

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



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

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

مساعدو رئيس التحرير:

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

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

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

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

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

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- 9158	2366- 9158	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 5836	1110- 5836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 5844	1110- 5844	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 المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا «دراسة تحليلية»

- Egyptian satellite news processing of the Corona virus pandemic “analytical study”

د/ زينب الحسيني رجب بلال ريحان ●

مدرس بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

dr_zeinabrehan@mans.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على كيفية معالجة الفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتستخدم المنهج المسحي، وأسلوب التحليل الكمي، وشملت عينة الدراسة تحليل مضمون المواد الإخبارية (نشرات- برامج)، التي تبث عبر القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة للقناتين (الأولى- cbc extra)، وتم استخدام استمارة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة إلى أن أهم أساليب التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا كانت بأسلوب تفعيل الإجراءات الاحترازية والتباعد الاجتماعي (بالنشرات، والبرامج)، يليه أسلوب استخدام المطهرات بالنسبة للنشرات، ومتابعة مستجدات الفيروس بالنسبة للبرامج، بينما جاءت أهم أطر معالجة جائحة فيروس كورونا في: إطار تحديد الموضوعات (بالنشرات، والبرامج)، وإطار التقييم بالنسبة للنشرات، وإطار تقديم الأدلة والحجج بالنسبة للبرامج، في حين جاءت أهم الأهداف التي ركزت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا: هدف التوعية والتحذير (بالنشرات، والبرامج)، يليه هدف تفعيل الإجراءات الاحترازية بالنسبة للنشرات، ومواجهة الشائعات بالنسبة للبرامج.

الكلمات الدالة: المعالجة الإخبارية - الفضائيات المصرية - جائحة كورونا- كوفيد - 19 .

Abstract

The current study aimed to identify how Egyptian satellite channels are dealing with the Corona virus pandemic, and this study belongs to descriptive studies using the survey method using the quantitative analysis method, and the sample of the study included analysis of news materials (bulletins-programs) that are broadcast through the Egyptian government and private satellite channels (first, cbc extra), and was used the content analysis form.

The study found that the most important methods of news coverage of the Coronavirus pandemic were to activate precautionary procedures and social spacing (bulletins-programs), followed by the method of using disinfectants for bulletins and follow-up of the virus for programs, while the most important frameworks for the treatment of the coronavirus pandemic, for the framework of identifying topics (bulletins-programmes), the evaluation framework for bulletins, the framework for providing evidence and arguments for programmes, while the most important objectives focused on the news coverage of the Coronavirus pandemic, the goal of awareness and warning (bulletins-programmes), followed by the goal of activating precautionary measures For bulletins and face rumors for programs.

Keywords: News processing - Egyptian satellite channels - Corona Pandemic- Covid-19.

يعد الإعلام أداة من أدوات إدارة الأزمة سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، وذلك لما تقوم به وسائل الإعلام المختلفة في تكوين الرأي العام وتشكيله، وفي تعبئة الجماهير وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة مهما كانت هذه الجماهير متباعدة أو غير متجانسة.

وتعتبر الأزمة من أكثر نظم الاتصال الهائلة والباعثة على التحدي، حيث إن ندرة المعلومات وعدم توافر الوقت الكافي لإجراء البحث والتقييم، وعدم الاستفادة من الخبرات السابقة، يتطلب تضافر عدد كبير من الجهود لمواجهة حسب حجمها وطبيعتها والعوامل والظروف المحيطة بها والمؤثرة عليها بمراحلها المختلفة (1).

ويجب على الحكومات - في أوقات الأزمات العالمية- أن تتصرف بسرعة لتحقيق توصيل معلومات عن الأزمة بفاعلية وكفاءة إلى أفراد الجمهور، لأن عدم القيام بذلك يؤدي حتمًا إلى شعور المواطنين بالخوف وعدم اليقين والقلق في الظروف السائدة.

ويظهر ذلك من خلال الحملات الإعلامية التي اتبعتها العديد من الدول والحكومات، التي تقوم إستراتيجياتها على عدم نشر الخوف والقلق بين أفراد المجتمع، لأنه في ظل غياب هذه الإستراتيجيات والرؤية الإعلامية الصحيحة في أوقات الأزمات الصحية، مثل جائحة كورونا، فإنه حتمًا سيؤدي إلى انتشار حالات الخوف والقلق والذعر بين أفراد المجتمع، فلا يمكنهم التعامل بطريقة سليمة مع تلك الجائحة.

ورصدت وسائل الإعلام المختلفة أخبار فيروس كورونا في كافة أنحاء العالم بصورة متسارعة لزيادة سرعة انتشار الفيروس الذي لم يستثن منطقة في العالم، وذلك رغم الإجراءات الصحية الصارمة في كثير من بلدان العالم والتقدم الهائل في البنية الصحية؛ حيث لم يكن لدى المواطنون الخاضعون للعزل الصحي في بيوتهم حول العالم سوى وسائل الإعلام لتصبح المصدر الرئيس لهم لمتابعة آخر مستجدات جائحة كورونا، والاهتمام بمعرفة الحالات الجديدة، وكيفية الوقاية منه، والحالات التي تم تحول نتائج تحليلها من

إيجابية إلى سلبية، والوفيات الجديدة، وإجمالي عدد المصابين، وعدد حالات الشفاء والوفيات.

وساعدت وسائل الإعلام بذلك في تحقيق القناعة بقوة التغيير في طبيعة العلاقات الاجتماعية والواقع الاجتماعي، والإدراك الحسي من خلال نشر المعلومات والحقائق الكاملة عن جائحة فيروس كورونا بهدف زيادة وعي الإنسان بمسؤوليته إلى درجة قصوى، والتخلص من عصر القلق بتفهم الفرد ضرورة الالتزام والمشاركة بعمق، مع مراقبة ردود الأفعال ونمط التفكير والتعامل مع هذه المواقف (2).

وبدأ فيروس كورونا يتفشى في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019، وقد تحول (COVID-19) إلى جائحة تؤثر على جميع بلدان العالم، وتعرف جائحة فيروس كورونا بأنها سلالة واسعة من الفيروسات تصيب الحيوان والإنسان، ومنها مرض (COVID-19) الذي يعد مرضاً معدياً يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا (3).

مشكلة الدراسة:

وحدت جائحة كورونا وسائل الإعلام كافة، على اختلاف أصنافها ولغاتها وانتماءاتها السياسية ومواقعها الجغرافية وإستراتيجياتها، سواء كانت جهات عامة أو خاصة، في تغطياتها لهذه الجائحة، من خلال تقديم المعلومات المهمة عن هذا الفيروس وطرق انتقاله، وأعراض الإصابة وآليات الوقاية المتاحة، والأكثر عرضة للإصابة بهذا الفيروس. ونتيجة لحالة الذعر والخوف في جميع أنحاء العالم من انتشار جائحة فيروس كورونا، فقد قدمت وسائل الإعلام كافة تغطيات إعلامية شاملة ومكثفة ومتواصلة لهذه الجائحة لتأثيرها على مختلف القطاعات، مثل القطاع الطبي والاجتماعي والاقتصادي.

كما أكدت معظم الدراسات الميدانية التي أجريت على جائحة فيروس كورونا متابعة أفراد النخبة العربية لتلك الجائحة عبر القنوات الفضائية الإخبارية المحلية، يليها القنوات الفضائية الإخبارية العربية، يليها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغة العربية، يليها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية بنسب (38.1%)، و(34.8%)، و(15.7%)، و(11.4) على الترتيب (4).

وأكد استطلاع رأي لمركز الاستشارات الإعلامية بالولايات المتحدة الأمريكية حول جائحة فيروس كورونا، أن غالبية الجمهور الأمريكي يعتمد على الخدمة الإخبارية التي يقدمها الإعلام القومي كمصدر أساسي للحصول على المعلومات عن تلك الجائحة بنسبة (58%) (5).

ويرجع تفضيل الأفراد للخدمات الإخبارية بالقنوات الفضائية التي يقدمها الإعلام القومي دون غيره، إلى اهتمامهم بمعرفة مستجدات جائحة فيروس كورونا على مستوى الدولة أو المجتمع المحلي الذي يعيشون فيه، على قائمة الأولويات، أكثر من اهتمامهم بمعرفته على النطاق العالمي، لتناول تلك القنوات الإخبارية الجائحة بشكل خاص في الدولة التي تبث فيها الأخبار، ثم يأتي الاهتمام بالنطاق الدولي أو العالمي في المرتبة الثانية.

وفي حدود ما سبق، وما اطلعت عليه الباحثة من الدراسات السابقة -العربية والأجنبية- وجدت الباحثة دراسات كثيرة اهتمت بإجراء دراسات ميدانية عن جائحة فيروس كورونا، وتم توزيع الاستمارات إلكترونياً نظراً لظروف الجائحة، ولم تهتم معظم الدراسات بإجراء دراسة تحليلية عن تغطية القنوات التليفزيونية لجائحة فيروس كورونا لمحاولة الاستفادة من هذه التغطية في الحد والوقاية من انتشار هذا الفيروس. وبذلك تكمن مشكلة الدراسة في: كيفية معالجة الفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا - دراسة تحليلية.

أهمية الدراسة:

1- تعتبر من أوائل الدراسات العربية التي تتناول التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.

2- تسليط الضوء على مستجدات جائحة فيروس كورونا على المستويين المحلي والدولي بالفضائيات المصرية، لمعرفة طرق الوقاية والعلاج.

3- تقديم الإستراتيجية التي اتخذتها الدولة -من قرارات وإجراءات- لتفادي الإصابة بفيروس كورونا.

4- تقديم تقييم موضوعي لمعالجة الفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على كيفية معالجة الفضائيات المصرية من

خلال (النشرات-البرامج) لجائحة فيروس كورونا، وذلك من خلال الآتي:

1- رصد أهم الموضوعات المرتبطة بفيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة.

2- التعرف على مدى اهتمام (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة بموضوع الدراسة.

3- التعرف على اتجاه المعالجة الإخبارية للموضوعات المرتبطة بجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة.

- 4- التعرف على أساليب معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة.
- 5- الكشف عن الأطر المستخدمة في عرض الموضوعات المرتبطة بجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة.
- تساؤلات الدراسة:

- 1- ما القوالب الفنية المستخدمة في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 2- ما عناصر الإبراز في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 3- ما مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 4- ما اتجاه الأخبار في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 5- ما الدول محور الخبر في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 6- ما أطر الأخبار المستخدمة في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 7- ما الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 8- ما الكلمات المحورية في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 9- ما نوعية الموضوعات في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 10- ما أساليب معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 11- ما أطر معالجة موضوعات التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟
- 12- ما الهدف من المعالجة الإخبارية لجائحة فيروس كورونا من خلال (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة عينة الدراسة؟

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التحقق من صحة الفروض الآتية:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في:

- 1- نوعية موضوعات التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.
- 2- أساليب معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.
- 3- أطر معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.
- 4- الهدف من المعالجة الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تناولت التغطية الإعلامية لجائحة فيروس كورونا:

1- دراسة Qiang Chen, et al (2020) (6): هدفت إلى التعرف على كيفية استخدام وكالات الحكومة المركزية الصينية لوسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز مشاركة الجمهور أثناء أزمة فيروس كورونا، وبلغت عينة الدراسة (1411) مشاركة ذات صلة بفيروس كورونا من موقع (Sina Weibo) (Healthy China).

