

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



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

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 / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتارية التحرير:

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

مدقق اللغة الإنجليزية: د / أحمد عبده - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

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

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

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

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

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد السادس والخمسون - الجزء الثاني - جمادى الأول ١٤٤٢هـ - يناير ٢٠٢١ م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: 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

- ٤٩١ ■ دراسات الاتصال السياسي في آسيا وأوروبا: رؤية مقارنة
أ. د. شيماء ذو الفقار
- ٥٢٧ ■ آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية
أ. م. د. ممدوح مكاوي، أ. م. د. هيثم جوده، أ. م. د. إسلام أحمد
- ٥٨٥ ■ معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية لأزمة كورونا (COVID19)
«دراسة تحليلية»
أ. م. د. سميرة متولي عرفات
- ٦٣٥ ■ التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية «دراسة ميدانية»
أ. م. د. أمين منصور وافي
- ٦٧٧ ■ اللغة العربية في وسائل الاتصال والإعلام والتحول الرقمي: قراءة تاريخية وملاحظات آنية
أ. م. د. لطفي الزيايدي
- ٧٠٣ ■ إعداد وتأهيل خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في الجامعات الخاصة - دراسة حالة على جامعة ٦ أكتوبر
د. فاطمة الزهراء أبو الفتوح
- ٧٥٥ ■ استراتيجيات التسويق بالمحتوى لمنصات المشاهدة الرقمية العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي «منصة Watch It أنموذجًا»
د. يمنى محمد عاطف عبد النعيم
- ٨٠٥ ■ فاعلية أنشطة الإعلام التربوي في خفض التنمر المدرسي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية (دراسة شبه تجريبية)
د. هناء محمد عبد المقصود، د. هبة عبد الرحمن عبد السلام

■ التماس الأطباء وهيئة التمريض للمعلومات حول جائحة فيروس
كورونا المستجد عبر صحافة الموبايل وعلاقته بالتوافق المهني لديهم
٨٥١ د. هاني نادي عبد المقصود محمود

■ معالجة برامج المرأة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في القنوات
الفضائية المصرية «دراسة تحليلية»
٨٩٧ رنا شاكر محمد طلحة

■ دور البرامج الطبية المقدمة على القنوات الفضائية في إمداد الجمهور
المصري بالمعلومات
٩٣٣ فاطمة الزهراء أشرف محمود نجار

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يونيو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأهرام	6.5	7	2682-262X	1110-9207
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	6	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إحداث الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2366-9891	2366-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.6	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشرق	3.5	6.6	2367-0407	2367-0407
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9131	2366-9131
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-914X	2366-914X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9168	2366-9168
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	1110-6836	1110-6836
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.6	1110-6844	1110-6844

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

معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية لأزمة كورونا (COVID 19) «دراسة تحليلية»

- TV Medical Programs Treatment of Corona Virus
(Covid-19): An Analytical Study of Egyptian
Sattlite Channels

● أ.م.د. سمية متولي عرفات

أستاذة الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام/ كلية الآداب- جامعة بنها

Somayaarafat@gmail.com

ملخص الدراسة

تمثلت مشكلة الدراسة في: «رصد كيفية معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية لأزمة كورونا (COVID 19)»، وذلك في إطار نظرية «الأطر الإعلامية»، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وقد تم وضع مجموعة من التساؤلات التي تحقق أغراض البحث، وأجريت الدراسة التحليلية على عينة قوامها 59 حلقة من البرامج الطبية، منها 35 حلقة من برنامج (الجيش الأبيض) الذي يعرض على الفضائية المصرية الأولى، و 24 حلقة من برنامج (الناس الحلوة) الذي يعرض على قناة القاهرة والناس². وتم استخدام صحيفة تحليل المضمون، وتتضمن مجموعة من الفئات التي تحقق هدف الدراسة، وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- 1 - جاءت «التوجيهات والإرشادات» في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19) التي تناولها برنامجي قتاتي الدراسة، يليها «الإجراءات الاحترازية»، ثم «عرض لأسباب ونتائج الأزمة»، يليها «دعم الطاقم الطبي».
 - 2 - جاء الفيديو في الترتيب الأول من حيث اعتماد برامج القنوات- كوسيلة من وسائل الجذب في تناولها للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19).
 - 3 - تصوير الأزمة من خلال إبراز العديد من الجوانب وفي مقدمتها: «الصور التي تحمل المخاطر والدلالات السلبية»، وكذلك «الإجراءات الاحترازية» إلى جانب إبراز «أعداد الوفيات»، و «الحالات المرضية السيئة»، والفئات الأكثر تضرراً».
- الكلمات المفتاحية: البرامج الطبية، الفضائيات المصرية، أزمة كورونا (COVID 19).

Abstract

The aim of the study concluded in “analyzing how medical programs in Egyptian satellite channels tackled the Corona crisis,” within the framework of the “media frame theory”.The study relied on the survey method. A set of questions were developed to achieve the objectives of the research. The analytical study was conducted on a sample of 59 episodes of medical programs, including 35 episodes of the (White Army) program, which is shown on the first Egyptian satellite channel, and 24 episodes of the (Elnas Elhelwa) program, which is shown on the Al-kahra wa Al-Nas2 Channel.

A content analysis sheet was prepared, which includes a group of categories that achieve the goal of the study, and the researcher reached a set of results, as follow:

- 1-“Directions and Instructions” came first in terms of the most prominent topics related to the “Corona virus crisis” that were addressed by the two study channels, followed by “precautionary measures”, then “a presentation of the causes and consequences of the crisis”, followed by “support for the medical staff”.
- 2- The video came in the first place in terms of adopting the two channels programs - as a means of attraction in dealing with the topics related to the “Corona crisis”.
- 3- The crisis was Focused by highlighting many aspects, foremost of which are: “images that carry risks” as well as “precautionary measures,” in addition to highlight the “numbers of deaths”, “bad illnesses” and the “most affected groups”.

Key Words: Medical Programs, Egyptian Satellite Channels, Corona Crisis (Covid 19)

تقوم وسائل الإعلام بدور مهم في تكوين وتشكيل الرأي العام وتنمية الوعي بشأن قضية أو مشكلة ما، وقد شهد العالم في الآونة الأخيرة مجموعة من الأزمات الصحية المرتبطة بانتشار عدد من الأمراض، وتعد أزمة فيروس COVID 19 المعروف بفيروس (كورونا) من الأزمات التي تواجه العالم، وهو أحد المستجدات الطارئة على الساحة العالمية، ولا تزال تداعياته قائمة في العالم حتى وقتنا هذا. بل إن الوضع أصبح أكثر خطورة مع ظهور سلالة جديدة في بريطانيا في شهر ديسمبر 2020 أكثر عدوى بنسبة 70% مقارنة بالسلالة الحالية.⁽¹⁾

ولا تزال تداعيات الأزمة مستمرة في العالم بأسره، بل تشتد الآن في مصر بدرجة كبيرة، على الرغم من سعي الدولة بمؤسساتها المختلفة لمواجهة الأزمة، وتقديم كافة الاستعدادات، ومن ذلك تفعيل وزارة الصحة لنظام إلكتروني يتم من خلاله متابعة بيانات معدلات الاستهلاك للأكسجين الطبي وعدد الأسرة المشغولة على أجهزة التنفس الصناعي بالمستشفيات، وتحديثها على مدار الساعة.⁽²⁾

وتعد الأزمات الصحية من أهم وأخطر ما يمكن أن يتعرض له أي مجتمع، فالأمر متعلق بصحة الإنسان وأمنه في الحياة، هذا علاوة على التأثيرات الاقتصادية الناجمة عن أزمة فيروس كورونا (COVID 19)، كذلك فقد ظهرت الكثير من التداعيات الاجتماعية لفيروس كورونا (COVID 19)، حيث أدت تلك الأزمة إلى تغيرات اجتماعية ليس فقط على المستوى العالمي، بل على مستوى كل دولة من الدول، وأصبح ترتيب الدول فجأة يؤخذ بعهد الإصابات وحالات الوفاة، ونسبة النجاح في التصدي للوباء، هذا خلاف تأثيراته النفسية على الأفراد.⁽³⁾

وفي ظل ظروف الحظر الصحي الذي فرضته الدولة لمواجهة تداعيات أزمة كورونا (COVID 19) المستجد، وتواجد معظم الناس في البيوت لفترات طويلة، أصبحت وسائل الإعلام مصدرًا أساسيًا للأخبار، خاصة مع ارتفاع درجة القلق والتوتر عند الجمهور، ومن ثم يكون الأفراد أكثر عرضة للوقوع تحت تأثير الشائعات، لذا كان على

وسائل الإعلام أن تقوم بأداء وظيفتها في نقل الصورة الحقيقية والصحيحة عن أهم وآخر المستجدات، ونشر الوعي بين المواطنين، ونقل المعلومات المتعلقة بالمرض وكيفية التعامل معه ومتابعة تطوراته المختلفة وتأثيرات انتشاره على الصعيدين المحلي والعالمي، وتقديم الدعم المعنوي وبث روح المسؤولية والمشاركة المجتمعية في مجابهة الأزمة. وقد قامت وسائل الإعلام المصرية بمتابعة تداعيات تلك الأزمة منذ ظهورها الأول، فعمدت إلى حملات التوعية الصحية والبرامج والمبادرات للتوعية من خطر هذا الوباء، وقد فرضت أخبار فيروس كورونا (COVID 19) نفسها على العديد من برامج الفضائيات، ومنها البرامج الطبية.

مشكلة الدراسة:

يعد فيروس كورونا (COVID 19) من أبرز الأزمات العالمية التي حظيت باهتمام وسائل الإعلام المصرية والعالية، ومنذ اللحظة الأولى لظهور الفيروس في مصر، ووسائل الإعلام التقليدية والجديدة تقدم تغطيات ومتابعات دورية ومستمرة للتطورات والأحداث المرتبطة بظهور فيروس كورونا (COVID 19)، الذي بات الأكثر اهتمامًا للرأي العام.

وتشغل البرامج الطبية حيزًا في خريطة البث الفضائي، ويمكن للبرامج الطبية أن تؤدي دورًا مهمًا في المعالجة الإعلامية للأزمات الصحية - ومنها أزمة فيروس كورونا (COVID 19)، نظرًا لطبيعة مضمون وأهداف تلك البرامج، حيث تقدم معلومات، وحقائق، وآراء، واستشارات طبية تتعلق بالقضية، وتتولى تقديم الشرح والتفسير والتوجيه، لتعريف الجمهور بالمرض وسبل الوقاية منه، وكيفية الحماية من وصول العدوى إليهم، أو نشرها للآخرين، مما يقلل انتشار الفيروس، أو يقضي عليه - لاسيما وأن مثل تلك النوعية من البرامج تعتمد على مصادر طبية متخصصة- الأمر الذي يعد من أهم العوامل التي تؤدي لإقناع الجمهور بالرسالة المقدمة، ومع أهمية الدور الحيوي الذي تقوم به جهود التوعية يصبح من المهم تقييم تلك الجهود لتحديد مدى نجاحها وفعاليتها، وإلى أي مدى استطاعت تحقيق أهدافها، وتعزيز الوعي الصحي، وتقديم كافة المعلومات الصحية للتصدي للفيروس ومنع انتشاره، ومعرفة إيجابيات وسلبيات المعالجة.

ونظرًا لأنه لا توجد دراسة تناولت تقييم البرامج الطبية في تناولها للأزمة -على حد علم الباحثة- فإن هذه الدراسة تحاول معرفة معالجة البرامج الطبية لأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، وأطر هذه المعالجة، وإلى أي مدى استطاعت تعزيز الوعي الصحي،

وتقديم تغطية شاملة ومعلومات طبية متكاملة عن كافة جوانب الموضوع، وكذلك تقديم التوعية والتحذير والمشورة للمساعدة على تخطي الأزمة.

ولتحديد المشكلة بشكلٍ علمي قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية، للتعرف على أكثر البرامج الطبية مشاهدة من جانب الجمهور، وتبين أن برنامج "الناس الحلوة" على قناة القاهرة والناس²، وبرنامج "الجيش الأبيض" على الفضائية المصرية، هما الأكثر مشاهدة. ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في: "رصد كيفية معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة كورونا (COVID 19)".

أهمية الدراسة:

1- تأتي أهمية الدراسة من تناولها لقضية تعد من أهم القضايا التي استحوذت على اهتمام الرأي العام المحلي والدولي، وهي "أزمة كورونا (COVID 19)"، وهو أحد المستجدات الطارئة على الساحة العالمية، ولا تزال تداعياته قائمة ومستمرة في العالم حتى وقتنا هذا، وهو ما دفع وسائل الإعلام كافة لفرد مساحات واسعة من التغطية لهذه الأزمة، مما يستلزم ضرورة دراسة الدور الإعلامي في توعية الجمهور بالمخاطر والسلوكيات الفعالة والإجراءات الاحترازية للحد من انتشار المرض.

2- كذلك تتبع أهمية الدراسة من أهمية البرامج الطبية، وعظم الدور الذي يمكن أن تؤديه حيال الأزمة- باعتبارها مصدرًا موثوقًا به للتوعية بالمرض، حيث تعتمد هذه النوعية من البرامج على استضافة الأطباء لتقديم معلومات موثقة، من مصادر متخصصة.

3- تناولها لنظرية تحليل الأطر الإعلامية، حيث تأتي أهمية هذه النظرية في أنها تسمح بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية.

4- مع أهمية الدور الحيوي الذي تقوم به جهود التوعية يصبح من المهم تقييم تلك الجهود لتحديد مدى نجاحها وفعاليتها، وإلى أي مدى استطاعت تحقيق أهدافها، وتعزيز الوعي الصحي، وتقديم كافة المعلومات الصحية للتصدي للفيروس ومنع انتشاره، ومعرفة إيجابيات وسلبيات المعالجة.

5- من الناحية الأكاديمية: لا توجد دراسة تناولت تقييم البرامج الطبية في تناولها للأزمة -على حد علم الباحثة- ولكن معظم الأبحاث انصبت على قياس مدى وعي الجمهور بالفيروس وطرق الوقاية منه وكيفية معالجته، واتجاهات الجمهور، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، وتحليل مضمون مواقع الصحف والمواقع الإخبارية، والحملات الإعلامية في وسائل الإعلام بوجه عام، ولا توجد

سوى دراسة واحدة تخص تحليل مضمون البرامج التليفزيونية، وكانت خاصة بالبرامج الحوارية، وهي دراسة ريهام مرزوق (2020)، بعنوان "معالجة البرامج الحوارية بالفنائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (COVID 19). دراسة تحليلية".

أهداف الدراسة:

- 1- رصد أبرز الموضوعات الواردة المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19).
- 2- الكشف عن الاستمالات المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا (COVID 19).
- 3- التعرف على اتجاه معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا COVID (19).
- 4- الكشف عن الأطر المستخدمة في عرض الموضوعات المرتبطة بالأزمة.
- 5- الكشف عن أهداف معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19).

