

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية .

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

مساعد رئيس التحرير:

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

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

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

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

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

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

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

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

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

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

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد السادس والخمسون - الجزء الخامس - جمادى الأولى ١٤٤٢هـ - يناير ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

قواعد النشر

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

الهيئة الاستشارية للمجلة

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

محتويات العدد

- الأساليب المنهجية المستخدمة في دراسة الصحافة الإلكترونية -
مقاربة نقدية
أ.د. رقية بوسنان
١٩٩٥
-
- دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة
المصرية خلال أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية»
أ.م.د. سماح محمد محمدي
٢٠٠٩
-
- فعالية استراتيجيات الاتصال المعلوماتي الإلكتروني للحكومة المصرية
في رفع الوعي المجتمعي لمواجهة أزمة كورونا
أ.م.د. وفاء صلاح عبد الرحمن
٢٠٦٥
-
- اتجاهات مشاهدي القنوات الدينية نحو الآخر الديني والمذهبي
د. السيد محمد أبوشعشع
٢١٢١
-
- المعالجة الإعلامية لانتخابات مجلس الشيوخ المصري ٢٠٢٠ في برامج
التوك شو- دراسة تحليلية مقارنة
د. سالي ماهر نصار
٢١٧٣
-
- تأثير ممارسات إدارة علاقات العملاء (CRM) على رضا وولاء عملاء
شركات الطيران «دراسة حالة على شركة مصر للطيران»
د. هاجر محمد نوبي علي
٢٢١٣
-
- تعرض أطفال ما قبل المدرسة لقنوات الحكايات عبر اليوتيوب وعلاقته
بالمهارات الاجتماعية لديهم (دراسة تطبيقية)
د. إيمان سيد علي عبد المطلب
٢٢٧٣

٢٣٢٣

- **Standards for evaluating the quality of newspaper websites An applied study on Gulf newspapers websites**

DR. Eman M. Arafat

٢٣٥٣

- **The Effectiveness of the Media as a Source of Health Information for the Egyptian Public during the Coronavirus Crisis**

DR . Hebatallah Saleh El-Sayed

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يونيو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأهرام	6.5	7	2682-292X	1110-9297
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	6	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إحداث الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2366-9891	2366-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.6	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	أكاديمية 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

فعالية استراتيجيات الاتصال المعلوماتي الإلكتروني للحكومة المصرية في رفع الوعي المجتمعي لمواجهة أزمة كورونا

- The effectiveness of the Egyptian government's electronic information communication strategies in raising societal awareness to face the Corona crisis

أ.م.د. وفاء صلاح عبد الرحمن

أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد - كلية الآداب - جامعة الزقازيق

Wafaa.salah.k@gmail.com

ملخص الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية الفترة الحالية الماكرة لتعرض دول العالم بشكل عام، ومصر خاصة لفيروس كورونا، وانتشاره السريع، وما يحدثه من تأثيرات صحية واقتصادية، الأمر الذي يعزز من أهمية هذه الدراسة وقيمتها، من حيث التعرف على فعالية استراتيجيات الاتصال المعلوماتي الإلكتروني الحكومي لرفع الوعي المجتمعي لمواجهة جائحة كورونا.

تبعا لما كشفت عنه نتائج الدراسة من نجاح الممارسات الاتصالية والإعلامية التي قامت بها الحكومة المصرية في التوعية بفيروس كورونا؛ فتوصي الباحثة باستمرار الحكومة في هذه الجهود، وألا تقتصر على جائحة كورونا، بل تمتد إلى التوعية والتثقيف الصحي بكافة الأمراض؛ ليتحقق من خلالها المعرفة الصحية لأفراد المجتمع، وتساعدتهم في اتخاذ القرارات المتعلقة بوضعهم الصحي، وتطبيقها في كافة الأزمات التي تواجه الدولة. ولكن لتقديم معلومات دقيقة يثق بها الجمهور، وتحقق رضا ساحق لدى كافة الفئات، توصي الباحثة بتطبيق استراتيجية الحكومة المفتوحة. وتفتتح الباحثة أيضا دعم تطبيق الحكومة المفتوحة بتعاون إقليمي استراتيجي، كون الفيروس عابر للحدود من حيث الانتشار والتداعيات، وكذلك نتيجة التشابك الذي تعرفه المنظومة الاقتصادية العالمية.

الكلمات الدالة: الأنشطة الاتصالية - الاتصال المعلوماتي - الاتصال الحكومي - أزمة كورونا- الوعي المجتمعي.

Abstract

This study gains its significance from the importance of the current period in line with the exposure of the countries of the world, in general, and Egypt, in particular, to Coronavirus, its rapid spread, and its health and economic impacts, which reinforce the importance of this study and its value in terms of identifying the effectiveness of governmental electronic information communication strategies to raise community awareness to face the Corona pandemic.

According to what the results of the study revealed regarding the success of the communication and media practices carried out by the Egyptian government in raising awareness of the Coronavirus; the researcher recommends that the government should continue in these efforts and not be limited to the Corona pandemic, but rather extend to health awareness of all diseases, to achieve health knowledge for all members of the community, and help them make decisions related to their health status, and to apply this in all crises facing the government. However, to provide accurate information that the public can trust, and to achieve overwhelming satisfaction among all groups; the researcher recommends the application of the open government strategy. The researcher also suggests supporting the application of open government with strategic regional cooperation, as the virus is cross-border in terms of spread and repercussions, as well as the result of the intertwining of the global economic system.

Key words: Communication Activities - Information Communication - Governmental Communication - Corona Crisis - Community Awareness

يعد فيروس كورونا المستجد منذ اكتشافه في مدينة ووهان بمقاطعة هوبي الصينية في ديسمبر 2019 من الأمراض المعدية والخطيرة، وقد بدأ هذا المرض المستجد بالانتشار في دول العالم الأمر الذي دعا منظمة الصحة العالمية إلى تصنيفه في مارس 2020 كجائحة¹. وتشير التقديرات الأولية الواردة في تقارير أعدتها لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا (الإسكوا) إلى أن الخسائر الاقتصادية في المنطقة العربية قد تصل إلى أكثر من 42 مليار دولار أمريكي، وأن أكثر من 1.7 مليون شخص سيفقدون وظائفهم، بينما سيزداد مستوى الفقر مع توقع انحسار الطبقة المتوسطة، ومعاناة أكثر من 1.9 مليون شخص من نقص التغذية². ومن المتوقع أن يشهد العالم أجمع مرحلة ركود اقتصادي ربما تكون الأسوأ على الإطلاق، وهذا ما سيؤثر في جميع القطاعات؛ الإنتاجية، والخدمية، والتجارية في العالم وفي المنطقة العربية بالطبع. ومن المتوقع أيضاً أن يرتفع عدد الفقراء في منطقتنا إلى أكثر من 8 ملايين شخص ليصبح إجمالي عدد الفقراء مع نهاية عام 2020 أكثر من 101 مليون مواطن عربي؛ أي ما يقارب ربع سكان المنطقة.

ومن خلال تتبع إدارة أزمة فيروس كورونا المستجد العالمية يمكن ملاحظة الآتي:

- 1- لم يكن متوقع من هذه الأزمة أن تكون على هذا المستوى من الخطورة والانتشار لكثير من دول العالم حتى المتقدمة منها التي لم تكن، فيما يبدو، مهياًة وعلى استعداد للتعامل مع تداعيات هذه الأزمة وتحجيم خطرها، ولا سيما على مستوى القطاع الصحي. مما أحدث أزمة كبيرة في قدرة هذه الدول على استيعاب هذه الأعداد من المصابين وتوفير الرعاية الصحية لهم مما فاقم من الخسائر البشرية.
- 2- الأزمة أثبتت محدودية قدرات الدول فرادى على مواجهتها بإمكانياتها الذاتية مهما كان مستوى تطورها وتقدمها. كما أبرزت الحاجة إلى مزيد من التعاون الدولي في مواجهة الأزمات العالمية.

3- أظهرت الأزمة أهمية فكرة الوعي المجتمعي وتعاونها مع الحكومات، كأساس لمواجهة انتشار الوباء، وهو ما أعاد التأكيد على أهمية تضافر الجهود الرسمية والشعبية في مواجهة الأزمات الخطيرة.

وبالتالي وسيلة الدفاع المتاحة حاليًا في الحرب ضد هذا الفيروس هو التوعية الإعلامية، والتي تتم من خلال تقديم المعلومات المتعلقة بالفيروس وفق استراتيجية واضحة من المؤسسات المنوط بها تقديم المعلومات؛ سواء كانت معلومات من خلال مؤسسات إعلامية، أو مؤسسات داخل الهيئات والوزارات المعنية. وبالتالي فالإسهام في بناء الوعي لدى الأفراد حول فيروس كورونا من خلال المعلومات يعد من الموضوعات المهمة، والتي تسهم في بناء مجتمعات قادرة على مواجهة والصمود والتكيف هو ضرورة وأولوية لحاضرنا ومستقبلنا. وبحاجة إلى تعزيز الحوكمة الرشيدة، والمعلومات الدقيقة، والتواصل الشفاف، والتعامل مع المخاطر على نحو متكامل وشامل وفعال. وبالتالي يقتضي الأمر العمل على خلق وعي مجتمعي مبني على العلم والفهم المشترك للمخاطر والإحساس بالمسؤولية المشتركة لدرء هذه المخاطر ومواجهتها. وبناءً على ما سبق تتضح أهمية الدراسة في توظيف المعلومات باستخدام الأساليب الاتصالية التي تتبعها الحكومة المصرية؛ لنشر الوعي المعلوماتي لدى الجمهور لمواجهة جائحة كورونا بالشكل السليم.

استراتيجيات الحكومات المتبعة لمواجهة أزمة كورونا: ³

للدول - ممثلًا في الحكومات - دور مركزي في التصدي لفيروس كورونا صحيًا، ولها دور اقتصادي واجتماعي لمواجهة تأثيرات الأزمة، عبر المبادرة بالضمانات القانونية والآليات المؤسساتية والإجرائية لمواجهة آثار الأزمة. فبعد عقود من تراجع دور الدولة، أكد هذا الوباء أن الدولة مؤهلة أكثر من غيرها من الفواعل لضمان الأمن الصحي للأفراد واحتياجاتهم وتحقيق العدالة الاجتماعية -على اختلاف طبيعة الأنظمة الاقتصادية وكذا السياسية- من خلال الدعم الذي توفره الحكومات والذي يمكن توضيح آلياته في النقاط الآتية:

1- دعم الاقتصاد:

بما أن التداعيات الاقتصادية لأزمة كورونا كانت كبيرة؛ الأمر الذي يستوجب على الحكومات اتخاذ إجراءات تستهدف المالية العامة والسياسة النقدية، وذلك من خلال:

- تقديم البنوك المركزية سيولة وفيرة للبنوك والشركات المالية غير المصرفية، ولاسيما لتلك التي تُقرض المنظمات الصغيرة والمتوسطة، وبالإمكان تقديم ضمانات ائتمانية مؤقتة وموجهة؛ لتلبية احتياجات هذه المنظمات للسيولة على المدى القصير.
- تخفيض أسعار الفائدة الأساسية أو شراء الأصول لدعم الأسواق المالية إذا واجهت السوق أخطار تردّي الأوضاع المالية بنحو كبير.
- خلق فرص العمل، من خلال زيادة الإنفاق الحكومي على المشتريات والمشاريع التي تتطلب كثافة اليد العاملة، سيما ما يتعلق بالقطاع الصحي ونظم الاستجابة لحالات الطوارئ. فقد أعلنت الولايات المتحدة الأمريكية عن حزمة تحفيز هي الأكبر في تاريخها، لدعم قطاع الأعمال وكذا الأفراد لمحاربة الأزمة الناتجة عن وباء كورونا فُدرت بـ 2.3 ترليون دولار، وهو ما يعادل 11٪ من الناتج المحلي الإجمالي.⁴ كما اتخذت المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية خطوات جادة في هذا المجال، فعلى مستوى الدول الخليجية؛ تبنت السعودية خلال الربع الأول من عام 2020 حزمة تحفيزية بقيمة 34.4 مليار دولار لدعم الائتمان والسيولة والقطاع الخاص، وقد أعلنت السلطات تحمّل نسبة 60٪ من رواتب موظفي القطاع الخاص السعوديين؛ حيث رُصد لذلك تسع مليارات دولار. بينما أعلنت الإمارات عن تبني حزمة تحفيز إجمالية بقيمة 76 مليار دولار⁵.

فهذا الدعم الحكومي من شأنه التخفيف من الآثار الاقتصادية والاجتماعية لأزمة فيروس كورونا. لكن الإشكال المطروح هو محدودية قدرة الدول منخفضة ومتوسطة الدخل على ضمانه هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن هذا الدعم يُشكل ضغطاً مالياً على حكومات الدول، ولاسيما وأن أزمة فيروس كورونا غير معلوم تاريخ انتهائها، لكنه يبقى آلية مهمة للتخفيف من تداعيات الأزمة في ظل الأوضاع الاقتصادية الراهنة.

2- التضامن الاجتماعي:

- أثرت أزمة كورونا سلبيًا على الأمن المجتمعي، لذلك تبرز ضرورة العمل بآلية التضامن الاجتماعي لتعزيزه وذلك عن طريق:⁶
- دعم نظم الحماية الاجتماعية، من خلال تغطية برامج المعونة الغذائية ومنح البطالة، وحماية الحق في الحصول على إجازة مرضية مدفوعة الأجر.
- تمديد آجال سداد القروض الفردية، ووقف سداد الرسوم الحكومية مؤقتًا، وإعفاء المحتاجين من الضرائب.

- حصول المستهلكين من الفئات الضعيفة على المواد الغذائية الأساسية والسلع الضرورية بنحو مستمر وبأسعار معقولة، ومنع احتكار السلع وزيادة أسعارها وقت الأزمات.
 - الاستجابة الصحية العامة، أي يستفيد منها الجميع حتى المهاجرون من خلال إجراءات الفحص، توفير الرعاية، الحفاظ على مكان سلامة العمل ومختلف تدابير احتواء فيروس كورونا.
 - حماية المساجين والأشخاص المتواجدين في مخيمات اللاجئين من انتشار الفيروس.
 - حماية عاملي القطاع الصحي، وتوفير أقنعة الوجه والملابس الواقية لهم.
 - تمكين المسؤولين على مستوى الحكم المحلي من خلال تقديم الدعم المالي والفني للبلديات، وتوطيد الشراكات مع المجتمع المدني لضمان مؤازرة الفئات الضعيفة وخدمتها بفاعلية، وعلى وجه الخصوص السكان النازحين والسكان الذين يعتمدون على المعونة الإنسانية، والعاملين مقابل أجر يومي.
 - تخفيض تعريفات رسوم الاتصالات وتحسين سرعة الإنترنت وتوفير البرمجيات المجانية لإتاحة التطبيب عن بعد، والعمل عن بعد، والتعلم عن بعد، والتواصل عن بعد.
- فقد قامت الصين بزيادة تأميمات البطالة مؤقتًا، بمدّ فترتها، أو زيادة الإعانات، أو تخفيف شروط للإفادة منها. وفي حالة عدم إدراج الإجازات لأسباب مرضية أو عائلية ضمن المزايا الاعتيادية، فينبغي أن تنظر الحكومات في تمويلها والسماح للعاملين المصابين أو لمن يتولوا رعايتهم المكوث في منازلهم دون خوف من فقدان وظائفهم في أثناء فترة الوباء.⁷
- أزمة كورونا أثرت كثيرًا على الفئات الهشة من المجتمع، وهو الأمر الذي يهدد استقرار المجتمعات والدول، غير أن الحكومات مطلوب منها إشراك منظمات المجتمع المدني في تحقيق هذه الاستراتيجية بوصفها حلقة وصل بين المواطنين والحكومة؛ فهذا الشريك بإمكانه القيام بالتعبئة الاجتماعية، تقدير الاحتياجات وإيصالها وعملية التوعية؛ لذا ينبغي أن يكون التعاطي الفعال مع تداعيات الأزمة تعاطيًا مشتركًا.

