

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



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

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية.

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية).

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

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

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

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - 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 التاسع والخمسون - الجزء الثاني - صفر ١٤٤٣ هـ - أكتوبر 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 وأخر 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./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

- ٥٢١ ■ توظيف «فيس بوك» في الرقابة الشعبية لحماية المستهلك دراسة تحليلية
مقارنة بين صفحتي **Don't shop here - Consumer Reports**
د. آمال إسماعيل محمد زيدان
-
- ٥٨٣ ■ العلاقة بين نمط التفكير ونشر الخصوصية عبر الإعلام الاجتماعي
الجديد
د. سعد بن عبد الرحمن القرني
-
- ٦٣٧ ■ تصور مقترح لبرنامج تدريبي لنشر التربية الإعلامية والرقمية بين
الشباب الجامعي في صعيد مصر «دراسة طولية شبه تجريبية»
د. فاطمة فايز عبده، د. إنجي عباس أبو العز
-
- ٦٩١ ■ تقنيات استخدام الهواتف الذكية في الإنتاج البرامجي المرئي (دراسة
استكشافية)
د. مروة عبد الله السيد
-
- ٧٣٣ ■ استراتيجيات التحقق الإخباري المستخدمة لدى القائم بالاتصال فى
الصحف المصرية عبر موقع الفيس بوك
د. نهاد محمد حسن
-
- ٧٩٣ ■ أطر معالجة مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الناطقة
باللغة العربية لجائحة كورونا المستجد **COVID 19**: دراسة تحليلية
د. نهله حلمي محمد عبد الكريم
-
- ٨٤٣ ■ دور شبكات التواصل الاجتماعي في كشف الشائعات (الفيسبوك
نموذجًا) - تصميم نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات
بشبكات التواصل الاجتماعي
د/ نهى سامي إبراهيم

٨٩٥

■ تناول السينما الروائية المصرية لقضايا الاحتجاج الثقافى والاجتماعى
«دراسة تحليلية»
د. محمود سلمى حسن

٩٥٣

■ دور مصداقية مدونى فيديو هات مراجعة المنتجات فى تشكيل النية
الشرائية لدى الجمهور المصرى
د. مى إبراهيم حمزة

١٠٠٣

■ آليات الجمهور المصرى فى التحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم
التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعى
د. أحمد جمال حسن

١٠٦٧

■ Usage of TikTok and Anxiety among Egyptian Teenagers
and Youth during Covid19 Pandemic

Prof. Shaima'a Zoelfakar



الصفحة الرئيسية

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة (بوليني) (2021)	اسم المجلة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	2
2682-4683	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإلإاعة والتلإزيون	الدراسات الإعلامية	3
2735-4326	2536-9237	6.5	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2682-4620	2356-9168	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	5
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	6
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	7
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	الدراسات الإعلامية	8
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	المجلة المصرية لبحوث الراى العام	الدراسات الإعلامية	9
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	10
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد النولى العالى للإعلام بالشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	11
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	12
2786-0167	2682-213X	6	معهد الجزيرة العالى للإعلام وعلوم الاتصال	مجلة بحوث الإعلام وعلوم الإتصال	الدراسات الإعلامية	13

• يتم إعادته تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر في هذه المجلات.

أطر معالجة مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الناطقة
باللغة العربية لجائحة كورونا المستجد COVID 19: دراسة تحليلية

- Frameworks for processing Arab and foreign news satellite channels Arabic speaking about the emerging corona pandemic, COVID 19: an analytical study

د. نهله حلمي محمد عبد الكريم

مدرس بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

Nahla.helmy@must.edu.eg

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة لتحقيق بعض الأهداف، منها: تحديد الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد كوفيد 19 المثارة والتي يتم التركيز عليها في المواقع الإخبارية الإلكترونية للقنوات الفضائية محل الدراسة، والتعرف على السياسة التحريرية والقيم الإخبارية التي تناولتها مواقع القنوات الإخبارية على الإنترنت محل الدراسة تجاه تأطير أخبار جائحة كورونا المستجد كوفيد 19، وكذلك التعرف على الأطر الخبرية ووظائفها في التداول الإعلامي بالمواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية محل الدراسة، والتعرف على أطراف القوى الفاعلة كما تناولتها المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية محل الدراسة، أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج: تنوعت موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية، وإن جاء في المقدمة تصاعد المخاوف لعدم السيطرة على المرض بنسبة 30.2% ثم موضوع معاناة المواطنين في حياتهم اليومية بنسبة 21.6%، كما كشفت نتائج التحليل الإحصائي عن تصدر الاعتماد على الأخبار في المقدمة، تلاه التقارير الإخبارية، وكانت أقل الفنون الإخبارية اعتمادًا عليها هي الإنفوجراف، وجاء التركيز على الشفافية في المقدمة من إجمالي السياسة التحريرية لموضوعات كورونا، تلاه سياسة الدقة ثم سياسة الشمولية، وكان أقل نمط من السياسة التحريرية المعتمد عليه هو الحيادية بنسبة 7.2%.

الكلمات المفتاحية: أطر- جائحة- فيروس كورونا- القنوات الفضائية الإخبارية.

Abstract

The study aims to achieve some goals, including identifying topics related to the emerging Corona pandemic, Covid 19, which are raised and focused on in the electronic news sites of the satellite channels understudy, and identifying the editorial policy and news values that were addressed by the websites of the news channels on the Internet understudy towards framing the news of the emerging Corona pandemic. As well as identifying the news frameworks and their functions in the media handling of the websites of the news channels understudy and identifying the parties of the active forces as addressed by the websites of the news channels under study, the most important findings of the study. And if at the forefront came to the escalation of fears of the lack of control of the disease by 30.2%, then the issue of the suffering of citizens in their daily lives by 21.6%, and the results of the statistical analysis revealed that the reliance on the news came first, followed by news reports, and the least dependent on the news arts was the infographic. The focus on transparency came to the fore of the total editorial policy on Corona topics, followed by the policy of accuracy and then the policy of comprehensiveness, and the least type of editorial policy relied upon was impartiality at 7.2%.

Keywords: frames - pandemic - corona virus - news satellite channels.

بعد ظهور وباء كورونا في أواخر عام ٢٠١٩ وإعلان منظمة الصحة العالمية عن تحوله لجائحة تغزو العالم ويصعب السيطرة عليه، يتزايد حرص الأفراد والحكومات نحو التفاعل مع وسائل الإعلام؛ لمتابعة أخبار الجائحة المقلقة لكافة دول العالم لسرعة انتشار الفيروس، وانعدام وجود لقاحات وعقاقير تعالجه، وأنها أصابت حركة الاقتصاد العالمي بالركود، ويبرز دور وسائل الإعلام في أوقات الأزمات؛ حيث تلبيتها لاحتياجات الجمهور المستمرة للحصول على المعلومات السريعة والدقيقة معاً عن الأزمة، وأسبابها، وتطورها، وكيفية التفاعل معها، أما بالنسبة للحكومات فقد أفادت من وسائل الإعلام في نشر سياساتها وإجراءاتها وتدابيرها في احتواء الجائحة، وبالتالي مهمة الإعلام لا تنحصر في نقل الأخبار وتشكيل الرأي العام، بل يتعداه للتوعية والتثقيف وتوجيه الشعوب في أوقات الأزمات.

كان الدور الفعلي للقنوات الفضائية الإخبارية العربية أو الناطقة باللغة العربية هو توعية الشعوب العربية بتطورات الجائحة وإتاحة المعلومات للجمهور، وفرضت الأوضاع الصحية للجائحة وحالة التباعد الاجتماعي تعظيم دور وسائل الإعلام والقنوات الفضائية الإخبارية في الحصول على المعلومات ومتابعة المستجدات عن الجائحة؛ لذا كانت أخبار الجائحة في مقدمة أولويات خريطة البث الفضائي للقنوات ومواقعها الإلكترونية، بما يخدم هدي التعريف والتوعية، وارتفع دورها في كونها طرفاً مباشراً في إدارة الأزمة مع الحكومات، وليس مجرد وسيط أو ناقل للأخبار بين الحكومات والشعوب.

ولم تغفل القنوات الفضائية الإخبارية الإلكترونية الجانب السوسولوجي لدى الجماهير والأفراد، فليس في وسع الخطاب الإعلامي أن يتغاضى عن خصوصية متابعيه وجمهوره، والعوامل المؤثرة فيهم فكرياً ونفسياً، بالتوازي مع الناحية الاقتصادية، لذا خصصت القنوات التي تبث على مواقعها الإلكترونية فقرات إخبارية عبر نشراتها، وبرامج حوارية عن الأوضاع الاقتصادية التي تعرض لها المواطنين من ذوي الدخل

المحدود والفقراء في ظل الجائحة، وتأثر القطاعات العاملة في الدول ومنها القطاع الخاص بالجائحة.

وفي مثل هذه الحالات تزداد رغبة الجمهور في مشاركة المعلومات وتبادل وجهات النظر مع الآخرين، وشغلت جائحة كورونا أنظار عدد كبير من الباحثين بمختلف دول العالم من مختلف التخصصات العلمية، مما أفرز عددا ضخما من الدراسات متواصلة للجائحة، اتضح منه تركيز النشر الإعلامي لتطورات ومستجدات الجائحة، واتجهت التغطيات الإعلامية الإخبارية نحو الالتزام بالضوابط التي تحكم دورها في إدارة الأزمات، مع مراعاة الفورية في نقل أخبار الجائحة، وإمداد الجمهور بالحقائق التفصيلية، وتحقيق العمق والشمول في تغطية جوانبها، وضبط النفس والتعامل بموضوعية مع أجهزة الرأي العام، والاعتراف بالأخطاء الحادثة أثناء التغطية، والرجوع والاعتماد على المصادر الأصيلة⁽¹⁾.

لذا كان موضوع الدراسة الحالية هو التعرف على الأطر الإخبارية لتناول الجائحة عبر القنوات الفضائية الإخبارية المصرية والعربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية عبر مواقعها الإلكترونية، وتقييم سياستها التحريرية في متابعة مجريات الجائحة، خاصة أن الأطر التي تعتمد عليه كل قناة تؤثر في اتجاهات الجمهور نحو تشكيل معارفه وسلوكياته في التفاعل مع الجائحة، حيث إن الاستراتيجيات وأساليب التغطيات الإخبارية لجائحة كورونا يعكس الجهود التي تبذلها هذه القنوات في تقديم موادها الإخبارية؛ بما يتفق مع سياساتها وأيديولوجياتها الفكرية والسياسية والإعلامية، ويكشف عن ترتيب الأولويات لدى هذه القنوات من حيث نوعية الأخبار التي تركز عليها في إطار تناول الجائحة، ونشرها عبر مواقعها الإلكترونية، علما بأن الإعلام الإلكتروني أصبح من الوسائل المهمة التي يعتمد عليها الجمهور في متابعة أخبار الجائحة إلى جانب القنوات الفضائية.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في "رصد وتحليل وتقييم الأطر الخبرية للمواقع الإخبارية للقنوات الفضائية العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية في معالجة جائحة كورونا المستجد COVID-19، حيث تناول البحث العلمي هذه القضية بشكل مكثف خلال الفترة السابقة، في إطار تقييم نجاح التغطيات الإعلامية في تناول جائحة كورونا المستجد عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، والتي هنا مجال الدراسة المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت، حيث تهدف الدراسة إلى تقديم رؤية تحليلية متعمقة للسياسات التحريرية التي تتبناها القنوات الفضائية عبر مواقعها الإلكترونية في تناول الجائحة؛ وذلك بالكشف عن أهم الموضوعات الرئيسية التي تناولتها المواقع

الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة: (قناة النيل الإخبارية، قناة العربية، قناة روسيا اليوم) على الإنترنت بخصوص الجائحة، والقيم الإخبارية التي ركزت عليها خلال التناول، والقوى الفاعلة التي تم إبرازها في التغطيات الإعلامية ودورها، هو ما يعطى صورة عن طبيعة التوجه الإعلامي لكل قناة من القنوات الفضائية عبر مواقعها الإلكترونية في تناول الجائحة".

ثانياً: الدراسات السابقة:

تبين وجود إنتاج بحثي متراكم خلال عامي 2020 و2021 حول دور الإعلام التقليدي والجديد في تناول جائحة كورونا المستجد "كوفيد 19"، وتسعى الباحثة لاستعراض وتحليل وتقييم هذا الإنتاج البحثي المتعلق بدراسات الإعلام ودوره في تغطية الجائحة، كما يلي:

المحور الأول: دراسات سابقة ارتبطت بأطر التناول الإعلامي للجائحة عبر المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية الإلكترونية "الإعلام الإلكتروني":

- أهمية الإعلام الإلكتروني في مجال الوعي وإتاحة المعرفة والمعلومات حول الجائحة: هدفت دراسة (أبو بكر حبيب، 2021) ⁽²⁾ إلى التعرف على كيفية معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لجائحة كورونا، بتحليل موقع صحيفة اليوم السابع المصرية وصحيفة الرياض السعودية وصحيفة البيان الكويتية. وتوصلت إل مجئ الخبر في مقدمة الفنون التحريرية، ثم التقرير الصحفي، ثم المقال الصحفي، وجاء في مقدمة الأساليب المنطقية إبراز تصريحات المسؤولين، بينما جاءت الأساليب العاطفية في الترتيب الأول، وأضافت دراسة (هبة العطار، 2021) ⁽³⁾ توضيحاً لدور وسائل الإعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمواجهة فيروس كورونا، وتبين ارتفاع الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة لزيادة الوعي الصحي بفيروس كورونا بين الفئات المختلفة، وارتفاع قبول وسائل الإعلام الجديدة في التوعية بفيروس كورونا لدى الطلاب، وجاءت مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في خلق وتعزيز الوعي الصحي بالفيروس بالمرتبة الأولى، تلاه معرفة أساليب التعامل مع الفيروس في مراحل الأولى.

وهدفت دراسة (أبو سنة، 2021) ⁽⁴⁾ إلى التعرف على مستوى التماس الطفل السعودي للمعلومات من الإعلام التقليدي والرقمي عن جائحة فيروس كورونا، ورصد استراتيجيات وخطوات ومصادر وتأثيرات الالتماس وعلاقته بإدراكهم للجائحة، وتوصلت لوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى التماس الطفل السعودي للمعلومات عن جائحة فيروس كورونا المستجد ومستوى إدراكه للجائحة، ووجود فروق ذات دلالة

إحصائية بين مستوى الاهتمام بالمعلومات عن جائحة فيروس كورونا المستجد ومستوى التماس الطفل السعودي للمعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية.

- الأطر الخبرية في تناول الإعلام الإلكتروني لأخبار جائحة كورونا المستجد:

هدفت دراسة (عبد الله محمد عبد الله، 2020) إلى التعرف على الأطر الخبرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا دراسة على الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية⁽⁵⁾، ويتألف مجتمع الدراسة من كافة الأخبار والتقارير الخبرية التي تم تداولها في الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية، وتوصلت إلى أن تكتم الصين على ظهور فيروس كورونا هو أكثر أطر الأسباب الواردة بموقع قناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة كورونا بنسبة 22.5%، وأن التعاون الإيطالي الروسي هو أكثر أطر التعاون بموقع قناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة كورونا بنسبة 28.8%، وأن الدخول في حالة الركود الاقتصادي هو أكثر أطر العواقب الاقتصادية بموقع قناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة كورونا بنسبة 20.5%، وأن تحميل الحكومات مسؤولية انتشار الفيروس أكثر أطر العواقب السياسية بمواقع قناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة كورونا بنسبة 33.5%.