وتوصلت الدراسة إلى أن كثرة المعلومات عن فيروس كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي لم تؤثر في درجة اهتمام الجمهور؛ لكن حلقات الحوار بين الجمهور والجهات الصحية المعنية من العوامل التي أسهمت في زيادة المعلومات عن فيروس كورونا، كما تؤثر المعلومات المتعلقة بآخر الأخبار حول الأزمة، وأن تعامل الحكومة مع الحدث كان بشكل إيجابي من خلال مشاركة المواطنين عبر وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية، وكانت العلاقات متوقفة على التكافؤ العاطفي لكل منشور.

2- دراسة Reema Karasneha, et al (2020) (7): هدفت إلى معرفة تأثير وسائل الإعلام على تشكيل المعرفة وإدراك الوعي بالمخاطر وممارسات الاتصال الفعال بين الصيادلة لجائحة فيروس كورونا، وبلغت عينة الدراسة (486) صيدليًا.

وتوصلت الدراسة إلى أن (4) من (5) من الصيادلة لديهم معرفة بالأعراض الأساسية للفيروس، وطرق انتشاره، وكانت مصادر معظم الصيادلة في الحصول على معلومات عن فيروس كورونا وسائل التواصل الاجتماعي، يليها القنوات المحلية والدولية بشكل يومي، كما أن تكرار مشاهدة وسائل الإعلام ومصادر المعلومات قد أثر أيضًا على إدراك المخاطر وأداء وسائل الإعلام لدورها.

3- دراسة Lisa Singh, et al (2020) (8): هدفت إلى تبادل المعلومات والشائعات حول فيروس كورونا من خلال موقع التواصل الاجتماعي (Twitter)، واعتمدت الدراسة

على المنهج المسحي، وبلغت عينة الدراسة (2,792,513) تغريدة، و(456,878) اقتباسًا، و(18,168,161) إعادة تغريدة.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة مكانية وزمانية ذات مغزى بين تدفق المعلومات والحالات الجديدة لفيروس كورونا، وكانت من أكثر الشائعات المنتشرة وجود علاجات أو لقاحات لفيروس كورونا، واختبار بعض المشاهير كانت إيجابية، ونظرية المؤامرة حول أصل فيروس كورونا والطقس الدافئ الذي يقتل الفيروس، كما أن هناك خمس تغريدات كانت متصدرة قائمة التغريدات هي: تطوير اللقاح، ومقارنة فيروس كورونا بمرض الأنفلونزا، وحرارة الجو تقتل الفيروس، والعلاجات المنزلية الفعالة.

4- دراسة (2020) Qazi, A, et al (9): هدفت إلى تقييم تأثير مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية على وعي الجمهور لاعتماد السلوكيات الصحية، مثل التباعد الاجتماعي أثناء جائحة كورونا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وبلغت عينة الدراسة (82) فردًا.

وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام مصادر المعلومات الرسمية يمكن أن تزيد بشكل كبير من تبني السلوك الصحي الوقائي، وأن تبني التباعد الاجتماعي نتيجة للوعي بالجائحة الذي تحققه مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية.

5- دراسة (2020) Amin N. Olaimat, et al (10): هدفت إلى تقييم معرفة طلاب الجامعات الأردنية المختلفة بجائحة كورونا وتحديد مصدر معلوماتهم، وبلغت عينة الدراسة (2083) طالبًا من طلاب الجامعة والدراسات العليا، باستخدام استبيان تم التحقق من صحته.

وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى المعرفة بجائحة كورونا لدى الطلاب تمثل في المعرفة الجيدة والمتوسطة والضعيفة بنسب (56.5%-40.5%-3.0%) على الترتيب، كما أن مستوى المعرفة لدى طلاب كليات العلوم الطبية وطلاب الدراسات العليا أعلى بكثير مقارنة بطلاب الكليات الأخرى والمرحلة الجامعية، كما أن الطلاب استخدموا الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا، بينما كان مصدر المعلومات لطلاب كليات العلوم الطبية والدراسات العليا المواقع والمقالات العلمية.

6- دراسة (2020) Han Woo Park, et al (11): هدفت إلى التعرف على المحادثات والأطر الخيرية الطبية على (Twitter) ومشاركة الأخبار المتعلقة بكوفيد 19 بكوريا

الجنوبية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وبلغت عينة الدراسة النهائية (43832) مستخدمًا، و(78233) تغريدة على (Twitter).

وتوصلت الدراسة إلى الانتشار السريع للمعلومات عبر شبكة فيروس كورونا عن الشبكات الأخرى، وسلطت العديد من المواد الإخبارية الضوء على الدور الإيجابي للأفراد والجماعات من خلال تبرعات المشاهير، وأن التغريدات التي قدمت معلومات طبية حول فيروس كورونا أكبر تأثيرًا من الأخبار ذات الأطر غير الطبية.

7- دراسة محمد محمد عبد ربه المغير (2020) (12): هدفت إلى التعرف على السياسات الإعلامية ودورها في الحد من مخاطر تفشي انتشار فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك حاجة لتحليل السياسات والإستراتيجيات الإعلامية في التعامل مع فيروس كورونا وما صاحب ذلك من إجراءات إعلامية وتوعوية، وكذلك أهمية الإعلام التفاعلي والاجتماعي في تواصل العمل والأنشطة البشرية في أماكن الحجر الصحي واستدامة التعليم الإلكتروني.

8- دراسة مرتضى البشير عثمان، وخالد عبد الحفيظ (2020) (13): هدفت إلى التعرف على إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى المجتمع السوداني للوقاية من فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي.

وتوصلت الدراسة إلى اهتمام صفحة الفيسبوك بموقع الوزارة بتعزيز الوعي الصحي بنشر الأخبار المستمرة عن فيروس كورونا، كما اهتمت الصفحة بارتفاع نسبة التفاعل ومشاركة الأخبار الخاصة بعدد الإصابات بفيروس كورونا.

9- دراسة مسعودة فلوس، والخنساء تومي (2020) (14): هدفت إلى البحث والتقصي حول موضوع الإعلام الجديد، وماهيته، وأهم خصائصه، وأنواعه، والكشف عن مجالات تأثيره بالنسبة للفرد والمجتمع جراء جائحة كورونا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.

وتوصلت الدراسة إلى أن الصحة النفسية والجسمية وجهاً لعملة واحدة - هي الصحة العامة- وأنه يجب الاهتمام ببرامج الوقاية والتوجيه والإرشاد التي تبثها وسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا المستجد لتقديم الأمان للجماهير وتعزيز المناعة، والتقليل من الخوف والقلق الدائم جراء هذا الفيروس.

10- دراسة عيشة علة (2020) (15): هدفت إلى التحقق من إمكانية التبؤ بدور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل

انتشار فيروس (كوفيد 19) في الجزائر، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وبلغت عينة الدراسة (140) فردًا.

وتوصلت الدراسة إلى إمكانية التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية، كما أن هناك فروقًا دالة إحصائية في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد 19) في الجزائر، ترجع لمتغير المجال المهني، بينما لا توجد فروق دالة إحصائية ترجع لمتغيري الجنس والفئات العمرية.

المحور الثاني: دراسات تناولت دور الإعلام في إدارة الأزمات:

1- دراسة آمال عبد الوهاب محمود (2019) (16): هدفت إلى التعرف على دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، بالتطبيق على كارثة السيول في صعيد مصر، وبلغت عينة الدراسة (13) مفردة من المستولين، و(30) مفردة من المتضررين. وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت في مقدمة الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها الجمهور لمعرفة أخبار الأزمة، يليها التلفزيون، يليها الصحف والمجلات، وأن دور الإعلام المصري غير مفعّل في إدارة الأزمة؛ حيث ركّز فقط على حدوث الأزمة وتجاهل عرض مراحل تطورها، وتم عرض مواجهة الأزمة من خلال الجهات الرسمية.

2- دراسة حنان أحمد سليم (2017) (17): هدفت إلى التعرف على دور قناة الجزيرة الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي في صناعة وإدارة أزمة جزيرتي تيران وصنافير، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وبلغت عينة الدراسة (400) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى وجود اتجاهات قوية لدى عينة الدراسة بشأن معالجة قناة الجزيرة ومواقع التواصل الاجتماعي للأزمة بوصفها صراع مصيري من خلال الآليات التي حددها قناة الجزيرة، وموقعا الفيس بوك وتويتر، كما أن هناك اتفاقًا في رؤى القائمين بالاتصال بشأن دور قناة الجزيرة ومواقع التواصل الاجتماعي في صنع الأزمات، وتأجيج الصراع حول العديد من الأزمات التي تمر بها مصر بشكل عام وأزمة جزيرتي تيران وصنافير بصفة خاصة.

3- دراسة دينا يحيى مرزوق (2017) (18): هدفت إلى التعرف على معالجة مواقع القنوات الإخبارية لأزمة سد النهضة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وبلغت عينة الدراسة الزمنية من بداية عام 2013 حتى يونيو 2016 على مواقع: روسيا اليوم، وفرنسا 24، وCNN.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مواقع القنوات الإخبارية والأطر الإخبارية المستخدمة في تناول أزمة سد النهضة، وجاء استخدام تكتيك التصعيد في المرتبة الأولى، يليه التهديد، يليه إثارة المخاوف، يليه التهذئة، يليه تحويل الاتجاه.

4- دراسة تامر محمد صلاح الدين (2016) (19): هدفت إلى التعرف على تعرض الجمهور المصري للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية وعلاقته بمستوى المعرفة بالأمزات العربية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وبلغت عينة الدراسة (400) مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية ومستويات معرفتهم بالأمزات العربية.

5- دراسة منى مجدي فرج (2015) (20): هدفت إلى تقييم أداء الإعلام المصري خلال الأمزات الاقتصادية خلال الفترة من 2011 حتى منتصف 2015، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وبلغت عينة الدراسة (20) مقابلة مع أعضاء هيئة التدريس بكليات الإعلام.

وتوصلت الدراسة إلى بطء استجابة التلفزيون المصري للأزمة، حيث يفتقد لإنشاء وحدة خاصة بمواجهة الأمزات على أسس علمية، إضافة إلى تهميش المواطن وبعد الإعلام عن دوائر صنع القرار، كما تم اقتراح أن تكون هناك رؤية شاملة للتغطية على مدى فترة زمنية طويلة تسمح بمشاركة المواطن والاستماع لرأيه وتشجيعه على الاستثمار.

6- دراسة Karen Freberg (2012) (21): هدفت إلى التعرف على أهمية وسائل الإعلام الاجتماعي كأدوات لنقل المعلومات أثناء الأمزات.

