

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



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

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

مساعد ورئيس التحرير:

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

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

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

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

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

سكرتارية التحرير:

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

مدقق لغوي: أ / السيد مصطفى - مدرس مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

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

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

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

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والخمسون - الجزء الرابع - صفر ١٤٤٢هـ - أكتوبر ٢٠٢٠ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

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

الهيئة الاستشارية للمجلة

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

محتويات العدد

- ١٩٢١ ■ تقييم تجربة التحول الرقمي في التعليم من وجهة نظر طلاب الإعلام
بالتطبيق على منظومة التعليم الإلكتروني وقت جائحة كورونا ووضع
تصور لإستراتيجية تطويره «دراسة كمية - كيفية» أ.د.م.د. إلهام يونس
-
- ٢٠١١ ■ تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على
تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري - دراسة ميدانية
أ.د.م.د. حنان عبدالوهاب عبدالحميد
-
- ٢٠٦٧ ■ تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة
كورونا(كوفيد-١٩) في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية
أ.د.م.د. رباب صلاح السيد إبراهيم
-
- ٢١٣٣ ■ الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية- دراسة تحليلية
د. إبراهيم علي بسيوني محمد
-
- ٢٢٢٥ ■ تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً (EWOM) حول إدارة الحكومة
المصرية لأزمة كورونا على الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك
د. مایسة حمدي زكي
-
- ٢٣٠٧ ■ توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية
عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) - دراسة حالة على موضوع
فيروس (كورونا COVID-19) المستجد د. ريم نجيب زناتي
-
- ٢٣٧٩ ■ دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بالمخاطر المجتمعية
لجائحة كورونا (دراسة ميدانية) د. أحمد عمران محمود

- المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا
٢٤٤٧ د. زينب الحسيني رجب بلال ريحان «دراسة تحليلية»
-
- الخطاب البصري لجائحة كورونا كما تعكسه أغلفة المجلات العربية
٢٤٨٧ د. سمير محمد محمود «دراسة تحليلية»
-
- الخطاب الإقناعي في التلفزيون المصري .. دراسة في تحليل الخطاب
٢٥٧٥ الصحي بالبرامج الحوارية «جائحة كورونا أنموذجًا»
د. عبد الله عمران علي إبراهيم
-
- The Role of PR in Tourism Companies for Maintaining
٢٦١٩ Contact with the Audience during the COVID-19 Crisis
Mohammed Alrushud
-

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

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

تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة
أزمة كورونا (كوفيد-19) في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية

- The Media Academic Elite's evaluation of the media's performance in managing the Coronavirus (Covid-19) crisis within the framework of social responsibility theory

أ.م.د/ رباب صلاح السيد إبراهيم

أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية بجامعة المنوفية .

drbsa340@gmail.com

ملخص الدراسة

يهدف هذا البحث للكشف عن تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا (كوفيد-19) في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، واقتصر مجتمع الدراسة على النخبة الأكاديمية الإعلامية من الجامعات المصرية، وطبقت الباحثة استمارة الاستبانة على عينة قوامها (100) مفردة، تم اختيارها بطريقة عمدية؛ وكان من أهم نتائج الدراسة: وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة، كما تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لمدى مهنية وأخلاقية تغطية وسائل الإعلام لأحداث أزمة فيروس كورونا، ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة.

الكلمات المفتاحية: النخبة الأكاديمية الإعلامية- إدارة الأزمة- كورونا- المسؤولية الاجتماعية.

Abstract

This research aims to reveal the media academic elite's evaluation of the media's performance in managing the Corona crisis (Covid-19) within the framework of the theory of social responsibility. The research results were limited to the media academic elite from Egyptian universities. The researcher applied the questionnaire form on a sample of 100 (Respondents, which were selected. In an intentional manner, and one of the most important results of the study was: The existence of a positive and statistically significant correlational relationship between the elite's assessment of the extent of the media's commitment to its social responsibility towards the public in covering the Corona crisis and the different levels of exposure to media to follow this crisis. The results also indicate positive and statistically correlation between Elite's exposure levels to media coverage of the Corona crisis and their Attitudes Evaluations of How this coverage near to professional and ethical stands of media Responsible performance.

Key words: Media Academic Elite - Crisis Management-Corona- Social Responsibility.

يعد الإعلام أداة رئيسة وفعالة من أدوات إدارة الأزمة سواء على المستوى الداخلي أو على المستوى المحلي؛ ففي ظل هذا العالم المتطور الذي نعيش فيه تتصاعد الطبيعة التنافسية التي تجعل من الأزمات التي تهدد النظام شيئاً وارداً، وتظهر الجهود الإعلامية كأحدى الدعامات الأساسية⁽¹⁾.

حيث تعتبر وسائل الإعلام وسيطاً قوياً ومؤهلاً أن يكون لها دور استراتيجي في معالجة الوضع واحتوائه على جميع المستويات، سواء في توفير البيانات والمعلومات بالقدر الكافي الذي يمكن الجماهير من تكوين تصور أقرب ما يكون للحقيقة عن الأزمة، أم في وضع خطة للمحافظة على الهدوء وعدم إثارة الهلع والذعر لدى الناس، أم في التنسيق بينها وبين الجهات الأمنية، أم في التصدي للشائعات التي تجد تربة خصبة لها وسط الفوضى والبلبلة فتزيد الأمور تعقيداً وسوءاً؛ لأن الانسان أثناء الأزمة يكون أكثر تعرضاً للاختراق بسبب القلق والتوجس⁽²⁾.

والعالم اليوم يواجه أزمة وكارثة عصفت بجميع الدول كبيرة وصغيرة في آن معاً، وباتت تهدد حياة ومعيشة مئات الملايين من البشر، وتذر بأزمة اقتصادية عالمية قد تستمر لسنوات، والوطن العربي- بوجه عام وخاصة مصر- ليس بمنأى عن خطر جائحة الفيروس التاجي(كورونا)، وتداعياته الصحية، والاقتصادية والاجتماعية والسياسية أيضاً، لذا يقتضي الأمر العمل على خلق وعي مجتمعي مبني على العلم والفهم المشترك للمخاطر والإحساس بالمسؤولية المشتركة لدرء هذه المخاطر ومواجهتها، إن تعزيز ثقافة الصمود والقدرة على المواجهة مسؤولية وطنية وقومية⁽³⁾، لذا يقع على عاتق وسائل الإعلام مسؤولية اجتماعية في غاية الخطورة والأهمية من خلال تقديم المعلومات الدقيقة، والتواصل الشفاف، والتعامل مع المخاطر على نحو متكامل وشامل.

ومن هنا جاءت أهمية التعرف على أداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا(كوفيد-19) من منظور مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع، والتعرف على تقييم النخبة

الأكاديمية الإعلامية لهذا الدور الإعلامي في إدارة جائحة فيروس كورونا، حيث تعتبر النخبة أحد مكونات المجتمع المهمة؛ فهي فئة من الفئات المتميزة في المجتمع سواءً وظيفياً أو فكرياً أو تعليمياً؛ مما يؤهلها للقيام بأدوار المسؤولية في المجتمع، ولديها رؤية نقدية وفكرية لما يقدم في وسائل الإعلام، وكيفية إدارة هذه الوسائل للأزمات والكوارث والتعامل معها، حيث مثلت علاقة النخب بوسائل الإعلام إشكالية جديرة بالدراسة على المستويين العربي والأجنبي استناداً إلى أهمية النخب كقادة رأي من جهة، وقدرة النخب على تقييم الأداء الإعلامي؛ بما يسمح بالتالي بتعديل وتوجيه وتخطيط الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية.

ويأتي هذا البحث ليتناول جانباً مهماً في دراسات النخب؛ حيث يركز على دراسة النخبة الأكاديمية الإعلامية واتجاهاتها نحو أداء وسائل الإعلام في إدارتها لجائحة فيروس كورونا من منظور مسؤوليتها الاجتماعية.

أسباب اختيار الموضوع: قامت الباحثة باختيار هذا الموضوع لعدة أسباب؛ من أهمها:

1. إعلان منظمة الصحة العالمية كوفيد 19 الذي يسببه فيروس كورونا وباءً عالمياً في 2020/3/11، حيث سبب الوباء أضراراً اجتماعية واقتصادية عالمية بالغة، تتضمن أضخم ركود اقتصادي عالمي، وتأجيل الأحداث الرياضية والدينية والسياسية والثقافية أو إلغائها، ونقص كبير في الإمدادات والمعدات تفاقم نتيجة حدوث حالة من هلع الشراء، كما أُغلقت المدارس والجامعات والكليات على الصغرى الوطني أو المحلي، ما أثر على نحو 73,5% من الطلاب في العالم، وانتشرت المعلومات الخاطئة حول الفيروس على الإنترنت⁽⁴⁾.

2. في وقت الشدائد يتصدى الجميع لها، كل واحد حسب وظيفته ومنصبه، فتجد الطبيب والجندي والإعلامي وغيرهم يبذلون مجهودات كبيرة وفقاً لما يمليه عليهم الضمير المهني والإنساني لمواجهة الأخطار التي تشكل تهديداً على حياة الأفراد وأمن المجتمعات واستقرارها، أيًا كان الخطر، عدواً أو وباءً أو أزمات.

3. تأكيد رئيس مجلس الوزراء دكتور مصطفى مدبولي على ضرورة اهتمام كافة وسائل الإعلام خلال الفترة الحالية بإبراز الموقف الحالي لتعامل الدولة مع فيروس "كورونا" المستجد، وكذا نشر وبث برامج التوعية المختلفة لمواجهته، مُوجِّهاً في هذا الصدد بأن يتولى وزير الدولة للإعلام التنسيق مع جميع الجهات المعنية لتكثيف نشر وإذاعة برامج التوعية الخاصة بمواجهة هذا

الفيروس⁽⁵⁾. مما دفع الباحثة للكشف عن الدور الإعلامي الذي قامت به وسائل الإعلام في معالجتها لهذه الجائحة وهذا الوباء العالمي.

4. النخبة الأكاديمية الإعلامية تمتلك ما يؤهلها لتقييم أداء وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والكوارث؛ لما تتمتع به من درجة عالية من العلم والثقافة والخبرة والرؤية النقدية لما يقدم في هذه الوسائل من معلومات وأخبار عن جائحة كورونا (كوفيد-19). لذا؛ كان من المهم التعرف على تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارتها لهذه الأزمة من منظور مسؤوليتها الاجتماعية تجاه أفراد المجتمع المصري.

الدراسات السابقة: بالاطلاع على التراث العلمي الخاص بموضوع البحث "تقييم النخبة الأكاديمية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا 2020"، وبعد مسح للدراسات العربية والأجنبية لم تجد الباحثة دراساتٍ مماثلةً محلّ الدراسة، لذلك سوف تعرض الباحثة مجموعة من الدراسات السابقة حول محاور موضوع البحث، وقد تمّ تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت النخبة ووسائل الإعلام.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام والأزمات.

وفيما يلي عرض هذه الدراسات على أساس الترتيب الزمني لها من الأقدم إلى الأحدث.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت النخبة ووسائل الإعلام:

اهتمت دراسة مروة شبل عجيزة (2012) برصد وتحليل الدور الذي قامت به وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثورة 23 يناير من خلال توجهات وتقييم النخبة المصرية لهذا الدور، وذلك من خلال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال أداة الاستبانة لجمع بيانات الدراسة من عينة عمدية قوامها (150) مفردة من النخبة السياسية والإعلامية والأكاديمية، وكان من أهم النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى اعتماد النخبة على الوسائل الإلكترونية واتجاهاتهم نحو دورها في الثورة⁽⁶⁾.

سعت دراسة عبد الرحمن محمد (2014) إلى تقصي مدى التزام القنوات الفضائية العربية واليمينية بأسس الممارسة الصحفية المهنية والأخلاقية أثناء تغطيتها لانتفاضة الشباب اليمني السلمية التي اندلعت عام 2011، وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الكمية الوصفية، مستخدمة منهج المسح، وقد تم تطبيق استبانة على عينة من النخبة

اليمنية بلغت (114) مبحوثًا، وقد اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وأوضحت الدراسة ارتفاع نسبة اهتمام النخبة اليمنية بمتابعة أخبار انتفاضة الشباب اليمني، وكشفت الدراسة عن تدني مستوى ثقة النخبة اليمنية في وسائل الإعلام بوجه عام، وتأثير ملكية القناة وتوجهها السياسي في تحديد الموضوعات التي يتم مناقشتها وأسلوب النقاش⁽⁷⁾.

أجرى نضال بريخ (2015): دراسة هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكة التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة 2014، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدم الباحث المنهج المسحي، واعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبانة في جمع البيانات اللازمة للدراسة، وتم تطبيق أدوات الدراسة على عينة حصصية من النخبة السياسية الفلسطينية وبلغ قوامها (164)، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وكان من أهم نتائج الدراسة: جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمة المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون كمصدر للمعلومات أثناء العدوان، كما أشارت الدراسة إلى أن الحصول على المعلومات والأخبار كان في مقدمة أسباب الاعتماد على شبكة التواصل الاجتماعي⁽⁸⁾.

واهتمت دراسة إيهاب الضبع (2015): بالتعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو معالجة الصحف المصرية لثورة 25 يناير، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث استخدم الباحث المنهج المسحي، واستعانته الدراسة بأداتي المقابلة وصحيفة الاستبانة لجمع البيانات اللازمة، وتم اختيار عينة من النخبة السياسية والإعلامية المصرية لإجراء الدراسة عليها، وكان من أهم نتائج الدراسة: أن الصحف المستقلة تميزت بجودة الأداء الصحفي، وكانت أقل أنواع الصحف دعمًا للتوريث وأكثرها دعمًا للمعارضين للنظام، في حين احتلت الصحف القومية المركز الثالث في مستوى الأداء الصحفي وكانت أكثرها دعمًا للتوريث⁽⁹⁾.

وأجرى حسن يوسف مصطفى (2016) دراسة هدفت إلى التعرف على اتجاهات النخبة الإعلامية حول تناول وسائل الإعلام الفلسطينية لقضايا الانقسام وقضايا الحل النهائي (القدس اللاجئيين- الدولة- الحدود- المستوطنات)، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وطبقت الاستمارة على عينة من من النخبة الإعلامية قوامها (101) مفردة، وأظهرت نتائج

الدراسة طغيان قضايا الانقسام على قضايا الحل النهائي من حيث اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية ومتابعة النخبة الإعلامية لها⁽¹⁰⁾.

هدفت دراسة سازان سامان عبدالمجيد، عبد الكريم علي الدبيسي (2016) إلى معرفة تقييم النخبة العراقية لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية؛ وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث استخدم الباحثان المنهج المسحي على عينة عمدية من (300) مفردة، موزعة بالتساوي على فئات النخبة العراقية الثلاث: السياسية، والأكاديمية، والإعلامية، كما اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن القنوات الفضائية تحظى بالأولوية في متابعة النخبة، وأن وسائل الإعلام العراقية تنشر بعض المواضيع التي تثير الصراع الطائفي، في حين أنها تولي اهتمامًا منخفضًا للقضايا المرتبطة بمواجهة الطائفية أو الحد من انتشارها⁽¹¹⁾.

وكشفت دراسة أمال حسن محمد (2017) عن اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور الأمل الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية المجال العام، وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح الإعلامي، وطبقت الدراسة صحيفة الاستبانة على عينة من النخبة الأكاديمية والإعلامية قوامها 150 مبحوثًا، تم اختيارهم بطريقة الحصص من المجتمع المصري والسعودي، وكان من أهم نتائج الدراسة: احتلت المواقع الإخبارية الإلكترونية المركز الأول في اعتماد النخبة عليها كمصدر للمعلومات والأخبار بنسبة 80,7%، يليها في الترتيب الثاني الفيس بوك بنسبة 76%، وأن 62,7% من النخبة يعتمدون على وسائل الإعلام الجديدة في معرفة الأحداث الإرهابية وقضايا التطرف بدرجة كبيرة⁽¹²⁾.

وكشفت دراسة علا عبد القوي (2017) عن اتجاهات النخبة المصرية نحو التغطية الإخبارية لقضية الهجرة غير الشرعية في الفضائيات المصرية والموجهة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي لعينة عمدية من النخبة المصرية بلغت (150) مبحوثًا، وقامت الباحثة بتصميم استبانة الاستبانة في إطار نظرية الأطر الإخبارية، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مجال العمل والثقة في القنوات الخاصة⁽¹³⁾.