وسعت دراسة (محمد عثمان حسن، 2020) إلى التعرف على أطر تقديم جائحة كورونا في المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية⁽⁶⁾، واعتمد البحث على استخدام المقارنة المنهجية بهدف الوقوف على أوجه الشبه والاختلاف في التغطية الصحفية للمواقع الإخبارية (الأهرام، الوفد، المصري اليوم) للأطر الإعلامية كما تناولتها تلك المواقع حول الجائحة، وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية عينة الدراسة تناولت موضوعات الجائحة باهتمام واضح، وأظهرت المعالجة الكيفية التي تعالج بها الموضوعات المختلفة، وطرق عرضها والتناول الإخباري لها، ومجموعة حقائق مرتبطة بالموضوع عن طريق الانتقاء والإبراز لجوانب معينة، وفيما يختص بجائحة كورونا تعكس رؤية كل من المواقع (الأهرام، الوفد، المصري اليوم) لأبعاد الأزمة ومحورية القوة الفاعلة المستخدمة في صنع الأحداث؛ مما يشير للاهتمام بالقوة الفاعلة من وجهة نظر سياسة المواقع وفكرها وفلسفتها، وأن المواقع (الأهرام، الوفد، المصري اليوم) لم تركز على استخدام إطار واحد في معالجة جائحة كورونا، بل طرحت عدداً من الأطر المتباينة- وإن تناوبت في الظهور خلال فترة الدراسة- وإن اختلفت في تكرار ظهور الإطار واستمراره طوال فترة المعالجة وفقاً لاختلاف مراحل تطور الأزمة ذاتها.

سعت دراسة (عيشة علة، 2020) حول دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد19) ⁽⁷⁾ في الجزائر، وتم سحب عينة من (140) مبحوثاً، وأسفرت النتائج عن إمكانية التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار الفيروس، كما أضافت دراسة (جاد عويدات، 2020) بخصوص تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيسبوك: دراسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة "المملكة الأردنية" وقناة France 24 ⁽⁸⁾، وكانت العينة (400) مبحوث من جامعتي القاهرة والمنيا من متابعي الصفحتين، وتبين وجود فروق دالة بين أشكال تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من كورونا بصفحتي قناة المملكة الأردنية و France 24 عربي لصالح صفحة قناة France 24.

وهدف دراسة (جيهان سعد، 2020) إلى التعرف على أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (COVID-19) ⁽⁹⁾، وتم تحليل عينة من الأخبار والمواد الصحفية المنشورة عبر مواقع (اليوم السابع، بوابة أخبار اليوم، القاهرة 24)، وتوصلت لاهتمام عينة الدراسة بعرض أخبار وتحقيقات خاصة بمعالجة تداعيات جائحة كورونا في مواقع الصحف والمواقع الإخبارية على كافة القطاعات، وجاءت المعالجة الإيجابية في مقدمة أنواع المعالجات الإعلامية بنسبة 63%، ثم المعالجة المحايدة؛ وهي التي لا تشمل في طياتها إبراز الإيجابيات أو السلبيات، وكانت بنسبة 35.5%، ثم المعالجة السلبية للأخبار في نهاية أنواع المعالجات الإعلامية، وجاء إطار التأييد ودعم القرارات على رأس قائمة الأطر الفرعية المستخدمة في معالجة تداعيات جائحة كورونا، وتفسر الباحثة ذلك بأن كلاً من جرائد "اليوم السابع، أو بوابة أخبار اليوم"، تُعد من الجرائد الرسمية التي من شأنها تدعيم آراء الحكومة وتأييدها، وفي الترتيب الثالث يوجد إطار المسؤولية بنسبة 43.1% وهو الإطار الذي يؤكد على مسؤولية الأشخاص في توفير الحماية والوقاية من الإصابة بالمرض، ومسئوليته في اتخاذ التدابير اللازمة لمواجهة الفيروس، وبنسبة 41.3% يوجد إطار الحلول والمقترحات في الترتيب الرابع.

هدفت دراسة (سينغ، 2020) ⁽¹⁰⁾ إلى رصد وتحليل الخطاب الإعلامي المستخدم في Twitter فيما يتعلق بجائحة كورونا، ودوره في نشر المعلومات والشائعات بين الجمهور، وحجم المناقشات التي تحدث على Twitter فيما يتعلق بالجائحة، وأشارت النتائج إلى أنه نتيجة عدم وجود رقابة على المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي؛ لذلك

كانت تلك المنصات من بين الوسائل الرئيسية التي كانت سبباً في نشر الخرافات والأساطير والمعلومات المضللة بين الجماهير، مثل أن فيروس كورونا شبيه بفيروس الأنفلونزا له مثل الأعراض ويمكن علاجه بدواء الأنفلونزا العادية، أو مثل شائعة أن الفيروس سيتم القضاء عليه خلال فصل الصيف والطقس الساخن Heat Kills Disease، أو أن الفيروس ما هو إلا بمثابة حرب كيميائية، حيث إن الفيروس تم تحضيره في المعامل الكيميائية، وأدى أحياناً لنشر الخوف والذعر بين الجماهير.

كما هدفت دراسة (Liao وآخريين، 2020) ⁽¹¹⁾ إلى تحليل ردود أفعال المواطنين نحو أداء الحكومة خلال أزمة كورونا عبر تحليل أشكال تفاعل الصينيين مع المنشورات المتعلقة بكورونا على المنصة الاجتماعية الأولى بالصين Sina Weibo، وتوصلت لتوظيف الحكومة المنصات الاجتماعية لنشر آخر أخبار الجائحة والتحركات الحكومية للتصدي له، موضحة انخفاض التفاعل عبر الحسابات الحكومية مقابل ارتفاعه عبر الحسابات الشخصية، وزاد التعبير عن اللوم على أداء الحكومة وارتفعت مستويات القلق لدى المواطنين.

كما تناولت دراسة (بسنت مراد، 2020) ⁽¹²⁾ تفاعل الجمهور مع محتوى أزمة كورونا على موقع فيسبوك وتطبيقاتي Whatsapp و Messenger معتمدة على عينة عمدية غير احتمالية قوامها (408) مفردات، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تصدرت المقدمة في مصادر الحصول على المعلومات حول الأزمة، وجاء بالمقدمة الصفحات الرسمية للدولة من بين مصادر المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يدل على أهمية المصادر الرسمية المحلية في وقت الأزمات، وفي ذات السياق، توصلت دراسة (Abdelhafiz, et al, 2020) ⁽¹³⁾ بالتطبيق على عينة من البالغين بلغت (559) من سكان القاهرة والإسكندرية وبنى سويف والسويس إلى تصدر شبكات التواصل الاجتماعي واعتبارها المصدر الأول لمعلومات المصريين عن الفيروس.

المحور الثاني: الخطاب الإعلامي وتعامله مع جائحة كورونا:

سعت دراسة (صالح، 2021) ⁽¹⁴⁾ إلى التعرف على الطريقة التي يستقي بها الجمهور معلوماته حول جائحة كورونا من وسائل الإعلام المختلفة، وكانت عينة الدراسة (200) مبحوث خلال شهر مايو، وتوصلت إلى أن ما يقرب من 81.5% من العينة كانوا يتابعون أخبار الجائحة عبر وسائل الإعلام المختلفة وبشكل مكثف؛ لملء نقص المعرفة وتقليل حالة التوتر، وتوجد علاقة ارتباطية مباشرة بين تعرض الجمهور لمحتوى كورونا،

ومشاركتهم في التعليق على المحتوى الإعلامي، وإدراكهم للدور الإيجابي لوسائل الإعلام في التوعية.

ركزت دراسة (كوميثا Kummitha, 2020)⁽¹⁵⁾ على تقييم الخطاب الإعلامي المستخدم في التعامل مع جائحة كورونا، إضافة للتعرف على الفروق الموجودة بين الصين والدول الغربية فيما يتعلق بطرق توظيف التكنولوجيا الاتصالية الحديثة في التعامل مع الأزمة الصحية العالمية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الديمقراطيات الغربية تتجه لاستخدام استراتيجية المكاشفة والصدق، بينما نجد أن الدولة الصينية تميل للتكتم، وفي نفس السياق، توصلت دراسة (تشين ، 2020Chen)⁽¹⁶⁾ التي هدفت للتعرف على الاستراتيجيات التي تتبعها الدولة فيما يتعلق بالمعالجة الإعلامية لأزمة كورونا، واختيار موقع Sina Weibo، وتحليل 1411 منشوراً على الصفحة، إلى أن ثراء الوسيلة والمقصود بها هنا مواقع التواصل الاجتماعي وما تتميز به من خصائص لم تؤثر في درجة اهتمام وانخراط الجمهور بقضية كورونا، كما أكدت الدراسة على أهمية دوائر النقاش بين الجماهير وبين الجهات الصحية المعنية، إذ ساعدت في زيادة اهتمام الجمهور، وزيادة نسبة الوعي فيما يتعلق بالأمور التي تؤدي لتسريع وتيرة القضاء على الفيروس بأقرب وقت.

وأكدت دراسة (مارك- أندريه، 2020)⁽¹⁷⁾ على دور وسائل الإعلام فيما يتعلق بتوظيفها الحملات الإعلامية التي تسهم في الحد من انتشار تلك الفيروسات؛ لترصد الخطاب الإعلامي المستخدم في مواجهة الأزمات الصحية العالمي، إضافة للتعرف على التحديات التي واجهت تلك المنظمات الطبية في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بالفيروسات الحديثة، حيث كشفت الدراسة عن أهمية قيام وسائل الإعلام بدور كبير في الحد من انتشار الفيروسات عبر نشر فيديوهات تعليمية وقائية للحفاظ وصحة الجماهير، من خلال التعرف على سبل الوقاية وكيفية الحماية من وصول العدوى إليهم، أو نشرها إلى الآخرين إذا كانوا مصابين بالعدوى؛ مما يقلل بؤرة انتشار تلك الفيروسات، ومن ثم القضاء عليها في أقرب وقت، وأن من بين الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المنظمات فيما يتعلق بالتعامل مع الفيروسات والأوبئة الحديثة مثل فيروس كورونا، استراتيجية التخويف بهدف عدم تهوين تعامل الجمهور مع تلك الفيروسات، من خلال نشر الأخبار المتعلقة بالخسائر الفادحة التي أحدثها ذلك الفيروس على مستوى العالم، وحجم الوفيات التي خلفها في خلال أشهر قليلة، وفي نفس السياق، توصلت دراسة (إيلارفاسان، 2020) بخصوص رصد الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع جائحة فيروس

كورونا، وتوصلت أن عينة الدراسة البالغة (856) مبحوثاً تستخدم تطبيقات الهاتف المحمول كأحد الاستراتيجيات الاتصالية للتعرف على أخبار الفيروس، وطرق الوقاية والأعراض التي يمكن من خلالها اكتشاف المرض مبكراً، والإجراءات التي يجب اتباعها عند الشعور بأعراض الفيروس، وأن تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، كانت العامل الأبرز في نشر الوعي بين الجماهير، وإمدادهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار الفيروس.

كما هدفت دراسة (عبد العزيز موسى بشارة، 2020) (18) التعرف على أطر المعالجة الإخبارية التي اتبعتها قناة الحدث الفضائية لأخبار جائحة كورونا؛ بوصف قناة الحدث تمثل نموذجاً للقنوات الفضائية الإخبارية العربية بالمنطقة العربية، وتم تحليل عينة (120) نشرة إخبارية، وتوصلت أن قناة الحدث تعاملت باهتمام في أخبارها بجائحة كورونا ومنحتها قدراً من التغطية الإخبارية، كما أن قناة الحدث تعاملت بالمصداقية والتوازن في تناول أخبار كورونا.

المحور الثالث: تأثيرات التغطية الإعلامية لجائحة كورونا المستجد على الجمهور:

هدفت دراسة (وليد محمد عبد الحليم، 2020) (19) معرفة تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا، وتم سحب عينة عمدية (500) مفردة من الأسر المصرية، وتوصلت لوجود تأثير حقيقي وفعال لوسائل الإعلام في توعية الأسر بالفيروس، وانتشاره، وطرق مقاومته، ووجود فروق غير دالة في تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية تعزى لمتغير الجنس، وثبت أهمية شبكات التواصل كوسيط اتصالي معرفي أسهم في تشكيل معارف الأفراد خلال الأزمة، كما كشفت دراسة (آمال إبراهيم، وكمال محمد، 2020) (20) عن طبيعة بعض المشكلات النفسية (الوحدة النفسية، الاكتئاب والكد النفسية، الوسواس القهري، الضجر، اضطرابات الأكل، اضطرابات النوم، المخاوف الاجتماعية) المترتبة على جائحة كورونا المستجد لدى عينة من طلاب الجامعات الحكومية بلغت (746) مبحوثاً، وتوصلت إلى أن الضجر كان من أكثر المشكلات النفسية التي يعاني منها الطلاب، ويعانون بدرجة متوسطة من المشكلات النفسية الأخرى، وثبت وجود فرق دال إحصائياً في المشكلات النفسية يعزى لمتغير النوع لصالح الإناث.

وفي السياق نفسه، تناولت دراسة (جون وين وآخرين، 2020) (21) التأثيرات النفسية والصحية المحتملة على الجمهور الصيني من جراء متابعتهم للتقارير والتغطية الإعلامية التي قامت بها وسائل الإعلام الغربية بشأن فيروس كوفيد 19، وتوصلت إلى أن غالبية التقارير الغربية التي تناولت أزمة فيروس كورونا المستجد اتسمت بالعنصرية تجاه الصين

ومواطنيها، منتقدة التراث الصيني والعادات الصينية فيما يخص النظام الصحي والغذائي، وأن بعض التقارير وصفت الصين بالمصدر الأول للفيروسات في العالم، الأمر الذي أدى للإساءة لصورة الصين وتعرض مواطنيها للاضطهاد في بعض دول العالم، كما أضافت دراسة (وانغ وآخرين، 2020) ⁽²²⁾ بخصوص الآثار النفسية المرتبطة بتفشي فيروس كورونا بالتطبيق على الحالة النفسية لبعض المواطنين بمناطق مختلفة من الصين بعد انتشار وتفشي جائحة كورونا، وبالتحديد قياس معدلات القلق والاكتئاب لدى عينة مكونة من (600) مبحوث، وتوصلت الدراسة إلى أن الإناث كن أكثر شعوراً بالقلق من الفئات العمرية الأقل في السن، وعكست النتائج وجود حالة عامة من القلق والشعور بالاكتئاب لدى الجمهور من جراء تفشي جائحة كورونا، كما هدفت دراسة (Yi Zheng et al, 2020) ⁽²³⁾ إلى رصد أثر التضليل الإعلامي عن فيروس كورونا على الصحة النفسية للصينيين خارج بلادهم، وتوصلت إلى أن التضليل الذي تم ممارسته عن عمد في التقارير الإخبارية عن جائحة كورونا خلقت اتجاهات سلبية نحو الصينيين وتعرض الكثير منهم للنبذ الاجتماعي؛ مما أثر سلباً على حالتهم النفسية.

كما هدفت دراسة (وليد عاشور، 2020) ⁽²⁴⁾ إلى الوقوف على مستوى الوعي لتأثير وسائل الإعلام في التوعية الأسرية لمواجهة جائحة كورونا، وتكونت العينة من 30 رب أسرة، وأشارت إلى أن تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لم يختلف طبقاً لمحل الإقامة أو مستوى النوع؛ مما يؤكد على قوة التأثير لوسائل الإعلام في ظل الحجر المنزلي والتباعد الاجتماعي لمواجهة الفيروس، كما تبين أن التأثير يتحقق في ضوء تقديم معلومات كافية للفيروس، وإنتاج برامج طبية وثقافية لمواجهة ونجاح الحظر للمواطنين. وسعت دراسة (إيمان عصام، 2020) ⁽²⁵⁾ لتحديد وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور المصري في متابعة مستجدات انتشار كورونا في مصر، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن ذلك، وتوصلت لتتوع المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون في متابعة مستجدات انتشار كورونا؛ وجاءت القنوات المصرية في المقدمة، تليها صفحات الأصدقاء بمواقع التواصل الاجتماعي، وجاء اتجاه المبحوثين نحو إدارة الدولة المصرية لأزمة انتشار وباء كورونا المستجد إيجابياً بالمرتبة الأولى، وسعت دراسة (Amin N.Olmaint .et al , 2020) ⁽²⁶⁾ إلى تقييم مستوى معارف ومصادر الطلاب بجائحة كورونا، بالتطبيق على عينة من طلاب جامعة بالأردن قوامها (2083) طالباً، وأشارت إلى تصدر شبكات التواصل الاجتماعي المصدر الأول للوعي بالجائحة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- أكدت الدراسات السابقة على أهمية دور وسائل الإعلام في نقل المعلومات والحقائق حول جائحة كورونا المستجد "كوفيد 19"، أي التأكيد على دورها في مجال المعرفة وإتاحة المعلومات، كما اتجهت دراسات أخرى نحو إبراز تأثيرات التغطيات الإعلامية على الجمهور وخاصة الأثر النفسي عليه مثل دراسة (وانغ وآخرين، 2020)، ودراسة (إيمان عصام) في التوعية الأسرية.