3- دعم القطاع الخاص:

تضررت منظمات الأعمال الصغيرة والمتوسطة أكثر من الكبيرة جراء جائحة كورونا، ما انعكس سلبيًا على الأمن الاقتصادي والاجتماعي للدول؛ لذا يتوجب على الحكومات دعمها من خلال:

- دعم الشركات المتضررة من تداعيات الوباء لتحفيز الاقتصاد والحد من تسريح العمال، عن طريق تمديد آجال سداد اشتراكات الموظفين في الصناديق الوطنية للضمان الاجتماعي، وإتاحة الإعفاءات الضريبية ووقف سداد القروض مؤقتًا خلال الأزمة.

- إنشاء صندوق مخصص للطوارئ برعاية القطاع الخاص والأشخاص ذوي الأرصد المالية الضخمة لدعم الإجراءات الحكومية الهادفة لاحتواء تفشي الوباء.

- تشجيع الشركات الكبيرة على الحد من تسريح العمال، بتأجيل تسديد الإجراءات المترتبة عليها، أو إعفائها من تسديدها في أثناء الأزمة، وإعطائها الأفضلية في التعاقد معها.

ضمن هذا الإطار، اتخذت إيطاليا إجراءات بشأن تأجيل سداد ضرائب الشركات في المجالات المتضررة، وألغت الصين مساهمات الضمان الاجتماعي على مؤسسات الأعمال بصفة مؤقتة، كما توسعت كوريا في منح القروض لمؤسسات الأعمال وتقديم ضمانات على قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتضررة.⁸

يمثل دعم منظمات الأعمال الصغيرة والمتوسطة مدخلا للتخفيف من الآثار الاقتصادية والاجتماعية لأزمة كورونا، لأنه ليس بمقدور الحكومات -حتى القوية اقتصاديًا- ضمان الدعم للمجتمعات على النحو الكافي؛ لذا إن دعم تلك المنظمات من شأنه مساعدة الحكومات في التخفيف من التداعيات الاجتماعية للأزمة -خصوصًا تلك المتعلقة بظاهرة البطالة- وتحريك الاقتصاد.

4- تطبيق الحكومة المفتوحة:

تُعرّف الحكومة المفتوحة على أنها: "حكومة فعالة وكفؤة في أداء واجباتها وتتسم أعمالها بالشفافية؛ وهي حكومة تستجيب لاحتياجات مواطنيها، وتتمن مشاركتهم وخبرتهم ومعرفتهم في صنع القرار؛ كما أنها حكومة شاملة ويمكن لجميع المواطنين الوصول إلى خدماتها".⁹

وأهمية هذه التطبيق تعود أساسًا لمحدودية شفافية الأنظمة الأوتوقراطية، وحتى الديمقراطية في مواجهتها لأزمة فيروس كورونا المستجد، وهو ما ساعد في الانتشار الواسع له، حيث لم يستد التعاطي مع أرقام الإصابات والوفيات بالفيروس على مبدأ الشفافية؛ ولم يتم التصريح بالوفيات التي تحدث خارج المستشفيات عندما ارتفعت نسبة الإصابات، والأخطر من ذلك وفي إطار صراع احتكار إنتاج اللقاح، تم منع تناول أدوية مخففة للمرض؛ لغرض تسويق اللقاح، وتحقيق عوائد مالية كبيرة¹⁰.

فالشفافية أصبحت مطلوبة أكثر، ليس فقط في التعامل مع أزمة كورونا وتجاوز مختلف تداعياتها، بل حتى للتصدي لأزمات صحية مشابهة قد تحدث في المستقبل، لخلق قاعدة تعاونية صلبة وهو الأمر الذي توفره الحكومة المفتوحة. فالحكومة المفتوحة لا تُمكن المواطنين الحصول على المعلومة فقط، وإنما سيصبحون مشاركين بطريقة هادفة، إذ تعتمد على مبدأي الانفتاح والتشاركية، وعلى حق المواطن في الوصول للمعلومات لتحسين الخدمات. وتُعد تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسائل أساسية لتطبيقها؛ من خلال البيانات المفتوحة، الاشتراك المفتوح، وكذلك الابتكار المفتوح.

5- تفعيل التعاون الإقليمي:

يجب تعزيز الجهود الوطنية بتعاون إقليمي، واستغلال المقومات المشتركة لمواجهة تحديات الحاضر والمستقبل. فالجائحة -التي فرضت تهديدًا للإنسانية- فرصة لبناء علاقات تعاونية داخل فضاءات جيوسياسية متكاملة. تحقيقًا لهذه الغاية ينبغي في البداية تكثيف الجهود التعاونية إقليميًا ودوليًا لإحلال السلم في المناطق التي تشهد صراعات مسلحة، لأنه في ظل تلك الأوضاع سترتفع العدوى الفيروسية بكوفيد 19، وأيضًا تداعياتها الاقتصادية والاجتماعية ليس فقط على مستوى تلك الدول، بل كذلك في الدول المجاورة. والتعاون يشمل النقاط الآتية:

- 1- التعاون الإقليمي في المجال الصحي: التعاون في هذا المجال مهم في ظل عدم الاستقرار في أعداد الإصابات والوفيات. ومن بين السبل التعاون الصحي ما يأتي:
 - التعاون الإقليمي لضمان توفير المعدات الطبية؛ فقد اعتمد الاتحاد الأوروبي آلية الحماية المدنية للسكان، التي تهدف إلى توزيع وإيصال الفرق الطبية والمعدات للدول التي تحتاجها. وتم إنشاء احتياطي أوروبي مشترك للمعدات الطبية الطارئة، وكذلك تأسيس مركز تنسيق الاستجابة الطارئة بهدف تنسيق جهود الدعم¹¹.

- الدعم المالي الإقليمي للبحث العلمي الموجه لفيروس كورونا؛ حيث رصد الاتحاد الأوروبي 220 مليون أورو لدعم البحوث المتعلقة بالمصل. فضلاً عن رصد 164 مليون أورو لدعم الشركات المتوسطة والصغيرة، وقطاع الأعمال لغرض إيجاد الحلول المبتكرة لمواجهة الوباء.¹²

- تطوير التعاون فيما يخص تبادل المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد مثلما حدث داخل التكتل الاقتصادي رابطة دول جنوب شرق آسيا؛ حيث تبادلت الدول الأعضاء إجراءات الاستعداد والاستجابة للمختبرات عبر الشبكة الإقليمية لمختبرات الصحة العامة بقيادة تايلاند. كما كانت شبكة مركز عمليات الطوارئ التابعة للأسيان بقيادة ماليزيا وبدعم من أمانة الأسيان وكذا الصين، اليابان وكوريا تتبادل معلومات عن الوضعية الوبائية بنحو يومي، وأيضاً معلومات حول تدابير الوقاية والكشف والاستجابة.¹³

- وضع إطار قانوني إقليمي للتخلص من النفايات الطبية لتجنب أزمة في إدارة النفايات تؤثر على الصحة العامة، والمياه الجوفية والمناطق الساحلية.

2- التعاون الإقليمي لمواجهة التداعيات الاقتصادية والاجتماعية: وذلك من خلال السعي نحو:

- إنشاء آليات مؤسسية لدعم الاقتصاد، قطاع الأعمال ومكافحة البطالة مثلما تم المبادرة به على مستوى الاتحاد الأوروبي؛ ففي إطار خطة شبكة الأمان الأوروبية المالية التي قدرت بـ 540 مليار أورو لدعم الاقتصاد، تم إنشاء هيئة مؤقتة تسمى هيئة الدعم المؤقت لتخفيف مخاطر البطالة في الحالات الطارئة ويطلق عليها اختصاراً SURE ، بميزانية تبلغ مائة مليار أورو، التي تقوم بمنح القروض للدول ومساعدة العمالة الأوروبية للمحافظة على وظائفهم خلال أزمة وباء كورونا، عبر تقديم القروض لتغطية البرامج الحكومية قصيرة الأمد التي أعلنتها الدول الأعضاء لدعم أصحاب الأعمال الحرة والموظفين، للحفاظ على القدرة الإنتاجية والكفاءات البشرية العاملة في السوق الأوروبية.¹⁴

- إنشاء صندوق إقليمي للتضامن الاجتماعي لخدمة الفئات الضعيفة، وضمان التعجيل في الاستجابة وتوفير الإغاثة في أوقات حالات الطوارئ الصحية، في هذا الإطار بإمكان الدول العربية أن تدعو لدفع زكاة هذا العام في هذا الصندوق.

- اتخاذ إجراءات منسقة لإزالة جميع القيود المفروضة على الواردات والصادرات، ولاسيما على المنتجات الغذائية والطبية والمواد الخام المنتجة للسلع الأساسية.

- قيام المؤسسات المالية الإقليمية بوضع آليات تأجيل سداد الدين وخفضه لتعزيز الحيز المالي المتاح للدول متوسطة ومنخفضة الدخل لتمكينها من التصدي لتداعيات الوباء.
- تقديم الدعم المالي العاجل الذي يستهدف قطاع التجارة من خلال تصميم وتمويل برامج لدعم المصدرين والمستوردين.
- استحداث منصة إقليمية لمكافحة العنف الأسري، ولاسيما ضد الأطفال والنساء عن طريق إطلاق حملات توعوية لزيادة الوعي بالتدابير المتخذة للحد من العنف نتيجة الحجر المنزلي.
- تمكين المهاجرين في الدول المضيفة من تحويل أموالهم لأسرهم بطريقة منخفضة التكلفة.

فحضور البعد الإقليمي في مواجهة تداعيات أزمة كورونا له من الأهمية في دعم الأمن الإنساني والاستقرار، والتسييق، التضامن، المبادرة كلها عوامل مساعدة ليس فقط لمواجهة تحديات آنية، بل فرصة لترقية وتطوير العلاقات البينية لمواجهة أزمات، رهانات أو طوارئ مستقبلية.

الدراسات السابقة:

في ظل تفاقم الأزمات في مختلف مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية، وعلى كافة المستويات المحلية والإقليمية والدولية في العقود الأخيرة بشكل خاص، صارت عملية إدارة الأزمات إعلاميًا محور اهتمام الدراسات الإعلامية في الفترة الأخيرة خاصة مع انتشار فيروس كورونا المستجد.

وسوف تتناول الدراسات السابقة وفق ما قامت به الحكومات والهيئات الإعلامية في التعامل مع أزمة كورونا من خلال المحاور الآتية:

- 1- الدور الإعلامي الرسمي وغير الرسمي وأزمة كورونا.
- 2- وسائل الإعلام التقليدية وأزمة كورونا.
- 3- وسائل الإعلام الإلكترونية وأزمة كورونا.

أولاً: الدور الإعلامي الرسمي وغير الرسمي وأزمة كورونا:

قام (معهد البحوث والتدريب الإعلامي، 2020م)¹⁵ بدراسة لمعرفة استخدامات السكان في لبنان لوسائل الإعلام خلال جائحة فيروس كورونا المستجد، وشارك فيها 12 باحثًا من أربع جامعات مختلفة. قامت الدراسة بمسح عشوائي لعينة مكونة من 1536

شخصًا من جميع المحافظات اللبنانية بين 27 آذار و23 نيسان 2020م. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها تلقي الناس في لبنان بشكل أساسي معلوماتهم حول كوفيد-19 من التلفزيون، ووثقوا بهذه الوسيلة الإعلامية أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى. وثق غالبية الناس بالأطباء والخبراء الطبيين للحصول على معلومات حول كوفيد-19، فيما وثق عدد قليل من الناس برجال الدين والمراجع الدينية للحصول على معلومات حول الفيروس. اتفق معظم اللبنانيين على أن التغطية الإعلامية لأخبار الفيروس كانت شاملة، بينما هناك عدد قليل منهم قال إن التغطية كانت متناقضة ومبالغ فيها. وقد أكد معظم اللبنانيين أنهم يمثلون لإجراءات الوقاية من كوفيد-19، وقد سجلوا درجة عالية جدًا في مؤشر الامتثال للتدابير الوقائية.

واستهدفت دراسة (Qazi, A.,2020)¹⁶ تحليل وتقييم تأثير مصادر المعلومات (الرسمية وغير الرسمية) في باكستان على الوعي للجمهور لاعتماد السلوكيات الوقائية الصحية مثل الابتعاد الاجتماعي أثناء فيروس كورونا المستجد، وتم إجراء استبانة طبقت على عينة من 182 مفردة. وأشارت النتائج إلى إنه في وقت أزمة فيروس كورونا (COVID-19) تؤدي مصادر المعلومات (الرسمية وغير الرسمية) دورًا مهمًا في زيادة الوعي بين الجماهير، والتأثير المعرفي على تبني ممارسات الابتعاد الاجتماعي، وأن زيادة الوعي في أوقات أزمة الصحة العامة باستخدام مصادر المعلومات الرسمية يمكن أن تزيد بشكل كبير من تبني السلوك الصحي الوقائي.

وهدفت دراسة (T, Hussain2020)¹⁷ إلى تقييم الوعي العام بين المهنيين في باكستان بشأن فيروس كورونا (COVID-19)، واعتمدت الدراسة على استبانة عبر الإنترنت شارك فيه 1122 مستجيبًا، أظهرت النتائج أن ما يزيد عن 90% من الردود بشأن سبب المرض وانتشاره والسيطرة عليه كان بسبب المعلومات الوفيرة وفهم الجمهور؛ وذلك بسبب حملات التوعية العامة للحكومة الباكستانية المتعلقة بفيروس كورونا (COVID-19) والتي أدت إلى وعي كبير بين الطبقة المتعلمة والمهنية.

وسعت دراسة (Zhong, B. L,2020)¹⁸ إلى معرفة مواقف الصينيين وممارساتهم تجاه فيروس كورونا (COVID-19)، واعتمدت الدراسة على استبانة تم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (WeChat-eibo)، كما تم نشره على مواقع الويب وحسابات WeChat الرسمية للعديد من وسائل الإعلام المحلية في مدينة هوبي. وأظهرت النتائج أن برامج التثقيف الصحي التي تهدف إلى تحسين معرفة فيروس كورونا

(COVID-19) مفيدة للسكان الصينيين في التمسك بالمواقف المتفائلة والحفاظ على الممارسات المناسبة، كما أوضحت الدراسة أنه لدى غالبية المستطلعين ثقة في أن الصين يمكنها الفوز في المعركة ضد فيروس كورونا (COVID-19).