مصطلحات الدراسة:

1- فيروس كورونا (COVID 19):

هو وباء عالمي يعرف باسم (COVID 19) يصيب الجهاز التنفسي، وانتشر بشكل كبير في جميع دول العالم، وتعرفه منظمة الصحة العالمية بأنه "نوع من الفيروسات يمكن أن تتسبب في مجموعة من الأسقام، تتراوح ما بين نزلة البرد العادية وبين المتلازمة التنفسية الحادة"، كما صنفته المنظمة بالوباء لسرعة انتشاره، وتعدد الإصابات والوفيات نتيجة الإصابة به، وتمثلت أهم أعراضه في الحمى والسعال الجاف المستمر، فضلاً عن فقدان حاسة الشم والتذوق.⁽⁴⁾

والاسم الإنجليزي للمرض (COVID 19) مشتق كالاتي: (CO) هما أول حرفين من كلمة كورونا "CORONA"، و (VI) هما أول حرفين من كلمة فيروس VIRUS، و (D) أول حرف من كلمة مرض DISEASE، وهو فيروس جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي تنتمي إليها الفيروس الذي يتسبب بمرض المتلازمة التنفسية الحادة (سارس) وبعض أنواع الزكام، وهو سريع الانتشار بشكل كبير.⁽⁵⁾

2- البرامج الطبية:

ويقصد بها تلك البرامج المعدة خصيصًا لأغراض التوعية الصحية، أي توعية الجمهور بمخاطر الأمراض الصحية وكيفية الوقاية منها، بهدف المحافظة على صحة الأفراد

والمجتمعات، وهي تعرض بشكلٍ دوري وفي أوقات منتظمة. وتعتمد على استضافة أطباء متخصصين، ويجب أن يتصف مقدم البرامج الطبية بسعة الاطلاع، وأن يمتلك ثقافة واسعة في مختلف العلوم والتخصصات، ليتمكن من محاوره ما قد يطرأ في برنامجه من مسائل تتعلق بالأمور الطبية والعادات والتقاليد والظروف المناخية التي لها علاقة بالمرض،⁽⁶⁾ وفي بعض الأحيان يقدم تلك البرامج أحد الأطباء المتخصصين كما هو الحال في برنامج "الناس الحلوة"، الذي تبثه قناة "القاهرة والناس2".

الإطار النظري:

نظرية الأطر الإعلامية:

الإطار الإعلامي هو "عملية تفاعلية تتم بين مكونات العملية الاتصالية بهدف إبراز جوانب محددة من القضية المطروحة وإغفال جوانب أخرى، بما يتناسب مع أيديولوجية القائم بالاتصال، بهدف تفسير الأحداث، وتحديد المشكلات وتشخيص الأسباب، والبحث عن حلول، وتأطيرها بما يتوافق مع السياسة الإعلامية للوسيلة الإعلامية."⁽⁷⁾

وهذا المفهوم ما أكدته انتمان في دراسته التي أجراها عام 2003 وقد عرف الإطار بأنه: "عملية اختيار عناصر قليلة من الحقيقة المحسوسة، وإلقاء الضوء عليها لترويج وتفسير وتحقيق هدف معين"⁽⁸⁾، أي أن مفهوم الإطار يتضمن إبراز جوانب معينة في النص الإعلامي تجاه حدث أو قضية معينة، أو استبعاد أو إغفال جوانب معينة، الأمر الذي من شأنه أن يضفي أهمية بالغة على الدور الذي تؤديه الأطر الإعلامية في تشكيل اتجاهات وأراء الجمهور نحو الأحداث والقضايا المهمة"⁽⁹⁾.

وتستهدف نظرية تحليل الأطر تفسير دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته تجاه قضايا معينة، وتقتصر نظرية الأطر أن الإعلاميين غالبًا ما يعملون وفقًا لأطر إخبارية من أجل تبسيط الأحداث ووضع أولويات لها.⁽¹⁰⁾ وفي ضوء ذلك يمكن القول بأن "وسائل الإعلام من خلال تبنيها لأطر محددة حول القضايا والموضوعات تجعل بعض الأفكار والمعاني المرتبطة بها أكثر بروزًا، وهذه الأفكار هي التي يدركها الأفراد وتؤثر في تقييماتهم من خلال جذب الانتباه أو استثارة بعض المعاني دون غيرها."⁽¹¹⁾

أهمية نظرية الإطار الإعلامي ومدى ملاءمتها للدراسة الحالية: تؤكد الكثير من الدراسات على الأهمية الكبيرة التي تحظى بها عملية التأطير من خلال دورها في عملية الاتصال الجماهيري على النحو التالي: -

1- نظرية الأطر تقدم تفسير الأفكار والاتجاهات حيال القضايا المطروحة، وتحديد أولويات الجمهور، من خلال التحكم في التدفق الإخباري للأحداث وكذلك القدرة على تحديد المشكلات وصياغة أسبابها والحكم عليها. (12)

2- تتحدد أهمية الأطر في قدرتها التأثيرية على الكيفية التي يفسر بها الجمهور القضايا والأحداث المختلفة من حوله، ومن ثم تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا.

3- تمارس الأطر دورًا في عملية تشكيل الواقع، كما يعد مفهوم الإطار مؤثرًا أساسيًا في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدل حول الموضوعات والقضايا المختلفة، وتبرز قوة الأطر في مدى قدرتها على بناء أو هدم معالم أي نص إعلامي من خلال مفردات ومصطلحات متناقضة. (13)

ولذا فإن نظرية "الإطار الإعلامي" تتناسب مع موضوع وأهداف الدراسة الحالية، حيث يعد الإطار الإعلامي منطلقاً فكرياً يمكن توظيفه لشرح وتفسير كيفية معالجة البرامج الطبية بالقنوات الفضائية (حكومية، خاصة) لأزمة فيروس كورونا (COVID 19) من حيث أساليب المعالجة والأطر الإعلامية المختلفة بما يتفق مع أهداف كل وسيلة.

الدراسات السابقة: تم تناولها من خلال محورين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت معالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا (COVID 19):
استهدفت دراسة ريهام مرزوق (2020)، رصد كيفية معالجة البرامج الحوارية بالفئات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة البحث في القناة الأولى المصرية وقناة ON TV، وذلك من خلال تحليل محتوى عينة من البرامج الحوارية وهي: برنامج "التاسعة" على القناة الأولى، وبرنامج "كل يوم" على قناة "ON TV"، وتوصلت الدراسة إلى أن القناة الأولى المصرية جاءت في الترتيب الأول من حيث إجمالي زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)، يليها قناة "ON TV"، وجاءت "الإجراءات الاحترازية" في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، يليها "توجيهات وإرشادات"، ثم "دعم الطاقم الطبي"، يليه "دعم الأفراد والقطاعات المتضررة"، كما تصدرت فئة "إيجابي" المرتبة الأولى من حيث اتجاه معالجة الموضوعات المتعلقة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، يليها فئة "سلبى" ثم فئة "محايد"، وتصدر إطار "الاهتمامات الإنسانية" مقدمة الأطر

المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، يليه إطار "التحذير أو التخويف".⁽¹⁴⁾

وهدفت دراسة عرين عمر الزغبى (2020) إلى معرفة طبيعة تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا (COVID 19) العالمية، حيث استخدمت الباحثة المنهج المسحي، وقد تم توزيع الاستبانة على عينة قوامها (228) مفردة من النخب العربية، وكشفت النتائج أن غالبية أفراد الجمهور يتابعون أزمة كورونا (COVID 19) عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة، وأن التغطية الإخبارية الخاصة تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة "أزمة كورونا (COVID 19)".⁽¹⁵⁾ هدفت دراسة (Qiang Chen (2020) إلى تحديد كيفية توظيف الخطاب الإعلامي الرسمي لمواقع التواصل الاجتماعي لزيادة مشاركة الجمهور الصيني في تخطي أزمة فيروس "COVID"، وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي، حيث قام باختيار موقع Weibo Sina وهو موقع تواصل اجتماعي تابع للجمهورية الصينية، خاصة صفحة China Healthy، وقام الباحث بتحليل 1411 منشورًا على تلك الصفحة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استراتيجية "عدم نشر الخوف والقلق بين الجماهير" هي أكثر الاستراتيجيات اتباعًا على مواقع التواصل،⁽¹⁶⁾ بينما تبين من دراسة (Ahmad & Murad (2020) أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على نشر الخوف والذعر المرتبط بانتشار فيروس كورونا (COVID 19) على إقليم كردستان العراق، وذلك من خلال البحث الميداني الذي أجري عبر الإنترنت على عينة قوامها 516 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل،⁽¹⁷⁾

كذلك أكدت دراسة (Depoux A & others (2020) على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الذعر حول تفشي فيروس كورونا (COVID 19) وترويج الشائعات المضللة والتأثير على المفاهيم والمواقف والسلوكيات العامة حول فيروس كورونا (COVID 19) في المجتمع الأمريكي،⁽¹⁸⁾ وأوضحت دراسة (Azad Shokri and others أن تلقي الأخبار والمعلومات من الشبكات الاجتماعية عن فيروس كورونا (COVID 19) - خاصة ارتفاع معدل الوفيات- أثار القلق والذعر بين المجتمع الإيراني،⁽¹⁹⁾ ورصدت دراسة (Huong Thi, & et al (2020) اعتماد الجمهور الصيني على المواقع الرسمية وتطبيقات الجوال في الحصول على أحدث المعلومات الدقيقة ومواجهة الشائعات حول "كورونا"، وقامت الدراسة بتوظيف منهج المسح بالعينة، وأجريت على عينة قوامها 341 مفردة، وأشارت النتائج إلى أن آخر الأخبار فيما يتعلق بالجائحة كانت أكثر

المعلومات التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها،⁽²⁰⁾ وهدفت دراسة نادية حافظ (2020)، إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا (COVID 19)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وأداة الاستبيان لجمع المعلومات، وتوصلت لعدد من النتائج أهمها أن موقع اليوم السابع في مقدمة المواقع الإخبارية التي حرصت عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك،⁽²¹⁾ وتبين من دراسة حسام عبد الحى (2020)، على عينة عشوائية من 450 مفردة من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة والأزهر- أن نسبة 99.3% من عينة البحث تابعوا جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديد، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات عن جائحة كورونا والاندماج الأكاديمي لديهم،⁽²²⁾ وتوصلت دراسة (Sang-Hwa, Seo Lee & 2020) Changhyun Han) على عينة عشوائية من الجمهور بكوريا الجنوبية قوامها 400 مفردة- إلى أن استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي يتزايد بشكل كبير في أوقات انتشار الأوبئة، وأن لتلك الوسائل أثر على النواحي النفسية لمتابعيها- خاصة المتعلقة بالخوف،⁽²³⁾

وتوصلت دراسة جاد عويدات (2020) على عينة قوامها 400 مفردة من الطلاب والطالبات من جامعتي "القااهرة، و"المنيا"- توصلت إلى وجود فروق دالة بين أشكال تفاعل الباحثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا (COVID 19) بصفحتي قناة "المملكة الأردنية" و " France 24" لصالح صفحة قناة "France 24"،⁽²⁴⁾ وأظهرت نتائج دراسة (2020 Lotus Ruan) & others أن المعلومات حول فيروس كورونا (COVID 19) على وسائل التواصل الاجتماعي الصينية خضعت لرقابة حكومية صارمة، وأن عدم الشفافية وتقييد المناقشات العامة والمعلومات الواقعية لها تأثير معاكس ويحد من الوعي العام والاستجابة،⁽²⁵⁾ وبحثت دراسة Singh Lisa (2020) في تأثير استخدام Twitter في نشر الشائعات بين الجمهور فيما يتعلق بجائحة بفيروس كورونا (COVID 19)، وأشارت نتائج الدراسة أن التغريدات المتصلة بروابط ومصادر معلومات "linksURL" تحظى بدرجة مصداقية عالية بين الجماهير، نظرًا لاعتمادها على روابط تدعم صحة التغريدات المنشورة مثل روابط منظمة الصحة العالمية ((WHO،⁽²⁶⁾ وخلصت دراسة مسعودة فلوس، الخنساء تومي (2020) أن العديد من المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا

(COVID 19) تفتقد إلى الدقة والمصداقية، إضافة إلى أن برامج الوقاية والتوجيه والإرشاد التي تبثها وسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا (COVID 19) من شأنها أن تقضي على الصحة النفسية للأفراد،⁽²⁷⁾ وخلصت دراسة إيمان عاشور(2020)، على عينة قوامها 358 مفردة من الجمهور المصري إلى أن "الواتس اب" قد جاء في الترتيب الأول بالنسبة للمواقع والشبكات التي تعرضت لها عينة الدراسة أثناء الأزمة، يليه "الفيس بوك"، ثم "اليوتيوب"، كذلك تبين وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور المصري لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات وأخبار حول فيروس كورونا (COVID 19) والمناعة النفسية للجمهور،⁽²⁸⁾ فيما توصلت دراسة (Toan Luu Duc 2020) إلى أن أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي على تصور المخاطر المتعلقة بفيروس COVID 19 لدى الفيتناميين، حيث أشارت النتائج إلى أن كلما زاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي زاد إدراك الفيتناميين لمخاطر الفيروس،⁽²⁹⁾ وسعت دراسة (Rama Kummitha 2020) (إلى التعرف على كيفية توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعامل مع فيروس كورونا (COVID 19)، بالإضافة إلى التعرف على الفروق الموجودة بين الصين والدول الغربية فيما يتعلق بطرق توظيف تلك التكنولوجيا، واعتمد الباحث على منهج المسح، حيث قام بتحليل 137 مقالًا وخبرًا متعلقًا بفيروس كورونا (COVID 19) تم نشره أو إذاعته في وسائل الإعلام المختلفة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع أزمة فيروس كورونا (COVID 19) تختلف من مكان لآخر، وذلك نتيجة للنظام السياسي الموجود في كل دولة،⁽³⁰⁾ وهدفت دراسة أشرف سليم (2020) إلى رصد رسائل اللغة للجمهور المغربي في وسائل التواصل الاجتماعي عن أزمة فيروس كورونا (COVID 19)، وأوضحت النتائج أن 77٪ من أفراد العينة يستخدمون الواتس اب وحده للحديث عن أزمة كورونا (COVID 19)، يليه الفيس بوك بنسبة 49٪،⁽³¹⁾ وسعت دراسة نرمين علي عجوة (2020) إلى تحديد أهم استراتيجيات اتصال المخاطر، التي استخدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية في الاتصال بالجمهور المصري عبر موقع الفيس بوك أثناء أزمة كورونا (COVID 19) في المراحل المختلفة للأزمة، وتوصلت إلى أنه تم استخدام استراتيجية "توضيح الإجراءات الحكومية" في غالبية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة بهدف توضيح إجراءات الاستعداد للتعامل مع الأزمة، يليها استراتيجية "الطمأنة" للتأكيد على عدم رصد أية حالات

مصابة بمصر، ثم استراتيجية "التحذيرات من المخاطر"،⁽³²⁾ وخلصت دراسة عيشة علة (2020) إلى أن لوسائل الإعلام الجديد دور في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا (COVID 19) من خلال ثلاثة محاور، هي: محور استراتيجيات الإعلام الجديد لمواجهة المعلومات المزيفة، ومحور توجيهات الإعلام حول أهمية الالتزام بالحجر الصحي، ومحور المواقف الصحية الإيجابية للإعلام الجديد والالتزام بالتدابير الوقائية،⁽³³⁾ واعتمدت دراسة جيهان سعد عبده (2020) على أداة تحليل المضمون لعينة من الأخبار الصحفية التي تم نشرها عبر مواقع الصحف والمواقع الإخبارية (موقع اليوم السابع، موقع بوابة أخبار اليوم، وموقع القاهرة)، وأظهر التحليل اهتمام عينة الدراسة بعرض أخبار وتحقيقات خاصة بمعالجة تداعيات "فيروس كورونا (COVID 19)" في مواقع الصحف والمواقع الإخبارية، وقد جاءت المعالجة الإيجابية في مقدمة أنواع المعالجات الإعلامية، يليها المعالجة المحايدة، وتأتي المعالجة السلبية في الترتيب الثالث، وجاء إطار التأييد ودعم القرارات على رأس قائمة الأطر الفرعية المستخدمة في معالجة تداعيات "فيروس كورونا (COVID 19)"،⁽³⁴⁾ واعتمدت دراسة أحمد العميري (2020) على عينة عمدية من الشباب الجامعي يتعرضون للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين تعرض الشباب للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه "فيروس كورونا (COVID 19)"،⁽³⁵⁾ وهدفت دراسة بسيوني جبريل (2020) إلى التعرف على مدى فاعلية توظيف مقاطع الفيديو التشاركية المتعلقة بفيروس كورونا (COVID 19) في التوعية المعرفية والسلوكية بالفيروس، وتأثير هذه المقاطع في دعم بيئة الوباء في المملكة العربية السعودية، وتم جمع البيانات من عينة قوامها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بن حجم التعرض لمقاطع الفيديو التشاركية المرتبطة بالفيروس، وتأثير هذه المقاطع في التوعية به،⁽³⁶⁾ واعتمدت دراسة مرتضى البشير وخالد عبد الحفيظ (2020) على استخدام عينة الحصر الشامل لكل الرسائل في صفحة فيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية لمدة سبعة أيام، وكشفت الدراسة عن اهتمام صفحة فيسبوك بموقع الوزارة بتعزيز الوعي الصحي بنشر الأخبار المستمرة عن "فيروس كورونا"، وكذلك نشر رسائل التوعية الصحية وباستخدام أساليب متنوعة،⁽³⁷⁾ وتوصلت دراسة ولاء السريتي (2020) على عينة قوامها 300