- كشفت الدراسات السابقة عن أهمية الإعلام الإلكتروني الجديد في مجال التوعية وإتاحة المعلومات عن الأزمة في إطار تنافسي قوي مع وسائل الإعلام التقليدية، حيث احتل الإعلام الجديد المصادر الأولى كمصدر للمعرفة في إطار تنافسي مع القنوات الفضائية، مثل دراسة Amin N. Olmoint .et al، 2020.

- أفادت الباحثة من الدراسات السابقة في صياغة مشكلة البحث، وفي تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة متمثلاً في نظرية الأطر الإخبارية، وكذلك في الاستقرار على توظيف المنهج المقارن، إلى جانب منهج المسح في الدراسة، حيث أفادت الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في القرار بعقد مقارنة بين التوجهات الإعلامية المختلفة للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية باختلاف سياساتها التحريرية وطبيعة المنشأ أو المجتمع الذي تمثله، فكانت المقارنة بين قناة فضائية مصرية وعربية وأجنبية ناطقة باللغة العربية، وتبث على الإنترنت الذي حظي بأعلى معدلات متابعة وفقاً لنتائج الدراسات السابقة من قبل الجمهور حول الجائحة.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

1. تعتبر جائحة كورونا المستجد من الموضوعات التي شغلت اهتمام الرأي العام المحلي والعربي والدولي، حيث أصبحت الجائحة مصدر قلق للأفراد والحكومات في جميع أنحاء العالم؛ مما ترتب عليه اتخاذ الحكومات على اختلاف توجهاتها سياسات وإجراءات لأجل مواجهة هذه الجائحة، والحد من انتشارها بين أفراد دولتها، للحفاظ على الأرواح، لذا كان الاتجاه الحكومي نحو استثمار وسائل الإعلام في مواجهة الجائحة، عبر توعية الجمهور بكيفية مقاومة الفيروس، وتعليمهم التعليمات الصحية السليمة، وكذلك إرشاد المواطنين بقواعد السلامة في التعامل مع الآخرين في الأماكن العامة والعمل، غيره من التدابير والإجراءات التي اتخذتها الدول لأجل مواجهة الجائحة على مستوى المجالات المختلفة.

2. توفر الدراسة خلفية معلوماتية مهمة للباحثين القائمين على دراسة هذه الجائحة حسب تخصصاتهم، وخاصة في مجال الإعلام والاتصال؛ مما قد يثري المكتبة الإعلامية بمزيد من المعرفة حول طرق وآليات التغطية الإعلامية للجائحة أو الأزمات، لذا يمكن القول إن القرن الحادي والعشرين يعد بداية الاهتمام بالإعلام الصحي سواء العربي أو العالمي وفي أوقات الأزمات؛ حيث ظهرت خلال هذا القرن أوبئة مثل أنفلونزا الطيور والخنازير والسارس في الصين لتنتهي بفيروس كورونا، وبالتالي أدى ظهور هذه الأوبئة إلى تولد الكثير من المخاوف من انتشارها؛ وبالتالي سعى العديد من الدول إلى تغطية إعلامية للتعرف على طرق الانتشار والوقاية منها والتأثيرات المرتبطة بها، حيث إن هذه الفيروسات لها طبيعة خاصة وصبغة عالمية ومحلية في ذات الوقت، حيث إنها أوبئة تستهدف الأفراد في أي مكان، لذا يمكن القول إن هذه الدراسة تمثل إثراء للمكتبة العربية التي تناقش القضايا العالمية وخاصة الأزمات العالمية المؤثرة في صياغة التوجهات الدولية.

3. تكتسب الدراسة أهمية بحثية بشكل أدق للمكتبة العربية والمصرية بشكل خاص، حيث إن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على آليات وطرق المعالجة الإعلامية للقنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت عبر مواقعها الإلكترونية للجائحة؛ سواء المصرية أو العربية أو الأجنبية الناطقة باللغة العربية، حيث إن لكل قناة فضائية سياستها التحريرية وتوجهاتها الإخبارية في تناول الجائحة، ولها جوانبها التي تركز عليها في ضوء منطلقات مجتمعاتها الفكرية والثقافية وتوجهات السياسة التحريرية لهذه القنوات، كما أن هذه الجائحة تكتسب أهمية خاصة؛ نظراً لأثارها على المجتمعات سواء من الناحية الصحية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو النفسية وغيرها، كما أن هذه الدراسة تربط بين السياسة التحريرية للقنوات الفضائية وانتشارها عبر مواقعها الإلكترونية؛ مما يجعلها دراسة بحثية تمثل إضافة في مجال تناول الإعلام الإلكتروني للقضايا المجتمعية سواء المحلية أو العربية أو العالمية.

4. تسعى الدراسة بشكل خاص للتعرف على مدى التزام القنوات الفضائية الإخبارية المصرية والعربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية- محل الدراسة- بالقيم الإخبارية لجائحة كورونا، ومراعاتها المواثيق الإعلامية في التغطيات الإخبارية، كما تسعى الدراسة في محاولتها لإعادة اختبار الفروض الأساسية لنظرية الأطر الإعلامية، وما يترتب عليها من تأثيرات بالتطبيق على تناول الإعلامي لهذه الجائحة، وكيفية

تغطية النشرات الإخبارية أحد القوالب المؤثرة في الجمهور المصري خاصة والعربي، بما تتضمنه من أخبار مستمرة ومتابعة لجائحة كورونا المستجد.

رابعاً: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- تحديد الموضوعات المثارة المرتبطة بجائحة كورونا المستجد، والتي يتم التركيز عليها في المواقع الإخبارية الإلكترونية للقنوات الفضائية محل الدراسة.
- 2- التعرف على الأشكال التحريرية وفنونها التي اعتمدت عليها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت- محل الدراسة- لتناول أخبار جائحة كورونا المستجد.
- 3- التعرف على السياسة التحريرية والقيم الإخبارية التي تناولتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت- محل الدراسة- تجاه تأطير أخبار جائحة كورونا المستجد.
- 4- التعرف على الأطر الخبرية ووظائفها في تناول الإعلامي بالمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت- محل الدراسة- لجائحة كورونا المستجد.
- 5- التعرف على أطراف القوى الفاعلة كما تناولتها المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة.

خامساً: تساؤلات وفروض الدراسة:

أ- تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات خاصة بتحليل المضمون لجائحة كورونا المستجد:

- 1- ما القيم الإخبارية التي تناولتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية لأخبار كورونا؟
- 2- ما موضوعات جائحة كورونا المستجد في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية؟
- 3- ما الفنون التحريرية التي اعتمدتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية لأخبار كورونا؟
- 4- ما اتجاه معالجة الموضوعات الواردة المرتبطة بجائحة كورونا في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية؟
- 5- ما الاستمالات المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية؟

ثانياً: تساؤلات خاصة بتحليل أطر تناول جائحة كورونا المستجد "كوفيد 19":

- 1- ما السياسة التحريرية المستخدمة في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية تجاه تأطير أخبار جائحة كورونا؟
- 2- ما الأطر الخبرية للتناول الإعلامي بالمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية لجائحة جائحة كورونا؟
- 3- ما وظيفة الأطر المستخدمة في معالجة قضايا جائحة كورونا المستجد التي أبرزتها مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية؟
- 4- ما أطراف القوى الفاعلة كما تناولتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية؟
- 5- ما آليات التأطير المستخدمة في معالجة قضايا جائحة كورونا المستجد بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية؟

ب- فروض الدراسة:

1. الفرض الرئيس الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد واتجاه المعالجة.
2. الفرض الرئيس الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد واتجاه المعالجة.
3. الفرض الرئيس الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد والاستمالات المستخدمة.

سادساً: الإطار النظري للدراسة: نظرية الأطر الإعلامية framing analyses theory

تُعد إحدى النظريات المهمة التي تسمح بقياس المحتوى غير الصريح للتغطية الخبرية بوسائل الإعلام للقضايا المثارة خلال فترة زمنية معينة، وعرف الإطار بأنه "تحديد بعض جوانب الواقع المتصور، وجعله أكثر بروزاً في النصّ الإعلامي" (27)، ويمكن تقسيم وظائف الإطار الإعلامي إلى ما يلي: (تعريف أو تحديد المشكلة بدقة، تحديد العوامل السببية المتعلقة بالقضية المطروحة، وتحديد القوى الفاعلة التي سببت المشكلة، عمل تقييمات أو معايير أخلاقية للقضية، اقتراح حلول للمشكلة أو القضية)، وبالتالي فالوسيلة الإعلامية تقول للجمهور ما هو مهم لعرفته عن قضية محددة، وبذلك تتشكل التصورات والاتجاهات الخاصة بالجمهور (28).

ويساعد الإطار في تنظيم المعلومات عن الحدث الآني؛ مما يعطي المعنى لهذا الحدث طبقاً للهدف الذي يرغب القائم بالاتصال تحقيقه، وبعد ذلك تصبح القضية ذات مغزى لدى الجمهور، ويعد الإطار الإعلامي في حد ذاته فكرة يتم الترويج لها في تناول القضية؛

باعتباره منطلقاً فكرياً يتم توظيفه لشرح وتفسير الحدث، حيث تعمل الأطر من خلال أدوات رمزية ومجردة، وتعتبر الأطر الإخبارية بناءات معرفية للقضية التي يتم إبرازها من خلالها، والأطر تُعد أداة مساعدة لتفسير الأحداث الإعلامية بطريقة تساعد المتلقى على فهمها، وتشمل الأطر مستويين، هما⁽²⁹⁾:

(أ) المستوى الأول: يهتم بقياس المحتوى غير الواضح لوسائل الإعلام، أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، والذي يعني دراسة دلالات الحدث وما يحتويه سياق الأحداث والقضايا.

(ب) المستوى الثاني: يشير لسمات تميز النص الإعلامي أو تمثل محور اهتمامه، ومن خلال التكرار والتدعيم يتم إبراز إطار بعينه ينطوي على تفسيرات محددة تصبح بدورها أكثر قابلية للإدراك والتذكر من جانب الجمهور الذي يتعرض لتلك الوسيلة الإعلامية.

على الناحية الأخرى، اهتمت العديد من الدراسات بتأثيرات الأطر في المرحلة الثالثة، وأثبتت وجود تأثيرات للأطر على المستوى الفردي، بينما قلّت الدراسات التي تبحث في المرحلة الرابعة من تأثيرات الأطر، إلا أن بعض الباحثين اهتم بالعلاقة بين نظرية الأطر وبين وسائل الإعلام الجديدة، من خلال تحليل صفحات ووسائل الإعلام المختلفة على المواقع الاجتماعية.

وتمثلّ الفرض الرئيس للنظرية بأن الكيفية التي يتم من خلالها طرح القضايا في وسائل الإعلام من خلال أطر إعلامية محددة، ستؤثر في الكيفية التي سيدرك بها الجمهور تلك القضايا، وأن اختلاف وسائل الإعلام في تحديد الأطر الإعلامية يؤدي إلى اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة فيما يتعلق بتشكيل المعارف والاتجاهات نحو القضايا المثارة.

وبصفة عامة تفترض نظرية الأطر أن وسائل الإعلام تتجاوز عملية إبراز أحداث وقضايا معينة، فمن خلال اختيارها لما يجب أن ينشر من القصص الإخبارية؛ فإنها تقوم بصياغة القصة في إطار معين، كما أن اهتمام الوسيلة الإعلامية لتقديم أطر محددة في تناولها للأزمة له دور كبير في تحديد طريقة تناولها للأحداث وكيفية إدراك الجمهور لها. ويعد الفرض الرئيس لهذه النظرية أن الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزٍ معين، بل تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق، من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو: تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث المختصة بقضية معينة، فالإطار الخبري لقضية ما يعني انتقاء متعمداً لبعض جوانب الحدث أو القضية، وجعلها

أكثر بروزاً في النصّ الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، وتحديد أسبابها، وتقييم أبعادها، وطرح حلول مقترحة بشأنها.

واتفق الباحثون على أنه بالرغم من المنطلقات المتعددة المختصة بنظرية الأطر الإعلامية؛ فإنها تقود إلى النتيجة نفسها، وهي أن الأطر التي تتبناها وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر في فهم الجمهور للمعلومات الخاصة لقضية ما، وكيفية بناء الجمهور لآرائه السياسية، وعلى حين تعتمد وسائل الإعلام على الكثير من الأطر لتشكيل الرأي العام؛ فإن العالم Smekto حدد خمسة أطر أكثر استخداماً في التغطية الإعلامية وهي الصراع، المسؤولية، والاهتمامات الإنسانية، والجوانب الأخلاقية، والأطر الاقتصادية⁽³⁰⁾.
إفادة الباحثة من نظرية الأطر الخبرية في دراسة موضوعها:

لذا تُعد نظرية الأطر الخبرية مدخلاً مناسباً لدراسة الأطر الخبرية للمواقع الإخبارية للقنوات الفضائية العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية لجائحة كورونا المستجد "كوفيد 19"، حيث إنه يعد موضوع الساعة ومجال اهتمام الدول، سواء على صعيد الأفراد أو الحكومات أو المنظمات العالمية، وبشكل رئيس منظمة الصحة العالمية.

وتساعد النظرية في معرفة مدى تأثير الأطر المستخدمة في معالجة موضوع الدراسة، والتي تؤدي في النهاية لخلق صورة معينة لدى الجمهور عن توجهات الدول في تعاملها مع الأزمة، كما تساعد النظرية على اختبار مدى قدرة مواقع القنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت بكافة توجهاتها على عرض موضوع الدراسة برؤى وأساليب معالجة وأطر إعلامية مختلفة؛ بما يتفق مع أهداف وتوجهات كل وسيلة، وهي الجوانب التي تم اختبارها في فروض الدراسة، حيث فحص العلاقة الارتباطية بين طبيعة الموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا المستجد "كوفيد 19" واتجاهات المعالجة لمواقع القنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت محل الدراسة، وكذلك العلاقة بين هذه الموضوعات وأطر المعالجة الإعلامية لها، واستمالات معالجتها.

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع الدراسة:

تُعد الدراسة من نوعية البحوث الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة؛ مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها⁽³¹⁾، للوصول إلى النتائج والدلالات منها⁽³²⁾، وتهدف الدراسة إلى التعرف على أطر معالجة مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية لجائحة كورونا المستجد.

- منهج الدراسة:

أولاً: منهج المسح:

استخدمت الباحثة منهج المسح Survey والذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيراتها، ويعتبر منهج رئيس في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي⁽³³⁾، ويستهدف منهج المسح في الدراسة تسجيل وتحليل وتفسير أطر معالجة مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية لجائحة كورونا المستجد، وبهذا استخدمت الدراسة مسح المضمون، حيث إنه ليس منهجاً قائماً بذاته، وإنما هو مجرد أسلوب أو أداة يستخدمها الباحث ضمن أساليب بحثية في إطار منهج متكامل هو منهج المسح في الدراسات الإعلامية، بهدف تحليل المنتج الإعلامي أياً كانت نوعيته والذي يتضمن الانتظام والموضوعية والكمية، ويعرف برؤسونه تحليل المضمون بأنه أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الظاهر للرسالة وصفاً موضوعياً وكمياً ومنهجياً⁽³⁴⁾، لذا تم تحليل مضمون المواد الإعلامية المنشورة على المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية عن جائحة كورونا المستجد.