ورصدت دراسة ندية عبد النبي (2017) اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة المواقع الإخبارية لأليات حروب الجيل الرابع في مصر، وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات

الوصفية، واعتمدت على منهج المسح لعينة من النخبة المصرية (السياسية، الأكاديمية، الإعلامية)، وتم سحب العينة بطريقة العينة المتاحة وبلغت (225) مبحوثًا، واستخدمت الدراسة صحيفة الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على مدخل إدارة الصراع ومدخل التهديدات المجتمعية، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إيجابية بين مستوى تعرض النخبة المصرية للتغطية الإخبارية لآليات حروب الجيل الرابع بالمواقع الإخبارية واتجاههم نحو تلك التغطية⁽¹⁴⁾.

وهدفت دراسة سالي ماهر نصار (2017) إلى التعرف على مدى مصداقية المعلومات التي تقدمها الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهات النخبة نحوها ومدى اعتمادها على هذه المواقع، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، وتتخذ الباحثة من مدخل (الاعتماد على وسائل الإعلام) ومن (النموذج البنائي للمصداقية) إطارًا نظريًا للدراسة، واعتمدت الباحثة على أسلوب العينة العمدية، وطبقت أداة الاستبانة على عينة قوامها (80) مفردة، كما طبقت الباحثة الدراسة التحليلية على عينة عمدية قوامها أربع صفحات إخبارية سياسية على موقع فيسبوك، وأوضحت الدراسة وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة مصداقيتها⁽¹⁵⁾.

وقدمت دراسة دعاء أحمد محمد (2018) تقييمًا للنخبة الأكاديمية الإعلامية لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية في مصر، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح الإعلامي، كما اعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية، واستخدمت الباحثة أداة الاستبانة لجمع البيانات بأسلوب العينة المتاحة وقوامها (100) مبحوث، وكان من أهم نتائج الدراسة: عدم وجود فروق دالة إحصائية بين مدى متابعة الأحداث الإرهابية عبر وسائل الإعلام الجديدة وبين متغير السن⁽¹⁶⁾.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام والأزمات:

سعت دراسة سانتياغو بيريز (2008) للكشف عن ملامح تغطية الإعلام لكارثة تحطم ناقلة نפט على سواحل يوغسلافيا سابقًا في 16 نوفمبر 2002، واعتمدت على تحليل المضمون للمواد التي قدمتها الصحف حول الكارثة وأسبابها، وانتهت الدراسة إلى أن الصحف نشرت معلومات متباينة عن الكارثة والتسرب النفطي، وخلصت إلى أن التغطية الصحفية تخلق صورًا غير متطابقة للواقع نتيجة اختلاف السياسات التحريرية ووجهات النظر المختلفة في كتابة الأخبار والتقارير الإخبارية عن الكارثة: مما يشير إلى أن

الصحافة قد تقدم تغطيات غير واقعية وانفعالية، ولاشك أن ذلك يؤثر سلبياً على تكوين رأي عام سليم⁽¹⁷⁾.

ورصدت دراسة سحر فاروق (2010) أطر المعالجة الإعلامية لخطاب الأزمات الصحية بالصحافة المتخصصة بالتطبيق على وباء أنفلونزا الخنازير، واعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإعلامية، وكشفت الدراسة عن وفرة المعلومات التي قدمها خطاب الصحافة المتخصصة ووضوحها وبساطتها، ونجحت الدراسة في استطلاع آراء عينة من المواطنين الذين تعرضوا لهذا الخطاب؛ حيث عكست استجاباتهم تفاعلاً إيجابياً مع فكرة إيقاف الدراسة حماية لأبنائهم⁽¹⁸⁾.

وجاءت دراسة ثريا البدوي (2011) لتؤكد عدم قيام الإعلام بتحري الدقة والموضوعية والشفافية في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالأزمات، إذ تلجأ بعض الوسائل إمّا إلى التهوين أو التهويل والتضخيم، الأمر الذي يشير إلى عدم قدرة الإعلام على تحقيق التوازن في التغطية، ويؤكد الحاجة إلى التطوير الفعال والمستمر لإعلام الأزمات⁽¹⁹⁾.

وركزت دراسة آمال الغزاوي ودينا عرابي (2012) على دور وسائل الإعلام في إدارة الكوارث الطبيعية، حيث قامت هذه الدراسة باستطلاع آراء عينة من الشباب السعودي في مدينة جدة لمعرفة دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تزويد الشباب بالمعلومات عن سيول جدة، ومدى اعتماد الشباب على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى تفوق وسائل الإعلام الحديثة على وسائل الإعلام التقليدية في اعتماد الشباب السعودي عليها عند حدوث الأزمات والكوارث وخاصة كارثة السيول جدة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى ثقة الباحثين فيما قدّمته القنوات الفضائية⁽²⁰⁾.

وأجرى رزق سعد عبد المعطي (2013) دراسة للتعرف على اتجاهات النخبة الإعلامية نحو المعالجة الإعلامية لأزمة الإصلاح السياسي في مصر بعد الثورة، وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي لعينة عمدية من النخبة الأكاديمية بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة بلغت (60) مفردة، واستخدم الباحث أداة الاستبانة لجمع البيانات، ومن أهم نتائج الدراسة كان مستوى تعرض النخبة الأكاديمية للمعالجات الإعلامية حول دور الأحزاب السياسية المصرية بمختلف وسائل الإعلام في الجامعتين (بدرجة كبيرة)، كما جاءت برامج الحوار (التوك شو) في مقدمة أشكال المعالجات الإعلامية المفضلة لدى النخبة الأكاديمية⁽²¹⁾.

كشفت دراسة مصطفى منيسي (2014) الانعكاسات الأمنية لمعالجة وسائل الإعلام للأزمات بالتطبيق على أزمة ظاهرة الألتراس في مصر، وبيّنت النتائج اتجاه الصحف لتضخيم الأحداث والمبالغة في نتائجها، وتقديم تغطية إعلامية غير متوازنة تركز غالباً على أحد الأطراف أو الجوانب دون الأخرى، مما يؤدي إلى تكريس الأزمة وتعميق الفجوة بين الأطراف الفاعلة، مما يجعل وسائل الإعلام مصدرًا للأزمة، بالإضافة إلى نقص المعلومات المقدمة؛ مما يفقد وسائل الإعلام القدرة على تزويد الجمهور بالحقائق والأرقام، الأمر الذي يؤدي إلى تكوين صورة غير دقيقة عن مجريات الأحداث، ويؤثر سلبياً على الأوضاع الأمنية⁽²²⁾.

وقامت دراسة Davis, M.K, Xinru (2015) لتبحث في استخدام الوسائل الإعلامية الدولية لعدد من الأطر عند تغطيتها لأحداث الأزمات، وكذلك محاولة وضع نموذج موحد عبر دراسة الحالة وتحليل مضمون التغطية الإعلامية لثلاث أزمات تتمثل في: أزمة العراق 2003، الأزمة الدستورية 2005، وأزمة منطقة اليورو 2010-2012، وقد توصلت الدراسة إلى أن الإعلام لا يقدم تغطية فقط للأزمات؛ ولكنه تناول أيضاً التحديات والعقبات لما يقوم به الاتحاد الأوروبي إزاء مواجهة هذه التهديدات، في إطار المفهوم النظري للذعر التكاملية الشامل Concept of integrational panic لوضع تصور لدور وسائل الإعلام في البناء الاجتماعي للأزمة⁽²³⁾.

وركزت دراسة Saira Ali Umi Khat (2016) حول محطات الإذاعة التجارية الاسترالية، وكيف يمكنها أن تجعل الإعلام صانعاً لأزمة من خلال استراتيجية الخدع والمقالب في البرامج الإذاعية، بالتركيز على دراسة حالة لأحد البرامج التي أدت في النهاية لانتحار ممرضة هندية الأصل بأحد المستشفيات البريطانية، وفتح باب التحقيق حول دور الإعلام في صنع الأزمات. وقد قام الباحثان بتحليل نصوص (45) خبراً صحفياً وإذاعياً وتليفزيونياً في كل من الهند وبريطانيا وأستراليا لمدة ستة أسابيع وتطبيق نموذج دورة حياة الأزمة/ القضية The issue lifecycle model ، وقد جاءت نتائج الدراسة لتشير لإدانة محطة الراديو، وأهمية إعادة النظر في الالتزامات الأخلاقية للإعلام والممارسات المهنية والتنظيمية لوسائل الترفيه⁽²⁴⁾.

وألقت دراسة مريم صلاح نصر (2017) الضوء على وسائل الاتصال التفاعلية ودورها في إدارة الأزمات المرورية، وتتمد هذه الدراسة إلى الدراسات الاستطلاعية الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي ومنهج دراسة الحالة والأسلوب المقارن، وطبقت الدراسة استمارة الاستبانة على (400) طالب وطالبة، كما أجرت الباحثة

مقابلات مع بعض قيادات المرور في مدينة القاهرة، واعتمدت الدراسة على العديد من النظريات والنماذج (نظرية النظم، ونظرية الاستخدامات والاشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية انتشار المستحدثات، ونموذج كولزاي لاستراتيجيات التماس المعلومات، والنموذج البنوي في إدارة الأزمات)، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة الاستخدام اليومي لأحد التطبيقات المرورية أو بعضها ومدى الثقة في تطبيقات المرور على الهواتف الذكية أو الأجهزة اللوحية⁽²⁵⁾.

واهتمت أمل السيد محمد متولي (2018) بالتعرف على اتجاهات النخبة نحو أنماط المعالجة الصحفية للأزمات الاقتصادية في الصفحات المتخصصة بالصحف القومية بالتطبيق على أزمة الدولار في مصر عام 2016، واعتمدت هذه الدراسة على المدخل الوظيفي كإطار نظري للدراسة، وتنتمي هذه الدراسة إلى النمط الكيفي، كما اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت المقابلة المقننة كأداة لجمع البيانات من النخبة المتخصصة في المجال الاقتصادي قوامها (30) مفردة بأسلوب العينة المتاحة، وكشفت نتائج المقابلات عن اهتمام مكثف للمبحوثين بمتابعة المضمون الاقتصادي في وسائل الإعلام بشكل عام⁽²⁶⁾.

التعليق على الدراسات السابقة:

استخدمت بعض الدراسات استمارة الاستبانة (حسن يوسف مصطفى 2016)، واستخدم البعض المقابلة (أمل السيد محمد متولي 2018)، ومنها ما استخدم استمارة الاستبانة والمقابلة معاً (إيهاب الضبع 2015)، ومنها ما استخدم استمارة تحليل المضمون (سانتياغو بيريز 2008)، ومنها ما استخدم استمارة تحليل المضمون والاستبانة معاً (سالي ماهر نصار 2017)، وفي البحث الحالي سيتم استخدام استمارة الاستبانة لمناسبتها لموضوع البحث.

اعتمدت معظم الدراسات السابقة على منهج المسح الإعلامي، ومنها ما اعتمد على منهج المسح ومنهج دراسة الحالة والأسلوب المقارن (دراسة مريم صلاح نصر 2017)، وسوف يعتمد البحث الحالي على منهج المسح؛ لمناسبته لموضوع البحث.

تتعدد أنواع العينات المستخدمة في الدراسات السابقة طبقاً لطبيعة كل دراسة على حدة والمنهج المستخدم في هذه الدراسات، فمنها ما اعتمد على العينة العمدية (رزق سعد عبد المعطي 2013)، ومنها ما اعتمد على العينة المتاحة (دراسة دعاء أحمد محمد 2018)،

ومنها ما اعتمد على العينة الحصصية (دراسة نضال بربخ 2015)، وسوف يعتمد البحث الحالي على العينة العمدية.

تتوعدت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، فاعتمدت بعض الدراسات على نظرية المسؤولية الاجتماعية (دراسة عبد الرحمن محمد 2014)، والبعض اعتمد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والمجال العام (دراسة أمال حسن محمد 2017)، ومدخل إدارة الصراع ومدخل التهديدات المجتمعية (دراسة نادية عبد النبي 2017)، ونظرية الأطر الإعلامية (دراسة سحر فاروق 2010)، وقد شكلت هذه الدراسات إطارًا نظريًا انطلقت منه الباحثة في دراستها بالاعتماد على نظرية المسؤولية الاجتماعية كمدخل نظري لهذا البحث.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. بلورة المشكلة البحثية.
2. تحديد عينة البحث وهي النخبة الأكاديمية الإعلامية.
3. اختيار النظرية الملائمة للبحث، والذي اعتمد الإطار النظري للبحث عليها وهي نظرية المسؤولية الاجتماعية.
4. تحديد فروض الدراسة وتساؤلاتها.
5. اختيار أداة جمع البيانات التي ستستخدم في البحث.

مشكلة البحث :

يعد البعد الإعلامي في إدارة الأزمة بعدًا رئيسًا ومكملًا للجهود التي تقوم بها مؤسسات الدولة لاحتواء الأزمة، وكلما اتسع نطاق الأزمة كلما زادت أهمية البعد الإعلامي سواءً على المستوى المحلي أو الدولي؛ حيث يتابع الجمهور ومتخذو القرار تطورات الأزمة من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من أخبار ومعلومات، فعمليات نقل المعلومات وقت الأزمات قد تتعرض- بقصد أو بدون قصد- نتيجة طبيعة الأزمة لقدر من التشويه نتيجة نقل المعلومات بشكل غير دقيق، كما أن تأخر وسائل الإعلام عن نشر الأخبار والمعلومات عن الأزمات قد يزيد من حالة الارتباك والغموض التي يتسم بها موقف الأزمة، وبالتالي تزداد فرص ظهور الشائعات⁽²⁷⁾.

لذا؛ في مراحل الأزمات والكوارث ينبغي على الإعلام أن يكون أكثر حذرًا فيما ينشر من معلومات وفيما يجب عليه من تساؤلات، حيث يمكن للكلمة الواحدة أن تصيب مجتمعًا كاملًا بالقلق أو تدفعه للهلع، كما يمكن لكلمة واحدة أيضًا أن تطمئن مجتمعات

بأسرها⁽²⁸⁾). حيث تؤدي وسائل الإعلام دورًا مهمًا ومؤثرًا في توجيهات الأفراد واتجاهاتهم وصياغة مواقفهم وسلوكياتهم من خلال الأخبار والمعلومات التي تزودهم بها⁽²⁹⁾. حيث أكدت العديد من الدراسات على الدور الهام الذي تقوم به وسائل الإعلام في إدارة العديد من الأزمات والصراعات، وذلك لما لها من قدرات تكنولوجية فائقة تجعلها قادرة على تقديم تغطية متكاملة عن الأزمات والأحداث، ومن أهم وأخطر هذه الأزمات التي يعيشها العالم أجمع هي أزمة جائحة الفيروس التاجي (كورونا)، وتداعياتها الصحية، والاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

وباعتبار النخبة هي القطاع الأبرز والأقدر بين الجماهير على تقييم ما تقدمه وسائل الإعلام في إدارتها للأزمات والصراعات بشكل عام، وخاصة إدارتها لجائحة فيروس كورونا التي يمر بها العالم أجمع وخاصة ما تمر به مصر.

لذا؛ تتحدد مشكلة البحث في التساؤل الرئيس: ما تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا؟

تساؤلات البحث: يتفرع من التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية، منها:

1. ما أهم وسائل الإعلام التي تتابعها النخبة الأكاديمية في متابعة أحداث فيروس كورونا؟
2. ما درجة اهتمام النخبة الأكاديمية بمتابعة أزمة كورونا في وسائل الإعلام؟
3. ما كثافة تعرض النخبة الأكاديمية لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا؟
4. ما سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا؟
5. ما إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا؟
6. ما مستوى ثقة النخبة الأكاديمية في وسائل الإعلام لمتابعة أحداث فيروس كورونا؟
7. ما مدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في إدارة أزمة فيروس كورونا؟
8. ما تقييم النخبة لمستويات أداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا؟
9. ما تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا (كوفيد-19)؟
10. ما تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري؟

11. ما تقييم النخبة الأكاديمية لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة فيروس كورونا؟

12. ما مدى توافق معايير الأداء الإعلامي في وسائل الإعلام؟

13. ما الجوانب التي ركزت عليها وسائل الإعلام في تناولها لأزمة كورونا؟

أهداف البحث: ينطلق هذا البحث من هدف رئيس يكمن في الكشف عن تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية للدور الذي قامت به وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا 2020، ويتفرع من هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:

(1) الكشف عن اتجاهات النخبة نحو الأداء الإعلامي.