مفردة بمدارس السادات وأشمون، إلي وجود فروق دالة إحصائية بين الطلاب في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا (COVID 19) وفق المتغيرات الديموجرافية،⁽³⁸⁾ أظهرت نتائج دراسة وليد عبد الحليم (2020) على عينة قوامها 470 مفردة من أرباب الأسر بمدينة سوهاج بمصر- وجود علاقة دالة إحصائيًا بين التعرض لوسائل الإعلام ووعي الأسر بكيفية مواجهة فيروس كورونا (COVID 19)، حيث كان يتم تقديم معلومات كافية عن الفيروس، وإنتاج برامج طبية وثقافية للمواجهة، ونجاح الحظر للمواطنين من خلال حملة "الزم بيتك"،⁽³⁹⁾ كما أشارت دراسة Jeffrey & others (2020) إلى أن 95% من الأمريكيين يرون أن وسائل الإعلام الإخبارية تزودهم بالمعلومات التي يحتاجونها حول فيروس COVID 19، ويرى نسبة 49% أن التغطية الإخبارية للفيروس كانت دقيقة إلى حد كبير، كما أن نسبة 24% يرون أن التغطية كانت غير دقيقة،⁽⁴⁰⁾ وخلصت دراسة محمد عبد ربه (2020)، إلى أن إعادة رسم مسار السياسات الإعلامية تساعد على التعايش الآمن مع فيروس كورونا (COVID 19)، وأن هناك حاجة لتحليل السياسات والاستراتيجيات الإعلامية في التعامل مع الفيروس وما يصاحب ذلك من إجراءات إعلامية وتوعوية،⁽⁴¹⁾ وتوصلت نتائج دراسة نشوة عقل (2020) على عينة قوامها 450 مفردة، إلى أن الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، وشفحة مجلس الوزراء المصري على الفيس بوك كانتا أكثر المصادر المعلوماتية للمتابعة حول أخبار الفيروس، وكانت الإجراءات الوقائية بمواجهة الفيروس أكثر المعلومات التي يسعى الأفراد لمعرفة، واتضح وجود علاقات ارتباطية إيجابية ضعيفة بين مستوى سلوك التماس المعلومات وإدراك المخاطر،⁽⁴²⁾ وهدفت دراسة دعاء عادل (2020) إلى رصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (COVID 19) في منطقة جازان بالمملكة العربية السعودية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتم تطبيق استمارة إلكترونية- تم توزيعها على عينة قوامها 705 مفردة من أفراد الجمهور العام بجازان، وأكد معظم أفراد الجمهور على نجاح جهود التوعية بفيروس كورونا (COVID 19) في تحقيق الأهداف المنشودة، وأن تلك الجهود ساعدتهم في الوقاية من العدوى،⁽⁴³⁾ وسعت دراسة Reddy.S.& others 2020 (إلى معرفة وفهم استجابة الجمهور بجنوب أفريقيا لأعراض فيروس كورونا (COVID 19)، وطرق انتشاره وأهم مصادر معلوماتهم، واعتمدت الدراسة على إجراء مسح عبر الإنترنت، واستطاع معظم أفراد العينة تحديد

الأعراض الرئيسية لفيروس كورونا (COVID 19)، وكانت أكثر مصادر المعلومات المتعلقة بالفيروس المصادر الحكومية، والمواقع والتطبيقات الإخبارية، والفضائيات.⁽⁴⁴⁾ وهدفت دراسة Hou Zhiyuan & others (2020) إلى تقييم وعي الجمهور في الصين، وإدراكهم للمخاطر، واستجاباتهم السلوكية لتفشي فيروس كورونا (COVID 19)، وتم الاعتماد على المنهج المسحي، وصحيفة استبيان تم توزيعها إلكترونياً على عينة من الجمهور من المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي، وتبين أن تأخر نشر المعلومات أثار المشاعر العامة السلبية لدى الجمهور، وأن الشائعات والمعلومات الخاطئة بشأن العلاج أدت إلى انتشار الذعر أثناء تفشي الفيروس،⁽⁴⁵⁾ وهدفت دراسة آمال زيدان (2020) إلى قياس مدى فعالية الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها الحكومة المصرية في المراحل الأولى لإدارة الأزمة، وتم إجراء الدراسة على عينة عمدية من النخبة الإعلامية والأكاديمية والطبية قوامها 120 مفردة، وكشفت النتائج عن تصدر استراتيجية "تقديم المعلومات" المتمثلة في الإفصاح عن الوباء وخطورته، وكيفية التعامل معه، يليها استراتيجية "تحويل اللوم إلى المواطنين بسبب سلوكياتهم، ثم استراتيجية "تقديم الأزمة على أنها جائحة مأساوية ونكبة على الجميع".⁽⁴⁶⁾

المحور الثاني: الدراسات التي تتعلق بتناول وسائل الإعلام للقضايا الصحية:

قام Park et al. (2019) بدراسة مسحية على عينة مكونة من 370 مفردة، لمعرفة مصادر المعلومات المفضلة خلال أزمة وباء "فيروس زيكا" بالولايات المتحدة، وأشارت النتائج إلى اختلافات في تفضيلات قنوات المعلومات، وكانت الأخبار التلفزيونية أهم المواد لاستقاء المعلومات حول زيكا،⁽⁴⁷⁾ وأتاحت دراسة Kuang & So (2019) التجريبية الفرصة لعينة قوامها 927 مفردة، للمشاركة في البحث عن معلومات عبر الإنترنت تتعلق بالتهديد/أو التأقلم بعد تعرضهم لرسالة خطر حول مرض التهاب السحايا، وتبين أن المعلومات أدت إلى زيادة الاستجابة للتطعيم ضد المرض، وارتبط مستوى البحث بدرجة الغموض وعدم اليقين، ومستوى القلق والخوف،⁽⁴⁸⁾ وبحثت دراسة Jin & Meer (2019) استراتيجيات المعلومات التصحيحية التي تزيد من الوعي أثناء تفشي الأوبئة المعدية، من خلال دراسة تجريبية عبر الإنترنت، على عينة قوامها 700 مفردة من المواطنين الأمريكيين، وبعد التعرض في البداية للمعلومات الخاطئة، تلقى أفراد العينة المعلومات بعد تصحيحها، وكانت هناك مجموعة ضابطة لم تتعرض لمعلومات تصحيحية، وكشفت النتائج أن التعرض للحقائق التوضيحية، يحفز النوايا على اتخاذ إجراءات

وقائية،⁽⁴⁹⁾ وهدفت دراسة رنا عبد الرحمن (2019) إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات وسمات الخطاب الصحفي المصري والأمريكي إزاء مجموعة من الأزمات الصحية العالمية وذلك من خلال تحليل الخطاب الصحفي لعينة من الصحف المصرية والأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى تصدر أسلوب طرح الحلول، وغلب الطابع الإخباري على تغطية الصحف المصرية للأزمات الصحية،⁽⁵⁰⁾ وتوصلت دراسة أمل إبراهيم (2019) من خلال تحليل المادة الصحفية لعينة من الصحف المصرية- إلى التفوق الواضح للمواقع الإلكترونية لصحف الدراسة على الصحف الورقية الخاصة بها في حجم المضامين الطبية،⁽⁵¹⁾ وتوصلت دراسة سوسن أبوزيد (2019) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة عينة الدراسة لفضائيات الطفل المتخصصة، ومستوى الوعي الصحي لديهم، واعتمدت الباحثة على منهج المسح لعينة من مجتمع الأطفال والآباء بمصر والجزائر،⁽⁵²⁾ وأجرى (Nangsangna D. & Vroom daCosta (2019) دراسة على المرضى بثلاث مستشفيات بمدينة كواهو ويست بغانا، لتحديد العوامل التي تؤثر على التماس المعلومات الصحية عبر الإنترنت لديهم، وكشفت نتائج الدراسة أن معدل استخدام الإنترنت بشكل عام بين المرضى كان 85.8% في حين استخدم 35.7% فقط من المرضى الإنترنت للوصول إلى المعلومات الصحية،⁽⁵³⁾ هدفت دراسة (Baek Min Young & Jang Kyungeun (2019 إلى التعرف على تأثير متابعة الجمهور في كوريا الجنوبية للأخبار والمعلومات المتعلقة بتفشي فيروس "MERS" عبر الإنترنت ومواقع التواصل، واستخدمت منهج المسح لعينة عشوائية من الجمهور قوامها 1036 مفردة، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي حظيت بالنسبة الأكبر من اهتمام المبحوثين لمتابعة الأخبار الخاصة بالفيروس من خلالها،⁽⁵⁴⁾ وأجرى (Jaks et al. (2019 دراسة حول سعي الآباء لتحسين معلوماتهم الصحية من خلال الإنترنت، من خلال مسح عبر الإنترنت لعينة عشوائية مكونة من الآباء الألمان، واتضح أن 91% من الآباء استخدموا وسائل الإعلام الرقمية للبحث عن معلومات حول صحة أبنائهم، إلا أن 95% منهم يشككون في صحة المعلومات عبر الإنترنت،⁽⁵⁵⁾ وهدفت دراسة الزهراء محمد (2018) إلى معرفة الدور الذي تقوم به الصفحات الصحية على الفيس بوك في تنمية الوعي الصحي لدى المراهقين، وتوصلت إلى أن من أهم أسباب تعرض المراهقين للصفحات الصحية على الفيس بوك هي الحصول على معلومات صحية عامة، يليها المساعدة على حل بعض المشكلات الصحية،⁽⁵⁶⁾ وحاولت دراسة إيمان فتحي، وسلوى الجيار (2018) التعرف على المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية

بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح التحليلي لمسح محتوى 19 حملة إعلامية تم بثها عبر قنوات (الحياة، الفضائية الأولى المصرية، المحور)، وتوصلت الدراسة إلى تنوع القضايا الصحية التي ناقشتها الحملات الإعلامية، وسعت دراسة سارة محمود (2018) لبحث العلاقة بين التماس الجمهور للمعلومات الصحية عبر الإنترنت ومستوى الوعي الصحي لديهم، من خلال تطبيق استبانة على عينة قوامها 400 مفردة من مستخدمي مواقع الإنترنت، وخلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية بين مستوى الوعي الصحي لدى أفراد العينة، ومعدل التماسهم للمعلومات عبر الإنترنت،⁽⁵⁷⁾ وعمدت دراسة (Dutta et al. 2018) إلى إجراء مقابلات متعمقة مع 100 مفردة بسنغافورة بأسلوب العينة الطبقية، للتعرف على سلوك البحث عن المعلومات الصحية واتضح أن كلاً من القيم الاجتماعية التي تسود سنغافورة، وإرادة المواطنين في التحسن، كلها عوامل تؤدي إلى البحث عن المعلومات الصحية،⁽⁵⁸⁾ وبحثت دراسة (Obenauer Julie 2018) تأثير تغطية وسائل الإعلام الإخبارية لانتشار فيروس إيبولا بغرب أفريقيا عام 2014، على إدراك الألمان لمخاطر الإصابة بالفيروس، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 1376 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن معلومات المخاطر الصحية تثير ردود فعل معرفية حول طرق واحتمالات العدوى في البلدان، بشكل يقلل من السلوكيات غير الملائمة،⁽⁵⁹⁾ وبحثت دراسة (Jung&Kim 2017) العلاقة الارتباطية بين التماس المعلومات الصحية، والسلوكيات الصحية، وكثافة استخدام وسائل الإعلام، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، باستخدام صحيفة الاستقصاء، وطبقت على عينة مكونة من 1367 مفردة من البالغين من الذكور والإناث، وكشفت النتائج أن السعي النشط للحصول على المعلومات حول الأمراض المعدية، والنية السلوكية في تناول اللقاح، ارتبطت بمستوى الاستماع إلى الراديو وقراءة الصحف،⁽⁶⁰⁾ وسعت دراسة (2017) Strekalova لبحث خصائص السلوك الاتصالي لجمهور مواقع التواصل الاجتماعي استجابة للأخبار بشأن وباء "إيبولا"، وذلك من خلال تحليل 809 منشورًا على صفحة "الفييس بوك" لمركز الوقاية والسيطرة على الأمراض، بالإضافة إلى 9163 تعليقًا، واتضح وجود اختلافات في سلوك المعلومات للجمهور، والتي تناولت تعزيز الصحة بشكل عام وفقًا للرسائل التي تناولت وباء إيبولا،⁽⁶¹⁾ وتوصلت دراسة أميرة جمال الدين (2017) إلى أن الأهداف العلاجية للبرامج الطبية المقدمة بالفضايات المصرية جاءت في الترتيب الأول، وجاءت الأهداف الوقائية في الترتيب الثاني، كذلك

جاء استخدام الاستمالات (العقلانية والعاطفية معاً) فى الترتيب الأول، يليها (الاستمالات العاطفية)، ثم (الاستمالات المنطقية).⁽⁶²⁾ وأكدت دراسة مبروكة سلوم (2017) نتائج الدراسة على إسهام الفضائيات الخاصة فى تنمية الثقافة الصحية للأسرة الجزائرية، حيث قامت الباحثة بتوظيف المنهج الوصفي، واعتمدت على أدوات المقابلة والاستبيان فى جمع البيانات من عينة الدراسة (216) أسرة، تم اختيارهم عشوائياً،⁽⁶³⁾ وتوصلت دراسة رانيا محمد عبد المقصود (2016) إلى أن أكثر الوسائل الإعلامية جذباً للجمهور فى اكتساب المعرفة الصحية هي الفضائيات، يليها الإنترنت بفارق كبير،⁽⁶⁴⁾ أما دراسة Vos & Banker (2016) فعمدت إلى تقييم محتوى الرسائل التي تم إرسالها عبر تويتر أثناء أزمة أنفلونزا الطيور ((H1N1 وذلك باستخدام نموذج اتصال المخاطر للطوارئ والأزمات، حيث تم تحليل 25,598 تغريدة عن فيروس "أنفلونزا الطيور" فى أبريل 2013، واتضح أن هناك نسبة كبيرة من الرسائل تحتوي على معلومات تسهم فى إدراك الجمهور للأزمة،⁽⁶⁵⁾ وأسفرت دراسة نادية عبد الحافظ (2016) عن تفوق القنوات الفضائية على باقي وسائل الإعلام التقليدية من حيث درجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات الصحية، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي فى مقدمة وسائل الإعلام الجديد التي يعتمد عليها الجمهور كمصدر للمعلومات الصحية، كما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة فى نشر الثقافة الصحية،⁽⁶⁶⁾ وتبين من دراسة Southwell (2016) أن الحملات الإعلامية الصحية ساعدت الجمهور فى البرازيل على البحث عن المعلومات المتعلقة "بفيروس زيكا"،⁽⁶⁷⁾ وللتعرف على كيفية إدراك مخاطر "إيبولا" فى الولايات المتحدة، والإجراءات المتخذة لحماية الأفراد وأسرههم - قام Kelly (2025) بإجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 1018 مفردة، وتبين أن الثقة فى قدرة وسائل الإعلام والحكومة فى نقل المعلومات بدقة، أو منع حدوث الوباء على التوالي كانت قليلة،⁽⁶⁸⁾ وبحثت دراسة نورة حمدي (2015) العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وحجم تعرضه للصحف الورقية والإلكترونية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، مستخدمة الاستبانة فى جمع البيانات من عينة الدراسة البالغ قوامها 200 مفردة من السعوديين المراجعين للمراكز الصحية، بمدينة الباحة والطائف، وأثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للصحف الورقية والإلكترونية ومستوى المعرفة بمرض كورونا،⁽⁶⁹⁾ وسعت دراسة Lee et al. (2015) إلى تقدير نسبة الباحثين عن المعلومات الصحية على شبكة