ثانياً: المنهج المقارن: The Comparative Method

يركز المنهج على مقارنة جوانب التشابه والاختلاف بين المجتمعات المختلفة⁽³⁵⁾، ودراسة العلاقات السببية بين أوجه الاختلاف والتشابه بين المجتمعات أو الظواهر محل الدراسة⁽³⁶⁾، فالمنهج المقارن يرتبط بدراسة التغيرات إما على صعيد الأماكن أو الأزمنة⁽³⁷⁾.

وبالتالي قامت الباحثة بالإفادة من المنهج في مقارنة (كيف، وكم) من حيث كثافة تناول وأسلوب المعالجة لجائحة كورونا المستجد بين المواقع الإلكترونية الثلاثة (قناة النيل الإخبارية، قناة العربية، قناة روسيا اليوم الأجنبية الناطقة باللغة العربية)، حيث يمثل الموقع الأول تحليل التغطية الإعلامية للقناة المصرية، أما الموقع الثاني يمثل تحليل التغطية العربية، والموقع الثالث يمثل تحليل التغطية الأجنبية للقنوات الموجهة للجمهور العربي والناطق باللغة العربية، حيث إن هذه المقارنات تعين في معرفة أوجه التباين أو الاتفاق بين المعالجات للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية.

- عينة ومجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في المواقع الإلكترونية للفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية، وتم سحب عينة من المجتمع تتمثل في: (قناة النيل

الإخبارية، قناة العربية، قناة روسيا اليوم)، واستخدام أسلوب الحصر الشامل للأخبار الخاصة بقضايا كورونا المستجد الواردة بهذه المواقع الثلاثة، بواقع (632) خبراً: (210) أخبار لموقع النيل للأخبار بنسبة 33.2٪، (212) خبراً لموقع العربية بنسبة 33.5٪، (210) أخبار لموقع روسيا اليوم بنسبة 33.2٪، خلال شهر مارس 2021، وهي النتائج التي توضح تقارب معدلات الاهتمام بين القنوات الفضائية الإخبارية في تناول الأزمة، وإن تفوق الشأن المصري في ذلك، حيث التركيز بطبيعة الحال على مزيد من الأخبار ذات الخصوصية المصرية.

- أداة جمع البيانات في الدراسة التحليلية:

تتمثل في استمارة تحليل المضمون لتحليل كافة المواد الخبرية بأشكالها بما تحتويه من مادة مقروءة أو مرئية أو مسموعة على الصفحة الرئيسية، أو الصفحات الداخلية للموقع على مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والناطقة بالعربية (النيل للأخبار- العربية- روسيا اليوم).

- تحديد وحدات تحليل المضمون: استخدمت الباحثة وحدات التحليل التالية:

- **وحدة الموضوع أو القضية:** تتحدد في رصد معالجة النشرات الإخبارية بمواقع القنوات الفضائية العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية للموضوعات أو القضايا المرتبطة بجائحة كورونا المستجد.
- **الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية:** يعد الخبر الوحدة الأساسية التي تم من خلالها التعرف على طبيعة الموضوعات المثارة عن جائحة كورونا المستجد، وكذلك القيم الإخبارية البارزة في الأخبار، والأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة هذه الأخبار.

3- فئات تحليل المضمون: تم تقسيم الاستمارة لعدد من الفئات على النحو التالي:

- أولاً: **فئات الشكل (كيف قيل):** تمثلت في (الفتن الإخبارية)، و(السياسة التحريرية).
- ثانياً: **فئات المضمون (ماذا قيل):** تمثلت في (القيم الإخبارية، القوى الفاعلة، الموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا واتجاهات المعالجة، الاستمالات المستخدمة في معالجة الجائحة، الأطر الإعلامية وآليات التأطير).

- اختبار الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة تحليل المضمون في جمع البيانات بإجراء اختباري الثبات والصدق لها⁽³⁸⁾، وذلك على النحو التالي:

أ- اختبار الصدق (Validity):

أ- **الصدق الظاهري:** يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث قامت الباحثة بعرض أداة جمع البيانات (استمارة تحليل المضمون) على مجموعة من المتخصصين والخبراء* في مناهج البحث والإعلام، والتربية، وعلم النفس والإحصاء.

- **اختبار الثبات (Reliability):** يقصد به الوصول لاتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن؛ من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، حيث تم إجراء اختبار الثبات مع باحثين لعينة موحدة من المضمون الذي تم تحليله للوصول إلى متوسط الثبات بين الباحثين بالدراسة التحليلية، سعياً للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل، وهو ما يعني ضرورة توصل كل باحث إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون، وقد اختارت الباحثة رمزين خلاف الباحثة (*)، وتدريبهم على وحدات وفئات الاستمارة، وقاموا بتحليل نسبة 5% من عينة الدراسة الكلية، ثم تم حساب الثبات بين المرمزين عن طريق معادلة هولستي Holsti لتحديد الثبات، وجاءت قيمة معامل الثبات (92%) وهي مرتفعة؛ مما يدل على ارتفاع نسب الثبات بين الباحثين وبالتالي وضوح الفئات.

ثامناً: المعالجة الإحصائية للدراسة التحليلية:

تم الاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، لتحليل بيانات الدراسة التحليلية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة

- (1) أ.أ. د/ أماني عمر الحسيني أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- (2) أ.أ. د/ سلوى سليمان أستاذ الإعلام- كلية الآداب- جامعة عين شمس.
- (3) أ.م. د/ سماح المحمدي أستاذ مساعد- قسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- (4) أ.م. د/ غادة حسام الدين أستاذ مساعد- قسم الإذاعة والتلفزيون- ووكيل كلية الإعلام لشئون البيئة والمجتمع- جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- (5) أ.أ. د/ هشام عطية عبد المقصود أستاذ- قسم الصحافة كلية الإعلام- جامعة القاهرة وعميد كلية الإعلام- جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- (6) أ.م. د/ وفاء علي رئيس قسم الإذاعة - كلية الإعلام- جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، وتم الاعتماد على معامل الارتباط بيرسون لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها.

تاسعا: مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

- **جائحة:** تعرف الجائحة بأنها تحدث في جميع أنحاء العالم، أو على مساحات جغرافية واسعة عابرة للحدود وتؤثر على عدد كبير من الناس، وبذلك فهي تمثل أعلى درجات انتشار المرض، وتحتاج إلى تعاون دولي من أجل السيطرة عليها ومكافحتها.
- **التعريف الإجرائي:** تُعد هنا الجائحة التي أثرت على جميع شعوب العالم ومن بينها جمهورية مصر العربية هي جائحة فيروس كورونا، حيث تم التعرف على معدلات اهتمام عينة الدراسة بمتابعة أخبار كورونا المصرية والعالمية عبر مواقع القنوات الفضائية الإلكترونية الإخبارية.
- **فيروس كورونا:** فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب للحيوان والإنسان أمراضاً تنفسية، ولم يكن هناك أي علم بوجود الفيروس الجديد قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019، وأعلنت منظمة الصحة العالمية رسمياً في يناير 2020م تفشي الفيروس بشكل حالة طوارئ صحية عامة تبعث على القلق الدولي، وأكدت تحول كوفيد-19 لجائحة في 11 مارس 2020 تؤثر على العديد من بلدان العالم.
- **التعريف الإجرائي:** تهتم الدراسة بتناول كافة الموضوعات المتعلقة بفيروس كورونا سواء التعريف بالفيروس وكيفية الوقاية منه، وكذلك الإجراءات الاحترازية التي تم اتخاذها على مستوى مؤسسات الدولة.
- **أطر:** "تحديد بعض جوانب الواقع المتصور، وجعله أكثر بروزاً بالنص الإعلامي، فالإطار يساعد على تنظيم الحقائق ويقوم بتوفير المعلومات اللازمة للجمهور حول المهم".
- **التعريف الإجرائي:** سعت الباحثة للتعرف على مدى توظيف مواقع القنوات الإخبارية الفضائية للأطر المفسرة للموضوعات المرتبطة بكورونا، والتي تنوعت ما بين أطر (التعاون- المسؤولية- الطمأننة- التأييد ودعم القرارات- اللوم- التحذيري- الضغط والتصعيد- إدارة الأزمة- الحلول والمقترحات).
- **المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية:** أحد أشكال المنصات الإعلامية الرقمية التي ظهرت خلال الفترة الأخيرة من القرن الماضي، والهدف منها تقديم

محتوى ذي طبيعة إعلامية متنوعة، وليس الاكتفاء بنشره عبر القنوات الفضائية، بل عبر مواقعها الإلكترونية.

التعريف الإجرائي: سعت الباحثة للكشف عن اختلاف المعالجة الإعلامية لمواقع القنوات الإخبارية الفضائية ما بين المصرية والعربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية عبر الإنترنت، وكان الاختيار هنا على موقع قناة النيل للأخبار كمثل للقنوات الفضائية المصرية، وموقع قناة العربية كمثل للقنوات الفضائية العربية، وموقع قناة روسيا اليوم كمثل للقنوات الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية.

عاشرا: نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً: نتائج الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

المحور الأول: السياسة الإعلامية التي اتبعتها القنوات الفضائية الإخبارية لتناول جائحة كورونا المستجد:

- **الفنون التحريرية التي اعتمدها القنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة لأخبار جائحة كورونا المستجد:**

جدول رقم (1)

الفنون التحريرية التي اعتمدها القنوات الفضائية الإخبارية لأخبار جائحة كورونا المستجد

	قناة العربية		قناة النيل للأخبار		قناة روسيا اليوم	
	ك	%	ك	%	ك	%
التقارير	68	24.1	81	33.3	66	21.9
الخبر	97	34.4	59	24.3	91	30.2
المقال	21	7.4	29	11.9	25	8.3
التحقيق	12	4.3	20	8.2	5	1.7
إنفوجراف	12	4.3	7	2.9	14	4.7
خرائط ورسوم	18	6.4	14	5.8	19	6.3
الكاريكاتير	8	2.8	1	0.4	25	8.3
الحديث	17	6	17	7	22	7.3
الصورة الصحفية	29	10.3	15	6.2	34	11.3
الإجمالي	282	100	243	100	301	100

يكشف الجدول السابق ما يلي: جاء الاعتماد على الأخبار بنسبة 29.9% في مقدمة الفنون التحريرية، تلاه التقارير الإخبارية بنسبة 26%، وكانت أقل الفنون الإخبارية من حيث الاعتماد عليها هي الانفوجراف، وربما يعزو ذلك لطبيعتها الخاصة في الاحتياج لمهارات تدريبية ووقت أطول في الإخراج الفني، لذا كان يتم الاعتماد عليها في التوعية

بكيفية المقاومة من الفيروس، أو تجميع معدلات انتشار الفيروس على مدار فترة زمنية طويل، وكان توظيف باقي الفنون التحريرية كما يلي:

- قناة النيل للأخبار: جاء توظيف المقال بنسبة 11.9٪، ثم التحقيق بنسبة 8.2٪، ثم الحديث بنسبة 7٪، ثم الصورة الصحفية بنسبة 6.2٪، ثم الخرائط والرسوم بنسبة 5.8٪، ثم الإنفوجراف بنسبة 2.9٪، وأخيراً الكاريكاتير بنسبة 0.1٪.
 - قناة العربية: جاء توظيف الصورة الصحفية بنسبة 10.3٪، ثم المقال بنسبة 7.4٪، ثم الخرائط والرسوم بنسبة 6.4٪، ثم الحديث بنسبة 6٪، ثم توظيف كل من الإنفوجراف والتحقيق بنسبة 4.3٪ لكل منهما، وأخيراً الكاريكاتير بنسبة 2.8٪.
 - قناة روسيا اليوم: جاء توظيف الصورة الصحفية بنسبة 11.3٪، ثم المقال بنسبة 8.3٪، ثم الكاريكاتير بنسبة 8.3٪، ثم الحديث بنسبة 7.3٪، ثم الخرائط والرسوم بنسبة 6.3٪، ثم توظيف الإنفوجراف بنسبة 4.7٪، ثم التحقيق بنسبة 1.7٪.
- وتشير النتيجة لاتفاق ذلك مع طبيعة الأزمة التي تقتضي متابعتها ضرورة الوقوف على آخر التطورات، ويتحقق ذلك في أفضل صورة باستخدام الأشكال الصحفية الخبرية، وعلى رأسها الصورة الصحفية بأنواعها والخبر والتقرير الإخباري، وساعد هذا النوع من الفنون الصحفية على المتابعة المستمرة والتغطية المتواصلة للإجراءات المتابعة حيال الأزمات.

وأشارت دراسة (زناتي، 2020)⁽³⁹⁾ المعنية برصد دور الإنفوجرافيك المقدم في الحسابات الرسمية لوزارة الصحة في الدول العربية عبر موقع تويتر في معالجة جائحة كورونا، إلى اتباع مواقع الدراسة في أساليب عرض المعلومات بالإنفوجرافيك الأسلوب الخبري في المقام الأول، تلاه "الأسلوب التوعوي"، وتصدرت "نسب وأعداد مرضى فيروس كورونا" مضمون الإنفوجرافيك، تلاها "الإرشادات الوقائية من فيروس كورونا"، كما هدفت دراسة (العميري، 2020)⁽⁴⁰⁾ إلى التعرف على دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، وتوصلت لوجود علاقة إيجابية بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

- السياسة التحريرية المستخدمة في القنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة تجاه تأطير أخبار جائحة كورونا المستجد:

جدول رقم (2)

السياسة التحريرية بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة تجاه تأطير جائحة كورونا

الإجمالي	قناة روسيا اليوم		قناة العربية		قناة النيل للأخبار			
	ك	%	ك	%	ك	%		
100	167	31.1	52	34.7	58	34.1	57	الاستقلالية
100	355	33	117	28.5	101	38.6	137	الشفافية
100	264	37.1	98	31.1	82	31.8	84	الدقة
100	87	32.2	28	32.2	28	35.6	31	الحيادية
100	149	42.3	63	34.2	51	23.5	35	الموضوعية
100	191	30.9	59	28.8	55	40.3	77	الشمولية

يكشف الجدول السابق: تنوع أنماط السياسة التحريرية وإن جاء في المقدمة التركيز على الشفافية بنسبة 29.3٪، وبرزت في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 38.6٪، وفي المرتبة الثانية جاءت سياسة الدقة بنسبة 21.8٪، وبرزت بقناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 37.1٪، وفي المرتبة الثالثة جاءت سياسة الشمولية بنسبة 15.7٪، وبرزت بقناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 40.3٪، وكان أقل نمط من السياسة التحريرية المعتمد عليه هو الحيادية بنسبة 7.2٪.

وربما تعزو النتائج السابقة لأن طبيعة الأزمة تتطلب أن يكون هناك شفافية في نقل الأخبار ودقة في توضيح المعلومات، فأى معلومة لا يتم التصريح بها بخصوص طبيعة الفيروس تؤدي لحدوث معدلات انتشار أكبر له، لذا كان هاتان النمطان في المقدمة، لأهميتها في التركيز على عرض الرأي والرأي الآخر لتحقيق الموضوعية والحيادية، وخاصة أن طبيعة الأزمة التي مازال جزء كبير من طبيعة الفيروس مجهولاً، يجعل الادعاء بوجود حيادية في عرض الأخبار أمراً غير منطقي.

- القيم الإخبارية التي تناولتها القنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة لأخبار جائحة كورونا المستجد:

جدول رقم (3)

القيم الإخبارية بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة لأخبار جائحة كورونا

الإجمالي	قناة روسيا اليوم		قناة العربية		قناة النيل للأخبار		
	ك	%	ك	%	ك	%	
217	33.6	73	29	63	37.3	81	الانفراد
259	36.3	94	36.7	95	27	70	الأهمية
208	32.7	68	26.9	56	40.4	84	الإثارة
82	34.1	28	30.5	25	35.4	29	القرب
124	30.6	38	33.1	41	36.3	45	الصراع
106	31.1	33	34	36	34.9	37	التنمية

يكشف الجدول السابق: عن تنوع القيم الإخبارية وإن جاء في المقدمة التركيز على قيمة الأهمية بنسبة 29.3٪، وقد برزت في قناة العربية بالمقدمة بنسبة 36.7٪، ثم قناة روسيا اليوم بنسبة 36.3٪، تلاه قناة النيل للأخبار بنسبة 27٪.