أما دراسة (Ruan 2020)¹⁹ استهدفت معرفة كيفية تحكم الحكومة الصينية في المعلومات المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي عن فيروس كورونا (19-Covid) المستجد، وما تأثير ذلك على انتشار وتفشي الفيروس، وأظهرت نتائج الدراسة أن المعلومات حول فيروس كورونا على وسائل التواصل الاجتماعي الصينية خضعت لرقابة حكومية صارمة، عبر مواقع التواصل (YY) وهي منصة بث مباشر في الصين، ومنصة WeChat في ٣١ ديسمبر ٢٠١٩ بعد يوم من محاولة الأطباء (بما في ذلك الراحل الدكتور لي ون ليانغ) تحذير الجمهور من الفيروس غير المعروف وقتها، شملت المراقبة انتقاد الحكومة والشائعات ومعلومات متضاربة حول الوباء؛ وفسرت الدراسة هذا النهج بأنه قد يرجع للرغبة في تجنب الإحراج والحفاظ على صورة إيجابية للحكومة. وأكدت نتائج الدراسة أن عدم الشفافية وتقييد المناقشات العامة والمعلومات الواقعية له تأثير سلبي على تفشي فيروس كورونا، ويقلل من الوعي العام والاستجابة للمعلومات المقدمة.

أما دراسة (Karasneh, et al. , 2020)²⁰ التي استهدفت معرفة أثر وسائل الإعلام على تشكيل معارف ووعي الصيادلة بأضرار التواصل أثناء جائحة كورونا بين الصيادلة؛ وتوصلت الدراسة من خلال الاستبيان الإلكتروني على عينة من الصيادلة بلغ قوامها (486) باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن (40.4%) من الباحثين أظهروا معرفة بالمعلومات الأساسية للمرضى، وأن أكثر من نصفهم قادرين على تحديد وسائل انتشار مرض (كوفيد-19)، وذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام المختلفة، والتي أسهمت في زيادة المعارف وزيادة درجة الوعي بأضرار التواصل خلال جائحة كورونا.

وأشارت دراسة (آمال زيدان، 2020م)²¹ والتي قامت برصد وتحليل الاستراتيجيات الاتصالية والإدارية الرسمية التي استخدمتها الحكومة المصرية في مراحل إدارة الأزمة الصحية المتعلقة بكورونا، من خلال منهج المسح، وتطبيق الاستبيان على عينة عمدية من النخبة الإعلامية والأكاديمية والطبية، بلغ عددها 120 مفردة؛ إلى قيام الإعلام الرسمي بتبني الاستراتيجيات الدفاعية في محاربة الشائعات، وأضافت النتائج أن الباحثين يرون تراخي الحكومة في اتخاذ بعض القرارات حيال الأزمة، مما قد يتسبب في

عدم كفاءتها في التصدي ومواجهة الأزمة بشكل قوي وفعال. وعلى عكس ذلك أشارت نتائج دراسة دعاء عادل وآخرين (2020م)²² من خلال رصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا في منطقة جازان بالمملكة العربية السعودية، من خلال دراسة وصفية، وبالاعتماد على منهج المسح، واستمارة استبانة إلكترونية على عينة قوامها 705 مفردة، إلى وجود اتجاه إيجابي من الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا، كما جاءت التأثيرات المعرفية في مرتبة أعلى من التأثيرات السلوكية، وأضافت النتائج أن جهود التوعية بفيروس كورونا في جازان ساعدت أفراد الجمهور على الوقاية من العدوى؛ وقد يرجع هذا الاختلاف في نتائج الدراستين السابقتين إلى الاختلاف في الأنشطة الاتصالية المقدمة للجمهور، ونوعية الوسائل الإعلامية وتعددتها، وطبيعة المجتمع المقدم له الخدمة الإعلامية، ونوع المبحوثين.

أما دراسة (محمد المغير، 2020م)²³ فقد هدفت إلى دراسة السياسات الإعلامية ودورها في الحد من أخطار تفشي انتشار فيروس كورونا، واستخدمت المنهج الوصفي. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك حاجة لتحليل السياسات والاستراتيجيات الإعلامية في التعامل مع فيروس كورونا، وما صاحب ذلك من إجراءات إعلامية وتوعوية. بالإضافة إلى التأكيد على أهمية الإعلام التفاعلي والاجتماعي في تواصل العمل والأنشطة البشرية في أماكن الحجر الصحي واستدامة التعليم الإلكتروني. كما أكدت على ضرورة إعادة رسم مسار السياسات الإعلامية للتعایش الآمن مع الفيروس.

كما سعت دراسة (جيفري جوتفريد وآخرين، 2020م)²⁴ إلى التعرف على وجهات نظر الأمريكيين الديمقراطيين والجمهوريين حول صراع وسائل الإعلام الأمريكية في نشر أخبار كوفيد-19. وتوصلت الدراسة إلى أن تغطية تفشي فيروس كورونا التاجي أخذت قدرًا كبيرًا من اهتمام وسائل الإعلام الإخبارية، لاهتمام الأمريكيين بالبحث عن المعلومات بوسائل الإعلام المختلفة في وقت يتسم بقدر كبير من القلق وعدم اليقين.

ثانياً: وسائل الإعلام التقليدية وأزمة كورونا:

أوضحت نتائج الدراسات السابقة أن وسائل الإعلام التقليدي لا يزال لها دور توعوي مهم في الأزمات المختلفة. ومنها دراسة (محمد الأمين موسى، 2020م)²⁵ التي تناولت المحددات التي تقوم عليها تغطية القنوات الفضائية الإخبارية لجائحة كورونا، وأشارت إلى أن تنوع الاستراتيجيات المتبعة بالفضائيات الإخبارية وأساليب التغطية للأزمة في سياق جائحة كورونا من خلال عينة عمدية شملت أربع قنوات، (العربية)، (وسكاى نيوز

عربية)، (CNN)، (Fox News) جعلها تتصدر الأجندة الإعلامية، وهو ما يوضح مدى اهتمام الإعلام المعاصر بالجانب الصحي في القنوات التلفزيونية.

وهذا يتفق مع نتائج دراسة (ريهام عبد الدايم، 2020م)²⁶ التي استهدفت رصد وتحليل أسلوب معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية، والخاصة لأزمة فيروس كورونا. من خلال دراسة وصفية، واستخدمت منهج المسح وأداة تحليل مضمون البرامج الحوارية التي تقدمها كل من القناة الأولى المصرية وقناة ON TV. وتوصلت الدراسة إلى أن الموضوعات المتعلقة بالفيروس التي تم تناولها في البرنامجين محل الدراسة والتي ساعدت في نشر الوعي الصحي للجمهور مختلفة ومتعددة، تصدرها الإجراءات الاحترازية، ثم التوجيهات والإرشادات، ثم دعم الطاقم الطبي والمستشفيات.

أما عن تقييم النخبة العربية لدور القنوات الفضائية في التصدي لأزمة كورونا العالمية؛ فقد أشارت دراسة (عرين عمر الزعبي، 2020م)²⁷ من خلال منهج المسح بأسلوب المسح بالعينة، والاستبانة على عينة قوامها (228) مفردة من النخب العربية (سياسيين، أكاديميين، وإعلاميين)، وفق أسلوب العينة المتاحة. فقد أوضحت الدراسة أن غالبية الباحثين يتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة، ويفضلون القنوات الفضائية الإخبارية المحلية من خلال التغطية الإخبارية الخاصة؛ والتي تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة أزمة كورونا.

أما دراسة (كرستينا ميغا وآخرون، 2020م)²⁸ أشارت في نتائجها إلى تأثير وسائل الإعلام في بث الذعر والخوف والهستيريا الجماعية جرّاء ما تبثه إلى الجمهور حول وباء كوفيد-19، والشائعات التي من الممكن أن تنتشر من خلال الأصدقاء والأشخاص الذين يتم التعامل معهم بشكل مباشر؛ فهم ينقلون ما يصل إليهم عبر وسائل الإعلام المختلفة دون التحقق من صحة المعلومات. وأكدت الدراسة على ضرورة قيام وسائل الإعلام بدور في رفع مستوى الوعي الصحي وتكذيب الشائعات والوقوف ضد أي معلومات خاطئة تسبب الرعب والذعر في نفوس الجماهير، بالإضافة إلى التأكيد على دور كل وسيلة إعلامية في هذا المجال. فقد تم التطرق إلى دور الإذاعة المسموعة على سبيل المثال في الوصول إلى الأشخاص في الأماكن النائية التي يصعب الوصول إليها. وفي المجمل أكدت الدراسة على الدور الإيجابي لوسائل الإعلام في رفع درجة الوعي الصحي ومحاولة محاربة الشائعات التي تنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ثالثا: وسائل الإعلام الإلكترونية وأزمة كورونا:

تناولت العديد من الدراسات الإعلام الجديد ودوره في أزمة كورونا، وفي مقدمتها دراسة (مركز بالبو للبحوث، 2020م)²⁹ حيث قام بدراسة جميع المواد الإخبارية عبر الإنترنت لـ (170) دولة في جميع أنحاء العالم، وهدفت الدراسة إلى رصد مدى تأثير البيانات الضخمة للتغطية الإعلامية على وباء كوفيد-19، ومدى تأثير ذلك على الاقتصاد والسياسة، وهل يوجد ارتباط بين زيادة عدد الإصابات والضغط الإعلامي؟ وتوصلت الدراسة إلى إنه كلما زادت عدد الإصابات في دولة ما، كلما زاد الضغط الإعلامي وكان تأثير هذا الضغط أكثر سلبية من الدول التي كانت عدد إصاباتها أقل أو نسب الشفاء أعلى. كما اهتمت وسائل الإعلام بثلاثة مواضيع: الصحة، والاقتصاد، والسياسة من خلال تحكم مؤشرات سوق الأسهم والعمل، وتأثيره وتأثره بالبيانات الصحفية حول وباء كوفيد-19.

ولقد أكدت دراسة (عيشة علة، 2020م)³⁰ على الدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) في الجزائر، وأشارت الدراسة إلى اختلاف مستوى الوعي الصحي لعينة الدراسة المكونة من 140 مفردة من حيث الخصائص الديموغرافية: (النوع، العمر، المهنة)، كما استهدفت دراسة (حسام عبد الحي، 2020م)³¹ البحث في العلاقة بين اعتماد طلاب الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا، واندماجهم الأكاديمي. واعتمدت على الاستبانة على 450 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن 99,3% من عينة البحث قاموا بمتابعة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديد، حيث كانت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة هذه الوسائل، حيث وُجدت علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات المرتبطة بجائحة كورونا، واندماجهم الأكاديمي. كما أكدت دراسة (وجهات حسين، 2020م)³² أن لوسائل الإعلام دورًا كبيرًا جدًا وفعالًا في فترة أزمة كوفيد-19 من حيث التوعية بضرورة التباعد الاجتماعي، والوقاية من التعرض للإصابة بالمرض، والتوعية بطرق انتشار العدوى، والوقوف على آخر مستجدات الطب في الوصول إلى علاجات ولقاحات ضد كورونا كوفيد-19.

كما تؤدي صفحات القنوات التليفزيونية دورًا كبيرًا في رفع الوعي المعلوماتي لدى الجمهور نحو فيروس كورونا. وهذا ما أشارت له دراسة (Ouaidat & Mohamed, 2020)³³ والتي استهدفت التعرف على تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفحتي قناة المملكة الأردنية وقناة فرنسا-24، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعين كآداة لجمع البيانات وتكونت العينة الميدانية من (400) مفردة من متابعي طرق الوقاية من فيروس كورونا وتوصلت إلى وجود فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفحتي قناة المملكة الأردنية وقناة فرنسا-24، والذي يتوقف على نوعية الأساليب الإعلامية المعروضة في القنوات محل الدراسة والذي كان لصالح صفحة قناة فرنسا24.

كما تؤدي صفحات التواصل الاجتماعي دورًا بالغًا الأهمية في التبادل المعرفي بين فئات الجمهور المختلفة. فقد أشارت دراسة (Kira E. Riehm, et al., 2020)³⁴ إلى وجود علاقة ارتباطية بين التعرض لوسائل الإعلام الجديدة وخاصة صفحات التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال بداية فيروس كورونا المستجد ومعرفتهم بالمرض؛ وقد اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبانة الكرتونية على عينة قوامها (6.329) مبحوثًا من البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية، خلال الفترة من 10 - 31 مارس 2020م. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يقضون وقتًا أكبر على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وأن معرفتهم بالمرض قد تشكلت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

وأكدت أيضا نتائج دراسة (إيمان حسين، 2020م)³⁵ على دور مواقع التواصل الاجتماعي، حيث استهدفت الدراسة البحث في درجة التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وكيف يؤثر ذلك في مناعتهم النفسية، وذلك من خلال البحث في دوافع التعرض، ومستوى المعرفة المتحققة. من خلال دراسة وصفية، واستخدمت منهج المسح وأداة الاستبانة بالتطبيق على عينة من أفراد الجمهور المصري قوامها 358 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أفراد الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات، وأخبار حول فيروس كورونا، ومناعتهم النفسية.

أما دراسة (عتاب المولى، 2020م)³⁶ فأشارت إلى الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المعارف والتوعية الصحية والاجتماعية، وتحديد درجة تفاعل الأفراد

مع مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى تقييم فعالية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال بلورة نقاط القوة والضعف. وأكدت النتائج أن أكثر ما تتميز به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفيسبوك هي ميزة التنوع والتي تساعد في نشر المعارف الصحية، ويزيد من درجة التفاعل من قبل الجمهور.

بحثت دراسة (Chen Q,2020)³⁷ في كيفية استخدام وكالات الحكومة المركزية الصينية لمواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز مشاركة المواطنين خلال أزمة فيروس كورونا باستخدام بيانات حساب رسمي لـ Weibo Sine للجنة الصحة الوطنية في الصين، وأشارت النتائج إلى أن حلقة الحوار التي قدمتها لجنة الصحة الوطنية على موقع التواصل الاجتماعي Weibo تسهل المشاركة وتتيح للجمهور إمكانية التحدث مع المنظمة والرد على الأسئلة والاهتمامات العامة، وتعمل كل هذه الإجراءات على تحسين العلاقة بين المنظمة والجمهور وتعزيز مشاركة المواطنين تدريجي، كما تؤثر المعلومات المتعلقة بأخبار حول أزمة فيروس كورونا المستجد عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحكومية على مشاركة المواطنين. وكشفت نتائج الدراسة أن المنشورات التي تحتوي على صور ومقاطع فيديو مرفقة تتعلق بأحدث المعلومات حول الوباء لا تزال تجذب معظم المواطنين.

