.

- تحقق صحة الفرض الثاني من الدراسة جزئيًا، حيث وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الجامعي وأفراد المستوى التعليمي فوق الجامعي في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي فوق الجامعي عند مستوى ٠,٠٥ .

- تحقق صحة الفرض الخامس من الدراسة كليًا، حيث توجد علاقة طردية متوسطة بين الرضا عن قرارات مكافحة فيروس كورونا والاتجاه نحو التغطية الإعلامية لقرارات مكافحة فيروس كورونا، وكان الاتجاه إيجابيًا نحو تغطية وسائل الإعلام الجديد لقرارات مكافحة فيروس كورونا.

توصيات الدراسة:

- ضرورة التنسيق والتكامل بين وسائل الإعلام المختلفة فيما يتعلق بنشر الوعي وزيادة معلومات الجمهور فيما يتعلق بتلك الجائحة.
 - استخدام أساليب معالجة ذات طابع تفسيري تحليلي واستقصائي وحواري قادر على تقديم رؤية متكاملة وتغطية متوازنة، تعبر عن واقعية الحدث الصحي ووعي الجمهور المستهدف، والاعتماد على الاستمالات العقلية في مخاطبته، وتجنب هيمنة الأساليب الإعلامية ذات الطابع الإخباري التي تستخدم أساليب النقل والسرود التقليدية وتقدم الأحداث الراهنة بمعزل عن سياقها، وإنما لا بد من تقديم معالجة تكاملية وشاملة وعميقة لجائحة فيروس كورونا ومستجداتها، والاستعانة بالقوالب الإعلامية المناسبة لهذه المعالجة.
 - إعداد كوادر مصرية مؤهلة متخصصة في مجال الإعلام الصحي، ويتحقق ذلك بعدم الاقتصار على إنتاج الكادر الإعلامي في المؤسسة، بل يجب العمل المستمر لجذب الخبراء والمختصين بمختلف جوانب الحياة الصحية؛ للإسهام في معالجة الأحداث والظواهر الصحية بشكل أكثر عمقاً وشمولية وجاذبية وتنوعاً.
 - إجراء أبحاث دورية لتقييم مستوى الأداء في البرامج الصحية بالقنوات المحلية على مستوى الإعداد والتقديم والإخراج والموضوعات التي تتناولها للتطوير، كي تتطوّر البرامج والحملات الصحية على أساس معلوماتي ومعرفي بالجماهير المستهدفة.
 - الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي، لأنها أصبحت وسيلة مهمة وفاعلة تؤثر في نقل ومعالجة الأزمات والمواقف الطارئة عبر رسائلها الاتصالية الموجهة.
 - جذب النخب والكفاءات العلمية، والإفادة من خبراتهم ومقترحاتهم العلمية في معالجة الأزمة الحالية، وتبني مشاريع مستقبلية كبناء مدينة أو منظومة إعلامية تعتمد الأسس والمعايير المهنية الصحيحة لتجاوز الأزمات والمعوقات التي تواجه المؤسسات، ولاسيما الحكومية منها.
- ما تثيره الدراسة من دراسات مستقبلية:
- إجراء مزيد من الدراسات للتعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المتبعة في الدول الأخرى لمحاربة الأزمات والأمراض والفيروسات سريعة الانتشار.
 - إجراء بحوث عن اتجاهات الخطاب في الصحف المصرية والعالمية إزاء الأزمات الصحية العالمية.
 - إجراء بحوث عن دور الصحافة الاستقصائية في معالجة جائحة فيروس كورونا المستجد.

- إجراء بحوث عن المسئولية الاجتماعية والأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية لمعالجة جائحة فيروس كورونا.
- إجراء مزيد من الدراسات عن الصفحات الصحية على الفيس بوك في تنمية الوعي الصحي لدى الشباب.
- إجراء دراسات عن اتجاهات النخبة المصرية عن الإنفو جرافيك المقدم في المواقع الإخبارية الإلكترونية كمصدر للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد.

هوامش الدراسة:

- (1) Fatma Ghasschi and Firoozeh :The role of media crisis management :Acase study of Azabayen earthquake ,Internatonal Journal of health system and usater management ,vol.3,no.2,2015.
- (2) [https:// www.WHO .int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reportse/20200503-covid-19](https://www.WHO.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reportse/20200503-covid-19).
- (3) Parry Jane :china coronavirus :cases suroge as official admits human transmission ,British Medical Journal ,2020.
- (4) Lisa Singha :Afirst look at covid-19, Information and misinformation sharing on Twitter :apaper presented to University of Minnesoto ,2020.
- (5) Rajvikran Madurai :Restructured Society and environment :Areview on potential technological strategies to control the covid -19 pandemic ,science of the total Environment ,2020.
- (6) Marc Andre :Empirical insights for designing information and communication technology for International Journal of Disaster Risk Reducation ,2020.
- (7) Rama Krishna :Smart Technologies for fighting pandemics :The techno-and human-driven approaches in controlling the virus transmission Government Information Quarterly ,2020.
- (8) Qiang Chen :Unpacking the blac box :How to promote citizen engagement through the covid-19 crisis ,Computer in human behavior ,2020 .