وفي المرتبة الثانية جاءت قيمة الإنفراد بنسبة 21.8٪، وبرزت بقناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 37.3٪، ثم قناة روسيا اليوم بنسبة 33.6٪، تلاه قناة العربية بنسبة 29٪، ونجد أن هذه القيمة تتمتع بأهمية كبيرة؛ حيث إنها تعد عاملاً مؤثراً في حرص ومتابعة الجمهور للأخبار المتعلقة بأزمة كورونا عبر الوسيلة التي تحرص على تحقيق الانفراد والمتابعة المستمرة للأخبار، فقد أثبتت دراسة (الحافظ، 2020) (41) أن موقع اليوم السابع يعد من أهم المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك، لأسباب عدة منها: السبق الإعلامي والفورية في نقل الأحداث، انفراد بعض الحقائق والمعلومات التي لا تعرض في المواقع الإخبارية الأخرى، والمتابعة المستمرة للأحداث، مما جعلها مصدراً مهماً للجمهور للحصول على معلومات حول فيروس كورونا المستجد.

وفي المرتبة الثالثة جاءت قيمة الإثارة بنسبة 20.9٪، وبرزت في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 40.4٪، وفي المرتبة الرابعة جاءت قيمة الصراع بنسبة 12.4٪، وبرزت في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 36.3٪، وفي المرتبة الخامسة جاءت قيمة التنمية بنسبة 10.6٪، وبرزت في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 34.9٪، وفي المرتبة السادسة جاءت قيمة القرب بنسبة 8.2٪، وبرزت في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 35.4٪، ثم قناة روسيا اليوم بنسبة 34.1٪، تلاه قناة العربية بنسبة 30.5٪.

ونلاحظ من نتائج الجدول السابق أن أغلب القيم الخبرية قد برزت بشكل كبير في قناة النيل للأخبار في الصدارة، فيما عدا قيمة "الأهمية"؛ ويعزو ذلك لتتبع طبيعة الأخبار التي تركز عليها هذه القنوات من حيث أهميتها لتحقيق التوعية بطبيعة الجائحة وانتشارها وطرق الوقاية، في حين تركز باقي القيم على خصائص خبرية معينة.

المحور الثاني: الموضوعات التي ركزت القنوات الفضائية الإخبارية في تناولها جائحة كورونا المستجد:

- **موضوعات جائحة كورونا المستجد في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت:**

جدول رقم (4)

موضوعات جائحة كورونا المستجد في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت

الإجمالي		قناة روسيا اليوم		قناة العربية		قناة النيل للأخبار		الموضوعات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	198	34.8	69	37.4	74	27.8	55	معاناة المواطنين في حياتهم اليومية
100	277	36.5	101	35	97	28.5	79	تصاعد المخاوف لعدم السيطرة على المرض
100	153	39.2	60	32.7	50	28.1	43	إحصاءات معدل الإصابة بالوفيات
100	49	30.6	15	40.8	20	28.6	14	تداعيات الأزمة على القطاع السياحي
100	88	29.5	26	30.7	27	39.8	35	إجراءات التعليم للتعامل مع الأزمة
100	54	38.9	21	35.2	19	25.9	14	التأثيرات الاقتصادية في دول العالم
100	98	35.7	35	31.6	31	32.7	32	دراسات طبية وأبحاث علمية للوقوف على أسباب المرض

يكشف الجدول السابق: عن تنوع موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية، وجاء في المقدمة تصاعد المخاوف لعدم السيطرة على المرض بنسبة 30.2%، وبرزت في قناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 36.5%، ثم قناة العربية بنسبة 35%، تلاه قناة النيل للأخبار بنسبة 28.5%؛ مما يعكس أن القنوات الفضائية عينة الدراسة أفردت مساحات كبيرة لمخاوف عدم السيطرة على المرض، إذ أدى انتشار فيروس كورونا حول العالم إلى تعزيز مخاوف بعضهم من أن يتحول الأمر إلى سيناريو كارثي؛ وبناء عليه فإن هذه النتيجة - أيضاً - تشير إلى اختلاف بارز في تناول موضوعات تصاعد المخاوف لعدم السيطرة على المرض، الناتج عن اختلاف السياسة التحريرية لمواقع عينة الدراسة، فلجأ موقع قناة روسيا اليوم وقناة العربية إلى التركيز على المخاوف من خلال استخدام عناوين ضخمة مثل: فيروس كورونا الغامض، وكورونا تجتاح العالم؛ وكلها تدعم إثارة المخاوف، كما صاحب هذا التناول الكثير من الصور

والفيديوهات الإخبارية للمواطنين في أثناء ممارستهم حياتهم اليومية وهم يرتدون الأقنعة الواقية؛ تعبيراً عن حالة الفزع والخوف.

وفي المرتبة الثانية جاء موضوع معاناة المواطنين في حياتهم اليومية بنسبة 21.6٪، وبرزت في قناة العربية بالمقدمة بنسبة 37.4٪، وفي المرتبة الثالثة جاء موضوع نشر إحصائيات عن معدلات الإصابة بالمرض والوفيات بنسبة 16.7٪، وبرزت في قناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 39.2٪، ثم قناة العربية بنسبة 32.7٪، تلاه قناة النيل للأخبار بنسبة 28.1٪، ونلاحظ أن قناة روسيا اليوم تصدر التركيز على الخوف من الفيروس والوفيات بشكل أكبر عن القناتين الأخرين، وكانت قناة النيل للأخبار الأقل تركيزاً على ذلك.

وفي المرتبة الرابعة جاء موضوع دراسات طبية وأبحاث علمية للوقوف على أسباب المرض بنسبة 10.7٪، وبرزت في قناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 35.7٪، وفي المرتبة الخامسة جاء موضوع إجراءات المؤسسات التعليمية لأجل السيطرة على انتشار الفيروس أثناء سير العملية التعليمية بنسبة 9.6٪، وبرزت في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 39.8٪.

وفي المرتبة السادسة جاء موضوع التأثيرات الاقتصادية عالمياً للفيروس بنسبة 5.9٪، وبرزت بقناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 38.9٪، وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاء موضوع تداعيات أزمة كورونا على القطاع السياحي بنسبة 5.3٪، وبرزت في قناة العربية بالمقدمة بنسبة 40.8٪، ثم قناة روسيا اليوم بنسبة 30.6٪، تلاه قناة النيل للأخبار بنسبة 28.6٪.

وترى الباحثة أن مواقع الدراسة تناولت موضوعات جائحة كورونا باهتمام واضح، فقد أظهرت المعالجة الكيفية التي تعالج بها الموضوعات المختلفة، وطرق عرضها، وتناول مجموعة حقائق مرتبطة بالموضوع عن طريق الانتقاء والإبراز لجوانب معينة، وتتقارب هذه النتائج مع ما توصلت له دراسة (ريهام عبد الدايم، 2020)⁽⁴²⁾ بأن جاءت الإجراءات الاحترازية في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا، يليها دعم الطاقم الطبي والمستشفيات، وكذلك دراسة (سمية متولى عرفات، 2021)⁽⁴³⁾ التي توصلت إلى أن جاءت "التوجيهات والإرشادات" في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا، يليها "الإجراءات الاحترازية"، ثم "عرض لأسباب ونتائج الأزمة"، يليها "دعم الطاقم الطبي، وقد أشارت دراسة BoI (2020)⁽⁴⁴⁾ لارتفاع مستويات الثقة بالحكومات وزيادة الرضا عن أداء المؤسسات الحكومية، وزاد

التفاف المواطنين حول القادة السياسيين بالدول محل الدراسة نتيجة الإجراءات الاحترازية التي قامت بها الحكومات في مواجهة الجائحة، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (سماح المحمدي، 2021) (45) بارتفاع ثقة الشباب في أداء الحكومة المصرية وارتفاع تأييدهم ورضاهم عن قرارات الحكومة المصرية للحد من جائحة كورونا، كما ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، واعتبروها المصدر الأساسي للمعلومات عن الجائحة، وكشفت النتائج كذلك عن تزايد استخدام الشباب للصفحات الحكومية والرسمية، الأمر الذي ارتبط بزيادة الثقة في أداء الحكومة بشكل عام خلال هذه الفترة.

كما تقاربت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (محمد عثمان حسن على، 2020) (46) حيث تركيز المواقع الإلكترونية الإخبارية على موضوعات إحصائيات الإصابة والوفاة والإجراءات الوقائية ومحاولة اكتشاف أسباب المرض، ورصد معاناة المواطنين في حياتهم اليومية، والتركيز على التأثيرات الاقتصادية في دول العالم، وأبرز أنماط التكيف مع الوضع الحالي، ومحاولة تفادي التعرض للإصابة، وفي هذا الشأن أشارت دراسة (عمر أمدي، 2020) (47) أن التغطية الإعلامية كانت كافية وواقعية وركزت على توعية المواطنين من مخاطر كوفيد19 في نظر عينة الدراسة بشكل عام، لكنها في المقابل، كانت تميل بعض الأحيان للتهويل واستخدام أسلوب التخويف والترهيب.

- اتجاه معالجة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت:

جدول رقم (5) اتجاهات معالجة جائحة كورونا المستجد عبر مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والناطقة بالعربية

الاتجاه	قناة النيل للأخبار		قناة العربية		قناة روسيا اليوم		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابي	89	37.9	74	31.5	72	30.6	235	100
محايد	52	40	40	30.8	38	29.2	130	100
سلبى	69	25.8	98	36.7	100	37.5	267	100

يكشف الجدول السابق: عن اتجاهات معالجة موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية، وجاء بالمقدمة بروز الاتجاه السلبى في معالجة موضوعات كورونا بنسبة 42.2% من إجمالي الاتجاهات، وبرز في قناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 37.5%، ثم قناة العربية بنسبة 36.7%، تلاه قناة النيل للأخبار بنسبة 25.8%؛ وتعكس هذه النتيجة خطورة تفشي فيروس كورونا حول العالم، فالفيروس نفسه يمثل خطراً على

البشر في أجسادهم ونمط معيشتهم، حيث أصابت نتائج تفشي فيروس كورونا الأفراد والجماعات والدول وكيانات بحد ذاتها، كما كشف الوباء عن هشاشة نظام التعاون بين الدول، فبدلاً من أن ينشأ نظام من التعاون الدولي من أجل مواجهة فيروس لا يعرف الحدود الطبيعية؛ بدأت كل دولة تعمل على مجابهته بشكل منفرد.

وفي المرتبة الثانية جاء الاتجاه الإيجابي في معالجة موضوعات كورونا بنسبة 37.2%، وبرز في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 37.9%، ثم قناة العربية بنسبة 31.5%، تلاه قناة روسيا اليوم بنسبة 30.6%، فقد أظهرت مواقع الدراسة بعض العناوين والموضوعات الإيجابية مثل الوصول للقاح، وعمل حملات إعلامية لتوعية المواطنين بخطورة المرض، وضرورة أخذ اللقاح المعلن عنه، وأن الصحة العالمية تعتمد 9 عقاقير روسية لمحاربة تفشي فيروس كورونا، التكافل المجتمعي في مواجهة كورونا، حتى لا ننسى الجانب الإيجابي لفيروس كورونا، ويتضح من الدراسة التحليلية لجائحة كورونا أن موقع قناة النيل للأخبار تناول المضمون الإيجابي من خلال الإجراءات التي اتخذتها الدولة المصرية وأجهزتها للتصدي لهذا الفيروس.

وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاء الاتجاه المحايد في معالجة موضوعات كورونا بنسبة 20.6%، وقد برز في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 40%، ثم قناة العربية بنسبة 30.8%، تلاه قناة روسيا اليوم بنسبة 29.2%.

- الاستمالات المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد في مواقع القنوات الفضائية الإخبارية:

جدول رقم (6) استمالات معالجة جائحة كورونا المستجد عبر مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والناطقة بالعربية

الاستمالات	قناة النيل للأخبار		قناة العربية		قناة روسيا اليوم		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تخويف	97	31.5	106	34.4	105	34.1	308	100
عقلانية	53	29.8	64	36	61	34.3	178	100
عاطفية	60	41.1	42	28.8	44	30.1	146	100

يكشف الجدول السابق: عن طبيعة الاستمالات المستخدمة في معالجة موضوعات جائحة كورونا، وجاء في المقدمة بروز استمالات التخويف في معالجة موضوعات كورونا بنسبة 48.7%، وقد برزت في قناة العربية بالمقدمة بنسبة 34.4%، ثم قناة روسيا اليوم بنسبة 34.1%، تلاه قناة النيل للأخبار بنسبة 31.5%، جاءت النتيجة منطقية؛ حيث أكدت أغلب الدراسات على أن حجم وأسلوب تغطية الإعلام لجائحة كورونا سبب حالة

من الذعر والخوف الزائد من فيروس كورونا؛ فقد وصل إلى حد قتل وحرق المصابين أو المشتبه بإصابتهم بهذا المرض في بعض الدول على سبيل المثال الهند، وعليه يتوجب الاهتمام بالصحة النفسية للأفراد إضافة للصحة الجسمية.

وفي المرتبة الثانية جاء بروز الاستمالات العقلانية في معالجة موضوعات كورونا بنسبة 28.2%، وبرزت في قناة العربية بالمقدمة بنسبة 36%، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاء بروز الاستمالات العاطفية في معالجة موضوعات كورونا بنسبة 23.1%، وبرزت في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 41.1%.

- أطراف القوى الفاعلة كما تناولتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية:

جدول رقم (7)

أطراف القوى الفاعلة كما تناولتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية عبر الإنترنت

القوى الفاعلة	قناة النيل للأخبار		قناة العربية		قناة روسيا اليوم		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصين	61	31.4	70	36.1	63	32.5	194	100
دول آسيوية	47	30.7	51	33.3	55	35.9	153	100
دول أفريقية	60	32.8	55	30.1	68	37.2	183	100
مصر	34	22.5	60	39.7	57	37.7	151	100
دول	65	38.5	55	32.5	49	29	169	100
دول عربية	40	27.8	51	35.4	53	36.8	144	100
الولايات المتحدة الأمريكية	46	38	41	33.9	34	28.1	121	100
أستراليا	7	35	7	35	6	30	20	100
إسرائيل	12	28.6	11	26.2	19	45.2	42	100

يكشف الجدول السابق: عن أطراف القوى الفاعلة كما تم إبرازها في معالجة موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية، وجاء تناول دولة الصين في قناة العربية بالمقدمة بنسبة 36.1%، ثم قناة روسيا اليوم بنسبة 32.5%، ثم بنسبة 31.4% قناة النيل للأخبار.

وفي المرتبة الثانية جاءت الدول الأفريقية بنسبة 15.5%، جاء تناولها في قناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 37.2%، وفي المرتبة الثالثة جاءت دول أطراف القوى الفاعلة بنسبة 14.4%، جاءت في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 38.5%، وفي المرتبة الرابعة جاءت دول آسيوية بنسبة 13%، وجاءت في قناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 35.9%، وفي

المرتبة الخامسة جاءت مصر بنسبة 12.8٪، وجاءت في قناة العربية بالمقدمة بنسبة 39.7٪.

وفي المرتبة السادسة جاءت دول عربية بنسبة 12.2٪، جاء تناولها في قناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 36.8٪، وفي المرتبة السابعة جاءت الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة 10.3٪، جاء تناولها في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 38.0٪، وفي المرتبة الثامنة جاءت اسرئيل بنسبة 3.6٪، جاء تناولها في قناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 45.2٪، وفي المرتبة التاسعة جاءت استراليا بنسبة 1.7٪، جاء تناولها في قناة العربية وقناة النيل للأخبار بذات النسبة البالغة 35.0٪ لكل منهما، ثم التناول بنسبة 30.0٪ في قناة روسيا اليوم.