(2) الكشف عن رؤية النخبة الأكاديمية للكيفية التي أدارت بها وسائل الإعلام أزمة كورونا.

(3) تقييم مدى التزام وسائل الإعلام بالأخلاقيات المهنية في تغطيتها لأحداث أزمة كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية الإعلامية.

أهمية البحث: تتبع أهمية البحث من عدة اعتبارات:

(1) يركز البحث الحالي على تقييم المخرجات الإعلامية من خلال قياس اتجاهات النخبة الأكاديمية الإعلامية نحو الآليات التي توظفها وسائل الإعلام في إدارتها لأزمة فيروس كورونا.

(2) تصاعدت أزمة فيروس كورونا ليس على المستوى المحلي فقط؛ بل على مستوى العالم أجمع، وأصبحت أزمة عالمية يعاني منها العالم، وتعاضم تأثيرها وأصبح يشكل خطراً وتهديداً على حياة وأرواح الناس، على الرغم من الإجراءات الاحترازية التي اتخذتها الدول للتعامل مع الأزمة والحد من أضرارها، واهتمام وسائل الإعلام بتغطية هذه الأزمة، مما يجعل تقييم أداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا أمراً حيوياً، وخاصة مع تصاعد الأزمة، واتهام البعض بأن وسائل الإعلام المصرية لا تتشر الحقائق وتقوم بالتضليل.

(3) كما تتبع أهمية هذا البحث أيضاً من أهمية العينة وهي النخبة الإعلامية الأكاديمية، والكشف عن تقييماتها لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة جائحة كورونا، مما يساعد على تحديد نقاط القوة والضعف في معالجتها وإدارتها لهذه الأزمة؛ مما يسهم في تحسين الأداء وتطويره وزيادة مستوى الثقة في هذه الوسائل لإدارة الأزمة.

فروض البحث:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى ثقة النخبة في تغطية وسائل الإعلام لأزمة كورونا وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل.

الفرض الثالث: تختلف درجة تعرض النخبة لمتابعة أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام المختلفة باختلاف مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى تقييم النخبة الأكاديمية لمدى مهنية وأخلاقية تغطية وسائل الإعلام لأحداث أزمة فيروس كورونا وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل.

الفرض السادس: تختلف درجة اهتمام النخبة بمتابعة أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام باختلاف درجة توافر معايير الأداء الإعلامي.

الفرض السابع: تختلف مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا باختلاف مستوى إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا.

الفرض الثامن: تختلف مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا باختلاف مستوى سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا.

الفرض التاسع: توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ودرجة تأثير المعلومات على الجمهور.

الفرض العاشر: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا تبعًا لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

الفرض الحادي عشر: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا تبعًا لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

متغيرات البحث:

- المتغير المستقل: تعرُّض أساتذة الجامعات لأزمة كورونا عبر وسائل الإعلام.
- المتغير التابع: تقييم أساتذة الجامعات لأداء وسائل الإعلام في إدارة الأزمة.
- المتغيرات الوسيطة: حددت الباحثة المتغيرات الوسيطة في النوع، السن، الدرجة الوظيفية.

نوع البحث: طبقًا لطبيعة المشكلة البحثية تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع والأحداث، حيث يسعى البحث الحالي إلى رصد وتحليل وتفسير طبيعة التناول الإعلامي في إدارة أزمة فيروس كورونا (كوفيد-19) وفقًا لتقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لهذا الدور الإعلامي الذي تقوم به وسائل الإعلام المصرية.

منهج البحث: اعتمد البحث الحالي على منهج المسح الإعلامي لعينة من النخبة الأكاديمية الإعلامية؛ ويعتبر منهج المسح الإعلامي من أهم المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام وأكثرها انتشارًا، ويهدف إلى تنظيم عملية جمع وتحليل البيانات إما بشكل يدوي أو آلي⁽³⁰⁾.

المدى الزمني للبحث:

تحدد المجال الزمني للبحث في الفترة من أول شهر مايو حتى نهاية شهر يوليو 2020.

تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:

مجتمع البحث: يقتصر مجتمع الدراسة على النخبة الأكاديمية الإعلامية من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية متمثلة في: (جامعة المنوفية، جامعة المنصورة، جامعة المنيا، جامعة الأزهر)، ويرجع الاقتصار على النخبة: حيث طبيعة الدراسة تتطلب وجود فكر عميق ورؤية نقدية ربما لا تتاح للفئات العامة من الجمهور، حيث تتمتع هذه النخبة

بدرجة أعلى من المعرفة والعلم والخبرة الإعلامية التي تؤهلها لتقييم أداء وسائل الإعلام بشكل أكثر عمقاً، وربما أكثر موضوعية وخاصة فيما يتعلق بالأزمة، وإدارة وسائل الإعلام لهذه الأزمة.

حجم وعينة البحث: تحددت عينة النخبة في عينة من المدرسين والأساتذة المساعدين والأساتذة بالجامعات المصرية، باختلاف مستوياتهم واتجاهاتهم الفكرية المختلفة، ولجأت الباحثة إلى استخدام العينة العمدية لاختيار مفردات البحث، باعتبارها العينة التي شاع استخدامها في دراسات النخبة مثل دراسة (سازان سامان عبدالمجيد وعبد الكريم علي الديبسي(2016)، ودراسة رزق سعد عبد المعطي (2013)، ودراسة سالي ماهر نصار (2017)، وتم تجميع بيانات الدراسة من خلال الاستبانة لعينة من أساتذة الجامعات المصرية من خلال التطبيق الإلكتروني، وبلغ عددهم(100) مفردة، وجاءت خصائص العينة كما يلي:

جدول رقم (1)

توزيع العينة وفقاً للنوع، السن، الدرجة الوظيفية

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	42	42
	إناث	58	58
السن	أقل من 40 سنة	43	43
	من 40 إلى أقل من 50	30	30
	من 50 سنة فأكثر	27	27
الدرجة الوظيفية	مدرس	62	62
	أستاذ مساعد	14	14
	أستاذ	24	24
المجموع		100	100

المفاهيم الإجرائية للبحث:

النخبة: تعرف النخب بأنها الفئة التي تستطيع رسم السياسات العامة وصنع القرارات المصرية في المجتمع⁽³¹⁾. وبأنها "جماعة من الأشخاص يشغلون مراكز النفوذ والسيطرة في مجتمع معين"⁽³²⁾. وتستخدم كلمة النخبة والصفوة للدلالة على نفس الشيء، والجمع نُخب، وهم المنتخبون من الناس في مجال معين⁽³³⁾. وأنها "تمثل مجموعة من الأفراد

الذين لديهم القدرة على القيادة والتوجيه واتخاذ القرار"، وعليه فإنهم يضطلعون بدور تجاه مجتمعاتهم في تكوين الآراء والاتجاهات والمواقف، وخصوصية النخبة الأكاديمية التي تتسم بأنها نخبة قائدة تبرر أو تعارض اتجاهات النخبة المسيطرة وتصير عنصراً فاعلاً في تأييدها أو مواجهتها على المستوى الأعم، كما أن دورها على المستوى الأخص يزيد أو يقلص من فاعلية برامج التنمية والتقدم الاجتماعيين وفق مدى تفاعلها مع وسائل التعبير المتمثلة في الاتصال الشخصي مع الطلاب والباحثين وأيضاً وسائل الإعلام كأدوات اتصال جماهيرية⁽³⁴⁾.

وترى الباحثة أن النخبة الأكاديمية الإعلامية "هم أعضاء هيئة التدريس في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية، والذين تجمعهم خصائص محددة ومشاركة في الدراسات والبحوث الأكاديمية الإعلامية".

الأزمة: لقد تعددت وتنوعت التعريفات التي تناولت مفهوم الأزمة تبعاً لاختلاف مستويات ومجالات الاهتمام التي يتناولها الكتاب والباحثون في دراساتهم للأزمات، ومن هذه التعريفات ما يلي:

* الأزمة في مفهومها العام هي "موقف معقد ومتشابك يواجهه متخذ القرار في أحد كياناته (دولة، منظمة، مؤسسة ..) فيفقد القدرة على السيطرة"⁽³⁵⁾.

* تحول فجائي عن السلوك المعتاد يؤدي إلى خلل وتهديد للمصالح، ويؤثر على النظام العام للمجتمع ومواجهة هذا الموقف يتطلب اتخاذ قرار سريع ومحدد⁽³⁶⁾.

* نقطة تحول مصيرية في مجرى حدث ما، ويتميز بتحسن حاد أو تأخر حاد ويتوقف تأثير هذه الأحداث في توقيتها، وشدتها، وتتابعه، ودرجة تداخلها مع بعضها البعض مع أحداث أخرى⁽³⁷⁾.

* حدث مفاجئ للأفراد يقيد وقتهم في التنمية والاستجابة، ويهدد أهدافهم العليا⁽³⁸⁾.

* موقف ضاغط بفعل مؤثرات بيئية أو ذاتية؛ تضعف فيه قوى الشخص فرد - جماعة - منظمة - هيئة - نظام - مجتمع (ودفاعاته إلى أدنى قدر ممكن، ينشأ ويتطور بسرعة تفوق سرعة المواجهة بالإمكانات الذاتية، ويحتاج إلى التدخل الفوري والسريع والمنظم، وتخفيف المؤثرات التي تسبب الموقف الضاغط في بداية التدخل، والعمل على عدة مستويات، حتى يتم إزالة الموقف الضاغط تماماً، والعودة إلى الموقف السابق للأزمة⁽³⁹⁾.

إدارة الأزمة:

ولقد تعددت وتتنوع تعريفات إدارة الأزمة تبعًا لاختلاف الاتجاهات الفكرية، ومجالات اهتمام العلماء والباحثين، ومن أبرز هذه التعريفات:

* توجيه الظروف المسبِّبة للأزمات توجيهًا علميًا يقوم على التخطيط والتنظيم والرقابة والتقييم، والبعد عن العشوائية والارتجالية وانفعالات اللحظة نحو التغيير والانفراج، تحت تكامل الجهود وتوظيف الخبرات والمعلومات والإمكانات المتاحة لرصد المتغيرات، والتنبؤ بالأزمات قبل حدوثها، واستخلاص النتائج والدروس لتلافي السلبيات ومعالجة الآثار المادية والاجتماعية والمعنوية الناجمة عنها⁽⁴⁰⁾.

* هي ممارسة لنشاط إنساني، وجهود منسقة ومستمرة قبل وأثناء وبعد الأزمة لتحقيق الأهداف وأفضل النتائج عن طريق استخدام الأساليب العلمية، وممارسة الوظائف، والعمليات الإدارية من تحديد أولويات الأهداف والتخطيط وتنظيم وتوظيف وتوجيه الموارد، مع التنسيق والرقابة وتقييم الأداء، هذا بالإضافة إلى الأنظمة الإدارية المساعدة في مجالات المعلومات، والاتصالات واتخاذ القرارات والحوافز والدوافع وتحليل الحاجات الإنسانية، والتجديد والابتكار، والمسئولية الاجتماعية والعلاقات مع المجتمع والبيئة وغيرها⁽⁴¹⁾.

* سلسلة الإجراءات الهادفة إلى السيطرة على الأزمة، والحد من تفاقمها حتى لا ينفلت زمامها، وبذلك تكون الإدارة الرشيدة هي التي تضمن الحفاظ على المصالح الحيوية للدولة وحيويتها⁽⁴²⁾.

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف إدارة الأزمة بأنها "مجموعة الجهود التي يقوم بها القائمون في وسائل الإعلام من توظيف الخبرات والمعلومات والإمكانات المتاحة لرصد وتقديم كل ما يتعلق بأزمة فيروس كورونا من معلومات وإجراءات احترازية تقوم بها الدولة، ويجب على الجمهور اتباعها لضمان سلامته والوقاية من أخطار هذا الفيروس".

المعالجة الإحصائية للبيانات: لاستخراج نتائج الدراسة قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (spss)، حيث استخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

3- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

4- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين علي وجود فرق بينها.

5- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.

6- اختبار " T.Test " للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.

7- اختبار كا² لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي.

8- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2x2.

9- اختبار " Z. Test " لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين.

أدوات البحث وأسلوب جمع البيانات:

تم جمع بيانات البحث الحالي من خلال استمارة استبانة من إعداد الباحثة، بأسلوب التطبيق الإلكتروني مع المبحوثين، الاستبانة عبارة عن (13) سؤالاً، وكل سؤال يتضمن عدة عبارات تشكل مقياساً لقياس أحد جوانب الدراسة. وقد مرّ إعداد هذه الأداة بالمراحل العلمية المتعارف عليها من تحديد الهدف والبيانات المطلوب جمعها وإعدادها في صورتها الأولية، ومراجعتها منهجياً وعلمياً من خلال مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال الإعلام، وتم تطبيق الاختبار القبلي Pre test، وكذلك التأكد من ثبات الأداة.

خطوات إعداد استمارة الاستبانة:

1- تحديد الهدف من الاستبانة: في ضوء مشكلة البحث وفروضه ومتغيراته، تم تحديد شروط اختيار أفراد العينة المستهدفة، وذلك للوقوف على الصياغة المناسبة للمبحوثين من ناحية، وتحقيق أهداف البحث من ناحية أخرى، وبناءً عليه تم إعداد الاستبانة لتحقيق الأهداف التي يسعى البحث إلى تحقيقها.

2- تحديد نوع الاستبانة: حيث تم صياغة العبارات بحيث تقيس متغيرات الدراسة، وتم تحديد طبيعة الاستجابة عليها، وذلك لمراعاة صدق المحتوى من ناحية، ومراعاة التسلسل المنطقي لهذه الأسئلة من ناحية أخرى.

3- تم إعداد الاستبانة في شكلها المبدئي في شكل عبارات: لقياس متغيرات البحث؛ وذلك لمراعاة صدق المحتوى، من خلال التأكد من أن العبارات التي تضمنتها الاستبانة تغطي أبعاد المشكلة موضوع البحث، مع مراعاة التسلسل المنطقي لها.

4- صياغة العبارات: إن صياغة عبارات الاستبانة أمر يتطلب الدقة والوضوح، فالنتائج قد تتغير لمجرد تغيير كلمة في إحدى عبارات الاستبانة، ولذا فقد روعى في صياغة عبارات الاستبانة استخدام عبارات واضحة محددة المعنى، تخلو من المصطلحات الصعبة وغير المألوفة، كما تم صياغة العبارات بصورة لا توحى بإجابة معينة، أو أن يتم صياغتها بشكل يحمل معنى التأييد أو الرفض، وأيضًا تم استبعاد العبارات المركبة، بحيث تضمنت كل عبارة من عبارات الاستبانة فكرة واحدة.

5- تحديد أبعاد الاستبانة: تتكون الاستبانة في صورتها النهائية من (11) مقياسًا فرعيًا يمثل محاور الدراسة، حيث تدور مادة الاستبانة حول تحديد مجموعة من المفردات التي تقيس متغيرات الدراسة، وقد تضمن المقياس (11) مقياسًا فرعيًا هي: بُعد اهتمام النخبة بمتابعة أزمة كورونا، بُعد كثافة تعرض النخبة لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا، بُعد ثقة النخبة في تغطية وسائل الإعلام لأزمة كورونا، بُعد إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، بُعد سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، بُعد تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور، بُعد مستويات أداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، بُعد تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، بُعد تأثير المعلومات المتداولة على الجمهور، بُعد مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا، بُعد توافر معايير الأداء الإعلامي.

6- الاختبار القبلي Pre Test للاستبانة: تم تطبيق الاستبانة في شكلها المبدئي على عينة استطلاعية مكونة من 20 مفردة، وذلك بهدف التعرف على مدى فهم المبحوثين لبنود الاستبانة، ومعرفة البنود الصعبة التي تحتاج إلى تعديل وتوضيح من الباحث، وحذف بعض البنود وتعديل صياغة بعض البنود، والتعرف على مشكلات التطبيق،

ونتيجة للاختبار القبلي تم تغيير صياغة بعض البنود وتعديل بعض بدائل الاستجابة على بعض البنود وحذف بعض البنود .

