

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

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

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

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

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

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

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

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

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

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

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

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

(عدد خاص) العدد الثامن والستون - الجزء الثاني - ربيع الأول ١٤٤٥هـ - أكتوبر ٢٠٢٣ 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 عبدالله (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 بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- ٧٦٩ دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية  
أ.د/ محمد سعد أبو عامود
- ٨٠٣ آليات تفعيل المؤسسات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي في  
مواجهة وإدارة الأزمات «دراسة كيفية» د/ أحمد محمد عبدالله
- ٨٥٥ دور وسائل الإعلام في توعية الجمهور المصري بأورام الفم- دراسة  
ميدانية د/ محمود عاطف شهاب الدين
- ٨٩٩ التماس الجمهور المصري للمعلومات حول جذري القروذ عبر مواقع  
الصحف الإلكترونية وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديه- دراسة  
ميدانية د/ نداء صابر محمود
- ٩٤٩ دور السنة النبوية في إدارة الأزمات «دراسة معاصرة» د/ منى صلاح محمد
- ١٠١٣ الأطر الإخبارية لتغطية قمة الأمم المتحدة للمناخ «COP27» في برامج  
التوك شو وتأثيرها على إدراك الشباب لأبعاد قضية التغير المناخي  
د/ خالد جمال عبده
- ١٠٨٣ التماس الجمهور المصري للمعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية  
وعلاقته بالرضا عن أداء وسائل الإعلام التقليدية والرقمية  
د/ جيهان عبد الحميد عبد العزيز
- ١١٦٩ الخطاب الصحفي لقضايا الأمن الغذائي المصري- دراسة تحليلية  
لصحيفتي الأهرام والوطن في الفترة من ٢٠٢٢/٢/١ حتى ٢٠٢٣/٢/٢٨  
د / أحمد عبد المجيد عبد العزيز

■ أطر معالجة الصفحات الإلكترونية الرسمية المصرية لتداعيات  
الأزمات العالمية على الأوضاع الاقتصادية «ارتفاع الأسعار- نقص  
الغذاء عالميًا» «دراسة تحليلية» د/ إيمان عبد المنعم خطاب  
١٢٤٧

---

■ توظيف تقنية الواقع المعزز في تناول المضمون الخبري للتغيرات المناخية  
في القنوات الفضائية «دراسة تحليلية»  
١٣٣١ د/ أسماء عبد الراضي السمان

---

■ الإعلام الرقمي والتوعية بالأزمات البيئية- دراسة ميدانية  
١٣٨٧ لمياء عرابي محمد أحمد

---

■ The Role of Media Discourse in International Economic Crisis  
Management "Germany as a case study": A case study  
of Olaf Scholz, Germany' s chancellor speech discourse  
analysis during Germany energy crisis 2022  
١٤١٩ Nouran Hossameldin Aboubakr Badr Hassan

---

● التماس الجمهور المصري للمعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية وعلاقته بالرضا عن أداء وسائل الإعلام التقليدية والرقمية

- **The Egyptian Public's Solicitation of Information About Monkeypox Virus Through Electronic Newspaper Websites and Its Relationship to Its Level of Health Awareness: A Field Study**

● د/ جيهان عبد الحميد عبد العزيز حنفي

مدرس بكلية الإعلام- جامعة القاهرة

Email: [gehanabdelhamid.gm@gmail.com](mailto:gehanabdelhamid.gm@gmail.com)

## ملخص الدراسة

تسعى الدراسة إلى رصد وتحليل سلوكيات التماس المعلومات لدى الجمهور المصري عن الكوارث الطبيعية التي تحدث من حوله، وعلاقته بمستوى رضا الجمهور عن أداء كلٍّ من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في تغطية وتناول الكوارث الطبيعية، بالتطبيق على زلزال سوريا وتركيا وذلك في ضوء توظيف نظرية التماس المعلومات.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح والأسلوب المقارن؛ وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (300) مبحوث من سن 18 عامًا فأكثر، باستخدام صحيفة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها:

- 1 - جاءت وسائل الإعلام الرقمية في الترتيب الأول لتكون من أهم مصادر المعلومات عن الكوارث الطبيعية بنسبة 74.3 %، بينما جاءت وسائل الإعلام التقليدية بنسبة 25.7 %.
- 2 - جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في الصدارة بنسبة 68 % كمصدر أول عرف منه المبحوثون لأول مرة بوقوع زلزال سوريا وتركيا، تليها مواقع الإنترنت بفارق نسبي كبير 11 %.
- 3 - جاءت القنوات الفضائية المصرية الخاصة من أهم وسائل الإعلام التقليدية التي يحرص المبحوثون أفراد العينة على متابعتها، بينما تصدر «الفيسيوك» قائمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً للمبحوثن للاعتماد عليه للحصول.

الكلمات المفتاحية: التماس الجمهور المصري للمعلومات - وقوع الكوارث الطبيعية - أداء وسائل الإعلام.

## Abstract

The study seeks to monitor and analyze the information-seeking behavior of the Egyptian public about the natural disasters that occur around it, and its relationship to the level of public satisfaction with the performance of both traditional and digital media in covering and dealing with natural disasters, by applying the earthquakes in Syria and Turkey, in the light of employing the information-seeking theory. The study relied on the survey method and the comparative method. And that was applied to a deliberate sample of (300) respondents from the age of 18 years and over, using the questionnaire sheet, and the study reached a set of results; The most important of them:

1- Digital media came in the first place as one of the most important sources of information about natural disasters with a percentage of 74.3%, while traditional media came with a percentage of 25.7%.

2- Social networking sites came in the lead with a percentage of 68% as the first source from which the respondents learned for the first time about the occurrence of the earthquakes in Syria and Turkey, followed by the Internet sites with a large relative difference of 11%.

3- The private Egyptian satellite channels were among the most important traditional media that the respondents are keen to follow, while "Facebook" topped the list of the most preferred social networks for respondents to rely on to obtain information and news about natural disasters.

Keywords: The Egyptian Public- Solicitation of Information - Monkeypox Virus - Electronic Newspaper Websites

## مقدمة:

تواجه المجتمعات البشرية اليوم العديد من الكوارث الطبيعية التي حدثت في أجزاء متفرقة من العالم، ولم تميز بين دول متقدمة ونامية، متسببة في خسائر بشرية ومعنوية ومادية فادحة؛ لكون هذه الكوارث الطبيعية تحدث فجأة وعلى غير توقع أو انتظار سواء التي لا دخل لإرادة الإنسان في وقوعها (كالزلازل، البراكين، العواصف، والفيضانات..)، أو التي كان على المسؤولين أن ينتبهوا لها قبل مواسمها (كالانهيارات، السيول، المجاعات، والأوبئة، والانفجارات، والتلوث البيئي، وتصادم القطارات، أو سقوط الطائرات..)، فرغم أنه من الممكن توقع حدوث بعض الكوارث الطبيعية؛ إلا أنه من المستحيل منع وقوعها، فعند حدوث الكارثة تزداد الحاجة إلى سرعة نقل الأخبار، والانتقال إلى موقع الحدث، ومحاولات إنقاذ ما يمكن إنقاذه من الأرواح، ومشاركة الضحايا آلامهم والتضامن معهم بتقديم المساعدات.

ومن المؤكد أن الكوارث بنوعها الطبيعية والصناعية تشكل عائقاً مباشراً أمام مسيرة التنمية الشاملة في أي بلد، حيث إن كارثة واحدة كفيلاً بأن تقضي على مجهود سنوات من العمل والتنمية، والمعالجة الفعالة للكارثة تتطلب توفير المعلومات حول خطر هذه الكوارث، سواء قبل أو أثناء وقوعها أو حتى بعد حدوثها، وتوعية الجماهير بما يجب أن يقوموا به من جهود تطوعية أثناء الكارثة، مع ضرورة الصدق في توضيح حجم الكارثة وأبعادها المختلفة، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام في الإسهام في تشكيل هذا الوعي لدى الجماهير، فوسائل الإعلام دور أساسي خلال الكوارث والأزمات؛ حيث تعمل على توصيل المعلومات الضرورية للجمهور، كما تقوم بتفسير الأحداث، وتقديم الدعم المعنوي للمجتمعات المنكوبة، كما تسهم التغطية الإخبارية للكوارث بدور بالغ الأهمية في تحديد وتشكيل الاتجاهات نحو ما يحدث، وتعد وسائل الإعلام في هذه الحالة بمثابة حلقة

وصل بين الجماهير وصانعي القرار السياسي والقائمين على إدارة الأزمة؛ مما جعل الجهود الإعلامية أحد الدعامات الأساسية في التعامل مع الأزمات والكوارث الطبيعية. ولذلك تستأثر وسائل الإعلام التقليدية والرقمية باهتمام الجمهور وقت الأزمات والكوارث الطبيعية، خاصة في ظل التطور التقني والطفرة الكمية والكيفية لوسائل الإعلام، فقد أكدت الدراسات أن الفرد ينشط اتصالياً وقت الأزمات ليستمد من وسائل الإعلام المعلومات التي تجعله يأمن على نفسه وحياته، والتي تساعد على تخفيف الغموض والقلق من خلال قيامه بالبحث عن المعلومات، لفهم ما يدور حوله من أحداث، ومن هنا تأتي أهمية هذا البحث في إثارة التساؤل التالي: هل في ظل الأزمات والكوارث الطبيعية، وحاجة الجمهور للمعلومات.. يقوم الجمهور بالتحري عن صحة ودقة هذه المعلومات ويلتمس مصداقيتها؟ خاصة مع توافر العديد من مصادر المعلومات ووسائل الإعلام التي تمكنه من ذلك، ولذلك فدراسة السلوك الاتصالي للجماهير وقت الأزمات والكوارث الطبيعية يحتاج إلى مزيد من الدراسة، وهو ما يقوم به البحث بالتطبيق على كارثة زلزال سوريا وتركيا 2023 واحتلالها مساحة كبيرة من الاهتمام الإعلامي والشعبي، بل واهتمام جميع دول العالم، وقد أثارت هذه الكارثة تساؤلات عدة حول مسئولية وسائل الإعلام ومدى قيامها بالدور المنشود منها في مثل هذه المواقف وفي مواجهة مثل هذه الكوارث، ولذلك كان من المهم أن نتطرق لدور الإعلام المتخصص المتمثل في إعلام الأزمات والكوارث بوسائله التقليدية والرقمية في تغطية الكارثة، والمصادر التي اعتمد عليها الجمهور في التماسه للمعلومات ودوافعه، واستراتيجياته التي يقوم بها في البحث عن المعلومات، ومن ثم التعرف على التأثيرات المترتبة ومستوى رضاه عن أداء وسائل الإعلام التقليدية والرقمية.

#### أولاً: مشكلة البحث:

نظراً لتعدد الكوارث الطبيعية التي مرَّ بها عدد كبير من دول العالم من فيضانات وحرائق وزلازل، تهتم مختلف وسائل الإعلام بتغطيتها ونقلها للجمهور، فالكوارث الطبيعية من الأحداث المؤثرة في حياة الشعوب، وتشكّل مصدر قلق للقادة المسؤولين والمواطنين، وذلك لصعوبة السيطرة عليها؛ مما يزيد من حاجة الشعوب إلى تلبية

احتياجاتها من معلومات لمواجهةها وتخطيها، الأمر الذي يتطلب دوراً أكثر فاعلية لوسائل الإعلام في تقديم معالجة إعلامية مميزة من خلال حجم ومضمون المعلومات المقدمة للجمهور، حيث تؤثر أساليب المعالجة الإعلامية للكوارث الطبيعية على مستوى معرفة الجمهور بتفاصيل تلك الكوارث وسلوكياته، ولقد أصبح الإعلام الرقمي بأشكاله المختلفة ينافس وسائل الإعلام التقليدية في هذا الصدد؛ مما يتطلب التعرف على الدور الذي تقوم به مختلف الوسائل الإعلامية ومعرفة مدى اعتماد الجمهور عليها في التماس المعلومات عن الكوارث الطبيعية، وذلك بالتطبيق على زلزال تركيا وسوريا<sup>(\*)</sup>.

وفي ضوء ذلك تتحدد مشكلة البحث في "رصد وتحليل سلوكيات التماس المعلومات لدى الجمهور المصري عن الكوارث الطبيعية التي تحدث من حوله، وعلاقته بمستوى رضا الجمهور عن أداء كل من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في تغطية وتناول الكوارث الطبيعية، بالتطبيق على زلزال تركيا وسوريا؛ وذلك في ضوء توظيف نظرية التماس المعلومات".

#### ثانياً: أهمية البحث:

1- تقوم هذه الدراسة بعمل مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية في مدى الفعالية في أوقات الأزمات والكوارث، ودوافع الجمهور في الاعتماد على تلك الوسائل، وطبيعة التأثيرات المترتبة على ذلك الاعتماد؛ مما يساعد القائمين على العمل في المؤسسات الإعلامية الرسمية والخاصة لوضع استراتيجيات إعلامية مناسبة في إدارة الأزمات والكوارث من الناحية الإعلامية.

2- تأتي هذه الدراسة في سياق الدراسات التي تسعى لإلقاء الضوء على أهمية دراسة السلوكيات المعلوماتية في جميع الأوساط العلمية والاجتماعية والصحية، بل وأثناء وقوع الأزمات والكوارث الطبيعية.

3- تكمن أهمية الدراسة الحالية في كونها تمثل تطبيقاً علمياً ومنهجياً لنظرية التماس المعلومات في مجال الأزمات والكوارث الطبيعية.

4- الربط بين وسائل الإعلام المختلفة كمصدر للمعلومات والأخبار، وكوسيلة من وسائل إدارة الأزمات والكوارث، من خلال ما يقدمه البحث من مقترحات وإطار نظري برؤية

متكاملة عن إعلام الأزمات والكوارث لتحسين جهود العملية الاتصالية أثناء الأزمات والكوارث.

ثالثاً: أهداف البحث:

- 1- التعرف على حجم اعتماد الجمهور المصري على كل من الوسائل التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات عن الكوارث الطبيعية.
- 2- رصد العوامل المؤثرة على اعتماد الجمهور المصري على كل من الوسائل التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات عن الكوارث الطبيعية.
- 3- قياس مستوى رضا الجمهور المصري عن أداء وسائل الإعلام المختلفة في تغطية الكوارث الطبيعية بالتطبيق على زلزال تركيا وسوريا.
- 4- الكشف عن سلوكيات التماس الجمهور المصري للمعلومات حول الكوارث الطبيعية.
- 5- قياس التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عن التماس الجمهور المصري للمعلومات حول الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية.

رابعاً: الدراسات السابقة:

كشف مسح التراث العلمي في موضوع البحث عن تعدد الأبحاث والدراسات الأجنبية والعربية التي تناولت معالجة وسائل الإعلام للكوارث والأزمات بمختلف أنواعها، وكذلك علاقة الجمهور ومدى اعتماده على وسائل الإعلام في استقاء معلوماته خاصة أثناء الأزمات والكوارث؛ مما يبرز أهمية موضوع البحث، وفيما يلي عرض لهذه الدراسات من خلال محورين، هما:

المحور الأول: دراسات تتناول معالجة وسائل الإعلام للأزمات والكوارث وهو الخاص بكيفية توظيف وسائل الإعلام في إدارة الأزمة أو الكارثة لتوضيح الدور الذي قامت به في معالجة الأزمة أو الكارثة.

المحور الثاني: دراسات تتناول علاقة الجمهور بوسائل الإعلام التقليدية والرقمية أثناء الأزمات أو الكوارث للحصول على المعلومات والتفسيرات اللازمة.

المحور الأول: دراسات تتناول معالجة وسائل الإعلام للأزمات والكوارث: اهتمت دراسة ( لبنى مسعود عبد العظيم، 2021 )<sup>(1)</sup> بدراسة وتحليل المعالجات الإعلامية للأزمات المصرية عبر موقع اليوتيوب، ودراسة اتجاهات الشباب الجامعي

نحوها، وتوصلت الدراسة التحليلية إلى الاعتماد على التقارير الحية في الترتيب الأول لتناول الأزمات، تلاها قالب الحديث المباشر، ثم قالب المناقشات، وأن أهم مصادر الإدلاء بالمعلومات تمثلت في المسؤولين، ثم الخبراء، تلاهم المراسلون وشهود العيان، بينما كانت أهم نتائج الدراسة الميدانية أن أهم الأزمات التي تابعها المبحوثون هي فيروس كورونا في الترتيب الأول، يليها أزمة ارتفاع الأسعار، ثم أزمة سد النهضة، وأن من أهم أسباب متابعة الأزمات عبر موقع اليوتيوب هو أنه يوفر مقاطع فيديو حول الأزمات المصرية يمكن مشاهدتها في أي وقت.

كما ركزت دراسة ( شادلي عبد الحق، لواء جبار جمعة، 2021) <sup>(2)</sup> على معرفة الجوانب المتعلقة بكيفية تعامل الإعلام العربي عبر وسائله المختلفة أثناء وقوع الأزمات غير المتوقع كانتشار جائحة كوفيد 19، وتحديد ورصد إشكالية التلقي، ومواطن الضعف التي شكّلت عائقاً أمام الإعلام العربي، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام العربي لم ينجح في التعامل مع أزمة جائحة كوفيد 19، وهذا نتيجة ما يعانيه من صعوبات متراكمة عبر الزمن، غياب الرؤية الاستشرافية في مواجهة الأزمات المبنية على التخطيط السليم، وغياب الإعلام الصحي العربي المتخصص أدى إلى انتشار الأكاذيب والأخبار الملفقة بين الجمهور العربي، وأسهمت الصورة الغامضة التي نقلها الإعلام العربي عن انتشار الجائحة إلى التشويش في عملية التلقي، فالمعالجة الإعلامية العربية لكوفيد 19 المبنية على التهويل والزخم الإعلامي، أدت إلى بث الخوف في نفسية المواطن العربي، ترجمت إلى سلوكيات مضطربة في الواقع، اعتماد المتلقي العربي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات، إذ تبين أن المستخدمين أكثر عرضة لمواجهة وتقبل المعلومات المضللة غير معلومة المصدر ويتداولونها فيما بينهم بنفس طرق انتشار الشائعات، أكثر من أي معلومات أخرى؛ لأنها تأتي من دوائر الثقة المحيطة بهم.

بينما سعت دراسة (رباب صلاح السيد، 2020) <sup>(3)</sup> إلى التعرف عن تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، وكان من أهم نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم النخبة مدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية نحو الجمهور في تغطية الأزمة

ومستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة، وأكدت العينة على الدور الإيجابي لوسائل الإعلام من خلال المتابعة المتصلة لأزمة فيروس كورونا أولاً بأول، والاستعانة بالخبراء والمتخصصين عند الحديث عن الأزمة، بينما تمثلت بعض أوجه القصور في التكرار في تقديم المعلومات بشكل يدفع الجمهور لملل في المتابعة، وعدم التجديد في الشكل والمحتوى.

كما تناولت دراسة (عديل أحمد الشerman، 2020)<sup>(4)</sup> دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية بالتطبيق على فيروس كورونا نموذجاً، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن وسائل الإعلام التقليدية تتمتع بثقة أكبر لدى الجمهور من وسائل التواصل الاجتماعي المستحدثة خلال أزمة كورونا، وأوضحت أن بعض الحكومات العالمية والعربية لا تتعامل بشفافية ووضوح مع وسائل الإعلام أوقات الأزمات، واتخذت من وباء كورونا ذريعة لتشييد رقابتها على وسائل الإعلام، كما بينت الدراسة أن وسائل الإعلام أسهمت إلى حد كبير في نشر الوعي الصحي بطرق الوقاية من مرض كورونا، وأن كثير من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على وجه الخصوص وقعت في فخ الإثارة والتهويل، وعملت على إثارة الرعب لدى الناس، ونشرت الشائعات والمعلومات دون التحقق من صحتها، وأن وسائل الإعلام بدأت في حالة من التخبط والتشتت في بداية الأزمة بسبب ندرة المعلومات وضبابية الموقف، وعدم وضوح الرؤية حول الفيروس، ودخلت في سباق بحثاً عن السبق والإثارة.

بينما اهتمت العديد من الدراسات على دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، فركزت دراسة (Zijie Dong, et al., 2021) على مشاركة المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي للاستجابة للكوارث الطبيعية ومدى أهميتها؛ حيث توفر للحكومات ووكالات الإغاثة بيانات ضرورية لتحسين إدارة الكوارث والتعامل معها من خلال تحليل هذه البيانات لجمع معلومات عن نسب الأضرار ومدى خوف الجمهور، لتزويد صانعي القرار بالمعلومات الضرورية والتنبؤ بسلوك الأفراد في ظل استخدامهم واعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تسعى الدراسة إلى تحليل هذا النوع من البيانات عبر نماذج التعليم الآلي، وتحليل المتطلبات الأساسية مثل (الغذاء والسكن

والنقل والإمدادات الطبية) التي يحتاجها للضحايا أثناء الكوارث، وذلك بالتطبيق على موقع تويتر في الولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث تتعرض في كثير من الأحيان للكوارث الطبيعية المختلفة كإعصار هارفي، إعصار مايكل وغيرها، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي منصات مهمة لاستخراج البيانات المتعلقة بالكوارث، وأن احتياجات الأفراد تختلف فيما بينهم عند حدوث الكوارث الطبيعية، لذلك يجب تقديم المساعدة المستهدفة بناءً على نتائج تحليل المشاعر، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي قناة أساسية لنشر المعلومات المتعلقة بالكوارث، الذي يوفر للحكومات ووكالات الإغاثة بيانات في الوقت الفعلي لتحسين إدارة الكوارث.

وهو ما ركزت عليه أيضاً دراسة (نها محمد عثمان، 2019) <sup>(5)</sup> من خلال التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) في تناول الأزمات والكوارث على مستوى العالم، ورصد دورها في احتواء الآثار السلبية، وذلك لتحليل الأزمات والكوارث التي تعرضها الخدمة الجديدة (الاستجابة للأزمات)، واعتمدت الدراسة على المنهج الاستكشافي الوصفي التحليلي، ومن أبرز نتائج الدراسة نجد أن الفييس بوك قدم خدمة جديدة تسمى (الاستجابة للأزمات) منذ يوليو 2018 حتى الآن، هدفها إتاحة ميزة الاستجابة للأزمات والأشخاص المتأثرين بالأزمات، وعرض تقديم مساعدة، والتعرف على أحدث الأخبار والمعلومات الخاصة بالأزمات والكوارث على مستوى العالم، وأن عدد الكوارث التي تغطيها الخدمة على الفييس بوك كانت 118 كارثة بنسبة 90.8% وتتوزع بين حرائق وفيضانات وزلازل وأعاصير وانفجارات وعواصف، بينما كان عدد الأزمات التي تغطيها الخدمة 12 أزمة بنسبة 9.2% وتتوزع بين هجوم وإطلاق نار، وأن هذه الخدمة تحرص على التغطية الشاملة لكل المعلومات عن الكوارث التي تغطيها، لكي تحقق الانتشار على مستوى كبير، وجذب المزيد من المساعدات والتبرعات من كل مكان، وتغطي خدمة (الاستجابة للأزمات) الأزمات والكوارث في العالم كله ولا تقتصر على مكان معين.