وتوصلت الدراسة إلى أن المنصات الرقمية بجانب أنها تتيح للأفراد الحصول على المعلومات وقت الأمزات؛ فهي تعمل على خلق محتوى ومشاركته مع المجموعات ذات الاهتمامات المتشابهة بأشكال وتقنيات متعددة، كما أكدت الدراسة أهمية وسائل الإعلام الاجتماعي في توصيل المعلومات عن الأزمة للجمهور.

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الإفادة منها:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتاحة في هذا المجال لاحظت الباحثة الآتي:

1- تناولت معظم دراسات المحور الأول دور وسائل الإعلام الجديد، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بكيفية مواجهة جائحة كورونا، مع محاولة الحد من انتشارها.

2- تناولت معظم دراسات المحور الثاني الإستراتيجيات المتبعة في إدارة الأزمات، سواء كانت أزمات سياسية أو اقتصادية أو حكومية أو دولية، ولم يتطرق أي منها إلى تقييم هذه الإستراتيجيات المتبعة للوقوف على نقاط القوة والضعف، وتقديم مقترحات تساعد في الوصول إلى حل الأزمة.

3- اعتماد معظم الدراسات السابقة على الدراسات الميدانية التي تستخدم أداة الاستبيان، التي تم توزيعها على شبكات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

4- اهتمام معظم الدراسات السابقة بالجوانب المعرفية وإدراك الوعي بالمخاطر من تفشي انتشار فيروس كورونا والوقاية منه.

5- جاءت معظم الدراسات السابقة بمصادر المعلومات الخاصة بفيروس كورونا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مثل الصفحات الرسمية للدول.

6- تنوعت الدراسات السابقة في عينة الدراسة: ما بين عينات أفراد المجتمع، والصيدلة، والنخبة الإعلامية والسياسية، والتغريدات، والمشاركات.

7- قلة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت كيفية معالجة القنوات الفضائية المصرية لجائحة فيروس كورونا كدراسة تحليلية.

الإطار النظري:

نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

تعتمد نظرية تحليل الإطار الإعلامي على قياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، مع تقديم تفسير منظم لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة (21).

وتؤكد نظرية الإطار الإعلامي قدرة الأفراد والكيانات الإعلامية على تحديد الواقع للآخرين، من خلال تسليط الضوء على تفسير محدد وتقليل أهمية التفسيرات الأخرى؛ حيث يعمل التأطير على استمرار أنماط الإدراك والتفسير والانتقاء والاستبعاد، الذي ينظم بمقتضاه معالجو المعلومات رموز الخطاب بشكل روتيني (22) (23).

ويعد الإطار جوهر القضية والعمود الفقري لها، ويعرف بأنه: خط القصة الرئيسة، أو الفكرة المركزية المنظمة التي تدور حولها المعالجة الإعلامية، التي تمنح المعنى للقضايا والأحداث، والقوى الفاعلة المتضمنة في الخبر التي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأهداف في سياقها.

وتقدم نظرية تحليل الإطار الإعلامي تفسيرًا منظمًا للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات نحو القضايا المطروحة، وتحديد الجمهور من

خلال التحكم في التدفق الإخباري للأحداث، إضافة إلى القدرة على تشخيص المشكلات وأسبابها، وإصدار الأحكام بشأنها (24).

ويعتمد بناء الإطار الإعلامي على إعادة تنظيم المحتوى الإخباري، ووضعه في إطار من اهتمامات المتلقين وإدراكهم، أو الاقتناع بالمعنى الذي يستهدفه بعد إعادة التنظيم، من خلال القائم بالاتصال الذي يعتمد في ذلك على تنظيم الأحداث وربطها بسياقات معينة ليكون للنص أو للمحتوى معنى معيناً (25).

أقسام دراسات الأطر الإعلامية:

1- الإطار المحدد المرتبط بوقائع ملموسة: يهتم بتحليل أطر التغطية الإعلامية والمقارنة بين هذه الأطر التي تعرض من خلالها وسائل الإعلام، مثال لذلك شرح القضايا المثارة من خلال حالات وأمثلة ملموسة ووقائع محددة.

2- الإطار العام: يهتم ببحث أثر الأطر الإعلامية على تشكيل أطر الجمهور كمتغيرات تابعة، مثال لذلك إرجاع الأسباب إلى الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، أو المتغيرات الدولية (21).

وتم استخدام الإطار المحدد المرتبط بوقائع ملموسة؛ حيث يهتم بتحليل أطر المعالجة الإخبارية لجائحة فيروس كورونا بالفضائيات المصرية، من خلال تقديم الجوانب التي يتم إبرازها والجوانب التي يتم إغفالها أثناء معالجة الأزمة.

مكونات الإطار الإعلامي:

1- البناء التركيبي للقصة الخبرية: لتقديم وترتيب أفكار ومعلومات القصة الخبرية يجب أن يتضمن الاستعمال المحدد بناءات نحوية أو صرفية وكلمات وعبارات بعينها، مع استخدام ترتيب محدد للكلمات أو الجمل أو العبارات داخل النص الصحفي.

2- الأفكار الرئيسية المتضمنة في سياق القصة الخبرية: تتكون من الأبعاد الرئيسية التي تعطي القيمة الإخبارية أو القضية التي تتناولها القصة الخبرية، بالتالي تجعل الجمهور أكثر إدراكاً لهذه القيمة وأكثر فهمًا لفكرتها.

3- البناء الموضوعي للنص: فرض أسباب القصة الخبرية في شكل تقارير سببية واضحة، أو عن طريق ربط الملاحظات بالاقتباس المباشر من مصدر إخباري بعينه.

4- الاستنتاجات الضمنية: انتقاء الاختيارات الأسلوبية والبلاغية وتدعيم الفكرة المحورية للقصة الخبرية من قبل المحررين (21) (26).

وظائف الإطار الإعلامي:

- 1- تحديد المشكلة: يتم التعرف على العوامل المسببة للقضية أو الأزمة تبعاً للمصالح الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، والقيم الثقافية السائدة.
- 2- تشخيص الأسباب: يتم تحديد القوى التي أدت إلى ظهور المشكلة والتقييم الأخلاقي لها.
- 3- وضع أحكام أخلاقية: يتم وضع تقييمات أخلاقية لهذه العوامل المؤدية لحدوث المشكلة.
- 4- اقتراح سبل العلاج: يتم اقتراح عدة حلول للمعالجة (21) (27) (28).

العوامل المحددة للإطار الإعلامي:

- 1- مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام.
 - 2- نوع مصادر الأخبار.
 - 3- أنماط الممارسة الإعلامية.
 - 4- المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال.
 - 5- طبيعة الأحداث ذاتها (21) (27) (28).
- الإجراءات المنهجية للدراسة:
نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وأسلوب التحليل الكمي.
مجتمع الدراسة:
يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في (النشرات - البرامج) بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة.
عينة الدراسة:

شملت عينة الدراسة تحليل المواد الإخبارية (نشرات - برامج) التي تبث عبر القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة للقناة (الأولى- cbc extra) بواسطة العينة العمدية، وذلك خلال الفترة من 2020/3/15 حتى 2020/6/15، حيث تعد هذه الفترة دورة برامجية كاملة (29).

كما أن من أسباب اختيار تلك الفترة أن يوم 2020/3/15 هو اليوم الذي أُعلن فيه غلق المدارس والجامعات لاكتشاف أول حالة إصابة بالفيروس في المدارس، وشمول تلك الفترة معظم مراحل الجائحة من بدايتها إلى بلوغ مرحلة الذروة (30)، ويرجع اختيار

هاتين القناتين لعرض موقع وزارة الصحة والسكان فيديوهات منهما عن الوقاية من فيروس كورونا، والجدول التالي يوضح توصيف عينة الدراسة من (نشرات - برامج).
جدول (1) توصيف عينة الدراسة

م	اسم القناة	الاسم	موعد وفترة البث	عدد (النشرات - الحلقات)	عدد (النشرات - الحلقات) التي تم تحليلها*	دورية البث	يوم الإذاعة
1	الأولى	نشرة التاسعة	9 pm	93	93	يومي	من السبت إلى الجمعة
		برنامج التاسعة	10 pm	93	88	يومي	من السبت إلى الجمعة
2	cbc extra	نشرة العاشرة	10 am	93	93	يومي	من السبت إلى الجمعة
		برنامج الحقيقة	8 pm	52	42	أربعة أيام	من الإثنين إلى الخميس

* التي تتضمن جائحة كورونا داخل (النشرات - البرامج).

أدوات الدراسة:

استخدمت الدراسة استمارة تحليل المضمون (للنشرات-البرامج).

إجراءات الصدق والثبات لاستمارة تحليل المضمون:

اختبار صدق التحليل يعني صلاحية أداة القياس لما وضعت من أجله، وتم استخدام صدق المحكمين للتأكد من الصدق الظاهري، وتم عرض استمارة تحليل المضمون على السادة الخبراء المحكمين (31) لتلك الاستمارة في مجال الإعلام، الذين أقرروا بصلاحية الاستمارة للتطبيق، وتم إيجاد معامل الثبات لاستمارة تحليل المضمون عن طريق تحليل الباحثة مع اثنين من المحللين (32) بإعادة تحليل (10%) من نشرات وبرامج أخبار - عينة الدراسة- وقد بلغت نسبة معامل الثبات (0.93%)، وهي نسبة تدل على ثبات الوحدات وفئات الشكل والمضمون لاستمارة تحليل المضمون المستخدمة.

المعالجات الإحصائية المستخدمة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، ثم إتمام مراجعتها، ثم ترميز الاستمارات وإدخال البيانات الخاصة بتلك الاستمارات على الحاسب الآلي، لمعالجة تلك البيانات وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، وبرنامج (Minitab)، تم استخدام المعالجات الإحصائية الآتية: (التكرارات، والنسبة المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل ارتباط بيرسون).

نتائج الدراسة التحليلية للنشرات:

1- القوالب الفنية المستخدمة للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:

جدول (2) القوالب الفنية المستخدمة للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

برامج						نشرات						القوالب الفنية
الإجمالي		cbc extra		الأولى		الإجمالي		cbc extra		الأولى		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
8.7	107	5.0	21	10.7	86	18.5	683	17.5	312	19.4	371	خبر بلا فيديو
13.5	165	14.9	62	12.8	103	31.1	1148	30.2	538	32.0	610	خبر مع تقرير تلفزيوني
16.4	200	20.7	86	14.1	114	11.7	431	12.8	228	10.6	203	عبر الأقمار الصناعية
7.9	97	2.2	9	10.9	88	0.0	0	0.0	0	0.0	0	مقابلة في الاستوديو
35.2	431	38.2	159	33.7	272	20.1	741	21.9	391	18.3	350	مقابلة هاتفية
10.6	130	10.1	42	10.9	88	4.4	163	4.0	72	4.8	91	خبر مع إنفوجراف
7.6	93	8.9	37	6.9	56	14.3	527	13.6	243	14.9	284	أكثر من قال
100	1223	100	416	100	807	100	3693	100	1784	100	1909	الإجمالي

يتضح من جدول (2) القوالب الفنية المستخدمة للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث جاء قالب "خبر مع تقرير تلفزيوني" في الترتيب الأول من القوالب الفنية المستخدمة بالنشرات بنسبة 31.1%، يليه قالب "مقابلة عبر الهاتف" في الترتيب الثاني بنسبة 20.1%، يليه قالب "خبر بلا فيديو" في الترتيب الثالث بنسبة 18.5%، يليه تناول "أكثر من قالب" في الترتيب الرابع بنسبة 14.3%، يليه قالب "مقابلة عبر الأقمار الصناعية" في الترتيب الخامس بنسبة 11.7%، يليه قالب "خبر مع إنفوجراف" في الترتيب السادس بنسبة 4.4%، بينما لم يحصل قالب "مقابلة في الاستوديو" على أي نسبة من إجمالي أخبار النشرات بالقنوات عينة الدراسة.