7- دراسة الاستبانة: وذلك من خلال مراجعته ودراسته علميًا ومنهجيًا، من خلال عرض الاستبانة على الخبراء والمحكمين في تخصصات متعددة، وذلك بهدف التعرف على ملاحظاتهم عليه سواءً بالحذف أو الإضافة أو التعديل، والتأكيد على مدى معالجة الاستبانة لكافة جوانب البحث، ومدى صلاحيتها منهجيًا للحصول على إجابات صحيحة وغير متحيزة من أفراد العينة.

8- صياغة الاستبانة في صورتها النهائية: بناء على نتائج الاختبار القبلي للاستبانة وملاحظات الخبراء والمحكمين تم صياغة الاستبانة في شكلها النهائي الذي تم تطبيقه على عينة البحث، وتتكون الاستبانة من (13) سؤالاً، بالإضافة للبيانات الأولية، ثم بعد ذلك قامت الباحثة بإجراء الدراسة الميدانية من خلال تطبيق المقياس على عينة الدراسة إلكترونياً.

خطوات تقنين أداة الدراسة:

أولاً: صدق الاستبانة: للتحقق من صدق الاستبانة تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة، وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى): اعتمدت الباحثة في بناء هذه الاستبانة واختيار العبارات المكونة لأبعادها على الدراسات السابقة التي اتخذت من أزمة كورونا موضوعاً لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الاستبانة من بعض الاستبانات الخاصة بالدراسات السابقة، سواءً بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكملت باقي عبارات الاستبانة من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلى تمتع المقاييس بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبانة صالحة للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين: تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين(*) المتخصصين في الإعلام وعلم الاجتماع في الجامعات المصرية، وذلك بغرض

أ. د/ محمد معوض إبراهيم: أستاذ الإعلام وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.

أ. د/ بركات عبد العزيز: أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ. د/ وائل عبد الباري: أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاجتماع بكلية البنات جامعة عين شمس.

أ. م. د/ عبد المحسن حامد عقيلة: أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية التربية النوعية جامعة المنيا.

دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبانة، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبانة بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها 80% فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداهها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبانة إلى 13 سؤالاً.

ج- صدق الاتساق الداخلي: تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بُعد من أبعاد الاستبانة والدرجة الكلية له، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بُعد بالدرجة الكلية للاستبانة، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبانة، ويتضح ذلك من خلال جدول التالي.

جدول (2)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبانة

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
بُعد اهتمام النخبة بمتابعة أزمة كورونا	0.785	دالة عند 0.01
بُعد كثافة تعرض النخبة لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا	0.846	دالة عند 0.01
بُعد ثقة النخبة في تغطية وسائل الإعلام لأزمة كورونا	0.898	دالة عند 0.01
بُعد إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا	0.826	دالة عند 0.01
بُعد سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا	0.652	دالة عند 0.01
بُعد تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور	0.489	دالة عند 0.01
بُعد تقييم النخبة لمدى أداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا	0.612	دالة عند 0.01
بُعد تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا	0.882	دالة عند 0.01
بُعد تأثير المعلومات المتداولة على الجمهور	0.798	دالة عند 0.01
بُعد مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا	0.582	دالة عند 0.01
بُعد توافر معايير الأداء الإعلامي	0.908	دالة عند 0.01

يتبين من الجدول السابق: أن أبعاد المقياس تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة أقل من 0.01، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات المقياس بين (0.489، 0.908) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدقٍ عالٍ.

أ. م. د/ ناصر عبد الفتاح: أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية التربية النوعية جامعة المنيا.
أ. م. د/ هشام رشدي: أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية بجامعة المنوفية.

ثانياً: ثبات الاستبانة: قد تم حساب معامل ثبات أداة الدراسة على عينة قوامها (40) مفردة، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات الاستبانة.
 أ- طريقة إعادة التطبيق: تم تطبيق الاستبانة على عينة مكونة من 40 مفردة من أساتذة الجامعات المصرية، ثم أُعيد تطبيقها مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قامت الباحثة بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين، وقد أشارت معاملات الارتباط إلى الاتفاق بين الإجابات على كل بُعد من أبعاد الاستبانة بين التطبيقين الأول والثاني بنسبة بلغت 0.898 ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (3)

معامل ثبات أداة الدراسة وأبعادها المختلفة

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
1	بُعد اهتمام النخبة بمتابعة أزمة كورونا	0.889	دالة عند 0.01
2	بُعد كثافة تعرض النخبة لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا	0.898	دالة عند 0.01
3	بُعد ثقة النخبة في تغطية وسائل الإعلام لأزمة كورونا	0.925	دالة عند 0.01
4	بُعد إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا	0.899	دالة عند 0.01
5	بُعد سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا	0.865	دالة عند 0.01
6	بُعد تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور	0.768	دالة عند 0.01
7	بُعد تقييم النخبة لمدى أداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا	0.892	دالة عند 0.01
8	بُعد تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا	0.612	دالة عند 0.01
9	بُعد تأثير المعلومات المتداولة على الجمهور	0.582	دالة عند 0.01
10	بُعد مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا	0.642	دالة عند 0.01
11	بُعد توافر معايير الأداء الإعلامي	0.592	دالة عند 0.01
	الدرجة الكلية	0.912	دالة عند 0.01

يتضح من الجدول السابق: مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (0.582-0.925) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى 0.01، كما يتبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبانة قد بلغ 0.912 وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية المقياس كأداة من أدوات الدراسة.

خلفية نظرية عن موضوع البحث:

نظرية المسؤولية الاجتماعية: استند البحث الحالي إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كإطار نظري له، حيث تهتم هذه النظرية بتحديد الوظائف الإعلامية التي ينبغي أن تقدمها وسائل الإعلام لأفراد المجتمع من ناحية؛ والمعايير التي يستند إليها الأداء الإعلامي من ناحية أخرى، بالإضافة إلى القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء واجباتهم الوظيفية⁽⁴³⁾.

ولقد ظهرت هذه النظرية في بعض الدول الديمقراطية في أوائل القرن العشرين بعد الحرب العالمية الثانية، وذلك بعد الانتعاش الذي شهده مجال الاقتصاد وتكنولوجيا الصناعة⁽⁴⁴⁾، حيث تقوم هذه النظرية على أساس الربط بين حرية وسائل الإعلام ومسؤوليتها تجاه المجتمع، مع ضرورة الالتزام بمجموعة من المعايير المهنية التي تؤدي بهذه الوسائل أن تؤدي وظائفها بطريقة إيجابية ومسؤولية تجاه المجتمع⁽⁴⁵⁾.

ويشير الفرض الرئيس لنظرية المسؤولية الاجتماعية إلى أن الحرية تحمل في معناها التزامات تقترب بها، وأنه ينبغي لإدراك المسؤولية الاجتماعية ثلاثة عناصر هي: الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام، والمعايير الأخلاقية، وأنواع السلوك التي يجب أن يلتزم بها الإعلاميون في إطار الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية⁽⁴⁶⁾.

وتقوم نظرية المسؤولية الاجتماعية على التوازن بين الحرية والمسؤولية، حيث أضافت هذه النظرية إلى مبادئ النظام العالمي الليبرالي مبدئين جديدين، المبدأ الأول: يتمثل في وجود التزام ذاتي من جانب الإعلاميين لمجموعة المبادئ الأخلاقية التي تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومصالح المجتمع، أمّا المبدأ الثاني: فهو الواجب الاجتماعي للإعلام الذي يتمثل في تقديم الأحداث الجارية وتقديم تفسير لها في إطار له معنى ودلالة⁽⁴⁷⁾.

وتتمثل المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:

- هناك التزامات على وسائل الإعلام تجاه المجتمع.
- الأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام لا بد أن تكون صادقة ودقيقة وعادلة وموضوعية وتتصل بالمجتمع.
- ينبغي أن تكون وسائل الإعلام حرة، ولكن يتم تنظيمها ذاتيًا.
- لا بد أن تتبع وسائل الإعلام مبادئ أخلاقية متفق عليها وممارسة مهنية.

- في بعض الظروف؛ ربما تحتاج الحكومة إلى التدخل لحماية مصلحة الجمهور⁽⁴⁸⁾.
- يجب أن تعمل وسائل الإعلام على توفير كافة المعلومات للجمهور في سياق من الموضوعية.
- يجب أن تكون وسائل الإعلام صادقة فيما تعرضه من موضوعات، بعيداً عن الإيحاءات المغرضة أو ذات المعاني المضللة.
- ينبغي أن تكون وسائل الإعلام منبراً للنقد وتبادل الآراء حول مختلف القضايا التي تهم المجتمع.
- يجب أن تكون وسائل الإعلام ممثلة لكل الجماعات المكونة للمجتمع.
- يجب على وسائل الإعلام أن تساعد في عرض وتوضيح أهداف وقيم المجتمع⁽⁴⁹⁾.

أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تركز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد رئيسية، وهي:

- الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام وتشمل الوظائف السياسية والاقتصادية والتعليمية.
- معايير الأداء المهني والتي تشمل على الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي.
- السلوكيات التي ينبغي مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، ويطلق عليها منظومة القيم المهنية⁽⁵⁰⁾.

علاقة النخبة الأكاديمية الإعلامية بوسائل الإعلام:

ارتبطت ظاهرة النخبة بالمجتمعات البشرية بصورة عفوية على مدار التاريخ، حيث تحظى دراستها بأهمية كبيرة، لما لها من دور كبير في توجيه المجتمع وتغيير مفاهيمه، فهي أكثر فئاته تأثيراً في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرارات⁽⁵¹⁾. ويتميز أفراد النخبة بمستوى تعليمي وثقافي رفيع يؤهلهم للقيام بأدوار المسؤولية في المجتمع.

وعلاقة النخب بوسائل الإعلام علاقة أصيلة متفاعلة؛ إذ تحدد بعض أنواع النخب أجندة وسائل الإعلام، كما تستعين وسائل الإعلام بهذه النخب في إكساب رسائلها الاتصالية مستوى من المصداقية والتأثير، وفي الوقت ذاته تقوم النخب بمعالجة الرسائل

الاتصالية التي تُبث عبر وسائل الإعلام عبر مناظير نقدية؛ لتقوم بإعادة بثها على الجماهير بما يعزز من تأثير الرسالة الإعلامية أو يحد من هذا التأثير⁽⁵²⁾. وبشكل عام يمكن القول أن دراسة علاقة النخب بوسائل الإعلام تتمحور في أمرين: أولاً: طبيعة الاستخدام والتفاعل مع وسائل الإعلام، واطلاع النخب على ما تقدمه وسائل الإعلام، والتفاعل معه يستثير بدوره حالة من تكامل الأدوار في تحقيق الوظائف الإعلامية بما يتفق وأهداف المجتمع.

ثانياً: تقييم الأداء: مما لا شك فيه أن عادات التعرض والاستخدام تتأثر بمستوى تحقق إشباعات تعرض النخب لهذه الوسائل من جهة ومستوى تفاعلهم معها من جهة أخرى، وبالتالي فإن الرؤية التقييمية من جانب النخب لأداء وسائل الإعلام يؤدي بالضرورة إلى أن نضع أيدينا على جوانب الخلل الوظيفي في مجال الاتصال، ويوضح مستويات هذا الخلل الوظيفي ومكانه، بما يسمح للمخططين الإعلاميين بوضع الخطط والاستراتيجيات الكفيلة بتقريب وجهات النظر وتحقيق التكامل الاتصالي المرجو من الوسائل الإعلامية⁽⁵³⁾.
حاجة المجتمع للإعلام أثناء الأزمات:

الإعلام اليوم يقوم بأدوار متعددة، فهو حاضر في كل مناحي المجتمع، فنجد أن وسائل الإعلام تجبر أفراد المجتمع على متابعة كل ما يجري عن طريقها⁽⁵⁴⁾. وتكون وسائل الإعلام أثناء الأزمة بالنسبة للجماهير أشبه بطوق النجاة الذي يمسكون به، ليتمكنوا من مزامنة الأحداث، ويكونوا على دراية أولاً بأول بما يحدث حولهم، ولذلك لا بد أن تتوافر عدة عوامل لنجاح وسائل الإعلام أثناء إدارة الأزمة ومنها:

1) فورية نقل الحدث من موقعه بالعمق والشمول الذي يساعد على فهم أبعاد الأزمة، وتطوراتها وآثارها المختلفة.

2) الاهتمام بتنوع فنون الاتصال الإعلامي.

3) الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية الإعلامية، بما يفسر أسباب الأزمة وأبعادها وكيفية التعامل معها.

4) الالتزام بعرض الحقائق ورفض مبدأ حجب المعلومات أو إخفائها.

5) الاهتمام بنقل الأحداث من موقع حدوثها وإجراء حوارات مع المسؤولين والخبراء والسياسيين والنخب، لربط المعلومات بعضها ببعض⁽⁵⁵⁾.

مراحل إدارة الأزمة في وسائل الإعلام:

التناول الإعلامي للأزمات يجب أن يمر بثلاث مراحل، حيث يقوم الإعلام بدور محدد في كل مرحلة من هذه المراحل؛ وهي:

1_ مرحلة نشر المعلومات: في بداية الأزمة وليواكب الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة، واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها وآثارها، وأبعادها.

2- مرحلة تفسير المعلومات: وفي هذه المرحلة تقوم وسائل الإعلام بتحليل عناصر الأزمة، والبحث في جذورها وأسبابها، ومقارنتها بأزمات أخرى مماثلة، وذلك عن طريق استجلاء الحقائق وتوضيحها سواءً من مواد إيضاحية أو من تحليلات وآراء للخبراء، وكذلك لموقف المسؤولين وصانعي القرار تجاه الأزمة.

3- المرحلة الوقائية: وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها، حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير والتعامل مع عناصرها؛ بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية، وأسلوب التعامل مع الأزمات المشابهة⁽⁵⁶⁾.

ومن خلال ما سبق يتبين أن لوسائل الإعلام مهمة مزدوجة- أي ذات جانبين- في إدارة الأزمات، وهما:

* جانب إخباري: يتم عن طريق متابعة أخبار الأزمة، والتعريف بنتائج مواجهتها ومحاولات التصدي لها، ومدى التطور أو مدى النجاح في ذلك.

* جانب توجيهي: أهم وأخطر الجوانب في العملية الإعلامية، فمتخذ القرار في الكيان الإداري يكون في حاجة ماسة إلى دعم وتأييد كافة القوى المحيطة بالأزمة. ومن خلال المعرفة المخططة جيداً أو التأثير الإيجابي على تشكيل ثقافة الفرد والمجتمع وتنمية الإدراك بخطورة وأبعاد الأزمة، تتكون لدى أفراد المجتمع قناعة معينة تدفعهم إلى القيام بسلوك معين⁽⁵⁷⁾.