بينما سعت دراسة (شيماء السيد، 2016) <sup>(6)</sup> لتقديم إطاراً نظرياً برؤية متكاملة عن اتصالات الأزمات والكوارث عبر وسائل الإعلام الاجتماعي من حيث المفهوم

والأهمية، الوظائف، والسلبيات مع دراسة مداخلها النظرية. وقد استعرضت الباحثة مجموعة من دراسات الحالة لأزمات مؤسسية وأخرى ناجمة عن مخاطر صحية وكوارث طبيعية، وتعكس هذه الحالات ممارسات إيجابية وأخرى مرتبكة في مجال استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، عبر كشف نقاط القوة والضعف فيها، والتعرف على استراتيجياتهم الاتصالية في الاستجابة ومدى فاعليتها في احتواء الموقف، للخروج بمجموعة من الدروس المستفادة من الواقع العملي، وتقديم بعض المعايير التي تساعد المنظمات على تحسين كفاءة وجودة جهودها الاتصالية عبر وسائل الإعلام الاجتماعي أوقات الأزمات والكوارث، من خلال نموذج مقترح يضم (قبل الأزمة: تشكيل فريق لإدارة اتصالات الأزمة، استهداف مجموعات المصالح المؤثرة، إنشاء نظام للرصد والاستشعار الاجتماعي، والاستماع للجمهور والحوار معه، أثناء الأزمة: الاستجابة الفورية، اختيار الاستراتيجية الاتصالية المناسبة، الرصد والمراقبة، وإدارة الشائعات، بعد الأزمة: تقييم الاستجابة الاتصالية، استمرار التواصل مع الجمهور، والتصحيح والبناء).

وعن تقييم الدور الإعلامي في معالجة الأزمات والكوارث الطبيعية، اهتمت دراسة (آمال عبد الوهاب، 2019)<sup>(7)</sup> بدور وسائل الإعلام المختلفة في إدارة الأزمات والكوارث؛ وذلك من خلال التطبيق على كارثة السيول في محافظات الصعيد، ومدى فعاليتها، ولقد قامت الدراسة باستخدام دليل المقابلات المفتوحة؛ واعتمدت الدراسة على مقابلة 13 مسؤولاً بمحافظات الصعيد، واعتمدت أيضاً على مقابلة 30 فرداً من المتضررين من كارثة السيول في قرى من محافظات الصعيد، وجاءت نتائج الدراسة من خلال مقابلة المسؤولين في أن غالبية الحالات ترى أن هناك حالة من الاتفاق حول قصور دور الإعلام في تغطية الأزمة بكل مراحلها، وعدم وجود وعي اجتماعي وثقافة في إدارة الأزمات؛ مبررين ذلك بمسألة الوقوع في ذات الأزمات، بينما كانت مواقع التواصل الاجتماعي لها دور إيجابي في التعاون بين الجهات المختلفة الرسمية وغير الرسمية، والسرعة في نشر الحدث وتوعية المواطنين، وفي نفس الوقت دور سلبي في نشر الإشاعات والأكاذيب؛ مما يؤدي إلى حالة من الفوضى بين المواطنين، فلا توجد عليها مراقبة أو محاسبة، بينما الوسائل الإعلامية الحكومية تعمل على نشر الحقائق والبيانات الصحيحة وتخفف من

آثار الصدمة، وأن دور الإعلام المصري غير مفعّل في كل مراحل الأزمة، حيث يركز على وقت حدوث الأزمة (أثناء حدوث الأزمة) ويغفل قبل حدوثها وبعد حدوثها؛ حيث توعية المواطنين والتنبؤ بحدوث القليل من الأزمات ووصولاً إلى نقل الحدث بكل مصداقية وشفافية، كما أوضحت النتائج أن وسائل الإعلام الحديثة المتمثلة في الإنترنت والمواقع الاجتماعية هي الأكثر ممارسة بين الجهات الرسمية وغير الرسمية والمواطنين؛ وذلك من خلال الاشتراك على صفحاتهم والجروبات، كما أنها توفر الوقت والجهد والمال، مما أدى إلى عدم الاتجاه للإعلام التقليدي، وهو ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية في أن استخدام وسائل التواصل ساعد الناس والأهالي في متابعة الحدث ونشر أي خبر يريد تداوله، وأن انتشار الشائعات أكثر من انتشار الحقائق بسبب تعدد التوجهات والآراء.

كما اهتمت دراسة (أمال الغزاوي وديما عرابي، 2017) <sup>(8)</sup> بتقييم المعالجة الإعلامية للكوارث الطبيعية من خلال دراسة تطبيقية على كارثة سيول البحر الأحمر 2016، وذلك وفقاً لنموذج دور الإعلام في إدارة الكوارث الطبيعية، من خلال التعرف على آراء عينة من خبراء الإعلام والقائمين بالاتصال، وأظهرت النتائج أن معالجة وسائل الإعلام لكارثة السيول كان أكثر في مرحلة ما بعد الكارثة، تليها معالجة الكارثة في أثناء حدوثها، واتضح عدم وجود فروق بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في مجال التحليل أثناء حدوث الكارثة وما بعدها، في حين كان هناك قصور في توقع حدوث الكارثة، وأن المصدر الأساسي المذكور عن الكارثة في مختلف الوسائل هي قيادة سياسية أو حكومية، وذلك لأن هذه الجهات هي المنوط بها احتواء الكارثة، وارتفع الاتجاه الإيجابي لجهود الإغاثة لدى وسائل الإعلام في معالجتها للكارثة.

**المحور الثاني: دراسات تتناول علاقة الجمهور بوسائل الإعلام أثناء الأزمات أو الكوارث الطبيعية:**

اهتمت الكثير من الدراسات بمعرفة الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور أثناء الأزمات والكوارث الطبيعية، فجاءت دراسة (هاجر حلمي حبيش، 2023) <sup>(9)</sup> تهدف إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، وذلك من خلال التعرف على أكثر قضايا المناخية تعرضاً، والتأثيرات الناتجة عن هذا التعرض، وكانت أهم نتائج الدراسة وجود علاقة

ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعي المبحوثين بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئية وتغيرات المناخ، وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المضامين المعروضة حول الجرائم البيئية وتغير المناخ بمواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو دورها في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ.

بينما اهتمت دراسة (محمد سعد الدين الشرييني، 2021)<sup>(10)</sup> بالتعرف على كيفية تزويد الشباب المصري بالمعلومات وقت الأزمات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وأسبابها وأهدافها، وتوصلت الدراسة إلى أن من أهم أسباب استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي التميز في سرعة نقل الأخبار؛ والتي تعد بذلك أداة مهمة في نقل خصائص وسمات تكنولوجيا الاتصال في الفورية والآنية، ويعد تحديد المواقف تجاه الأزمات من أهم أهداف استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات، ويعد الفيس بوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استخداماً ومتابعة من قبل الشباب المصري، وأكد أغلب أفراد العينة إنهم يتلقون المعلومات بشكل عفوي أثناء استخدام الإنترنت.

بينما سعت دراسة (أمة الخالق محمد، 2020)<sup>(11)</sup> إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات والأخبار أوقات الأزمات، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار

المتعلقة بالأحداث والقضايا المثارة، وانتهت الدراسة إلى اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بالأزمات، وتصدر الفيس بوك قائمة الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات بنسبة 100%، يليه الوتس آب، ثم تويتر، أهم الأسباب لاعتماد المبحوثين على الفيس بوك تمثلت في كل من: السرعة والآنية في نقل الأخبار والمستجدات، التواصل مع الأهل والأصدقاء، وحرية التعبير تجاه الأزمة، كما أوضحت الدراسة ارتفاع نسبة تعرض المبحوثين واستخدامهم للفيس بوك عند وقوع حدث سياسي مهم أو تصاعد أحداث الأزمات بنسبة 98%، وإن تفاوتت النسبة ما بين المتابعة المنتظمة والمتابعة غير المنتظمة، وأوضحت الدراسة أن

غالبية أفراد العينة يعتمدون على الفيس بوك كمصدر للمعلومات والأخبار عن الأزمات والأحداث المختلفة بدرجة متوسطة، يليها بدرجة كبيرة، مقابل نسبة ضعيفة ممن لا يعتمدون عليه. أظهرت النتائج فيما يتعلق بتأثيرات اعتماد المبحوثين على الفيس بوك كمصدر للمعلومات والأخبار المتعلقة بالأزمات وجود ثلاثة تأثيرات مرتبة على التوالي تأثيرات وجدانية، معرفية، سلوكية.

كما اهتمت دراسة (خالد الحميدي القحص، 2020)<sup>(12)</sup> بالتعرف على درجة اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد، وأوضحت النتائج أن معدل استخدام الجمهور الكويتي اليومي لوسائل الإعلام الحديثة كان أعلى من معدل استخدام وسائل الإعلام التقليدية، وهذا انعكس على مدى متابعتهم لأخبار فيروس كورونا على وسائل الإعلام الحديثة بدرجة أكبر من وسائل الإعلام التقليدية، كما كشفت النتائج عن تصدر دوافع الفهم والتوجيه بوصفها أهم الدوافع التي تدفع الجمهور الكويتي لمتابعة أخبار الفيروس في وسائل الإعلام، كما جاءت التأثيرات المعرفية متقدمة على التأثيرات الوجدانية والسلوكية، وجاءت الوسائل التي يفضلها المبحوثون هي تطبيق الواتس آب، يليه الانستجرام، ثم موقع اليوتيوب، يليه تويتر، لتأتي وسائل الإعلام التقليدية في الترتيب الأخير.

كذلك سعت دراسة (فلاح بن عامر الدهمشي، 2019)<sup>(13)</sup> إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول عاصفة الحزم، ورصد العوامل المؤثرة في اعتماد الشباب على هذه الوسائل على عينة قوامها 151 مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلى تصدر وسائل التواصل الاجتماعي مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب السعودي في متابعة عاصفة الحزم (64%)، حيث تبرز ما لا تبرزه وسائل الإعلام التقليدية، وجود علاقة عكسية بين المستوى التعليمي والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات، فكلما ارتفع المستوى التعليمي، قل الاعتماد عليها كمصدر للأخبار، وكان الانطباع سلبياً نحو ما تقدمه من معلومات وأخبار، كونها معلومات مغلوطة وأخباراً زائفة، "عاصفة الحزم" هي عملية نفذها التحالف العربي بقيادة السعودية ضد جماعة "أنصار الله" (الحوثيين) في اليمن، وتؤكد نتائج هذا الفرض

أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل وشيوع متابعة مجتمع الدراسة لعاصفة الحزم عبر وسائل التواصل الاجتماعي دون اعتبار لأي متغير؛ نظراً لشيوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي باستثناء متغير المستوى التعليمي، حيث يتعامل ذوو المستويات التعليمية مع أخبار وسائل التواصل الاجتماعي بحذر.

تسعى دراسة (سليمان فيحان فيصل، 2019) <sup>(14)</sup> إلى التعرف على قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات وتشكيل الوعي المعرفي عن الأزمات المجتمعية التي يمر بها المجتمع السعودي، وقد توصلت الدراسة إلى اهتمام العينة بأخبار وقضايا وأزمات المجتمع السعودي بمختلف أنواعها- وإن تصدرها الثقافية- وتلاها الاقتصادية؛ لأنها تمس حياتهم بشكل مباشر؛ وذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، والتي كان لها تأثيراتها المعرفية في المقدمة، ثم تليها التأثيرات الوجدانية والسلوكية.

كما سعت دراسة (عبد الرحمن محمد الشامي، 2018) <sup>(15)</sup> إلى تقصي مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الحروب والأزمات، وذلك بالتطبيق على "عاصفة الحزم"، وأجريت الدراسة على 59 صحفياً من الصحفيين اليمنيين العاملين في الصحافة: المطبوعة والإذاعية والإلكترونية، وممن يشغلون مناصب صحفية قيادية مختلفة، وانتهت الدراسة إلى اعتماد الصحفيين على الإنترنت عامة، وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة، للحصول على الأخبار والمعلومات المتصلة بالقضايا والشؤون الداخلية خاصة، بما في ذلك أخبار الحرب الدائرة في اليمن في أثناء إجراء الدراسة وقد تصدر "فيس بوك" شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الصحفيون للحصول على الأخبار، تلاه "تس آب"، ثم "تويتر". كما جاءت صفحات الصحفيين على "فيس بوك" في صدارة الصفحات التي يحرصون على زيارتها، تلاها صفحات النشاط على هذه الشبكة، وأبدى الصحفيون اتجاهات إيجابية نحو شبكات التواصل الاجتماعي، وإضافتها المهمة للعمل الصحفي، ولكنهم في الوقت نفسه عبروا عن مخاوفهم لما تمثله هذه الشبكات من تهديدات للمبادئ الأساسية للعمل الصحفي، وقيم الأخبار التقليدية. وأكدت الدراسة ضرورة إدخال مقرر التربية الإعلامية في المناهج الدراسية للتأسيس لتعاط نقدي وتحليلي مع معطيات وسائط الإعلام الجديد.

بينما تناولت دراسة ( Sara Mahmoud, 2018 )<sup>(16)</sup> عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب المصري نحو الأزمات المحلية، وذلك بالتطبيق على أزمتين، وهما أزمة تيران وصنافير، وأزمة الدواء، التي حدثت في الأشهر الأخيرة من عام 2016 ، وحاولت الدراسة تقصي مدى اعتماد الشباب المصري على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، والدور الذي تؤديه هذه الشبكات في تشكيل معارف الشباب واتجاهاتهم نحو الأزمات المحلية، ومدى ثقتهم بها، وكيفية تفاعلهم على هذه الشبكات خلال الأزمات، واعتمدت الدراسة على نموذج اتصال الأزمة عبر الوسائل الاجتماعية ومدخل معلومات الأزمة، وتوصلت الدراسة إلى أن معدل استخدام الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي يزيد وقت الأزمات عن الأوقات العادية، كما جاء موقع الفيس في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي الذي يعتمد عليه الشباب المصري في معرفة المعلومات والأخبار أوقات الأزمات، يليه موقع تويتر، ثم انستجرام، وأن الأزمات السياسية والاقتصادية هي أكثر أنواع الأزمات التي تفضل مفردات العينة متابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي .

في حين اهتمت دراسات أخرى بدراسة سلوك الجمهور أثناء الكوارث، والمعلومات التي يحتاج إلى معرفتها، فاهتمت دراسة ( Xinyan Zhao, 2022 )<sup>(17)</sup> بمعرفة كيف يحقق الأفراد الحماية الذاتية لأنفسهم عن طريق التحقق من المعلومات والسلوكيات الوقائية خاصة مع جائحة فيروس كورونا، وانتشار عدد كبير من المعلومات (الخاطئة) على منصات التواصل الاجتماعي، وتعليمات غير متسقة مع الأزمة؛ مما دفع المواطنين في أمريكا للبحث في مصادر وقنوات متعددة لفهم الموقف بشكل أفضل والاطلاع على المعلومات السليمة، وقد تأثروا بشكل إيجابي من خلال بحثهم في وسائل الإعلام الإخبارية والحكومة؛ مما كان لها تأثير إيجابي على القيام بسلوكيات وقائية، وأوصت الدراسة بضرورة توفير المعلومات الصحيحة والتواصل المستمر مع الجمهور باستخدام مختلف القنوات المناسبة، وتسهيل قدرة الفرد ودوافعه في التحقق من المعلومات المتعلقة بالوباء، فالجمهور لم يكن متلقياً سلبياً لأي معلومة يتلقاها، بل يقوم بالتحقق من هذه

المعلومات، للفصل بين الحقائق والمعلومات المضللة لتحديد سلوكياتهم الوقائية للبقاء آمنين.

بينما هدفت دراسة (مفتاح محمد اجعيه، 2021) <sup>(18)</sup> إلى التعرف على الكيفية التي انتقى بها الجمهور العربي مصادر معلوماته أثناء أزمة كورونا، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الجمهور اعتمد على الاتصال الشخصي بشكل كبير في تتابع تطورات أزمة كورونا، بينما مستوى التعرض لوسائل الاتصال والإعلام جاء منخفضاً بالرغم من احتدام الأزمة وارتفاع معدلات تغطيتها من قبل وسائل الإعلام المختلفة، وأن نسبة 52.8% من العينة ترى أن التغطية التي قدمتها وسائل الإعلام كافية جداً، كما أسهمت وسائل الإعلام بشكل كبير في تزويد الباحثين بالمعلومات التي يحتاجونها حول جائحة كورونا بنسبة 61.1%، وأن الإعلانات التوعوية حصلت على النصيب الأعلى من حيث المضامين التي أفاد منها جمهور الباحثين؛ ويرجع ذلك لطبيعة الأزمة المدروسة والتي تحتاج إلى إرشادات وتوعية بمخاطر المرض وطرق الوقاية منه والعلاج غيرها، وجاءت النشرات والتقارير الإخبارية في المستوى الثاني؛ وذلك لحاجة الجمهور للمعلومات ومعرفة آخر التطورات الخاصة بالأزمة، بينما كان مستوى ثقة الباحثين في مصادر المعلومات التي تناولت أزمة كورونا متوسطاً بنسبة 73.1%، وأن خصائص الوسيلة الإعلامية وعامل الثقة فيها كانت إحدى العوامل المؤثرة على انتقاء وتعرض الجمهور للوسيلة الإعلامية.

كما اهتمت دراسة (Yerina S. Ranjit & et al., 2020) <sup>(19)</sup> بفهم السلوك الاتصالي لدى المهاجرين النيباليين خلال حادثة الزلزال الذي ضرب بلاده، من خلال معرفة كيف يتم التعرض للمعلومات حول الضرر وآثار الدمار التي لحقت بذويهم وأصدقائهم، استخدمت الدراسة منهج المسح، وشملت العينة 228 فرداً من النيباليين المقيمين خارج بلادهم، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها أن المهاجرين النيباليين علموا بالأحداث التي أصابت بلادهم أولاً من خلال مكالمات هاتفية من صديق أو قريب، كما أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي هي المنصة الثانية الأكثر استخداماً لمشاركة الأخبار، خاصة مع عطل قنوات الاتصال التقليدية؛ مما أثر على قدرة

المهاجرين على التحقق من سلامة ذويهم، وأن تعرض المبحوثين لصفحات وسائل الإعلام على شبكات الإنترنت كان من بين البدائل التي استخدموها في الحصول على المعلومات. كذلك قامت دراسة (Rahmi Rahmi, et al., 2018)<sup>(20)</sup> بتحليل المعلومات المتعلقة بالكوارث الطبيعية والتعرف على السلوك المستخدم للبحث عنها في أوقات زمنية مختلفة، فدراسة سلوك البحث عن المعلومات (ISB) *information seeking* behavior أثناء حدوث الكوارث الطبيعية ضرورة؛ لما له من العديد من الدلالات، خاصة لأولئك الذين لديهم إمكانية الوصول على الإنترنت، بالتطبيق على زلازل شرق اليابان الكبير وتسونامي في 2011، فكان الناس في المناطق الأكثر تضرراً يميلون إلى الوصول إلى الإنترنت بشكل محدود، لذلك يجب الوصول لمصدر بيانات بديل خاصة للأشخاص الذين ليس لديهم اتصال بالإنترنت أثناء وبعد وقوع الكارثة، بدراسة العلاقة بين الاحتياجات والمعلومات والقنوات، وتوصلت الدراسة إلى أن الناس لا يعتمدون على وسيلة واحدة للوصول إلى مصادر المعلومات أثناء الكوارث الطبيعية، وأن عملية البحث عن المعلومات تتم في مرحلة لاحقة من الكارثة، أما بالنسبة لقنوات المعلومات فقد كان التواصل وجهاً لوجه أكثر شيوعاً في المراحل المبكرة، بينما زاد الهاتف والبريد الإلكتروني في مراحل لاحقة من الكارثة، وقد يكون هذا بسبب حقيقة أنه كان على الناس تأمين سلامتهم أولاً في مرحلة مبكرة، ولا يمكنهم البحث عن معلومات إلا بعد تأمين سلامتهم أولاً، كذلك بسبب الأضرار التي لحقت بالبنية التحتية للاتصالات.

بينما تناولت دراسة (Liu Broolke, et al, 2016)<sup>(21)</sup> استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الكوارث، ومدى تأثير شكل المعلومات والمصدر على الاستجابات السلوكية للجمهور، واعتمدت الدراسة على نظرية ثراء وسائل الإعلام، ونموذج التواصل في الأزمات، وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين سعوا بحرص لطلب المزيد من المعلومات عن الكارثة سواء من وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة، وإن كان يزيد سعيهم للحصول على المعلومات عن الكوارث من التلفزيون ومواقع الحكومة المحلية والفيديالية، وإنه بغض النظر عن طبيعة الرسالة ومصدرها، فقد أظهر أفراد العينة حرصهم الشديد على

التواصل الفوري مع الآخرين من خلال الاتصال الشخصي أكثر من استخدام الإنترنت ومواقع التواصل.

كما اهتمت دراسة (Sejin Park and Elizabeth Avery, 2016) (22) برصد تأثير الوسيلة الإعلامية ونوع الأزمة والتركيبية السكانية لمتابعة والحصول على المعلومات أثناء الأزمات، وتوصلت الدراسة إلى أن الأفراد يستخدمون وسائل متنوعة للبحث عن المعلومات، وأن هناك علاقة بين العمر ونوع الأزمة يؤثر على اختيار وسائل إعلامية معينة دون الأخرى، فأفراد الجمهور يستخدمون وسائل الإعلام أثناء الأزمات بطريقة مختلفة لكل وسيلة تقريباً، فبالنسبة للكوارث الطبيعية والإرهابية وأعمال العنف، فإن أفراد الجمهور يعتمدون بشكل كبير على التلفزيون، لكن في الأزمات الصحية والسياسية، يقل استخدام الجمهور للتلفزيون، ففي الأزمات السياسية يعتمد الجمهور بشكل عام على الصحافة أولاً، ثم أفراد العائلة والأصدقاء، واحتلت مواقع الإنترنت الترتيب الثاني في كل الأزمات.

**التعليق على الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها:**

1- سيطرة وسائل الإعلام وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام على المتلقي العربي في الأوقات العادية، ويزداد اعتماده عليها بشدة في أوقات الأزمات والكوارث والأحداث المفاجئة، وأن وسائل الإعلام الرقمية منافس قوي للقنوات الفضائية كمصدر للحصول على المعلومات في أوقات الأزمات والكوارث لسهولة وسرعة تداول الأخبار عليها.

2- التراجع الملحوظ والمستمر والمتزايد في اعتماد المواطن العربي على وسائل الإعلام المحلية، بكل أنواعها وأشكالها؛ مما يؤكد ضرورة إعادة النظر في أسباب فقد المتلقي العربي بشكل عام للثقة في إعلامه خاصة في أوقات الأزمات والكوارث.

3- اختلفت الدراسات في درجة الثقة فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات، خاصة مع انتشار الكثير من المعلومات المغلوطة والشائعات، فارتفعت درجة الثقة في محتوى وسائل الإعلام التقليدية، إلا أنها أجمعت على نجاح تلك المواقع كوسيلة

للتعبير بحرية عن الآراء وسهولة الحصول على المعلومات بسرعة ومتابعة الأحداث أولاً بأول.

4- أوضحت دور وتأثير وسائل الإعلام الرقمية بشكل عام، ومواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات والكوارث، حيث أكدت هذه الدراسات في مجملها على الدور الإيجابي لهذه المواقع، إذا ما تم توظيفها في سياق تكاملي مع الأدوات الأخرى.

5- اهتمت الكثير من الدراسات بتوضيح الفروق بين الأزمات والكوارث، ومراحل إدارتها، وكيفية التعامل والتصدي لهذه الأزمات، كما ركزت معظم الدراسات على أداتي الاستبانة وتحليل المضمون في التعرف على حجم الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام أثناء الأزمات. 6- اهتمت الكثير من الدراسات بدراسة دور وسائل الإعلام المختلفة خاصة في ظل أزمة كورونا، خاصة مع انتشار الكثير من المعلومات المضللة والشائعات، وأنماط تعامل الجمهور مع وسائل الإعلام أثناء هذه الأزمة.

7- الإفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة الحالية، وتحديد الأهداف، والتساؤلات، ومقارنة نتائج الدراسات السابقة بنتائج الدراسة الحالية.