بينما جاء قالب "مقابلة عبر الهاتف" في الترتيب الأول من القوالب الفنية المستخدمة بالبرامج بنسبة 35.2%، يليه قالب "عبر الأقمار الصناعية" في الترتيب الثاني بنسبة 16.4%، يليه قالب "خبر مع تقرير تلفزيوني" في الترتيب الثالث بنسبة 13.5%، يليه قالب "خبر مع إنفوجراف" في الترتيب الرابع بنسبة 10.6%، يليه قالب "مقابلة خبر بلا فيديو" في الترتيب الخامس بنسبة 8.7%، يليه قالب "مقابلة في الاستوديو" في الترتيب

السادس بنسبة 7.9٪، يليه "أكثر من قالب" في الترتيب الأخير بنسبة 7.6٪، من إجمالي أخبار البرامج بالقنوات عينة الدراسة.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة (18) التي أكدت أن قالب "خبر مع تقرير تليفزيوني" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 69.9٪، من إجمالي أخبار القنوات عينة الدراسة في حل أزمة سد النهضة.

وترجع الباحثة تصدر قالب "خبر مع تقرير تليفزيوني" وقالب "مقابلة هاتفية" بالنسبة للنشرات عينة الدراسة، وقالب "المقابلة الهاتفية" وقالب "عبر الأقمار الصناعية" بالنسبة للبرامج عينة الدراسة، حيث يتناسب ذلك مع قرارات الدولة من ضرورة التباعد الاجتماعي، وتفعيل الإجراءات الاحترازية التي تتخذها الدولة لمواجهة جائحة فيروس كورونا.

2- عناصر الإبراز للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:

جدول (3) عناصر الإبراز للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

عناصر الإبراز	نشرات						برامج					
	الأولى		cbc extra		الإجمالي		الأولى		cbc extra		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مادة صحفية	48	2.5	43	2.4	36	4.5	12	2.9	48	3.9	91	2.5
عناوين مكتوبة	612	32.1	605	33.9	94	11.6	55	13.2	149	12.2	1217	33.0
صورة ثابتة	464	24.3	549	30.8	355	44.0	181	43.5	536	43.8	1013	27.4
تقارير	371	19.4	213	11.9	103	12.8	62	14.9	165	13.5	584	15.8
فيديو	203	10.6	196	11.0	115	14.3	55	13.2	170	13.9	399	10.8
رسوم بيانية وخرائط	118	6.2	91	5.1	88	10.9	42	10.1	130	10.6	209	5.7
فواصل موسيقية	93	4.9	87	4.9	16	2.0	9	2.2	25	2.0	180	4.9
الإجمالي	1909	100	1784	100	807	100	416	100	1223	100	3693	100.0

يتضح من جدول (3) عناصر الإبراز للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث جاء استخدام "العناوين المكتوبة" في الترتيب الأول من عناصر الإبراز المستخدمة بالنشرات بنسبة 33.0٪، يليه استخدام "الصورة الثابتة" في الترتيب الثاني بنسبة

27.4%، يليه استخدام "التقارير" في الترتيب الثالث بنسبة 15.8%، يليه استخدام "الفيديو" في الترتيب الرابع بنسبة 10.8%، يليه استخدام "الرسوم البيانية والخرائط" في الترتيب الخامس بنسبة 5.7%، يليه استخدام "الفواصل الموسيقية" في الترتيب السادس بنسبة 4.9%، يليه استخدام "تناول المادة الصحفية" في الترتيب الأخير بنسبة 2.5%، من إجمالي أخبار النشرات بالقنوات عينة الدراسة.

بينما جاء استخدام "الصورة الثابتة" في الترتيب الأول من عناصر الإبراز المستخدمة بالبرامج بنسبة 43.8%، يليه استخدام "الفيديو" في الترتيب الثاني بنسبة 13.9%، يليه استخدام "التقارير" في الترتيب الثالث بنسبة 13.5%، يليه استخدام "العناوين المكتوبة" في الترتيب الرابع بنسبة 12.2%، يليه استخدام "الرسوم البيانية والخرائط" في الترتيب الخامس بنسبة 10.6%، يليه استخدام "تناول المادة الصحفية" في الترتيب السادس بنسبة 3.9%، يليه استخدام "الفواصل الموسيقية" في الترتيب الأخير بنسبة 2.0%، من إجمالي أخبار البرامج بالقنوات عينة الدراسة.

وتختلف تلك النتائج مع دراسة (18) التي أكدت أن استخدام "الصور الفوتوغرافية" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 77.0%، من إجمالي عناصر الإبراز المستخدمة في القنوات عينة الدراسة في حل أزمة سد النهضة.

وترجع الباحثة تصدر استخدام "العناوين المكتوبة" و"الصور الثابتة" بالنسبة للنشرات عينة الدراسة، واستخدام "الصور الثابتة" و"الفيديو" بالنسبة للبرامج عينة الدراسة، إلى توضيح كيفية الوقاية والحد من انتشار جائحة فيروس كورونا من خلال العناوين والصور الثابتة والفيديوهات الموضحة لخطر هذه الجائحة.

3- مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:
جدول (4) مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

برامج						نشرات						مصادر الأخبار
الإجمالي		cbc extra		الأولى		الإجمالي		cbc extra		الأولى		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
51.3	627	55.0	229	49.3	398	30.1	1110	30.7	547	29.5	563	مراسلين
32.8	401	29.8	124	34.3	277	23.5	869	23.9	427	23.2	442	مسؤولين حكوميين
6.8	83	7.5	31	6.4	52	6.3	233	5.9	106	6.7	127	شهود عيان
2.0	24	1.4	6	2.2	18	14.6	541	13.8	247	15.4	294	مواقع إنترنت
4.6	56	4.1	17	4.8	39	16.3	601	16.2	289	16.3	312	وكالات أنباء
2.6	32	2.2	9	2.9	23	9.2	339	9.4	168	9.0	171	صحف وقنوات تلفزيونية
100	1223	100	416	100	807	100	3693	100	1784	100	1909	الإجمالي

يتضح من جدول (4) مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث تمت الاستعانة بالمراسلين في الترتيب الأول من عناصر مصادر الأخبار بالنشرات بنسبة 30.1٪، يليها الاستعانة بالمسؤولين الحكوميين في الترتيب الثاني بنسبة 23.5٪، يليها الاستعانة بوكالات الأنباء في الترتيب الثالث بنسبة 16.3٪، ثم الاستعانة بمواقع الإنترنت في الترتيب الرابع بنسبة 14.6٪، يليها الاستعانة بالصحف والقنوات التلفزيونية في الترتيب الخامس بنسبة 9.2٪، ثم الاستعانة بشهود العيان في الترتيب الأخير بنسبة 6.3٪، من إجمالي أخبار النشرات بالقنوات عينة الدراسة.

بينما جاءت الاستعانة بالمراسلين في الترتيب الأول من عناصر مصادر الأخبار بالبرامج بنسبة 51.3٪، يليها الاستعانة بالمسؤولين الحكوميين في الترتيب الثاني بنسبة 32.8٪، ثم الاستعانة بشهود العيان في الترتيب الثالث بنسبة 6.8٪، والاستعانة بوكالات الأنباء في الترتيب الرابع بنسبة 4.6٪، ثم الاستعانة بالصحف والقنوات التلفزيونية في الترتيب الخامس بنسبة 2.6٪، يليها الاستعانة بمواقع الإنترنت في الترتيب الأخير بنسبة 2.0٪، من إجمالي أخبار البرامج بالقنوات عينة الدراسة.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة (16)(19)، حيث أكدنا أن الاستعانة بالمراسلين جاء في المرتبة الأولى في إمداد القنوات عينة الدراسة بالمعلومات.

وترجع الباحثة اتفاق مصادر الأخبار على المراسلين والمسؤولين الحكوميين (للنشرات- البرامج) عينة الدراسة، إلى طبيعة الحدث وإمداد القناة بالمعلومات عن الجائحة، ومتابعة تنفيذ قرارات رئيس مجلس الوزراء من قبل أفراد المجتمع على أرض الواقع، ونشر

معلومات صحيحة ودقيقة عن طبيعة المرض؛ ف جاء التواصل مع المسؤولين الحكوميين والمتحدثين الرسميين بشكل فوري.

4- اتجاه الأخبار للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:

جدول (5) اتجاه الأخبار للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

برامج						نشرات						اتجاه الأخبار
الإجمالي		cbc extra		الأولى		الإجمالي		cbc extra		الأولى		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
485	39.7	173	41.6	312	38.7	1604	43.4	781	43.8	823	43.1	إيجابي
345	28.2	109	26.2	236	29.2	888	24.0	437	24.5	451	23.6	سلبي
393	32.1	134	32.2	259	32.1	1201	32.5	566	31.7	635	33.3	محايد
1223	100	416	100	807	100	3693	100	1784	100	1909	100	الإجمالي

يتضح من جدول (5) اتجاه الأخبار للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا، حيث جاء اتجاه الأخبار "الإيجابي" في الترتيب الأول من اتجاه الأخبار بالنشرات بنسبة 43.4%، يليه اتجاه الأخبار "المحايد" في الترتيب الثاني بنسبة 32.5%، يليه اتجاه الأخبار "السلبي" في الترتيب الأخير بنسبة 24.0%، من إجمالي أخبار النشرات بالقنوات عينة الدراسة.

بينما جاء اتجاه الأخبار "الإيجابي" في الترتيب الأول من عناصر اتجاه الأخبار بالبرامج بنسبة 39.7%، يليه اتجاه الأخبار "المحايد" في الترتيب الثاني بنسبة 32.1%، يليه اتجاه الأخبار "السلبي" في الترتيب الأخير بنسبة 28.2%، من إجمالي أخبار البرامج بالقنوات عينة الدراسة.

وتختلف تلك النتائج مع دراسة (18) التي أكدت أن اتجاه الأخبار السلبي جاء في المرتبة الأولى بنسبة 46.1%، من اتجاه الأخبار بالقنوات عينة الدراسة.