وهدف دراسة (خالد الفرم، 2016م)³⁸ إلى التعرف على مستوى استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب- فيسبوك- تويتر) في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا، وكذلك تقييم درجة مشاركة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بالرياض في برامج التوعية الصحية لمرض كورونا عبر شبكات التواصل الجماهيرية بالمملكة. واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال أسلوب مسح المنصات الإلكترونية للمدن الطبية في مدينة الرياض. وتوصلت الدراسة إلى أن 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية حيال فيروس كورونا، كما توصلت الدراسة أيضًا إلى ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لاستخدام المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلي وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي، ما يعني أيضًا التفريط بتوظيف الشبكات الاتصالية الفاعلة خلال الأمراض والأوبئة، مما يعزز من حجم الخسائر الوطنية.

ولقد أشارت نتائج بعض الدراسات إلى أن متابعة مواقع التواصل الاجتماعي قد تثير القلق والذعر لدى الجمهور. فقد أكدت نتائج دراسة (Murad & Ahmad, 2020)³⁹ أن متابعة مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور لتداعيات مرض كوفيد-19 في إقليم كردستان بالعراق يثير الزعر. فقد أكدت نتائج الاستبانة الإلكترونية والتي تم إجراؤها في كردستان العراق على نشر الخوف والذعر المرتبط بتفشي مرض كوفيد-19 في كردستان الاجتماعي تعمل على نشر الخوف والذعر المرتبط بتفشي مرض كوفيد-19 في كردستان العراق، وكان الفيسبوك هو شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر نشرًا للذعر حول أثر تفشي المرض في العراق، كما أظهرت النتائج أن غالبية الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و35 عامًا يواجهون قلقًا نفسيًا جزئًا متابعتهم أخبار تفشي المرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتفق مع هذه النتيجة دراسة (أبهاي كادام، 2020م)⁴⁰ حيث أشارت إلى أن التأثير السلبي وبث الذعر الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي خلال تفشي مرض كوفيد-19، أثر على تدابير الرقابة في الهند، والتي يصل مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي نحو 350 مليون مستخدم، ونسبة كبيرة منها لا تعلم عن مصادر التحقق من الحقائق. وأشارت الدراسة إلى أنه وقبل اكتشاف أول حالة إصابة بمرض كوفيد-19 في الهند، ضرب وباء الهلع في وسائل الإعلام الاجتماعية، الذي أدى إلى تخزين الأقنعة من السوق. وعلاوة على ذلك ادعاءات زائفة حول انتقال الفيروس عبر الهواء وبقاؤه على أسطح مختلفة. كما أن هذه الوسائل تجاهلت دورها في التوعية حول طريقة استخدام الأقنعة والتخلص منها. وأكدت الدراسة على الحاجة الملحة إلى سيطرة الحكومة الهندية بشكل فعال على وسائل التواصل الاجتماعي الساعية إلى إيجاد توازن دقيق بين استخدامها وإساءة استخدامها.

وللتغلب على الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي؛ أشارت دراسة (Depoux 2020)⁴¹ التي سعت لفحص دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الذعر حول تفشي فيروس كورونا المستجد وانتشار الشائعات والمفاهيم والمواقف والسلوكيات العامة حوله؛ إلى أن إنشاء منصة تفاعلية لتقديم تنبيهات في الوقت الفعلي حول الشائعات والمخاوف بشأن انتشار الفيروس على مستوى العالم، من شأنه أن يمكن مسؤولي الصحة العامة وأصحاب المصلحة المعنيين من الاستجابة بسرعة وبشكل دقيق وجذاب يمكن أن يخفف من التضليل.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

1- كان هناك ثراء بحثي واضح في الدراسات السابقة رغم حداثة موضوع الدراسة، فأهمية الموضوع فرضت اهتمام الباحثين من كافة أنحاء العالم، حيث شملت دول عربية وغربية وآسيوية وأفريقية (الصين- باكستان- الهند- فيتنام- نيبال- الولايات المتحدة- المملكة المتحدة- المملكة العربية السعودية- مصر- الجزائر- كردستان العراق- جنوب أفريقيا)؛ مما يشير إلى اهتمام بحثي عالمي بالتوعية بفيروس المستجد كورونا، نظرًا لكونه وباءً عالميًا له تبعاته الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وتعد التوعية الوسيلة الوحيدة في التصدي لانتشاره.

2- أكدت نتائج الدراسات السابقة على التأثير القوي لجهود التوعية خاصة المعتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي بفيروس كورونا المستجد بشكل إيجابي، مما أدى إلى تبنيهم إجراءات وقائية سليمة في مواجهة جائحة فيروس كورونا، أو بشكل سلبي نتيجة حجب المعلومات أو نشر معلومات خاطئة وشائعات مما أدى إلى نشر الذعر والقلق، وقد يؤدي إلى تفضي الفيروس. وهذا ما دفع لإجراء هذا البحث للتعرف على مدى فعالية أساليب الاتصال المعلوماتي التوعوي للحكومة المصرية، للخروج بالاستراتيجية المثلى للاتصال المعلوماتي خلال الأزمات.

3- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة بحثية تتسم بالشمول في رصد استراتيجيات الاتصال المعلوماتي للحكومة المصرية من أجل التوعية بفيروس كورونا، كما استفادت منها في تحديد المنهج وأدوات جمع البيانات المناسبة، وإعداد الاستبانة.

مشكلة الدراسة:

إن عملية التوعية الصحية ليست سهلة كما يتصورها البعض وأنها عبارة عن عملية تستهدف فقط نشر المعلومات الصحية من خلال وسائل الإعلام المختلفة، بل إن التوعية الصحية تعد أصعب من ذلك بكثير؛ فهي تستهدف تغيير سلوك الأفراد الصحية والتأثير بهم، حتى تصل الرسالة الصحية المتعلقة بفيروس كورونا وما تشتمل عليه من معلومات للجُمهور المستهدف، وتكون ذات فاعلية لتحقيق التأثير المرغوب فيه، فلا بد من صياغة هذه الرسالة وإعدادها الإعداد الدقيق بحيث تكون الرسالة واضحة وسهلة الفهم ومختصرة، وأن يتم تضمين الرسائل الصحية التوعوية عددا من الاستمالات والأساليب الإقناعية والمتمثلة في الاستمالات العاطفية، والتي تستهدف التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف

القائم بالاتصال، والذي بدوره يؤدي إلى تحقيق الرسائل الصحية المتعلقة بجائحة كورونا للتأثير المرغوب في معارف واتجاهات وسلوك المتلقي الصحي نتيجة تعرضه للرسالة الإعلامية، وما سبق يؤدي من وجهة نظر الباحث إلى تحقيق الرسائل الصحية المتعلقة بجائحة كورونا للتأثير المرغوب في معارف واتجاهات وسلوك المتلقي الصحي نتيجة تعرضه للرسالة الإعلامية.

فمنذ أزمة تفشي فيروس كورونا في العالم، سعت وسائل الإعلام لمواجهة هذا الانتشار الواسع، واستخدمت كافة الإمكانيات الحديثة للتوعية ومكافحة هذا الوباء، وعلى ضوء هذا فإن المشكلة البحثية تتعلق بمعرفة مدى فعالية وكفاءة الأنشطة الاتصالية الإلكترونية الحكومية وقدرتها على القيام بدورها المهم في التعامل مع أزمة كورونا وفق استراتيجية واضحة أم أن الأمر يسير بناء على اجتهادات شخصية.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية الفترة الحالية المواقبة لتعرض دول العالم بشكل عام، ومصر خاصة لفيروس كورونا، وانتشاره السريع، وما يحدثه من تأثيرات صحية واقتصادية، الأمر الذي يعزز من أهمية هذه الدراسة وقيمتها من حيث التعرف على فعالية استراتيجيات الاتصال المعلوماتي الإلكتروني الحكومي، لرفع الوعي المجتمعي لمواجهة جائحة كورونا. ومدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها في التوعية بفيروس كورونا، وهل كانت هذا الممارسات التي تمت ناجحة وفعالة أم لا. كما تهدف الدراسة تقديم الاستراتيجية الأمثل لمتخذي القرار في رئاسة الوزراء والقائمين على التوعية الصحية لتقديم الممارسات الاتصالية والإعلامية للتوعية بفيروس كورونا.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى فعالية استراتيجيات الاتصال المعلوماتي الإلكتروني الحكومي لتوعية أفراد المجتمع المصري بجائحة كورونا. وينبثق من هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

- تحديد الوسائل والأساليب الإعلامية الإلكترونية للحكومية المستخدمة؛ لرفع الوعي الصحي بفيروس كورونا.
- معرفة الأنماط التكنولوجية والتفاعلية التي استخدمتها الحكومة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا.

- تحديد مدى إفادة أفراد المجتمع المصري من المعلومات الصحية التي قدمتها الحكومة عن فيروس كورونا.
 - مدى ثقة أفراد المجتمع المصري في المعلومات التي وفرتها الحكومة عن فيروس كورونا.
 - مدى رضا أفراد المجتمع عن الممارسات الاتصالية والإعلامية للحكومة في التوعية بفيروس كورونا.
 - تقديم رؤية شاملة عن استراتيجيات الاتصال المعلوماتي الناجحة لمواجهة الأزمات والمخاطر العالمية.
- الإطار النظري للدراسة:**

تعتمد الدراسة على نظرية التهيئة المعرفية؛ لتوضيح مدى فعالية استراتيجيات الاتصال المعلوماتي للحكومة المصرية من خلال قطاع إدارة الأزمات التابع لرئاسة الوزراء في التهيئة المعرفية والمعلوماتية للجمهور للتعامل الناجح مع أزمة كورونا، وتخطي الآثار السلبية لهذه الأزمة على كافة المستويات سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع. حيث سعت الدراسة إلى التعرف على مجموعة متغيرات خاصة بالجمهور كدرجة الثقة فيما يقدم على موقع القطاع، وحجم التعرض، ومعرفة الاتجاه العام نحو أداء الحكومة المصرية في مواجهة أزمة كورونا.

وتعرف نظرية التهيئة المعرفية على أنها التأثير المباشر للتعرض لوسائل الإعلام على السلوك⁴². فعندما تشغل قضية ما النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة مقارنة بغيرها من القضايا، ويعددها النسبة الكبرى من الجماهير أنها القضية الأكثر أهمية التي تواجه الدولة⁴³. في هذه الحالة يتم تداولها من خلالها التداول العام للقضايا السياسية العامة والأحداث المتعلقة بصنع السياسة، خلال فترة زمنية محددة، وتسمى بهذه الحالة القضية المسيطرة. وهو الأمر الظاهر في وسائل الإعلام في الفترة الحالية حيث تسيطر أخبار أزمة كورونا مجمل الأخبار.

وتتناول نظرية التهيئة المعرفية بجانب التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية وبالتالي التأثير على اتجاهات الجمهور. حيث تركز على قدرة الذاكرة الإنسانية على تخزين المعلومة واسترجاعها، وفقا لمفهوم الاختزال، حيث يتم ترميز المعلومات التي تم تلقيها من وسائل الإعلام، ثم تخزينها بغرض استخدامها في تشكيل الاتجاهات تجاه

القضايا المختلفة⁴⁴. وتعد أجندة القضايا المعروضة من خلال وسائل الإعلام التي يتم التركيز عليها بكثافة هي الأكثر حضوراً في أذهان المتلقين⁴⁵.

وتقوم نظرية التهيئة كما قدمها اينجار وكايندر عام 1987 م على بعض الأسس التي تم اشتقاقها من علم النفس المعرفي، ومنها:⁴⁶

- 1- الأفراد لا ينتبهون لكل المثيرات في البيئة المعلوماتية المحيطة بهم، فالانتباه انتقائي لديهم.
 - 2- الأفراد يفضلون استخدام الأساليب المعرفية المختصرة عن الاستغراق في التفاصيل.
 - 3- الأفراد لا يصدرن قراراتهم وأحكامهم ولا يكونون تقييماتهم وفق كل المعلومات التي لديهم، وإنما يصدرونها ويكونونها في ضوء المعلومات الأكثر بروزاً لهم من ناحية، والأكثر قابلية للاسترجاع عندهم من ناحية أخرى⁴⁷.
- وبالتالي يبرز دور الوسيلة الاتصالية كمرشد للأفراد في تشكيل معايير الحكم على الأحداث من خلال الأفكار التي تم تأكيدها في الخطاب الإعلامي بوصفها إشارات تنشط البناءات المعرفية المتعلقة في ذاكرة الأفراد، والتي تعمل بدورها كمعايير للحكم في تقييم القضايا المختلفة.

ويقوم الافتراض الرئيس للنظرية على أن التغطية الإعلامية من خلال تركيزها على بعض القضايا وتجاهلها للبعض الآخر تؤثر في المعايير التي يستخدمها الجمهور في تقييم الحكومات والرؤساء والسياسات المتبعة في الدولة. ووفقاً للنظرية، فعندما تسيطر قضية معينة على وسائل الإعلام وتحتل مساحة كبيرة فيه، فهذا يعني:

- تصبح الأطر والمفاتيح المعرفية التي يستخدمها السياسيون والإعلاميون البارزون مشاعة ومتداولة في كل التغطية الإعلامية المتعلقة بالموضوع، وهي الرسالة الأساسية السائدة في القضية المسيطرة، ويميل الجمهور إلى المعلومات المتكررة والمتداولة.
- يستخدم الأفراد العاديون هذه الأطر في تكوين تقييماتهم وإصدار أحكامهم عن القضية موضوع التغطية.
- تفترض النظرية وجود علاقة طردية بين مستوى الثقة في وسائل الإعلام، وحدوث التهيئة المعرفية⁴⁸.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات الآتية:

- 1- ما دور الحكومة في التوعية الصحية لأفراد المجتمع المصري بفيروس كورونا؟
 - 2- ما مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في توعية أفراد المجتمع المصري بفيروس كورونا؟
 - 3- ما الأنماط التكنولوجية والتفاعلية التي استخدمتها الحكومة في بناء الوعي الصحي ومواجهة فيروس كورونا؟
 - 4- ما مدى فاعلية استخدام الحكومة للوسائل والأساليب الإعلامية في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع المصري؟
 - 5- ما مدى إفادة أفراد المجتمع المصري من المعلومات التي قدمتها الحكومة للتوعية بفيروس كورونا؟
 - 6- ما مدى رضا أفراد المجتمع عن الممارسات الاتصالية والإعلامية للحكومة في التوعية بفيروس كورونا؟
- فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة طردية بين مستوى الثقة في المعلومات التي تقدمها الحكومة المصرية، وحدوث التهيئة المعرفية حول أزمة كورونا.
 - 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تنوع الوسائل والأساليب الاتصالية التي استخدمتها الحكومة المصرية في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع بفيروس كورونا و(فاعلية أدائها الإعلامي، ومدى إفادة أفراد المجتمع منها، ومدى رضا أفراد المجتمع عنها).
 - 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين من حيث النوع (ذكور - إناث)، والعمر (أقل من 30 سنة - أكبر من 30 سنة)، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي (منخفض - متوسط - مرتفع)، والتعليم (متوسط - جامعي - دراسات عليا) حول مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا.
- نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، وتسعى إلى دراسة فعالية ممارسات الاتصال المعلوماتي الفعال للحكومة في إدارة أزمة جائحة كورونا، وبناء الوعي الكافي لدى

أفراد المجتمع؛ للتعرف على الدور الإعلامي الذي تؤديه في توعية وتثقيف أفراد المجتمع عن فيروس كورونا، ومدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها في التوعية بفيروس كورونا، وأثر ذلك على ثقة أفراد المجتمع ورضاهم عن المعلومات المقدمة في التوعية بفيروس كورونا.

منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة منهج المسح لتمييزه باستهداف الحقائق التفصيلية عن واقع الأنشطة الاتصالية الإلكترونية التي اتبعتها الحكومة المصرية لرفع الوعي المجتمعي لدى الجمهور المصري؛ وذلك من أجل الحد من أخطار أزمة كورونا، والتعامل الفعال والناجح مع تداعيات الأزمة على كافة المستويات؛ مما يمكن الباحثة من تقديم وصف شامل ودقيق لفعالية الاستراتيجيات الاتصالية الإلكترونية التي تقدمها الحكومة من خلال تفاعل الجمهور المتعامل مع تلك الأنشطة الاتصالية الحكومية ومدى ثقتهم ورضاهم عنها.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في أفراد المجتمع المصري من الذكور والإناث، والأعمار السنية المختلفة، والحالة الاجتماعية، والمؤهلات العلمية المتعددة. وقد قامت الباحثة بتوزيع الاستبانة بطريقة العينة المتاحة؛ لأن المسح الإلكتروني لا يتيح آلية لسحب عينة عشوائية من مفردات عينة الدراسة، وقد بلغ حجم العينة 400 مفردة قابلة للتحليل، من خلال تصميم مسح إلكتروني Online Survey على موقع Google Drive وتوزيع رابط الاستبانة عبر البريد الإلكتروني، وموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، ومجموعات الواتس اب، والتليجرام.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة الإلكترونية على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من المجتمع المصري المختلف في الخصائص الديموغرافية؛ للتعرف على مدى رضا أفراد المجتمع عن استراتيجيات الاتصال المعلوماتي للحكومة في التوعية بفيروس كورونا، من خلال التعرف على رؤية أفراد المجتمع حول فاعلية الوسائل الإعلامية والأنماط التكنولوجية المستخدمة من قبل القطاع في التوعية الصحية بفيروس كورونا، ومدى استفادتهم من تلك المعلومات وثقتهم بها ورضاهم عنها.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: إجراءات الصدق

- الصدق الظاهري:

للتأكد من صدق الاستبانة المستخدمة قامت الباحثة بصياغة أسئلة الاستبانة المتعلقة بمتغيرات الدراسة صياغة واضحة، بحيث يمكن فهم محتواها من قبل الباحثين، ثم عرضها على عدد من المحكمين لتحكيمها⁴⁹ للحكم على مدى صلاحيتها للقياس، وقد أخذت الباحثة بملحوظات المحكمين وتعديلاتهم، حتى أصبحت الاستبانة جاهزة للتوزيع.

ثم قامت الباحثة بتجريب الاستبانة على عينة بلغ عددهم 20 مفردة من عينة الدراسة؛ بهدف التعرف على مدى وضوح أسئلة الاستبانة للمبحوثين، ومعدل استجاباتهم، وقد تم بعد التحقق من ذلك صياغة الاستبانة صياغة نهائية قابلة للتطبيق.

- صدق الاتساق الداخلي:

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة قامت الباحثة بحساب معامل ارتباط بيرسون Pearson للاستبانة بالدرجة الكلية لمحاوِر الدراسة، وقد أظهرت النتائج أن جميع معاملات ارتباط عبارات الدراسة بالمحور المنتمئة إليه كانت دالة عند مستوى 0.01، وهذا يشير إلى صدق العبارات في أداة دراسة.

ثانياً: إجراءات الثبات:

ولحساب ثبات المقاييس تم استخدام معاملات إحصائية؛ للتأكد من صلاحية المقاييس، من خلال حساب معامل Cronbach' Alpha ألفا كرو نباخ الذي يستخدم لتحليل ثبات المقاييس Reliability Analysis بتقدير الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للمقياس عن طريق حساب متوسط الارتباطات بين عبارات المقياس، وقد بلغت قيمة معامل Cronbach' Alpha الخاص بمقاييس الدراسة (0.704) وهي قيمة مرتفعة لثبات المقياس وقبوله واستخدامه في هذه الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج SPSS،

وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- 3- اختبار كا² لجدول الاقتران؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي.
- 4- معامل ارتباط بيرسون؛ لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)؛ وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة ما بين 0.30-0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.
- 5- اختباري (Z-Test) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين، وقد اعتبرت قيمة Z غير دالة إذا لم تصل إلى 1.96، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة 95% فأكثر إذا بلغت 1.96 وأقل من 2.58، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة 99% فأكثر إذا بلغت 2.58 فأكثر.
- 6- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- 7- تحليل التباين ذو البعد الواحد ANOVA؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

النتائج العامة للدراسة:

1- السمات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة.

جدول (1)

توصيف العينة

النسبة	التكرارات	المتغيرات	
34.5	138	ذكور	النوع
65.5	262	إناث	
55.0	220	أقل من 30 سنة	العمر
45.0	180	أكبر من 30 سنة	
40.8	163	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
32.8	131	متوسط	
26.5	106	مرتفع	
55.3	221	متزوج	الحالة الاجتماعية
44.8	179	غير متزوج	
12.3	49	متوسط	المؤهل العلمي
60.3	241	جامعي	
27.5	110	دراسات عليا	

2- المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها الباحثون للحصول على المعلومات عن فيروس كورونا:

جدول (2)

المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها الباحثون في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا

مستوى المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		المواقع
		%	ك	
0.543	0.608-	69.0	276	موقع منظمة الصحة العالمية
0.805	0.247-	61.0	244	المواقع الإخبارية
0.009	2.610-	50.0	200	مواقع القنوات التلفزيونية الفضائية
0.025	2.240-	48.3	193	مواقع الصحف الإلكترونية
0.000	5.541-	44.8	179	موقع وزارة الصحة المصري
0.056	1.909-	35.5	142	المواقع الصحية العربية
0.000	4.636-	35.5	142	المواقع الصحية الأجنبية
0.020	2.326-	25.5	102	مواقع الطب البديل
			400	ن

تعد منظمة الصحة العالمية واحدة من المنظمات الدولية التي أصبح لها دور فاعل في الأزمة؛ وقد ظهر ذلك في الدراسة من خلال النتائج؛ حيث تبين أن موقع المنظمة الإلكتروني هو أحد أهم مصادر المعلومات للجمهور المهتم بالحصول على المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا؛ حيث جاءت في مقدمة المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها الباحثون بنسبة بلغت 69٪، مما يعكس وعي العينة بأهمية الاعتماد على المصادر الدولية المهمة والموثوقة والمتخصصة، خاصة وأنه ليس لديها مصلحة إلا للجمهور، والحفاظ على صحتهم. هذا بالإضافة إلى سرعتها واحترافها في التغطية على مدار ٢٤ ساعة؛ حيث تؤدي دورًا حيويًا كمصدر للمعلومات عن الفيروس وانتشاره. كما اتضح أن المواقع الإخبارية لها مكانة متميزة لدى عينة الدراسة؛ حيث تبين أنها المصدر الثاني في الحصول على المعلومات المتعلقة بالفيروس. ربما يكون ذلك نظرًا للتحديث المستمر لتلك المواقع الإخبارية بصفة عامة. والملفت للنظر في هذه النتائج أن موقع وزارة الصحة المصري جاء في ترتيب متأخر نسبيًا حتى جاء بالترتيب الخامس كمصدر للمعلومات

بنسبة 44,8%. وربما يرجع ذلك إما إلى عدم ثقة عينة الدراسة في الوزارة، أو أنهم يكتفون بمتابعة البيانات التي تصدر من منظمة الصحة العالمية بوصفها الجهة الرئيسية المنوطة بمتابعة الأزمات الصحية في العالم، وبالتالي المصدر الرئيس الذي تعتمد عليه الدول وأفراد المجتمع في معرفة مستجدات الفيروس. وهذا يتفق مع نتائج دراسة (Qazi, A.,2020)، ودراسة (T, Hussain2020)، ودراسة (Zhong, B. L,2020) حيث أكدوا على أن زيادة الوعي في أوقات أزمة الصحة العامة؛ يرجع إلى استخدام مصادر المعلومات الرسمية؛ بما يزيد بشكل كبير من تبني السلوك الصحي الوقائي المطلوب.

3- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يُعتمد عليها في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا:

جدول (3)

أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا

الإجمالي		المواقع
ك	%	
352	88.0	الفيسبوك
91	22.75	تويتر
56	14.0	إنستغرام
53	13.25	اليوتيوب
48	12.0	الواتساب
400	100.0	ن

أصبح الفيسبوك مصدرًا مهمًا للكثير من المعلومات، وليس فقط للمعلومات عن فيروس كورونا. وهذا ما تشير إليه الكثير من الدراسات. فقد أصبح مصدرًا مهمًا جدًا للكثير من أفراد المجتمع سواء على الصفحات الرسمية للهيئات والمؤسسات، أو للصفحات الشخصية. وهذا ما تؤكدته نتائج هذه الدراسة حيث تؤكد على تصدره على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر المعلومات بنسبة 88%، وهو ما يتفق مع

نتائج دراسة كلٍ من (حسام عبد الحي، 2020م)، و (وجهات حسين، 2020م)، و (Kira, E. Riehm, et al., 2020). ويبدو أن المجتمع المصري يولي اهتمامًا كبيرًا لصفحات الفيسبوك، وقد يرجع ذلك إلى ميزة التنوع في الأشكال الاتصالية والأنماط التكنولوجية في عرض الرسائل الاتصالية والتي تساعد في نشر المعارف الصحية، ويزيد من درجة التفاعل من قبل الجمهور، وهو ما تؤكد عليه أيضا نتائج دراسة (عتاب المولى، 2020م)، ثم يليه في الاهتمام موقع تويتر، ولكن بفارق كبير جدًا عن الفيسبوك؛ ربما يعود ذلك إلى فئة من الجمهور ذوي المستوى التعليمي الأعلى. ثم يليه الإنستغرام واليوتيوب وأخيرًا الواتس اب، وبالتالي نستطيع أن نؤكد تنوع مصادر المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي، مع التباين الواضح في الترتيب بينهم، وظهر دور الحكومة الإعلامي القوي في استغلال تلك الصفحات بشكل كبير في نشر المعلومات الصحية عن الفيروس، ومكافحة الشائعات، والمعلومات الخاطئة التي تتداول بين مستخدميها. وأكدت هذا الدور المهم دراسة (Zhong, B. L, 2020)، مما يساعد على الحفاظ على صورة إيجابية للحكومة من خلال هذا الدور.

4- المصادر غير الإعلامية التي يُعتمد عليها في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا: جدول (4)

المصادر غير الإعلامية التي اعتمد عليها المبحوثون في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا

مستوى المنوية	قيمة Z	الإجمالي		المصادر
		%	ك	
0.062	1.865-	76.8	307	الأطباء المتخصصون
0.512	0.655-	67.8	271	الأصدقاء
0.012	2.509-	61.8	247	الأسرة
0.968	0.040-	49.0	196	الصيدلة
0.360	0.914-	33.5	134	أطباء مراكز الوحدات الصحية
0.543	0.608-	25.8	103	المتخصصون في الدورات والندوات
0.028	2.198-	24.8	99	الملصقات والمطويات
			400	ن

تعد المصادر غير الإعلامية واحدة من أهم ما يتعامل معه الجمهور بصفة عامة في الحصول على المعلومات، ويعدّها البعض محل ثقة عن كثير من وسائل الإعلام. لذا أوضحت الدراسة كما هو مبين تصدر الأطباء مصادر المعلومات غير الإعلامية لعينة الدراسة بنسبة 76.8٪، نظرًا لما لديهم من معلومات تفوق عامة الناس، وبصفة خاصة الموضوعات الصحية التي تشغل الرأي العام، وهذا يتفق مع نتائج دراسة (معهد البحوث والتدريب الإعلامي، 2020م)، حيث أكدت على ثقة غالبية الناس بالأطباء والخبراء الطبيين للحصول على معلومات حول كوفيد-19. ثم يأتي مصدر الثقة الأخرى في الاعتماد الأصدقاء في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 67.8٪، وهذا بديهي نظرًا لطبيعة العلاقة بين أفراد المجتمع في علاقتهم بالأصدقاء. ومن غير الطبيعي أن يكون الصيدلي مصدر ثقة للمعلومات، ولكن إذا تحول الصيدلي إلى طبيب في مصر لا تعد هذه النتيجة غريبة. حيث يلجأ الكثير من الجمهور في مصر إلى الصيدلي لوصف الأدوية، وبالتالي يمكن الاعتماد عليه في معرفة معلومات حول هذا الموضوع، وهذا ما بينته الدراسة أنه جاء في المرتبة الرابعة بنسبة 49٪ كمصدر للمعلومات.

5- مستوى أداء الإعلام الحكومي في التوعية بفيروس كورونا:

جدول (5)

مستوى أداء الإعلام الحكومي في التوعية بفيروس كورونا

الإجمالي		المستوى
ك	٪	
238	59.5	متوسط
98	24.5	ضعيف
64	16.0	متميز
400	100.0	ن

في مجال قياس أداء الحكومة وطبيعة الدور الذي تقوم به في التوعية لفيروس كورونا، قامت الباحثة بدراسة مدى رضا عينة البحث عن الأداء الحكومي. اتضح أن الحكومة لا تقوم بالدور الأهم في التوعية، وأنها أسهمت بشكل متوسط في تقديم التوعية للجمهور بنسبة بلغت 59.5٪، مما يستدعي من الحكومة إعادة النظر في الاستراتيجيات

الاتصالية المتبعة وتطويرها بما يتناسب مع حاجات ورغبات الجمهور، وأهمية الموضوع والأزمة التي تمر بها البلاد.