نتائج الدراسة:

1- أهم وسائل الإعلام التي تتابعها النخبة الأكاديمية في متابعة أحداث فيروس كورونا جدول رقم (4)

أهم وسائل الإعلام التي تتابعها النخبة الأكاديمية في متابعة أحداث فيروس كورونا وفقاً للنوع

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع وسائل الإعلام
			%	ك	%	ك	%	ك	
7	غير دالة	1.813	14.00	14	8.62	5	21.43	9	الصحف الورقية
3	غير دالة	0.163	23.00	23	22.41	13	23.81	10	الصحف الإلكترونية
2	غير دالة	0.982	24.00	24	27.59	16	19.05	8	القنوات الفضائية
6	غير دالة	0.169	15.00	15	15.52	9	14.29	6	القنوات التلفزيونية
4	غير دالة	0.294	18.00	18	18.97	11	16.67	7	الإذاعات المسموعة
1	غير دالة	0.329	40.00	40	41.38	24	38.10	16	مواقع التواصل الاجتماعي
5	غير دالة	1.804	16.00	16	10.34	6	23.81	10	المواقع الإخبارية
			100		58		42		جملة من سئوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم وسائل الإعلام التي تتابعها النخبة الأكاديمية في متابعة أحداث فيروس كورونا وفقاً للنوع ، حيث جاء في الترتيب الأول مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت بنسبة بلغت 40.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 38.10% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 41.38% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.329 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب الثاني القنوات الفضائية، حيث جاءت بنسبة بلغت 24.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 19.05% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 27.59% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.982 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب الثالث الصحف الإلكترونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 23.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 23.81% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 22.41% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق

بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.163 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب الرابع الإذاعات المسموعة، حيث جاءت بنسبة بلغت 18.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 16.67% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 18.97% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.294 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب الخامس المواقع الإخبارية، حيث جاءت بنسبة بلغت 16.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 23.81% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 10.34% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.804 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب السادس القنوات التلفزيونية، حيث جاءت بنسبة بلغت 15.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 14.29% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 15.52% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.169 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب السابع الصحف الورقية، حيث جاءت بنسبة بلغت 14.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 21.43% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 8.62% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.813 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

2- درجة اهتمام النخبة الأكاديمية بمتابعة أزمة كورونا في وسائل الإعلام:

جدول (5)

درجة اهتمام النخبة الأكاديمية بمتابعة أزمة كورونا في وسائل الإعلام وفقًا للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
57.00	57	53.45	31	61.90	26	مرتفع
35.00	35	36.21	21	33.33	14	متوسط
8.00	8	10.34	6	4.76	2	منخفض
100	100	100	58	100	42	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 1.312$ درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.114 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 2 ، وجد أنها = 1.312 وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.114 تقريبًا مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور- إناث) ودرجة اهتمام النخبة الأكاديمية بمتابعة أزمة كورونا في وسائل الإعلام.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة مرتفعي درجة الاهتمام بمتابعة أزمة كورونا في وسائل الإعلام من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 57.00%، موزعة بين 61.90% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 53.45% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة متوسطي درجة الاهتمام بمتابعة أزمة كورونا في وسائل الإعلام من إجمالي مفردات عينة الدراسة 35.00% موزعة بين 33.33% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 36.21% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة منخفضي درجة الاهتمام بمتابعة أزمة كورونا في وسائل الإعلام من إجمالي مفردات عينة الدراسة 8.00% موزعة بين 4.76% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 10.34% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

3- كثافة تعرض النخبة الأكاديمية لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا:

جدول (6)

كثافة تعرض النخبة الأكاديمية لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
26.00	26	22.41	13	30.95	13	مرتفع
28.00	28	34.48	20	19.05	8	متوسط
46.00	46	43.10	25	50.00	21	منخفض
100	100	100	58	100	42	الإجمالي

قيمة كا² = 3.008 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.171 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 2 ، وجد أنها = 3.008 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05 ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05 ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.171 تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) وكثافة تعرض النخبة الأكاديمية لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا .

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة مرتفعي كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 26.00%، موزعة بين 30.95% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 22.41% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة متوسطي كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا من إجمالي مفردات عينة الدراسة 28.00% موزعة بين 19.05% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 34.48% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة منخفضي كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا من إجمالي مفردات عينة الدراسة 46.00% موزعة بين 50.00% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 43.10% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

4- وسائل الإعلام التي تعكس مستوى ثقة النخبة الأكاديمية في هذه الوسائل لمتابعة أحداث فيروس كورونا.

جدول (7)

يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية استجابات المبحوثين على الوسائل الإعلامية التي تعكس مستوى ثقة النخبة الأكاديمية في هذه الوسائل لمتابعة أحداث فيروس كورونا

الوسيلة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة المصادقية
الصحف الورقية	24	64	12	2.12	0.59	3	متوسط
الصحف الإلكترونية	23	69	8	2.15	0.54	2	متوسط
القنوات الفضائية	29	52	19	2.10	0.69	4	متوسط
القنوات التلفزيونية الأرضية	13	57	30	1.83	0.64	6	متوسط
الإذاعات المسموعة	17	63	20	1.97	0.61	5	متوسط
مواقع التواصل الاجتماعي	36	54	10	2.26	0.63	1	متوسط
المواقع الإخبارية	22	53	25	1.97	0.69	5	متوسط
المقياس ككل	ن=100			2.06	0.63		متوسط

يتضح من الجدول السابق: أن استجابات المبحوثين على الوسائل الإعلامية التي تعكس مستوى ثقة النخبة الأكاديمية في هذه الوسائل لمتابعة أحداث فيروس كورونا حصلت على درجة (متوسط)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.06 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (1.67 : 2.34)، كما حصلت جميع الوسائل في هذا المقياس على درجة تقدير متوسطة، وكانت أعلى هذه الوسائل ترتيباً هي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث حصلت على درجة متوسطة بمتوسط حسابي 2.26، وجاء في الترتيب التالي بدرجة متوسطة أيضاً "الصحف الإلكترونية" بمتوسط حسابي 2.15، وجاء في الترتيب الثالث بدرجة متوسطة أيضاً "الصحف الورقية" بمتوسط حسابي 2.12، وجاء في الترتيب الرابع بدرجة متوسطة أيضاً "القنوات الفضائية" بمتوسط حسابي 2.10، وجاء في الترتيب الخامس بدرجة متوسطة أيضاً "الإذاعات المسموعة"، المواقع الإخبارية بمتوسط حسابي 1.97، وجاء في الترتيب السادس بدرجة متوسطة "القنوات التلفزيونية الأرضية" بمتوسط حسابي 1.83.

5- العبارات التي تعكس ايجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية:

جدول (8)

يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية استجابات المبحوثين على مقياس مستوى ايجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

درجة الإيجابية	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض	محايد	موافق	العبرة
مرتفع	8	0.68	2.42	11	36	53	شمول التغطية
مرتفع	3	0.68	2.60	11	18	71	تنوع المصادر
مرتفع	3	0.65	2.60	9	22	69	مساحة كافية لتوعية الجمهور بالأضرار الصحية والاقتصادية التي يسببها فيروس كورونا
مرتفع	1	0.64	2.65	9	17	74	متابعة التطورات المتصلة بأزمة فيروس كورونا أولاً بأول
متوسط	9	0.75	2.26	18	38	44	الدقة في عرض المعلومات
مرتفع	6	0.73	2.51	14	21	65	التوعية بأخطار الفيروس دون نشر الهلع بين الجمهور
مرتفع	4	0.68	2.59	11	19	70	تتسم بالسرعة والآنية في نقل الأخبار والمعلومات عن الفيروس
مرتفع	8	0.68	2.42	11	36	53	السعي للتوازن والحيادية
مرتفع	2	0.63	2.62	8	22	70	الاستعانة بالخبراء والمتخصصين عند الحديث عن الفيروس
مرتفع	7	0.70	2.46	12	30	58	تتسم بأسلوب مميز في عرض المعلومات عن الفيروس
مرتفع	5	0.66	2.52	9	30	61	تقديم كافة التفاصيل المتصلة بأزمة فيروس كورونا
مرتفع	5	0.67	2.52	10	28	62	تقديم التحليلات المتخصصة والدقيقة والصحية والأمنية المتعلقة بأزمة كورونا
مرتفع	-	0.68	2.51	ن=100			المقياس ككل

يتضح من الجدول السابق: أن استجابات المبحوثين على العبارات التي تعكس مستوى إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية حصلت على درجة (مرتفع)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.51 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (2.34 : 3.00)، كما حصلت جميع عبارات هذا المقياس على درجة تقدير مرتفعة ومتوسطة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي "متابعة التطورات المتصلة بأزمة فيروس كورونا أولاً بأول" حيث حصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.65، وجاء في الترتيب التالي بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "الاستعانة بالخبراء والمتخصصين عند الحديث عن الفيروس" بمتوسط حسابي 2.62، وجاء في الترتيب

الثالث بدرجة مرتفعة أيضًا عبارة "تنوع المصادر، مساحة كافية لتوعية الجمهور بالأضرار الصحية والاقتصادية التي يسببها فيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.60، وجاء في الترتيب الرابع بدرجة مرتفعة أيضًا عبارة "تتسم بالسرعة والآنية في نقل الأخبار والمعلومات عن الفيروس" بمتوسط حسابي 2.59، وجاء في الترتيب الخامس بدرجة مرتفعة أيضًا عبارة "تقديم كافة التفاصيل المتصلة بأزمة فيروس كورونا، تقديم التحليلات المتخصصة والدقيقة والصحية والأمنية المتعلقة بأزمة كورونا" بمتوسط حسابي 2.52، وجاء في الترتيب السادس بدرجة مرتفعة عبارة "التوعية بأخطار الفيروس دون نشر الهلع بين الجمهور" بمتوسط حسابي 2.51، وجاء في الترتيب السابع بدرجة مرتفعة عبارة "تتسم بأسلوب مميز في عرض المعلومات عن الفيروس" بمتوسط حسابي 2.46، وجاء في الترتيب الثامن بدرجة متوسطة عبارة "شمول التغطية، السعي للتوازن والحيادية" بمتوسط حسابي 2.42، وجاء في الترتيب التاسع بدرجة متوسطة عبارة "الدقة في عرض المعلومات" بمتوسط حسابي 2.26.

6- العبارات التي تعكس سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية:

جدول (9)

يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية استجابات الباحثين على مقياس مستوى سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة السلبيات
انعدام الدقة	51	36	13	2.38	0.71	2	مرتفع
نشر الخوف بين الجمهور	41	34	22	2.19	0.77	6	متوسط
انعدام الموضوعية	48	36	16	2.32	0.74	3	متوسط
تخصيص مساحات زمنية غير كافية لتوعية بأضرار الفيروس	46	33	21	2.25	0.78	5	متوسط
ضعف التوعية الدينية بعدم الاهتمام بالإجراءات الاحترازية التي تتخذها الحكومة مما قد يتسبب في حدوث الوفاة لدى البعض	48	29	23	2.25	0.81	5	متوسط
غرس الإحباط في الجمهور	41	31	28	2.13	0.82	8	متوسط
نقص المعلومات المتعلقة بالفيروس	43	32	25	2.18	0.81	7	متوسط
التكرار في تقديم المعلومات بشكل يدفع الجمهور للملل في المتابعة (عدم التجديد في الشكل والمحتوى)	52	35	13	2.39	0.71	1	مرتفع
نشر الشائعات والأكاذيب عن الفيروس	33	46	21	2.12	0.73	9	متوسط
التغطية الإعلامية السيئة لبعض وسائل الإعلام	50	31	19	2.31	0.77	4	متوسط
المقياس ككل	ن=100			2.25	0.77	-	متوسط

يتضح من الجدول السابق: أن استجابات الباحثين على العبارات التي تعكس مستوى سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية حصلت على درجة (متوسط)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.25 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (1.67 : 2.34)، كما حصلت جميع عبارات هذا المقياس على درجة تقدير مرتفعة ومتوسطة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيبًا هي "التكرار في تقديم المعلومات بشكل يدفع الجمهور للملل في المتابعة (عدم التجديد في الشكل والمحتوى)" حيث حصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.39، وجاء في الترتيب التالي بدرجة مرتفعة أيضًا عبارة "انعدام الدقة" بمتوسط حسابي 2.38، وجاء في الترتيب الثالث بدرجة متوسطة أيضًا عبارة "انعدام الموضوعية" بمتوسط حسابي 2.32، وجاء في الترتيب الرابع بدرجة متوسطة أيضًا عبارة "التغطية الإعلامية السيئة لبعض وسائل الإعلام" بمتوسط حسابي 2.31، وجاء في الترتيب الخامس بدرجة متوسطة أيضًا عبارة "تخصيص مساحات زمنية غير كافية لتوعية بأضرار الفيروس، ضعف التوعية الدينية بعدم الاهتمام بالإجراءات الاحترازية التي تتخذها الحكومة مما قد يتسبب في حدوث الوفاة لدى البعض" بمتوسط حسابي 2.25، وجاء في الترتيب السادس بدرجة متوسطة عبارة "نشر الخوف بين الجمهور" بمتوسط حسابي 2.19، وجاء في الترتيب السابع بدرجة متوسطة عبارة "نقص المعلومات المتعلقة بالفيروس" بمتوسط حسابي 2.18، وجاء في الترتيب الثامن بدرجة متوسطة عبارة "غرس الإحباط في الجمهور" بمتوسط حسابي 2.13، وجاء في الترتيب التاسع بدرجة متوسطة عبارة "نشر الشائعات والأكاذيب عن الفيروس" بمتوسط حسابي 2.12.

7- تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في إدارة أزمة فيروس كورونا:

جدول (10)

مدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في إدارة أزمة فيروس كورونا وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
21.00	21	24.14	14	16.67	7	إيجابي
67.00	67	68.97	40	64.29	27	محايد
12.00	12	24.14	14	19.05	8	سلبي
100	100	100	58	100	42	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 3.724$ درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.189 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 2 ، وجد أنها = 3.724 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.189 تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث)، وتقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في إدارة أزمة فيروس كورونا.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق: أن نسبة من لديهم رؤية بأن وسائل الإعلام تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور بشكل إيجابي في إدارة أزمة فيروس كورونا من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 21.00٪، موزعة بين 16.67٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 24.14٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من لديهم رؤية بأن وسائل الإعلام تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور بشكل محايد في إدارة أزمة فيروس كورونا من إجمالي مفردات عينة الدراسة 67.00٪ موزعة بين 64.29٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 68.97٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لديهم رؤية بأن وسائل الإعلام تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور بشكل سلبي في إدارة أزمة فيروس كورونا من إجمالي مفردات عينة الدراسة 12.00٪ موزعة بين 19.05٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 24.14٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

8- مستويات أداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا:

جدول (11)

يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية لدرجة استجابات الباحثين على مقياس مستويات أداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا

الوسيلة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة السلبية
الصحف الورقية	12	71	17	1.95	0.54	7	مرتفع
الصحف الإلكترونية	35	56	9	2.26	0.61	3	متوسط
القنوات الفضائية	52	41	7	2.45	0.63	1	متوسط
القنوات التلفزيونية الأرضية	27	56	17	2.10	0.66	5	متوسط
الإذاعات المسموعة	18	67	15	2.03	0.58	6	متوسط
مواقع التواصل الاجتماعي	36	51	13	2.23	0.66	4	متوسط
المواقع الإخبارية	49	44	7	2.42	0.62	2	متوسط
المقياس ككل	ن=100			2.21	0.61	-	متوسط

يتضح من الجدول السابق: أن استجابات الباحثين على مستويات أداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية حصلت على درجة (متوسط)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.21 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (1.67 : 2.34)، كما حصلت جميع الوسائل في هذا المقياس على درجة تقدير مرتفعة ومتوسطة، وكانت أعلى هذه الوسائل ترتيباً هي "القنوات الفضائية" حيث حصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.45، وجاء في الترتيب التالي بدرجة مرتفعة أيضاً "المواقع الإخبارية" بمتوسط حسابي 2.42، وجاء في الترتيب الثالث بدرجة متوسطة أيضاً "الصحف الإلكترونية" بمتوسط حسابي 2.26، وجاء في الترتيب الرابع بدرجة متوسطة أيضاً "مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي 2.23، وجاء في الترتيب الخامس بدرجة متوسطة أيضاً "القنوات التلفزيونية الأرضية" بمتوسط حسابي 2.10، وجاء في الترتيب السادس بدرجة متوسطة "الإذاعات المسموعة" بمتوسط حسابي 2.03، وجاء في الترتيب السابع بدرجة متوسطة "الصحف الورقية" بمتوسط حسابي 1.95.