على الرغم من عالمية جائحة كورونا فإن رؤية الأزمة، وتقييمها قد اختلفا لدور وموقع المسئولية، وقد اختلفت مواقع القنوات الفضائية للدراسة في نسبة التناول للقوى الفاعلة المستخدمة في جائحة كورونا، والذي أشار بدور- إلى وجهة نظر مواقع الدراسة في تناول الموضوع؛ إذ جاءت الصين- بوصفها قوة فاعلة- في قناة العربية في المقدمة بنسبة 36.1٪، ويليهما التناول في قناة روسيا اليوم بنسبة 32.5٪، ثم تناولها بنسبة 31.4٪ في قناة النيل للأخبار؛ إذ مازالت الصين تشكل القوة الفاعلة بالموضوع؛ حيث هي الدولة التي خرجت منها حالات الإصابة بفيروس كورونا، فاهتمت مواقع الدراسة- بشكل رئيس- بكل ما يهم موضوعات كورونا في الصين.

كما ترى الباحثة أن نتائج الدراسة التحليلية فيما يخص جائحة كورونا، تعكس رؤية كل من مواقع الدراسة لأبعاد الأزمة، ومحورية القوة الفاعلة المستخدمة في صنع تلك الأحداث؛ مما يشير لمدى الاهتمام بالقوة الفاعلة من وجهة نظر سياسة القنوات الفضائية الإخبارية وفكرها وفلسفتها.

- العلاقة بين القيم الإخبارية التي تناولتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية وموضوعات جائحة كورونا المستجد التي تم إثارها في مواقع القنوات:
جدول رقم (8)

العلاقة بين القيم الإخبارية بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية وموضوعات جائحة كورونا المستجد بها

الموضوعات		الانفراد		الأهمية		الإثارة		القرب		الصراع		التمية		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
51	25.8	86	43.4	39	19.7	11	5.6	2	1	9	4.5	198	100		
86	33.6	84	32.8	55	21.5	6	2.3	8	3.1	17	6.6	256	100		
20	19	15	14.3	22	21	14	13.3	23	21.9	11	10.5	105	100		
11	23.4	13	27.7	5	10.6	10	21.3	-	-	8	17	47	100		
23	34.8	13	19.7	14	21.2	3	4.5	9	13.6	4	6.1	66	100		
15	30	8	16	9	18	13	2.6	3	6	2	4	50	100		
10	14.7	19	27.9	10	14.7	5	7.4	14	20.6	10	14.7	68	100		

يكشف الجدول السابق عن: تنوع القيم الإخبارية التي تناولتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية على الإنترنت في تناول موضوعات جائحة كورونا المستجد، حيث جاء عند تناول موضوعات (معاناة المواطنين في حياتهم اليومية، تصاعد المخاوف لعدم السيطرة على المرض، إحصاءات معدل الإصابة والوفيات) التركيز على قيم الأهمية والانفراد والإثارة، في حين برزت قيمة القرب عند تناول (التأثيرات الاقتصادية في دول العالم، تأثيرات الفيروس على القطاع السياحي)؛ وذلك لأن كافة دول العالم تعرضت لأزمات اقتصادية واجتماعية متقاربة، وبرزت قيمة الصراع عند تناول موضوع (دراسات طبية وأبحاث علمية للوقوف على أسباب المرض)؛ وذلك لأن الفترة الماضية شهدت صراعات بين شركات الأدوية العالمية في الوصول لعلاج للفيروس أو مصلى للوقاية منه.

المحور الثالث: الأطر الإعلامية التي تبنتها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية لتناول جائحة كورونا المستجد:

- الأطر الخبرية للتناول الإعلامي بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية لجائحة كورونا:

جدول رقم (9)

الأطر الخبرية للتناول الإعلامي بمواقع القنوات الفضائية الإخبارية لجائحة كورونا

الإطار	قناة النيل للأخبار		قناة العربية		قناة روسيا اليوم		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إطار التعاون	50	40.3	35	28.2	39	31.6	124	100
إطار المسؤولية	104	37.8	78	28.4	93	33.8	275	100
إطار الطمأنة	20	33.3	15	25	25	41.7	60	100
إطار التأييد ودعم القرارات	44	48.4	25	27.5	22	24.2	91	100
إطار اللوم	15	19.2	36	46.2	27	34.6	78	100
الإطار التحذيري	40	30.1	42	31.6	51	38.3	133	100
إطار الضغط والتصعيد	48	35.3	35	25.7	53	39	136	100
إطار إدارة الأزمة	43	22.6	80	42.1	67	35.3	190	100
إطار الحلول والمقترحات	20	22.2	40	44.4	30	33.3	90	100

يكشف الجدول السابق: عن تنوع الأطر الخبرية المستخدمة في معالجة موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية، وجاء في المقدمة إطار المسؤولية بنسبة 23.4٪، وجاء تناوله بقناة النيل للأخبار في المقدمة بنسبة 37.8٪، ويليه قناة روسيا اليوم بنسبة 33.8٪، ثم التناول بنسبة 28.4٪ بقناة العربية. وفي المرتبة الثانية جاء إطار إدارة الأزمة بنسبة 16.1٪، وجاء تناوله في قناة العربية في المقدمة بنسبة 42.1٪، وفي المرتبة الثالثة جاء إطار الضغط والتصعيد بنسبة 11.6٪، وجاء تناوله في قناة روسيا اليوم في المقدمة بنسبة 39.0٪، وفي المرتبة الرابعة جاء الإطار التحذيري بنسبة 11.3٪، وجاء تناوله في قناة روسيا اليوم في المقدمة بنسبة 38.3٪، وفي المرتبة الخامسة جاء إطار التعاون بنسبة 10.5٪، وجاء تناوله في قناة النيل للأخبار في المقدمة بنسبة 40.3٪، وفي المرتبة السابعة جاء إطار التأييد ودعم القرارات بنسبة 7.7٪، وجاء تناوله في قناة النيل للأخبار في المقدمة بنسبة 48.4٪. وفي المرتبة الثامنة جاء إطار الحلول والمقترحات بنسبة 7.6٪، وجاء تناوله في قناة العربية في المقدمة بنسبة 44.4٪، وفي المرتبة التاسعة جاء إطار اللوم والأطر الخبرية بنسبة 6.6٪، وجاء تناوله في قناة العربية في المقدمة بنسبة 46.2٪، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة جاء إطار الطمأنة بنسبة 5.1٪، وجاء تناوله في قناة روسيا اليوم في المقدمة

بنسبة 41.7%، ويليهما التناول في قناة النيل للأخبار بنسبة 33.3%، تلاها التناول بنسبة 25.0% في قناة العربية.

وتتقارب نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة (عبد الله إبراهيم، 2020) (48) بتنوع الأطروحات الرئيسة في الخطاب الإقناعي، وتركزت أهمها في: أطروحة تحدي الوباء وتقبل خطوات الدولة في مواجهته، ثم تلتها أطروحة أن الجائحة هي قضية مجتمع وليست قضية دولة، تبني منتج الخطاب خطاباً توجيهياً واضحاً في سياق التناول الإعلامي للجائحة، ومثلت الأطروحة الرئيسة والأهم في البقاء في المنزل (البقاء في البيت ينقذ حياة إنسان)، تلاها "تحمل الفرد مسؤولية إصابة الأهل والأسرة وقتل الأحبة، كما أوضحت دراسة (زينب ريحان، 2020) (49) أن المرسلين والمسؤولين الحكوميين هما أهم مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للجائحة، كما تصدرت أطر الاهتمامات الإنسانية، تلاه إسناد المسؤولية، والإطار الأخلاقي أطر أخبار التغطية لجائحة فيروس كورونا، وكان رئيس الوزراء هو الشخصية المحورية للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا، تلاه الأطباء ورؤساء الدولة، ثم المصابون وهيئات التمريض، كما توصلت دراسة (جيهان سعد، 2020) (50) أن جاء إطار التأييد ودعم القرارات الحكومية على رأس قائمة الأطر المستخدمة في معالجة تداعيات فيروس كورونا، تلاها الإطار التحذيري، ثم إطار المسؤولية.

- وظيفة الأطر المستخدمة في معالجة قضايا جائحة كورونا التي أبرزتها مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والناطقة بالعربية:

جدول رقم (10)

وظيفة الأطر المستخدمة في معالجة جائحة كورونا أبرزتها مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والناطقة بالعربية

وظيفة الإطار		قناة النيل للأخبار		قناة العربية		قناة روسيا اليوم		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
56	29.5	58	30.5	76	40	190	100		
20	20.6	39	40.2	38	39.2	97	100		
24	30.8	31	39.7	23	29.5	78	100		
40	40.8	21	21.4	37	37.8	98	100		
31	46.3	16	23.9	20	29.9	67	100		
96	39.7	77	31.8	69	28.5	242	100		

يكشف الجدول السابق: عن تنوع وظائف الأطر المستخدمة في معالجة موضوعات جائحة كورونا، وإن جاء بالمقدمة إطار يقدم أكثر من وظيفة لإبراز الموضوع بنسبة

31.3%، وقد برز في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 39.7%، ثم قناة العربية بنسبة 31.5%، تلاه قناة روسيا اليوم بنسبة 28.5%. وفي المرتبة الثانية جاءت وظيفة تحديد القضية وتعريفها للإطار المستخدم بنسبة 24.6%، وبرز في قناة روسيا اليوم بالمقدمة بنسبة 40%، وفي المرتبة الثالثة جاءت وظيفة عرض الأسباب للإطار المستخدم بنسبة 12.7%، وبرز في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 40.8%، وفي المرتبة الرابعة جاءت وظيفة التقييم للإطار المستخدم بنسبة 12.6%، وبرز في قناة العربية بالمقدمة بنسبة 40.2%، وفي المرتبة الخامسة جاءت وظيفة عرض الحلول للإطار المستخدم بنسبة 10.1%، وبرز في قناة العربية بالمقدمة بنسبة 39.7%، وفي المرتبة السادسة جاءت وظيفة عرض النتائج للإطار المستخدم بنسبة 8.7% وبرز في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 46.3%.

- آليات التأطير المستخدمة في معالجة قضايا جائحة كورونا بالمواقع:
أ- آليات التأطير على مستوى العرض:

جدول رقم (11)

آليات التأطير أبرزتها مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والناطقة بالعربية على مستوى العرض

آليات التأطير	قناة النيل للأخبار		قناة العربية		قناة روسيا اليوم		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاستعارات	25	24.8	38	37.6	38	37.6	101	100
تعليق على صور	85	36.3	75	32.1	74	31.6	234	100
التضخيم والمبالغة	32	31.7	32	31.7	37	36.6	101	100
إحصائيات	71	28.1	89	35.2	93	36.8	253	100
الخلاصة والاستنتاجات	24	28.2	26	30.6	35	41.2	85	100
التعميم	31	31	36	36	33	33	100	100

يكشف الجدول السابق: عن تنوع آليات تأطير موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية على مستوى العرض، حيث جاءت في المقدمة آلية الإحصاءات بنسبة 28.9%، وبرز في قناة روسيا اليوم في المقدمة بنسبة 36.8%، ثم قناة العربية بنسبة 35.2%، تلاه قناة النيل للأخبار بنسبة 28.1%، وفي المرتبة الثانية جاءت آلية التعليق على الصور بنسبة 26.8%، وبرز في قناة النيل للأخبار بالمقدمة بنسبة 36.3%، وفي المرتبة الثالثة جاء آلية الاستعارات بنسبة 11.6%، وبرز بنسبة 37.6% في كل من قناة روسيا اليوم وقناة العربية، فقناة النيل للأخبار بنسبة 24.8%، كما جاءت آلية التضخيم

والمبالغة بنسبة 11.6%، وبرزت بقناة روسيا اليوم في المقدمة بنسبة 36.6%، ثم بنسبة 31.7% في قناتي النيل للأخبار والعربية. وفي المرتبة الرابعة جاء آلية التعميم بنسبة 11.4%، برز في قناة العربية في المقدمة بنسبة 36%، ثم قناة روسيا اليوم بنسبة 33%، تلاه قناة النيل للأخبار بنسبة 31%، وفي المرتبة الخامسة جاءت آلية الخلاصة والاستنتاجات بنسبة 9.7%، وبرزت بقناة روسيا اليوم في المقدمة بنسبة 41.2%، فقناة العربية بنسبة 30.6%، فقناة النيل للأخبار بنسبة 28.2%.

ب- آليات التآطير على مستوى المعلومات:

جدول رقم (12)

آليات التآطير أبرزتها مواقع الفضائيات الإخبارية على مستوى المعلومات

الإجمالي	قناة روسيا اليوم		قناة العربية		قناة النيل للأخبار		
	ك	%	ك	%	ك	%	
269	35.3	95	34.9	94	29.7	80	الانتقاء والاختيار
155	41.3	64	29.7	46	29	45	الإبراز والتركيز
94	51.1	48	30.9	29	18.1	17	التفسير والاستفاضة في الشرح
255	34.5	88	32.2	82	33.3	85	الاستشهاد بأدلة والوقائع
113	36.3	41	30.1	34	33.6	38	الربط والمقارنة
43	30.2	13	39.5	17	30.2	13	التناقض
55	25.5	14	20	11	54.5	30	الشعارات

يكشف الجدول السابق: عن تنوع آليات تآطير موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية على مستوى المعلومات، حيث جاءت في المقدمة آلية الانتقاء والاختيار بنسبة 27.3% من إجمالي آليات التآطير، وبرزت في قناة روسيا اليوم في المقدمة بنسبة 35.3%، ثم قناة العربية بنسبة 34.9%، فقناة النيل للأخبار بنسبة 29.7%. وفي المرتبة الثانية جاءت آلية الاستشهاد بالأدلة والوقائع بنسبة 25.9%، وبرزت في قناة روسيا اليوم في المقدمة بنسبة 34.5%، وفي المرتبة الثالثة جاءت آلية الإبراز والتركيز بنسبة 15.8%، وبرزت في قناة روسيا اليوم في المقدمة بنسبة 41.3%، وفي المرتبة الرابعة جاءت آلية الربط والمقارنة بنسبة 11.5%، وبرزت في قناة روسيا اليوم في المقدمة بنسبة 36.3%.

وفي المرتبة الخامسة جاءت آلية التفسير والاستفاضة في الشرح بنسبة 9.6%، وبرزت في قناة روسيا اليوم في المرتبة الأولى بنسبة 51.1%، وفي المرتبة السادسة جاءت آلية

الشعارات بنسبة 5.6%، وبرزت في قناة النيل للأخبار في المقدمة بنسبة 54.5%، وفي المرتبة السابعة جاء آلية التناقض بنسبة 4.4%، وبرزت في قناة العربية في المقدمة بنسبة 39.5%، ثم بنسبة 30.2% في كل من قناة روسيا اليوم وقناة العربية.