6- فاعلية الوسائل والأساليب الإعلامية التي استخدمتها الحكومة المصرية في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا:

جدول (6)

فاعلية الوسائل والأساليب الإعلامية التي استخدمتها الحكومة المصرية في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا

مستوى المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		الوسائل
		%	ك	
0.000	3.849-	77.8	311	صفحات التواصل الاجتماعي
0.553	0.593-	75.3	301	الإعلانات التلفزيونية
0.179	1.343-	60.3	241	اللقاءات التلفزيونية
0.612	0.508-	57.5	230	الإعلانات في مواقع التواصل
0.069	1.819-	47.8	191	التطبيقات الصحية الإلكترونية مثل تطبيق صحة مصر
0.366	0.905-	47.5	190	إعلانات اللوحات الإرشادية
0.698	0.388-	28.8	115	الرسائل النصية
0.175	1.356-	27.8	111	اللقاءات الإذاعية
0.928	0.090-	27.0	108	المؤتمرات والندوات
0.080	1.751-	26.5	106	الإعلانات الصحفية
0.372	0.893-	24.0	96	المطويات التعريفية
			400	ن

نظرًا لأهمية صفحات التواصل الاجتماعي سواء على المستوى الحكومي أو المستوى الشخصي، فهي لا تزال تمارس دورها المميز في الفعالية المرتبطة ببناء الوعي الصحي لدى أفراد العينة بنسبة بلغت 77.8٪، ويتفق ذلك مع ما تشير له نتائج الدراسات السابقة مثل دراسة دراسة (إيمان حسين، 2020م)، دراسة (عتاب المولى، 2020م) حيث يعتمد النسبة الأكبر من الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي

وتصدرها كوسائل للمعرفة والتوعية، أثناء جائحة فيروس كورونا وبفارق كبير عن الإعلام التقليدي، وهو ما يتفق مع التقارير العربية والعالمية التي تؤكد تصدر مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر إخبارية للجمهور، ومع أزمة فيروس كورونا يتزايد هذا الاعتماد في أوقات الأزمات والطوارئ. وجاءت الإعلانات والحملات التوعوية في ترتيب ثان بوصفها واحدة من أدوات الإعلام التي تقوم بها الوزارات المعنية، خاصة وأنها تقدم على مدار إرسال التلفزيون وفي فترات مختلفة وبين برامج مختلفة. ومما لا شك فيه أن تنوع الوسائل والأساليب التي تستخدم تزيد بالتعريف بالفيروس ورفع الوعي الصحي. وهذا ما أكد عليه أيضًا نتائج دراسة (Karasneh, et al., 2020) حيث أشارت إلى أن التعرض لوسائل الاتصال المختلفة تسهم في زيادة المعارف وزيادة درجة الوعي بأضرار التواصل خلال جائحة كورونا.

7- فاعلية الأنماط التكنولوجية التي استخدمتها الحكومة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا:

جدول (7)

فاعلية الأنماط التكنولوجية التي استخدمتها الحكومة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا

الإجمالي		الأنماط
ك	%	
171	42.8	الفيديو
56	14.0	الصور
41	10.3	الانفوجرافيك
31	7.8	الرسوم البيانية
29	7.3	الرسوم التوضيحية
24	6.0	الصور المتحركة
21	5.3	الفيديو جرافيك
15	3.8	الخرائط
7	1.8	الرسوم الجغرافية
5	1.3	المقاطع الصوتية
400	100.0	ن

رغم التطور التكنولوجي الكبير في مجال الإعلام وبخاصة الرقمي؛ يظل الفيديو واحدًا من أهم أدوات الإعلام نظرًا لقدرته على توصيل رسائل بشكل مميز يجمع بين

الصورة والصوت والحركة، ويمكن توظيفه بالطريقة المثلى في تقديم المعلومات؛ لذا جاء في الترتيب الأول للأنماط التكنولوجية التي استخدمتها الحكومة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا بنسبة بلغت 42.8٪، وهذا يتفق مع فعالية الفيديو في التأثير على الجمهور على اعتباره مادة إعلامية سهلة الفهم، ومؤثره، ومناسبة لكافة فئات الجمهور، وهو ما يتفق مع الكثير من الدراسات السابقة مثل دراسة (Chen Q,2020) التي أكّدت على فعالية مقاطع الفيديو وتأثيرها على الجمهور، حيث أشارت أنّ ثلث التفاعل وسلوك المستخدم أونلاين يتلخص في مشاهدة الفيديوهات.

وجاءت الصور في المرتبة الثانية بنسبة 14٪، يليها الانفوجرافيك بنسبة 10.3، كونهما أحد العناصر الجرافيكية الجاذبة والقادرة على إيصال المعلومات بطريقة شيقة وجذابة والتي انتشرت الفترة الأخيرة في الصحافة عمومًا وفي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص.

8- مدى دقة المعلومات التي وفرتها الحكومة عن فيروس كورونا:

جدول (8)

مدى دقة المعلومات التي وفرتها الحكومة للمبحوثين عن فيروس كورونا

الإجمالي		مدى الدقة
ك	٪	
182	45.5	دقيقة بشكل متوسط
65	16.3	دقيقة بشكل كبير
65	16.3	دقيقة بشكل ضعيف
60	15.0	غير دقيقة نهائيًا
28	7.0	دقيقة بشكل كبير جدًا
400	100.0	ن

يتابع الجمهور المعلومات التي يحتاجها من أكثر من مصدر، بالتالي لديه القدرة على الحكم على دقة المعلومات التي توفرها الحكومة، ويستطيع أن يقارنها مع غيرها من المعلومات في مصادر أخرى؛ لذا اتضح لعينة الدراسة أن المعلومات التي وفرتها الحكومة عن فيروس كورونا لا تزال في حاجة إلى دقة أكثر حتى يشعر بالاطمئنان مما تقدمه

الدولة، ويبتعد عن مصادر أخرى للمعلومات قد تؤثر سلبيًا على استقباله للمعلومة التي تصل إليه من الحكومة.

9-مدى الثقة في المعلومات التي وفرتها الحكومة عن فيروس كورونا:

جدول (9)

مدى ثقة المبحوثين في المعلومات التي وفرتها الحكومة عن فيروس كورونا

الإجمالي		مدى الثقة
%	ك	
41.8	167	يثق بها بدرجة متوسطة
20.5	82	يثق بها بدرجة عالية
19.5	78	يثق بها بدرجة ضعيفة
13.0	52	لا يثق بها أبدًا
5.3	21	يثق بها بدرجة عالية جدًا
100.0	400	ن

ويرتبط بالنتيجة السابقة التي تعني دقة المعلومات بدرجة متوسطة؛ وبالتالي ينعكس عليها درجات الثقة من عينة الدراسة. فقد اتضح أن الجمهور يثق بدرجة متوسطة في المعلومات التي توفرها الحكومة للجمهور بدرجة متوسطة، وتعتقد الباحثة أن هذا الأمر يرجع إلى تعدد مصادر المعلومات التي يحصل عليها المبحوثون سواء من مصادر إعلامية، أو من مصادر شخصية. وبالتالي تتعدد لديهم المعلومات والحكم عليها حسب طبيعة مصدرها. فربما يكون كما اتضح سابقًا أن المصادر الشخصية في الأطباء لها درجة مصداقية أكبر؛ وبالتالي يكون لديهم ثقة أكبر.

10- الدور الإعلامي للحكومة في التوعية بفيروس كورونا: جدول (10)

مقياس الدور الإعلامي للحكومة في توعية أفراد المجتمع بفيروس كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		محايد		غير موافق		الرأي
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.424	2.83	84.3	337	14.0	56	1.8	7	تعريف أفراد المجتمع بفيروس كورونا
0.424	2.83	84.3	337	14.0	56	1.8	7	توعية أفراد المجتمع بمضاعفات الفيروس
0.424	2.83	84.3	337	14.0	56	1.8	7	الإحاطة بمعلومات عن أسباب فيروس كورونا وطرق انتقاله
0.527	2.75	79.5	318	16.0	64	4.5	18	التوعية بالإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية من الفيروس
0.514	2.74	77.3	309	19.3	77	3.5	14	التوعية بالتدابير التي يجب اتباعها للحماية من انتشار الفيروس
0.554	2.73	78.8	315	15.8	63	5.5	22	تعريف أفراد المجتمع بأعراض الفيروس
0.538	2.70	74.3	297	21.8	87	4.0	16	التوعية بالإفلاء عن سلوكيات الأفراد السيئة المسببة للفيروس
0.539	2.70	74.0	296	22.0	88	4.0	16	توعية أفراد المجتمع بالعادات الاجتماعية السيئة المسببة للفيروس
0.557	2.70	75.3	301	19.8	79	5.0	20	التوعية بالتدابير التي يجب تجنبها في مواجهة الفيروس مثل: التدخين، وتعاطى العلاجات العشبية التقليدية، واستخدام الكمامة أكثر من مرة، والتطبيب
0.555	2.67	71.0	284	24.8	99	4.3	17	التوعية بأهمية إجراء الفحوصات الطبية اللازمة عند الشعور بأعراض الفيروس
0.671	2.53	62.8	251	27.3	109	10.0	40	تصحيح التصورات والمفاهيم الخاطئة عن الفيروس.
0.690	2.50	60.8	243	28.0	112	11.3	45	التعريف بأخر المستجدات العلمية حول الفيروس
0.707	2.39	52.0	208	35.0	140	13.0	52	التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عن الفيروس
400								ن

في العادة تقوم الحكومات بأدوار مهمة للتعامل مع الأزمات التي تلم بالمجتمع، وفي حالة فيروس كورونا قدمت الحكومة -كما ذكرت عينة الدراسة- أنموذجاً متميزاً في التوعية بالفيروس من خلال عدة خطوات أهمها التعريف به والبعد عن العادات والسلوكيات الخاطئة والسيئة التي تزيد من المرض. كما أن العينة ترى أن الحكومة من خلال وسائل متعددة قامت بتقديم الكثير من المعلومات حول التدابير التي يجب تجنبها لمواجهة الفيروس وأهمية إجراء الفحوصات الأزمة، فضلاً عن تصحيح الكثير من التصورات

والمفاهيم والتصدي للشائعات المغلوطة عن الفيروس، وبالتالي يمكن التأكيد من خلال نتائج الدراسة أن الدولة والحكومة لم تقصر في تقديم التوعية اللازمة للجمهور على الرغم من اختلاف إجابات العينة حول دقة المعلومات والثقة فيها.

11- مدى الإفادة من المعلومات التي وفرتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا:

جدول (11)

مدى الإفادة من المعلومات التي وفرتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا

الإجمالي		مدى الإفادة
ك	%	
173	43.3	إفادة متوسطة
126	31.5	إفادة كبيرة
60	15.0	إفادة ضعيفة
35	8.8	إفادة كبيرة جدًا
6	1.5	لم أستفد منها نهائيًا
400	100.0	ن

يتضح من إجابات عينة الدراسة المتتالية حول المعلومات التي تقدمها الحكومة وتوفرها في التوعية؛ أن هناك تكاملاً وتوافقاً في الإجابات من حيث الثقة المتوسطة، والدقة المتوسطة، وأيضاً الإفادة المتوسطة. مما يعنى أن الجمهور رغم أن الحكومة تقدم هذه المعلومات إليهم، ألا أنهم يعتمدون بشكل أكبر على مصادرهم التي يثقون فيها وتكون من وجهة نظرهم أكثر دقة. وبالتالي الإفادة الأكبر تكون من مصادر غير حكومية. وتعتقد الباحثة أن هذه سمة من سمات الجمهور المصري الذي يتشكك في المعلومات الحكومية.

12- مدى رضا أفراد المجتمع عن الممارسات الاتصالية والإعلامية للحكومة في التوعية بفيروس كورونا من وجهة نظر المبحوثين: جدول (12)

رضا أفراد المجتمع عن الممارسات الاتصالية والإعلامية للحكومة في التوعية بفيروس كورونا

الإجمالي		مدى الرضا
ك	%	
144	36.0	راضٍ
142	35.5	محايد
52	13.0	غير راضٍ
42	10.5	راضٍ تمامًا
20	5.0	غير راضٍ تمامًا
400	100.0	ن

وبناءً على ما تقدم من معلومات ونتائج للدراسة؛ يكشف الجدول السابق أن هناك حالة رضا وقناعة لا تمثل الرضا التام للجمهور عن أداء الحكومة الاتصالية وممارساتها الإعلامية في التعامل مع أزمة كورونا. وهذا يتفق مع نتائج دراسة (آمال زيدان، 2020م)، حيث أوضحت قيام الإعلام الرسمي بتبني الاستراتيجيات الدفاعية في محاربة الشائعات، تراخي الحكومة في اتخاذ بعض القرارات حيال الأزمة، مما قد يتسبب في عدم كفاءتها في التصدي ومواجهة الأزمة بشكل قوي وفعال. وترى الباحثة أن حالة الرضا هذه قد تكون نابعة من عدم إصابة أفراد العينة أو أقاربهم بالفيروس؛ وبالتالي ترى أن الدولة تقوم بدورها في تقديم المعلومات، ولكن من الأهمية بما كان أن يتلمس الجمهور الجوانب الفعلية والمادية التي تحد من انتشار المرض، وبالتالي يصل إلى حالة من الرضا التام.

نتائج اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقة في المعلومات التي تقدمها الحكومة المصرية، وحدوث التهيئة المعرفية حول أزمة كورونا

جدول (13)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى الثقة في المعلومات التي تقدمها الحكومة المصرية، وحدوث التهيئة المعرفية حول أزمة كورونا

حدوث التهيئة المعرفية حول أزمة كورونا					المتغيرات
الدلالة	مستوى المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.001	0.000	ضعيفة	طردية	0.635**	مستوى الثقة في المعلومات التي تقدمها الحكومة المصرية

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى الثقة في المعلومات التي تقدمها الحكومة المصرية، وحدوث التهيئة المعرفية حول أزمة كورونا حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.635)، وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 99.9%؛ وهو ما يثبت صحة الفرض.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تنوع الوسائل والأساليب الاتصالية التي استخدمتها الحكومة المصرية في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع بفيروس كورونا و(فعالية أدائها الإعلامي، ومدى إفادة أفراد المجتمع منها، ومدى رضا أفراد المجتمع عنها).

جدول (14)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين تنوع الوسائل والأساليب الاتصالية التي استخدمتها الحكومة المصرية في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع بفيروس كورونا و(فعالية أدائها الإعلامي، ومدى إفادة أفراد المجتمع منها، ومدى رضا أفراد المجتمع عنها)

تنوع الوسائل والأساليب الاتصالية التي استخدمتها الحكومة المصرية في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع بفيروس كورونا					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية	الدلالة	
0.165**	طردية	ضعيفة	0.001	0.01	فعالية أدائها الإعلامي
0.198**	طردية	ضعيفة	0.000	0.001	مدى إفادة أفراد المجتمع منها
0.112*	طردية	ضعيفة	0.025	0.05	مدى رضا أفراد المجتمع عنها

يشير الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تنوع الوسائل والأساليب الاتصالية التي استخدمتها الحكومة المصرية في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع بفيروس كورونا وفعالية أدائها الإعلامي حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.165)، وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 99%؛ هو ما يثبت صحة الفرض الفرعي، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تنوع الوسائل والأساليب الاتصالية التي استخدمتها الحكومة المصرية في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع بفيروس كورونا ومدى إفادة أفراد المجتمع منها حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.198)، وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 99.9%، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تنوع الوسائل والأساليب الاتصالية التي استخدمتها الحكومة المصرية في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع بفيروس كورونا ومدى رضا أفراد المجتمع عنها، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.112)، وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 95%. وهو ما يثبت صحة الفرض.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث النوع (ذكور - إناث)، والعمر (أقل من 30 سنة - أكبر من 30 سنة)، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي (منخفض - متوسط - مرتفع)، والتعليم (متوسط - جامعي - دراسات عليا) حول مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا

(أ): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث النوع (ذكور - إناث) حول مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا

جدول رقم (15)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا وفقاً للنوع

المتغير	النوع	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها	ذكور	138	33.7101	5.74291	3.444	0.001	0.01
	إناث	262	35.4962	4.44442			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة على مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا لصالح الإناث.

(ب): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من حيث العمر حول مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا

جدول رقم (16)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين محل الدراسة على مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا وفقاً للعمر.