وترجع الباحثة اتفاق اتجاه الأخبار (إيجابي، ومحايد، وسلبي) لكل من (النشرات- البرامج) عينة الدراسة، إلى جهود الوزارات المختلفة للحد من هذه الجائحة والوقاية منها، وقيام القوات المسلحة بأعمال التعقيم والتطهير للميادين والأماكن الحيوية وذلك بالنسبة للأخبار الإيجابية، بينما تمثل اتجاه الأخبار المحايد حول ردود فعل منظمة الصحة الدولية حول الأخبار عن جائحة فيروس كورونا ونقل الصورة بأكملها على العالم كله، في حين ركز اتجاه الأخبار السلبي على تزايد عدد الإصابات في مصر، وعلى مستوى العالم، وارتفاع عدد الوفيات.

5- الدول محور الخبر للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:

جدول (6) الدول محور الخبر للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

برامج						نشرات						الدول محور الخبر
الإجمالي		cbc extra		الأولى		الإجمالي		cbc extra		الأولى		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
59.4	727	58.7	244	59.9	483	41.7	1541	40.2	718	43.1	823	مصر
8.7	106	8.4	35	8.8	71	17.9	661	18.3	327	17.5	334	الدول العربية
31.9	390	32.9	137	31.4	253	40.4	1491	41.4	739	39.4	752	الدول الأجنبية
100	1223	100	416	100	807	100	3693	100	1784	100	1909	الإجمالي

يتضح من جدول (6) الدول محور الخبر للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث جاءت الأخبار لدولة مصر في الترتيب الأول من الدول محور الخبر بالنشرات بنسبة 41.7%، يليه الأخبار للدول الأجنبية في الترتيب الثاني بنسبة 40.4%، يليه الأخبار للدول العربية في الترتيب الأخير بنسبة 17.9%، من إجمالي أخبار النشرات بالقنوات عينة الدراسة.

بينما جاءت الأخبار لدولة مصر في الترتيب الأول من الدول محور الخبر بالبرامج بنسبة 59.4%، يليها الأخبار للدول الأجنبية في الترتيب الثاني بنسبة 31.9%، يليها الأخبار للدول العربية في الترتيب الأخير بنسبة 8.7%، من إجمالي أخبار البرامج بالقنوات عينة الدراسة.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة (18) التي أكدت أن دولة مصر جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 64.9%، من إجمالي الدول محور الخبر بالقنوات عينة الدراسة لأزمة سد النهضة.

وترجع الباحثة اتفاق الدول محور الخبر (مصر، والدول الأجنبية، والدول العربية) لكل من (النشرات-البرامج) عينة الدراسة، إلى متابعة كل ما يخص جائحة فيروس كورونا محلياً في المقام الأول للوقاية وتجنب الإصابة بالفيروس، ثم متابعة التأثير الذي أصاب معظم دول العالم مثل إيطاليا وأمريكا وفرنسا وأسبانيا وفلسطين والسودان وغيرها.

6- أطر الأخبار المستخدمة للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:

جدول (7) أطر الأخبار المستخدمة للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

برامج						نشرات						أطر أخبار الجائحة
الإجمالي		cbc extra		الأولى		الإجمالي		cbc extra		الأولى		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
26.3	322	27.2	113	25.9	209	13.7	506	13.2	235	14.2	271	الإطار الأخلاقي
16.4	201	20.9	87	14.1	114	24.0	885	23.7	423	24.2	462	إسناد المسئولية
28.1	344	28.4	118	28.0	226	26.5	980	27.1	483	26.0	497	الاهتمامات الإنسانية
10.6	130	7.9	33	12.0	97	21.1	781	21.7	387	20.6	394	الصراع
18.5	226	15.6	65	20.0	161	14.6	541	14.3	256	14.9	285	النتائج الاقتصادية
100	1223	100	416	100	807	100	3693	100	1784	100	1909	الإجمالي

يتضح من جدول (7) أطر الأخبار المستخدمة للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا، حيث جاء إطار "الاهتمامات الإنسانية" في الترتيب الأول من أطر الأخبار المستخدمة للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا بالنشرات بنسبة 26.5٪، يليه إطار "إسناد المسؤولية" في الترتيب الثاني بنسبة 24.0٪، يليه إطار "الصراع" في الترتيب الثالث بنسبة 21.1٪، يليه إطار "النتائج الاقتصادية" في الترتيب الرابع بنسبة 14.6٪، يليه "الإطار الأخلاقي" في الترتيب الأخير بنسبة 13.7٪، من إجمالي عدد الأطر بالنشرات عينة الدراسة.

بينما جاء إطار "الاهتمامات الإنسانية" في الترتيب الأول من أطر الأخبار المستخدمة للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا بالبرامج بنسبة 28.1٪، يليه "الإطار الأخلاقي" في الترتيب الثاني بنسبة 26.3٪، يليه إطار "النتائج الاقتصادية" في الترتيب الثالث بنسبة 18.5٪، يليه إطار "إسناد المسؤولية" في الترتيب الرابع بنسبة 16.4٪، يليه إطار "الصراع" في الترتيب الأخير بنسبة 10.6٪، من إجمالي عدد الأطر بالبرامج عينة الدراسة.

وتختلف تلك النتائج مع دراسة (11) التي أكدت أن التغريدات التي قدمت معلومات طبية حول فيروس كورونا أكبر من تأثير الأخبار ذات الأطر غير الطبية.

وترجع الباحثة تصدر إطار "الاهتمامات الإنسانية" أطر الأخبار المستخدمة للتغطية لجائحة فيروس كورونا لكل من (النشرات-البرامج)، وإطار "إسناد المسؤولية" بالنسبة للنشرات، و"الإطار الأخلاقي" بالنسبة للبرامج، إلى قرارات رئيس الدولة المتمثلة في

تحمل الدولة نفقات الحجر الصحي للعائدين من الخارج، والقرارات الخاصة بالعمالة في جميع المؤسسات، ودعم الدولة لقطاع البورصة والبنوك، كل ذلك من قرارات تأتي في إطار الاهتمامات الإنسانية، وتغليظ عقوبة نشر الشائعات، والإبلاغ عن المخالفين لقرارات الدولة يأتي في إطار إسناد المسؤولية، وتقديم دعم مصر لدول مثل الصين وإيطاليا وأمريكا وفلسطين والسودان في تلك الجائحة، ووقف تصدير الاحتياجات الصحية يأتي ضمن "الإطار الأخلاقي".

7- الشخصيات المحورية للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:

جدول (8) الشخصيات المحورية للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

برامج						نشرات						الشخصية المحورية
الإجمالي		cbc extra		الأولى		الإجمالي		cbc extra		الأولى		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
10.5	129	11.3	47	10.2	82	13.8	718	13.9	351	13.6	367	رئيس دولة
22.9	280	20.2	84	24.3	196	18.8	983	19.5	491	18.3	492	رئيس الوزراء
7.2	88	7.5	31	7.1	57	13.5	704	13.7	346	13.3	358	الوزراء
13.3	163	13.7	57	13.1	106	16.3	848	16.4	415	16.1	433	أطباء
14.5	177	12.7	53	15.4	124	8.4	436	8.6	217	8.1	219	مصابين
15.3	187	16.8	70	14.5	117	8.5	445	7.8	198	9.2	247	هيئات التمريض
6.7	82	7.5	31	6.3	51	13.7	717	12.8	324	14.6	393	متعافين
9.6	117	10.3	43	9.2	74	7.0	367	7.2	182	6.9	185	القوات المسلحة
100	1223	100	416	100	807	100	5218	100	2524	100	2694	الإجمالي

يتضح من جدول (8) الشخصيات المحورية للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث جاءت الاستعانة برئيس الوزراء في الترتيب الأول من الشخصيات المحورية بالنشرات بنسبة 18.8٪، يليها الاستعانة بالأطباء في الترتيب الثاني بنسبة 16.3٪، ثم الاستعانة برئيس الدولة في الترتيب الثالث بنسبة 13.8٪، والاستعانة بالمتعافين في الترتيب الرابع بنسبة 13.7٪، يليها الاستعانة برئيس الوزراء في الترتيب الخامس بنسبة 13.5٪، ثم الاستعانة بهيئات التمريض في الترتيب السادس بنسبة 8.5٪، يليها الاستعانة بالمصابين في الترتيب السابع بنسبة 8.4٪، ثم الاستعانة بالقوات المسلحة في الترتيب الأخير بنسبة 7.0٪، من إجمالي الشخصيات المحورية بالنشرات عينة الدراسة. بينما جاءت الاستعانة برئيس الوزراء في الترتيب الأول من الشخصيات المحورية بالبرامج بنسبة 22.9٪، يليها الاستعانة بهيئات التمريض في الترتيب الثاني بنسبة 15.5٪، ثم الاستعانة بالمصابين في الترتيب الثالث بنسبة 14.5٪، والاستعانة بالأطباء في الترتيب

الرابع بنسبة 13.3٪، يليها الاستعانة برئيس الدولة في الترتيب الخامس بنسبة 10.5٪، يليها الاستعانة بالقوات المسلحة في الترتيب السادس بنسبة 9.6٪، ثم الاستعانة بالوزراء في الترتيب السابع بنسبة 7.2٪، يليها الاستعانة بالمتعافين في الترتيب الأخير بنسبة 6.7٪، من إجمالي الشخصيات المحورية بالبرامج عينة الدراسة.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة (18) التي أكدت الاستعانة بالوزراء والمسؤولين بنسبة 49.8٪، ثم الرؤساء بنسبة 20.8٪، من إجمالي الشخصيات المحورية بالقنوات عينة الدراسة.

وترجع الباحثة تصدر رئيس الوزراء كشخصية محورية للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا (بالنشرات-البرامج)، يليه الأطباء ورئيس الدولة بالنشرات، والمصابون وهيئات التمريض بالبرامج، إلى متابعة أفراد المجتمع للقرارات التي تتخذها الحكومة حول آخر مستجدات الإجراءات الاحترازية، وقرارات تطبيق القانون على من يخالف حظر التجوال، وفرض غرامات على عدم ارتداء الكمامات، وبالنسبة للأطباء وهيئات التمريض كأهم الشخصيات المحورية نتيجة سقوط شهداء منهم، وإطلاق شعار جيش مصر الأبيض، وتخصيص عدد من المستشفيات لعلاج الأطقم الطبية.