تم التأكد من أن موضوع الدراسة الحالية لم يتم تناوله من قبل بهذه المعالجة، حيث ركزت الدراسات السابقة على التعرف مصادر الجمهور للحصول على المعلومات خاصة أثناء الأزمات السياسية والصحية، بينما تسعى الدراسة الحالية لدراسة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام أثناء وقوع كارثة طبيعية؛ وذلك بإجراء مقارنة بين أداء وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وتطبيق نظرية التماس المعلومات واختبار فروضها حول سلوكيات الجمهور في التماسه للمعلومات أثناء وقوع كارثة طبيعية واستراتيجيات البحث التي يقوم بها.

**خامساً: الإطار النظري للبحث: نظرية التماس المعلومات:**

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية التماس المعلومات، حيث تمثل هذه النظرية واحدة من أهم النظريات التي تتلاءم بشكل كبير مع طبيعة الدراسات الأكاديمية

التي تدرس العلاقة بين وسائل الإعلام (كمصدر للتماس المعلومات) ومستخدميها، وسلوكياتهم في بحثهم عن المعلومات، والعوامل التي تؤثر في هذه السلوكيات. تعد عملية التماس المعلومات هي المحدد الأساسي لمدرجات الجمهور؛ فقد أوضحت عديد من البحوث العلمية التي وظفت نظرية التماس المعلومات أن عملية التماس المعلومات ينتج عنها عدد من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية، أبرزها تفسير القضايا المختلفة وفهمها وتكوين المعرفة والمدرجات والاتجاهات والتأثير على السلوكيات، وبشكل عام، فإن وسائل الإعلام تؤدي دوراً مهماً في زيادة وعي الأفراد من خلال المعلومات التي تزودهم بها، كما ترفع مستوى الإدراك العام، وتقنع الأفراد بتبني بعض السلوكيات.

عرف ويلسون Wilson أن سلوك التماس المعلومات هو "التماس المعلومات المقصود والناج عن رغبة الفرد لإشباع بعض حاجاته"؛ فهو يعني التماس المعلومات لإشباع بعض الحاجات أو القيام بمهام، وبذلك فهو عملية تقع في عقل ملتزم المعلومات وإدراكه لإشباع بعض الاحتياجات، ولهذا فإنه يبحث عن المعلومات من خلال قنوات المعلومات المختلفة، مثل المكتبة والخدمات الإلكترونية والأشخاص الآخرين ووسائل الإعلام<sup>(23)</sup>.

قدم ويلسون Wilson في عام 1999 نموذجاً أشار فيه إلى أن سلوك البحث عن المعلومات هو جزء فرعي من سلوك السعي إلى المعلومات، وأن سلوك السعي إلى المعلومات جزء فرعي من سلوكيات المعلومات، وبالتالي فإن سلوكيات البحث عن المعلومات جزء فرعي من سلوكيات المعلومات، إلا أن علم المعلومات ليس حكراً على البحوث في حقول سلوكيات المعلومات والحاجات المعلوماتية، وأن هناك كثيراً من التخصصات التي تعني إلى حد ما بهذه الدراسات خاصة فيما يتعلق<sup>(24)</sup>:

- كيفية السعي والبحث عن المعلومات.
- استخدام المعلومات.
- القنوات المستخدمة للوصول إلى المعلومات.
- العوامل التي تعوق أو تشجع البحث عن المعلومات واستخدامها.

وأوضح باحثون أن هناك عدة عوامل داخلية وخارجية تؤثر في عملية التماس المعلومات ينشأ عنها العديد من النماذج المعقدة التي تفسر سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات، كما تؤدي العوامل الوجدانية دوراً مهماً في فهم هذا السلوك وتحليله أثناء عملية الالتماس، وعندما يحصل الفرد على المعلومات المطلوبة ينشأ عنها بعض العمليات الإدراكية<sup>(25)</sup>.

إن الحاجة إلى المعلومات تنشأ عندما يدرك الإنسان وجود فجوة معرفية لديه ويرغب في سد هذه الفجوة، فالحاجة المعلوماتية هي الافتقار، العجز، الفجوة، أو الفرق بين المعرفة اللازمة والمعرفة التي يمتلكها الفرد، فجوهراً ما تمثله عملية التماس المعلومات يشير إلى أن الفرد لديه حاجة معلوماتية فيقوم بنشاط لاستخدام مصادر المعلومات، لتلبية هذه الحاجة، ويفترض نموذج التماس المعلومات وجود حوافز أو منبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على المعلومات التي تمكنه من مواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة<sup>(26)</sup>.

تختبر نظرية التماس المعلومات فرضية مؤداها أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة، ولاحظ (دونيهيو وتبتون Donohew and Tipton) أن هناك عوامل عديدة يمكن أن تؤثر على اختيار الفرد للرسائل الاتصالية التي يتعرض لها، ومن هذه العوامل إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة، أو إشباع حاجات أساسية في موضوع معين لمواجهة المشكلات، أو الأزمات، أو البحث عنها لمجرد التسلية أو بسبب الحاجة للتنويع، أو بسبب سمات شخصية<sup>(27)</sup>. وهناك عناصر أخرى ترتبط بالمواقف التي تؤثر على بحث الفرد عن المعلومات مثل: قيود الوقت ومحدوديته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع.

#### العوامل المؤثرة على نظرية التماس المعلومات ومعالجتها:

1- بنية المجتمع في كيفية وطريقة استعمال الفرد لوسائل الإعلام والاتصال من أجل الحصول على المعلومات، حيث يؤثر نوع الوسائل المستخدمة في مجتمع ما على تفضيل الأفراد لوسيلة أو وسائل معينة كمصدر للمعلومات.

2- طريقة وكيفية اختيار الأفراد لوسائل الاتصال من أجل الحصول على المعلومات، ولكي تتجح عملية التماس المعلومات، توجد بعض السمات التي ينبغي توافرها في مصدر المعلومات، هي<sup>(28)</sup>:

- الإتاحة/ الوصول: بعض المصادر يمكن الوصول إليها بسهولة، والبعض الآخر صعب الوصول إليه، وبعض المصادر قد تكون مكلفة، أو تحتاج إلى وقت طويل.
- المصدقية: إن الشك في مصداقية مصادر المعلومات يمكن أن يعوق التماس المعلومات ويجعل الفرد يتردد في استخدامها، فلا بد من توافر الثقة في الوسيلة.
- القبول: إن قبول ملتسمي المعلومات للوسيلة الاتصالية التي تحتوي على المعلومات من الأمور التي تؤثر على التماس المعلومات.

#### استراتيجيات التماس المعلومات:

تعرف بأنها مجموعة الخطوات التي يقوم بها الفرد بوضوح عند البحث عن معلومة ما؛ مما يعني أن كل خطوة أو مرحلة من مراحل البحث تعد استراتيجية، تتم عملية التماس المعلومات خلال مراحل أساسية لتلبي احتياجات الجمهور، وقد لخص بعض الباحثين هذه العملية إلى ثلاثة مراحل رئيسية، وهي<sup>(29)</sup>:

- 1- الحاجة إلى المعلومات.
- 2- التماس المعلومات.
- 3- استخدام المعلومات.

وبعد انتهاء مرحلة التماس المعلومات من خلال تلك الاستراتيجيات تبدأ المرحلة الأهم وهي مرحلة استخدام المعلومات التي تم الحصول عليها لإشباع الحاجة المعلوماتية المثارة للمستخدم؛ مما يترتب عليه تغيير حقيقي في حالته المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية، ويتوقف نجاح عملية التماس المعلومات على درجة نشاط الفرد ومدى قدرته على استكمال مراحل الالتماس<sup>(30)</sup>.

#### التماس المعلومات أثناء الأزمات والكوارث:

ففي أوقات الكوارث والأزمات- أيًا كان نوعها- يحتاج الجمهور إلى المعلومات الواضحة والكافية عما يحدث، ويحتاج أيضًا تفسيرًا لما يحدث وتصورًا بالسيناريو المستقبلي لتطور الأزمة، وتوضيحًا وافيًا لما ينبغي القيام به واتباعه في التعامل مع هذه

الكوارث والأزمات، ووسائل الإعلام عموماً هي الآلية المنوط لها توفير المعلومات وتقديم الشرح والتفسير، وأيضاً هي المسؤولة عن توعية الجمهور بالسلوك الأمثل في التعامل مع الكارثة أو الأزمة، ففي السنوات الأخيرة زادت فرص الحصول على المعلومات أمام الجمهور بعد ثورة المعلومات؛ مما جعل هناك وفرة في المعلومات الصحيحة والمغلوطة، الأمر الذي يدفعه إلى ضرورة الانتقاء والتحري من مصداقية ودقة هذه المعلومات.

دوافع سلوك التماس المعلومات أثناء وقوع الأزمات أو الكوارث الطبيعية<sup>(31)</sup>:

1- غموض القضية/ تضارب أو مدى كفاية المعلومات بشأنها: باعتباره محفزاً لسلوك إدارة المعلومات، فالغموض والتناقض يؤديان لإثارة القلق، وبالتالي لتنشيط سلوك البحث عن المعلومات.

2- التهديد المدرك: ويشمل قابلية التأثر/ شدة الخطر: بسبب تأثير التفاعل بين تأثير التفاعل بين التهديد المدرك للتعرض لمثل هذه الكوارث أو الأزمات، والفاعلية المدركة على سلوك التماسهم للمعلومات.

3- الخوف/ القلق: توقع الباحثون أن القلق يحفز التماس المعلومات بشكل أكبر من الخوف، فالقلق يؤدي إلى مستويات أكبر بكثير من الخوف من حيث تحفيز التماس المعلومات.

وهناك العديد من الدوافع التي تجعل الأفراد يسعون للحصول على المعلومات حددها بعض الباحثين في التحقق من وسائل الإعلام، الراحة، الإنجاز الشخصي، الترصد والمراقبة الاجتماعية للبيئة المحيطة والتعبير عن الآراء والانتماء، مناقشتها مع الأصدقاء أو المعارف، أما عن الجوانب الانتقائية في تعرض الجمهور لوسائل الإعلام فإن الأفراد يفضلون التعرض طواعية لرسائل معينة، ومن خلال وسائل محددة يحددونها وذلك بما يتماشى مع رغباتهم واتجاهاتهم وميولهم النفسي سواء شعروا بذلك أو لم يشعروا<sup>(32)</sup>.

وتستفيد الباحثة من تطبيق نظرية التماس المعلومات في هذه الدراسة الميدانية لرصد وتفسير سلوكيات المبحوثين في التماسهم للمعلومات من وسائل الإعلام، بالإضافة إلى التعرف دوافع التماسهم للمعلومات أثناء وقوع زلزال سوريا وتركيا، والعوامل المؤثرة على اختيار وسيلة دون الأخرى، ويرجع أسباب اختيار هذه النظرية للتأكيد على أن

الجمهور يتجه إلى وسائل إعلام معينة لانتقاء معلوماتهم أثناء وقوع الأزمات أو الكوارث الطبيعية، وهذا ما يتفق مع هذه النظرية إلى اختبار فرضية مؤداها: (أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة).

#### سادسا: تساؤلات البحث:

- 1- ما مستوى اهتمام الجمهور المصري بمتابعة الكوارث الطبيعية التي تحدث من حوله؟
- 2- ما حجم اعتماد الجمهور المصري على الوسائل التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات عن الكوارث الطبيعية؟
- 3- ما أهم وسائل الإعلام التقليدية والرقمية التي يفضلها الجمهور المصري في التماس المعلومات عن الكوارث؟
- 4- ما العوامل المؤثرة على اعتماد الجمهور المصري على كل من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات عن الكوارث الطبيعية؟
- 5- ما مستوى ثقة الجمهور المصري في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات؟
- 6- ما مستوى رضا الجمهور المصري عن أداء وسائل الإعلام في تغطية الكوارث الطبيعية؟
- 7- ما دوافع التماس الجمهور المصري للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام؟
- 8- ما سلوكيات التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام؟
- 9- ما استراتيجيات التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام؟
- 10- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة من التماس الجمهور المصري للمعلومات حول الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية؟

## سابعاً: فروض البحث:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، مستوى التعليم).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومستوى رضاهم عن أداء هذه الوسائل.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وحجم الاهتمام بمتابعة أخبار الكوارث.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومستوى الثقة في المضمون المقدم بها.

الفرض الخامس: تتأثر شدة العلاقة الارتباطية بين حجم الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومستوى رضا الباحثين عن أداء هذه الوسائل بمجموعة من المتغيرات الوسيطة التالية:

أ- مستوى الثقة في الوسيلة.

ب- حجم الاهتمام بالموضوع.

## جدول (1)

## متغيرات الدراسة

المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
رضا الباحثين عن أداء وسائل الإعلام	<ul style="list-style-type: none"> <li>- حجم الاهتمام بالكارثة</li> <li>- مستوى الثقة في الوسيلة</li> <li>- المتغيرات الديموجرافية</li> </ul>	التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية

## ثامناً: الإجراءات المنهجية:

## أ- نوع الدراسة:

تعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث أو الأشخاص أو الاتجاهات أو القيم وكذلك أنماط السلوك المختلفة، وجمع الحقائق عنها لرسم صورة متكاملة تتسم بالواقعية والدقة<sup>(33)</sup>، حيث تستهدف الدراسة وصف لعلاقة التماس الجمهور المصري للمعلومات أثناء وقوع كارثة طبيعية بل وتفسير العوامل المؤثرة على هذا الاعتماد سواء كانت عوامل تتعلق بأفراد عينة الدراسة، أو عوامل تتعلق بخصائص الوسيلة، أو عوامل متعلقة بالسياق المجتمعي، وتحديد مستوى رضا الجمهور عن أداء وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في تغطية الكوارث الطبيعية، ومسح التأثيرات المترتبة على هذا الالتماس لدى الجمهور.

## ب- منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، حيث تم إجراء مسح بالعينة؛ وذلك لكبر حجم مجتمعات الدراسة، وصعوبة حصرها حصراً شاملاً<sup>(34)</sup>، وذلك عبر أسلوب "مسح جمهور الوسيلة".

كما استعانت الدراسة أيضاً بالأسلوب المقارن لإجراء مقارنة بين اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء كل من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات أثناء وقوع كارثة طبيعية في دولة ما، والوقوف على أوجه التشابه والاختلاف بينهم هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى للمقارنة بين متغيرات نظرية التماس المعلومات التي تتفاعل في تكوين استراتيجيات يعتمد عليها الجمهور في التماسه للمعلومات.

## ج- عينة الدراسة الميدانية:

تمثلت عينة الدراسة في كل الجمهور المصري العام الذي يتعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، حيث تم تطبيق البحث على عينة عمدية قوامها 300 مبحوث من سن 18 عاماً فأكثر، وذلك في الفترة من فبراير إلى أبريل، بالتطبيق على زلزال سوريا وتركيا في عام 2023.

## د- أداة الدراسة الميدانية:

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبانة بما فيها من أسئلة تحقق أهداف البحث وتجنب عن تساؤلاته وتختبر الفروض والمتغيرات المطلوب قياسها، عن طريق الإنترنت؛ حيث تم إرسال رابط الاستبانة الإلكترونية إلى المبحوثين عبر موقع "الفييس بوك"، وكذلك عبر تطبيق "الواتس آب"، باستخدام نماذج جوجل المجهزة لإجراء الاستبانة إلكترونياً، وقد تضمنت صحيفة الاستبانة 22 سؤالاً موزعة على سبعة محاور رئيسية، هي:

المحور الأول: حجم اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات عن الكوارث الطبيعية.

المحور الثاني: مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار الكوارث الطبيعية في وسائل الإعلام.

المحور الثالث: اتجاه المبحوثين نحو الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات عن الكوارث الطبيعية.

المحور الرابع: تقييم المبحوثين لأداء كل من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات عن الكوارث ومستوى رضاهم

المحور الخامس: تحديد المتغيرات الوسيطة (مستوى الثقة في الوسيلة- مستوى الاهتمام بالكوارث الطبيعية- دوافع التماس المعلومات) لنظرية التماس المعلومات.

المحور السادس: خطوات واستراتيجيات المبحوثين في التماس المعلومات عن الكوارث الطبيعية.

المحور السابع: الخصائص الديموجرافية للمبحوثين.

## جدول (2)

## خصائص عينة الدراسة

خصائص العينة		ك	%
النوع	ذكر	102	34
	أنثى	198	66
السن	من 18 إلى أقل من 21 عاماً	212	70.7
	من 21 إلى أقل من 35 عاماً	42	14
	من 35 إلى أقل من 45 عاماً	15	5
	من 45 إلى أقل من 60 عاماً	22	7.3

خصائص العينة		ك	%
النوع	ذكر	102	34
	أنثى	198	66
	من 60 عاماً فأكثر	9	3
المستوى التعليمي	يجيد القراءة والكتابة	22	7.3
	مؤهل متوسط	45	15
	مؤهل جامعي	217	72.3
	دراسات عليا	16	5.3

يوضح الجدول السابق ما يلي:

أ- بالنسبة لمتغير النوع: ارتفع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح الإناث بنسبة 66%، في مقابل اعتماد 34% من الذكور على استخدام هذه المواقع.

ب- بالنسبة لمتغير السن: قامت الباحثة باختيار مفردات عينة الدراسة الميدانية من مختلف الفئات العمرية، لتمثيل مختلف الأعمار بدءاً من سن 18 عاماً فأكثر، نظراً لعدم اقتصار الاهتمام بمتابعة أخبار الكوارث الطبيعية على فئة عمرية دون أخرى، فجاءت نسبة (من 18 إلى أقل من 21 عاماً) في المركز الأول بنسبة 70.7%، لتأتي فئة (من 60 عاماً فأكثر) في الترتيب الأخير بنسبة 3%، وهو ما يشير إلى أن النسبة الأكبر من مستخدمي الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي يندرجون ضمن الفئات العمرية الشابة، ومن هنا يمكن استخلاص أن هناك علاقة عكسية بين العمر ومعدلات الاستخدام، فكلما زاد العمر قل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ وذلك لعدة أسباب، منها: انشغال الفئات المتقدمة في العمر بشؤون الأسرة أو العمل، أو لعدم إجادتها استخدام الإنترنت، أو لأسباب صحية، أو لاعتمادهم على مصادر أخرى.

ج- بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي: قامت الباحثة باختيار أربعة مستويات تعليمية مختلفة تبدأ بمن يجيد القراءة والكتابة، يليه الحاصل على مؤهل المتوسط مروراً بالمؤهل الجامعي وانتهاء بالمرحلة فوق الجامعية والتي تمثل الدراسات العليا من الحاصلين على الماجستير والدكتوراه، وقد تفوقت المرحلة الجامعية بنسبة كبيرة بلغت (72.3%) على غيرها من المراحل التعليمية، ويتضح مما سبق أن هناك علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمستوى التعليمي، حيث إن فئة الجامعيين حصلت على الترتيب

الأول بين أفراد العينة المستجيبة، ويرجع ذلك إلى أن الشباب هم أكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، وأكثر مهارة وشغف في التعامل مع التقنيات الحديثة، بل وإتقانها.

ه- إجراءات الصدق والثبات:

### 1- الصدق التحليلي Validity:

يقصد بالصدق اتفاق المحكمين على أن أداة القياس صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، تم إجراء اختبار الصدق في هذه الدراسة من خلال عرض صحيفة الاستقصاء على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال البحث لتحكيمها، وإبداء ملاحظاتهم فيها (\*)، والذين تفضلوا بتحكيم الاستمارة ومراجعتها منهجياً وعلمياً، وقامت الباحثة بإجراء التعديلات التي تحقق أهداف الدراسة بشكل أفضل، ثم وضعها في صورتها النهائية.

### 2- الثبات التحليلي Reliability:

تم إجراء اختبار الثبات لقياس مدى اتساق إجابات المبحوثين عبر فترة زمنية من إجاباتهم عنها، وذلك من خلال إعادة تطبيق الاستمارة على عينة قوامها (10%) من حجم العينة الأصلية؛ للتأكد من وضوح الأسئلة وفهم المبحوثين لها، ثم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية، وبلغ معامل الثبات الكلي (98%) وهو معامل ثبات مرتفع يدل على صلاحية الاستبانة للتطبيق. كما تم حساب معامل الثبات (ألفا كرونباخ) لمقاييس الاستمارة الذي بلغت قيمته (0.807)، وهي قيمة معامل ثبات مرتفعة يمكن الاعتماد عليها.

### و- المعاملات الإحصائية:

استعانت الباحثة بالبرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل بيانات الدراسة، وتم

استخدام المعاملات التالية:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي.
- 3- معامل ارتباط بيرسون، لقياس شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى النسبة.
- 4- معامل الارتباط الجزئي، لقياس العلاقة بين متغيرين مع ضبط تأثير المتغير الثالث.

5- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة، لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من المبحوثين في أحد المتغيرات (T-test).

6- تحليل التباين ذو البعد الواحد (ANOVA) لدراسة لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.

ز- مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1- مفهوم إعلام الأزمات والكوارث (إجرائياً): هو مجموع العمليات الإعلامية التي تتعامل بها مختلف الوسائل الإعلامية قبل وأثناء وبعد حدوث الأزمات والكوارث لتغطية الأحداث ومواكبتها.

2- مفهوم التماس المعلومات (إجرائياً): هو سلوكيات المبحوثين في بحثهم عن معلومات عن الكوارث الطبيعية عند حدوثها، والمصادر التي يعتمدون عليها، كما يشمل التعريف دوافع ومستوى حاجة الجمهور إلى المعرفة، وسلوك الجمهور أثناء بحثه عن المعلومات، إجراءات ما بعد بحثهم للمعلومات، وتأثيرات التماسهم للمعلومات.

3- الكارثة: يعد مصطلح الكارثة من أكثر المفاهيم تقارباً مع الأزمة، إلا إنها لا تعبر عنها، فالكارثة حدث مفاجئ يؤدي إلى أضرار بالغة وخسائر في الأرواح والممتلكات وتدمير على نطاق واسع، والتعريف الدولي للكارثة هي حادثة ينجم عنها خسائر كبرى في الأرواح والممتلكات، وهناك كوارث طبيعية مثل الزلازل والبراكين أو صناعية بسبب الإنسان مثل الحروب والحرائق والمجاعات<sup>(35)</sup>.

4- الأزمة: تعد مشكلة إدارة في المقام الأول سرعان ما تتحول إلى محط اهتمام وسائل الإعلام التي تحرص على نقل أخبارها؛ مما يؤدي إلى اهتمام الرأي العام الفروق الجوهرية بين مفهوم الأزمة والكارثة<sup>(36)</sup>:

1- مصطلح الأزمة أعم وأشمل من الكارثة، فالأزمة تشمل كافة الأزمات الصغيرة والكبيرة، المحلية والدولية، أما الكارثة فمدلولها ينحصر في الحوادث ذات الدمار الشامل والمتسع والذي يصاحبه خسائر كبيرة في الأرواح والممتلكات.

2- قد يكون للأزمات مؤيدون من الداخل والخارج، أما الكوارث فليس لها مؤيدين.

3- حجم الكارثة وقوتها أقوى بكثير من حجم الأزمة وتداعياتها.