المتغير	العمر	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا	أقل من 30 سنة	220	35.4136	4.31487	2.375	0.018	0.05
	أكبر من 30 سنة	180	34.2278	5.66557			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى وجود فروق بين متوسطات الباحثين محل الدراسة على مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا لصالح الأقل من 30 سنة.

(ج): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين من حيث المستوى الاقتصادي الاجتماعي حول مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا.

جدول رقم (17)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا.

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المنوية	الدلالة
رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا	بين المجموعات	166.489	2	83.245	3.374	0.035	0.05
	داخل المجموعات	9795.751	397	24.674			
	المجموع	9962.240	399				

تشير نتائج تطبيق الاختبار إلى وجود فروق بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا حيث بلغت قيمة "ف" قيمة دالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (18)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الباحثين حول مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية وفقاً المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

مرتفع	متوسط	منخفض	المجموعات	متغير
0.05	-	-	منخفض	رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية
-	-	-	متوسط	بفيروس كورونا
-	-	-	مرتفع	

يتضح من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة للمبشرين عينة البحث، ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين الباحثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، والمبشرين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.59266، وهو فرق دال عند مستوى ثقة 95٪، لصالح المستوى المرتفع.

(د): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين من حيث المستوى التعليمي حول مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا.

جدول رقم (19)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا.

المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	الدلالة
رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا	بين المجموعات	300.125	2	150.063	6.166	0.002	0.01
	داخل المجموعات	9662.115	397	24.338			
	المجموع	9962.240	399				

تشير نتائج تطبيق الاختبار إلى وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا حيث بلغت قيمة "ف" قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 99٪. ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (20)

نتائج تحليل L.S.D معرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين حول مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية وفقاً للمستوى التعليمي

متغير	المجموعات	متوسط	جامعي	دراسات عليا
رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها	متوسط	-	-	-
	جامعي	-	-	0.01
	دراسات عليا	-	-	-

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات تعليمية مختلفة للمبحوثين عينة البحث ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين

المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافًا بين الباحثين ذوي المستوى التعليمي (جامعي)، والباحثين ذوي المستوى التعليمي (دراسات عليا) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.99140، وهو فرق دال عند مستوى ثقة 99٪، لصالح طلاب دراسات عليا.

النتائج العامة للدراسة وتوصياتها:

- 1- تنوعت المصادر الإعلامية التي اعتمد عليها الباحثون، وساعدت في رفع الوعي المجتمعي حول فيروس كورونا؛ وبالتالي فالأفراد لديهم مجموعة كبيرة من المصادر عند البحث عن المواضيع المتعلقة بالصحة، وأنهم يسعون إلى توظيف المعلومات من هذه المصادر لإشباع حاجاتهم وتحقيق مصالحهم في معرفة كل ما يتعلق بفيروس كورونا، وبالتالي تدعيم اتجاهاتهم نحو طرق الوقاية، لا سيما وأن الوسيلة العلاجية الوحيدة حتى الآن لهذا الفيروس هو التوعية الصحية، وهذا من الحوافز التي تؤكد عليها نظرية التهيئة المعرفية والتي تدفع الحكومات لتقديم معلومات كافية والحصول عليها إرضاء لاحتياجاتهم المعلوماتية وإشباعها عن فيروس كورونا.
- 2- تصدر موقع منظمة الصحة العالمية، المصادر الإلكترونية التي يتجه إليها الجمهور في الحصول على المعلومات المتعلقة بالفيروس، ولهذا دلالة كبيرة على اهتمام الجمهور بهذا الموقع المهم الذي يوفر الكثير من المعلومات ليس فقط إحصائياً، ولكن يتضمن معلومات مهمة حول طبيعة المرض، وكيفية الوقاية منه على كافة المستويات، وكذلك أكدت الدراسة اعتماد أفراد المجتمع المصري على المواقع الأخرى مثل المواقع الإخبارية، ومواقع الصحف الإلكترونية، والإذاعات، والتي تعد مصادر أيضاً مهمة للمعلومات يستكمل بها الجمهور احتياجاته حول المرض وأسلوب وكيفية التعايش منه، وبالتالي يسعى إلى معرفة العديد والكثير من المعلومات حوله من مصادر متعددة، كما أكدت نتائج الدراسة وعي العينة بأهمية الاعتماد على مصادر متنوعة تثق فيها وتحقق لهم من المعلومات الدقيقة ما يلبي احتياجاتهم، فضلاً عن المصادر غير الإعلامية المتمثلة في الأطباء والأصدقاء والأسرة.
- 3- جاءت مواقع التواصل الاجتماعي بمقدمة الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يحصل من خلالها أفراد العينة على معلومات حول فيروس كورونا، وساعدت في

زيادة الوعي لدى العينة، خاصة مع تنوع الرسائل الاتصالية للتوعية والإرشاد ما بين فيديو وصور وإنفوجرافيك ورسائل نصية، وكان الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الباحثون في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا بوصفه موقع التواصل الأول في مصر. وعليه فإن الباحثة تؤكد على أهمية دراسة المضامين الصحية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تلبيتها لاحتياجات مستخدميها للتوعية الصحية، والاهتمام بدراسة السلوكيات المكتسبة من قبل الجمهور بعد التعرض للمضامين الصحية المقدمة، وهذا يتوافق مع النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة حيث تحدث التهيئة المعرفية للجمهور كلما تنوعت المصادر والأشكال الاتصالية المستخدمة في توصيل المعلومة للجمهور.

4- أشارت النتائج أن الأطباء والأصدقاء والأسرة أكثر المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد المجتمع في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا، فبالرغم من أن وزارة الصحة قد وضعت تطبيقات إلكترونية مثل تطبيق صحة مصر يمكن لمن يريد الاستفسار عن أية معلومة متعلقة بالفيروس استخدامها والرد على استفسارات؛ إلا أن أفراد المجتمع لجأوا إلى الاعتماد على الأطباء أولاً، ثم الأصدقاء والأسرة في الحصول على المعلومات عن الفيروس، وترى الباحثة أن الجمهور يلجأ في الأغلب إلى الاتصال الشخصي بالأفراد ذوي الثقة ولا سيما الذين يقعون في الدائرة الاجتماعية القريبة، حيث يتيح التفاعل بينهم، مما يؤكد على أهمية تكامل وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية مع عمليات الاتصال الشخصي لتوصيل المعلومات والتأكيد عليها لحث الجمهور لاتباع أساليب معينة في التعامل مع الفيروس.

5- يتمثل الدور الإعلامي للحكومة في توعية أفراد المجتمع بفيروس كورونا من وجهة نظر الباحثين في العديد من الأمور، كان أولها تعريفهم بفيروس كورونا، والمساعدة في توعية أفراد المجتمع بمضاعفات الفيروس، والإحاطة بمعلومات عن أسباب وطرق انتقال فيروس كورونا، ثم التوعية بالإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية من الفيروس، ثم التوعية بالتدابير التي يجب إتباعها للحماية من انتشار الفيروس، وتعريف أفراد المجتمع بأعراض الفيروس. ثم التوعية بالإقلاع عن العادات الاجتماعية الخاطئة المسببة للفيروس، وتوعية أفراد المجتمع بالعادات الاجتماعية السيئة المسببة للفيروس، والتوعية بالتدابير التي يجب تجنبها في مواجهة الفيروس

مثل: التدخين، وتعاطي العلاجات العشبية التقليدية، واستخدام كمادات، والتطبيب الذاتي. ثم التوعية بأهمية إجراء الفحوصات الطبية اللازمة عند الشعور بأعراض الفيروس. وأخيرًا التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عن الفيروس. مما يعنى أن الحكومة ينبغي أن تتناول التوعية بمدخل مختلفة تتفق مع سمات وخصائص الجمهور الموجه إليه الرسالة الاتصالية.

6- بينت النتائج تصدر مقاطع الفيديو والصور والأنفوجرافيك، الأنماط التكنولوجية التي تم استخدامها بتنوع في تقديم الحكومة للمعلومات في التوعية بفيروس كورونا. وهذا يعنى أن المواد المنتجة بالفيديو بما يحمله من إمكانيات فنية قادرة على إفتاع الجمهور بطبيعة المعلومات التي يتم إنتاجها. ويرجع ذلك إلى قدرتهم على عرض المضمون بأسلوب جميل وجذاب، وتقديم المعلومات الصعبة والمعقدة وغير المنظمة في شكل واضح وأكثر قابلية للفهم والاستيعاب، وتجمع بين الكلام المطبوع والصور والألوان والحركة، ويسهل استيعابها بوضوح.

7- أشارت نتائج الدراسة إلى ثقة الباحثين في المعلومات التي وفرتها الحكومة عن فيروس كورونا بدرجة متوسطة، وهذا يتوافق مع رؤيتهم في دقة المعلومات المقدمة لهم بشكل متوسط أيضًا. وترى الباحثة أن اختلاف الأرقام والإحصاءات التي تعلن عنها وزارة الصحة عن الواقع الذي يعيشه أفراد المجتمع؛ والذي قد يتشكك في صحته، وربما يعود ذلك أيضًا إلى عدم تعاون أفراد المجتمع مع المؤسسات الصحية للتبليغ عن الحالات المصابة بالمرض؛ وهو الأمر الذي يحتاج من الحكومة إلى مزيد من الجهود لتوصيل المعلومة الكاملة للجمهور، وتوضيح كافة البيانات بمنتهى الشفافية والدقة؛ بما يرتقي بالثقة من قبل الجمهور.

8- أشارت النتائج إلى رضا كبير من الباحثين عن الممارسات الإعلامية والاتصالية للحكومة في التوعية بفيروس كورونا، مما يؤكد على نجاح الحكومة في تقديم رسائل إعلامية لاقت قبول ورضا أفراد المجتمع؛ نظرًا لأنها أي الحكومة تعلم بدقة احتياجات أفراد المجتمع، وعليه يستفيد هؤلاء مما تقدمه الحكومة من معلومات. وأنه قد أصبح لديهم إلمام بالمعلومات الخاصة بفيروس كورونا، والحقائق الصحية عنه، وإحساس بالمسئولية نحو صحتهم وصحة غيرهم.

9- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية طرية دالة إحصائيًا بين مستوى الثقة في المعلومات التي تقدمها الحكومة المصرية، وحدوث التهيئة المعرفية حول أزمة كورونا، وهو يتوافق مع الفرض الرئيس لنظرية التهيئة المعرفية التي اعتمدت عليها الدراسة.

10- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين تنوع الوسائل والأساليب الاتصالية التي استخدمتها الحكومة المصرية في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع بفيروس كورونا، ومدى إفادة أفراد المجتمع منها، وعليه فعالية أدائها الإعلامي ورضا أفراد المجتمع عنها.

11- وجود فروق بين متوسطات الباحثين محل الدراسة على مقياس رؤية أفراد المجتمع عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الحكومة في التوعية بفيروس كورونا لصالح الإناث؛ والأفراد الأقل من 30 سنة (وهم الفئات الأكثر تعرضًا للرسائل الإعلامية على الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي)، ولصالح المستوى الاقتصادي الاجتماعي، والتعليمي المرتفع (على افتراض أنها الفئة التي تملك الوعي الكافي، والإمكانيات المادية).

مقترح للاستراتيجية المثلى للاتصال المعلوماتي الإلكتروني لرفع الوعي المجتمعي أثناء الأزمات:

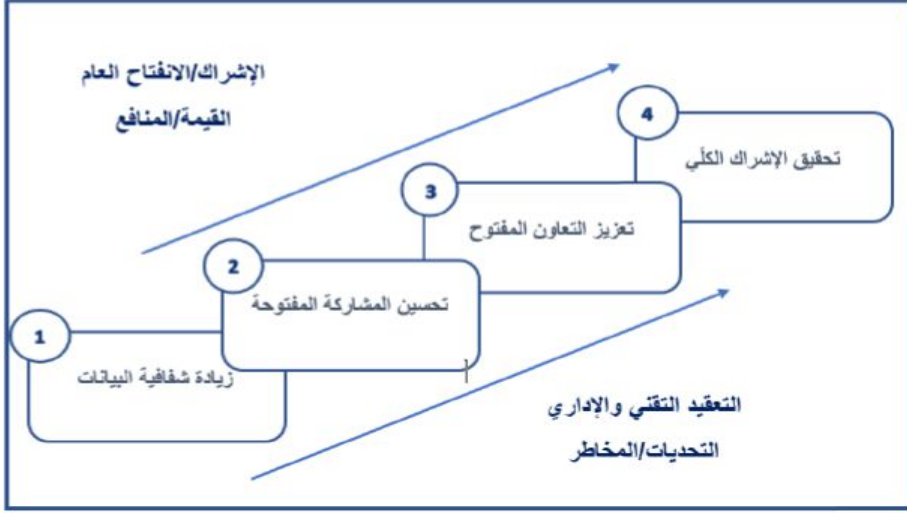
تبعًا لما كشفت عنه نتائج الدراسة من نجاح الممارسات الاتصالية والإعلامية التي قامت بها الحكومة المصرية في التوعية بفيروس كورونا؛ فتوصي الباحثة باستمرار الحكومة في هذه الجهود، وألا تقتصر على جائحة كورونا، بل تمتد إلى التوعية والتثقيف الصحي بكافة الأمراض ليتحقق من خلالها المعرفة الصحية لأفراد المجتمع، وتساعدهم في اتخاذ القرارات المتعلقة بوضعهم الصحي، وتطبيقها في كافة الأزمات التي تواجه الدولة، ولكن لتقديم معلومات دقيقة يثق بها الجمهور، وتحقق رضا ساحق لدى كافة الفئات. توصي الباحثة بتطبيق استراتيجية الحكومة المفتوحة، والتي ثبت نجاحها في كثير في البلدان مثل السويد وهي دولة أوروبية وتحتل مكانًا متقدمًا في مؤشرات الحكومات المفتوحة عالميًا، والولايات المتحدة الأمريكية، والتي تبنت وطبقت نموذج الحكومة المفتوحة، وإندونيسيا وهي دولة نامية حققت تقدمًا ملحوظًا في منطقة شرق آسيا والمحيط الهادئ⁵⁰، وبعض البلدان عربية وهي: الأردن وتونس والمغرب والإمارات⁵¹. وتقترح الباحثة أيضًا دعم تطبيق الحكومة المفتوحة بتعاون إقليمي استراتيجي، كون

الفيروس عابر للحدود من حيث الانتشار والتداعيات، وكذلك نتيجة التشابك الذي تعرفه المنظومة الاقتصادية العالمية.

ويوضح الشكل الآتي استراتيجية الحكومة المفتوحة التي تقترح الباحثة تطبيقها في الاتصال المعلوماتي الحكومي.