9- العبارات التي تعكس مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا:

جدول (12)

يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية لدرجة استجابات المبحوثين على مقياس مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا

العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التقييم
تبرز تضحيات الجيش الأبيض (الأطباء) في مواجهة فيروس كورونا	78	15	7	2.71	0.59	2	مرتفع
توفر للجمهور قاعدة معلوماتية وحقائق حول الإجراءات الاحترازية التي وضعتها الحكومة لحماية الجمهور من فيروس كورونا	71	23	6	2.65	0.59	4	مرتفع
ترد على الشائعات من خلال نشر المعلومات الصحيحة	56	34	10	2.46	0.67	8	مرتفع
توفر للجمهور قاعدة معلومات حول كيفية الوقاية من فيروس كورونا	74	19	7	2.67	0.60	3	مرتفع
توظف كل ما يبث عبر وسائل الإعلام لخدمة الاستراتيجية الأمنية للدولة في التعامل مع فيروس كورونا	63	27	10	2.53	0.67	5	مرتفع
تقوم بدور كبير في توفير وسائل للإبلاغ عن أي حالات مصابة بالفيروس	53	28	19	2.34	0.78	11	مرتفع
توفر وسائل الإعلام قواعد بيانات كمادة معرفية يمكن الاستفادة منها في التعامل مع فيروس كورونا	64	23	13	2.51	0.72	6	مرتفع
تعمل وسائل الإعلام على بث الطمأنينة بين الجمهور ورفع معنوياتهم من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية	53	32	15	2.38	0.74	10	مرتفع
تدفع الجمهور إلى الخوف من فيروس كورونا	56	29	15	2.41	0.74	9	مرتفع
أحياناً تعطى مفاهيم مغلوطة عن فيروس كورونا	62	25	13	2.49	0.72	7	مرتفع
تبرز مجهود رجال الشرطة والجيش المصري في التعامل مع فيروس كورونا	76	21	3	2.73	0.51	1	مرتفع
المقياس ككل	ن=100			2.53	0.67	-	مرتفع

يتضح من الجدول السابق: أن استجابات المبحوثين على العبارات التي تعكس مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية حصلت على درجة (مرتفع)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.53 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (2.34 : 3.00)، كما حصلت جميع عبارات هذا المقياس على درجة تقدير مرتفعة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي "تبرز مجهود رجال الشرطة والجيش المصري في التعامل مع فيروس كورونا" حيث حصلت على درجة

مرتفعة بمتوسط حسابي 2.73، وجاء في الترتيب التالي بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "تبرز تضحيات الجيش الأبيض (الأطباء) في مواجهة فيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.71، وجاء في الترتيب الثالث بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "توفر للجمهور قاعدة معلومات حول كيفية الوقاية من فيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.67، وجاء في الترتيب الرابع بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "توفر للجمهور قاعدة معلوماتية وحقائق حول الإجراءات الاحترازية التي وضعتها الحكومة لحماية الجمهور من فيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.65، وجاء في الترتيب الخامس بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "توظف كل ما يثبت عبر وسائل الإعلام لخدمة الاستراتيجية الأمنية للدولة في التعامل مع فيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.53، وجاء في الترتيب السادس بدرجة مرتفعة عبارة "توفر وسائل الإعلام قواعد بيانات كمادة معرفية يمكن الاستفادة منها في التعامل مع فيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.51، وجاء في الترتيب السابع بدرجة مرتفعة عبارة "أحياناً تعطي مفاهيم مغلوطة عن فيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.49، وجاء في الترتيب الثامن بدرجة مرتفعة عبارة "ترد على الشائعات من خلال نشر المعلومات الصحيحة" بمتوسط حسابي 2.46، وجاء في الترتيب التاسع بدرجة مرتفعة عبارة "تدفع الجمهور إلى الخوف من فيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.41، وجاء في الترتيب العاشر بدرجة مرتفعة عبارة "تعمل وسائل الإعلام على بث الطمأنينة بين الجمهور ورفع معنوياتهم من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية" بمتوسط حسابي 2.38، وجاء في الترتيب الحادي عشر بدرجة مرتفعة عبارة "تقوم بدور كبير في توفير وسائل للإبلاغ عن أي حالات مصابة بالفيروس" بمتوسط حسابي 2.34.

10- العبارات التي تعكس مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري:

جدول (13)

يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية لدرجة استجابات المبحوثين على مقياس تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري

العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التقييم
تدعم دور الحكومة في مواجهة فيروس كورونا	81	17	2	2.79	0.46	1	مرتفع
تظهر مشاركة الفئات المختلفة للجمهور في مواجهة فيروس كورونا	78	18	4	2.74	0.52	3	مرتفع
تقدم وسائل الإعلام صورة إيجابية لدور الدولة في التصدي لفيروس كورونا	78	18	4	2.74	0.52	3	مرتفع
تتشر الهلع بين الجمهور نتيجة تداول معلومات مغلوطة وكاذبة عن فيروس كورونا في عدد من مواقع الإنترنت وصفحات التواصل الاجتماعي	49	31	20	2.29	0.78	9	متوسط
تكشف الأخبار المضللة عن فيروس كورونا	50	39	11	2.39	0.68	7	مرتفع
سهلت التوعية والتواصل بين المسؤولين والمختصين وبين الجمهور	63	24	13	2.50	0.72	6	مرتفع
أسهمت في نشر المعلومات بشأن الوباء وطرق الوقاية منه	76	23	1	2.75	0.46	2	مرتفع
أسهمت في الضغط على المسؤولين من أجل التعاطي الجدى مع الموضوع	51	32	17	2.34	0.76	8	مرتفع
سهلت عملية التواصل، ومكنت من تطبيق القرارات الخاصة بالعمل من المنازل	63	25	12	2.51	0.70	5	مرتفع
ساعدت وسائل الإعلام على إيجاد بدائل للتواصل المباشر مع الضيوف، ومع زملاء العمل وجعلتها في بحبوحة من المعلومات غير مسبقة عن أي وباء	70	24	6	2.64	0.59	4	مرتفع
المقياس ككل	ن=100			2.57	0.62	-	مرتفع

يتضح من الجدول السابق: أن استجابات المبحوثين على العبارات التي تعكس مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري من وجهة نظر النخبة الأكاديمية حصلت على درجة (مرتفع)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.57 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (2.34 : 3.00)، كما حصلت جميع عبارات هذا المقياس على درجة تقدير مرتفعة

ومتوسطة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي "تدعم دور الحكومة في مواجهة فيروس كورونا" حيث حصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.79، وجاء في الترتيب التالي بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "أسهمت في نشر المعلومات بشأن الوباء وطرق الوقاية منه" بمتوسط حسابي 2.75، وجاء في الترتيب الثالث بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "تظهر مشاركة الفئات المختلفة للجمهور في مواجهة فيروس كورونا، تقدم وسائل الإعلام صورة إيجابية لدور الدولة في التصدي لفيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.74 وجاء في الترتيب الرابع بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "ساعدت وسائل الإعلام على إيجاد بدائل للتواصل المباشر مع الضيوف، ومع زملاء العمل وجعلتها في بحبوحة من المعلومات غير مسبوقه عن أي وباء" بمتوسط حسابي 2.64، وجاء في الترتيب الخامس بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "سهلت عملية التواصل، ومكّنت من تطبيق القرارات الخاصة بالعمل من المنازل" بمتوسط حسابي 2.51، وجاء في الترتيب السادس بدرجة مرتفعة عبارة "سهلت التوعية والتواصل بين المسؤولين والمختصين، وبين الجمهور" بمتوسط حسابي 2.50، وجاء في الترتيب السابع بدرجة مرتفعة عبارة "تكشف الأخبار المضللة عن فيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.39، وجاء في الترتيب الثامن بدرجة مرتفعة عبارة "أسهمت في الضغط على المسؤولين من أجل التعاطي الجدي مع الموضوع" بمتوسط حسابي 2.34، وجاء في الترتيب التاسع بدرجة متوسطة عبارة "تنشر الهلع بين الجمهور نتيجة تداول معلومات مغلوطة وكاذبة عن فيروس كورونا في عدد من مواقع الإنترنت وصفحات التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي 2.29.

11- العبارات التي تعكس مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة فيروس كورونا:

جدول (14)

يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية لدرجة استجابات الباحثين على مقياس تقييم النخبة الأكاديمية لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة فيروس كورونا

العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التقييم
هيمنة الطابع الإخباري على التغطية الإعلامية لأزمة فيروس كورونا	75	20	5	2.70	0.56	1	مرتفع
ندرة الاستعانة بالخبراء في المجالات الطبية والاجتماعية والاقتصادية	49	30	21	2.28	0.79	11	متوسط
تميل المعالجة الإعلامية لأزمة كورونا إلى التهويل مما يؤثر على مصداقيتها	43	40	17	2.26	0.73	13	متوسط
المبالغة في تقديم صورة إيجابية لدور الجيش في التصدي لفيروس كورونا	46	38	16	2.30	0.73	9	متوسط
غياب التغطية التحليلية والتفسيرية والاستقصائية لأزمة كورونا	55	25	20	2.35	0.80	7	مرتفع
تقدم تناولاً دقيقاً وشاملاً لأزمة فيروس كورونا	48	39	13	2.35	0.70	7	مرتفع
مصادر معلوماتها موثوق فيه	45	39	16	2.29	0.73	10	متوسط
الفورية في تغطية كل ما يتعلق بأزمة كورونا على مستوى العالم	53	34	13	2.40	0.71	4	مرتفع
تتميز بدقة المعلومات	42	43	15	2.27	0.71	12	متوسط
تهتم بما يفكر فيه الجمهور	50	35	15	2.35	0.73	7	مرتفع
تستخدم البيانات والإحصائيات	63	26	11	2.52	0.69	2	مرتفع
لا تسبب الكلام إلى مصادره	32	40	28	2.04	0.78	18	متوسط
تهتم بالرأي أكثر من الحقائق فيما تقدمه	53	33	14	2.39	0.72	5	مرتفع
توجد أخطاء في المعلومات المنشورة	50	36	14	2.36	0.72	6	مرتفع
يعمل بها إعلاميون أكفاء ومدربون	48	33	19	2.29	0.77	10	متوسط
لا تتسم تغطيتها بالشمولية ومعالجة كافة جوانب الأزمة	47	37	16	2.31	0.73	8	متوسط
لا تفصل بين الحقيقة والرأي فيما تقدمه من أخبار	59	26	15	2.44	0.74	3	مرتفع
تعمل من أجل الصالح العام	54	32	14	2.40	0.72	4	مرتفع
ترتكز على مبادئ أخلاقية في ممارسة العمل الإعلامي	40	45	15	2.25	0.70	14	متوسط
تعمل على بليلة الجمهور	43	27	30	2.13	0.85	16	متوسط
تتسم التغطية بالموضوعية وعدم التدخل بالرأي في الأخبار	34	44	22	2.12	0.74	17	متوسط
يمكن الثقة فيما تقول	44	36	20	2.24	0.77	15	متوسط
المقياس ككل	ن=100			2.32	0.73	-	متوسط

يتضح من الجدول السابق: أن استجابات الباحثين على العبارات التي تعكس مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية حصلت على درجة (متوسط)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.32 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (1.67 : 2.34)، كما حصلت جميع عبارات هذا المقياس على درجة تقدير مرتفعة ومتوسطة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي "هيمنة الطابع الإخباري على التغطية الإعلامية لأزمة فيروس كورونا" حيث حصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.70، وجاء في الترتيب التالي بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "تستخدم البيانات والإحصائيات" بمتوسط حسابي 2.52، وجاء في الترتيب الثالث بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "لا تفصل بين الحقيقة والرأي فيما تقدمه من أخبار" بمتوسط حسابي 2.44 وجاء في الترتيب الرابع بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "الفورية في تغطية كل ما يتعلق بأزمة كورونا على مستوى العالم، تعمل من أجل الصالح العام" بمتوسط حسابي 2.40، وجاء في الترتيب الخامس بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "تهتم بالرأي أكثر من الحقائق فيما تقدمه" بمتوسط حسابي 2.39، وجاء في الترتيب السادس بدرجة مرتفعة عبارة "توجد أخطاء في المعلومات المنشورة" بمتوسط حسابي 2.36، وجاء في الترتيب السابع بدرجة مرتفعة عبارة "غياب التغطية التحليلية والتفسيرية والاستقصائية لأزمة كورونا، تقدم تناولاً دقيقاً وشاملاً لأزمة فيروس كورونا، تهتم بما يفكر فيه الجمهور" بمتوسط حسابي 2.35، وجاء في الترتيب الثامن بدرجة متوسطة عبارة "لا تتسم تغطيتها بالشمولية ومعالجة كافة جوانب الأزمة" بمتوسط حسابي 2.31، وجاء في الترتيب التاسع بدرجة متوسطة عبارة "المبالغة في تقديم صورة إيجابية لدور الجيش في التصدي لفيروس كورونا" بمتوسط حسابي 2.30، وجاء في الترتيب العاشر بدرجة متوسطة عبارة "مصادر معلوماتها موثوق فيه، يعمل بها إعلاميون أكفاء ومدربون" بمتوسط حسابي 2.29، وجاء في الترتيب الحادي عشر بدرجة متوسطة عبارة "ندرة الاستعانة بالخبراء في المجالات الطبية والاجتماعية والاقتصادية" بمتوسط حسابي 2.28، وجاء في الترتيب الثاني عشر بدرجة متوسطة عبارة "تتميز بدقة المعلومات" بمتوسط حسابي 2.27، وجاء في الترتيب الثالث عشر بدرجة متوسطة عبارة "تميل المعالجة الإعلامية لأزمة كورونا إلى التهويل مما يؤثر على مصداقيتها" بمتوسط حسابي 2.26، وجاء في الترتيب الرابع عشر بدرجة متوسطة عبارة "ترتكز على مبادئ أخلاقية في ممارسة العمل الإعلامي" بمتوسط حسابي 2.25، وجاء في الترتيب الخامس عشر بدرجة متوسطة عبارة "يمكن الثقة فيما تقول" بمتوسط حسابي 2.24، وجاء في الترتيب

السادس عشر بدرجة متوسطة عبارة "تعمل على بلبله الجمهور" بمتوسط حسابي 2.13، وجاء في الترتيب السابع عشر بدرجة متوسطة عبارة "تتسم التغطية بالموضوعية وعدم التدخل بالرأي في الأخبار" بمتوسط حسابي 2.13، وجاء في الترتيب الثامن عشر بدرجة متوسطة عبارة "لا تتسبب الكلام إلى مصادره" بمتوسط حسابي 2.04.

12- مدى توافر معايير الأداء الإعلامي في وسائل الإعلام من وجهة نظر النخبة الأكاديمية:

جدول (15)

يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية استجابات المبحوثين على مقياس مدى توافر معايير الأداء الإعلامي في وسائل الإعلام من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

نشر الطمأنينة	التنوع	المتابعة الإعلامية	السبق الإعلامي	التوازن	الثقة	الموضوعية	الثقة	المصداقية	معايير التقييم	
									الوسيلة	ودرجة الموافقة
36	38	35	31	32	30	32	33	30	موافق	الصحف الورقية
48	48	48	47	55	51	54	53	61	محايد	
16	14	17	22	13	19	14	14	9	معارض	
2.20	2.24	2.18	2.09	2.19	2.11	2.18	2.19	2.21	المتوسط الحسابي	
34	55	51	56	40	34	27	28	31	موافق	الصحف الإلكترونية
46	39	39	32	52	52	60	57	64	محايد	
20	6	10	12	8	14	13	15	5	معارض	
2.14	2.49	2.41	2.44	2.32	2.20	2.14	2.13	2.26	المتوسط الحسابي	
36	45	46	42	34	29	30	34	32	موافق	القنوات الفضائية
42	41	40	43	46	53	54	50	49	محايد	
22	14	14	15	20	18	16	16	19	معارض	
2.14	2.31	2.32	2.27	2.14	2.11	2.14	2.18	2.13	المتوسط الحسابي	
34	30	34	25	27	28	27	26	33	موافق	القنوات التليفزيونية الأرضية
50	53	49	59	58	59	58	57	50	محايد	
16	17	17	16	15	13	15	17	17	معارض	
2.18	2.13	2.17	2.09	2.12	2.15	2.12	2.09	2.16	المتوسط الحسابي	
37	35	28	26	31	25	27	27	30	موافق	الإذاعة
52	53	58	56	57	61	61	61	59	محايد	
11	12	14	18	12	14	12	12	11	معارض	
2.26	2.23	2.14	2.08	2.19	2.11	2.15	2.15	2.19	المتوسط الحسابي	
23	45	44	50	25	20	25	23	27	موافق	مواقع التواصل الاجتماعي
40	36	33	29	44	43	43	43	41	محايد	
37	19	23	21	31	37	32	34	32	معارض	
1.86	2.26	2.21	2.29	1.94	1.83	1.93	1.89	1.95	المتوسط الحسابي	
40	59	56	54	47	40	40	37	43	موافق	المواقع الإخبارية
50	36	38	40	46	51	50	52	49	محايد	
10	5	6	6	7	9	10	11	8	معارض	
2.30	2.54	2.50	2.48	2.40	2.31	2.30	2.26	2.35	المتوسط الحسابي	

يتضح من الجدول السابق: أن استجابات الباحثين على مقياس مدى توافر معايير الأداء الإعلامي في وسائل الإعلام من وجهة نظر النخبة الأكاديمية على النحو التالي:

أولاً: فيما يتعلق بالصحف الورقية: حصلت المصدقية على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.21، كما حصلت الدقة على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.19، وجاءت الموضوعية بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.18، وجاءت الثقة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.11، وجاء التوازن بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.19، وجاء السبق الإعلامي بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.09، وجاء المتابعة الإعلامية بمتوسط حسابي 2.18، وجاء التنوع بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.24، وجاء نشر الطمأنينة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.20.