الإنترنت الذين يعانون من حالات صحية مزمنة، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من البالغين في أستراليا، وتبين أن أكثر من نصف العينة عبرت عن إفادتها بدرجة كبيرة من استخدامها للإنترنت في الحصول على المعلومات الصحية حول الأمراض المزمنة التي يعانون منها،⁽⁷⁰⁾ واختبرت دراسة أثيلة الأمين، ومختار الصديق (2015) علاقة الإعلام المرئي بنشر الوعي الصحي، حيث قام الباحثان بتوظيف المنهج الوصفي والتجريبي، ولجمع البيانات تم تصميم ثلاث استبانات تم تطبيقها على عينة قوامها 80 مفردة من أفراد الجمهور العام بمدينة الخرطوم، وتوصلت الدراسة إلى أن أداء عينة البحث بعد مشاهدة البرامج الصحية الطبية كان أفضل منها في الاختبار القبلي،⁽⁷¹⁾ وقامت دراسة Husemann (2015) بتحليل مضمون 40 مقالاً تتناول أزمة انتشار أنفلونزا الخنازير بألمانيا، وتوصلت إلى أن 32.9% من المقالات تضمنت معلومات حول التطعيم، وأن حوالي نصف المقالات تضمنت تقارير عن الحالات، وأن استمالات الخوف قد استخدمت في 10.7% فقط من المقالات، وأن 39% من المقالات تضمنت السلوكيات الفعالة،⁽⁷²⁾ وتوصلت دراسة عثمان العربي (2014) إلى أن التلفزيون تصدر الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الشباب كمصدر للثقافة والمعلومات الصحية، حيث قام الباحث بتوظيف منهج المسح لجمع بيانات الدراسة من عينة عشوائية من طلاب الكليات النظرية بجامعة الملك سعود والإمام محمد بن سعود بالرياض،⁽⁷³⁾ وتوصلت دراسة نايف آل سعود (2014) على عينة عشوائية من 400 مفردة من الآباء والأمهات السعوديين، إلى أن هناك علاقة بين كثافة تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ومستوى المعرفة الصحية لديهم،⁽⁷⁴⁾ كما هدفت دراسة حسن علي قاسم (2013) إلى التعرف على مدى فعالية دور الفضائيات في إمداد المرأة المصرية بالمعرفة الصحية، وأظهرت الدراسة أن مدى الإفادة من مشاهدة برامج صحة المرأة بلغت 89% مقابل 11% لم يستفدن،⁽⁷⁵⁾ وتناولت دراسة Freberg Karen (2013) دور الإعلام التقليدي، ومواقع التواصل الاجتماعي، كمصادر للمعلومات حول فيروس أنفلونزا الخنازير، وأسفرت النتائج عن أن موقع التغريدات القصيرة تويتر Twitter هو أكثر مواقع التواصل لإمدادهم بالمعلومات، واتضح أن المصادر التقليدية هي المرجع الأكثر شيوعاً لمعلومات الأزمات، كما كان الأفراد حاضرون بقوة في خطاب الأزمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي،⁽⁷⁶⁾ واعتمدت دراسة عبد الملك الشلهوب (2013) على المنهج المسحي وصحيفة الاستقصاء في جمع المعلومات من عينة عشوائية قوامها 412 مفردة للتعرف على دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين، وأكدت النتائج

على أن معظم أفراد العينة يعتمدون على الإنترنت والبرامج المتخصصة في التلفزيون، والصفحات الطبية المتخصصة في الحصول على معلومات حول مرض السكري،⁽⁷⁷⁾ وقامت دراسة إيمان أسامة (2013) بتحليل مضمون إعلانات حملة "أنفلونزا الخنازير"، وتوصلت الدراسة إلى تركيز الحملة على نوعية محددة من الرسائل، وهي المعلومات المتعلقة الوقاية من الإصابة بالمرض، وكانت المعلومات المتعلقة بالفئات الأكثر عرضة للإصابة بالمرض كانت أقل المعلومات التي تم عرضها في إعلانات الحملة،⁽⁷⁸⁾ وتوصلت دراسة أبوبكر الصالحي (2013) الميدانية على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة- إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض للتلفزيون والإنترنت ومستوى الوعي بمرض السمنة لدى الجمهور المصري،⁽⁷⁹⁾ وبحثت دراسة Goodall et al. (2012) تغطية أخبار انتشار فيروس أنفلونزا الخنازير من خلال الصحف المطبوعة والمنصات الرقمية، ومدى تركيزها على عناصر التخفيف- والغموض حول مستوى التهديد أو سلامة الإجراءات، وفاعلية الإجراءات المتخذة من المجتمع مثل الحجر الصحي أو الإغلاق، والأفراد مثل تناول اللقاح وتجنب العدوى وذلك لمواجهة الفيروس، وتبين أن المنصات الإلكترونية للوكالات ذات الصلة مثل منظمة الصحة العالمية ومركز السيطرة على الأمراض والوقاية (CDC) كانت تقدم معلومات لتقييم المخاطر واتخاذ الاحتياطات اللازمة للجمهور، في حين كانت تغطية تفاصيل المرض، وكيفية التصرف في حالة الإصابة به، والمعلومات المتعلقة بطرق وسائل الإعلام الإخبارية- تميل إلى تضخيم المخاوف لدى الجمهور،⁽⁸⁰⁾ وأوضحت دراسة Jin & Austin (2012) أن الجماهير تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات للحصول على معلومات تفصيلية، وللتواصل حول الأزمة مع العائلة/الأصدقاء، بينما ارتبط استخدام وسائل الإعلام التقليدية بالأغراض التوجيهية بشأن الأزمة،⁽⁸¹⁾ وتوصلت دراسة آمال حسن الغزاوي (2010) إلى أن التلفزيون أكثر وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور في اكتساب المعلومات عن فيروس أنفلونزا الخنازير،⁽⁸²⁾ كما أكدت دراسة عايذة المر (2010) على أن القنوات الفضائية تأتي في مقدمة الوسائل الإعلامية المصرية التي اعتمد عليها الجمهور لمتابعة المعالجة الإعلامية لمرض أنفلونزا الخنازير،⁽⁸³⁾ كذلك توصلت دراسة محب يحيى (2010) إلى أن البرامج الصحية التلفزيونية تأتي في المرتبة الأولى لدى الجمهور الأفغاني من حيث تفضيل مشاهدتها والاعتماد عليها في اكتساب المعلومات الصحية،⁽⁸⁴⁾ وسعت دراسة وسام نصر (2010) إلى التعرف على درجة مصداقية كل وسيلة من وسائل الإعلام المصرية سواء

كانت حكومية أو خاصة لدى الجمهور المصري فيما يتعلق بمعالجة "وباء أنفلونزا الخنازير"، وتم استخدام منهج المسح بالعينة، بالتطبيق على 400 مفردة من الجمهور المصري- من سن 18 سنة فأكثر- في محافظات القاهرة والجيزة وحلوان، وأشارت النتائج إلى أن التلفزيون المصري حظي بأعلى نسبة من الاعتماد للحصول على معلومات بشأن الأزمة، بينما حصلت الفضائيات المصرية الخاصة على أعلى نسبة فيما يتعلق بالوثوق التام فيما تقدمه من معلومات تخص الأزمة،⁽⁸⁵⁾ وهدفت دراسة هالة سمير (2010) إلى معرفة دور وسائل الاتصال في إكساب الجمهور معلومات عن أنفلونزا الطيور والتبرع بالدم، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وأداة الاستبيان، وتوصلت إلى تصدر الفضائيات الترتيب الأول بين الوسائل الإعلامية التي يتابعها المبحوثون،⁽⁸⁶⁾ كما أكدت دراسة رفعت الضبع (2007) على أن التلفزيون والصحف في مقدمة وسائل الإعلام التي اعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات عن أزمة "أنفلونزا الطيور" في مصر،⁽⁸⁷⁾ وبحثت دراسة Professor (2004) Niemeyer استراتيجيات المعلومات التي يستخدمها الآباء في المملكة المتحدة، لفهم قضايا المخاطر النسبية الصحية، وخاصة (الحصبة الألمانية)، وأشارت النتائج إلى أن وسائل الإعلام كانت مصادر مهمة للمعلومات بشكل مبدئي، إلا أن الشبكات الاجتماعية كانت أهم في تعزيز فهم ومعتقدات الوالدين.⁽⁸⁸⁾

التعليق على الدراسات السابقة:

1- القضايا والإشكاليات البحثية: حظيت البحوث المتعلقة بفيروس كورونا (COVID 19) باهتمام واضح في التراث العربي والأجنبي، (مصر- الجزائر- المملكة العربية السعودية- كردستان العراق- جنوب أفريقيا- الصين- باكستان- الهند- فيتنام- الولايات المتحدة- المملكة المتحدة، وغيرها) مما يشير إلى اهتمام بحثي عالمي بالتوعية بفيروس كورونا (COVID 19) (Covid -19).

2- من حيث الأهداف: ركزت معظم الدراسات السابقة على التعرف على مدى إسهام وسائل الإعلام في زيادة الوعي الصحي لمتابعيها حيال الأزمات الصحية بوجه عام، أو حيال أزمات بعينها، وتناولت تلك الدراسات تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والتلفزيون والفضائيات، والصحافة في معالجة الأزمات الصحية في مناطق مختلفة، وانصبت معظم الدراسات على قياس اتجاهات الجمهور، وتقييمه للمعالجة الإعلامية بشأن الأزمات الصحية المختلفة، وذهبت دراسات أخرى إلى قياس

التأثير النفسي للمعالجة على الجمهور، في حين سعى القليل من الدراسات إلى تحليل مضمون الرسائل الإعلامية الخاصة بالأزمات الصحية بوجه عام، أو حيال أزمة بعينها.

3- الأطر النظرية: تباينت البحوث والدراسات السابقة في استخدام المداخل النظرية المفسرة لها، ومن الأطر النظرية التي وظفتها بعض البحوث لخدمة أهدافها البحثية: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والأطر الإعلامية، ونظرية ثراء الوسيلة.

4- المناهج البحثية: كان المنهج المسحي الأكثر استخداماً في الدراسات العربية والأجنبية، والقليل من الدراسات التي اعتمدت على المنهج التجريبي، والعلاقات الارتباطية.

5- الأدوات والأساليب البحثية: معظم الدراسات التي تتعلق بفيروس كورونا (COVID 19) جاء أغلبها دراسات ميدانية، اعتمدت أغلبها على أداة الاستبانة والمقابلة، بينما الدراسات التحليلية جاءت منسوبة على مواقع التواصل الاجتماعي، باستثناء دراسة ريهام مرزوق (2020)، التي استهدفت رصد كيفية معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، ودراسة أميرة جمال الدين (2017)، التي هدفت إلى معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية لقضايا الصحة وعلاقتها بالوعي الصحي لدى الشباب، ولهذا تحاول هذه الدراسة أن تكون إضافة بحثية فيما يتعلق بتعامل الإعلام -وخاصة البرامج الطبية- بالفضائيات المصرية مع "فيروس كورونا (COVID 19)".

6- العينات: اتسمت معظم الدراسات العربية -على حد علم الباحثة- بالاعتماد على عينات صغيرة، عكس الدراسات الأجنبية، التي اعتمد معظمها على عينات كبيرة، نظراً لاعتماد تلك الدراسات على جهات بحثية تسهم في تمويل البحث، مما ينعكس على كبر حجم العينات.

7- أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة: أشارت نتائج معظم الدراسات إلى أن كلاً من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة تسهم بدور كبير في نشر الوعي بين الجماهير، وإمدادهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار الأزمات الصحية -ومنها أزمة كورونا (COVID 19)- وجاءت اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية إيجابية بنسبة كبيرة، وتأتي الفضائيات في مقدمة الوسائل التقليدية التي تمارس تأثيرها على الجمهور، في حين كانت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل الجديدة في هذا الصدد. وكانت أكثر مصادر المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا (COVID 19)- المصادر الحكومية، والمواقع والتطبيقات الإخبارية، والفضائيات. وأشارت النتائج إلى أن الحملات الإعلامية الصحية ساعدت الجمهور على البحث عن المعلومات المتعلقة

بالفيروس، وأشارت العديد من الدراسات إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على نشر الخوف والذعر المرتبط بانتشار فيروس كورونا (COVID 19) وترويج الشائعات المضللة والتأثير على المفاهيم والمواقف والسلوكيات العامة حول فيروس كورونا (COVID 19) في أحيان كثيرة، وجاءت المعالجة الإيجابية في مقدمة أنواع المعالجات الإعلامية، يليها المعالجة المحايدة، وتأتي المعالجة السلبية في الترتيب الثالث.

8- أفادت الباحثة من تلك الدراسات في صياغة وتحديد المشكلة البحثية وأهميتها، وتحديد وصياغة أهداف الدراسة، وتحديد أنسب المناهج والأداة البحثية المناسبة وكيفية بنائها، بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب عن تساؤلاتها وفروضها، وكذلك الوقوف على النقاط التي لم تتناولها الدراسات والبحوث السابقة، ومن هنا كان الإحساس بمشكلة الدراسة الحالية، حيث رأت الباحثة أنه لا توجد دراسة تناولت تقييم البرامج الطبية في تناولها لأزمة كورونا (COVID 19) -على حد علم الباحثة- ولكن معظم الأبحاث انصبحت على قياس مدى وعي الجمهور بالفيروس وطرق الوقاية منه وكيفية معالجته، واتجاهات الجمهور، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، وتحليل مضمون مواقع الصحف والمواقع الإخبارية، ولا توجد سوى دراسة واحدة تخص تحليل مضمون البرامج التليفزيونية، وكانت خاصة بالبرامج الحوارية، وهي دراسة ريهام مرزوق (2020)، والتي عمدت إلى الوقوف على معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (COVID 19).

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي ترصد وتحلل وتفسر كيفية معالجة البرامج الطبية لأزمة "كورونا". وفي إطار منهج المسح الإعلامي تم استخدام صحيفة تحليل المضمون والتي شملت عددًا من فئات التحليل لتغطية جوانب الدراسة، وتحقيق أهدافها. وفيما يلي توضيح إجراءات الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة:

أ: تساؤلات خاصة بالشكل:

- 1- ما زمن الحلقة/ زمن الفقرة المخصصة لأزمة فيروس "كورونا"؟
- 2- ما عناصر الجذب المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا (COVID 19)؟
- 3- ما نمط المواد المصورة؟

ب: تساؤلات خاصة بالمضمون:

- 1- ما الموضوعات الواردة المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)؟
- 2- ما أبعاد معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)؟
- 3- ما النطاق الجغرافي للموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)؟
- 4- ما اتجاه معالجة الموضوعات الواردة المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)؟
- 5- ما أسلوب عرض الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)؟
- 6- ما الحلول المقترحة للمشكلات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)؟
- 7- ما أهداف معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)؟
- 8- ما أطر المعالجة المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس كورونا (COVID 19)؟
- 9- ما الاستمالات العقلانية والعاطفية المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس كورونا (COVID 19)؟ وما طبيعتها؟

ثانياً: عينة الدراسة:

أ: عينة القنوات: تمثلت في: القناة (الأولى الفضائية المصرية)، وقناة (القاهرة والناس 2) وذلك من خلال تحليل محتوى عينة من البرامج الطبية التي تعرض على شاشة هاتين القنوات، ويرجع اختيار القنوات إلى ما يلي:

- "القناة الأولى الفضائية المصرية": باعتبارها القناة الحكومية الرسمية التي تأخذ الطابع الرسمي، فهي إحدى القنوات التابعة لاتحاد الإذاعة والتلفزيون وتعد القناة الرسمية الرئيسة.