## 4- الآثار الناجمة عن الكارثة كبيرة وقت وقوعها.

خلفية نظرية: دور الإعلام أثناء الأزمات والكوارث في عصر التكنولوجيا والمعلومات:

شهد العالم والوطن العربي في الآونة الأخيرة العديد من الكوارث والأزمات السياسية والاقتصادية والطبيعية؛ مما يزيد من حاجة الشعوب إلى تلبية احتياجاتها من معلومات لمواجهة هذه الأزمات وتخطيها؛ مما يبرز أهمية وظيفة الأخبار والتي تعد من أهم وظائف وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها، حيث تسعى هذه الوسائل في تحقيق سبق الإعلامي، وتتنافس فيما بينها في تغطية الأحداث الجارية وتحليلها والتعليق عليها، ومع تزايد أهمية شبكة الإنترنت ومناقتها لوسائل الإعلام التقليدية في نقل الأخبار بدرجة عالية من الأنوية؛ أصبح الجمهور يعيش تطورات الأحداث أولاً بأول، حتى صار الإنترنت بذلك قوة إعلامية مستقلة في معظم الأوقات، وتزداد أهمية وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والكوارث الطبيعية، وتنعكس تلك الأهمية من خلال زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في معرفة التفاصيل في ظل تسارع الأحداث، وطبيعة الخوف، وعدم الأمان اللذين يشعر بهما الأفراد؛ مما يوضح أن الازمة تتميز بالاستخدام المتزايد والمكثف لوسائل الإعلام المتاحة للجمهور، بل إن تأخر وسائل الإعلام وعدم مواكبتها لنشر المعلومات والأخبار سيزيد من حالتها الارتباك والغموض حول الأزمة وطبيعتها وأثرها في الفرد والمجتمع.

وقد تطورت دراسات إدارة الأزمات والكوارث من منظور شامل، وأصبحت مجالاً مشتركاً لاهتمام وعمل باحثين وخبراء من مجالات متخصصة مختلفة، تجمع كافة فروع العلوم الإنسانية الاجتماعية والطبيعية، وتعكس الاهتمام الدولي بها ومدى استيعابه لخطورتها، وقد مثلت جائحة كورونا هزة في المجتمع الدولي واستنفرت جميع مكوناته العلمية والعملية والنفسية والاقتصادية؛ من أجل إدارة هذه الأزمة بما يتوافق مع حجمها وآثارها، حيث إن ما شهده العالم مع مطلع عام 2020 يعتبر بكل المقاييس كارثة من الكوارث الصحية التي سيسجلها التاريخ؛ لما كان لها من تحديات كبيرة واجهت النظم الصحية على مستوى العالم، ليس على المستوى الصحي فقط، ولكن على المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

لا شك أن الكوارث الطبيعية إحدى أخطر الكوارث البيئية التي تهدد الإنسان في حياته وثرواته وبيئته الطبيعية والعمرانية والاجتماعية، وتتمثل الأخطار الناتجة عن الكوارث الطبيعية في فجائية حدوثها، فمن هذه الكوارث ما يمكن التنبؤ به قبل حدوثه بأيام أو ساعات كالفيضانات والأعاصير؛ من خلال ظواهر ودلالات تشير إلى احتمالات الحدوث، ومنها ما يتسم بالفجائية دون أية دلالات تنذر بقرب حدوثها، فالزلازل من الكوارث الطبيعية التي تحدث دون مقدمات، مع صعوبة توقع حدوثها، وإن كان المناخ النفسي للمواطنين أثناء وبعد حدوث الزلزال، يصعب معه تخصيص برامج للتوعية باعتبار إعادة نشر وقائع الحدث قد يكون بمثابة مغزى رمزي، مثير للآلام؛ مما قد يعوق وصول الرسالة الإعلامية الهادفة للتوعية ضد الأخطار، مما يجعل استغلال حدوث مثل هذه الكوارث في دول أخرى أكثر فائدة وأكبر أثراً عندما يتم تناولها في أشكال مختلفة من تعليق، وحوار، وبرامج خاصة، وتقارير؛ لشرح أبعاد الكارثة والسلوكيات غير الواعية التي كانت وراء زيادة حجم الخسائر وشرح الإجراءات والخطوات الوقائية التي كان يجب الاستعداد بها للإقلال من حجم الخسائر، فقد أثبتت المسوح الميدانية أن حجم الأضرار والخسائر تتضاعف مع غياب الوعي لدى المواطنين بأساليب الوقاية والإقلال من الأضرار تتضاعف مع غياب الوعي لدى المواطنين بأساليب الوقاية والإقلال من الأضرار<sup>(37)</sup>.

#### أهمية البعد الإعلامي في إدارة الأزمات والكوارث:

تتعاظم أهمية البعد الإعلامي في إدارة الأزمات والكوارث بسبب الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع، فيتابع الجمهور ومتخذه القرار تطور الأزمات والكوارث من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من أخبار ومعلومات، فتعد مصدراً أساسياً من مصادر المعرفة بوقوع الكارثة وقت وقوعها، أي أن وسائل الإعلام تنقل للجمهور والرأي العام الواقع، فوسائل الإعلام تعمل على الاستعداد والاستجابة للأزمات والكوارث من خلال التحذير، وكسب التأييد والتعاطف، ومحاربة الشائعات، والعمل على طمأنة الجمهور، ودعوته للمشاركة في جهود الإنقاذ، أو جمع المال والتبرعات، كذلك فإن وسائل الإعلام

يمكنها أن تقوم بالسيطرة على الأزمة أو الكارثة بمناقشة وتقييم جهود الإنقاذ والكشف عن جوانب القصور وتحديد الدروس المستفادة.

ومن ناحية ثانية، يبرز دور وسائل الإعلام أثناء الأزمات، سواء من حيث دورها في إحداثها أو الإسهام في تفاقمها أو حلها، فالأجهزة الإعلامية تسيطر على المعلومات والأخبار، وتعمل مرشحاً لما يتلقاه الجمهور من أخبار وكيفية تفسيرها للأزمات، ولذلك لا بد من وضع الأسس عند تصميم خطة إعلامية أثناء وقوع الأزمات أو الكوارث، يقوم على تزويد المواطنين بالمعلومات عن الكارثة ومدى حجمها وآثارها كما يقوم بتزويد الدولة بالمعلومات من خلال نقل آراء المواطنين حول الجهود المبذولة، كما يؤدي الإعلام دوراً مهماً في الحد من الكوارث والأزمات إذا توفرت له الوسائل والأدوات، وإذا كان لديه خطة موضوعة بالاعتماد على كوادرات مؤهلة، ومن ناحية أخرى، لما تشكل التهديدات والمخاطر المترتبة بالكوارث من درجة التوتر والخوف بين الجمهور، ومن ثم يكون أكثر عرضة للوقوع تحت تأثير الشائعات<sup>(38)</sup>.

فالدور الذي تضطلع به وسائل الإعلام في عالمنا المعاصر يتجاوز حدود التوعية المعلوماتية والخبرية، لأهمية الدور الذي يقوم به الإعلام وقت الأزمة من إمداد الجمهور بالبيانات والمعلومات، كما يمتد هذا الدور إلى ما بعد انتهاء الأزمة واحتواء آثارها<sup>(39)</sup>، وبذلك يعد الإعلام وسيطاً فعالاً بين الكارثة وبين الجماهير العريضة التي ينتابها شعور قوي بضرورة الحصول على المعلومات الكافية، فتتسابق إلى معرفة التفاصيل الدقيقة والتطورات المتلاحقة.

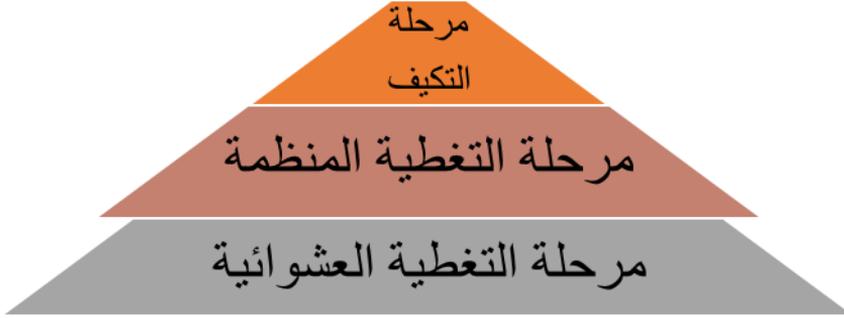
وتتمثل أهم مقومات إدارة الإعلام للكوارث الطبيعية في<sup>(40)</sup>:

1- توعية المواطنين: في الحقيقة لا يمكن مواجهة أي أزمة بفاعلية دون إعلام وتوعية المواطنين والمقيمين بالدور المطلوب منهم القيام به عند وقوع الأزمة، حيث إن وعيهم بالدور المطلوب منهم يؤدي إلى المساعدة في مواجهة الأزمة؛ مما يتطلب إعداد وتنفيذ خطط إعلامية وتوعوية في هذا الإطار، كما إنه يتطلب حملة إعلامية على المستويات كافة، تستخدم جميع وسائل وأساليب التواصل الجماهيري؛ من أجل توضيح الإجراءات المستخدمة في مواجهة الأزمة.

2- الخطة الإعلامية في الأزمات: تعد الخطة الإعلامية من أهم مقومات إدارة الأزمات، والضرورة تحتم وجود سياسة إعلامية، قبل وأثناء وبعد الأزمة، ونظراً لما للإعلام من أهمية كبرى في إدارة الأزمات، ولأنه عندما يهمل الدور الإعلامي يكون لذلك انعكاس سلبي على عملية إدارة الأزمة، فمن الضروري تعيين متحدث رسمي على قدر من الكفاءة والتأهيل والخبرة بحيث يتولى الإدلاء بالتصريحات كافة عن الأزمة.

وسائل الإعلام ودورها أثناء الأزمات والكوارث:

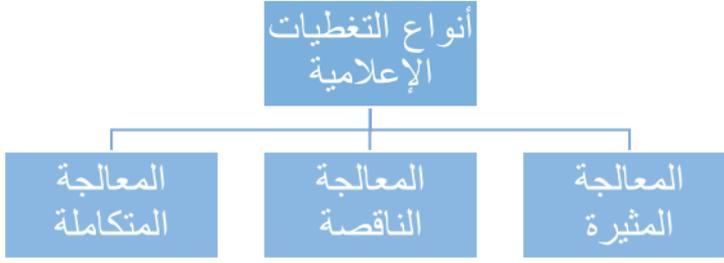
تمر التغطية الإعلامية لأزمات أو الكوارث بعدة مراحل، وتشمل:



شكل (1) مراحل التغطية الإعلامية

- 1- مرحلة التغطية العشوائية: ويتم من خلالها تغطية الحدث حال وقوعه، وتكون التغطية بصورة عشوائية لم تصل إلى مستوى التنسيق المتكامل والعمل المنظم.
- 2- مرحلة التغطية المنظمة: فبمجرد الشعور بأهمية الحدث والأزمة توجه الأطقم من الفنيين والإعلاميين لموقع الحدث للعمل على بث الأخبار أولاً بأول والتعليق عليها، وتصل التغطية الإعلامية فيها إلى أعلى درجات التنسيق في العمل المتكامل.
- 3- مرحلة التكيف: وهي مرحلة ما بعد الأزمة؛ حيث يكون الإعلام له دور في صياغة الواقع الجديد الذي أفرزته الأحداث، وهنا يأتي دور المتخصص لدراسة النتائج التي أفرزتها الأزمة بهدف بلورة المفاهيم الجديدة وفقاً للواقع الذي أفرزته الأزمة.

تعدد أنواع التغطية الإعلامية للأزمات:



شكل (2) أنواع التغطيات الإعلامية

1- المعالجة المثمرة: والتي تميل في تغطيتها إلى التهويل والسطحية، والتي ينتهي اهتمامها بالأزمة بانتهاء الحدث، وهي معالجة مبتورة تتسبب في تضليل وتشويه وعي الجمهور وتعتمد على الرؤية التسويقية للإعلام بغض النظر عن الدور التوعوي والثقافي.

2- المعالجة الناقصة: لا تقوم على التهويل، بل التهوين، وبذلك تقلل من معلومات وأخبار ذات أهمية قصوى بالنسبة للمجتمع.

3- المعالجة المتكاملة: وهي التي تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة (مواقف الأطراف المعنية- الأسباب-السياق- التطورات- الآفاق)، وتتسم هذه المعالجة بالعمق والشفافية. تتمثل أهم مهام الإعلام في ظل تغطية الأزمات والكوارث الطبيعية في<sup>(41)</sup>:

1- أن مهمة الإعلام هي بناء روح الأمل والإيجابية في ظل الأزمات والكوارث والتعامل معها بكل مصداقية وثقة، وذلك بتغطية الأحداث بالاعتماد على الحقائق والمتخصصين والنعمة الهادئة.

2- التوازن في مهام الإعلام خلال المراحل المختلفة للأزمة أو الكارثة، وتحقيق التوازن بين الجوانب المعرفية والوجدانية في الرسائل الإعلامية، فالإعلام عندما ينشر أخبار الكوارث يستطيع تحريك العقول والقيم والمثل الإنسانية، كذلك فإنه لابد أن يوازن بين الجوانب المختلف للكارثة والمتمثلة في أسبابها ومدى الخسائر المترتبة عليها وغيرها.

3- الحرص على تهدئة الرأي العام والحفاظ على تماسك المجتمع واستقراره أثناء وقت الأزمات.

4- مواجهة الشائعات التي يرددها البعض أثناء الأزمات من خلال الرد عليها من المسؤولين والمتخصصين أنفسهم وتقديم الحقائق التي تطمئن الجماهير وتعرفهم بحقيقة هذه الشائعات.

5- تشجيع العمل التطوعي وإبراز الصور المضيئة بالحب والمسئولية، وإحساس المواطن بالمشاركة والمسئولية المجتمعية.

6- التركيز على أهمية التضافر والتضامن العربي والإقليمي لتوفير المواجهة الصحيحة وقت الأزمات والكوارث، ولتحقيق الدعم والتضامن بين الشعوب.

إلا أن وسائل الإعلام قد تواجه العديد من المعوقات التي تحول دون تقديم خدمة إعلامية متميزة لجمهورها كسيطرة النظام السياسي على العملية الإعلامية، ضعف الإمكانيات التكنولوجية أو البشرية أو كليهما، الاستعانة بكوادر غير مدربة، تناقض وتضارب المعلومات المتاحة، والتطورات السريعة والمتلاحقة للحدث، مع ضرورة الأخذ في الاعتبار أن الإعلام هو خط الالتماس الأول للتعامل مع الأزمات والكوارث منذ مراحلها الأولى، كمصدر أساسي لاستقساء المعلومات حول مجريات هذه الأحداث وتداعياتها ونتائجها على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، وتتمثل أوجه القصور التي يتسم بها الأداء الإعلامي في بعض الوسائل في<sup>(42)</sup>:

1- إعلام المبالغة والتهويل: وهو جزء من نظام إعلامي يعتمد على خطوط المبالغة والكذب، وفيه تظهر المبالغات والتناقضات قبل وأثناء وبعد الأزمة أو الكارثة.

2- التعتيم والحجر الإعلامي: وذلك في سياق احتكار المعلومات لصالح جهات متعددة، أو لعدم إخفاء الفشل والتقصير في التعامل مع الكارثة.

3- التبعية الإعلامية سواء للسلطة أو لجهة معينة تمتلك السيطرة على مصادر المعلومات.

4- التهوين أو التهويل.. بمعنى التقليل من الخسائر والوقائع الحقيقية بزعم التحفيف عن المتلقين، أو المبالغة والتهويل بهدف إفزاع الجمهور المتلقي.

الخصائص المطلوبة في الرسائل الإعلامية أثناء تغطية الأزمات والكوارث:

1- المصدقية: ويقصد بها التزام الصدق في عرض الحقائق أثناء التغطية الإعلامية.

2- احترام عقلية المتلقي: أي احترام ذكاء الجمهور وعدم الاستهانة بقدراته على التمييز، وتفادي ترويح الأكاذيب ونشر الشائعات.

3- شمول وتكامل تناول الإعلامى لأبعاد الأزمة أو الكارثة: وأسبابها وتداعياتها.

4- مراعاة أنواع الرسائل الإعلامية التي يتعين بثها أثناء الأزمة أو الكارثة: فهناك رسائل موجهة للداخل وأخرى للخارج، للجمهور المتضرر من الكارثة وللجمهور المتابع للأحداث، ولكل نوع من هذه الرسائل مهامها ووظائفها وتأثيرها.

5- التأكيد على أهمية التزام وسائل الإعلام بالبيانات الرسمية الصادرة عن الجهات المعنية وقت الأزمات.

6- مواكبة التغطية الإعلامية لمراحل تطور الأزمة أو الكارثة، حيث تشير الدراسات السابقة إلى أن تناول الإعلامى للأزمات والكوارث يفترض أن يمر بثلاثة مراحل رئيسة مواكبة لتطور الأزمة، وهي<sup>(43)</sup>:

1- مرحلة نشر المعلومات: تتمثل المرحلة الأولى بتقديم حجم معرفي شامل يغطي الجوانب المختلفة للكارثة، ويمكن المتلقي من الوقوف على أرضية صلبة من المعلومات الغنية والمتنوعة المصادر، التي تتيح له أن يمتلك المعرفة الكافية المتعلقة بجوانب الكارثة وأسبابها ونتائجها.

2- مرحلة تفسير المعلومات وتحليلها: (في هذه المرحلة يجب أن تقوم وسائل الإعلام بتحليل عناصر الأزمة وأسبابها ومقارنتها بأزمات أو كوارث أخرى مماثلة، ويكون هذا التفسير عن طريق المواد الإيضاحية المفسرة والتحليلات والآراء للخبراء والمتخصصين، وكذلك استجلاء مواقف المسئولين وصانعي القرار تجاه الأزمة أو الكارثة وطرق الاحتواء وجهود الإنقاذ).

3- المرحلة الوقائية: حيث لا يتوقف دور الإعلام على مجرد تفسير المشكلة والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتخطى هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام أسلوب التعامل مع الأزمات والكوارث المشابهة.

تاسعا: نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة لتساؤلات الدراسة الميدانية:

1- مدى اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات  
جدول (3)

توزيع الباحثين وفق معدل اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات

الاجمالي		وسائل الإعلام الرقمية		وسائل الإعلام التقليدية		الوسائط حجم الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	
44	264	64.3	193	23.7	71	أعتمد بدرجة كبيرة
39.8	239	29	87	50.7	152	أعتمد بدرجة متوسطة
16.2	97	6.7	20	25.7	77	أعتمد عليها نادراً
100	600	100	300	100	300	الاجمالي

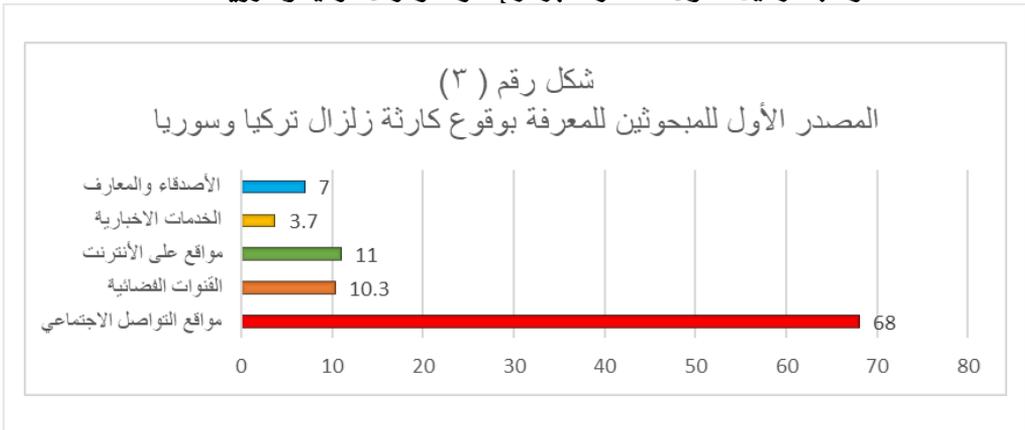
توضح بيانات الجدول (3) نسب اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات، ويتضح ارتفاع نسبة الاعتماد بدرجة كبيرة على مختلف وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات بنسبة 44%، بينما جاءت نسبة الباحثين الذين يعتمدون بدرجة متوسطة في الترتيب الثاني مباشرة بنسبة 39.8%، لتأتي نسبة الاعتماد عليها نادراً في الترتيب الأخير بنسبة 16.2%؛ مما يعني أهمية وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الرقمية لدى الباحثين كمصدر مهم لديهم للحصول على المعلومات في مختلف المجالات لفهم العالم وما يجري به من أحداث، خاصة أنه من الصعب على الأفراد الحصول على صورة حقيقية عن الواقع، من خلال الاحتكاك المباشر بهذه الأحداث والمجتمعات، وتعد حاجة الفرد للمعلومات لفهم العالم المحيط، هي من العوامل الأساسية التي تربط الفرد بوسائل الإعلام.

تفاوتت نسبة حجم الاعتماد على وسائل الإعلام بين الباحثين كمصدر للمعلومات لصالح وسائل الإعلام الرقمية، فجاءت وسائل الإعلام الرقمية كمصدر للحصول على المعلومات في الترتيب الأول بين الباحثين من حيث درجة اعتمادهم الكبير عليها بنسبة 64.3%، في مقابل جاءت وسائل الإعلام التقليدية في الترتيب الأخير بنسبة 23.7% وعلى مستوى حجم اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام التقليدية كمصدر للمعلومات، فجاءت نسبة اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام التقليدية بدرجة متوسطة

في الترتيب الأول بنسبة 50.7%، يليها الاعتماد عليها بشكلٍ نادر في الترتيب الثاني بنسبة 25.7%، ليأتي الاعتماد عليها بشكلٍ كبير بين المبحوثين في الترتيب الأخير بنسبة 23.7%؛ مما يوضح تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية لدى الجمهور.

وعلى مستوى حجم اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الرقمية كمصدر للمعلومات، فجاءت نسبة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الرقمية بدرجة كبيرة في الترتيب الأول بنسبة 64.3%، يليها الاعتماد عليها بشكل متوسط في الترتيب الثاني بنسبة 29%، ليأتي الاعتماد عليها بشكل نادر بين المبحوثين في الترتيب الأخير بنسبة 6.7%؛ مما يوضح أهمية وسائل الإعلام الرقمية في الوقت الحالي كمصدر للمعلومات، ويرجع السبب من وجهة نظر الباحثة إلى طبيعة العصر الذي نعيش فيه والذي اتسم بأنه عصر التطور والتكنولوجيا، والذي أصبحت فيه شبكة الإنترنت بمواقعها ووسائل المختلفة جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد، وبخاصة مع التلاحق السريع للأحداث سواء على المستوى العالمي أو الإقليمي أو الوطني؛ مما يدفع الأفراد للتعرف على طبيعة هذه الأحداث من خلال أسرع الوسائل الإعلامية المتاحة وهي شبكة الإنترنت، فأصبحت هذه الوسائل بمثابة عملة ذات وجهين، الأولى أصبحت منافساً لوسائل الإعلام التقليدية، والثانية بمثابة وسائل إعلامية مكملة للإعلام التقليدي.