شكل (1)

نموذج استراتيجية الحكومة المفتوحة



المرحلة الأولى: زيادة شفافية البيانات: وبها يكون الهدف الرئيس تحسين شفافية إجراءات وأعمال الحكومة، وذلك بنشر البيانات المحدثه بصورة مفتوحة على الشبكة. ويجري تنفيذ ذلك بتحديد بيانات عالية الجودة ودقيقة وموثوق بها. ويساعد شفافية البيانات المواطنين على فهم أفعال الحكومة، ومساءلتها على هذه الأفعال، مما يساعد على تعزيز ثقة المواطنين بها، وزيادة الثقة والرضا عن أدائها. وهو الأمر الذي أثبتت نتائج الدراسة أن الحكومة في حاجة كبيرة إلى استراتيجية جديدة لزيادة مستوى الثقة، والرضا من قبل المواطنين فيما تقدمه من بيانات ومعلومات.

المرحلة الثانية: تحسين المشاركة المفتوحة: وبها يجري التركيز على استخدام الأدوات المختلفة بغرض دفع المشاركة المفتوحة لأعمال الحكومة وآليات صنع القرار فيها. وفي هذه المرحلة، تصبح الحكومة مفتوحة بفضل تفاعل المواطنين المباشر معها، والإفادة من أفكارهم ومعارفهم التي يمكن لها أن تحسّن من عمليات صنع القرار ورسم السياسات، حيث تحصل من الجمهور على قصص، وأفكار، وملاحظات، وتقوم بنشرها. وهذه

المرحلة تساعد الحكومة من التخلص من مشكلة عدم دقة البيانات والإحصاءات المعروضة للجمهور؛ والتي ترجع إلى الأساس إلى عدم مشاركة الجمهور بالأعداد الصحية للإصابات والوفيات بسبب فيروس كورونا.

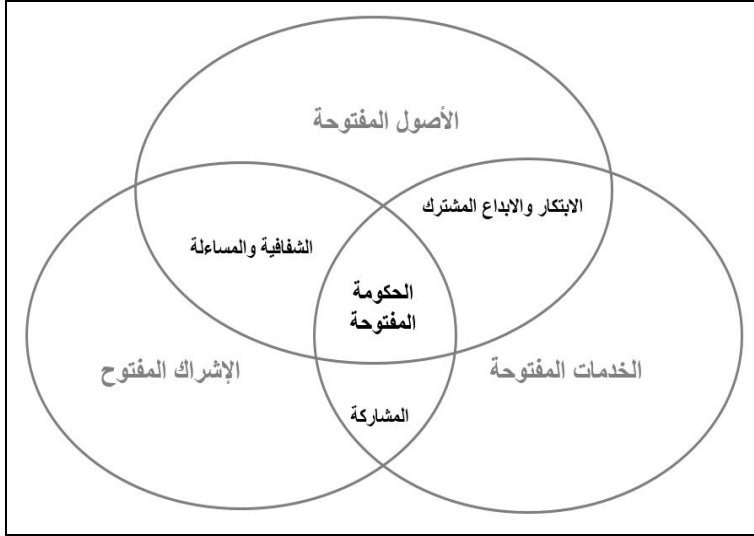
المرحلة الثالثة: تعزيز التعاون المفتوح: وبها يكون الهدف الرئيس تعزيز التعاون المفتوح بين الحكومة ومكوناتها المختلفة من جهة، والقطاع الخاص والجمهور من جهة أخرى. ويعني ذلك إشراك المواطنين في مهام ونشاطات ومشاريع أكثر تعقيداً، مثل كتابة ومراجعة الوثائق، والابتكار في المنتجات والخدمات، وتنظيم الفعاليات. ويرتبط نجاح هذه المرحلة بقدرة الحكومة على الذهاب إلى أبعد من التعاون البيئي بين مكونات الحكومة المختلفة، للوصول إلى الإفادة من الأفكار والمهارات والمعارف التي يملكها الجمهور؛ وهذا ما يتطلب استخدام أدوات للتواصل الاجتماعي، مثل صفحات التواصل الاجتماعي المختلفة. فقد أظهرت الجائحة تكاتف وتعاون الأفراد ومؤسسات المجتمع المدني في تقديم المساعدات الطبية سواء للأفراد، أو المستشفيات. وترى الباحثة أن تطبيق استراتيجية الحكومة المفتوحة سيساعد في التنسيق بين الحكومة وتلك الاجتهادات من قبل أفراد المجتمع، وعليه مواجهة الأزمة بشكل أفضل.

المرحلة الرابعة: تحقيق الإشراف الكلي: حيث يجري التركيز على جعل إشراك الجمهور ووصولهم أكثر سهولة، عن طريق التكنولوجيات المتاحة، والتكامل لجميع الأدوات والطرائق والخدمات التي توفرها الحكومة بمكوناتها المختلفة. وقد حققت الحكومة الكثير من الرسائل الاتصالية على صفحات التواصل الاجتماعي، وتطبيق صحة مصر. ولكن عدم دقة البيانات كان سبب رئيس عن عدم ثقة الجمهور في الرسائل المقدمة، وعدم رضائهم عن مستوى أدائها الاتصالي؛ والتي يمكن حلها بسهولة من خلال اتباع المراحل السابقة في الاستراتيجية المقترحة تطبيقها.

ومن خلال تطبيق هذه الاستراتيجية بمراحلها الأربعة تتفاعل الأبعاد الثلاثة لنظام الحوكمة المفتوحة باستمرار. وعند تفاعل الأصول المفتوحة مع الإشراف المفتوح، يمكن تعزيز الشفافية والمساءلة. وعند تفاعل الأصول المفتوحة مع الخدمات المفتوحة، ينتج الابتكار والإبداع المشترك. وعند تفاعل الخدمات المفتوحة مع الإشراف المفتوح، يمكن الوصول إلى مشاركة مفتوحة أفضل؛ لذلك لا بدّ من ضمان أن تكون المكونات الثلاثة متاحة لكي يمكن تحقيق الحكومة المفتوحة، التي تقع في مركز نظام الحوكمة المفتوحة ذي النطاق الأوسع، وهذا بدوره يساعد في نجاح الاتصال المعلوماتي من قبل الحكومة،

ويساعد في تخطي كافة الأزمات، والنجاح بفعالية في حلها، والحد من أي أخطار تهدد الكيان الوطني. ويوضح الشكل الآتي هذا التفاعل.

شكل (2) تفاعل الحكومة المفتوحة



المراجع:

- 1 - <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
- 2- سمير الخليلشي، (أبريل 2020) ، تقرير رهانات التعاون الدولي في ظل أزمة كورونا، إسطنبول، (ص 6، 5).
- 3 - استراتيجيات الحكومات لمواجهة الأزمات، انظر في:
 - <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
 - https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports/?fbclid=IwAR1QZ-IE6QIOigmCayb_sInItcGHe5fUQiHJfKQP0NUcnicGmnsGK2Z-vE
 - <https://www.care.gov.eg/EgyptCare/index.aspx>
 - <https://dubaipolicyreview.ae/ar/%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%83%D9%88%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%81%D8%AA%D9%88%D8%AD%D8%A9/>
- 4- مركز الإمارات للسياسات، تداعيات وباء كورونا على الاتحاد الأوروبي ومستقبله، متاح على: <https://bit.ly/2PCPBux> (August 11, 2020).
- 5- صندوق النقد الدولي، الحد من التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا بوضع سياسات موجهة كبيرة، متاح على: <https://bit.ly/3gMixvV> (August 10, 2020)
- 6- حسين ملكاوي، أسماء. آخرون، (2020)، أزمة كورونا وانعكاساتها على علم الاجتماع والعلوم السياسية والعلاقات الدولية، (الدوحة: مركز ابن خلدون للعلوم الإنسانية والاجتماعية).
- 7- لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، (أغسطس 2020) ، استجابات وطنية طارئة على مستوى السياسات العامة ، ص4، متاح على: <https://bit.ly/3iqSURU>
- 8- صندوق النقد العربي، الحد من التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا بوضع سياسات موجهة كبيرة، مرجع سابق، ص 17.
- 9 - شراكة الحكومة المفتوحة، متاح على: <https://www.opengovpartnership.org>
- 10- لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، استجابات وطنية طارئة على مستوى السياسات العامة، مرجع سابق، ص 4، 5.
- 11- صندوق النقد الدولي، الحد من التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا بوضع سياسات موجهة كبيرة، مرجع سابق.

- 12 - لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، استجابات وطنية طارئة على مستوى السياسات العامة، مرجع سابق، ص 4، 6.
- 13 - صندوق النقد الدولي، الحد من التداعيات الاقتصادية لفيروس كورونا بوضع سياسات موجهة كبيرة، مرجع سابق.
- 14 - منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، تقرير الحكومة المفتوحة السياق العالمي والآفاق المستقبلية، د.م.ن، 2016، ص21.
- 15 - معهد البحوث والتدريب IMRT (2020) ، "مواجهة الوباء المعلوماتي"، الجامعة اللبنانية الأمريكية LAU، بيروت.
- 16- Qazi, A., Qazi, J., Naseer, K., Zeeshan, M., Hardaker, G., Maitama, J. Z., & Haruna, K, (2020), Analyzing Situational Awareness through Public Opinion to Predict Adoption of Social Distancing Amid Pandemic COVID-19, Journal of Medical Virology 1–7.
- 17 -Hussain, T., Khan, S., Gilani, U. S., & Raza, S. M. M., (2020) Evaluation of General Awareness Among Professionals Regarding COVID-19: A Survey Based Study from Pakistan, research square, version1.
- 18 -Zhong, B. L., Luo, W., Li, H. M., Zhang, Q. Q., Liu, X. G., Li, W. T., & Li, Y, (2020) Knowledge, attitudes, and practices towards COVID-19 among Chinese residents during the rapid rise period of the COVID-19 outbreak: a quick online cross-sectional survey. International journal of biological sciences, vol 16(10), 1745–1752.
- 19- Lotus Ruan, Jeffrey Knockel, and Masashi Crete-Nishihata, Censored Contagion How Information on the Coronavirus is Managed on Chinese Social Media. <https://citizenlab.ca/2020/03/censored-contagion-how-information-on-the-coronavirus-is-managed-on-chinese-social-media/>
- 20 - Karasneh, R., & et al. (2020). Media's effect on shaping knowledge, awareness risk perceptions and communication practices of pandemic COVID-19 among pharmacists. Research in Social and Administrative pharmacy, <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.04.027>.
- 21 - أمال إسماعيل محمد زيدان (2020م)، "تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا: تقييم مرحلي". مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 54.

- 22- دعاء عادل، ليلي عبده شبيلي، علياء عادل محمود، مروة محمد بكري (2020م)، "اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان". مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 54، الجزء الرابع.
- 23 - محمد عبد ربه المغير، (مايو 2020م)، السياسات الإعلامية في الحد من أخطار كورونا، بحث منشور، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر.
- 24- Jeffrey Gottfried, (May 2020), Mason Walker and Amy Mitchell, Americans' Views of the News Media During the COVID-19 Outbreak, Pew Research Center, Journalism & Media, Washington, DC 20036 USA, published: 30/06/2020.
- 25 - محمد الأمين موسى (أبريل، 2020)، متاح على: <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4642>
- 26- ريهام مرزوق إبراهيم عبد الدايم (2020م) ، "معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد19) (دراسة تحليلية)". مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 54.
- 27- عرين عمر الزغبي. (مايو، 2020م). تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية- دراسة ميدانية. مجلة الدراسات الإعلامية (العدد الحادي عشر) ، 516-534.
- 28- Christian R. Mejia & Others, (2020), The Media and their Informative Role in the Face of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19): Validation of fear Perception and Magnitude of the Issue (MED-COVID-19), Electronic Journal of General Medicine, Modestus Ltd, UK,
- 29- BBVA Research Center (May 2020), A big analysis of Media coverage shines light on COVID-19 impact, Spain.
- 30 - عيشه عليه، (مايو، 2020م) ، دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19) "دراسة ميدانية". مجلة الدراسات الإعلامية (العدد الحادي عشر) ، 496-516.
- 31 - حسام فايز عبد الحي (2020م)، "اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا - كوفيد 19، وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم". مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 10.
- 32- Wajahat Hussain, (April 2020), "Role of Social Media in COVID-19 Pandemic", Research gate in Journal of Pakistan Rawalpindi Internet Research, 06/08/2020.
- 33- Ouaidat, J., & Mohamed, M. (2020).” University Youth interact with Crohn’s Virus prevention methods via Facebook.” ‘A field study on the users of my page

channel "Kingdom of Jordan", and channel "France24 Arabic". Journal of Media Studies (Issue 11), 572-586.

- 34 -Riehm, K. E., & et al. (2020). Associations Between Media Exposure and Mental Distress Among Medicine, available at:
<https://doi.org/10.1016/j.amepre.2020.06.008>.
- 35- إيمان عاشور سيد حسين (2020م)، "التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم". مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 54.
- 36- عتاب المولى، (2020)، "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تقديم المعارف الصحية والاجتماعية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، بيروت، لبنان، العدد الخامس.
- 37- Chen Q, Min C, Zhang W, Wang G, Ma X, Evans R., (12 Apr 2020), Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis, Compute Human Behave [published online ahead of print.
- 38 - خالد فيصل الفرم، (يوليو / ديسمبر - 2016) " استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية" المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال - العددان (14 - 15)، ص 164-175.
- 39- 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).
- 40- Abhay B Kadam, (April 2020), Negative Impact of social media panic during the COVID-19 outbreak in India, Journal of Travel Medicine, OXFORD Academic, Volume 27, Issue 3, taaa057, <http://doi.org/10.1093/jtm/taaa057> Published:18
- 41- Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H., (April 2020), The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. Journal of Travel Medicine, Volume 27, Issue 3.
- 42 - Marina Krmar, D. (2016)، Communication science Theory and Research: An Advanced Introduction, New York Routledge.
- 43 - أيمن منصور ندا، شيماء ذو الفقار زغيب، (2004)، دراسات في نظريات الرأي العام، القاهرة، دار المدينة برس.
- 44- Danie Wigans (2019). "The representation of Muslims in media". Study lab, Germany.p.45

45- Yu Jusheng (2015). "A cognitive process model of agenda setting". paper presented at the annual meeting of the international communication association, Washington.p.78.

46 - أيمن منصور ندا، (2010)، تأثير التعرض للأخبار الإيجابية والسلبية على الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

47 - هبة شاهين، (2010)، دور وسائل الإعلام في تهيئة الجمهور المصري نحو الثقة في الحكومة، المؤتمر العلمي الدولي السادس عشر: الإعلام وقضايا الفقر والمهمشين- الواقع والتحديات في الفترة من 13-15 يوليو، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

48 - Erik, M. (2014). Evaluation New of Model Priming A events: Key and Credibility, Bucy, Paper presented to the annual meeting of the international communication association, Washington, P 90-94.

49 - قائمة المحكمين:

- أ.د/ حنان جنيد، أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- أ.د/ خالد عبد الجواد، أستاذ الإعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق.

- أ.د/ رزق سعد، أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الألسن وعلوم الاتصال.

- أ.د/ محمد غريب، أستاذ الإعلام، كلية الإعلام، جامعة أم القرى.

50 - تقرير الأمم المتحدة " الإسكوا"، (2018)، تعزيز الحكومة المفتوحة في المنطقة العربية، بيروت، ص 22.

51 - المرجع نفسه، ص27.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Ghanem Alsaad

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

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

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

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

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

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

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

● Issue 56 January 2021 - part 5

● 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.