- قناة "القاهرة والناس 2" تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها 30 مفردة للتعرف على أكثر البرامج الطبية التي تعرض من خلال القنوات الفضائية المصرية الخاصة التي يتابع من خلالها الجمهور أزمة فيروس كورونا (COVID 19) وجاء برنامج (الناس الحلوة) الذي تعرضه قناة (القاهرة والناس 2) في الترتيب الأول.

ب- عينة البرامج: برنامج "الجيش الأبيض" هو البرنامج الطبي الذي يعرض على شاشة الفضائية المصرية الأولى يوميًا، وقد تم إعداده خصيصًا لتغطية كل ما يتعلق بأزمة "كورونا"، أما برنامج "الناس الحلوة"، فقد جاء في مقدمة البرامج الطبية المعروضة من خلال القنوات الفضائية المصرية الخاصة، والتي يفضل الجمهور متابعة الموضوعات المتعلقة بأزمة "كورونا" من خلالها- وهو ما تبين من خلال الدراسة الاستطلاعية كما تمت الإشارة سابقًا.

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة

عدد الحلقات	اسم البرنامج	نوع القناة	اسم القناة
35	الجيش الأبيض	حكومي	الفضائية المصرية الأولى
24	الناس الحلوة	خاص	القاهرة والناس 2

ج- الإطار الزمني للدراسة:

قامت الباحثة بإجراء الدراسة التحليلية 2020/4/5 إلى 2020/4/15، ويرجع ذلك لأن تلك الفترة شهدت بداية انتشار وباء فيروس كورونا (COVID 19) في مصر والوطن العربي، كذلك شهد يوم 2020/ 4/5 بداية بث برنامج "الجيش الأبيض" على الفضائية المصرية الأولى-وهو البرنامج الذي تم إعداده خصيصًا للإسهام في معالجة أزمة كورونا (COVID 19)، ولدعم الطاقم الطبي.

وكما يتضح من جدول رقم (1) -فإن عدد حلقات برنامج "الجيش الأبيض" 35 حلقة، في مقابل 24 حلقة لبرنامج "الناس الحلوة"، فقد كان البرنامج الأول يعرض يوميًا ماعدا يوم الإثنين من كل أسبوع، أما البرنامج الآخر فهو يومي أيضًا، ولكن كان لا يتم إذاعته بشكلٍ منتظمٍ.

ثالثًا: أداة الدراسة:

تمثلت أداة الدراسة في استمارة تحليل المضمون، حيث إنها الأنسب لتحقيق هدف الدراسة، والذي يتمثل في الخروج بمؤشرات عن كيفية معالجة البرامج الطبية في الفضائيات المصرية لأزمة كورونا"، ولذا قامت الباحثة بتصميم صحيفة لتحليل مضمون البرنامجين-عينة الدراسة- وحرصت الباحثة على أن تناسب فئات التحليل موضوع الدراسة، وتحقق أهدافها. كما تم إجراء اختبار قبلي على 10% من العينة، وبناءً عليه تم تعديل بعض فئات التحليل.

فئات التحليل:

أ- فئات الشكل:

- 1- زمن الحلقة/ زمن الفقرة المخصصة للموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا".
- 2- زمن الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا".

3- عناصر الجذب المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بالفيروس.

ب- فئات المضمون:

- 1- الموضوعات والمشكلات المرتبطة بفيروس "كورونا".
- 2- اتجاه معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا".
- 3- أبعاد معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا".
- 4- أطر معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا".
- 5- أسلوب معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا".
- 6- كيفية تصوير أزمة فيروس "كورونا".
- 7- نطاق تغطية الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا".
- 8- الأساليب المنطقية، والاستمالات العاطفية المستخدمة.

وحدات التحليل: استخدمت الباحثة وحدات التحليل التالية:

- 1- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، والمقصود بها وحدة العمل ككل، وهو هنا البرنامج، وذلك لتحديد اسم البرنامج، وعدد حلقاته، والقناة المعروض من خلالها.
- 2- وحدة الحلقة: وذلك لتحديد عدد الموضوعات المتعلقة بفيروس "كورونا".
- 3- وحدة الموضوع: لتحديد ماهية وطبيعة الموضوعات المتعلقة بفيروس "كورونا"، وكذلك اتجاه المعالجة، وأبعادها، وأسلوبها، وأطرها، ونطاق التغطية، إلى جانب الأساليب المنطقية، والاستمالات العاطفية المستخدمة.
- 4- وحدة الزمن: وهي الدقيقة والثانية لتحديد المدة الزمنية لكل حلقة من حلقات البرنامج، وإجمالي زمن موضوعات كل برنامج.

إجراءات الصدق والثبات:

إجراءات الصدق:

تم عرض الاستمارة التحليلية على مجموعة من المحكمين، للحكم على مدى صلاحيتها وملاءمتها للدراسة (*)⁽⁸⁹⁾

إجراءات الثبات:

تم استخدام أسلوب إعادة الاختبار، حيث عمدت الباحثة إلى إجراء اختبار الثبات مع اثنين

الباحثين (***)⁽⁹⁰⁾ وتم إجراء الثبات على عينة قوامها 6 حلقات بنسبة 10% تقريباً من إجمالي عينة مجتمع الدراسة البالغ عددها 59 حلقة، وقد تم الاستعانة بمعادلة هولستي لحساب قيمة معامل الثبات لمعرفة نسبة الاتفاق أو مدى تطابق التحليل بين

الباحثة والباحثين الآخرين، وكانت نسبة الاتفاق بين المحكمين = 0,875 وهي نسبة مقبولة.

رابعاً: جمع البيانات ومعالجتها:

تم جمع بيانات الدراسة التحليلية من خلال مشاهدة الحلقات -عينة الدراسة- وتدوين البيانات بصحيفة تحليل المضمون، وبعد الانتهاء من تدوين بيانات الحلقات، تم تحويلها إلى تكرارات ونسب بعد تفرغها في الجداول المعدة لاستخلاص النتائج والدلالات، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية- SPSS - (Statistical Package for the Social Science) وقد تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- اختبار كاي² (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 الباحثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة، وذلك لمعرفة هل توجد فروق بين القناتين: "الفضائية المصرية الأولى" و "قناة القاهرة والناس²" في معالجتهم "لأزمة كورونا" أم لا.

نتائج الدراسة:

فيما يلي عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة بما يجيب على التساؤلات التي تسعى للإجابة عليها، وتدرج النتائج تحت النقاط الآتية:

1- إجمالي زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19):

جدول رقم (2)

إجمالي زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

اسم القناة	نوع القناة	اسم البرنامج	عدد الحلقات	إجمالي زمن موضوعات البرنامج		
				ق	س	%
الفضائية المصرية الأولى	حكومية	الجيش الأبيض	35	15	19	63.3
القاهرة والناس ²	خاصة	الناس الحلوة	24	10	11	36.7
الإجمالي			59	25	31	100

كما يتضح من الجدول رقم (2) فإن إجمالي زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19) (بالفضائية المصرية الأولى) بلغ 19 ساعة تقريبًا بنسبة 63.3%، في مقابل 11 ساعة لموضوعات (القاهرة والناس) بنسبة 36.7%، الأمر الذي يمكن تفسيره بزيادة عدد حلقات برنامج "الجيش الأبيض" التي خضعت للتحليل في الإطار الزمني لعينة الدراسة-عن نظيره "الناس الحلوة"، علاوةً على أن زمن الحلقة للبرنامج الأول كان يتراوح من 25-40 ق، في مقابل 20-30 ق للفقرة الخاصة بكورونا من البرنامج الثاني. واتفقت تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ريهام مرزوق (2020)، من حيث إن القناة الأولى المصرية جاءت في الترتيب الأول من حيث إجمالي زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19).⁽⁹¹⁾

2- الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19):

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى ما يلي:

جدول رقم (3)

الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

الإجمالي		القاهرة والناس ²		الفضائية المصرية		القناة الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)
ك	%	ك	%	ك	%	
59	17.5	24	19.8	35	16.1	توجيهات وإرشادات
51	15.1	24	19.8	27	12.4	عرض لأسباب ونتائج الأزمة
52	15.4	18	14.9	34	15.7	عرض للإجراءات الاحترازية
40	11.8	12	10.7	28	14.3	دعم الطاقم الطبي
33	9.7	13	9.9	20	9.3	أعداد المصابين والوفيات
37	10.9	9	7.4	28	11.5	دعم الفئات المتضررة
35	10.3	8	6.1	27	12.4	أعداد المتعافين
31	8.3	13	10.7	18	8.3	تفنيد شائعات
338	100	121	100	217	100	الإجمالي

قيمة كا² = 9.405 درجة الحرية = 7 مستوى المعنوية = 0.225 مستوى الدلالة = دالة

جاءت "التوجيهات والإرشادات" في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19) التي تناولها برنامجي قناتي الدراسة، يليها "الإجراءات الاحترازية"، ثم "عرض لأسباب ونتائج الأزمة"، يليها "دعم الطاقم الطبي والمستشفيات"، ولعل مجيء "التوجيهات والإرشادات" و"الإجراءات الاحترازية" في المرتبة الأولى والثانية لدى قناتي الدراسة يعد أمرًا طبيعيًا- نتيجة لطبيعة أزمة فيروس كورونا، وما تتطلبه من توجيهات وإرشادات مستمرة لتوعية المواطنين، وتوجيههم لطرق الوقاية من المرض، وكيفية التعامل عند الشعور بالمرض، وكذلك تتطلب الأزمة إجراءات احترازية لضمان سلامة المواطنين، ولتخطي الأزمة بأقل الأضرار الممكنة، وتتمثل الإجراءات الاحترازية التي أوصحها برنامجا الدراسة في منع التجمعات والزحام ووقف حركة الطيران، وحظر التجوال، بالإضافة إلى تعليق الدراسة وغيرها من الإجراءات التي اتخذتها الدولة للحد من انتشار الوباء، كما أن "دعم الطاقم الطبي" جاء في المرتبة التالية لأن الأطباء هم من حملوا على عاتقهم مواجهة هذه الأزمة، وكونهم في الصفوف الأمامية لمواجهة هذا الوباء، الأمر الذي دفع الإعلام إلى إعطاء الطبيب والطب المكانة اللائقة، بالإضافة لتنفيذ مجموعة من الحملات المختلفة هدفها رفع الروح المعنوية للأطباء والمطالبة بدعمهم، وتقدير الجهد المبذول من قبلهم.

وبتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول تبين وجود علاقة دالة بين الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19) وقناتي الدراسة، وهو ما يتضح من بيانات الجدول رقم (3)، فقد كانت القناة الأولى المصرية أكثر دعمًا "لطاقم الطبي" وأكثر دعمًا للأفراد والقطاعات المتضررة"، من قناة القاهرة والناس²، وهو ما يمكن تفسيره بأن القناة الأولى هي القناة الرسمية للدولة، والتي من شأنها إبراز تعاطف الدولة مع كل من وقع عليه الضرر من جراء الأزمة، علاوة على أن برنامج "الجيش الأبيض" كانت القناة الأولى قد أعدته خصيصًا لدعم القطاع الطبي، أما قناة "القاهرة والناس²" فقد كانت أكثر تركيزًا على عرض "أسباب ونتائج الأزمة"، وهو ما يتفق مع طبيعة البرنامج الذي تعرضه القناة، والذي يعتمد على استضافة أطباء متخصصين لشرح أسباب العدوى وكيفية انتقال الفيروس وانتشاره، والنتائج المترتبة.

وتقاربت تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ريهام مرزوق (2020)، حيث جاءت الإجراءات الاحترازية في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، يليها توجيهات وإرشادات، ثم دعم الطاقم الطبي.⁽⁹²⁾

كذلك تقاربت مع ما توصلت إليه دراسة عيشة علة (2020) حيث خلصت إلى أن وسائل الإعلام تعمل على تنمية الوعي الصحي بأزمة كورونا (COVID 19) من خلال ثلاثة محاور، هي: توجيهات الإعلام حول أهمية الالتزام بالحجر الصحي، ومحور الالتزام بالتدابير الوقائية، ومحور استراتيجيات مواجهة المعلومات المزيفة،⁽⁹³⁾ واتفقت كذلك مع دراسة Husemann 2015 في مجئ المعلومات حول التطعيم - كجزء من الإرشادات- في المرتبة الأولى.⁽⁹⁴⁾

3- نطاق التغطية للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19):

جدول رقم (4)

نطاق التغطية للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

الإجمالي		القاهرة والناس ²		الفضائية المصرية		القناة نطاق التغطية
%	ك	%	ك	%	ك	
71	240	78.5	95	66.8	145	محلي
12.4	42	7.4	9	10.6	23	إقليمي
22.5	76	14.1	17	22.6	49	دولي
100	338	100	121	100	217	الإجمالي

قيمة $K^2 = 5.211$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.074 مستوى الدلالة = غير دالة يتضح من بيانات الجدول رقم (4) أن النطاق الجغرافي "المحلي" للموضوعات المرتبطة بالأزمة جاء في الترتيب الأول، وجاء النطاق "الدولي" في الترتيب الثاني، ثم "الإقليمي". وبتطبيق اختبار K^2 على بيانات الجدول السابق يتبين عدم وجود علاقة دالة بين نطاق التغطية للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19) وقناتي الدراسة، ويمكن تفسير تصدر النطاق الجغرافي "المحلي" في برنامجي الدراسة بأن معظم الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا (COVID 19) موجهة في المقام الأول للمواطن المصري، بينما جاء النطاق "العالمي" في المرتبة الثانية؛ وذلك لاهتمام برنامجي الدراسة بتوضيح الآثار الاقتصادية والاجتماعية التي أصابت العالم نتيجة التعرض للفيروس، وتغطية حالات الإصابة والوفيات، وتوضيح الإجراءات الاحترازية التي اتخذتها دول العالم.

4- عناصر الجذب في الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19):

جدول رقم (5)

عناصر الجذب في الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

T. TEST	الإجمالي		القاهرة والناس 2		الفضائية المصرية		القناة عناصر الجذب
	%	ك	%	ك	%	ك	
0.058	37.6	138	37.4	49	37.7	89	فيديو
0.158	18.0	66	17.6	23	18.2	43	صور موضوعية
0.531	14.7	54	16.0	21	14.1	33	رسوم توضيحية وجرافيك
0.163	8.7	32	8.4	11	8.9	21	صور شخصية
0.183	9.5	35	9.1	12	9.7	23	تسجيلات صوتية
0.003	11.5	42	11.5	15	11.4	27	عناوين مكتوبة
	100	367	100	131	100	236	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى تقارب نسب استخدام برنامجي الدراسة لعناصر الجذب في الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، وهو ما يؤكد تطبيق اختبار "T. Test" الذي كشف عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين برنامجي الدراسة من حيث استخدام تلك العناصر. وجاء الفيديو في الترتيب الأول من حيث اعتماد برنامجي الدراسة كوسيلة من وسائل الجذب في تناولها للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)، يليه الصور الموضوعية، ثم رسوم توضيحية وجرافيك، يليه العناوين المكتوبة. ويرجع مجيء الفيديو في المرتبة الأولى لطبيعة التليفزيون كوسيلة إعلامية، يعرض من خلال شاشته البرنامجين -عينة الدراسة- والتي تعتمد بشكل أساسي على المادة المسموعة والمرئية.