ثانياً: فيما يتعلق بالصحف الإلكترونية: حصلت المصدقية على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.26، كما حصلت الدقة على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.13، وجاءت الموضوعية بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.14، وجاءت الثقة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.20، وجاء التوازن بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.32، وجاء السبق الإعلامي بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.44، وجاء المتابعة الإعلامية بمتوسط حسابي 2.41، وجاء التنوع بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.49، وجاء نشر الطمأنينة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.14.

ثالثاً: فيما يتعلق بالقنوات الفضائية: حصلت المصدقية على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.13، كما حصلت الدقة على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.18، وجاءت الموضوعية بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.14، وجاءت الثقة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.11، وجاء التوازن بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.14، وجاء السبق الإعلامي بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.27، وجاء المتابعة الإعلامية بمتوسط حسابي 2.32، وجاء التنوع بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.31، وجاء نشر الطمأنينة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.14.

رابعاً: فيما يتعلق بالقنوات التلفزيونية الأرضية: حصلت المصدقية على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.16، كما حصلت الدقة على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.09، وجاءت الموضوعية بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.12، وجاءت الثقة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.15، وجاء التوازن بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.12، وجاء السبق الإعلامي بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.09، وجاءت المتابعة الإعلامية بمتوسط

حسابي 2.17، وجاء التنوع بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.13، وجاء نشر الطمأنينة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.18.

خامساً: فيما يتعلق بالإذاعة: حصلت المصدقية على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.19، كما حصلت الدقة على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.15، وجاءت الموضوعية بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.15، وجاءت الثقة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.11، وجاء التوازن بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.19، وجاء السبق الإعلامي بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.08، وجاءت المتابعة الإعلامية بمتوسط حسابي 2.14، وجاء التنوع بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.23، وجاء نشر الطمأنينة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.26.

سادساً: فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي: حصلت المصدقية على متوسط حسابي بلغت قيمته 1.95، كما حصلت الدقة على متوسط حسابي بلغت قيمته 1.89، وجاءت الموضوعية بمتوسط حسابي بلغت قيمته 1.93، وجاءت الثقة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 1.83، وجاء التوازن بمتوسط حسابي بلغت قيمته 1.94، وجاء السبق الإعلامي بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.29، وجاءت المتابعة الإعلامية بمتوسط حسابي 2.21، وجاء التنوع بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.26، وجاء نشر الطمأنينة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 1.86.

سابعاً: فيما يتعلق بالمواقع الإخبارية: حصلت المصدقية على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.35، كما حصلت الدقة على متوسط حسابي بلغت قيمته 2.26، وجاءت الموضوعية بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.30، وجاءت الثقة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.31، وجاء التوازن بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.40، وجاء السبق الإعلامي بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.48، وجاءت المتابعة الإعلامية بمتوسط حسابي 2.50، وجاء التنوع بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.54، وجاء نشر الطمأنينة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 2.30.

13- أهم الجوانب التي ركزت عليها وسائل الإعلام في تناولها لأزمة كورونا:

جدول رقم (16)

أهم الجوانب التي ركزت عليها وسائل الإعلام في تناولها لأزمة كورونا وفقاً للنوع

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المواقع
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	غير دالة	0.329	40.00	40	41.38	24	38.10	16	الإجراءات الاحترازية التي وضعتها الحكومة
3	غير دالة	0.163	23.00	23	22.41	13	23.81	10	التعرف على أسباب انتشار هذا الفيروس في العالم كله
6	غير دالة	0.169	15.00	15	15.52	9	14.29	6	طرح الحلول لمواجهة أزمة فيروس كورونا
2	غير دالة	0.982	24.00	24	27.59	16	19.05	8	الأثار الناتجة عن هذه الأزمة على المواطنين والمجتمع
5	غير دالة	1.804	16.00	16	10.34	6	23.81	10	ردود أفعال الجمهور في التعامل مع هذه الأزمة
4	غير دالة	0.294	18.00	18	18.97	11	16.67	7	الدور البارز لأطباء مصر
			100		58		42		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق: إلى أهم الجوانب التي ركزت عليها وسائل الإعلام في تناولها لأزمة كورونا وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول الإجراءات الاحترازية التي وضعتها الحكومة، حيث جاءت بنسبة بلغت 40.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 38.10% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 41.38% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.329 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95، وجاء في الترتيب الثاني الأثار الناتجة عن هذه الأزمة على المواطنين والمجتمع، حيث جاءت بنسبة بلغت 24.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 19.05% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 27.59% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.982 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب الثالث التعرف على أسباب انتشار هذا الفيروس في العالم كله، حيث جاءت بنسبة بلغت 23.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 23.81% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 22.41% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z

المحسوبة 0.163 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب الرابع الدور البارز لأطباء مصر، حيث جاءت بنسبة بلغت 18.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 16.67% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 18.97% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.294 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب الخامس ردود أفعال الجمهور في التعامل مع هذه الأزمة، حيث جاءت بنسبة بلغت 16.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 23.81% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 10.34% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.804 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

وجاء في الترتيب السادس طرح الحلول لمواجهة أزمة فيروس كورونا، حيث جاءت بنسبة بلغت 15.00% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 14.29% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 15.52% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائيًا، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.169 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

نتائج الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل.

جدول رقم (17)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ودرجاتهم على مقياس التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة

مستوى التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا			المتغير
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد	المتغير
0.001	0.532	100	تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا

تشير نتائج الجدول السابق: أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.532، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه "توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل".

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى ثقة النخبة في تغطية وسائل الإعلام لأزمة كورونا وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل.

جدول رقم (18)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى ثقة النخبة في تغطية وسائل الإعلام لأزمة كورونا ودرجاتهم على مقياس التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة

مستوى التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا			المتغير
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد	المتغير
0.001	0.618	100	مستوى ثقة النخبة في تغطية وسائل الإعلام لأزمة كورونا

تشير نتائج الجدول السابق: أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستويات ثقة النخبة في تغطية وسائل الإعلام لأزمة

كورونا ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.618 ، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة $= 0.001$ ، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه "توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائيًا بين مستوى ثقة النخبة في تغطية وسائل الإعلام لأزمة كورونا وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل".

الفرض الثالث: تختلف درجة تعرض النخبة لمتابعة أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام المختلفة باختلاف مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة.

جدول (19)

قيمة "ف" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها النخبة الأكاديمية على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا وفقاً لاختلاف مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دال عند 0.001	24.76 2	11.492	2	22.983	بين المجموعات
		0.464	97	45.017	داخل المجموعات
			99	68.000	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق: إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة، وذلك على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا، حيث بلغت قيمة ف 24.762 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة $= 0.001$ ، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه "تختلف درجة تعرض النخبة لمتابعة أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام المختلفة باختلاف مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة".

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

جدول (20)

نتائج تحليل L.S.D معرفة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا وفقاً لاختلاف مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.21
متوسط	***0.8962	-		1.31
منخفض	***1.2105	0.4143	-	1.00

تشير نتائج تحليل L.S.D بالجدول السابق: إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس مستوى تقييم النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة ومتوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة لصالح المجموعة الأولى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.8962، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.001، كما توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة ومتوسطات درجات المبحوثين منخفضي مستوى تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة لصالح المجموعة الأولى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 1.2105، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.001، بينما لا توجد فروق بين متوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة ومتوسطات درجات المبحوثين منخفضي مستوى تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.4143، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى تقييم النخبة الأكاديمية لدى مهنية وأخلاقية تغطية وسائل الإعلام لأحداث أزمة فيروس كورونا وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل.

جدول رقم (21)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى تقييم النخبة الأكاديمية لدى مهنية وأخلاقية تغطية وسائل الإعلام لأحداث أزمة فيروس كورونا ودرجاتهم على مقياس التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة

مستوى التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا			المتغير	المتغير
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد		
0.001	0.498	100	مستوى تقييم النخبة الأكاديمية لدى مهنية وأخلاقية تغطية وسائل الإعلام لأحداث أزمة فيروس كورونا	

تشير نتائج الجدول السابق: أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لدى مهنية وأخلاقية تغطية وسائل الإعلام لأحداث أزمة فيروس كورونا ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.498، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحققت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه "توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى

تقييم النخبة الأكاديمية لمدى مهنية وأخلاقية تغطية وسائل الإعلام لأحداث أزمة فيروس كورونا وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل".
الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل.

جدول رقم (22)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات الباحثين على مقياس مستوى تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري ودرجاتهم على مقياس التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة

مستوى التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا			المتغير
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد	
0.001	0.682	100	مستوى تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري

تشير نتائج الجدول السابق: أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.682، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحققت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه "توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري وكثافة تعرض النخبة الإعلامية لمتابعة أزمة كورونا عبر هذه الوسائل".

الفرض السادس: تختلف درجة اهتمام النخبة بمتابعة أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام باختلاف درجة توافر معايير الأداء الإعلامي.

جدول (23)

قيمة "ف" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها الباحثين على مقياس درجة الاهتمام بمتابعة أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام وفقاً لاختلاف درجة توافر معايير الأداء الإعلامي بهذه الوسائل

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	6.666	2	3.333	10.20 0	دال ***
داخل المجموعات	31.694	97	0.327		
المجموع	38.360	99			

تشير بيانات الجدول السابق: إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات تقييم درجة توافر معايير الأداء الإعلامي لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة، وذلك على مقياس درجة الاهتمام بمتابعة أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام، حيث بلغت قيمة "ف" 10.200 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه "تختلف درجة اهتمام النخبة بمتابعة أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام باختلاف درجة توافر معايير الأداء الإعلامي".

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

جدول (24)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس درجة الاهتمام بمتابعة أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام وفقاً لاختلاف درجة توافر معايير الأداء الإعلامي بهذه الوسائل

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.61
متوسط	*0.3569	-		2.26
منخفض	***0.8640	*0.5071	-	1.75

تشير نتائج تحليل L.S.D بالجدول السابق: إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس مستوى الاهتمام بمتابعة أزمة كورونا عبر وسائل الإعلام، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين مرتفعي مستوى تقييم درجة توافر معايير الأداء الإعلامي لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة ومتوسطات درجات الباحثين متوسطي مستوى تقييم درجة توافر معايير الأداء الإعلامي لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة لصالح المجموعة الأولى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.3569، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.01، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الباحثين مرتفعي مستوى تقييم درجة توافر معايير الأداء الإعلامي لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة ومتوسطات درجات الباحثين منخفضي مستوى تقييم درجة توافر معايير الأداء الإعلامي لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة لصالح المجموعة الأولى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.8640، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.001، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الباحثين متوسطي مستوى تقييم درجة توافر معايير الأداء الإعلامي لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة ومتوسطات درجات الباحثين منخفضي مستوى

تقييم درجة توافر معايير الأداء الإعلامي لدور وسائل الإعلام في إدارة الأزمة لصالح المجموعة الأولى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.5071، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى 0.001.

الفرض السابع: تختلف مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا باختلاف مستوى إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا.

جدول (25)

قيمة "ف" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا وفقاً لاختلاف درجة إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	2.517	2	1.259	4.654	دال*
داخل المجموعات	26.233	97	0.270		
المجموع	28.750	99			

تشير بيانات الجدول السابق: إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات تقييم درجة إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، وذلك على مقياس مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا، حيث بلغت قيمة ف 4.654 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.05، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه "تختلف مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا باختلاف مستوى إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا". ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (26)

نتائج تحليل L.S.D معرفة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا وفقاً لاختلاف درجة إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.09
متوسط	**0.3163	-		1.77
منخفض	**0.3377	0.0214	-	1.75

تشير نتائج تحليل L.S.D بالجدول السابق: إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى

تقييم درجة إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا ومتوسطات درجات الباحثين متوسطي مستوى تقييم درجة إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا لصالح المجموعة الأولى، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.3163، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى 0.01، كما توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات درجات الباحثين مرتفعي مستوى تقييم درجة إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا ومتوسطات درجات الباحثين منخفضي مستوى تقييم درجة إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا لصالح المجموعة الأولى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.3377، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى 0.01، بينما لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات درجات الباحثين متوسطي مستوى تقييم درجة إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا ومتوسطات درجات الباحثين منخفضي مستوى تقييم درجة إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.0214، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى 0.05.

الفرض الثامن: تختلف مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا باختلاف مستوى سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا.

جدول (27)

قيمة "ف" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها الباحثون على مقياس مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا وفقًا لاختلاف درجة سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	4.270	2	2.135	6.006	دال**
داخل المجموعات	34.480	97	0.355		
المجموع	38.750	99			

تشير بيانات الجدول السابق: إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات تقييم درجة سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، وذلك على مقياس مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا، حيث بلغت قيمة ف 6.006 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.05، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه "تختلف مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا باختلاف مستوى سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا".

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

جدول (28)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا وفقاً لاختلاف درجة سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			1.87
متوسط	*0.2536	-		2.34
منخفض	*0.7215	*0.4679	-	2.60

تشير نتائج تحليل L.S.D بالجدول السابق: إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس مستويات تقييم النخبة لمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين مرتفعي مستوى تقييم درجة سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا ومتوسطات درجات الباحثين متوسطي مستوى تقييم درجة سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا لصالح المجموعة الثانية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.2536، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.05، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الباحثين مرتفعي مستوى تقييم درجة سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا ومتوسطات درجات الباحثين منخفضي مستوى تقييم درجة سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا لصالح المجموعة الثانية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.7215، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.01، كما توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الباحثين متوسطي مستوى تقييم درجة سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا ومتوسطات درجات الباحثين منخفضي مستوى تقييم درجة سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا لصالح المجموعة الثانية، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 0.4679، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.05.

الفرض التاسع: توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ودرجة تأثير المعلومات على الجمهور.

جدول رقم (29)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات الباحثين على مقياس مستوى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ودرجاتهم على مقياس تأثير المعلومات على الجمهور

مستوى تأثير المعلومات على الجمهور			المتغير
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد	
0.001	0.492	100	مستوى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا

تشير نتائج الجدول السابق: أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ومستويات تأثير المعلومات على الجمهور، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.492، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحققت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه "توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ودرجة تأثير المعلومات على الجمهور".

الفرض العاشر: توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

أ- توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا تعزى لمتغير النوع.

جدول (30)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا وفقاً لمتغير النوع

مجموعات المقارنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الذكور	42	2.57	0.590	1.078	98	غير دال
الإناث	58	2.43	0.678			

يتبين من خلال الجدول السابق: عدم وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا تعزى لمتغير النوع؛ حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا 1.078 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه "توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا تعزى لمتغير النوع".

ب- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا تعزى لمتغير السن.

جدول (31)

قيمة "ف" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها الباحثون على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا وفقاً لاختلاف السن

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دال	0.551	0.215	2	0.431	بين المجموعات
		0.391	97	37.929	داخل المجموعات
			99	38.360	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق: إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك على مقياس مستوى التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا، حيث بلغت قيمة ف 0.551 وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا تعزى لمتغير السن".

ج- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا تعزى لمتغير الدرجة العلمية.

جدول (32)

قيمة "ف" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها الباحثون على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا وفقاً لاختلاف الدرجة العلمية

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دال	0.647	0.253	2	0.505	بين المجموعات
		0.390	97	37.855	داخل المجموعات
			99	38.360	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق: إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون الدرجات العلمية المختلفة، وذلك على مقياس مستوى التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا، حيث بلغت قيمة ف 0.647 وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس كثافة التعرض لوسائل الإعلام لمتابعة أزمة كورونا تعزى لمتغير الدرجة العلمية".

الفرض الحادي عشر: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا تبعًا لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

أ- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا تعزى لمتغير النوع.