ثانياً: فروض الدراسة:

- الفرض الرئيس الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد "كوفيد 19" واتجاه المعالجة، ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (13)

العلاقة الارتباطية بين الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد واتجاه المعالجة

اتجاه المعالجة		المقياس
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
0.152	19.361	أطر معالجة موضوعات جائحة كورونا المستجد

يتضح عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد واتجاه المعالجة بالمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية- محل الدراسة- على الإنترنت، وذلك عند مستوى معنوية (0.152) وتكون قيمة معامل الارتباط بيرسون (19.361)، ويعزو ذلك لتقارب طبيعة الأطر الإعلامية وتنوعها المستخدمة ما بين المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية الثلاث، ويوضح الجدول التالي كيفية توظيف كل إطار إعلامي في تناول الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد:

جدول رقم (14)

العلاقة بين موضوعات جائحة كورونا المستجد وأطر المعالجة الإعلامية

الإجمالي	الحلول والمقترحات		إدارة الأزمة		الضغط والتصعيد		التحذير		اللوم		التأييد ودعم القرارات		الطمأنينة		المسئولية		التعاون			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	198	-	-	9.1	18	8.1	16	1	2	12.6	25	12.6	25	1	2	35.9	71	19.7	39	معاناة المواطنين في حياتهم اليومية
100	268	1.1	3	9.3	25	5.2	14	3	8	12.3	33	11.9	32	7.1	19	34.7	93	15.3	41	تصاعد المخاوف لعدم السيطرة على المرض
100	138	15.9	22	21.7	30	8.7	12	19.6	27	1.4	2	2.9	4	2.9	4	19.6	27	7.2	10	إحصاءات معدل الإصابة والوفيات
100	47	-	-	10.6	5	6.4	3	2.1	1	12.8	6	14.9	7	-	-	36.2	17	17	8	تداعيات الأزمة على القطاع السياحي
100	79	12.7	10	8.9	7	15.2	12	5.1	4	6.3	5	12.7	10	3.8	3	20.3	16	15.2	12	إجراءات التعليم للتعامل أثناء الأزمة
100	52	3.8	2	3.8	2	21.2	11	-	-	7.7	4	13.5	7	9.6	5	26.9	14	13.5	7	التأثيرات الاقتصادية في دول العالم
100	81	4.9	4	23.5	19	12.3	10	16	13	3.7	3	6.2	5	1.2	1	23.5	19	8.6	7	دراسات طبية وأبحاث علمية للوقوف على أسباب المرض

- الفرض الرئيس الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد واتجاه المعالجة، ولاختبار صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون، وكانت النتائج على النحو التالي:

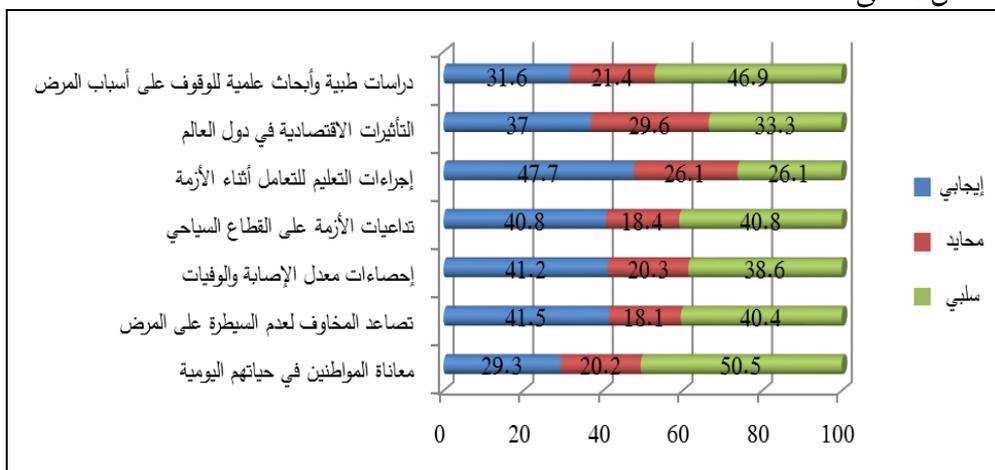
جدول رقم (15)

العلاقة الارتباطية بين طبيعة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد واتجاه المعالجة

اتجاه المعالجة		المقياس
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
0.035	22.214	طبيعة موضوعات جائحة كورونا المستجد

يتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد واتجاه المعالجة، وذلك عند مستوى معنوية (0.035)، وتكون قيمة معامل الارتباط بيرسون (22.214)، أي كلما زادت كثافة تناول الموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا المستجد كلما زاد تنوع الاتجاهات التي تعتمد عليها مواقع القنوات الفضائية الإخبارية- محل الدراسة- على الإنترنت، وإن كان الاتجاه العام نحو زيادة الاتجاهات السلبية ثم الاتجاهات الإيجابية، ويتضح من التحليل الإحصائي أن

هناك اتجاهات متنوعة في تناول موضوعات جائحة كورونا المستجد، وذلك كما يكشفه الشكل التالي:



شكل رقم (1)

العلاقة بين طبيعة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد واتجاه معالجتها

يكشف الشكل السابق عن: أن قضية معاونة المواطنين في حياتهم اليومية غلب على تناولها الاتجاه السلبي، وكذلك نتائج الدراسات الطبية والأبحاث العلمية للوقوف على أسباب المرض، وكذلك تصاعد الخوف من سيطرة المرض وتفشيته، وتداعيات الأزمة على القطاع السياحي، في حين كان اتجاه المعالجة إيجابية من حيث الإجراءات الاحترازية التي يتم اتخاذها للسيطرة على انتشار الفيروس مثل قطاع التعليم، والحرص المؤسسي لدول العالم على نشر معدلات الإصابة بالفيروس والوفيات بكل مصداقية.

• **الفرض الرئيس الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد والاستمالات المستخدمة، واختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون، وكانت النتائج على النحو التالي:

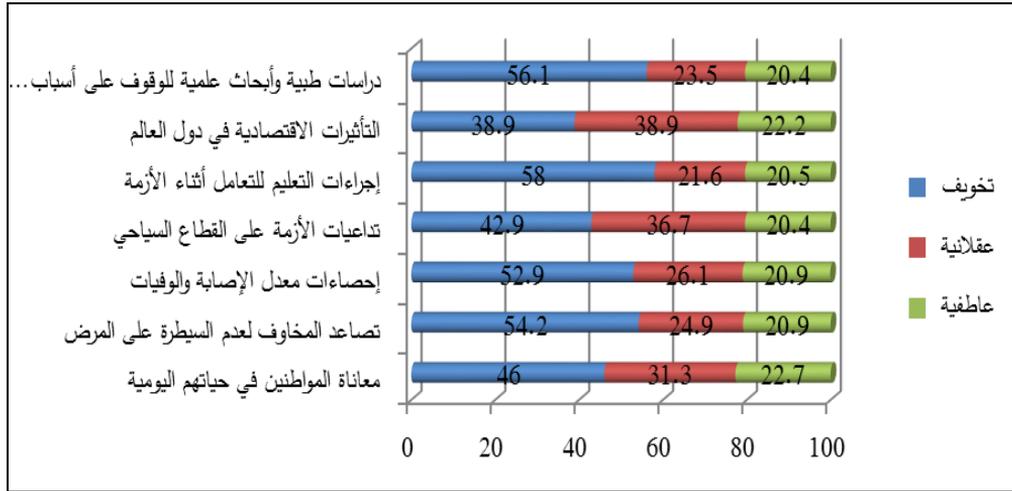
جدول رقم (16)

العلاقة الارتباطية بين طبيعة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد والاستمالات المستخدمة

الاستمالات		المقياس
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون	
0.097	18.663	طبيعة موضوعات جائحة كورونا المستجد

يتضح عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد والاستمالات المستخدمة بالمواقع الالكترونية للقنوات

الفضائية على الإنترنت، وذلك عند مستوى معنوية (0.097)، وتكون قيمة معامل الارتباط بيرسون (18.663)؛ ويعزو ذلك لأن الثلاثة مواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية الإخبارية محل الدراسة كان تركيزها في المقدمة على استمالات التخويف فالاستمالات العقلانية، ويكشف التحليل عن طبيعة اتجاهات تناول موضوعات جائحة كورونا المستجد، وذلك كما يوضحه الشكل التالي:



شكل رقم (2)

العلاقة بين طبيعة الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد واستمالات المعالجة

يشكف الشكل السابق: عن أن غالبية القضايا والموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد غلب على تناولها عبر استمالات التخويف بالمقدمة، تلاه الاستمالات العقلانية، ثم الاستمالات العاطفية.

أهم نتائج الدراسة:

- تكشف نتائج التحليل الإحصائي عن تصدر الاعتماد على الأخبار والتقارير الإخبارية، وكان التركيز على الشفافية في المقدمة من إجمالي السياسية التحريرية لموضوعات كورونا، كما تنوعت القيم الإخبارية التي تناولتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية في تناول أزمة فيروس كورونا، وإن جاء في المقدمة قيمة الأهمية ثم قيمة الانفراد، وربما يعزو ذلك لطبيعة الأزمة.

جاء موضوع تصاعد المخاوف لعدم السيطرة على المرض بنسبة 30.2% في مقدمة موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية، ثم موضوع معاناة المواطنين في حياتهم اليومية بنسبة 21.6%، وهي نتيجة طبيعية؛ لأن

هذه الأزمة صحية تهدد حياة البشرية جمعاء، لذا كان الاتجاه السلبي في معالجة موضوعات كورونا في المقدمة، وجاء بروز استمالات التخويف في معالجة موضوعات كورونا في المقدمة بنسبة 48.7% من إجمالي الاستمالات، تلاه بروز الاستمالات العقلانية في معالجة موضوعات كورونا بنسبة 28.2%، ثم بروز الاستمالات العاطفية في معالجة موضوعات كورونا بنسبة 23.1% من إجمالي الاستمالات.

وتبين تنوع الأطر الخبرية المستخدمة في معالجة موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية، وإن جاء بالمقدمة إطار المسؤولية بنسبة 23.4% ثم إطار إدارة الأزمة، وقد تنوعت وظائف الأطر المستخدمة في معالجة موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية، وإن جاء في المقدمة أن الإطار يقدم أكثر من وظيفة لإبراز الموضوع بنسبة 31.3% من إجمالي وظائف الأطر.

جاء بالمقدمة آلية الإحصاءات من بين آليات تأطير موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية على مستوى العرض، ثم آلية التعليق على الصور، ثم آلية الاستعارات، كما تنوعت آليات تأطير موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية على مستوى المعلومات، وإن جاء في المقدمة آلية الانتقاء والاختيار، ثم آلية الاستشهاد بالأدلة والوقائع، ثم آلية الإبراز والترميز، وهو ما يتفق مع فروض نظرية الأطر فيما يتعلق بتعدد الأطر التي تقدم من خلالها الأحداث، حيث يعد بناء الإطار ممارسة إعلامية، فاختيار الإطار المناسب لتقديم القضية يعد أهم قرار يتخذه الإعلامي.

توصيات الدراسة:

1- إحداث تغييرات جذرية في السياسات التحريرية لوسائل الإعلام المشهورة، ومن ثم إعادة ترتيب أولوياتها حتى تدرج الإعلام الصحي ضمن أولوياتها، بل تجعله في مقدمة هذه الأولويات، وتدمجه في كافة أنواع المحتوى (من حيث الفنون التحريرية وعلاقتها بالمحتوى المتخصص سواء كان سياسياً، أو اقتصادياً، أو اجتماعياً، أو ثقافياً، أو دينياً... إلخ)، فالاهتمام الزائد بالحدث السياسي على حساب الحدث الصحي يقود إلى الأزمات الكبرى، مثل: أزمة فيروس كورونا التي أربكت السياسيين حول العالم، وأسهمت في تبخر أموال طائلة يكفي القليل منها لتفعيل الإعلام الصحي.

2- إن نجاح الإعلام الصحي يجب ألا يقتصر على جهود وسائل الإعلام، فهو يحتاج إلى تضافر جهود كافة مؤسسات المجتمع، خاصة تلك المهتمة بالتربية والتنشئة الاجتماعية

- كالمؤسسات الدينية والثقافية، والهدف الرئيس لهذا التضافر هو جعل الصحة وشؤونها مفتاح كل نجاح، وجعلها مقياساً للتحضر.
- 3- العمل على إبراز الإعلام الصحي، والعمل على تطويره في كافة الجوانب، والذي سينعكس بالإيجاب على غرس السلوكيات والعادات الصحية السليمة للمواطن.
- 4- دعم وسائل الإعلام مادياً وفنياً وتقنياً حتى يتسنى لها منافسة الإنترنت، خاصة مع بروز دورها في أوقات الأزمات والكوارث.

مراجع الدراسة:

(¹)Bianca-Florentina Cheregi, The Media Construction Of Anti-Immigration Positions: The Discourse On The Romanian Immigrants, In **The British Press,IN: Revista Română De Sociologie**,2015,P283.

(3) أبو بكر حبيب، (2021)، معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 20، ع1.

(3) هبة محمد فهمي العطار، (2021)، دور وسائل الإعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمواجهة الأزمات الصحية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 20، العدد 1، الشتاء، ص ص 229-273.

(4) أبو سنة، نورة حمدي محمد، (2021)، التماس الطفل السعودي من الإعلام التقليدي والرقمي عن جائحة فيروس كورونا المستجد وإدراكهم لها، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 74.

(⁵) عبد الله محمد عبد الله، (2020)، الأطر الخيرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا (COVID-19)، دراسة تطبيقية على الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية، **جامعة مصراته، مجلة كلية الفنون والإعلام، السنة الخامسة، العدد التاسع، يونيو**.

(⁶) محمد عثمان حسن، (2020)، أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد-19) في المواقع الإخبارية الإلكترونية، دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية، **مجلة بحوث العلاقات العامة والشرق الأوسط، العدد التاسع والعشرون/ الجزء الثاني، أكتوبر**.

(⁷) عيشة علة، (2020)، "دور وسائل الإعلام الجديدة في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19) دراسة ميدانية"، **مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديموقراطي العربي- برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، ص 496**.

(8) جاد عويدات، (2020)، تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيسبوك، "دراسة ميدانية لمستخدمي صحفي قناة المملكة الأردنية وقناة FRANCE 24 عربي، **مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديموقراطي العربي، العدد الحادي عشر، مايو**.

9) جيهان سعد عبده، (2020)، أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (COVID 19): دراسة تحليلية، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، الجزء الخامس، يوليو.

10) Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K., ... & Wang, Y. (2020). A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. **a paper presented to University of Minnesota**

¹¹⁾Liao, Qiuyan, et.al, (2020), "Public Engagement and Government Responsiveness in the Communications About COVID-19 During the Early Epidemic Stage in China: Infodemiology Study on Social Media Data, **JOURNAL OF MEDICAL INTERNET RESEARCH**, vol. 22, iss. 5 | e18796

¹²⁾ بسنت مراد فهمي، (2020)، تفاعل الجمهور المصري حول أزمة فيروس "كورونا" عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 19، العدد 3، الصيف، ص ص 167-235.

13)Abdelhafz, Ahmed Samir, et al, (2020), "Knowledge, Perceptions, and Attitude of Egyptians Towards the Novel Coronavirus Disease (COVID-19)" **Journal of Community Health**, 45, pp 881–890: <https://doi.org/10.1007/s10900-020-00827-7>

14) هبة الله صالح السيد صالح، (2021)، فاعلية وسائل الإعلام (الحديثة والقديمة) كمصدر للمعلومات الصحية للجمهور المصري خلال أزمة فيروس كورونا، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد 56، العدد 5.

¹⁵⁾Rama Krishna Reddy Kummitha,2020," Smart technologies for fighting pandemics: The techno- and human- driven approaches **in controlling the virus transmission**" **Government Information Quarterly**. pp.1-11.

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

¹⁷⁾ Marc.-André. Kaufhold" Empirical insights for designing Information and Communication Technology for International Disaster Response" **International Journal of Disaster Risk Reduction**.2020. p.4.

¹⁸⁾ عبد العزيز موسى بشارة، (2020)، قناة الحدث الفضائية والتأثير الإخباري لجائحة كورونا (COVID-19)، *مجلة كلية الفنون والإعلام*، جامعة مصراته، السنة الخامسة، العدد 10 – ديسمبر.

19) وليد محمد عبد الحليم، (2020)، تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا Covid 19 -دراسة ميدانية، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي، العدد الحادي عشر، مايو.

²⁰⁾ آمال إبراهيم الفقي، محمد كمال أبو الفتوح، (2020)، المشكلات النفسية المترتبة على جائحة فيروس كورونا المستجد COVID-19، بحث وصفي استكشافي لدى عينة من طلاب وطالبات الجامعة بمصر، *المجلة التربوية*، جامعة سوهاج، كلية التربية، المجلد 74، ص 1089:1047.