8- الكلمات المحورية التي ركزت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:

جدول (9) الكلمات المحورية التي ركزت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

الكلمات المحورية	نشرات						برامج					
	الأولى		cbc extra		الإجمالي		الأولى		cbc extra		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أزمة أو جائحة	473	17.4	487	17.9	960	17.6	316	35.9	1068	38.9	752	40.3
عدد الحالات الجديدة	401	14.7	392	14.4	793	14.6	198	22.5	547	19.9	349	18.7
إجمالي عدد المصابين	598	21.9	586	21.6	1184	21.7	73	8.3	229	8.3	156	8.4
عدد حالات الشفاء	312	11.4	403	14.8	715	13.1	167	19.0	471	17.2	304	16.3
إجمالي الوفيات	487	17.9	481	17.7	968	17.8	81	9.2	277	10.1	196	10.5
الوقاية من فيروس كورونا	278	10.2	273	10.0	551	10.1	14	1.6	51	1.9	37	2.0
العلاجات المنزلية	154	5.6	86	3.2	240	4.4	22	2.5	76	2.8	54	2.9
مقارنة الفيروس بالأنفلونزا	23	0.8	11	0.4	34	0.6	9	1.0	25	0.9	16	0.9
الإجمالي	2726	100	2719	100	5445	100	880	100	2744	100	1864	100

يتضح من جدول (9) الكلمات المحورية التي ركّزت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث جاءت كلمة "إجمالي عدد المصابين" في الترتيب الأول من الكلمات المحورية بالنشرات بنسبة 21.7٪، يليها كلمة "إجمالي الوفيات" في الترتيب الثاني بنسبة 17.8٪، يليها كلمة "أزمة أو جائحة" في الترتيب الثالث بنسبة 17.6٪، يليها كلمة "عدد الحالات الجديدة" في الترتيب الرابع بنسبة 14.6٪، يليها كلمة "عدد حالات الشفاء" في الترتيب الخامس بنسبة 13.1٪، يليها كلمة "الوقاية من فيروس كورونا" في الترتيب السادس بنسبة 10.1٪، يليها كلمة "العلاجات المنزلية" في الترتيب السابع بنسبة 4.4٪، يليها كلمة "مقارنة الفيروس بالأنفلونزا" في الترتيب الأخير بنسبة 0.6٪، من إجمالي عدد تلك الكلمات بالنشرات عينة الدراسة.

بينما جاءت كلمة "أزمة أو جائحة" في الترتيب الأول من الكلمات المحورية بالبرامج بنسبة 38.9٪، يليها كلمة "عدد الحالات الجديدة" في الترتيب الثاني بنسبة 19.9٪، يليها كلمة "عدد حالات الشفاء" في الترتيب الثالث بنسبة 17.2٪، يليها كلمة "إجمالي الوفيات" في الترتيب الرابع بنسبة 10.1٪، يليها كلمة "إجمالي عدد المصابين" في الترتيب الخامس بنسبة 8.3٪، يليها كلمة "العلاجات المنزلية" في الترتيب السادس بنسبة 2.8٪، يليها كلمة "الوقاية من الفيروس" في الترتيب السابع بنسبة 1.9٪، يليها كلمة "مقارنة الفيروس بالأنفلونزا" في الترتيب الأخير بنسبة 0.9٪، من إجمالي عدد تلك الكلمات بالبرامج عينة الدراسة.

وترجع الباحثة اهتمام أفراد المجتمع بإجمالي عدد المصابين، وإجمالي الوفيات بالنسبة للنشرات، والأزمة أو الجائحة، وعدد الحالات الجديدة بالنسبة للبرامج، إلى الاهتمام بالبيان اليومي للوضع الوبائي في مصر بعنوان تقرير (COVID-19)، الذي يوضح إجمالي عدد المصابين، وإجمالي عدد الوفيات، والحالات الجديدة، والحالات التي تم تحول نتائج تحاليلها من إيجابية إلى سلبية.

9- نوعية الموضوعات المستخدمة في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:
جدول (10) نوعية الموضوعات المستخدمة في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

برامج						نشرات						نوعية الموضوعات
الإجمالي		cbc extra		الأولى		الإجمالي		cbc extra		الأولى		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
42.3	517	38.2	159	44.4	358	35.9	1325	36.5	651	35.3	674	صحية
14.6	178	14.7	61	14.5	117	15.5	574	15.9	1283	15.2	291	اجتماعية
11.9	145	13.2	55	11.2	90	14.8	547	15.2	271	14.5	276	اقتصادية
7.5	92	8.4	35	7.1	57	10.0	371	10.2	182	9.9	189	أمنية
15.2	186	14.9	62	15.4	124	5.1	190	5.2	92	5.1	98	علمية
3.4	42	4.6	19	2.9	23	12.9	477	11.5	205	14.2	272	رياضية
3.5	43	4.1	17	3.2	26	2.7	100	2.7	48	2.7	52	دينية
1.6	20	1.9	8	1.5	12	3.0	109	2.9	52	3.0	57	سياسية
100	1223	100	416	100	807	100	3693	100	1784	100	1909	الإجمالي

يتضح من جدول (10) نوعية الموضوعات المستخدمة في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث جاءت الموضوعات الصحية في الترتيب الأول من الموضوعات الواردة بالنشرات بنسبة 35.9%، يليها الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الثاني بنسبة 15.5%، يليها الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الثالث بنسبة 14.8%، يليها الموضوعات الرياضية في الترتيب الرابع بنسبة 12.9%، يليها الموضوعات الأمنية في الترتيب الخامس بنسبة 10.0%، يليها الموضوعات العلمية في الترتيب السادس بنسبة 5.1%، يليها الموضوعات السياسية في الترتيب السابع بنسبة 3.0%، يليها الموضوعات الدينية في الترتيب الأخير بنسبة 2.7%، من إجمالي عدد الموضوعات بالنشرات عينة الدراسة.

بينما جاءت الموضوعات الصحية في الترتيب الأول من الموضوعات الواردة بالبرامج بنسبة 42.3%، يليها الموضوعات العلمية في الترتيب الثاني بنسبة 15.2%، يليها الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الثالث بنسبة 14.6%، يليها الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الرابع بنسبة 11.9%، يليها الموضوعات الأمنية في الترتيب الخامس بنسبة 7.5%، يليها الموضوعات الدينية في الترتيب السادس بنسبة 3.5%، يليها الموضوعات الرياضية في

الترتيب السابع بنسبة 3.4%، يليها الموضوعات السياسية في الترتيب الأخير بنسبة 1.6%، من إجمالي عدد الموضوعات بالبرامج عينة الدراسة. وتتفق تلك النتائج مع دراسة (6) التي أكدت أن المعلومات الأكثر طلبًا هي آخر الأخبار المرتبطة بجائحة كورونا، تليها موضوعات حول أعراض الجائحة والأخبار المرتبطة بتفشي المرض.

وترجع الباحثة تصدر الموضوعات الصحية الموضوعات المستخدمة في التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا إلى تعلق الموضوع بصحة الإنسان في المقام الأول، وقد دارت معظم الموضوعات الصحية التي تناولتها (النشرات-البرامج) عينة الدراسة حول خطة التأمين الصحي لاستقبال المصريين العائدين من الصين، وتجهيز أقسام العزل بمستشفيات الحميات، ومتابعة وزيرة الصحة للإجراءات الوقائية، وإجراء تحاليل (RCR)، وتحويل بعض المدن الجامعية والمستشفيات بالمحافظات للحجر الصحي. في حين دارت معظم الموضوعات الاجتماعية في أهمية التباعد الاجتماعي، وإيقاف المناسبات الاجتماعية المختلفة، والالتزام بالحجر المنزلي، بينما تمثلت معظم الموضوعات الاقتصادية في جهود الدولة لدعم العمالة اليومية المتضررة، وقرار البنك المركزي لدعم الأفراد والشركات والبورصة، وتمثلت معظم الموضوعات العلمية في محاولات مراكز البحث العلمي لإيجاد لقاح لذلك الوباء، وتمثلت معظم الموضوعات الأمنية في جهود وزارة الداخلية لضبط مستغلي الجائحة، وجهود القوات المسلحة في توفير الاحتياجات الغذائية والمستلزمات الطبية.

10- أساليب معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:

جدول (11) أساليب معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

برامج						قنوات						أساليب المعالجة
الإجمالي		cbc extra		الأولى		الإجمالي		cbc extra		الأولى		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
16.2	603	13.6	217	18.2	386	12.4	648	11.7	297	13.1	351	التباعد الاجتماعي
5.5	205	5.7	91	5.4	114	9.8	510	9.2	234	10.3	276	الحجر الصحي
13.1	485	13.6	217	12.7	268	7.2	375	7.5	191	6.9	184	متابعة مستجدات الفيروس
8.2	305	8.3	132	8.2	173	7.8	405	8.5	216	7.0	189	تدعيم القطاع الطبي
7.8	291	7.9	126	7.8	165	11.3	590	11.6	294	11.0	296	البقاء في المنزل
26.9	998	30.1	482	24.4	516	21.3	1112	22.0	558	20.6	554	تفعيل الإجراءات الاحترازية
12.1	449	11.5	184	12.5	265	19.1	999	18.2	461	20.0	538	استخدام المطهرات
3.6	132	3.1	49	3.9	83	6.9	361	7.1	179	6.8	182	تطوير اللقاح
4.9	183	4.7	75	5.1	108	2.7	141	2.6	67	2.8	74	النظافة الشخصية
1.7	65	1.6	26	1.8	39	1.5	77	1.4	35	1.6	42	مبادرات الأفراد والمجتمع
100	3716	100	1599	100	2117	100	5218	100	2532	100	2686	الإجمالي

يتضح من جدول (11) أساليب معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث جاء أسلوب "تفعيل الإجراءات الاحترازية" في الترتيب الأول من أساليب معالجة التغطية الإخبارية بالبرامج بنسبة 21.3%، يليه أسلوب "استخدام المطهرات" في الترتيب الثاني بنسبة 19.1%، يليه أسلوب "التباعد الاجتماعي" في الترتيب الثالث بنسبة 12.4%، يليه أسلوب "البقاء في المنزل" في الترتيب الرابع بنسبة 11.3%، يليه أسلوب "الحجر الصحي" في الترتيب الخامس بنسبة 9.8%، يليه أسلوب "تدعيم القطاع الطبي" في الترتيب السادس بنسبة 7.8%، يليه أسلوب "متابعة مستجدات الفيروس" في الترتيب السابع بنسبة 7.2%، يليه أسلوب "تطوير اللقاح" في الترتيب الثامن بنسبة 6.9%، يليه أسلوب "النظافة الشخصية" في الترتيب التاسع بنسبة 2.7%، يليه أسلوب "مبادرات الأفراد والمجتمع" في الترتيب الأخير بنسبة 1.5%، من إجمالي عدد أساليب المعالجة بالبرامج عينة الدراسة.

بينما جاء "تفعيل الإجراءات الاحترازية" في الترتيب الأول من أساليب معالجة التغطية الإخبارية بالبرامج بنسبة 26.9%، يليه أسلوب "التباعد الاجتماعي" في الترتيب الثاني بنسبة 16.2%، يليه أسلوب "متابعة مستجدات الفيروس" في الترتيب الثالث بنسبة

13.1%، يليه أسلوب "استخدام المطهرات" في الترتيب الرابع بنسبة 12.1%، يليه أسلوب "تدعيم القطاع الطبي" في الترتيب الخامس بنسبة 8.2%، يليه أسلوب "البقاء في المنزل" في الترتيب السادس بنسبة 7.8%، يليه أسلوب "الحجر الصحي" في الترتيب السابع بنسبة 5.5%، يليه أسلوب "النظافة الشخصية" في الترتيب الثامن بنسبة 4.9%، يليه أسلوب "تطوير اللقاح" في الترتيب التاسع بنسبة 3.6%، يليه أسلوب "مبادرات الأفراد والمجتمع" في الترتيب الأخير بنسبة 1.7%، من إجمالي عدد أساليب المعالجة بالبرامج عينة الدراسة.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة (8)، ودراسة (9)، في تصدر أسلوب التباعد

الاجتماعي، والعلاجات المنزلية الفعّالة، وحرارة الجو تقتل الفيروس قائمة التغيرات.