جدول (33)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا وفقًا لمتغير النوع

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة "ت"	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مجموعات المقارنة
غير دال	98	0.097	0.890	1.81	42	الذكور
			0.789	1.79	58	الإناث

يتبين من خلال الجدول السابق: عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا تعزى لمتغير النوع، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا 0.097 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا تعزى لمتغير النوع".

ب- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا تعزى لمتغير السن.

جدول (34)

قيمة "ف" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا وفقًا لاختلاف السن

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دال	0.485	0.336	2	0.673	بين المجموعات
		0.694	97	67.327	داخل المجموعات
			99	68.000	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق: إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك على مقياس مستوى

تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، حيث بلغت قيمة ف 0.485 وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا تعزى لمتغير السن".

ج- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا تعزى لمتغير الدرجة العلمية.

جدول (35)

قيمة "ف" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها الباحثون على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا وفقاً لاختلاف الدرجة العلمية

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
غير دال	0.263	0.184	2	0.367	بين المجموعات
		0.697	97	67.633	داخل المجموعات
			99	68.000	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق: إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون الدرجات العلمية المختلفة، وذلك على مقياس مستوى تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، حيث بلغت قيمة ف 0.263 وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية على مقياس تقييم دور وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا تعزى لمتغير الدرجة العلمية".

النتائج العامة للبحث:

مما سبق عرضه من نتائج؛ يمكن إيجاز أهم النتائج فيما يلي:

أن نسبة مرتفعي درجة الاهتمام بمتابعة أزمة كورونا في وسائل الإعلام من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 57.00%، وبلغت نسبة متوسطي درجة الاهتمام بمتابعة أزمة كورونا في وسائل الإعلام من إجمالي مفردات عينة الدراسة 35.00%، بينما بلغت نسبة منخفضي درجة الاهتمام بمتابعة أزمة كورونا في وسائل الإعلام من إجمالي مفردات عينة الدراسة 8.00%. كما أشارت النتائج إلى أن أعلى العبارات التي تعكس مستوى إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية ترتيباً هي "متابعة التطورات المتصلة بأزمة فيروس كورونا أولاً بأول" حيث حصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.65، وجاء في الترتيب التالي بدرجة مرتفعة أيضاً

عبارة "الاستعانة بالخبراء والمتخصصين عند الحديث عن الفيروس" بمتوسط حسابي 2.62، وكانت أعلى العبارات التي تعكس مستوى سلبيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية هي "التكرار في تقديم المعلومات بشكل يدفع الجمهور للملل في المتابعة (عدم التجديد في الشكل والمحتوى)" حيث حصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.39، وجاء في الترتيب التالي بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "انعدام الدقة" بمتوسط حسابي 2.38. وأن نسبة من لديهم رؤية بأن وسائل الإعلام تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور بشكل إيجابي في إدارة أزمة فيروس كورونا من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 21.00٪، وبلغت نسبة من لديهم رؤية بأن وسائل الإعلام تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور بشكل محايد في إدارة أزمة فيروس كورونا من إجمالي مفردات عينة الدراسة 67.00٪، بينما بلغت نسبة من لديهم رؤية بأن وسائل الإعلام تلتزم بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور بشكل سلبي في إدارة أزمة فيروس كورونا من إجمالي مفردات عينة الدراسة 12.00٪.

كما تؤكد النتائج على وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية أزمة كورونا ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة. وأيضاً تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لتأثير المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام عن أزمة فيروس كورونا على الجمهور المصري ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة.

توصيات البحث:

- عقد العديد من الندوات والمحاضرات الدينية والتوعوية بأخطار فيروس كورونا، وضرورة اتباع الجمهور الإجراءات الاحترازية التي تتخذها الحكومة وعدم إهمال هذه الإجراءات التي قد يتسبب إهمالها في حدوث الوفاة لدى البعض.
- ضرورة توظيف كافة الأشكال الإعلامية في تغطية أزمة كورونا.
- ضرورة الاهتمام بمستوى الأداء الإعلامي بكافة الوسائل الإعلامية، والعمل على إجراء أبحاث دورية لتقييم مستوى هذا الأداء، والتعرف على نقاط الضعف والقوة؛ لمعالجة نقاط الضعف وتعزيز نقاط القوة.
- ضرورة وجود فريق إعلامي مدرب على كيفية التعامل مع الأزمات.

البحوث المقترحة:

- إجراء العديد من الدراسات الاستطلاعية على الجمهور للكشف عن آرائهم في مستوى الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام في إدارة الأزمات.
- إجراء دراسات تتناول الصفة السياسية ودورها في إدارة هذه الأزمة.
- إجراء دراسات تتناول الأجندة الإعلامية في أوقات الأزمات.

مراجع الدراسة

(1) عادل صادق محمد، الصحافة وإدارة الأزمات، مدخل نظري- تطبيقي، (ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006)، ص17ص18.

(2) إبراهيم السعيد حسين الطلخاوي، استراتيجية الصحافة الرياضية المصرية في معالجة بعض الأزمات الرياضية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد2، 2013، ص 314.

(3) لونا أبوسويرح، العرب وكورونا، إدارة أزمة أم أزمة إدارة، مجلة المستقبل العربي، العدد496، ص7:ص10.

<http://www.caus.org.lb/>

4) <https://arabic.euronews.com/2020/03/11>

<https://ar.wikipedia.org/wiki>

(5) هند مختار ، الحكومة تعلن تكثيف برامج التوعية بمواجهة فيروس كورونا ،جريدة اليوم السابع ،الأربعاء 11مارس 2020.

<https://www.youm7.com/story/2020/3/11>

(6) مروة شبل عجيبة، تقييم النخبة لدور وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الثورة المصرية، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد 8 ، 2012.

<https://staffsites.sohag-univ.edu.eg/uploads/931/1539203661%20.pdf>

(7) عبدالرحمن محمد سعيد الشامي، اتجاهات النخبة نحو التغطية التلفزيونية لانقفاضة الشباب اليمني، الجامعة الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد 3، 2014.

(8) نضال بربخ، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، رسالة ماجستير، (غزة، الجامعة الإسلامية، 2015).

(9) إيهاب الضبع، اتجاهات النخبة المصرية نحو معالجة الصحف المصرية لثورة 25 يناير، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، (سوهاج، جامعة سوهاج، 2015).

(10) حسن يوسف مصطفى دوحان، اتجاهات النخبة الإعلامية حول تناول وسائل الإعلام الفلسطينية لقضايا الانقسام وقضايا الحل النهائي(القدس- اللاجئين- الدولة- الحدود- المستوطنات)، أعمال المؤتمر الدولي الثالث عشر: فلسطين -قضية وحق، طرابلس، مركز جيل البحث العلمي، في الفترة من 2-3 ديسمبر، 2016.

¹¹ سازان سامان عبدالمجيد، عبد الكريم علي الديبسي، تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية، دورية إعلام الشرق الأوسط، الأردن ، جامعة البترا، كلية الإعلام، العدد12، 2016.

¹² أمال حسن محمد الغزاوي، مرجع سابق.

¹³ علا عبد القوي عامر، اتجاهات النخبة المصرية نحو التغطية الإخبارية لقضية الهجرة غير الشرعية في الفضائيات المصرية والموجهة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد16، العدد4، 2017.

¹⁴ ندية عبد النبي محمد القاضي، اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة المواقع الإخبارية لأليات حروب الجيل الرابع في مصر، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد 16، العدد 3، 2017.

¹⁵ سالي ماهر نصار، اتجاهات النخبة الإعلامية نحو مصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراه، (جامعة عين شمس، كلية الآداب، 2017).

http://www.eulc.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=ThesisPicBody&BibID=12488450&TotalNoOfRecord=283&PageNo=1&PageDirection=First

¹⁶ دعاء أحمد محمد البنا، تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لمعالجة وسائل الإعلام الجديد للأحداث الإرهابية في مصر، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد13، 2018.

¹⁷ Santiago Perez ,The Press and the prestige , an approach to the report processing in disaster and crisis situation, vertimar, 2005, synposivmon Marine Accidental oil spills, <http://www.MDESPeres-otvm.uvigo.es> (Accessed 3 May 2008).

¹⁸ سحر فاروق، الأطر الإعلامية لخطاب الأزمات الصحية بالصحافة المتخصصة بالتطبيق على وباء أنفلونزا الخنازير، دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد35، 2010.

¹⁹ ثريا البدوي، إدارة اتصالات الأزمات في الأدبيات العربية والأجنبية : رؤية فكرية ومنهجية مقارنة، المؤتمر الدولي السابع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة، اليونسكو، بعنوان بحوث الإعلام في مصر في نصف قرن :الواقع واتجاهات المستقبل، في الفترة من 19-20 ديسمبر، 2011.

²⁰ أمال الغزاوي ودينا عرابي، دور وسائل الإعلام في إدارة الكوارث الطبيعية، دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تشكيل معارف الشباب عن كارثة سيول جدة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد40، 2012.

²¹ رزق سعد عبدالمعطي، اتجاهات النخبة الأكاديمية حول المعالجة الإعلامية لأزمة الإصلاح السياسي في مصر بعد الثورة دراسة حالة على التغطية الإعلامية لدور الأحزاب السياسية في مصر : دراسة ميدانية المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد1، 2013.

²² مصطفى منبسي، الانعكاسات الأمنية لمعالجة وسائل الإعلام للأزمات، رسالة دكتوراه، (القاهرة، كلية الدراسات العليا بأكاديمية الشرطة، 2014).

²³) Davis, M.K , Xinru, M, EU crises and integrational panic: the role of the media. **Journal of European Public Policy**. September, 22 (8),2015 ,1053-1070.

²⁴) Ali, S., Khattab ,U,Australian talkback radio prank strategy: a media-made crisis». **Journal of Communication Management**, 20 (1),2016 ,56 – 74.

- (25) مريم صلاح نصر وآخرون ، وسائل الاتصال التفاعلية ودورها في إدارة الأزمات المرورية : دراسة تطبيقية لاستخدام ال GIS في مرور القاهرة نموذجًا، *مجلة البحث العلمي في الآداب*، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، الجزء 2، العدد 18، 2017.
- (26) أمل السيد أحمد متولي، اتجاهات النخبة نحو أنماط المعالجة الصحفية للأزمات الاقتصادية في الصفحات المتخصصة بالصحف القومية بالتطبيق على أزمة الدولار في مصر عام 2016، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 64، 2018.
- (27) هويدا مصطفى، *الإعلام وأزمة كورونا، الدور المطلوب*، مقالة منشورة في جريدة صدى البلد ، الثلاثاء 21 مارس 2020.

<https://www.elbalad.news/4250488>

(28) <https://ijnet.org/ar>

(29) أمال حسن محمد الغزاوي، اتجاهات النخبة نحو تفعيل دور الأمن الإعلامي في مواجهة التطرف والإرهاب عبر وسائل الإعلام الجديد، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 11، 2017، ص1.

(30) Roger D.Wimmer and Joseph R.DominkMass Media research an introduction, Thomson, Wadsworth, UK ,2013,PP,26-27.

(31) أحمد مصطفى الحسين، *مدخل إلى تحليل السياسات العامة* ، (عمان، المركز العلمي للدراسات السياسية، 2002)، ص112.

(32) محمد عاطف غيث، *قاموس علم الاجتماع*، (الأسكندرية، دار المعرفة الجامعية)، ص 154.

(33) نجلاء جمال، دوافع استخدام الصفة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والإشباع المتحققة لهم، *رسالة ماجستير*، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، ص165.

(34) رزق سعد عبد المعطي، *مرجع سابق*، ص31.

(35) شيماء السيد سالم، دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 56، 2016 ، ص315.

(36) حافظ فرج أحمد، *إدارة المؤسسات التربوية*، (القاهرة، عالم الكت ، 2003)، ص 228.

(37) مجدي عبد الكريم حبيب، إدارة الأزمات النفسية والتربوية — حالات تطبيقية، المؤتمر السنوي الرابع (لإدارة الأزمات والكوارث) ، *وحدة بحوث الأزمات*، جامعة عين شمس، كلية التجارة، 30-31 أكتوبر، 1999، ص320.

(38) Hierry C. Pauchant and Ian I. Mitroff : *Transforming the Crisis Prone Organization* . San Francisco . Jossey . bass publisher , 1992, p.11.

(39) أحمد حسن البربري، نظرية التدخل في الأزمات في محيط الخدمة الاجتماعية، المؤتمر السنوي الثالث (الإدارة الأزمات والكوارث)، *وحدة بحوث الأزمات*، جامعة عين شمس، كلية التجارة ، 3-4 أكتوبر 1998، ص 143.

(40) عبدالله عبد العزيز الفوزان، التخطيط لإدارة الأزمة الأمنية، دراسة تحليلية لاستراتيجية مواجهة الأزمات المحتملة في موسم الحج، *رسالة دكتوراه*، كلية الدراسات العليا، أكاديمية مبارك للأمن، القاهرة، 2002، ص 91.

(41) فرج عبد العزيز عزت، عماد صالح أحمد، إدارة الأزمات في بورصات الأوراق المالية العربية "المؤتمر السنوي الثالث (لإدارة الأزمات والكوارث) ، *وحدة بحوث الأزمات*، جامعة عين شمس، كلية التجارة ، أكتوبر 1998، ص7ص8.

(42) عباس رشدي، *إدارة الأزمات في عالم متغير* ، (القاهرة، مركز الأهرام للنشر، 1993)، ص8.

⁴³ حسن مكاري، أخلاقيات الإعلام-دراسة مقارنة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1994)، ص167.
⁴⁴ ميرال صبري طه العشري أبو فريخة وآخرون، المداخل النظرية لدراسة المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، مجلة البحث العلمي في الآداب، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، المجلد الأول، العدد 2012، 13، ص112.

⁴⁵ حسن عماد مكاري، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية)، ص67-69.
⁴⁶ أحمد محمد عثمان، حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر، الإعلام بين الحرية والمسؤولية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الفترة من 1-3 يوليو، 2008، ص661، ص662.

⁴⁷) Denis Mc Quial, Mass Communication Theory, An Introduction, London, Sage Publication, 1994, p125.

⁴⁸) McQuail D, **McQuail's Mass Communication Theory**, 6th Ed. Sag, 2010, pp170, 171.

⁴⁹) Seijiro Tuskamoto, Social Responsibility Theory and the Study of Journalism Ethics in Japan, **Journal of Mass Media Ethics**, 21(1), p56, 2006.

⁵⁰ لمياء محسن محمد حسن، المسؤولية الاجتماعية لبرامج تلفزيون الواقع تجاه الشباب الجامعي، دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، (جامعة الزقازيق، كلية الآداب، 2010)، ص62، ص63.

⁵¹ حازم أنور البنا، وإبراهيم محمد فرج، تقييم الصفوة المصرية للتغطية الإعلامية في الصحافة والتلفزيون لأحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 31، 2008، ص52.

⁵² عبد الله بن محمد الرفاعي، علاقة النخبة الأكاديمية النسائية السعودية بوسائل الإعلام، 2010، ص2.
<https://units.imamu.edu.sa/colleges/cmc/rnd/Documents>

⁵³ المراجع السابق، ص3.

⁵⁴ رمضان عبد الحميد، مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام، قانون الإعلام الجزائري نموذجًا، **مجلة دفاتر السياسة والقانون**، الجزائر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 9، 2013.

https://www.researchgate.net/publication/333193333_mfhwm_almswwlyt_alajtmayt_lla_lam_qanwn_alalam_aljazry_nmwdhja

⁵⁵ رانيا إبراهيم الغزاوي، دور وسائل الاتصال الحديثة في الأزمات، **مجلة البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم**، معهد البحوث والدراسات العربية، العدد 58، 2013، ص106.

⁵⁶ هويدا مصطفى، دور الإعلام في الأزمات الدولية، دراسة حالة للإدارة الإعلامية لحرب الخليج، (القاهرة، مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، 2000)، ص43.

⁵⁷ محسن أحمد الخضيري، إدارة الأزمات، علم امتلاك كامل القوى في أشد لحظات الضعف، ط1، (القاهرة، مجموعة النيل العربية 2003)، ص228.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

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

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

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

Prof.Fahd Al-Askar

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

Prof.Abdullah Al-Kindi

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

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

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

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

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

Editorial Secretaries:

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

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

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

Language checker: Elsayed Mostafa :Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

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

Correspondences

● Issue 55 October 2020 - part 4

● 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.