جدول رقم (6)
نمط المواد المصورة

الإجمالي		القاهرة والناس2		الفضائية المصرية		القناة	نمط المواد المصورة
%	ك	%	ك	%	ك		
30.5	112	22.1	29	35.2	83		مادة مصورة آنية من الداخل المصري
12.0	44	9.9	13	13.1	31		مادة مصورة آنية عالمية
7.6	28	3.9	5	9.7	23		مادة مصورة آنية إقليمية
28.9	106	43.5	57	20.8	49		مادة أرشيفية
21.0	77	20.6	27	21.2	50		لا توجد مادة مصورة
100	367	100	131	100	236		الإجمالي

جاءت "مادة مصورة آنية من الداخل المصري" في الترتيب الأول، يليها مباشرة "مادة أرشيفية، وجاءت "مادة مصورة آنية عالمية"، و "مادة مصورة آنية إقليمية" بنسب أقل، ويمكن تفسير ذلك بأن البرامج التي تم تحليلها-عينة الدراسة- تخاطب الداخل المصري، ومن ثم فالصور المصاحبة لها تكون في الغالب إما آنية من الداخل المصري، أو من الصور الأرشيفية المرتبطة بالموضوع، ومن أمثلة النوع الأول - كما تبين من نتائج التحليل- صور للأفراد المصابين بالمرض من مستشفى الدمرداش وغيرها، وصور تبرز استعداد الأطباء، وفيديو يوضح الإجراءات الاحترازية من تعقيم وتطهير للطرق والميادين والمؤسسات العامة، وفيديو من داخل كلية الطب بجامعة بنها يحث على البقاء في المنزل، التباعد الاجتماعي. ومن أمثلة المواد الأرشيفية العديد من الفيديوهات التي تصور كيفية الإصابة.

6- أبعاد المعالجة لأزمة كورونا (COVID 19):

جدول رقم (7)

أبعاد المعالجة لأزمة كورونا (COVID 19)

الإجمالي		القاهرة والناس ²		الفئات المصرية		القناة أبعاد المعالجة
%	ك	%	ك	%	ك	
36.0	122	40.5	49	33.6	73	البعد الصحي
24.6	83	23.2	28	25.4	55	البعد الاجتماعي
14.8	50	14.0	17	15.2	33	البعد النفسي
9.5	32	10.7	13	8.8	19	البعد الثقافي والتعليمي
11.3	38	9.1	11	12.4	27	البعد الاقتصادي
3.8	13	2.5	3	4.6	10	البعد الديني
100	338	100	121	100	217	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 3.252$ درجة الحرية = 5 مستوى المعنوية = 0.664 مستوى الدلالة = غير دالة تشير بيانات الجدول رقم (7) إلى تقارب نسب أبعاد المعالجة لأزمة كورونا (COVID 19)، وهو ما يؤكد تطبيق اختبار "كا²" غير دالة الذي كشف عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي الدراسة وأبعاد المعالجة، حيث كانت قيمة قيمة $\chi^2 = 3.252$ عند درجة الحرية (5) وهي غير دالة إحصائياً. ويأتي البعد "الصحي" في مقدمة الأبعاد التي تم من خلالها تناول الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا (COVID 19)، ويليه مباشرة البعد "الاجتماعي"، وجاء كل من البعد "النفسي"، و "الثقافي"، و "الاقتصادي" بنسب متقاربة، أما البعد "الديني" فقد جاء بنسبة ضئيلة بلغت 3.8%، وهو ما يؤخذ على كلا البرنامجين، فالبعد "الديني" يمكن توظيفه ليسهم في معالجة الأزمة - خاصة وأن الشعب المصري متدين بطبعه- ومن المنطقي أن يتم توظيف البعدين "الصحي"، و"الاجتماعي" في مقدمة أبعاد معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، فالموضوع يتعلق بفيروس له خطورته على صحة الأفراد، إلى جانب ما تثيره من تداعيات اجتماعية مختلفة على العلاقات الاجتماعية، وما تتطلبه من تباعد اجتماعي، ومنع المناسبات الاجتماعية المختلفة، مما دفع دفع الكثيرين لتبني مبادرة (خليك في البيت). ومن أمثلة استخدام البعد "الثقافي" ما جاء في العديد من الحلقات من توضيح طرق نقل عدوى الفيروس عن طريق الرزاز سواء من الأنف أو الفم، والتصاقه

بالأسطح لمدة طويلة ليعيش 12 ساعة، ويتم القضاء على هذا الفيروس بالمطهرات والكحول، وتشابه أعراضه بفيروس الأنفلونزا ولكن بشكل أشد.

7- اتجاه المعالجة للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19):

تصدرت فئة "إيجابي" المرتبة الأولى من حيث اتجاه معالجة الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)، يليها فئة "سلبية"، ثم فئة "محايد"، وغلب الاتجاه الإيجابي فيما يتعلق بمعالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا (COVID 19) بالقناة (الأولى المصرية).

جدول رقم (8)

اتجاه المعالجة للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

الإجمالي		القاهرة والناس ²		الفضائية المصرية		القناة اتجاه المعالجة
%	ك	%	ك	%	ك	
48.8	165	39.7	48	53.9	117	إيجابي
8.3	28	10.7	13	6.9	15	سلبية
42.9	145	49.6	60	39.2	85	محايد
100	338	100	121	100	217	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 6.572$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.037 مستوى الدلالة = دالة ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي القنوات - عينة الدراسة - فيما يتعلق بأبعاد المعالجة، حيث بلغت قيمة $\chi^2 = 6.572$ ، وهي دالة عند درجة حرية 2، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء أن برنامج (الجيش الأبيض) الذي تعرضه تلك القناة يركز على دعم الطاقم الطبي، ودعم الفئات المتضررة، وعرض للإجراءات الاحترازية، وأعداد المتعافين، وانخفاض معدلات الإصابة بالوباء، ولذا غلب الاتجاه (الإيجابي)، أما غلبة الاتجاه (المحايد) بقناة (القاهرة والناس²)، فقد جاء متماشياً مع هدف البرنامج وطبيعته، حيث يستضيف في كل فقرة من فقراته طبيياً يتحدث معظم الوقت عن تفاصيل خاصة بالفيروس.

وتكاد تقترب نسبة الاتجاه (السلبية) في كلا البرنامجين، حيث يتم في بعض الأحيان انتقاد من جانب مقدم البرنامج لسلوكيات المواطنين فيما يتعلق بالتجمعات أو عدم الالتزام بارتداء الكمامة، أو كسر حظر التجوال، وغيرها من السلوكيات السلبية. واتفقت

تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة كل من جيهان سعد عبده (2020)،⁽⁹⁵⁾ وريهام مرزوق (2020)،⁽⁹⁶⁾ حيث جاءت المعالجة الإيجابية في مقدمة أنواع المعالجات الإعلامية لأزمة كورونا (COVID 19).

8- أسلوب العرض للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19):

جدول رقم (9)

أسلوب العرض للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

الإجمالي		القاهرة والناس 2		الفئات المصرية		القناة أسلوب العرض
%	ك	%	ك	%	ك	
43.8	148	48.8	59	41.0	89	عرض مع تقديم الحلول
56.2	190	51.2	62	59.0	128	عرض المشكلة فقط
100	338	100	121	100	217	الإجمالي

قيمة كا² = 1.894 درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0.172 مستوى الدلالة = غير دالة جاء "عرض المشكلة فقط" بنسبة 43.8%، في حين كانت نسبة "عرض وتقديم الحلول" 56.2%، ويرجع ذلك إلى أن هناك موضوعات متعلقة بأزمة "كورونا" لا تعد من المشكلات، وإنما يكون الهدف منها إخباري، أو تفسيري، على سبيل المثال: "الإجراءات الاحترازية" التي اتخذتها الدولة، و"أعداد المصابين والوفيات والمتعافين"، وكذلك الرد على "الشائعات"، واتفقت

تلك النتيجة مع نتائج عدد من الدراسات السابقة، ومنها: دراسة رنا عبد الرحمن (2019) التي توصلت إلى تصدر أسلوب طرح الحلول.⁽⁹⁷⁾

ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي القنوات- عينة الدراسة - فيما يتعلق بأسلوب العرض للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)، حيث بلغت قيمة كا² = 1.894، وهي غير دالة عند درجة حرية (1).

9- الحلول المقترحة للمشكلات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19):

جدول رقم (10)

الحلول المقترحة للمشكلات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

الإجمالي		القاهرة والناس ²		الفضائية المصرية		القناة	الحلول المقترحة
%	ك	%	ك	%	ك		
29.1	43	40.7	24	21.3	19		توعية المواطن
27.0	40	20.3	12	31.7	28		دعم القطاع الطبي
12.8	19	15.2	9	11.2	10		تقديم الدعم النفسى للأفراد
8.1	12	8.5	5	7.9	7		الإفادة من تجارب الغير
12.2	18	5.1	5	14.6	13		التسيق مع جهات داخلية/ خارجية
10.8	16	6,8	4	13.3	12		تفعيل الإجراءات القانونية
100	148	100	59	100	89		الإجمالي

قيمة كا² = 9.221 درجة الحرية = 5 مستوى المعنوية = 0.101 مستوى الدلالة = دالة جاءت "توعية المواطن" في المرتبة الأولى من حيث أبرز الحلول المقترحة للأزمة، ويرجع ذلك إلى أن أزمة كورونا (COVID 19) بالأساس أزمة صحية، ومن ثم يكون من الضروري أن يتم توعية المواطنين من خلال تقديم إرشادات علاجية ووقائية لمواجهة الأزمة، والدعوة لاتباع كافة الإجراءات الاحترازية - كما تبين من خلال التحليل - كالدعوة لتقليل الزيارات والاحتفالات، والالتزام بارتداء الكمامات، وتعقيم المنازل، والابتعاد عن الأماكن المزدحمة، وجاء "دعم القطاع الطبي" في الترتيب الثاني بنسبة 20.9%. ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي القنوات - عينة الدراسة - فيما يتعلق بأسلوب العرض للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)، حيث بلغت قيمة كا² = 9.221، وهي دالة عند درجة حرية (5)، حيث يكشف التحليل تفوق القناة الأولى المصرية فيما يتعلق بـ "دعم القطاع الطبي" وهو ما يتفق مع أهداف القناة التي أعدت برنامج "الجيش الأبيض" لدعم ذلك القطاع - إلى جانب التوعية بالأزمة، وغيرها من الأهداف المرتبطة بأزمة كورونا (COVID 19) - كذلك تفوقت القناة الأولى فيما يتعلق بـ "التسيق مع جهات داخلية/ خارجية"، و "تفعيل الإجراءات القانونية"، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء أن القناة

الفضائية الأولى هي القناة الرسمية للدولة، ومن ثم فهي تبرز "تفعيل الإجراءات القانونية" لمحاسبة غير المتزمين، وكذلك تبرز التعاون بين الدولة المصرية وسائر الجهات، في حين تفوقت قناة "القاهرة والناس²" في إبراز "التوعية الصحية"، وهو ما يتفق مع طبيعة برنامجها الذي يعتمد بصفة أساسية على تقديم شرح وتفسير للأزمة، وطرق الوقاية.

10- الأطر المستخدمة في تناول الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19):

جدول رقم (11)

الأطر المستخدمة في تناول الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

T. TEST	الإجمالي		القاهرة والناس ²		الفضائية المصرية		القناة الأطر المستخدمة
	%	ك	%	ك	%	ك	
*4.265	37.6	127	28.1	34	42.9	93	التحذير/ التخويف
*2.934	15.0	51	7.4	9	19.3	42	التأييد/ الدعم للقرارات
*1.137	47.9	162	52.1	63	45.6	99	الاهتمامات الإنسانية
*1.376	43.8	148	48.8	59	41.0	89	الحلول والمقترحات
*1.446	15.9	54	19.8	24	13.8	30	النتائج المترتبة
0.312	3.8	13	2.5	3	9.7	21	المحاسبة/ المسؤولية
0.011	8.3	28	10.7	13	6.9	15	اللامبالاة
	ن=338		ن=121		ن=217		الإجمالي

كما يتضح من بيانات جدول (11) تصدر إطار "الاهتمامات الإنسانية" مقدمة الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا (COVID 19)، وهو ما يمكن تفسيره بحرص برنامجي الدراسة على الاهتمام بالجانب الإنساني، والمحافظة على المواطن وحياته، وهي تأتي في مقدمة اهتمامات الدولة والحكومة. وجاء إطار "الحلول والمقترحات" في المرتبة الثانية، حيث تبين -من خلال التحليل- أنه تم عرض العديد من الموضوعات مع تقديم الحلول من خلال برنامجي الدراسة.

ومن أمثلة أطر الحلول: اتخاذ إجراءات احترازية من جانب الدولة كتقييم المنشآت في الشوارع والميادين، والحجر الصحي، وتعليق الدراسة بالمدارس والمعاهد والجامعات، وتحول المقررات إلى رقمية، ومن الحلول أيضاً تقديم الدعم النفسي للأطباء، والمصابين،

وتقديم العديد من المبادرات، ومنها: "خليك في البيت" لتقليل فرص انتشار المرض، ومبادرة كلية العلوم جامعة القاهرة التي قامت بعمل معقم للأيدي، ومبادرة "خليك مستعد" التي نفذتها جامعة الفيوم. وجاء في الترتيب الثالث إطار "التحذير أو التخويف"، وتطبيق اختبار "T.Test" تبين وجود فروق دالة بين البرنامجين بشأن الأطر المستخدمة في عرض أزمة "كورونا"، وهو ما توضحه بيانات الجدول (11)، حيث إن القناة الفضائية الأولى جاءت أكثر استخدامًا لإطار "التحذير" وذلك لتبنيه المواطنين وتحذيرهم من خطورة المرض، وخطر التجمعات، والتشديد على الإجراءات الاحترازية، كذلك كانت تلك القناة هي الأكثر استخدامًا لإطار "التأييد/ الدعم للقرارات"، باعتبارها القناة الرسمية للدولة، بينما كانت القاهرة والناس² الأكثر استخدامًا لإطار "الحلول والمقترحات" والذي يتناسب مع طبيعة البرنامج، حيث يعتمد على استضافة طبيب في كل حلقة يتحدث عن أزمة كورونا (COVID 19) وتداعياتها، ثم يشرح طرق الوقاية وبروتوكولات للعلاج.

واتفقت تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ريهام مرزوق (2020)، حيث تصدر إطار "الاهتمامات الإنسانية" مقدمة الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، يليه إطار "التحذير أو التخويف"، واختلفت تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة جيهان سعد عبده (2020)، حيث جاء إطار "التأييد ودعم القرارات" على رأس قائمة الأطر الفرعية المستخدمة في معالجة تداعيات "فيروس كورونا (COVID 19)".

11- الاستمالات المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19):

جدول رقم (12)

الاستمالات المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

الإجمالي		القاهرة والناس ²		الفضائية المصرية		القناة الاستمالات المستخدمة
%	ك	%	ك	%	ك	
53.0	257	61.1	99	48.9	158	استمالات منطقية/ عقلانية
17.9	87	8.6	14	22.6	73	استمالات عاطفية
29.1	141	30.2	49	28.5	92	كلاهما
100	485	100	162	100	323	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 14.862$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.001 مستوى الدلالة = دالة تشير بيانات الجدول (12) إلى تصدر استخدام الاستمالات "المنطقية" في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا (COVID 19) بنسبة، يليها " كلا النوعين"، وجاءت الاستمالات "العاطفية" في الترتيب الثالث، واتفقت مع دراسة ريهام مرزوق (2020)، التي كشفت عن تصدر الاستمالات "المنطقية" في معالجة القضايا الصحية.⁽⁹⁸⁾

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة أميرة جمال الدين (2017)، التي أسفرت عن تصدر استخدام كل من "الاستمالات المنطقية والعاطفية".⁽⁹⁹⁾

وتفسر الباحثة تصدر الاستمالات المنطقية بأن معظم موضوعات التي تم عرضها والمرتبطة بالأزمة تنصب على الربط بين الأسباب والنتائج، والحلول والمقترحات، وتقنيد الشائعات، وتتطلب أرقامًا وإحصاءات، ويصاحبها أدلة وشواهد، واستشهاد بدراسات وتقارير ومصادر متخصصة- كما سيتضح من الجزئية التالية (جدول 13)، ويتضح من نتائج التحليل زيادة نسبة استخدام الاستمالات "المنطقية" بصورة واضحة في برنامج "الناس الحلوة" عن نظيره "الجيش الأبيض" نظرًا لطبيعة الأول الذي يعتمد على استضافة طبيب متخصص يتحدث معظم الوقت عن أسباب ونتائج الأزمة، والإجراءات الاحترازية، وإرشادات علاجية ووقائية. وهو ما أكدته تطبيق اختبار χ^2 حيث أسفر عن وجود علاقة دالة إحصائية بين الاستمالات المستخدمة في وبرنامجي الدراسة، حيث قيمة $\chi^2 = 14.862$ ، وهي دالة عند درجة حرية (2).