وترجع الباحثة تصدر أسلوب تفعيل الإجراءات الاحترازية والتباعد الاجتماعي بكل من (النشرات-البرامج)، يليه أسلوب استخدام المطهرات بالنسبة للنشرات، ومتابعة مستجدات الفيروس بالنسبة للبرامج، كأحد أساليب التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا، إلى سعي الإعلام المتواصل لتوعية أفراد المجتمع، ومحاولة الالتزام التام بحملة (خليك في البيت واحم نفسك، واحم بلدك)، خاصة بعد قرار تعليق الدراسة بالمدارس والجامعات، وتطبيق القانون على من يخالف حظر التجوال، وفرض غرامات على عدم ارتداء الكمامات، كما يتفق ذلك مع تصدر موضوع التباعد الاجتماعي كأحد أهم الموضوعات الاجتماعية للتغطية الإعلامية لجائحة فيروس كورونا.

11- أطر معالجة موضوعات جائحة فيروس كورونا:

جدول (12) أطر معالجة موضوعات جائحة فيروس كورونا

برامج						نشرات						أطر معالجة الموضوعات
الإجمالي		cbc extra		الأولى		الإجمالي		cbc extra		الأولى		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
41.3	505	44.2	184	39.8	321	31.4	1161	34.9	622	28.2	539	تحديد الموضوعات
19.7	241	15.6	65	21.8	176	15.9	586	16.1	287	15.7	299	الأسباب والمبررات
9.7	119	8.9	37	10.2	82	19.3	713	14.3	255	24.0	458	التقييم
24.9	305	26.7	111	24.0	194	19.2	709	20.6	367	17.9	342	الأدلة والحجج
4.3	53	4.6	19	4.2	34	14.2	524	14.2	253	14.2	271	تزييف الحقائق والشائعات
100	1223	100	416	100	807	100	3693	100	1784	100	1909	الإجمالي

يتضح من جدول (12) أطر معالجة موضوعات جائحة فيروس كورونا؛ حيث جاء إطار "تحديد الموضوعات" في الترتيب الأول من أطر معالجة موضوعات جائحة فيروس كورونا بالنشرات بنسبة 31.4٪، يليه إطار "التقييم" في الترتيب الثاني بنسبة 19.3٪، يليه إطار "الأدلة والحجج" في الترتيب الثالث بنسبة 19.2٪، يليه إطار "الأسباب والمبررات" في الترتيب الرابع بنسبة 15.9٪، يليه إطار "تزييف الحقائق والشائعات" في الترتيب الأخير بنسبة 14.2٪، من إجمالي عدد الأطر بالنشرات عينة الدراسة.

بينما جاء إطار "تحديد الموضوعات" في الترتيب الأول من أطر معالجة موضوعات جائحة فيروس كورونا بالبرامج بنسبة 41.3٪، يليه إطار "الأدلة والحجج" في الترتيب الثاني بنسبة 24.9٪، يليه إطار "الأسباب والمبررات" في الترتيب الثالث بنسبة 19.7٪، يليها إطار "التقييم" في الترتيب الرابع بنسبة 9.7٪، يليه إطار "تزييف الحقائق والشائعات" في الترتيب الأخير بنسبة 4.3٪، من إجمالي عدد الأطر بالبرامج عينة الدراسة.

وتختلف تلك النتائج مع دراسة (8) التي اهتمت بإطار الشائعات، وأكدت وجود علاجات أو لقاحات لفيروس كورونا، والطقس الدافئ يقتل الفيروس.

وترجع الباحثة اتفاق عينة الدراسة على إطار تحديد الموضوعات بكل من (النشرات- البرامج)، وإطار التقييم بالنسبة للنشرات، وإطار تقديم الأدلة والحجج بالنسبة للبرامج، إلى تكاتف أجهزة الدولة في تنفيذ إجراءات الحماية ومواجهة جائحة فيروس كورونا؛ متمثلة في قرارات رئيس الدولة بتخصيص (100) مليار جنيه لمواجهة الجائحة، وقرار تعين الدكتور/ محمد تاج الدين مستشاراً لشؤون الصحة والوقاية، وبالنسبة لإطار التقييم من خلال متابعة أفراد المجتمع للإجراءات التي تتخذها الحكومة في مواجهة الجائحة لوقاية أنفسهم، أما بالنسبة لإطار الأدلة والحجج المتمثل في استعداد الدولة في حالة زيادة أعداد المصابين؛ حيث تفقد رئيس الدولة بعض نماذج التجهيزات والمعدات المطورة، ووجود (6) مستشفيات جاهزة للافتتاح تابعة للقوات المسلحة، كل مستشفى به (200) سرير، لمكافحة جائحة فيروس كورونا.

12- الهدف من المعالجة الإخبارية لجائحة فيروس كورونا:

جدول (13) الهدف من المعالجة الإخبارية لجائحة فيروس كورونا

برامج						نشرات						الهدف من المعالجة الإخبارية
الإجمالي		cbc extra		الأولى		الإجمالي		cbc extra		الأولى		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
9.1	111	7.9	33	9.7	78	13.1	485	9.7	173	16.3	312	الإعلام والإخبار
28.0	342	30.0	125	26.9	217	26.8	988	27.6	492	26.0	496	التوعية والتثقيف
19.4	237	20.0	83	19.1	154	19.7	729	21.7	388	17.9	341	التوجيه والإرشاد
14.6	179	15.9	66	14.0	113	10.2	377	10.0	178	10.4	199	التعليم والتثقيف
5.5	67	4.3	18	6.1	49	26.2	967	27.0	482	25.4	485	تفعيل الإجراءات الحكومية
23.5	287	21.9	91	24.3	196	4.0	147	4.0	71	4.0	76	مواجهة الشائعات
100	1223	100	416	100	807	100	3693	100	1784	100	1909	الإجمالي

يتضح من جدول (13) الهدف من المعالجة الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث جاء هدف "التوعية والتثقيف" في الترتيب الأول من أهداف معالجة موضوعات جائحة فيروس كورونا بالنشرات بنسبة 26.8٪، يليه هدف "تفعيل الإجراءات الحكومية" في الترتيب الثاني بنسبة 26.2٪، يليه هدف "التوجيه والإرشاد" في الترتيب الثالث بنسبة 19.7٪، يليه هدف "الإعلام والإخبار" في الترتيب الرابع بنسبة 13.1٪، يليه هدف "التعليم والتثقيف" في الترتيب الخامس بنسبة 10.2٪، يليه هدف "مواجهة الشائعات" في الترتيب الأخير بنسبة 4.0٪، من إجمالي عدد الأهداف بالنشرات عينة الدراسة.

بينما جاء هدف "التوعية والتثقيف" في الترتيب الأول من أهداف معالجة موضوعات جائحة فيروس كورونا بالبرامج بنسبة 28.0٪، يليه هدف "مواجهة الشائعات" في الترتيب الثاني بنسبة 23.5٪، يليه هدف "التوجيه والإرشاد" في الترتيب الثالث بنسبة 19.4٪، يليه هدف "التعليم والتثقيف" في الترتيب الرابع بنسبة 14.6٪، يليه هدف "الإعلام والإخبار" في الترتيب الخامس بنسبة 9.1٪، يليه هدف "تفعيل الإجراءات الحكومية" في الترتيب الأخير بنسبة 5.5٪، من إجمالي عدد الأهداف بالبرامج عينة الدراسة.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة (14)، في الاهتمام ببرامج الوقاية والتوجيه والإرشاد، التي تبثها وسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا.

وترجع الباحثة تصدر هدف التوعية والتحذير بكل من (النشرات-البرامج)، يليه هدف تفعيل الإجراءات الحكومية بالنسبة للنشرات، ومواجهة الشائعات بالنسبة للبرامج، كأحد الأهداف التي ركزت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا، إلى اتفاق تلك النتائج مع أساليب التغطية الإخبارية؛ من تفعيل للإجراءات الاحترازية، والتباعد الاجتماعي، ومحاولة مواجهة الشائعات المتمثلة في التمر ضد المرض، ونقص السلع وارتفاع الأسعار، وأن الخدمة الطبية في مصر لن تتحمل مواجهة جائحة فيروس كورونا، وتزايد الإصابات أكثر مما هو معلن.

نتائج اختبار الفروض:

فروض الدراسة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في:

1- نوعية الموضوعات للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.

جدول (14) معامل ارتباط بيرسون بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في

نوعية الموضوعات

المتغيرات	النشرات		البرامج		معامل الارتباط بين	
	المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	النشرات الحكومية - الخاصة	البرامج الحكومية - الخاصة
نوعية الموضوعات	461.6	396.9	152.9	160.4	0.99	0.89
	مستوى الدلالة					
					0.00	0.00

يتضح من جدول (14) معامل ارتباط بيرسون بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في نوعية الموضوعات للتغطية الإخبارية؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط نحو (0.89-0.99-0.99) بين النشرات الحكومية والخاصة، والبرامج الحكومية والخاصة، والنشرات والبرامج على الترتيب، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01).

ومن هنا تثبت صحة الفرض الأول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في نوعية الموضوعات للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.

2- أساليب معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.

جدول (15) معامل ارتباط بيرسون بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في

أساليب المعالجة

المتغيرات	النشرات		البرامج		معامل الارتباط بين	
	المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	النشرات الحكومية - الخاصة	البرامج الحكومية - الخاصة
أساليب معالجة التغطية	521.8	333.4	371.6	277.0	0.98	0.96
	مستوى الدلالة					
	0.00		0.00		0.00	

يتضح من جدول (15) معامل ارتباط بيرسون بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في أساليب معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط نحو (0.98-0.96-0.83) بين النشرات الحكومية والخاصة، والبرامج الحكومية والخاصة، والنشرات والبرامج على الترتيب، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.01).

ومن هنا تثبت صحة الفرض الثاني بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في أساليب معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.

3- أطر معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.

جدول (16) معامل ارتباط بيرسون بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في أطر

المعالجة

المتغيرات	النشرات		البرامج		معامل الارتباط بين	
	المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	النشرات الحكومية - الخاصة	البرامج الحكومية - الخاصة
أطر معالجة التغطية	738.6	249.6	244.6	176.0	0.72	0.97
	مستوى الدلالة					
	0.00		0.00		0.17	

يتضح من جدول (16) معامل ارتباط بيرسون بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في أطر معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط نحو (0.97-0.87) بين البرامج الحكومية والخاصة، والنشرات

والبرامج على الترتيب، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.01)، بينما بلغت قيمة معامل الارتباط نحو (0.72) بين النشرات الحكومية والخاصة، وهي غير دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.01).