(٩) رنا محمد عبد الرحمن، اتجاهات الخطاب في الصحف المصرية والأمريكية إزاء الأزمات العالمية، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٩).

(١٠) أمل إبراهيم حسن، تغطية الصحافة المصرية للأزمة والأمراض المتوطنة ودورها في التأثير على المعرفة العلمية للجمهور المصري، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٩).

(١١) هدير حسن عبداللطيف، دور الصحافة الاستقصائية في معالجة قضايا الصحة بالصحافة المصرية، دراسة مقارنة تحليلية بين الصحف القومية والحزبية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٨).

(١٢) الزهراء محمد أحمد، دور الصفحات الصحية على الفيس بوك في تنمية الوعي الصحي لدى المراهقين، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٨).

(١٣) خالد بن فيصل، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد ١٤، ٢٠١٦.

(١٤) نادية محمد عبد الحافظ، تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ٢٠١٦.

(15) Gena Gerstner :Media and technology use among hispanics in New York :Implication for health communication programs ,Journal of recid and health disparites ,Spring Link,2015.

(١٦) هالة سمير محمود، دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو القضايا الصحية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٠).

(١٧) عبد الرحمن محمد القحطاني، دور وسائل الاعلام في توعية الجمهور بطب الكوارث، المؤتمر الدولي لطب الكوارث، السعودية، ٢٠١٠.

(١٨) أمال عبد الوهاب، دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب، ٢٠١٩).

(١٩) محمود أحمد محمد، معالجة الصحافة العربية والدولية للأزمات والكوارث البيئية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد البحوث والدراسات البيئية، ٢٠١٩).

(٢٠) عبد الرحمن محمد الشامي، مصادر معلومات الشباب الجامعي اليمني أثناء الأزمات، دراسة حالة، بحث منشور في مجلة الدراسات الاجتماعية، قطر، العدد ٤٩، ٢٠١٧.

(٢١) تامر محمد صلاح الدين، تعرض الجمهور المصري للتقنيات الفضائية الموجهة باللغة العربية وعلاقته بمستوى المعرفة بالأزمات العربية، بحث منشور في مجلة بحوث الإعلام، كلية الإعلام، العدد ٢٦، ٢٠١٦.

(٢٢) ثروت فتحي كامل، أطر معالجة الأزمات في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، دراسة تحليلية لصحيفة المصري اليوم، بحث منشور في مجلة بحوث الإعلام، كلية الإعلام، العدد ٥٦، يوليو - سبتمبر ٢٠١٦.

(٢٣) شيماء السيد سالم، دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، بحث منشور في مجلة بحوث الإعلام، كلية الإعلام، العدد ٥٦، ٢٠١٦.

(٢٤) شريف درويش اللبان وأحمد على إبراهيم، دور الإعلام في إدارة الأزمات "الأزمة السورية نموذجًا"، دراسة منشورة في المركز العربي للبحوث والدراسات، نوفمبر ٢٠١٥.

(٢٥) حسين أبو شنب، اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل الإعلام الجديدة في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات، دراسة تطبيقية، بحث منشور في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام، ٢٠-٢١ مايو ٢٠٠٨.

- (٢٦) حنان سليم، اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية، بحث منشور في *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٣٠، كلية الإعلام، ٢٠٠٨.
- (٢٧) ثروت فتحي كامل، إدارة الصحف للأزمة الثقافية "دراسة حالة لأزمة احتراق قصر ثقافة بني سويف، بحث منشور في *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٢، ٢٠٠٧.
- (٢٨) حسن عماد المكاوي، *الإعلام ومعالجة الأزمات* (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥)، ص ٤٥.
- (٢٩) محسن أحمد الخضيرى: *إدارة الأزمات*، ط١ (القاهرة: مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٣)، ص ١٥.
- (30) Ki,E.&Nekmat,E. :Situational crisis Communication and Interactivity :Usage and Effectiveness of face book for crisi Management by fortune 500 companies ,Computer in Human Behavior ,vol.35 ,2014,pp.140-147 .
- (31)Houston ,J.B.et al :Social Media and Disasters :Afunctional framework for social media use in Disaster planning Research ,vol.34,no.3,2006,pp.1-22 .
- (32)Sandman ,P.M.:Crisis communication Best practices some Quibbls and additions,Journal of Applied Communication Research ,vol.34, no. 3,2006, pp.256-262 .
- (33) Banks, Kath leen Fearn :crisis communication : Acase book approach ,4th ed,UK:Routledge ,2011,p.2.
- (34) Coombs ,T.,&Hollady,S. :The Negative communication Dynamic Exploring the impact of Stakeholder Effect Behavioral Intentions .Journal of Communication Management ,vol.11.no.4,2007, pp 300
- (٣٥) عثمان محمد العربي، اتصالات الأزمة، مسح وتقييم للتطورات النظرية فيها، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الخامس، يناير - إبريل ١٩٩٩، ص ٩٩-١٠٠.
- (٣٦) حنان جنيد وأشرف عبد المغيث، تطور دراسات اتصالات الأزمة، دراسة تتبعية من حقبة التسعينات وحتى نهاية ٢٠١٠، بحث منشور في *المؤتمر الدولي السابع لكلية الإعلام جامعة القاهرة*، الواقع واتجاهات المستقبل ١٩-٢٠ ديسمبر ٢٠١١، ص ٣٣٢.
- (37) coombs, W. Timothy & Hollady J. :Thehandbook of crisis communication ,1 st ed, UK:Blackwell publishing Ltd,2010 ,164.
- (38) The Statistics P0rtal :Leading Social Network worldwide as ofJanuary 2016,Ranked by number of active users in millions.
- (39) Baird,C.H.&Parasnis ,G. :From Social Media to Social customer Relationship Management Strategy &Leadership ,vol.39,2011,p20.
- (40) Grahama. M., Averyb ,E.& Park,S.:The Role of Social media hn local Government crisis communication ,Public Review ,vol.41,2014 ,p.33.