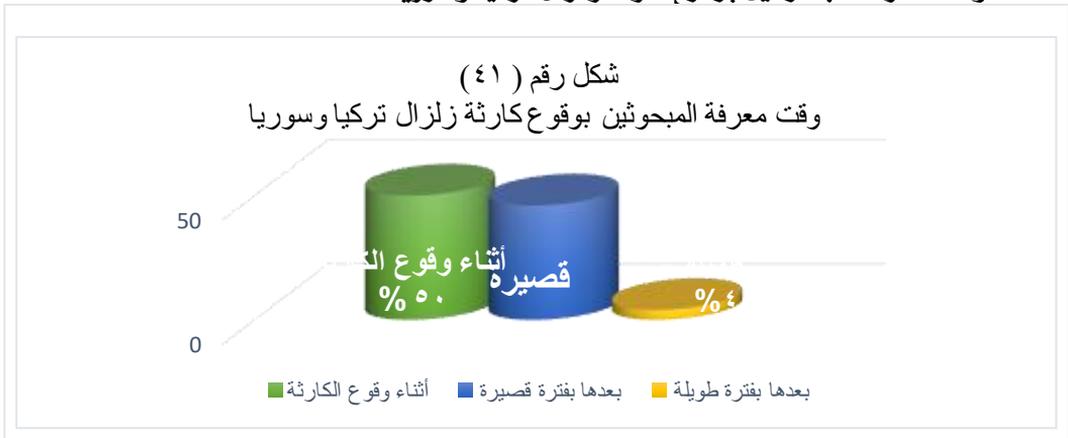
## 2- مصدر المبحوثين الأول للمعرفة بوقوع كارثة زلزال تركيا وسوريا:



توضح بيانات الشكل (3) المصدر الأول الذي عرف المبحوثون منه لأول مرة بوقوع زلزال تركيا وسوريا، فجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة 68%،

تليها مواقع على الإنترنت في الترتيب الثاني بنسبة 11%، لتأتي القنوات الفضائية في الترتيب الثالث مباشرة بنسبة 10.3%، ثم المعرفة عن طريق الأصدقاء والمعارف بنسبة 7%، لتأتي في الترتيب الأخير الخدمات الإخبارية عبر الهاتف المحمول بنسبة 3.7%، مما يوضح أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر مهم للمعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية، خاصة في المناطق البعيدة التي يصعب الوصول إليها، خاصة لما تتميز به هذه المواقع من السرعة والفورية في نشر الأخبار، بينما تختلف تلك النتيجة مع دراسة (مفتاح محمد اجعيه، 2021) التي أشارت إلى أن الجمهور اعتمد على الاتصال الشخصي بشكل كبير في متابعة أزمة كورونا، وأن مستوى التعرض لوسائل الاتصال والإعلام جاء منخفضاً.

### 3- وقت معرفة المبحوثين بوقوع كارثة زلزال تركيا وسوريا:



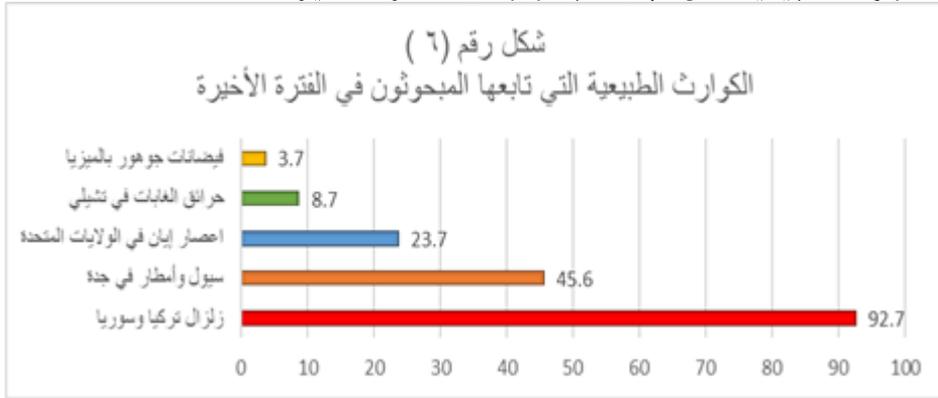
توضح بيانات الشكل (4) وقت معرفة المبحوثين بوقوع كارثة زلزال تركيا وسوريا، فارتفعت نسبة معرفة المبحوثين بوقوع كارثة زلزال تركيا وسوريا أثناء وقوعه في نفس الوقت بنسبة 50%، يليه في الترتيب الثاني مباشرة نسبة المبحوثين الذين علموا بوقوعه بعدها بفترة قصيرة لتصل إلى 46%، لتأتي في الترتيب الأخير فئة المبحوثين الذين علموا بوقوع كارثة زلزال تركيا وسوريا بعدها بفترة طويلة لتصل إلى 4% فقط، وتشير النتائج أن جميع أفراد العينة سمعوا عن كارثة زلزال تركيا وسوريا لضخامة هذا الحدث وما نتج عنه من العديد من الآثار السلبية.

## 4 - شكل اهتمام الباحثين بمتابعة كارثة زلزال تركيا وسوريا:



يوضح الشكل (5) شكل اهتمام الباحثين بمتابعة أخبار الكوارث الطبيعية بالتطبيق على زلزال تركيا وسوريا، فجاء في الترتيب الأول فئة الباحثين الذين يتابعون أهم المعلومات عن الكارثة بشكل مختصر بنسبة 35%، يليها فئة الباحثين الذين يتابعون بعض تفاصيل الكارثة بنسبة 25%، تليها مباشرة فئة الباحثين الذين لا يتابعونها مباشرة وإنما يكتفون بما يتعرضون له صدفة من معلومات بنسبة 24.7%، لتأتي في الترتيب الأخير فئة الباحثين الذين يتابعون معظم تفاصيل الكارثة بنسبة 15.3%؛ مما يشير إلى رغبة معظم الباحثين في الحصول على أهم المعلومات والأخبار عن الكارثة دون الدخول في تفاصيل الحدث، وذلك لما يتسم به هذا العصر من السرعة والرغبة في معرفة أهم ما يجري من أحداث.

## 5- الكوارث الطبيعية التي تابعها المبحوثون في الفترة الأخيرة:



توضح بيانات الشكل (6) الكوارث الطبيعية التي تابعها المبحوثون في الفترة الأخيرة، ف جاء زلازل تركيا وسوريا في الترتيب الأول بنسبة 92.7%، يليها في الترتيب الثاني السيول والأمطار الغزيرة في جدة في الترتيب الثاني بنسبة 45.6%، يليه في الترتيب الثالث إعصار إيان في الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة 23.7%، لتأتي في المراتب الأخيرة كل من حرائق الغابات في تشيلي بنسبة 8.7%، وفيضانات جوهور بالمليزيا بنسبة 3.7%، ويرجع ذلك لحجم الاهتمام الإعلامي في مختلف الوسائل بتغطية كارثة زلازل سوريا وتركيا مقارنة بالكوارث الأخرى.

6- حجم اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار الكوارث الطبيعية التي حدثت مؤخرا في عدد من دول العالم:



توضح بيانات الشكل (7) حجم اهتمام المبحوثين بمتابعة أخبار الكوارث الطبيعية

التي حدثت في عدد من دول العالم، وجاء الاهتمام بمتابعة أخبار الكوارث بشكل متوسط في الترتيب الأول بنسبة 53.7%، يليه الاهتمام بشكل كبير بنسبة 34%، بينما كانت نسبة الاهتمام المنخفض بمتابعة الكوارث الطبيعية وأخبارها هي 12.3% لتأتي في الترتيب الأخير، بما يوضح اهتمام الباحثين بمتابعة أخبار الكوارث الطبيعية وتطوراتها عند وقوعها في دولة ما؛ لما لها من تداعيات خطيرة على مستقبل الأفراد والشعوب، وإن تفاوتت النسبة ما بين الاهتمام والمتابعة المتوسطة والكبيرة.

7- الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الباحثون للحصول على المعلومات عن الكوارث الطبيعية:



توضح بيانات الشكل (8) أن وسائل الإعلام الرقمية جاءت في الترتيب الأول لتكون من أهم مصادر المعلومات عن الكوارث الطبيعية بنسبة 74.3% عند مقارنتها بوسائل الإعلام التقليدية والتي جاءت بنسبة 25.7%؛ مما يوضح تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية لدى الجمهور، ويؤكد أهمية وسائل الإعلام الرقمية في حياة المجتمعات المعاصرة خاصة أن احتياجات الأفراد للمعلومات تزداد في ظل وقوع الأزمات والكوارث، وقد يرجع ذلك لما تتميز به وسائل الإعلام الرقمية من سهولة استخدامها في أي وقت ومكان، ولما لها من قدرات فائقة على تخزين المعلومات واسترجاعها في ثوان قليلة، وهو ما أضاف بعداً جديداً للمستخدم على زيادة معارفه وتخزين وترتيب وإنتاج المعلومات وبثها، بل والتعامل معها في الحال هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى لنقلها الأحداث والأخبار حال وقوعها، عبر تبادل المعلومات والصور ومقاطع الفيديو والتي تمكن الجمهور

من متابعة تطورات الأحداث المهمة بصفة عامة والكوارث الطبيعية بصفة خاصة؛ وذلك بالتطبيق على كارثة زلزال تركيا وسوريا بسبب الانتشار السريع للمعلومات والأخبار عبره.

ولذلك تعتبر قضية التكامل أو التعارض بين وسائل الإعلام التقليدية والرقمية من القضايا التي تثير اهتمام الباحثين وعلماء الاتصال من خلال اتجاهين، الاتجاه الأول هو أن الإعلام الجديد هو إعلام المستقبل الذي لن يكون فيه مكان للوسائل التقليدية، والاتجاه الثاني إمكانية التعايش جنباً إلى جنب بين جميع وسائل الإعلام، خاصة أن الوسائل التقليدية استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي لترويج منتجاتها ولمزيد من التواصل مع الجمهور، فتمكنت من العودة بقوة أيضاً لممارسة وظائفها التقليدية على جمهورها المكتسب والجمهور المتابع لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن بدرجات متفاوتة من خلال استراتيجيات التوغل والانتشار، من خلال مقاطع الفيديو القصيرة والتركيز على أهم الرسائل للفت الجمهور لها، فترى الباحثة أن علاقة وسائل الإعلام التقليدية بوسائل الإعلام الرقمية تكاملية، فوسائل الإعلام الرقمية توفر عنصر السرعة والفورية، ووسائل الإعلام التقليدية توفر عنصر المصداقية والتحليل والتفسير.

## 8 - وسائل الإعلام التقليدية التي يحرص المبحوثون على متابعتها أثناء وقوع الكوارث الطبيعية:

جدول (4)

الوسائل الإعلامية التقليدية التي يحرص المبحوثون على متابعتها أثناء وقوع الكوارث الطبيعية

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		الوسائل التقليدية
		%	ك	%	ك	%	ك	
67.7%	2.03	25.7	77	45.3	136	29	87	القنوات الفضائية الخاصة
67.3%	2.02	25.4	76	47.3	142	27.3	82	القنوات المصرية الرسمية
65%	1.95	34	102	36.7	110	29.3	88	الإخبارية العربية
61.7%	1.85	38.3	115	37	114	24.7	71	الإخبارية الناطقة باللغة العربية
52.7%	1.58	56	168	29.7	89	14.3	43	المحطات الإذاعية

يوضح الجدول (4) أن القنوات الفضائية المصرية الخاصة من أهم وسائل الإعلام التقليدية التي يحرص المبحوثون أفراد العينة على متابعتها للحصول على المعلومات والأخبار خاصة أثناء وقوع الكوارث الطبيعية أو الأزمات بأنواعها المختلفة، فجاءت القنوات المصرية الخاصة في الترتيب الأول بوزن نسبي 67.7%، لتأتي القنوات المصرية الرسمية في الترتيب الثاني مباشرة بوزن نسبي 67.3%، وهذا مؤشر على أن أفراد العينة يفضلون متابعة القنوات الحكومية والخاصة للوقوف على أهم وأحدث الأخبار، أو لعمل مقارنات بينهم للوصول إلى الدقة والمصداقية، بينما جاءت القنوات الإخبارية العربية في الترتيب الثالث بوزن نسبي 65%، لتأتي القنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية في الترتيب الرابع بوزن نسبي 61.7%، بينما جاءت المحطات الإذاعية في الترتيب الأخير بوزن نسبي 52.7%.

ولا شك أن القنوات الفضائية تؤدي دوراً مهماً في تنوير الرأي العام، حيث تصل إلى الكثير من العقول المثقفة والمتعلمة والبسيطة، فمكنت الجمهور للإحاطة بما يجري حوله لجعله أكثر وعياً وأكثر قدرة على التفاعل مع البيئة المحيطة؛ مما يوضح الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام التقليدية وخاصة القنوات الفضائية في جذب المشاهد والاحتفاظ به

حتى يظل متابعاً لبرامجها على مدار اليوم، فتعمل هذه القنوات على تقديم نوعيات مختلفة من البرامج والمضامين تتفق مع حاجات ورغبات الجمهور المشاهد .

### 9- وسائل الإعلام الرقمية التي يحرص المبحوثون على متابعتها أثناء وقوع الكوارث الطبيعية: جدول (5)

الوزن النسبي		نادرًا		أحيانًا		دائمًا		الوسائل الرقمية
المتوسط الحسابي	النسبي	%	ك	%	ك	%	ك	
2.69	89.7%	5.7	17	19.3	58	75	225	الفييس بوك
2.6	86.7%	26	78	42.3	127	31.7	95	مواقع الصحف الإلكترونية
1.95	65%	35.6	107	33.7	101	30.7	92	اليوتيوب
1.91	63.7%	43	129	22.7	68	34.3	103	التيك توك
1.75	58.3%	49	147	27	81	24	72	تويتر

يتبين من نتائج الجدول (5) تصدر "الفييس بوك" قائمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً للمبحوثين للاعتماد عليه للحصول على المعلومات والأخبار عن الكوارث الطبيعية، حيث جاء في الترتيب الأول بوزن نسبي 79.7%، وتتفق هذه النتائج بوجه عام مع ما يحظى به موقع الفييس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي من انتشار وجماهيرية واسعة النطاق، لشعبية هذا الموقع لدى مختلف فئات وقطاعات واسعة وهذه النتيجة مشابهة للعديد من الدراسات السابقة التي سبق عرضها في الدراسات السابقة، والتي أظهرت تصدر موقع الفييس بوك الترتيب الأول لاختيار المبحوثين كأفضل موقع في شبكة التواصل الاجتماعي يحرص على استخدامه مقارنة ببقية المواقع وتطبيقات شبكات التواصل الأخرى، وقد يرجع ذلك لأن موقع الفييس بوك لا يمكن المستخدمين فقط من متابعة الأحداث، ولكن من المشاركة في صنع الأحداث وإبداء الآراء، ونقل مواقف مختلف الأطراف والجهات المعنية (الرسمية وغير الرسمية).

بينما جاءت مواقع الصحف الإلكترونية في الترتيب الثاني بوزن نسبي 86.7%، ليأتي اليوتيوب في الترتيب الثالث بوزن نسبي 65%، يليه تيك توك في الترتيب الرابع بوزن نسبي 63.7%، ويتضح اهتمام المبحوثين بالمواقع التي تقدم مقاطع الفيديو

المصورة؛ حيث تكشف الكثير من التفاصيل المتعلقة بالكارثة والأضرار الناجمة عنها بالصوت والصورة، بينما جاء تويتر في الترتيب الأخير بوزن نسبي 58.3%.

10- العوامل المؤثرة على التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام:

## جدول (6)

العوامل المؤثرة على التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام

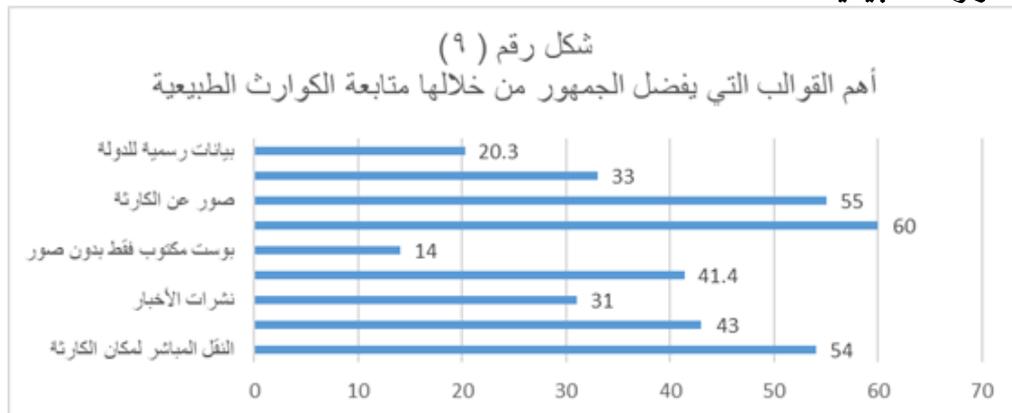
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تطبق		تطبق أحياناً		تطبق		العوامل	الموقف
			%	ك	%	ك	%	ك		
91.7%	0.492	2.75	2.7	8	19.6	59	77.7	233	تتقل الوسائل الرقمية كالفيس بوك الأخبار أولاً بأول مدعمة بالصور والفيديو	
89%	0.568	2.67	5	15	23	69	72	216	أفضل وسائل الإعلام الرقمية لسهولة الحصول على المعلومات في الوقت الذي يناسبني	
88%	0.552	2.64	3.7	11	28.6	86	67.7	203	تقدم الوسائل الرقمية المعلومات من مصادر متنوعة مما يعطينا كما هائلاً من المعلومات	
81%	0.606	2.43	6	18	44.7	134	49.3	148	تقدم الوسائل التقليدية المعلومات التي تساعدني على متابعة تطورات الحادث	
80.3%	0.651	2.41	9	27	41	123	50	150	أعتمد على وسائل الإعلام الرقمية لأنها تسمح بالتفاعلية والتعليق على	
79%	0.722	2.37	14.4	43	34.3	103	51.3	154	أعتمد على وسائل الإعلام الرقمية لأنها تعرض معلومات غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى	
78%	0.653	2.34	10	30	46	138	44	132	المعلومات الرسمية التي تبث في وسائل الإعلام التقليدية تبث الطمأنينة في النفوس	
73.7%	0.665	2.21	13.7	41	51.3	154	35	105	أفضل القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات فلديها مذيعين محترفين	
66.7%	0.750	2	28	84	44	132	28	84	أعتمد على الوسائل التقليدية فقط لأنها تقوم بالتغطية بشكل أكثر عمقاً وتفصيلاً	

يتضح من نتائج جدول (6) أهم العوامل المؤثرة على التماس الجمهور للمعلومات وقت وقوع الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام بصفة عامة، ومن وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية بصفة خاصة، وجاء السبب الأول لمتابعة وسائل الإعلام الرقمية هو أن "الوسائل الرقمية كالفيس بوك تنقل الأخبار أولاً بأول مدعمة بالصور والفيديو" في الترتيب الأول بوزن نسبي 91.7%، يليها عامل "أفضل وسائل الإعلام الرقمية لسهولة الحصول على المعلومات في الوقت الذي يناسبني" بوزن نسبي 89%، بينما جاء عامل أن "الوسائل الرقمية تقدم معلومات من مصادر متنوعة مما يعطي كماً هائلاً من المعلومات" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 88%، يليها في الترتيب الرابع "تقدم الوسائل التقليدية المعلومات التي تساعدني على متابعة تطورات الحادث" بوزن نسبي 81%، يليه في الترتيب الخامس عامل "أن وسائل الإعلام الرقمية تسمح بالتفاعلية والتعليق على الأخبار" بوزن نسبي 80.3%، بينما في الترتيب السادس جاء عامل "أن وسائل الإعلام الرقمية تعرض معلومات غير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى" بوزن نسبي 79%، ليأتي في الترتيب السابع عامل "أن المعلومات الرسمية التي تبث في وسائل الإعلام التقليدية تساعد على بث الطمأنينة في النفوس" بوزن نسبي 78%، لتأتي في الترتيب الثامن عامل "أن القنوات الفضائية مصدر للمعلومات فليديها مديعين محترفين" بوزن نسبي 73.7%، ثم جاء في الترتيب التاسع عامل "أن الوسائل التقليدية تقوم بالتغطية بشكل أكثر عمقاً وتفصيلاً" بوزن نسبي 66.7%.

نستخلص من النتائج السابقة أهم العوامل المؤثرة على التماس الجمهور للمعلومات وتفضيل وسيلة عن الأخرى، ليأتي عامل السرعة والفورية في نشر الأخبار، ودعم هذه الأخبار بالصور ومقاطع الفيديو في الترتيب الأول، ويأتي عامل سهولة الحصول على المعلومات في أي وقت وأي مكان في الترتيب الثاني، بينما جاء عامل تعدد مصادر المعلومات في الترتيب الثالث، بينما جاء عامل متابعة تطورات الكارثة والحصول على المزيد من التفسير والتحليل في الترتيب الرابع، ليأتي عامل التفاعلية والتعليق على الأخبار في الترتيب الخامس، وتؤكد هذه النتائج على وعي معظم أفراد العينة وتعاملهم مع ما تقدمه

لهم وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية، من خلال الإفادة بالميزات التي تتميز بها كل وسيلة عن الأخرى.

## 11- القوالب التي يفضل الجمهور من خلالها متابعة المعلومات والأخبار أثناء وقوع الكوارث الطبيعية:



توضح بيانات الشكل (9) أهم القوالب والأشكال التي يفضل الجمهور متابعة أخبار الكوارث الطبيعية عند وقوعها، فجاءت فيديوهات مصورة عن الكارثة في الترتيب الأول بنسبة 60%، تليها صور عن الكارثة في الترتيب الثاني بنسبة 55%، ليأتي في الترتيب الثالث النقل المباشر لمكان الكارثة بنسبة 54%؛ مما يوضح أهمية عنصر الصورة لأفراد العنية، فالصور الثابتة والجرافيك والأشكال التوضيحية والفيديو تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحاً وفعالية ومصداقية من قبل أفراد الجمهور.

بينما جاءت العناوين العاجلة في الترتيب الرابع بنسبة 43%، وجاءت برامج التوك شو في الترتيب الخامس بنسبة 41.4%، تليها لقاءات مع المسؤولين أو المتضررين في الترتيب السادس بنسبة 33%، ثم نشرات الأخبار في الترتيب السابع بنسبة 31%، بينما جاءت البيانات الرسمية في الترتيب الثامن بنسبة 20.3%، ليأتي قالب بوست مكتوب فقط بدون صور في الترتيب الأخير بنسبة 14%.

## 12- مدى ثقة الباحثين في مضمون وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية:

### جدول (7)

توزيع الباحثين وفق معدل ثقتهم في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات

الوسائل		وسائل الإعلام التقليدية		وسائل الإعلام الرقمية		الإجمالي	
مدى الثقة	ك	%	ك	%	ك	%	ك
أثق بدرجة متوسطة	171	57	188	62.7	359	60	
لا أثق فيها	16	5.3	17	7.5	33	5.4	
الإجمالي	300	100	300	100	600	100	

توضح بيانات الجدول (7) توزيع الباحثين وفقاً لمستوى ثقتهم في مضمون وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية، فجاء مستوى الثقة المتوسطة في مختلف وسائل الإعلام في الترتيب الأول بنسبة 60%، يليها مستوى الثقة المرتفع في الترتيب الثاني بنسبة 34.6%، بينما انخفضت تماماً بين الباحثين الثقة في وسائل الإعلام لتأتي بنسبة 5.4%.

وتفاوت مستوى الثقة في مضمون وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات أثناء وقوع الأزمات والكوارث الطبيعية لصالح وسائل الإعلام التقليدية، فجاءت فئة الباحثين الذين لديهم ثقة كبيرة في وسائل الإعلام التقليدية في الترتيب الأول بنسبة 37.3%، بينما جاءت الوسائل الرقمية بنسبة 31.7%.

وعلى مستوى وسائل الإعلام التقليدية، جاءت فئة مستوى الثقة المتوسط في الترتيب الأول بنسبة 57%، يليها فئة الثقة الكبيرة بنسبة 37.3%، ثم فئة عدم الثقة في الترتيب الأخير، وهو ما تكرر على مستوى وسائل الإعلام الرقمية، جاءت فئة مستوى الثقة المتوسط في الترتيب الأول بنسبة 62.7%، يليها فئة الثقة الكبيرة بنسبة 31.7%، ثم فئة عدم الثقة في الترتيب الأخير.

الأمر الذي تكرر على مستوى وسائل الإعلام الرقمية، فجاءت فئة مستوى الثقة المتوسط في الترتيب الأول بنسبة 62.7%، يليها فئة الثقة الكبيرة بنسبة 31.7%، ثم فئة عدم الثقة في الترتيب الأخير.