12- الاستمالات المنطقية المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا
(COVID 19):

جدول رقم (13)

الاستمالات المنطقية المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

الإجمالي		القاهرة والناس ²		الفضائية المصرية		القناة الاستمالات المنطقية
%	ك	%	ك	%	ك	
37.4	149	35.1	52	38.8	97	أرقام وإحصائيات
27.6	110	20.9	31	31.6	79	ذكر إيجابيات وسلبيات
13.6	54	16.2	24	12.0	30	الربط بين الأسباب والنتائج
9.5	38	11.5	17	8.4	21	الاستناد إلى دراسات وتقارير
11.9	47	16.2	24	9.2	23	الاستشهاد بمصادر متخصصة
100	398	100	148	100	250	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (13) إلى تصدر "الأرقام والإحصائيات" باعتبارها أكثر الاستمالات المنطقية التي اعتمد عليها برنامجا الدراسة، يليها ذكر "الإيجابيات والسلبيات"، وجاء "الربط بين الأسباب والنتائج" في المرتبة الثالثة، يليها "الاستشهاد بمصادر متخصصة"، وأخيراً الاستناد إلى دراسات وتقارير".

ويمكن تفسير مجيء الأرقام والإحصائيات في المرتبة الأولى بأن: كلا برنامجي الدراسة كانا يعرضان باستمرار إحصائيات بأعداد المصابين والوفيات، بالإضافة إلى أعداد الحالات المرضية السيئة، والحالات التي تعافت. ومن أمثلة "الإيجابيات عرض لإجراءات الاحترازية، وتقديم الدعم النفسي للأطباء، والمصابين، وتقديم العديد من المبادرات، لتقليل فرص انتشار المرض، وتوفير المستشفيات الجامعية لأجهزة التنفس الصناعي، ووحدات وقاية الأطباء بالجامعة، وتجهيز أماكن عزل للمصابين، والكشف الطبي على المترددين على المستشفى، وإجراء التحاليل اللازمة، وذكر عدد الحالات التي تحولت من إيجابية إلى سلبية، أما السلبيات- فمن أمثلتها: سلوكيات المواطنين فيما يتعلق بالتجمعات أو عدم الالتزام بارتداء الكمامة، أو كسر حظر التجوال، وغيرها ومن أمثلة "الربط بين الأسباب والنتائج": الربط بين أسباب الإصابة بالمرض وعدم اتباع الإجراءات الاحترازية، أما المصادر المتخصصة التي كان يتم الاستشهاد بها فمن أمثلتها "الرجوع إلى وزارة الصحة عند الإشارة إلى أعداد المصابين والمتوفين والمتعافين، ومن

أمثلة التقارير والدراسات: الاستشهاد بتقارير أجنبية تتحدث عن أقل وأكثر الفئات عرضة للإصابة بالمرض.

13- الاستمالات العاطفية المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19):

جدول رقم (14)

الاستمالات العاطفية المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)

الإجمالي		القاهرة والناس 2		الفضائية المصرية		القناة
%	ك	%	ك	%	ك	الاستمالات العاطفية
36.8	84	38.0	24	36.3	60	الترهيب والتخويف
44.3	101	49.2	31	42.5	70	التركيز على الجوانب الإنسانية
13.2	30	7.9	5	15.2	25	الترغيب
5.7	13	4.9	3	6.0	10	الاستمالات الدينية
100	228	100	63	100	165	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (14) إلى تصدر استمالة "التركيز على الجوانب الإنسانية" باعتبارها أكثر الاستمالات العاطفية التي اعتمد عليها برنامج الدراسة بنسبة 44.3%، يليها "الترهيب والتخويف" بنسبة 36.8%، ثم استخدام "الترغيب" بنسبة 13.2%، وأخيراً "الاستمالات الدينية" بنسبة 5.7%، ومن أمثلة استخدام استمالة "التركيز على الجوانب الإنسانية" عرض فيديو من داخل المستشفى الجامعي بينها يوضح جهود الأطباء في رفع الروح المعنوية للمصابين، ومن أمثلة استخدام استمالات الترهيب/ التخويف، التحذير الدائم للمواطنين من خطر التجمعات، والتشديد على الإجراءات الاحترازية، ومراعاة التباعد الاجتماعي، والتحذير من خرق قانون الحظر، ومن الانقياد وراء الشائعات، واختلفت تلك النتيجة مع دراسة (Husemann 2015) في الجزئية الخاصة باستخدام استمالات الخوف، حيث استخدمت بنسبة 10.7% فقط من عينة التحليل.⁽¹⁰⁰⁾

الخلاصة ومناقشة النتائج:

شهد العالم في الآونة الأخيرة مجموعة من الأزمات الصحية المرتبطة بانتشار عدد من الأمراض، وتعد أزمة فيروس COVID 19 المعروف بفيروس (كورونا) من الأزمات التي

تواجه العالم، وقد قامت وسائل الإعلام المصرية بمتابعة تداعيات تلك الأزمة منذ ظهورها الأول، فعمدت إلى حملات التوعية الصحية والبرامج والمبادرات للتوعية من خطر هذا الوباء، وقد فرضت أخبار فيروس كورونا (COVID 19) نفسها على العديد من برامج الفضائيات، ومنها البرامج الطبية، وسعت هذه الدراسة إلى معرفة معالجة البرامج الطبية لأزمة فيروس كورونا (COVID 19)، وأطر هذه المعالجة، وإلى أي مدى استطاعت تقديم تغطية شاملة ومعلومات طبية متكاملة عن كافة جوانب الموضوع، وكذلك تقديم التوعية والتحذير والمشورة للمساعدة على تخطي الأزمة.

وتبين من الدراسة الاستطلاعية، التي أجرتها الباحثة أن برنامج "الناس الحلوة" على قناة (القاهرة والناس²)، وبرنامج "الجيش الأبيض" على (الفضائية المصرية الأولى) هما من أكثر البرامج الطبية مشاهدة، ومن هنا تمثلت مشكلة الدراسة في: "رصد كيفية معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة كورونا (COVID 19)"، وذلك في إطار نظرية "الأطر الإعلامية"، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وقد تم وضع مجموعة من التساؤلات التي تحقق أغراض البحث، وأجريت الدراسة التحليلية على عينة قوامها (59) حلقة من البرامج الطبية، منها (35) حلقة من برنامج (الجيش الأبيض) الذي يعرض على "الفضائية المصرية الأولى"، و (24) حلقة من برنامج (الناس الحلوة) الذي يعرض على قناة "القاهرة والناس²". وتم استخدام صحيفة تحليل مضمون، تتضمن مجموعة من الفئات التي تحقق هدف الدراسة، وحرصت الباحثة على أن تتناسب فئات التحليل موضوع الدراسة، وتحقق أهدافها، وبعد تطبيق صحيفة تحليل المضمون وتفريغ البيانات، توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، وبتطبيق نظرية "الأطر الإعلامية" على نتائج الدراسة نجد أن:

- معالجة أزمة "فيروس كورونا (COVID 19)" اختلفت من قناة لأخرى من حيث زاوية عرض الموضوع في كثير من الجوانب، وفي هذا الصدد يمكن الإشارة إلى مايلي:

- من حيث الأطر التي استخدمتها كل قناة: نجد أنه بينما كانت "القناة الفضائية الأولى" الأكثر استخدامًا لأطر "التحذير/ التخويف" وذلك لتبنيه المواطنين وتحذيرهم من خطورة المرض، وخطر التجمعات، والتشديد على الإجراءات الاحترازية، كذلك كانت تلك القناة هي الأكثر استخدامًا لإطار "التأييد/ الدعم للقرارات"، و "المحاسبة"، باعتبارها القناة الرسمية للدولة، بينما كانت "القاهرة والناس²" الأكثر استخدامًا لإطار "الحلول والمقترحات" والذي يتناسب مع طبيعة البرنامج (الناس الحلوة)، حيث يعتمد على

استضافة طبيب في كل حلقة يتحدث عن أزمة كورونا (COVID 19) وتداعياتها، ثم يشرح طرق الوقاية وبروتوكولات للعلاج.

- وفي هذا السياق كانت القناة "الفضائية الأولى" الأكثر تركيزاً على "دعم القطاع الطبي"، وهو ما يتناسب مع هدف برنامجها (الجيش الأبيض)، كذلك تفوقت في "إبراز دعم الفئات المتضررة"، و "حالات المتعافين"، الأمر الذي يتناسب مع سياسة القناة الأولى- كونها القناة الرسمية للدولة، ومن ثم فهي تحرص على إبراز الدعم الذي تقدمه الدولة للفئات المتضررة، وإبراز جهد الدولة في تقديم الرعاية للحالات الموجبة حتى تشفى وتتحوّل إلى سلبية، بينما كانت "القاهرة والناس2" الأكثر تركيزاً على عرض "أسباب ونتائج الأزمة" من خلال استضافتها لطبيب في كل حلقة.

- وتماشياً مع هذا السياق وجدت الباحثة أن برنامج "الناس الحلوة" كان الأقل تناوياً للموضوعات ذات النطاق الإقليمي والدولي المرتبطة بالأزمة- مقارنة ببرنامج الجيش الأبيض"، حيث إن الأول -وكما سبقت الإشارة- يعتمد في طبيعته على عرض "أسباب ونتائج الأزمة"، وهو ما يفسر أيضاً تفوق قناة "القاهرة والناس2" في الاعتماد على "المادة الأرشيفية" كنمط للمواد المصورة"، وهي في أغلبها تصوير لكيفية الإصابة، وكيفية العدوى وانتشار الفيروس، بينما تفوقت القناة الأولى الفضائية في استخدام "مادة مصورة آنية من الداخل المصري".

-وبنفس التفسير يمكن إرجاع زيادة نسبة استخدام الاستمالات "المنطقية" بصورة واضحة في برنامج "الناس الحلوة" عن نظيره "الجيش الأبيض" نظراً لطبيعة الأول الذي يعتمد على استضافة طبيب متخصص يتحدث معظم الوقت عن أسباب ونتائج الأزمة، والإجراءات الاحترازية، وإرشادات علاجية ووقائية.

وكنتيجة لاختلاف الأطر المستخدمة في برنامجي الدراسة، يمكن القول بأن النتائج قد توافقت مع الفرض الأساسي لنظرية الأطر، ومفاده أن "الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى، وإنما تكتسب أهميتها من وضعها في إطار معين، يضيء عليها معاني إضافية، أو يوجه ذهن المتلقي إلى سياق بعينه، أو زاوية معينة يفهم الموضوع من خلالها".
توصيات الدراسة ومقترحاتها:

1- نظراً لأن "أزمة فيروس كورونا" تعد من أهم القضايا التي استحوذت على اهتمام الرأي العام المحلي والدولي، وهو أحد المستجدات الطارئة على الساحة العالمية، ولا تزال تداعياته قائمة ومستمرة في العالم حتى وقتنا هذا، وهو ما دفع وسائل الإعلام كافة لفرد مساحات واسعة من التغطية لهذه الأزمة، مما يستلزم ضرورة تكثيف الاهتمام

الإعلامي، من خلال حملات وإعلانات للتوعية، مع ضرورة التنسيق بين كافة الوسائل الإعلامية التقليدية والإلكترونية لتقديم معالجة شاملة وفعالة للأزمة، وتوعية الجمهور بالمخاطر والسلوكيات الفعالة والإجراءات الاحترازية للحد من انتشار المرض.

2- استمرار الإعلام في القيام بدوره في توعية وإرشاد الجمهور، وتحذير الجمهور من الاستهتار والامبالاة، وأخذ الموضوع مأخذ الجد- خاصة وأن الأزمة مستمرة، وتشتد وتيرتها مع تزايد أعداد المصابين والوفيات، ومع أنباء عن بدء ظهور جيل ثانٍ من الفيروس.

3- ضرورة تكامل الجهود الإعلامية الحكومية والخاصة، وكذلك المؤسسات والأفراد ضمن رؤية عامة لحماية الوطن والمواطن.

4- بالرغم من أهمية البعدين "الصحي" و"الاجتماعي" في تناول أزمة "كورونا"، وملاءمتهما لطبيعة الموضوع -إلا أنه من المهم أن يتم تناولها من خلال أكثر من بعد- خاصة "الإطار الديني" الذي يتناسب أيضًا مع الموضوع، حيث يمكن للقائم بالاتصال أن يحرك الوازع الديني لدى الأفراد المستهترين بالأزمة، من خلال تجاهلهم للتوجيهات والتعليمات وعدم اتباعهم للإجراءات الاحترازية- فالدين يعد وازعًا قويًا إذا ما تم استخدامه بشكل صحيح في تناول المشكلة أو الأزمة.

مراجع البحث ومصادره:

1) <https://www.skynewsarabia.com/world/1403252>

(2) مركز المعلومات ودعم القرار، مجلس الوزراء المصري، خبر منشور على الصفحة الرئيسية لرئاسة مجلس الوزراء بتاريخ 4 يناير، 2021، متاح على:

<https://www.care.gov.eg/EgyptCare/News/Preview.aspx?cid=1&id=15434>

(3) جيهان سعد عبده (2020)، أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد كوفيد19، دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، ص 3406-3351.

(4) موقع منظمة الصحة العالمية <https://www.who.int>

(5) مسعودة فلوس (2020)، الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ع11، ص، ص: 482-495.

(6) هاشم أمجد نعيمش، الإعلام الصحي في التلفزيون. دراسة في مقومات البرنامج التلفزيوني المخصص للتوعية الصحية، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، متاح على:

<https://www.uop.edu.jo/download/research/members/%D8%A8%D8%AD%D8%AB%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9>

<https://www.researchgate.net/publication/336833683>

(7) جيهان سعد عبده (2020)، مرجع سابق، ص3368.

(8) Robert M. Entman (2003), Framing Bias: Media in the Distribution of Power, **Journal of Communication**, Vol. 57, P 164.

(9) رجاء يونس (2013)، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية-دراسة وصفية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة: عمادة الدراسات العليا، كلية الآداب، قسم الصحافة، ص48.

(10) محمد رضا محمد حبيب (2013)، معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر: دراسة للمضمون (والقائم بالاتصال والجمهور"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص35.

(11) آلاء عبد الرحمن شنطي (2017)، دور وسائل الإعلام في زيادة العنف السياسي في عمليات التغيير السياسي - مصر نموذجًا، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، نابلس، فلسطين، ص52.

(12) نجوى إبراهيم جمعة (2018)، المعالجة الإعلامية لأزمة مياه النيل بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو العلاقات المصرية الأفريقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال)، ص46.

(13) رشا مزروع (2013)، أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير. دراسة تحليلية مقارنة، دورية إعلام الشرق الأوسط، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، عدد 9، ص5.

(14) ريهام مرزوق (2020)، معالجة البرامج الحوارية بالفنائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا، دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص2352-2292.

(15) عربن عمر الزغبى (2020)، تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية. دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، ألمانيا، برلين، المركز الديمقراطي العربي، عدد11، مايو، ص534-516.

(16) Qiang Chen, 2020, Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis, **Computer in Human behavior**. Pp.1-11.

(17) Ahmad, A. R., & Murad, H. R (2020), the Impact of Social Media on Panic during the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study, **Journal of Medical Internet Research**, 22 (5).

(18) Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020), the pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak, **Journal of Travel Medicine**, 27 (3).