(41) Romenti, S.,Murtarelli ,G. :Organizations conversation in social media :Applying Dialogue Strategies in times of crisis .Corporate communication :An International Journal ,vol.19,Iss.1,2014 ,p.365.

(42) Crawford ,K.:Following You Disciplines of Listening in social media .Continum :Journal of media and Cultural Studies,vol.23,no.4,2009,p.525.

(43) Jensen,K.S. :Crisis communication on social media :case studies on starbucks &Applebees master thesis ,English and International Business communications college,Alborg university,2014.

(44) Dufty,N. :Using Social media to build community disaster resilience ,Australin Journal of Emergency Management, vol.27, no.1 ,2012 ,pp.40-45.

(٤٥) حسن مكايوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، مرجع سابق، ص ١٦ .

(46) Coobs,W. :Protecting organization reputation of situational crisis communication theory ,corporate reputation review ,vol.10,no.3,2007 .

(47) Shari ,R. :Best practices an assessment for crisis communication .Journal of communication Management ,vol.16,no.2,2012.

(٤٨) سامي خالد أحمد، استراتيجيات الاستجابة للأزمات المحتملة الناجمة عن حوادث المدارس الخطيرة، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة فلسطين: كلية الدراسات العليا، ٢٠١٥).

(٤٩) محمد فاضل، دور شبكة الفيس بوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، رسالة ماجستير، غير منشورة، (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٧).

(٥٠) أسماء السادة المحكمين لصحيفة الاستقصاء:

- أ.د/ أسما حافظ، أستاذ الصحافة كلية الآداب- جامعة الزقازيق .

- أ.د/ عبد الجواد سعيد، أستاذ الصحافة - كلية الآداب- جامعة المنوفية.

- أ.د/ ندى القاضي، أستاذ الصحافة - كلية الآداب- جامعة المنوفية.

- أ.د/ صالح عراقي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية التربية النوعية- جامعة الزقازيق.

- أ.د/ صلاح شريف عبد الوهاب، أستاذ علم النفس - كلية التربية النوعية- جامعة الزقازيق.

- أ.د/ أحمد حسين، أستاذ الإعلام - جامعة المنصورة.

(51) Qiang Chen ,Op.Cit.

(52) Rajvikram Madrai ,Op.Cit.

(53) Stewart,M.c.&Wilson,B.G.:The Dynamik Role Of Social during Hurricane :An Introduction of streimii model of weather the storm of the crisis . Computers in Human Behavior,vol.24 ,2016,pp.639-646.

(٥٤) نسرین حسام الدين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب المصري لمخاطر حروب الجيل الرابع، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، العدد الثاني، ٢٠١٦.

(٥٥) ندى القاضي، اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة المواقع الإخبارية لأليات حروب الجيل الرابع في مصر، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثاني، كلية الإعلام، ٢٠١٦.

(٥٦) حنان حسن صالح، دور الصحف الأردنية اليومية في التوعية الصحية، دراسة في تحليل المضمون، رسالة ماجستير، غير منشورة، (الأردن: جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٨).

(٥٧) عبد الرحمن القحطاني، مرجع سابق.

(58) Fatma Elzahraa Ahmed :English political Talk show Interview :Acritical discourse analytic ,Approach ,Ph D(Ain Shames university :Faculty of Al-sun ,2020).

(٥٩) إيمان عبدالله عبد العظيم، التناول الإعلامي للمشروعات القومية بالبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية واتجاهات الشباب نحوها، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، ٢٠١٩).

(60) Marc Andre,Op ,Cit.

(61) Rama Krishna,Op.Cit.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawy, President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Ghanem Alsaad

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

Deputy Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

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

Prof. Fahd Al-Askar

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

Prof. Abdullah Al-Kindi

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

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

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

Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy

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

Editorial Secretaries:

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

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

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

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

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

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

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

Correspondences

● Issue 54 July 2020 - part 4

● Deposit - registration number at Dareknotob almasrya /6555

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

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

Rules of Publishing

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

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