## 13- تقييم المبحوثين عن أداء وسائل الإعلام التقليدية والرقمية أثناء تغطية الكوارث الطبيعية:

### جدول (8)

#### توزيع المبحوثين وفق تقييمهم لأداء وسائل الإعلام أثناء تغطية الكوارث الطبيعية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		التقييم الموقف
			%	ك	%	ك	%	ك	
%87.2	0.563	2.62	4	12	30.3	91	65.7	197	نجحت مختلف الوسائل في تغطية الكارثة أولاً بأول بشكل مبسط
%87.2	0.539	2.62	2.6	8	33	99	64.3	193	اهتمت الوسائل الرقمية بمتابعة كل جديد عن الكارثة وكيفية التعامل معها
%87.1	0.558	2.61	3.6	11	31.3	94	65	195	استطاعت وسائل الإعلام الرقمية تحريك الرأي العام للتضامن مع تلك الأزمات
%85.3	0.561	2.56	3.3	10	37.7	113	59	177	تمكنت مختلف الوسائل من توظيف التقنيات الحديثة في تغطية الحادث
%82.7	0.592	2.48	5	15	42	126	53	159	اتسمت أخبار وسائل الإعلام التقليدية بالمصداقية والدقة في تغطيتها.
%82.3	0.592	2.47	5	15	43	129	52	156	تحرص دائماً وسائل الإعلام التقليدية على نسبة الأخبار إلى مصدرها
%78.8	0.653	2.36	9.7	29	44.3	133	46	138	كثيراً ما تتأخر الوسائل التقليدية في نشر الأخبار بعكس

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		التقييم الموقف
			%	ك	%	ك	%	ك	
									وسائل الإعلام الرقمية التي تنقل الأخبار حال حدوثها
78.1%	0.616	2.34	7.7	23	50.3	151	42	126	تحرص وسائل الإعلام التقليدية على تهدئة الرأي العام أثناء الأزمات.
77.4%	0.633	2.32	9	27	49.6	149	41.3	124	قامت وسائل الإعلام التقليدية بمواجهة الشائعات التي تنتشر أثناء الكوارث.
75.8%	0.717	2.27		47		124		129	أسهمت بعض مواقع التواصل الاجتماعي في إثارة الفزع بين المواطنين
73.6%	0.687	2.21	15.3	46	48.7	146	36	108	بعض وسائل الإعلام التقليدية تتخذ توجهاً واحداً بالتركيز على موقف الدولة دون النظر إلى جوانب أخرى
71.9%	0707.	2.16	18.3	55	47.6	143	34	102	تقدم وسائل الإعلام الرقمية أخبار مجهولة المصدر
70.2%	0.742	2.11	22.7	68	44	132	33.3	100	بالغت بعض وسائل الإعلام الرقمية في أعداد المصابين وحجم الخسائر
69.9%	0.746	2.10	2.3	7	43.7	131	33	99	اتسمت وسائل الإعلام الرقمية بنشر الأخبار المفبركة والمثيرة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		التقييم الموقف
			%	ك	%	ك	%	ك	
69.7%	0.737	2.09	23	69	45	135	32	96	قامت بعض وسائل الإعلام التقليدية بالتهوين من حجم الكارثة الحقيقي
56.4%	0.754	1.69	48.3	145	34	102	17.7	53	لم تهتم وسائل الاعلام التقليدية بمتابعة وتغطية نتائج الكارثة

توضح بيانات الجدول (8) تقييم أداء الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية كمصدر للمعلومات في تغطية الكوارث الطبيعية عند وقوعها وذلك بالتطبيق على كارثة زلزال تركيا وسوريا، فجاء التقييم إيجابياً من معظم أفراد العينة، فجاءت كل من عبارة "نجحت مختلف الوسائل في تغطية الكارثة أولاً بأول بأسلوب مبسط"، وعبارة "اهتمت الوسائل الرقمية بمتابعة كل جديد عن الكارثة وكيفية التعامل معها" في الترتيب الأول بوزن نسبي 87.2% لكل منهما على حدة؛ مما يوضح أهمية عامل التغطية ومتابعة التطورات بشكل مستمر لدى أفراد العينة، كما جاءت في الترتيب الثالث عبارة "استطاعت وسائل الإعلام الرقمية تحريك الرأي العام للتضامن مع تلك الأزمات" بوزن نسبي 87.1%، فاتخذ موقف الفيس بوك عدة خطوات عبر التطبيق للمساعدة في توفير معلومات موثوقة عن عمليات الإغاثة وهي دعم جهود الاستجابة للأزمات عبر الفيس بوك، كما تم تفعيل خاصية التحقق من السلامة في أعقاب الزلازل في تركيا وسوريا؛ مما سمح للأشخاص بالإبلاغ أنهم آمنون على فيسبوك، مما يتيح لأصدقائهم وعائلاتهم معرفة أنهم بخير، كذلك تنشيط خاصية مساعدة المجتمع لتسهيل طلب الأشخاص للمساعدة وتقديم المساعدة للمتضررين، مع تعزيز أداة بالعمل مع الهلال الأحمر التركي وهي منظمة محلية غير حكومية؛ لتعزيز الحملات التي تروج لأداة التبرع بالدم على فيسبوك، والتي تتيح للمتبرعين العثور على مراكز التبرع بالدم القريبة التي تحتاج إلى الدعم<sup>(44)</sup>. فضلاً عن استخدام الهاشتاج #زلزال\_سوريا\_تركيا و #TurkiyeEarthquake والذي تصدر محركات البحث في مواقع التواصل

الاجتماعي على المستوى العربي والعالمي، بعدما ضرب زلزال تركيا وسوريا بقوة 7.8 درجة ريختر، وتبعته عدة هزات ارتدادية تسببت في دمار كبير ومقتل وإصابة الآلاف. وجاءت في الترتيب الرابع عبارة "تمكنت مختلف الوسائل من توظيف التقنيات الحديثة في تغطية الحادث" بوزن نسبي 85.3%، بينما جاءت في الترتيب الخامس "اتسمت اخبار وسائل الإعلام التقليدية بالمصداقية والدقة في تغطيتها" بوزن نسبي 82.7%، لتليها مباشرة في الترتيب السادس "تحرص دائماً وسائل الإعلام التقليدية على نسبة الأخبار إلى مصدرها" بوزن نسبي 82.3%.

بينما جاءت موافقة معظم أفراد العينة على عبارة "كثيراً ما تتأخر الوسائل التقليدية في نشر الأخبار بعكس وسائل الإعلام الرقمية التي تنقل الأخبار حال حدوثها" لتأتي في الترتيب السابع بوزن نسبي 78.8%، لكن جاءت في الترتيب الثامن عبارة "تحرص وسائل الإعلام التقليدية على تهدئة الرأي العام أثناء الأزمات" بوزن نسبي 78.1%، بينما جاءت في الترتيب التاسع عبارة "قامت وسائل الإعلام التقليدية بمواجهة الشائعات التي تنتشر أثناء الكوارث" بوزن نسبي 77.4%.

نستخلص من بيانات الجدول السابق تقييم المبحوثين الإيجابي لأداء وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية في تغطية كارثة زلزال تركيا وسوريا من حيث الشكل والمضمون، فكل نوع من هذه الوسائل انفراد بميزات أفاد منها مجمعة الجمهور، فكانت أكثر العناصر اهتماماً وأهمية من قبل الجمهور ونجحت وسائل الإعلام الرقمية فيها هي على الترتيب السرعة والفورية في تغطية الأحداث، والبساطة في تناول، والقدرة على تحريك الرأي العام العربي والعالمي للتضامن مع المتضررين من هذا الكارثة، بينما نجحت الوسائل التقليدية في تحقيق عنصر المصداقية والدقة فيما تنشره من أخبار ونسبتها إلى مصدرها، والإفادة من توظيف مختلف التقنيات في التغطية، بل والحرص على مواجهة الشائعات التي تنتشر أثناء الكوارث والأزمات والعمل على تهدئة الرأي العام.

بينما تتمثل بعض عوامل وجود اتجاه سلبي من بعض المبحوثين في تغطية وسائل الإعلام للكوارث الطبيعية والتي جاءت في المراتب الأخيرة في أن بعض مواقع التواصل

الاجتماعي أثارت الفرع بين المواطنين، بالإضافة إلى أن معظم وسائل الإعلام التقليدية تتخذ توجهاً واحداً دون النظر إلى الجوانب الأخرى، وأن وسائل الإعلام الرقمية تقدم أخبار مجهولة المصدر، بل وتبالغ في أعداد المصابين وحجم الخسائر؛ مما يثير الفرع بين المواطنين، على عكس الوسائل التقليدية التي تهون من حجم الكارثة الحقيقي.

مما يشير إلى أن المصدقية في كلا النوعين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد موجودة، فهناك وسائل تقليدية لها حضور كبير وتتمتع بمصدقية وتتابع جميع أخبارها بشكل دائم، وأخرى تفتقر للمصدقية، والأمر ذاته ينطبق على وسائل التواصل الاجتماعي، فهناك من يتمتع بمصدقية عالية وأخرى ليس لديها مصداقية وموضوعية في نقل المعلومة، وإذا كان غالبية العينة يرون أن وسائل الإعلام الرقمية تنشر ما لا تقدمه وسائل الإعلام التقليدية؛ فإنهم يرون في نفس الوقت أن كل ما ينشر عبرها ليس صحيحاً، فهي مجال خصب للشائعات.

#### 14- مقياس مستوى رضا المبحوثين عن أداء وسائل الإعلام في تغطية أخبار الكوارث الطبيعية:

##### جدول (9)

توزيع المبحوثين وفقاً لمستوى رضاهم عن أداء وسائل الإعلام

الإجمالي		وسائل الإعلام الرقمية		وسائل الإعلام التقليدية		الوسائل مستوى الرضا
		ك	%	ك	%	
327	54.5	139	46.3	188	62.7	راضٍ إلى حد ما
239	39.8	150	50	89	29.7	راضٍ جداً
34	5.7	11	3.7	23	7.7	غير راضٍ
600	100	300	100	300	100	الإجمالي

توضح بيانات الجدول (9) مستوى رضا المبحوثين عن أداء وسائل الإعلام في تغطية كارثة زلزال سوريا وتركيا، فجاء مستوى رضا المبحوثين إلى حد ما في الترتيب الأول بنسبة 54.5%، يليها الرضا جداً في الترتيب الثاني بنسبة 39.8%، بينما جاءت نسبة المبحوثين غير الراضين عن أداء وسائل الإعلام في الترتيب الأخير بفارق نسبي

كبير يصل إلى 5.7%؛ مما يوضح نجاح وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية في تغطية أخبار الكوارث الطبيعية بشكلٍ عام، وكارثة زلزال سوريا وتركيا بشكلٍ خاص. وعلى مستوى وسائل الإعلام التقليدية، جاءت فئة "راضٍ إلى حد ما" في الترتيب الأول بنسبة 62.7%، بينما انخفضت نسبة فئة "راضٍ جداً" إلى 29.7%، وقد يرجع ذلك لعدم اهتمام الباحثين بمتابعة ما يقدم في وسائل الإعلام التقليدية. على عكس مستوى وسائل الإعلام الرقمية، فجاءت فئة "راضٍ جداً" في الترتيب الأول بنسبة 50%، يليها بفارق نسبي بسيط فئة "راضٍ إلى حد ما" بنسبة 46.3%؛ ذلك لأن هذه الوسائل الرقمية تعد بيئةً لمعلوماتية وتفاعلية ثرية حول الأحداث والقضايا المتلاحقة، مما يوضح أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات والكوارث.

## 15- دوافع التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام: جدول (10)

توزيع المبحوثين وفق دوافعهم لالتماس المعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام

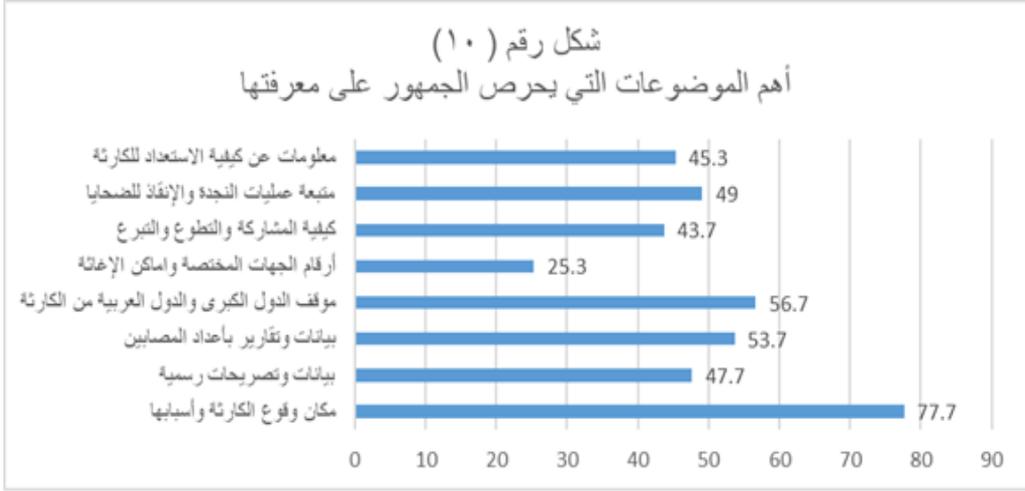
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تتطبق		تتطبق أحياناً		تتطبق		الموقف	الدوافع
			%	ك	%	ك	%	ك		
87.2%	0.563	2.62	4	12	30.3	91	65.7	197	معرفة ومتابعة تفاصيل الحادث لتقليل الشعور بالجهل	الاستماع لحاجات أساسية
85.8%	0.588	2.57	5	15	32.7	98	62.3	187	الحاجة إلى معرفة أسباب الكوارث وكيفية الدفاع عن النفس	
78.9%	0.722	2.37	14.3	43	34.7	104	51	153	معرفة موقف المسؤولين في الدولة المتضررة من الكارثة والدول الكبرى والعربية منها	
75%	0.762	2.25	19.7	59	36	108	44.3	133	الحصول على معلومات أتفاقش بها مع الآخرين	توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة
63.7%	0.746	1.91	32.7	98	43.7	131	23.7	71	الحصول على معلومات تفيدني شخصياً	
73.7%	0.717	2.21	17.3	52	44.3	133	38.3	115	اكتساب معلومات تساعد على اتخاذ قرارات كال تبرع	
90.3%	0.523	2.71	3.3	10	22.3	67	74.3	232	الحاجة للراحة النفسية بمجرد متابعة ما يحدث من تطورات للتضامن مع المتضررين	سمات شخصية
89%	0.524	2.67	2.7	8	27.3	82	70	210	دافع الخوف من وقوع كوارث مماثلة بالقرب مني	
56.4%	0.754	1.69	48.3	145	34	102	17.7	53	وجود أحد الأقارب أو المعارف في منطقة وقوع الكارثة.	

توضح بيانات الجدول (10) دوافع الجمهور لالتماس المعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام المختلفة، وتعد دوافع الالتماس بمثابة حوافز تؤدي إلى سعي

الفرد للحصول على معلومات ما، وكلما كان الدافع قوياً كلما تم تعزيز درجة الاعتماد على المصدر المعلوماتي، والعكس صحيح، وتعد هذه الأهداف بمثابة عوامل مؤثرة على الباحثين في التماسهم للمعلومات، والتي تتعدد ما بين إشباع حاجات أساسية، أو توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة، أو لسمات شخصية، وجاءت الدوافع المتعلقة بالسمات الشخصية في الترتيب الأول لتحفيز الجمهور للبحث عن المعلومات، تليها الدوافع المتعلقة بإشباع الحاجات الأساسية في الترتيب الثاني، لتأتي دوافع توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة في الترتيب الثالث.

فتمثلت أهم دوافع الجمهور لالتماس المعلومات في الراحة النفسية، ف جاء دافع "الحاجة للراحة النفسية بمجرد متابعة ما يحدث من تطورات للتضامن مع المتضررين" في الترتيب الأول بوزن نسبي 90.3%، يليه دافع "الخوف من وقوع كوارث مماثلة بالقرب مني" بوزن نسبي 89%، خاصة مع انتشار وتردد بعض الأخبار عن وقوع زلزال مشابه في مصر، بينما جاء دافع "معرفة ومتابعة تفاصيل الحادث لتقليل الشعور بالجهل" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 87.2%، يليه دافع "الحاجة إلى معرفة أسباب الكوارث وكيفية التعامل معها" في الترتيب الرابع بوزن نسبي 85.8%، ثم في الترتيب الخامس دافع "معرفة موقف المسؤولين في الدولة المتضررة من الكارثة والدول الكبرى والعربية منها" بوزن نسبي 78.9%، بينما جاء في الترتيب السادس دافع "الحصول على معلومات اتناقش بها مع الآخرين" بوزن نسبي 75%، يليه دافع "اكتساب معلومات تساعد على اتخاذ قرارات كالتبرع" في الترتيب السابع بوزن نسبي 73.7%، ثم دافع "الحصول على معلومات تفيدني شخصياً بوزن نسبي 63.7%، ليأتي في الترتيب الأخير دافع "وجود أحد الأقارب أو المعارف في منطقة وقوع الكارثة" بوزن نسبي 56.4%.

## 16- الموضوعات التي يحرض المبحوثون على معرفتها عند وقوع الكوارث الطبيعية:



يوضح الشكل (10) أهم الموضوعات التي يحرض المبحوثون أفراد العينة معرفتها عند بحثهم عن المعلومات المتعلقة بالكوارث الطبيعية بصفة عامة و كارثة زلزال سوريا وتركيا بصفة خاصة، فجاء معرفة "مكان وقوع الكارثة وأسبابها" في الترتيب الأول بنسبة 77.7%، يليه معرفة "موقف الدول الكبرى والعربية من الكارثة" في الترتيب الثاني بنسبة 56.7%، ثم جاء في الترتيب الثالث معرفة "بيانات وتقارير بأعداد المصابين" بنسبة 53.7%، لتأتي في الترتيب الرابع "متابعة عمليات النجدة والإنقاذ للضحايا" بنسبة 49%، بينما جاءت في الترتيب الخامس "بيانات وتصريحات رسمية" بنسبة 47.7%، لتأتي في الترتيب السادس "معلومات عن كيفية الاستعداد للكارثة" بنسبة 45.3%، بينما جاءت في الترتيب السابع "كيفية المشاركة والتطوع والتبرع" بنسبة 43.7%، لتأتي في الترتيب الأخير "أرقام الجهات المختصة وأماكن الإغاثة" بنسبة 25.3%.

## 17- مراحل واستراتيجيات الحصول على المعلومات:

(17-أ) سلوكيات المبحوثين لالتماس المعلومات أثناء وقوع الكارثة الطبيعية في دولة ما:

الخطوات التي يمر بها المبحوثون في بحثهم عن المعلومات:

جدول (11)

توزيع المبحوثين وفقاً لسلوكياتهم في التماس المعلومات أثناء وقوع الكارثة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا ينطبق		ينطبق أحياناً		ينطبق		الموقف السلوك
			%	ك	%	ك	%	ك	
82.6%	0.636	2.48	7.7	23	37	111	55.3	166	أشعر بحجم وخطورة الكارثة فأبحث عنها
78.9%	0.688	2.37	12	36	39.3	118	48.7	146	أبحث عن معلومات محددة تهمني أثناء وقوع الكوارث
78.7%	0.692	2.36	12.3	37	39.3	118	48.3	145	أبحث في صفحات معينة على الفيس بوك أو الإنترنت أو متابعة قنوات فضائية اثق في تغطيتها للأزمات والكوارث
77.8%	0.742	2.33	16.3	49	34	102	49.7	149	أتابع أخبار الكارثة بشكل عفوي سواء أثناء مشاهدتي للتلفزيون أو استخدام الإنترنت.
73%	0.696	2.19	16.3	49	48	144	35.7	107	قررت البحث عن معلومات تتعلق بالكوارث في كل وسائل الإعلام التقليدية والرقمية بشكل عشوائي
70.4%	0.736	2.11	22	66	44.7	134	33.3	100	أعتمد على ما يقوم أصدقاؤني بمشاركته أو نشره من معلومات

تشير بيانات الجدول (11) إلى الخطوات التي يمر بها المبحوثون في بحثهم عن

المعلومات أثناء معرفتهم بوقوع الكارثة، والتي تمثل استراتيجية (ما قبل التماس

المعلومات)، فجاء سلوك "أشعر بحجم وخطورة الكارثة فأبحث عنها" في الترتيب الأول

بوزن نسبي 82.6%، ثم "أبحث عن معلومات محددة تهمني أثناء وقوع الكارثة" بوزن

نسبي 78.9، ثم جاء سلوك "أبحث في صفحات معينة على الفيس بوك أو متابعة قنوات فضائية معينة اثق في تغطيتها للكارثة" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 78.7%؛ مما يشير إلى وعي أفراد العينة واهتمامه بمتابعة تداعيات الكارثة وتحديد المعلومات التي يحتاج إليها ومن ثم تحديده لمصادر المعلومات التي ستزوده بما يحتاج إليه، خاصة إذا كانت هذه الوسائل مصدر ثقة له وتتمتع بمصداقية كبيرة، وهو ما يطلق عليه استراتيجية "البحث المجازف" التي تعتمد على مصدر معين أو على عدة مصادر أساسية، أو باتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات، ثم يتم تصنيف هذه المعلومات وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة للفرد<sup>(45)</sup>.

بينما جاءت سلوكيات البحث عن المعلومات بدون خطة غير المنظمة أو البحث بعشوائية في المراتب الأخيرة، فجاء سلوك "أتابع أخبار الكارثة بشكل عفوي سواء أثناء مشاهدتي للتيلفزيون أو استخدام الإنترنت" في الترتيب الرابع بوزن نسبي 77.8، يليه في الترتيب الخامس سلوك "قررت البحث عن معلومات تتعلق بالكوارث في كل وسائل الإعلام التقليدية والرقمية بشكل عشوائي" بوزن نسبي 73%، ليأتي سلوك "أعتمد على ما يقوم أصدقائي بمشاركته أو نشره من معلومات" في الترتيب الأخير بوزن نسبي 70.4%. ويرتبط ذلك بوعي الجمهور حيث تتيح المادة له تقييم عناصرها وما تتضمنه من مواد نظراً لتكاملها، تؤكد هذه النتائج وعي الجمهور وتعامله بحرص مع ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي في ظل عدم وجود مهنية، أو رقابة، أو دقة فيما تنشره.