- ²¹⁾Wen, J., Aston, J., Liu, X., & Ying, T. (2020). Effects of misleading media coverage on public health crisis: **A case of the 2019 novel coronavirus outbreak in China. *Anatolia*, 31(2), 331-336**
- ²²⁾ Wang, Y., Di, Y., Ye, J., & Wei, W. (2020). Study on the public psychological states and its related factors during the outbreak of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in some regions of China. ***Psychology, Health & Medicine*, 1-10.**
- ²³⁾Yi Zheng, et al, (2020), The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health: a perspective article, ***An International Journal of Tourism and Hospitality Research***, Volume 31, Issue2, pp. 337-340 .
- ²⁴⁾ وليد محمد عاشور، (2020)، تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا" دراسة ميدانية"، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ع11، المجلد 3.
- ²⁵⁾ إيمان عصام، (2020)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام أثناء الأزمات، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 19، العدد 4، الخريف، ص ص 177-231.
- ²⁶⁾N. Olaimat. Amin & et al (2020), Knowledge and Information Sources about COVID-19 among University Students in Jordan: A Cross-Sectional Stud ,***Frontiers in Public Health***, V (8), Article number 254
- ²⁷⁾Anthony Palmer& Andrea Tanner, Booms, Bailouts, and Blame: News Framing of the 2008 Economic Collapse, ***IN: Electronic News***,vol:6,No: 3,2012,p 153.
- ²⁸⁾Dietram A, Scheufele.(1999). "Faming as a theory of media effects " ***Journal of Communication***, vol.44, no.2.
- ²⁹⁾ Dolf, Zelman. & Others. (2004). Effects of Lead Framing on selective exposure to **internet News reports, *Communication Research***.
- ³⁰⁾ Holli, Semetko & Others. (2000). Framing European Politics: A content Analysis of Press and T.V News ***In: Journal of Communication***, vol.52, no.2.
- ³¹⁾ سامي طابع، **بحوث الإعلام**، ط1، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001)، ص168.
- ³²⁾ سمير محمد حسين، **بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي**، (القاهرة: عالم الكتب، 1995). ص 14.
- ³³⁾ محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، (القاهرة: عالم الكتب، 1997)، ص ص 158-159.
- ³⁴⁾ غريب السيد أحمد، **تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي**. (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2006). ص 48.
- 35) Linda Hantrais. Comparative Research Methods.***Social Research Update***. the Department of Sociology, University of Surrey, Guildford, England. 1995. Online: <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU13.html>.
- ³⁶⁾ Reza Azarian.Potentials and Limitations of Comparative Method in Social Science.***International Journal of Humanities and Social Science***. Vol. 1 No. 4;

April 2011. P 119. Online:

<http://www.ijhssnet.com/journals/Vol. 1 No. 4; April 2011/15.pdf>.

³⁷⁾ Kazimierz Maciek Slomczynski. Irina Tomescu- Dubrow. Comparative Methods in Social Sciences, 2010. <http://www.slideshare.net/idubrow2000/comparative-methods-in-social-sciences-lecture-1>.

³⁸⁾ عاطف عدلي العبد، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002).

*الممرّزون هم:

• د. مروة رضوان إبراهيم- محلل إحصائي بالمرصد الإعلامي بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري.-

• د. دعاء حامد الغوايبي- محلل إحصائي بالمرصد الإعلامي بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري.-

³⁹⁾ زناتي، ريم نجيب، (2020)، "توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر)" دراسة حالة على موضوع فيروس (كورونا COVID-19) المستجد، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المجلد 55، الجزء الرابع.

(40) العميري، أحمد محمد صالح، (2020)، دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المجلد 54، الجزء الرابع عن جائحة كورونا.

⁴¹⁾ عبد الحافظ، نادية محمد، (2020)، اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المجلد 54، الجزء الرابع عن جائحة كورونا.

⁴²⁾ ريهام مرزوق إبراهيم عبدالدايم، (2020)، معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة، دراسة تحليلية، لأزمة فيروس كورونا (كوفيد- 19)، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المجلد 54، الجزء الرابع عن جائحة كورونا، يوليو.

(43) عرفات، سميرة متولي، (2021)، معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية لأزمة كورونا (COVID 19): دراسة تحليلية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المجلد 56، الجزء الأول.

⁴⁴⁾ Domien Bol, et al (2020), The effect of COVID-19 lockdowns on political support: Some good news for democracy?, **European Journal of Political Research**, pp. 1–13.

⁴⁵⁾ سماح المحمدي، (2021)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد 56، العدد 5.

⁴⁶⁾ محمد عثمان حسن علي، (2020)، أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد-19) في المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية، **مجلة العلاقات العامة، الجمعية المصرية للعلاقات العامة**، السنة الثامنة، العدد 29، الجزء الثاني، أكتوبر.

- ⁴⁷ عمر أمدي، (2020)، التناول الإعلامي لجائحة كوفيد-19 في الصحافة الرقمية المغربية بين التوعية والتهويل: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ع13.
- ⁴⁸ عبد الله عمران علي إبراهيم، (2020)، الخطاب الإقناعي في التلفزيون المصري: دراسة في تحليل الخطاب الصحي بالبرامج الحوارية: جائحة كورونا أنموذجًا، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد 55، الجزء الرابع عن جائحة كورونا، أكتوبر.
- ⁴⁹ زينب الحسيني رجب بلال ربحان، (2020)، المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا "دراسة تحليلية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد 55، الجزء الرابع.
- ⁵⁰ جيهان سعد، (2020)، أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid 19).. دراسة تحليلية، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، المجلد 54، الجزء الخامس، يوليو.

References

- Bianca-Florentina Cheregi, The Media Construction Of Anti-Immigration Positions: The Discourse On The Romanian Immigrants ‹In **The British Press, IN: Revista Română De Sociologie**,2015,P283.
- Habib, A. (2021), muealajat mawaqie alsuhuf almisriat walearabiat li'azmat kwrna, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 1.
- Aleatar, H. (2021), dawr wasayil al'ielam aljadidat fi ziadat waey aljumphur almisrii limuajahat al'azamat alsihiyati, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 1, 229-273.
- Abu Senat, N. (2021), ailtimasu altifl alsaeudii min al'ielam altaqlidii walraqamii ean jayihat fayrus kuruna almustajidi wa'idrakihim laha, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, kuliyyat Al'ielam, jamieat Alqahira, 74.
- Abd Allah, M. (2020), al'utur alkhbariat liltanawul al'ielamii lijayihat kuruna (COVID-19), dirasat tatbiqiat ealaa almawqie al'iiliktrunii liqanaat Rusia alyawm alfadayiyat al'iikhbariata, jamieat misratihi, majalat kuliyyat Alfunun wal'ielami, alsunat alkhamisata, 9.
- Hasan, M. (2020), 'atar taqdim jayihat kuruna (kufid-19) fi almawaqie al'iikhbariat al'iiliktruniati, dirasat tahliliat ealaa eayinat min almawaqie al'iikhbariat almisriati, majalat buhuth alealaqat aleamat walsharq al'awsata, 29(2).
- Ealla, E. (2020), "dawr wasayil al'ielam aljadaydat fi tanmiyyat alwaey alsihiyi wamukafahat al'azamat alsahyt alealamiyyat fi daw' aintishar fayrus kuruna (kufydi-19) dirasat miydany", majalat aldirasat al'ielamiyyat, almarkaz aldaymuqrati allearabia- Berlin, Almanyaa, 21, 496.
- Awaidat, J. (2020), tafaeul alshabab aljamieii mae turuq alwiqayat min fayrus kuruna eabr fisbuk, "dirasat maydaniat limustakhdimi suhfatay qanaat almamlakat al'urduniyyat waqanaat FRANCE 24 earabi, majalat aldirasat al'ielamiati, almarkaz aldiymuqrati Alearab, 21.
- Abdo, J. (2020), 'atar muealajat mawaqie alsuhuf al'iiliktruniat walmawaqie al'iikhbariat litadaeiat jayihat fayrus kuruna almustajidi (COVID 19): dirasat tahliliatun, majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 54(5).
- Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K., ... & Wang, Y. (2020). A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. **a paper presented to University of Minnesota**
- ˆLiao, Qiuyan, et.al, (2020),” Public Engagement and Government Responsiveness in the Communications About COVID-19 During the Early Epidemic Stage in China: Infodemiology Study on Social Media Data, **JOURNAL OF MEDICAL INTERNET RESEARCH**, vol. 22, iss. 5 | e18796

- Fahmi, B. (2020), tafaeul aljumhur almisrii hawl 'azmat fayrus "kwruna" eabr mawaqie altawasul alajjtimaieii watatbiqat alhatif aldhaky, almajalat Almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, 3, 167-235
- Abdelhafz, Ahmed Samir, et al, (2020), "Knowledge, Perceptions, and Attitude of Egyptians Towards the Novel Coronavirus Disease (COVID-19)" **Journal of Community Health**, 45, pp 881–890: <https://doi.org/10.1007/s10900-020-00827-7>
- Saleh, H. (2021), faeiliat wasayil al'ielam (alhadithat walqadimatu) kamasdar lilmaelumat alsihyat liljumhur almisrii khilal 'azmat fayrus kwruna, majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 5.
- Rama Krishna Reddy Kummitha,2020," Smart technologies for fighting pandemics: The techno- and human- driven approaches **in controlling the virus transmission**" **Government Information Quarterly**. pp.1-11.
- Qiang Chen,2020," Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis" **Computer in Human behavior**. pp.1-11.
- Marc.-André. Kaufhold" Empirical insights for designing Information and Communication Technology for International Disaster Response" **International Journal of Disaster Risk Reduction**.2020. p.4.
- Beshara, A. (2020), qanaat alhadath alfadayiyat waltaatir al'iikhbariu lijayihat kuruna (COVID-19), majalat kuliyyat alfunun wal'ielami, jamieat Misratah, 10.
- Abd Alhalim, W. (2020), tathir wasayil al'ielam ealaa altaweiati al'usariat limuajahat fayrus kuruna 19- Covid dirasat maydaniati, majalat aldirasat al'ielamiati, almarkaz aldiymuqratiu alarabii, 11.
- Alfaqi, A., 'Abu Alfutuh, M. (2020), almushkilat alnafsiat almutaratibat ealaa jayihat fayrus kuruna almustajidi COVID-19 , bahth wasfi aistikshafiin ladaa eayinat min tulaab watalibat aljamieat bi Masr, almajalat altarbawiati, jamieat Suhaj, kuliyyat Altarbiati, 74, 1047:1089.
- Wen, J., Aston, J., Liu, X., & Ying, T. (2020). Effects of misleading media coverage on public health crisis: **A case of the 2019 novel coronavirus outbreak in China. *Anatolia*, 31(2), 331-336**
- Wang, Y., Di, Y., Ye, J., & Wei, W. (2020). Study on the public psychological states and its related factors during the outbreak of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in some regions of China. ***Psychology, Health & Medicine*, 1-10.**
- Yi Zheng, et al, (2020), The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health: a perspective article, **An International Journal of Tourism and Hospitality Research**, Volume 31, Issue2, pp. 337-340 .
- Ashour, W. (2020), tathir wasayil al'ielam ealaa altaweiati al'usariat limuajahat fayrus kuruna" dirasat maydaniati", majalat aldirasat al'ielamiati, almarkaz Aldiymuqrati Alearabia, Berlin, 'Almanya, 11 (3).

-Eisam, I. (2020), aietimad aljumphur almisrii ealaa wasayil al'iielam 'athna' al'azmati, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'iielami, jamieat Alqahira, 4, 177-231.

- N. Olaimat. Amin & et al (2020), Knowledge and Information Sources about COVID-19 among University Students in Jordan: A Cross-Sectional Stud ,**Frontiers in Public Health**, V (8), Article number 254

⁵⁰)Anthony Palmer& Andrea Tanner, Booms, Bailouts, and Blame: News Framing of the 2008 Economic Collapse, **IN: Electronic News**,vol:6,No: 3,2012,p 153.

- Dietram A, Scheufele.(1999). "Faming as a theory of media effects " **Journal of Communication**, vol.44, no.2.

- Dolf, Zelman. & Others. (2004). Effects of Lead Framing on selective exposure to internet News reports, **Communication Research**.

- Holli, Semetko & Others. (2000). Framing European Politics: A content Analysis of Press and T.V News **In: Journal of Communication**, vol.52, no.2.

-Tayie, S. (2001). buhuth al'iielami, ta1, (Alqahira: Dar Alnahdat Alearabia), 168.

-Hussein, S. (1995). buhuth al'iielama: dirasat fi manahij albahth aleilmi, (Alqahira: Alam Alkutub). 14.

-Abd Alhamid, M. (1997). albahth aleilmiu fi aldirasat al'iielamiati, (Alqahira: Alam Alkutub), 158-159.

-Ahmed, G. (2006). tasmim watanfidh albahth aliajtimaeii. (Al'iiskandiria: Dar Almaerifat Aljamieiat), s 48.

- Linda Hantrais. Comparative Research Methods.**Social Research Update**. the Department of Sociology, University of Surrey, Guildford, England. 1995. Online: <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU13.html>.

- Reza Azarian.Potentials and Limitations of Comparative Method in Social Science.**International Journal of Humanities and Social Science**. Vol. 1 No. 4; April 2011. P 119. Online: <http://www.ijhssnet.com/journals/Vol. 1 No. 4; April 2011/15.pdf>.

- Kazimierz Maciek Slomczynski. Irina Tomescu- Dubrow. Comparative Methods in Social Sciences, 2010. <http://www.slideshare.net/jdubrow2000/comparative-methods-in-social-sciences-lecture-1>.

-Al Abd, A. (2002). tasmim watanfidh aistitlaeat wabuhuth alraay aleami wal'iielami: al'usus alnazariat walnamadhij altatbiqiatu, (Alqahira: Dar Alfikr Alearabii).

-Zanati, R, (2020), "tawzif al'iinfujrafik fi muealajat alqadaya alsihyat fi alduwal alearabiat eabr mawqie altawasul alaijtimaeii (tuytir)" dirasatan halatan ealaa mawdue fayrus (kwrna (COVID-19) almustajda, majalat albuuhuth al'iielamiati, jamieat Al'azhar, 55(4).

- Salih, A. (2020), dawr al'iinfujrafik bialsafahat alhukwmiat almisriat ealaa alfis buk fi 'iimdad alshabab aljamieii bialmaelumat tujah fayrus kwruna, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 54.
- Abd Alhafiz, N. (2020), aitijahat aljumphur almisrii nahw muealajat wasayil al'ielam aljadid lijayihat fayrus kwruna almustajda, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 54(4).
- Abdaldayim, R. (2020), muealajat albaramiy alhawariat bialfadayiyaat almisriat alhukumiati walkhasati, dirasat tahliliatun, li'azmat fayrus kuruna (kufid- 19), majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 54.
- Arafat, S. (2021), muealajat albaramiy altibiyat bialfadayiyaat almisriat li'azmat kwruna (COVID 19): dirasat tahliliatun, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 56(1).
- Domien Bol, et al (2020), The effect of COVID-19 lockdowns on political support: Some good news for democracy?, **European Journal of Political Research**, pp. 1–13.
- Almuhamadi, S. (2021), dawr shabkat altawasul alaijtimaeiu fi bina' thiqt alshabab nahw 'ada' alhukwmat almisriat khilal 'azmat jayihat kwruna- dirasat maydaniatun, majalat albuḥuth al'ielamiati, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'azhar, 56(5).
- Ali, M. (2020), 'atur taqdim jayihat kuruna (kufid-19) fi almawaqie al'iikhbariat al'iiliktruniati: dirasat tahliliat ealaa eayinat min almawaqie al'iikhbariat almisriati, majalat alealaqat aleamati, aljameiat almisriat lilealaqat aleamati, alsanat althaaminati, 29(2).
- Amadi, O. (2020), altanawul al'ielamiu lijayihat kufid-19 fi alsahafat alraqamiat almaghribiat bayn altaweiati waltahwili: dirasatan maydaniatan ealaa eayinat min mustakhdimi mawqie alfisbuk, majalat aldirasat al'ielamiati, almarkaz Aldiymuqrati alearabia, Berlin, 'Almanya, 13.
- Ibrahim, A. (2020), alkhitaḥ al'iiqnaeiu fi altifizyun almisrii: dirasat fi tahlil alkhitaḥ alsihyi bialbaramiy alhawariati: jayihat kuruna anmwdhjan, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 55(4).
- Rehan, Z. (2020), almuealajat al'iikhbariat bialfadayiyaat almisriat lijayihat fayrus kwruna "dirasat tahliliatin", majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 55(4).
- Saad, J. (2020), 'atar muealajat mawaqie alsuhuf al'iilktruniati walmawaqie al'iikhbariat litadaeiat jayihat fayrus kwruna almustajidi (Covid 19).. dirasat tahliliati, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 54(5).

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

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

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

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

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, 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. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: 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 59 October 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

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

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

Rules of Publishing

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

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