19) Azad Shokri and others (2020), Perceived stress due to COVID-19 in Iran: Emphasizing the role of social networks, **Medical Journal of the Islamic Republic of Iran**, issue 12, and pp.45-61.

20) Huong Thi, & et al (2020), Demand for health information on COVID-19 among Vietnamese, **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 17 (12), PP. 1-12.

(21) نادية محمد حافظ (2020)، اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد، **مجلة البحوث الإعلامية**، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، ص2093-2168.

(22) حسام فايز عبد الحي (2020)، اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم، **مجلة البحوث الإعلامية**، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، ص2605-2656.

23) Sang-Hwa Oh, Seo Yoon Lee & Changyun Han (2020), The Effects of Social Media Use on Preventive Behaviors during Infectious Disease Outbreaks: The Mediating Role of Self-relevant Emotions and Public Risk Perception, **Health Communication Journal**, Available at: <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1724639>

(24) جاد عويدات (2020)، تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيس بوك. دراسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "فرانس 24"، **مجلة الدراسات الإعلامية**، برلين، المركز العربي الديمقراطي، ع11، ص، ص572-586.

25) Lotus Ruan, Jeffrey Knockel, and Masashi Crete-Nishihata (2020), Censored Contagion How Information on the Coronavirus Managed on Chinese Social Media. Available at: <https://citizenlab.ca/2020/03/censored-contagion-how-information-onthe-coronavirus-is-managed-on-chinese-social-media/>

26) Lisa Singha (2020), Afirst look at covid-19, Information and misinformation sharing on Twitter, a paper presented to **Minne Soto University confrence**. Available at : <https://arxiv.org/abs/2003.13907v1>

(27) مسعودة فلوس، الخنساء تومي (2020)، مرجع سابق، صص482-495.

(28) إيمان عاشور سيد حسن (2020)، التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم، **مجلة البحوث الإعلامية**، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، ص2537-2604.

29) Toan Luu Duc (2020), The COVID-19 risk perception: A survey on socioeconomics and media Attention, **Economics Bulletin**, 40(1), pp. 758-764.

30) Rama Krishna Kummitha (2020), Smart technologies for fighting pandemics: The techno- and human- driven approaches in controlling the virus transmission, **Government Information Quarterly**, Elsevier Inc., pp.1-11.

- (31) أشرف سليم (2020)، لغة المغاربة في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد، دراسة ميدانية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، *مجلة الدراسات الإعلامية*، ألمانيا، برلين، المركز الديمقراطي العربي، عدد 11، مايو، ص، 468-481.
- (32) نرمين علي عجوة (2020)، استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا، دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية، *مجلة البحوث الإعلامية*، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، 2433-2494.
- (33) عيشة علة (2020)، دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كوفيد 19. دراسة ميدانية، *مجلة الدراسات الإعلامية*، ألمانيا، برلين، المركز الديمقراطي العربي، عدد 11، مايو، ص، 496-515.
- (34) جيهان سعد عبده (2020)، أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا دراسة تحليلية، *مجلة البحوث الإعلامية*، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، 3406-3351.
- (35) أحمد محمد العميري (2020)، دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، *مجلة البحوث الإعلامية*، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، 2495-2536.
- (36) محمد بسيوني جبريل (2020)، توظيف مقاطع الفيديو التشاركية في التوعية بجائحة كورونا والوقاية منها. دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية، *مجلة البحوث الإعلامية*، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، 2227-2290.
- (37) مرتضى البشير عثمان، وخالد عبد الحفيظ محمد (2020)، وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من "فيروس كورونا" صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجًا، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، عدد 11، مايو، صص 552-571.
- (38) ولاء فايز السريتي (2020)، دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طالب المرحلة الإعدادية، *مجلة البحوث الإعلامية*، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، 2657-2712.
- (39) وليد محمد عبد الحليم (2020)، تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا (كوفيد 19). دراسة ميدانية، *مجلة الدراسات الإعلامية*، برلين: المركز الديمقراطي العربي، عدد 11، مايو، ص، 535-551.
- (40) Jeffrey Gottfried, Mason Walker and Amy Mitchell (2020), Americans' Views of the – News Media During the Covid-19 Outbreak, Pew Research Centre, **Journalism & Media**, 8 May, Issue 31, pp.111-130.
- (41) محمد عبد ربه المغير (2020)، السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا، *مجلة الدراسات الإعلامية* - المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، عدد 11، مايو، صص 442-456.
- (42) نشوة سلمان عقل (2020)، التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية، *مجلة البحوث الإعلامية*، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، 2029-2037.

- (43) دعاء عادل (2020)، اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان، *مجلة البحوث الإعلامية*، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، ص2713-2754.
- 44) Reddy, S. P., Sewpaul, R., Mabaso, M., Parker, S., Naidoo, I., Jooste, S & Zuma, K (2020), South Africans' Understanding of and Response to the COVID-19 Outbreak: An Online Survey, **Human Sciences Research**, Council of South Africa (HSRC) , Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3576939>
- 45 (Hou Zhiyuan , Du Fanxing , Jiang Hao , Zhou Xinyu and Lin Lees (2020), Assessment of Public Attention, Risk Perception, Emotional and Behavioural Responses to the COVID-19 Outbreak: Social Media Surveillance in China, **The preprint server for health sciences**, Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3551338>
- (46) آمال إسماعيل محمد زيدان (2020)، تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا - تقييم مرحلي، *مجلة البحوث الإعلامية*، القاهرة، جامعة الأزهر، عدد 54، الجزء الرابع، يوليو، ص، ص2433-2353.
- (47) Park Sejin et al. (2019).Information channel preference in health crisis: Exploring the roles of perceived risk, preparedness, knowledge, and intent to follow directives, **Public Relations Review**, 45 (5), pp.135-161.
- 48) So Jiyeon & Kuang Kai (2019). Information Seeking upon Exposure to Risk Messages: Predictors, Outcomes, and Mediating Roles of Health Information Seeking, **Communication Research**, 46 (5), pp.663-687.
- 49)Toni G. L. A. van der Meer & Jin Yan (2019).Seeking Formula for Misinformation Treatment in Public Health Crises: The Effects of Corrective Information Type and Source. **Journal of Health Communication**, 35 (5), pp.560-575.
- (50) رنا محمد عبد الرحمن (2019)، اتجاهات الخطاب في الصحف المصرية والأمريكية إزاء الأزمات العالمية، دراسة تحليلية مقارنة، *رسالة ماجستير*، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- (51) أمل إبراهيم حسن (2019)، تغطية الصحافة المصرية للأزمة والأمراض المتوطنة ودورها في التأثير على المعرفة العلمية للجمهور المصري، *رسالة ماجستير*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- (52) سوسن عفيفي أبوزيد (2019)، تعرض الأطفال العرب لقنوات الأطفال المتخصصة وعلاقته بالوعي الصحي لديهم، مصر والجزائر نموذجًا، *مجلة كلية الآداب*، جامعة سوهاج، عدد53، جزء 2، ص، ص333-356.
- 53)Nangsangna Richmond D. & Vroom Frances da-Costa (2019), Factors influencing online health information seeking behaviour among patients in Kwahu West Municipal, Nkawkaw, Ghana. **Online J Public Health Inform**, 11 (2), pp.321-339.
- 54) Kyungeun Jang & Young Min Baek (2019), When Information from Public Health Officials is Untrustworthy: The Use of Online News, Interpersonal Networks, and Social Media during the MERS Outbreak in South Korea. **Health Communication Journal**, 34 (9), pp 991-998.

(55) Jaks Rebecca et al. (2019). Parental digital health information seeking behavior in Switzerland: a cross-sectional study. **BMC Public Health**, 19 (225), Available at: <https://doi.org/10.1186/s12889-019-6524-8>

(56) الزهراء محمد أحمد (2018)، دور الصفحات الصحية على الفيس بوك في تنمية الوعي الصحي لدى المراهقين، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة.

(57) سارة محمود (2018)، التماس الجمهور المصري للمعلومات الصحية عبر شبكة الإنترنت وعلاقتها بمستوى الوعي الصحي لديهم، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، عدد3، ص، ص ٤٥٧ - ٥١٢.

58) Dutta MJ et al. (2018), Health Information Seeking among Singaporeans: Roles and Collective Contexts, **Journal of Health Communication**, 33 (4), pp.433-442.

59) Obenauer Julie (2018), Changes in risk perceptions during the 2014 Ebola virus disease epidemic: results of two consecutive surveys among the general population in Lower Saxony, Germany. **BMC Public Health**, 18 (628), Pp.335-351.

60) Kim, Jiyeon & Jung, M (2017), Associations between media use and health information-seeking behavior on vaccinations in South Korea, **BMC Public Health**, 17 (1), PP.357-379.

61) Strelakova, Strelakova, Y. A. (2017), Health Risk Information Engagement & Amplification on Social Media: News about an Emerging Pandemic on Facebook. **Health Education & Behavior**, 44 (2), pp. 332-339.

(62) أميرة جمال الدين (2017)، معالجة البرامج الطبية بالفنائيات المصرية لقضايا الصحة وعلاقتها بالوعي الصحي لدى الشباب، رسالة ماجستير، القاهرة، جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، قسم الإذاعة والتلفزيون.

(63) مبروكة سلوم (2017)، دور القنوات الفضائيات الخاصة في تنمية الثقافة الصحية للأسرة الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة برج بوعريج بالجزائر، **مجلة عالم التربية**، المؤسسة العربية للاستشارات وتنمية الموارد البشرية، عدد58، مجلد 18، الجزائر، ص، ص 1-38.

(64) رانيا محمد عبد المقصود (2016)، دور وسائل الإعلام في تنمية ثقافة الصحة والمرض. دراسة سوسولوجية لبعض برامج التلفزيون والإنترنت، رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الاجتماع.

65) Vos, S.C. & Buckner, M.M. (2016), Social Media Messages in an Emerging Health Crisis: Tweeting Bird Flu, **Journal of Health Communication**, 21 (3), pp.301- 308.

(66) نادية محمد عبد الحافظ (2016)، تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مركز الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (15)2، ص، ص 405-494.

67) Southwell Brian G. et al. (2016). Zika Virus-Related News Coverage and Online Behavior, United States, Guatemala, and Brazil. **Emerging Infectious Diseases**, 22 (7), pp. 1320-1331.

68) Kelly, B., Squiers, L., Bann, C. et al. (2015), Perceptions and plans for prevention of Ebola: results from a national survey. **BMC Public Health** 15, 1136 -1153.

- (69) نورة حمدي أبو سنة (2015)، علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإلكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مجلد43، عدد43، ص، ص 85-166.
- 70) Lee Kenneth et al. (2015). Consumer Use of "Dr Google": A Survey on Health Information-Seeking Behaviors and Navigational Needs. **Journal of Medical Internet Research**, 17 (12), pp.357-377.
- (71) أئيلة أحمد الأمين محمد، ومختار عثمان الصديق (2015)، دور الإعلام المرئي في نشر الوعي الصحي، دراسة حالة برامج صحتك، وصحة وعافية، *مجلة العلوم الإنسانية*، الخرطوم، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مجلد 16، عدد 5، ص، ص 1-19.
- 72) Husemann, S., Fischer, F. (2015). Content analysis of press coverage during the H1N1 influenza pandemic in Germany 2009-2010, **BMC Public Health**, Issue15, pp, 386-399
- (73) عثمان بن محمد العربي (2014)، استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانة والتغذية. دراسة مسحية، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، المملكة العربية السعودية عدد12، ص، ص 11-88.
- (74) نايف بن محمد آل سعود (2014)، تأثيرات وسائل الإعلام ودورها في زيادة الوعي الصحي لدى المجتمع السعودي، *مجلة الآداب*، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية، 36 (3)، صص 257-305.
- (75) حسن علي قاسم (2013)، دور الفضائيات في معالجة قضايا الصحة العامة لدى المرأة المصرية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
- 76) Freberg Karen (2013). Managing and sharing H1N1 crisis information using social media bookmarking services. **Public Relations Review**, 39 (3), pp. 178-184.
- (77) عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب (2013)، دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين حول مرض السكري. دراسة مسحية، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، المملكة العربية السعودية، عدد10، ص، ص 78-11.
- (78) إيمان أسامة (2013)، العوامل المؤثرة على فاعلية حملات التسويق الاجتماعي في مصر، دراسة تطبيقية على عينة من الحملات الصحية في مصر، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (79) أبوبكر حبيب لصالح (2013)، العلاقة بين التعرض للتلفزيون والإنترنت، ومستوى وعي الجمهور المصري بمرض السمنة، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، القاهرة، مركز بحوث الرأي العام، مجلد12، عدد4، ص، ص 121-197.
- 80) Goodall Catherine, et al. (2012) Threat, Efficacy, and Uncertainty in the First 5 Months of National Print and Electronic News Coverage of the H1N1 Virus, **Journal of Health Communication**, 17 (3), pp. 338-355.
- 81) Austin, L., Liu, B. F., & Jin, Y. (2012), How audiences seek out crisis information: Exploring the social-mediated crisis communication model, **Journal of Applied Communication Research**, 40 (2), pp.188-207.

- (82) آمال حسن الغزوي (2010)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام في مواجهة المعلومات عن فيروس أنفلونزا الخنازير. دراسة ميدانية، مؤتمر الإعلام وقضايا الفقر والمهمشين. الواقع والتحديات، في الفترة من 13-15 يوليو، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (83) عائدة محمود المر (2010)، اتجاهات الجمهور نحو المعالجة الإعلامية لمرض أنفلونزا الخنازير في القنوات الفضائية المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، عدد34، أكتوبر، ص، ص174-224.
- (84) محب الله علام يحيى (2010)، دور الأنشطة الاتصالية في نشر المعلومات الصحية، رسالة ماجستير، القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية.
- (85) وسام نصر (2010)، مصادقية وسائل الإعلام المصرية الحكومية والخاصة أثناء الأزمات: دراسة تطبيقية على أزمة أنفلونزا الخنازير، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 10 (1)، ص273-357.
- (86) هالة سمير محمود (2010)، دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو القضايا الصحية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة.
- (87) رفعت الضبع (2007)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات عن أزمة أنفلونزا الطيور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 28، أكتوبر - ديسمبر، ص، ص125-199.
- 88) Professor Judith Petts & Niemeyer Simon (2004). Health risk communication and amplification: learning from the MMR vaccination controversy. **Health, Risk & Society**, 6 (1), pp. 7-23.

89 (*) الأساتذة المحكمون وفقاً للترتيب الأبجدي:

- 1- أ.د/ بركات عبد العزيز، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 2- أ.د/ حسن علي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، جامعة السويس.
- 3- أ.د/ خالد صلاح الدين، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 4- أ.د/ فاطمة يوسف، الأستاذ بقسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة بنها.
- 5- أ.د/ محمد معوض، أستاذ الإذاعة بالمعهد العالي للطفولة، جامعة عين شمس.
- 90 (***) الباحثان هما: د. إيمان عرفات، أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام بالجامعة الحديثة.
- عمرو الشيخة، المخرج التلفزيوني بالقناة الثالثة بالتلفزيون المصري.
- (91) ريهام مرزوق (2020)، مرجع سابق.
- (92) نفس المرجع السابق.
- (93) عيشة علة (2020)، مرجع سابق.
- 94) Husemann, S., Fischer, F. (2015), **op.cit.**
- (95) جيهان سعد عبده (2020)، مرجع سابق.
- (96) ريهام مرزوق (2020)، مرجع سابق.
- (97) رنا عبد الرحمن (2019)، مرجع سابق.
- (98) ريهام مرزوق (2020)، مرجع سابق.
- (99) أميرة جمال الدين (2017)، مرجع سابق.
- 100) Husemann, S., Fischer, F. (2015), **op.cit.**

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

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

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

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

Prof.Fahd Al-Askar

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

Prof.Abdullah Al-Kindi

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

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

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

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

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

Editorial Secretaries:

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

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

English language Editor : Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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

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

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

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

Correspondences

● Issue 56 January 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

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

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

Rules of Publishing

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

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