(17-ب) استراتيجيات الباحثين لالتماس المعلومات أثناء وقوع كارثة زلزال سوريا وتركيا:  
جدول (12)

## توزيع الباحثين وفقاً لسلوكياتهم في التماس المعلومات أثناء وقوع الكارثة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تتطبق		تتطبق أحياناً		تتطبق		الموقف السلوك
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.9%	0.722	2.37	14.3	43	34.7	104	51	153	أعتمد على أكثر من وسيلة في البحث عن المعلومات ولا أكتفي بمصدر واحد.
77.8%	0.603	2.33	7	21	52.7	158	40.3	121	أجد صعوبة في التحقق من صحة كثير من هذه المعلومات.
76.9%	0.726	2.31	15.7	47	38	114	46.3	139	أنشر المعلومات مباشرة دون التحقق منها حرصاً على تحقيق السبق
74.7%	0.715	2.24	16.3	49	43.3	130	40.3	121	أكتفي بمتابعة العناوين الرئيسة حول الكارثة
74%	0.721	2.22	17.3	52	43.3	130	39.3	118	أكتفي بمشاهدة الصور والفيديوهات عن الكارثة
73.7%	0.717	2.21	17.3	52	44.3	133	38.3	115	أقارن بين ما تنشره وسائل الإعلام التقليدية والرقمية
73.3%	0.736	2.20	19	57	42	126	39	117	قررت البحث عن تفاصيل وموضوعات أخرى تتعلق بالكوارث الطبيعية كمعرفة الاحتياطات اللازمة عند وقوع الكارثة
72.8%	0.720	2.18	18.3	55	45	135	36.7	110	أقوم بتقييم المعلومات التي جمعتها عن الكارثة
71.7%	0.737	2.15	20.6	62	43.7	131	35.7	107	أحتفظ بأسماء الصفحات والقنوات التي حصلت منها على المعلومات لمتابعتها
71.7%	0.714	2.15	19	57	47	141	34	102	أستخدم الروابط للانتقال إلى مواقع أخرى على الإنترنت
71.7%	0.699	2.15	18	54	49	147	33	99	أقرأ الموضوعات كاملة مع متابعة لكل الصور أو الفيديوهات

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تتطبق		تتطبق أحياناً		تتطبق		الموقف السلوك
			%	ك	%	ك	%	ك	
71.6%	0.766	2.15	23	69	39.3	118	37.7	113	أحرص دائماً على التحقق من المعلومات والصور التي أحصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي قبل أن أقوم بنشرها
63.7%	0.746	1.91	32.7	98	43.7	131	23.7	71	أعتمد دائماً على وسيلة واحدة لأنها تتمتع بمصداقية كبيرة عندي.

تشير بيانات الجدول (12) إلى الاستراتيجيات التي يمر بها المبحوثون في بحثهم عن المعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية، ف جاء سلوك "أعتمد على أكثر من وسيلة في البحث عن المعلومات ولا أكتفي بمصدر واحد" في الترتيب الأول بوزن نسبي 78.9%، ثم جاء سلوك "أجد صعوبة في التحقق من صحة كثير من المعلومات" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 77.8%؛ مما يوضح حاجة الجمهور لمواد وحملات إعلامية توضح له كيفية التحقق من صحة المعلومات، يليه في الترتيب الثالث سلوك "أنشر المعلومات مباشرة دون التحقق منها حرصاً على تحقيق سبق" بوزن نسبي 76.9%، يليه في الترتيب الرابع سلوك "أكتفي بمتابعة العناوين الرئيسية حول الكارثة" بوزن نسبي 74.7%، ليأتي في الترتيب الخامس مباشرة سلوك "أكتفي بمشاهدة الصور والفيديوهات عن الكارثة" بوزن نسبي 74%، وأرجعت الباحثة ذلك لتفضيلات الجمهور، إلى جانب ضيق وقت الجمهور الذي قد لا يكفي لمتابعة تفاصيل الموضوع.

كما جاءت استراتيجيات التحقق من المعلومات وصحتها تتمثل في سلوك "أقارن بين ما تنشره وسائل الإعلام التقليدية والرقمية" ليأتي في الترتيب السادس بوزن نسبي 73.7%، كما جاء في الترتيب السابع سلوك "قررت البحث عن تفاصيل وموضوعات أخرى تتعلق بالكوارث الطبيعية كمعرفة الاحتياطات اللازمة عند وقوع الكارثة" بوزن نسبي 73.3%، يليه في الترتيب الثامن سلوك "أقوم بتقييم المعلومات التي جمعتها عن الكارثة" بوزن نسبي 72.8%، بينما تأتي سلوكيات الاحتفاظ بالمعلومات واسترجاعها للتمثل في كل من سلوك "أحتفظ بأسماء الصفحات والوقنوات التي حصلت منها على

المعلومات لمتابعتها" وسلوك "أستخدم الروابط للانتقال إلى مواقع أخرى" وسلوك "أقرأ الموضوعات كاملة مع متابعة لكل الصور أو الفيديوهات" بوزن نسبي 71.7% لكل منهم على حدة، ليأتي في الترتيب العاشر سلوك "أحرص دائماً على التحقق من المعلومات والصور التي أحصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي قبل أن أقوم بنشرها" بوزن نسبي 71.6%، ليأتي في الترتيب الأخير سلوك "أعتمد دائماً على وسيلة واحدة لأنها تتمتع بمصداقية كبيرة عندي" بوزن نسبي 63.7%.

18- استراتيجيات المبحوثين لالتماس مصداقية المعلومات أثناء وقوع كارثة زلزال سوريا وتركيا:

### جدول (13)

توزيع المبحوثين وفقاً لسلوكياتهم في التماس مصداقية المعلومات أثناء وقوع الكارثة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تتطبق		تتطبق أحياناً		تتطبق		الموقف السلوك
			%	ك	%	ك	%	ك	
85.6%	0.633	2.57	7.7	23	28	84	64.3	193	لا أستطيع التأكد دائماً من مصداقية المعلومات التي أحصل عليها
82.6%	0.636	2.48	7.7	23	37	111	55.3	166	أؤكد من مصداقية هذه المعلومات وفقاً للشهرة الصفحة وعدد متابعيها على الفيس بوك
78.4%	0.710	2.35	13.7	41	37.3	112	49	147	مناقشة هذه المعلومات مع أصدقاء ومقارنتها بما لديهم
75%	0.762	2.25	19.7	59	36	108	44.3	133	أقوم بالتأكد من مصداقية هذه المعلومات بالرجوع إلى المواقع الرسمية الحكومية
73.7%	0.717	2.21	17.3	52	44.3	133	38.3	115	الرجوع إلى القنوات الإخبارية العربية للتأكد من هذه المعلومات

يتضح من بيانات الجدول (13) ارتفاع نسبة المبحوثين الذين لا يستطيعون التأكد من مصداقية المعلومات التي يحصلون عليها لتأتي في المقام الأول بوزن نسبي 85.6%؛ مما يوضح أهمية وضرة العمل على زيادة وعي الجمهور بكيفية التعااطي السليم مع

المحتويات الإعلامية التي يُجرى تداولها بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وما عليه القيام به من إجراءات للتأكد من مصداقية ودقة هذه المعلومات، من خلال رفع مستوى الوعي لديهم للحصول على المعلومات من مصادر موثوقة خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، بينما جاءت عبارة "أتأكد من مصداقية هذه المعلومات وفقاً لشهرة الصفحة وعدد المتابعين لها على الفيس بوك" لتأتي في الترتيب الثاني بوزن نسبي 82.6%، ثم عبارة "مناقشة هذه المعلومات مع الأصدقاء ومقارنتها بما لديهم" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 78.4%، بينما جاءت عبارة "أتأكد من مصداقية هذه المعلومات بالرجوع إلى المواقع الرسمية الحكومية" في الترتيب الرابع بوزن نسبي 75%، بينما جاءت عبارة "الرجوع إلى القنوات الإخبارية العربية للتأكد من هذه المعلومات" في الترتيب الأخير.

## 19- مدى تأثير التماس المعلومات من وسائل الإعلام أثناء وقوع الكوارث الطبيعية على المبحوثين:

جدول (14)

توزيع المبحوثين وفقاً لتأثير التماسهم للمعلومات عن الكوارث الطبيعية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا تنطبق		تنطبق أحياناً		تنطبق		التقييم	الموقف
			%	ك	%	ك	%	ك		
%89	0.524	2.67	2.7	8	27.3	82	70	210	زادت معرفتي عن معظم الكوارث التي تحدث حولي.	تأثيرات معرفية
%78.4	0.710	2.35	13.7	41	37.3	112	49	147	أصبحت لدي معلومات أكثر عن كوارث لم أكن أعرفها من قبل	
%73.7	0.717	2.21	17.3	52	44.3	133	38.3	115	أصبحت لدي معلومات عن الإجراءات الواجب اتباعها أثناء وقوع كوارث مماثلة	
%85.8	0.588	2.57	5	15	32.7	98	62.3	187	أصبحت أكثر تضامناً مع ضحايا الكوارث الطبيعية وأكثر حرصاً على تقديم المساعدة.	تأثيرات وجدانية
%86.3	0.556	2.59	3.3	10	34.3	103	62.3	187	أشعر بالحزن نتيجة الأضرار والخسائر الناتجة عن الكوارث الطبيعية	
%90.3	0.523	2.71	3.3	10	22.3	67	74.3	232	أشعر بالخوف من وقوع كوارث مماثلة	
%85.6	0.633	2.57	7.7	23	28	84	64.3	193	دفعني للبحث عن موضوعات متعلقة بالكوارث الطبيعية لحماية نفسي	تأثيرات سلوكية
%69	0.817	2.07	30	90	33	99	37	111	اشتركت في خدمة (الاستجابة للأزمات) وهي خدمة على الفيس بوك للتعرف على أحدث الأخبار والمعلومات الخاصة بالكوارث	
%77.9	0.682	2.34	12	36	42.3	127	45.7	137	أكتفي بمتابعة تطورات الكارثة دون اتخاذ أي إجراء فعلي.	
%73.7	0.717	2.21	17.3	52	.44	133	38.3	115	ساعدتني على اتخاذ قرارات كال تبرع	
%78.1	0.703	2.34	13.3	40	39	117	47.7	143	مناقشة المعلومات التي حصلت عليها مع الأصدقاء والمعارف	

يعتمد تقييم نجاح تغطية وسائل الإعلام التقليدية والرقمية أثناء وقوع الأزمات والكوارث الطبيعية بشكل عام، وبالتطبيق على كارثة زلزال سوريا وتركيا بشكل خاص، على قدرتها على تلبية احتياجات الجمهور من معلومات ومدى إشباع هذه الوسائل لحاجات الجمهور، ومن ثم تعدد التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام نتيجة اعتماد الجمهور عليها والتماسه للمعلومات منها، ما بين تأثيرات معرفية (تتعلق بما اكتسبه المبحوثون من معارف بفعل المتابعة)، ووجدانية (تشير إلى الاستجابات العاطفية والشعورية للمبحوثين نتيجة التعرض)، وسلوكية (تتمثل فيما يصدر عن المبحوثين من سلوكيات نتيجة استخدام المعلومات التي حصلوا عليها).

توضح بيانات الجدول السابق تصدر التأثيرات الوجدانية والمعرفية قائمة تأثيرات اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام كمصدر للحصول على المعلومات أثناء الأزمات والكوارث الطبيعية، وتراجع التأثيرات السلوكية، فجاءت عبارة "أشعر بالخوف من وقوع كوارث مماثلة" في الترتيب الأول بوزن نسبي 90.3%، بينما جاءت عبارة "زادت معرفتي عن الكوارث التي تحدث حولي" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 89%، يليها في الترتيب الثالث عبارة "أشعر بالحزن نتيجة الأضرار والخسائر الناتجة عن الكوارث الطبيعية" بوزن نسبي 86.3%، لتأتي في الترتيب الرابع عبارة "أصبحت أكثر تضامناً مع ضحايا الكوارث الطبيعية وأكثر حرصاً على تقديم المساعدة" بوزن نسبي 85.8%، بينما جاءت عبارة "دفعتمني للبحث عن موضوعات متعلقة بالكوارث الطبيعية" في الترتيب الخامس بوزن نسبي 85.6%، يليها في الترتيب السادس عبارة "أصبحت لدي معلومات أكثر عن كوارث لم أكن أعرفها من قبل" بوزن نسبي 78.4%، وجاء في الترتيب السابع عبارة "مناقشة المعلومات التي حصلت عليها مع الأصدقاء والمعارف" بوزن نسبي 78.1%، يليها في الترتيب الثامن عبارة "أكتفي بمتابعة تطورات الكارثة دون اتخاذ أي إجراء فعلي" بوزن نسبي 77.9%، ثم في الترتيب التاسع عبارة "ساعدتني على اتخاذ قرارات كالترجع" بوزن نسبي 73.7%، لتأتي في الترتيب الأخير عبارة "اشتركت في خدمة (الاستجابة للأزمات) وهي خدمة على الفيس بوك للتعرف على أحدث الأخبار والمعلومات الخاصة بالكوارث" بوزن نسبي 69%.

يوضح الجدول السابق التأثيرات الأساسية المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام والتماسه للمعلومات منها أثناء الكوارث الطبيعية، وذلك بالتطبيق على زلزال سوريا وتركيا، تقع في إطار تشكيل الاتجاهات والتأثيرات الوجدانية في المقام الأول، ويرجع ذلك لطبيعة هذه الكوارث وماتحدثه من خسائر في الأرواح وإصابات بالغة لا تفرق بين الكبير والصغير وأضرار مادية فادحة، تليها التأثيرات المعرفية، وذلك في إطار تحقيق الوظيفة الأولى لوسائل الإعلام وهي الإخبار وإمداد الجمهور بالمعلومات؛ مما يوضح الدور المهم لهذه الوسائل خاصة في أوقات الأزمات والكوارث؛ مما يسهم في معرفة الفرد بمعلومات عن طبيعية وحجم الكارثة وأسبابها وتداعياتها المختلفة، لتتراجع التأثيرات السلوكية، مما يشير إلى أن ارتفاع معدلات التعرض والاعتماد على هذه الوسائل لا يعني بالضرورة التأثير على السلوكيات، فتمثلت أهم السلوكيات في مناقشة هذه المعلومات مع الأصدقاء، والبحث عن الإجراءات الواجب اتباعها عند وقوع كوارث مماثلة، بينما جاء سلوك التبرع في الترتيب الأخير.

ثانياً: نتائج اختبارات الفروض العلمية للدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، مستوى التعليم).  
أ- وفقاً لمتغير النوع (ذكور-إناث):

جدول (15)

اختبار (T) T-Test لقياس معنوية الفروض في معدل التماس المبحوثين للمعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية أوقات الكوارث الطبيعية وفقاً لمتغير النوع

معدل الالتماس	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية DF	مستوى المعنوية Sig
الوسائل التقليدية	ذكر	102	1.93	0.748	0.722-	298	0.169
	أنثى	198	1.99	0.709			
الوسائل الرقمية	ذكر	102	2.46	0.655	0.635-	298	0.477
	أنثى	198	2.51	0.627			

تشير بيانات الجدول (15) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات الذكور والإناث في معدل التماسهم للمعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية أثناء وقوع الكوارث الطبيعية، ففي الوسائل التقليدية بلغت قيمة T ( -0.722) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.169)، كذلك بالنسبة لوسائل الإعلام الرقمية بلغت قيمة T ( -0.635) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.477)، وهذا يعني أن معدل الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية لا يتغير باختلاف النوع.

## ب- وفقاً لمتغير السن:

جدول (16)

اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (One Way ANOVA) لمعرفة الفروق في معدل التماس المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وفقاً للفئات العمرية المختلفة للمبحوثين

معدل الالتماس	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية	مستوى المعنوية Sig
الوسائل التقليدية	من 18-21	212	1.93	0.712	0.633	4 295	0.639
	من 21-35	42	2.05	0.731			
	من 35-45	15	2	0.756			
	من 45-60	22	2.14	0.774			
	من 60 فأكثر	9	2.11	0.782			
الوسائل الرقمية	من 18-21	212	2.49	0.612	2.968	4 295	0.02
	من 21-35	42	2.69	0.468			
	من 35-45	15	2.60	0.737			
	من 45-60	22	2.32	0.839			
	من 60 فأكثر	9	2	0.866			

تشير بيانات الجدول (16) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات اعتماد المبحوثين على الوسائل التقليدية في الحصول على المعلومات أوقات الكوارث وفقاً للفئات العمرية المختلفة، ففي الوسائل التقليدية بلغت قيمة  $F (0.633)$  وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $(0.639)$ ، بينما بالنسبة لوسائل الإعلام الرقمية فتوجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات اعتماد المبحوثين على الوسائل الرقمية في الحصول على المعلومات أوقات الكوارث وفقاً للفئات العمرية المختلفة، فبلغت قيمة  $F (2.96)$  وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $(0.02)$ ؛ مما يعني أن متغير السن قد أثر على معدل التماس المبحوثين نحو الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية، وقد كانت هذه الفروق لصالح الفئات الأقل عمراً، ولذلك نقبل صحة هذا الفرض الجزئي.

## ج- وفقاً لمتغير المستوى التعليمي:

جدول (17)

اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (One Way ANOVA) لمعرفة الفروق في معدل التماس المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وفقاً للمستويات التعليمية المختلفة للمبحوثين

معدل الالتماس	المستوى التعليمي	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية DF	مستوى المعنوية Sig
الوسائل التقليدية	يجيد القراءة والكتابة	22	1.95	0.785	0.584	3 296	0.626
	مؤهل متوسط	45	1.91	0.733			
	مؤهل جامعي	217	1.97	0.707			
	دراسات عليا	16	2.19	0.834			
الوسائل الرقمية	يجيد القراءة والكتابة	22	2.27	0.550	1.34	3 296	0.335
	مؤهل متوسط	45	2.47	0.726			
	مؤهل جامعي	217	2.53	0.617			
	دراسات عليا	16	2.44	0.727			

تشير بيانات الجدول (17) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات اعتماد المبحوثين على الوسائل التقليدية والرقمية في الحصول على المعلومات أوقات الكوارث وفقاً للفئات التعليمية المختلفة، ففي الوسائل التقليدية بلغت قيمة F (0.584) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.626)، كذلك بالنسبة لوسائل الإعلام الرقمية، فبلغت قيمة F (1.34) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند

مستوى معنوية (0.335)؛ مما يعني أن معدل الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية أوقات الكوارث الطبيعية لا يتغير باختلاف المستويات التعليمية للمبحوثين. وبناء على ما سبق، يتم رفض الفرض الأول القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، مستوى التعليم)، وذلك لأن حاجة الأفراد للمعلومات تزيد خلال فترات الأزمات ووقوع كارثة طبيعية، فهي تشكل خطراً على البشرية لماتسببه من خسائر فادحة في الأرواح والممتلكات؛ مما يجعلها تستحوذ على اهتمام ومتابعة جميع فئات الجمهور باختلاف خصائصهم الديموجرافية، وبالتالي يتساوى الجميع في معدل اعتمادهم سواء على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية للحصول على المعلومات، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (أمة الخالق محمد، 2020) التي رفضت الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على الفيس بوك للحصول على المعلومات أوقات الأزمات وفقاً لمتغيرات النوع (ذكور-إناث)، ووفقاً للفئات العمرية، ووفقاً للمستويات العلمية المختلفة، وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومستوى رضاهم عن أداء هذه الوسائل.

أ- وفقاً لوسائل الإعلام التقليدية:

جدول (18)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات ومستوى الرضا عن أداء الوسائل التقليدية

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	**0.266
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

يتضح من بيانات الجدول (18) أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل التماس الجمهور للمعلومات أثناء وقوع الكوارث والأزمات وبين مستوى الرضا عن أداء الوسائل التقليدية، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) وعند قيمة معامل ارتباط

بيرسون ( $0.266^{**}$ )، وهو ما يدل على أنها علاقة طردية، أي إنه كلما ارتفع معدل التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام التقليدية، جاء مستوى رضا الجمهور إيجابياً عن أداء هذه الوسائل في تغطية الكوارث والأزمات.

ب- وفقاً لوسائل الإعلام الرقمية:

### جدول (19)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات ومستوى رضا المبحوثين

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	$0.328^{**}$
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

يتضح من بيانات الجدول (19) أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل التماس الجمهور للمعلومات أثناء وقوع الكوارث والأزمات وبين مستوى الرضا عن أداء الوسائل الرقمية، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) وعند قيمة معامل ارتباط بيرسون ( $0.328^{**}$ ) وهو ما يدل على إنها علاقة طردية، أي إنه كلما ارتفع معدل التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام الرقمية، جاء مستوى رضا الجمهور إيجابياً عن أداء هذه الوسائل في تغطية الكوارث والأزمات.

من هذه النتائج، ثبتت صحة الفرض الثانى الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومستوى رضاهم عن أداء هذه الوسائل.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وحجم الاهتمام بمتابعة أخبار الكوارث.

أ- وفقاً لوسائل الإعلام التقليدية:

جدول (20)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات وحجم الاهتمام

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	**0.313
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

يتضح من بيانات الجدول (20) أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل التماس الجمهور للمعلومات أثناء وقوع الكوارث والأزمات من الوسائل التقليدية وبين حجم اهتمامهم بمتابعة أخبار الكوارث والأزمات، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) وعند قيمة معامل ارتباط بيرسون (\*\*0.313)، وهو ما يدل على أنها علاقة طردية، أي أنه كلما ارتفع معدل التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام التقليدية، ارتفع حجم اهتمام الجمهور بمتابعة أخبار الكوارث، حيث تزيد حاجته لمزيد من المعلومات عنها.

ب- وفقاً لوسائل الإعلام الرقمية:

جدول (21)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات وحجم الاهتمام

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.025	**0.130
** دال عند مستوى معنوية 0.05	

يتضح من بيانات الجدول (21) أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل التماس الجمهور للمعلومات أثناء وقوع الكوارث والأزمات من الوسائل التقليدية وبين حجم اهتمامهم بمتابعة أخبار الكوارث والأزمات، وذلك عند مستوى معنوية (0.025) وعند قيمة معامل ارتباط بيرسون (\*\*0.130)، وهو ما يدل على أنها علاقة طردية، أي

أنه كلما ارتفع معدل التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام الرقمية، ارتفع حجم اهتمام الجمهور بمتابعة أخبار الكوارث.

من هذه النتائج، ثبتت صحة الفرض الثالث الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وحجم الاهتمام بمتابعة أخبار الكوارث.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومستوى الثقة في المضمون المقدم بها.

أ- وفقاً لوسائل الإعلام التقليدية:

جدول (22)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات ومستوى الثقة فيها

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	0.256
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

يتضح من بيانات الجدول (22) أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل التماس الجمهور للمعلومات أثناء وقوع الكوارث والأزمات من الوسائل التقليدية وبين مستوى الثقة في المضمون المقدم بها، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) وعند قيمة معامل ارتباط بيرسون ( $0.256^{**}$ )، وهو ما يدل على أنها علاقة طردية، أي أنه كلما ارتفع معدل التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام التقليدية، ارتفع مستوى ثقة الجمهور في المضمون المقدم بها.

ب- وفقاً لوسائل الإعلام الرقمية:

جدول (23)

معنوية العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات ومستوى الثقة فيها

مستوى المعنوية	معامل بيرسون
0.000	**0223
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

يتضح من بيانات الجدول (23) أن هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل

التماس الجمهور للمعلومات أثناء وقوع الكوارث والأزمات من الوسائل الرقمية وبين مستوى الثقة في المضمون المقدم بها، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) وعند قيمة معامل ارتباط بيرسون ( $*0.223$ )، وهو ما يدل على أنها علاقة طردية، أي أنه كلما ارتفع معدل التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام الرقمية، ارتفع مستوى ثقة الجمهور في المضمون المقدم بها.

من هذه النتائج، ثبتت صحة الفرض الرابع الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات عن الكوارث الطبيعية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومستوى الثقة في الوسيلة. الفرض الخامس: تتأثر شدة العلاقة الارتباطية بين حجم الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومستوى رضا الباحثين عن أداء هذه الوسائل بمجموعة من المتغيرات الوسيطة التالية:

أ- وفقاً لوسائل الإعلام التقليدية:

جدول (24)

تأثير المتغيرات الوسيطة على شدة العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات من الوسائل التقليدية ومستوى الرضا عنها

العلاقة عند عزل المتغير	معامل الارتباط الجزئي	مستوى المعنوية
مستوى الثقة	0.169	0.003
حجم الاهتمام	0.263	0.000

أ- يؤثر متغير مستوى الثقة في الوسيلة على شدة العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام التقليدية ومستوى الرضا عن أداء هذه الوسائل: وللتعرف على مدة تأثير متغير الثقة على هذه العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي بين ارتفاع معدل الاعتماد على الوسائل التقليدية ومستوى الرضا عن أداء هذه الوسائل، وبعد ضبط تأثير متغير مستوى الثقة، قد بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئي (0.169) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وبمقارنتها بقيمة معامل ارتباط بيرسون قبل الضبط ( $*0.313$ ) سنجد أن قيمة معامل الارتباط تأثرت وقلت، وبالتالي فإن متغير الثقة في الوسيلة يؤثر بشكل إيجابي على شدة العلاقة بين

معدل الاعتماد على الوسائل التقليدية ومستوى الرضا عن أدائها، ولذلك نقبل صحة هذا الفرض جزئياً.