ومن هنا تثبت صحة الفرض الثالث جزئيًا بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في أطر معالجة التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.

4- الهدف من المعالجة الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.

جدول (17) معامل ارتباط بيرسون بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في الهدف من المعالجة

معامل الارتباط بين			البرامج		النشرات		المتغيرات
النشرات والبرامج	البرامج الحكومية - الخاصة	النشرات الحكومية - الخاصة	الانحراف المتوسط	الانحراف	الانحراف المتوسط	الانحراف	
0.98	0.97	0.94	104.9	203.8	337.2	615.5	الهدف من المعالجة
0.00	0.00	0.00	مستوى الدلالة				

يتضح من جدول (17) معامل ارتباط بيرسون بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في الهدف من المعالجة الإخبارية لجائحة فيروس كورونا؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط نحو (0.98-0.97-0.94) بين النشرات الحكومية والخاصة، والبرامج الحكومية والخاصة، والنشرات والبرامج على الترتيب، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.01).

ومن هنا تثبت صحة الفرض الرابع بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النشرات-البرامج) الحكومية والخاصة في الهدف من المعالجة الإخبارية لجائحة فيروس كورونا.

خاتمة الدراسة:

تعرف جائحة فيروس كورونا بأنها سلالة واسعة من الفيروسات تصيب الحيوان والإنسان، ومنها مرض (COVID-19) الذي يعد مرضًا معديًا يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا.

وشملت عينة الدراسة تحليل المواد الإخبارية (نشرات-برامج)، التي تبث عبر القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة للقناة (الأولى - cbc extra)، وتم استخدام استمارة تحليل المضمون.

وتوصلت الدراسة إلى أن أهم مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا تمثلت في المراسلين والمسؤولين الحكوميين (للنشرات-البرامج) عينة الدراسة، كما تصدر إطار الاهتمامات الإنسانية أطر أخبار التغطية لجائحة فيروس كورونا بكل من (النشرات-البرامج)، وإطار إسناد المسؤولية بالنسبة للنشرات، والإطار الأخلاقي بالنسبة للبرامج، كما تصدر رئيس الوزراء الشخصية المحورية للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا بكل من (النشرات-البرامج)، يليه الأطباء ورؤساء الدولة بالنشرات، والمصابون وهيئات التمريض بالبرامج، في حين دارت معظم الموضوعات الواردة في التغطية الإخبارية للموضوعات الاجتماعية، مثل: أهمية التباعد الاجتماعي، وإيقاف المناسبات الاجتماعية المختلفة، والالتزام بالحجر المنزلي، بينما تمثلت معظم الموضوعات الاقتصادية في جهود الدولة لدعم العمالة اليومية المتضررة، وقرار البنك المركزي لدعم الأفراد والشركات والبورصة.

وأظهرت النتائج أن أساليب التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا كانت بأسلوب تفعيل الإجراءات الاحترازية والتباعد الاجتماعي بكل من (النشرات-البرامج)، يليه أسلوب استخدام المطهرات بالنسبة للنشرات، ومتابعة مستجدات الفيروس بالنسبة للبرامج، بينما جاءت أهم أطر معالجة جائحة فيروس كورونا في إطار تحديد الموضوعات بكل من (النشرات-البرامج)، وإطار التقييم بالنسبة للنشرات، وإطار تقديم الأدلة والحجج بالنسبة للبرامج، في حين جاءت أهم الأهداف التي ركزت عليها التغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا في هدف التوعية والتحذير بكل من (النشرات-البرامج)، يليه هدف تفعيل الإجراءات الاحترازية بالنسبة للنشرات، ومواجهة الشائعات بالنسبة للبرامج.

توصيات الدراسة:

- 1- تضافر جهود الدولة لتقديم أوجه الدعم كافة لوسائل الإعلام نحو المعالجة الإعلامية الفعّالة لمواجهة جائحة فيروس كورونا.
- 2- إجراء المزيد من الدراسات حول أطر معالجة وسائل الإعلام المختلفة لجائحة فيروس كورونا.
- 3- الالتزام بأخلاقيات المهنة في كل وقت، وبصفة خاصة في أوقات الأزمات، بما يضمن إمداد أفراد المجتمع بالمعلومات والحقائق عن جائحة فيروس كورونا في إطار المسؤولية الاجتماعية.
- 4- توحيد الخطاب الرسمي لمواجهة الشائعات أثناء التعامل مع الأزمات.
- 5- عقد العديد من الورش والندوات والمبادرات وحملات التوعية للوقاية من فيروس كورونا.
- 6- الاهتمام برفع الوعي الصحي بجائحة فيروس كورونا وكيفية الوقاية منه حتى نتجنب الإصابة به.
- 7- ضرورة التعاون وتوحيد الجهود الإعلامية الحكومية والخاصة، ومؤسسات الدولة والأفراد للتصدي للتأثيرات الناتجة عن الجائحة ومواجهتها.
- 8- ضرورة الالتزام التام من الإعلام الحكومي والخاص في أوقات الأزمات بالسياسة الإعلامية للدولة، ومن يخالف هذه السياسات يتعرض للعقوبات، حفاظاً على الصالح العام والأمن القومي.
- 9- تقديم أنواع الدعم المادي والمعنوي كافة للأطباء وأسرتهم، ومنحهم المكانة التي تليق بهم.
- 10- اتباع جميع الإجراءات الاحترازية والتباعد الاجتماعي للحد والوقاية من فيروس كورونا.

المراجع:

- 1- قدري علي عبدالمجيد: دور الاتصال في إدارة الأزمات، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2002، ص12.
- 2- وليد محمد عبدالحليم محمد عاشور: تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا، دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو 2020، ص536.
- 3-<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>.
- 4- عرين عمر الزعبي: تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية، دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو 2020، ص516.
- 5-APCO: United States of Anxiety, In May5th, 2020.
- 6- Qiang Chen, et al: Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis, Computers in Human Behavior, 9 April 2020, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106380>.
- 7- Reema Karasneha, et al: Media's effect on shaping knowledge, awareness risk perceptions and communication practices of pandemic COVID-19 among pharmacists, Science Direct, Accepted 22 April 2020, <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.04.027>.
- 8-Lisa Singh, et al: A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter, University of Minnesota, March 2020, <https://www.researchgate.net/publication/340332054>.
- 9-Qazi, A., et al: Analyzing Situational Awareness through Public Opinion to Predict Adoption of Social Distancing Amid Pandemic COVID-19, Journal of Medical Virology 1-7,2020, <https://www.researchgate.net/publication/340516704>.
- 10-Amin N. et al: Knowledge and Information Sources about COVID-19 among University Students in Jordan: A Cross-Sectional Study, 2020.

11-Han Woo Park, et al: Conversations and Medical News Frames on Twitter: Infodemiological Study on COVID-19 in South Korea, journal of medical internet research, 05 May 2020, Available at:

<https://www.researchgate.net/publication/340215785>.

12- محمد محمد عبدربه المغير: السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠، ص457.

13- مرتضى البشير عثمان الأمين، وخالد عبد الحفيظ محمد حمد: وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا، صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجًا، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو 2020، ص552.

14- مسعودة فلوس، والخنساء تومي: الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠، ص482.

15- عيشة علة: دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (COVID 19)، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠، ص535.

16- أمال عبد الوهاب محمود حلمي: دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية الآداب، 2019.

17- حنان أحمد سليم: دور قناة الجزيرة الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي في صناعة وإدارة الأزمات، أزمة جزيرتي تيران وصنافير نموذجا، دراسة كمية وكيفية، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 61، 2017.

18- دينا يحيى مرزوق: معالجة مواقع القنوات الإخبارية لأزمة سد النهضة، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 61، 2017.

19- تامر محمد صلاح الدين: تعرض الجمهور المصري للقنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية وعلاقته بمستوى المعرفة بالأزمات العربية، بحث منشور، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 26، 2016.

20- منى مجدي فرج: تقييم أداء الإعلام المصري خلال الأزمات الاقتصادية، بحث منشور، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 10، 9، السنة الثالثة، 2015.

21- Karen Freberg: Intention to Comply with Crisis Messages Communicated via Social Media, **Public Relations Review**, Vol.38, No.3, 2012, PP.416-442.

21- حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص (348 – 350).

22-Dalia Gavriely-Tiki Balas: 'Annihilating framing': How Israeli television framed wounded soldiers during the Second Lebanon War (2006), Journalism 11(4), August 2010, PP.409-423.

23-Zizi Papacharissi, Maria de Fatima Oliveira: News Frames Terrorism: A Comparative Analysis of Frames Employed in Terrorism Coverage in U.S. and U.K. Newspapers, International Journal of Press\ Politics Volume: 13(1), 2008, PP. 52-74.

24- Jin Yang: Framing the NATO Air Strikes on Kosovo across Countries. The International Journal for Communication Studies (GAZETTE), Vol 65, No. 3, 2003, P. 232.

25- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، عالم الكتب، القاهرة، 2010م، ص 101.

26- أحمد علي الشعراوي: صورة الولايات المتحدة الأمريكية في التغطية الصحفية العربية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2005م، ص (100 – 101).

27- غادة شكري محمود: الأطر الخبرية للعلاقات العربية الأمريكية في الصحف العربية والدولية قبل وبعد أحداث سبتمبر، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2007م، ص (94 – 95).

28-Tamar Liebes: Inside a new item, Adispute over framing, political communication, Vol (17), No (3), 2000, P 295.

29- علي عقله نجادات: دور إذاعات الأمم المتحدة في نشر ثقافتَي السلام والتنمية في المناطق النامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد العشرون، يوليو/ سبتمبر، 2012م، ص 14.

30-<https://www.care.gov.eg/EgyptCare/Index.aspx>

31- السادة الخبراء المحكمون في مجال الإعلام:

- (1) أ.د./ جيهان الهامي محمد: أستاذ متفرغ بقسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة الزقازيق.
- (2) أ.د./ رفعت محمد البدري: أستاذ بقسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة المنوفية.
- (3) أ.د./ سامي السعيد أحمد النجار: أستاذ ورئيس قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة المنصورة.
- (4) أ.د./ عبد الجواد سعيد ربيع: أستاذ ورئيس قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة المنوفية.
- (5) أ.د./ علاء الدين أحمد طلعت: أستاذ بقسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة الزقازيق.
- (6) أ.د./ محمد محمود المرسي: أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

(7) أ.د/ هناء السيد محمد علي: أستاذ بقسم الإعلام – كلية التربية النوعية – جامعة الزقازيق.

32- السادة المحللون لاستمارة تحليل المضمون مع الباحثة:

(1) د/ سماح محمد الزمزمي: مدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية – جامعة المنصورة.

(2) م/ ريم كمال عبدالحميد: معيد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية – جامعة المنصورة.

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.