ب- يؤثر متغير حجم الاهتمام بالكوارث الطبيعية ومتابعتها على شدة العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام التقليدية ومستوى الرضا عن أداء هذه الوسائل: وللتعرف على مدة تأثير متغير حجم الاهتمام على هذه العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي بين ارتفاع معدل الاعتماد على الوسائل التقليدية ومستوى الرضا عن أداء هذه الوسائل، وبعد ضبط تأثير متغير مستوى الثقة، قد بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئي (0.263) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وبمقارنتها بقيمة معامل ارتباط بيرسون قبل الضبط (0.313\*\*) سنجد أن قيمة معامل الارتباط تأثرت وقلت، وبالتالي فإن متغير حجم الاهتمام بمتابعة أخبار الكوارث يؤثر بشكل إيجابي على شدة العلاقة بين معدل الاعتماد على الوسائل التقليدية ومستوى الرضا عن أدائها، ولذلك نقبل صحة هذا الفرض الجزئي.

ب- وفقاً لوسائل الإعلام الرقمية:

جدول (25)

تأثير المتغيرات الوسيطة على شدة العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات من الوسائل التقليدية ومستوى الرضا عنها

العلاقة عند عزل المتغير	معامل الارتباط الجزئي	مستوى المعنوية
مستوى الثقة	0.268	0.000
حجم الاهتمام	0.323	0.000

أ- يؤثر متغير مستوى الثقة في الوسيلة على شدة العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام الرقمية ومستوى الرضا عن أداء هذه الوسائل: وللتعرف على مدة تأثير متغير الثقة على هذه العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي بين ارتفاع معدل الاعتماد على الوسائل الرقمية ومستوى الرضا عن أداء هذه الوسائل، وبعد ضبط تأثير متغير مستوى الثقة، قد بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئي (0.268) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وبمقارنتها بقيمة معامل ارتباط بيرسون قبل الضبط (0.328\*\*) سنجد أن قيمة معامل الارتباط تأثرت

وقلّت، وبالتالي فإن متغير الثقة في الوسيلة يؤثر بشكل إيجابي على شدة العلاقة بين معدل الاعتماد على الوسائل الرقمية ومستوى الرضا عن أدائها، ولذلك نقبل صحة هذا الفرض الجزئي.

ب- يؤثر متغير حجم الاهتمام بالكوارث الطبيعية ومتابعتها على شدة العلاقة الارتباطية بين معدل التماس الجمهور للمعلومات من وسائل الإعلام الرقمية ومستوى الرضا عن أداء هذه الوسائل؛ وللتعرف على مدة تأثير متغير حجم الاهتمام على هذه العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي بين ارتفاع معدل الاعتماد على الوسائل الرقمية ومستوى الرضا عن أداء هذه الوسائل، وبعد ضبط تأثير متغير مستوى الثقة، قد بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئي (0.323) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وبمقارنتها بقيمة معامل ارتباط بيرسون قبل الضبط (0.328\*\*) سنجد أن قيمة معامل الارتباط تأثرت وقلّت، وبالتالي فإن متغير حجم الاهتمام بمتابعة أخبار الكوارث يؤثر بشكل إيجابي على شدة العلاقة بين معدل الاعتماد على الوسائل الرقمية ومستوى الرضا عن أدائها، ولذلك نقبل صحة هذا الفرض الجزئي.

من هذه النتائج، ثبتت صحة الفرض الخامس الذي ينص على أنه "تتأثر شدة العلاقة الارتباطية بين حجم الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومستوى رضا الباحثين عن أداء هذه الوسائل بمجموعة من المتغيرات الوسيطة، وهي: (مستوى الثقة في الوسيلة، حجم الاهتمام بمتابعة أخبار الكوارث). خلاصة البحث وأهم التوصيات والمقترحات:

بدأ الاهتمام بدراسة دور وسائل الإعلام في إدارة الكوارث الطبيعية في الآونة الأخيرة يتزايد بشكل ملحوظ، ولا سيما مع تطور تكنولوجيا الاتصال الرقمية وظهور دورها كمصدر للمعلومات الفورية حول مختلف الأحداث وخاصة في أوقات الكوارث والأزمات، فتطور وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، أحدثت ثورة في جميع المجالات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية، وهو ما يؤكد أن دور وسائل الاعلام لم يعد يقتصر على بث المعلومات وتداولها فقط، بل تعدد مجالاتها لتصبح بذلك أداة من أدوات الإعلام الوقائي.

واهتمت الدراسة الحالية بالبحث عن العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية ومستوى رضاهم عن أداء هذه الوسائل، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الرقمية جاءت في الترتيب الأول باعتبارها وسيلة إعلامية يتم لجوء الأفراد إليها وقت الأزمات للتزود بمعلومات حول الكارثة أو الأزمة، خاصة مع ما تتيحه من مميزات؛ كإمكانية التعرض للمحتوى في الوقت الذي يريده المستخدم وحسب ظروفه، فضلاً عن ثراءها بكم كبير من المعلومات المٌجمعة من أكثر من وسيلة مع تقديمها بأكثر من وسيط اتصالي بين النصوص والصور ومقاطع الفيديو، وبالرغم من لجوء الأفراد لاستخدام الوسائل الرقمية وقت الأزمات وما يشكله من منافسة قوية لوسائل الإعلام التقليدية، إلا أن العلاقة بين الوسائل الرقمية والتقليدية تظل علاقة تكاملية رغم وجود التنافسية أيضاً، حيث إنه يتم الاعتماد على الوسائل التقليدية وعدم الاكتفاء بالوسائل الرقمية فقط، وذلك للمقارنة بين ما ينشر فيهما سعياً وراء فهم أفضل للأزمات وكيفية التعامل مع الكوارث من جهة، ومن أخرى لارتفاع درجة المصادقية في وسائل الإعلام التقليدية عن وسائل الإعلام الرقمية، وقدرتها على التحليل والتفسير بشكل أكثر عمقاً.

إن نتائج الدراسة تؤكد ما ذهب إليه العديد من الدراسات السابقة من تزايد إقبال الجمهور على التعرض لوسائل الإعلام أثناء الأزمات، هذا الإقبال الكبير على وسائل الإعلام التقليدية والرقمية من قبل أفراد الجمهور يلقي بالعبء على الأجهزة الحكومية والمؤسسات الإعلامية بضرورة التعامل بشفافية ونشر المعلومات الصحيحة والشاملة وبسرعة، حتى لا يكون هناك مجال لانصراف الأفراد إلى وسائل أخرى ربما لا يكون لها قدر كبير من المصادقية والثقة.

واستخدمت الدراسة نظرية التماس المعلومات كإطار نظري للمساعدة على فهم أسباب لجوء الجمهور إلى وسائل إعلامية دون الأخرى، حيث توصلت الدراسة إلى تأكيد بعض الافتراضات النظرية، مثل العلاقة بين جودة المعلومات وسهولة الوصول إليها، وكذلك الافتراض الخاص بوجود علاقة بين التماس المعلومات على وسائل الاعلام والدوافع النفعية للمبحوثين، فأوضحت نتائج الدراسة الميدانية تصدر معايير الفورية في نقل

الأحداث"، و"سهولة الحصول على المعلومات"، و"متابعة تطورات الكارثة"، و"الحصول على المزيد من التفسير والتحليل"، لصدارة العوامل المؤثرة في اختيار المبحوثين لوسائل الإعلام ومتابعتها.

كما تشير نتائج الدراسة إلى وعي معظم المبحوثين بأساليب وسلوكيات البحث عن المعلومات حتى في أوقات الأزمات والكوارث، وليس مجرد الاكتفاء لما يتعرض له من معلومات، بل يسعى للبحث عنها، خاصة في استخدامه استراتيجية البحث المجازف التي تعتمد على مصدر معين أو عدة مصادر أساسية، ثم يقوم الفرد بتصنيفها وتحليلها وربطها بما لديه من معلومات، فجاءت سلوكيات البحث العشوائية في المراتب الأخيرة، كما اهتم المبحوثون بالاعتماد على أكثر من وسيلة للحصول على المعلومات، ومحاولته القيام بالتحري عن مدى صحة ودقة المعلومات من خلال المقارنة بين ما ينشر في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، ثم القيام بتقييمها؛ مما يوضح الدور الإيجابي الذي يقوم به أفراد الجمهور عند تلقيه للمعلومات، وإن كان مازال بحاجة إلى مزيد من الوعي بكيفية التحقق من المعلومات قبل تصديقها ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد كان لسلوكيات أفراد العينة في التماسهم للمعلومات تأثيرات أبرزها تمثلت في التأثيرات الوجدانية ثم المعرفية، لتتراجع التأثيرات السلوكية.

وهناك مجموعة من المقترحات التي يمكن من خلالها تفعيل دور الإعلام أثناء وقوع الأزمات بشكل عام والكوارث الطبيعية منها بشكل خاص:

1- أن يتولى الإعلام بكافة وسائله وظيفته الإعلام الوقائي والتوعية بأساليب مواجهة الكوارث الطبيعية، فرغم التقدم العلمي يعتبر الزلزال من الكوارث الفجائية التي لا يمكن التنبؤ بحدوثها إلا بثوان قليلة لا تسمح باتخاذ أية إجراءات، وذلك من خلال توجيهه وتنقيف وإرشاد المشاهد لما يجب اتخاذه من استعدادات أثناء وبعد حدوث مثل هذه الكوارث وإجراءات الأمن والسلامة تحسباً لأية مفاجآت.

2- ألا يقتصر دور وسائل الإعلام فيما يتعلق بالكوارث الطبيعية على وظيفة الإخبار، وأن يتم تناول الخبر بالتعليق والتحليل، ومتابعة تداعيات الكارثة على مختلف الأبعاد الصحية، والإنسانية، والنفسية، والاقتصادية.

- 3 - ضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية (الحكومية والخاصة) بجميع مناصاتها المختلفة على تحري الدقة والمصداقية، والمهنية والاحترافية في جمع وصياغة ونشر الأخبار والمعلومات عن الأزمات، بالسرعة والشفافية التي يحتاج إليها الجمهور، وذلك لزيادة معدل اعتماد الجمهور على تلك الوسائل وأن يتم تناول الأزمات والكوارث من منطلق المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام حتى لا يكتسب الجمهور معلومات مشوهة ومضللة تؤثر على درجة معرفته ومن ثم تؤثر سلباً على آرائهم واتجاهاتهم تجاهها.
- 4- ضرورة أن يقوم على إدارة صفحات ومواقع التواصل الاجتماعي فريق متخصص من الكوادر المدربة على التعامل مع الجمهور بشكل احترافي، خاصة مع ما يتطلبه وقت الأزمات من مهارات خاصة للتواصل مع الجمهور، تجنباً لتصاعد حدة الأزمة.
- 5- ضرورة الإفادة من إمكانات وسائل الإعلام الرقمية، والتي تتيح التواصل مع الجمهور بمنتهى السهولة وفي أي وقت وبتكلفة منخفضة للإفادة منها وقت الأزمات، مقارنة بما يتطلبه الاتصال بالجمهور من خلال الوسائل الأخرى.
- 6- ضرورة العمل على زيادة وعي الجمهور بكيفية التعاطي السليم مع المحتويات الإعلامية التي يجري تداولها بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وزيادة وعيهم بالطرق التي يجري فيها إعداد هذه المحتويات، والعمليات الفنية التي تجري عليها لجعلها أقرب للتصديق وللواقع، وما عليه القيام به من إجراءات للتأكد من مصداقية ودقة هذه المعلومات، من خلال رفع مستوى الوعي لديهم للحصول على المعلومات من مصادر موثوقة خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، أي الاهتمام بإطلاق مشروع قومي لتدريب الجمهور على التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة وما ينشر عليها.

المراجع:

\* زلزال قهرمان مرعش 2023 أو زلزالا تركيا وسوريا 2023، زلزالان ضربا جنوب تركيا، امتد أثره إلى سوريا، ويُعدُّ هذا الزلزال من أقوى الزلازل في تاريخ تركيا وسوريا، فكان بقوة 7.8 على مقياس ريختر بلغ عدد ضحايا هذين الزلزالين في تركيا وسوريا حسب تقديرات أولية أكثر من 51000 قتيلًا و 120000 مصابًا، وخلفًا أضرارًا مادية جسيمة في كلا البلدين:

<https://news.un.org/ar/tags/zlzal-swrya-wtrkya>

<sup>1</sup> لبنى مسعود عبد العظيم، "المعالجة الإعلامية للأزمات المصرية عبر موقع اليوتيوب واتجاهات الشباب الجامعي نحوها"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع 31، 2021، ص 133-169.

<sup>2</sup> شادلي عبد الحق، لواء جبار جمعة، "الإعلام العربي وإشكالية التلقي في ظل جائحة كوفيد 19"، مجلة العربي للدراسات الإعلامية، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع 12، ص 46-67، 2021، متاح على :

<http://search.mandumah.com/Record/1234380>

<sup>3</sup> رباب صلاح السيد، "تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا "كوفيد-19" في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية"، مجلة البحوث الإعلامية، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ع 55، 2020، ص 2067-2132، متاح على:

<http://search.mandumah.com/Record/1092474>

<sup>4</sup> عديل أحمد الشerman، "دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية: وباء فيروس كورونا نموذجًا"، المجلة العربية للعلوم الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مج 36، ع 2، يوليو 2020، ص 189-205، متاح على:

<http://search.mandumah.com/Record/1080640>

<sup>5</sup> نها محمد عثمان، "دور شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) في الوعي المعلوماتي بإدارة الأزمات والكوارث: دراسة استكشافية تحليلية"، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف، ع 3، ص 181-208، 2019، متاح على:

<http://search.mandumah.com/Record/1007111>

<sup>6</sup> شيماء السيد سالم، "دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ع 56، 2016.

<sup>7</sup> آمال عبد الوهاب محمود، "دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث: دراسة سوسيولوجية في صعيد مصر"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم الاجتماع، 2019).

<sup>8</sup> آمال الغزاوي ودينا عرابي، "تقييم المعالجة الإعلامية للكوارث الطبيعية: دراسة تطبيقية على كارثة سيول البحر الأحمر 2016"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ع 12، 2017، ص 1-41.

<sup>9</sup> هاجر حلمي حبيش، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ"، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ع 64، يناير 2023، ص ص 397-460، متاح على:

[https://jsb.journals.ekb.eg/article\\_274316.html](https://jsb.journals.ekb.eg/article_274316.html)

<sup>10</sup> محمد سعد الدين الشربيني، "استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات وقت الأزمات: دراسة ميدانية على عينة من طلاب قسم الإعلام"، *المجلة المصرية لبحوث الصحافة*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ع 21، 2021، ص ص 1-48.

<sup>11</sup> أمة الخالق محمد الأشموري، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع 55، ج 5، 2020، ص ص 3173-3204، متاح على:

<http://search.mandumah.com/Record/1102208>

<sup>12</sup> خالد الحميدي وآخرون، "اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات: فيروس كورونا المستجد مثالاً"، *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية*، (جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي)، ع 41، نوفمبر 2020، ص ص 9-146، متاح على:

<http://search.mandumah.com/Record/1094784>

<sup>13</sup> فلاح بن عامر الدهمشي، "اعتماد الشباب السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول عاصفة الحزم"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، ع 52، 2019، ص ص 201-223. متاح على:

<http://search.mandumah.com/Record/1032811>

<sup>14</sup> سليمان فيحان فيصل، "التماس الجمهور السعودي للمعلومات عن الأزمات المجتمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي"، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع 25، 2019، ص ص 147-188، متاح على:

<http://search.mandumah.com/Record/1065711>

<sup>15</sup> عبد الرحمن محمد الشامي، "اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي مصدرًا للاخبار في أثناء الحروب والأزمات: دراسة تطبيقية على عاصفة الحزم"، *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، (جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي)، ع 144، مج 36، 2018، ص ص 109-154، متاح على:

<https://search.mandumah.com/Record/920005>

<sup>16</sup> Sara Mahmoud Ali, "The role of social networking sites (SNSs) in shaping the Egyptian youth knowledge and attitudes towards the local crises", **master's degree**, (Cairo University: Faculty of Mass Communication, 2018).

<sup>17</sup> Xinyan Zhao and Stephanie J. Tasang, " Self-protection by fact-checking: How pandemic information seeking and verifying affect preventive behaviours", **Journal of Contingencies and Crisis Management.**, Vol. 30, 2022, pp. 171-184, Available at: doi: 10.1111/1468-5973.12372

<sup>18</sup> مفتاح محمد اجعيه، "العوامل المؤثرة على انتقاء الجمهور لمصادر معلوماته أثناء الأزمات: وباء كورونا أنموذجاً"، مجلة العربي للدراسات الإعلامية، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، ع 13، 2021، ص ص 9-32. متاح على:

<http://search.mandumah.com/Record/1234419>

<sup>19</sup> Yerina S. Ranjit & Others , "Needing to know about the crisis back home: Disaster information seeking and disaster media effects following the 2015 Nepal earthquake among Nepalis living outside of Nepal", International, **Journal of Disaster Risk Reduction**, Vol.50, 2020, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101725>

<sup>20</sup> Rahmi, Rahmi , Joho, Hideo & Shirai, Tetsuya. "An analysis of natural disaster-related information-seeking behavior using temporal stages". **Journal of the Association for Information Science and Technology**, Vol.70, 2018, pp.715-728, Available at: <https://doi.org/10.1002/asi.24155>

<sup>21</sup> Liu Brooke, et al., "Social media use during disasters: How information form and source influence intended behavioral responses." **Communication Research**, Vol.43, 2016, pp.626–646. <https://doi.org/10.1177/0093650214565917>

<sup>22</sup> Sejin Park and Elizabeth Avery, "Effects of Media Channel, Crisis Type and Demographics on Audience Intent to Follow Instructing Information During Crisis", **Journal of Contingencies and Crisis Management**, Vol. 26, p 6978, 2016, Available at: DOI:10.1111/1468-5973.12137

<sup>23</sup> Wilson Tom, "Human Information Behavior", **Informing Science**, Vol.3, 2000, p.49. DOI:10.28945/576

<sup>24</sup> Natalya Gogbold, "Beyond information seeking towards a general model of information behavior", **Information research**, Vol.11, No. 4, 2006, Available at <https://informationr.net/ir/11-4/paper269.html>:

<sup>25</sup> Roberto Ibanez, " A Proposal for studying user's behaviors in collaborative information seeking through a convergence map", School of Communication and Information, **ACM Group 2010 Conference**, Sanibel Island.

<sup>26</sup> حسن مكاي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط11، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2014)، ص 338.

<sup>27</sup> حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014)، ص 229.

<sup>28</sup> Munira Nasreen Ansari, " Information Need and Information Seeking Behavior of Media Practitioners in Karachi", **Malaysian Journal of Library & Information**

Science, Vol. 15, No. 2, 2010, pp.71-84, Available at: <https://mjlis.um.edu.my/article/view/6934/4596>.

<sup>29</sup> Susanne Loeber and Alexandra Cristea, A. I. "A WWW information seeking process model", **Journal of Educational technology & Society**, Vol.6, 2003, p.46, Available at: <https://pure.tue.nl/ws/portalfiles/portal/1911125/623867.pdf>.

<sup>30</sup> Susanne Loeber and Alexandra Cristea, **op.cit.** p.50.

<sup>31</sup> نشوة سليمان عقل، "التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام)، ع 54، 2020، ص 2061.

<sup>32</sup> Lucinda Austin, et al, "How Audiences Seek Out Crisis Information: Exploring the Social-Mediated Crisis Communication Model", **Journal of Applied Communication Research**, Vol. 40, No. 2, 2012, pp. 188, Available at: <https://doi.org/10.1080/00909882.2012.654498>.

<sup>33</sup> محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، (القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2000)، ص13.

<sup>34</sup> سامي طايح، **بحوث الإعلام**. ط 1، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001)، ص 167.

\* أسماء السادة المحكمين الذين تفضلوا بتحكيم الاستبانة مرتبة أبجدياً:

- 1- أ. د/ أماني فهمي، أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- 2- أ. د/ شيماء نو الفقار زغيب، أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- 3- أ. د/ عادل فهمي، أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- 4- أ. د/ منى الحديدي، أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- 5- أ. د/ نشوة عقل، أستاذ الإعلام ورئيس قسم الشعبة الإنجليزية بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- 5- أ. د/ نيرمين الأزرق أستاذ الإعلام ورئيس قسم الشعبة الإنجليزية بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- 6- أ. د/ هويدا مصطفى، أستاذ الإعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

<sup>35</sup> موسى محمد حامد، "استراتيجية مهارات الاتصال في إدارة الأزمات والكوارث"، رسالة ماجستير غير منشورة، (السودان: جامعة أم درمان الإسلامية، 2014)، ص 42، متاح على:

<http://search.mandumah.com/Record/794333>

<sup>36</sup> هويدا مصطفى، **دور الإعلام في الأزمات الدولية: دراسة حالة للإدارة الإعلامية لحرب الخليج**، (القاهرة: مركز المحروسة للبحوث والتدريب والتشر، 2000)، ص 52-52.

<sup>37</sup> صلاح مذكور، "الإعلام المرئي ودوره في تنمية الوعي لمواجهة أخطار الزلازل لدى المشاهد"، المؤتمر السنوي الخامس لإدارة الأزمات والكوارث، (جامعة عين شمس: كلية التجارة)، مج 2، ص 600، متاح على:

<http://search.mandumah.com/Record/51672>

<sup>38</sup> مطلق سعود المطيري، "دراسة المفاهيم النظرية لدور الإعلام في إدارة الأزمات"، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ع 13، 2015، ص 57، متاح على: <http://search.mandumah.com/Record/764163>

<sup>39</sup> هويدا مصطفى، مرجع سابق، ص 55.

<sup>40</sup> معمر نواف الهوارنة، "إدارة الأزمات والتعامل معها". المعرفة، ع 655، 2018، ص 78، متاح على: <http://search.mandumah.com/Record/924209>

<sup>41</sup> نورة بن بوزيد، "المواكبة الإعلامية في إدارة الأزمات" رؤية نظرية"، *مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية*، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ع 1، 2022، ص 213، متاح على: <http://search.mandumah.com/Record/1253066>

<sup>42</sup> محمد علي شومان، *الإعلام والأزمات*، (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2002)، ص 59

<sup>43</sup> شريف درويش اللبان، أحمد علي إبراهيم، "دور الإعلام في إدارة الأزمات". *المركز العربي للبحوث والدراسات*، 2015:

<http://www.acrseg.org/39610>

<sup>44</sup> مقال، "فيسبوك يضع 5 أدوات لمساعدة المتضررين من الزلازل في تركيا وسوريا"، *الميدان نيوز*، بتاريخ 9 فبراير 2023، متاح على:

<https://www.elmydannews.com/204286>

<sup>45</sup> حسن عماد مكايي وليلى حسن السيد، *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، ط 4، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004)، ص 338.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani**

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

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

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

**Prof. Fahd Al-Askar**

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

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

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

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Prof. Arafa Amer**

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

---

## Editorial Secretaries:

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

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

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

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

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, 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](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

● Issue 68 October 2023 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

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

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

## Rules of Publishing

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

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