

مجلة

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢١ م = ٠,٩٦٥٥
معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠ م = ٢,٠١
دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة التاسعة - العدد الرابع والثلاثون/ الجزء الأول - يوليو/ سبتمبر ٢٠٢١ م

بحوث باللغة العربية:

- اعتماد الجمهور الأردني على قناة المملكة لاكتساب المعلومات حول فيروس كورونا
أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (جامعة اليرموك)
مرام محمد ناجي عوض مناجرة (جامعة الملك محمد الأول بالمغرب) ... ص ١١
- الاتجاهات البحثية في دراسات الإعلام وجائحة كورونا: دراسة تحليلية من المستوى الثاني
أ.م.د. سماح محمد محمدي (جامعة القاهرة) ... ص ٣٩
- توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي: دراسة ميدانية على موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى المستخدمين لمنصة إثراني
أ.م.د. رشا محمد أحمد مرسي (جامعة أم القرى)
روان سراج عمر بخش (جامعة أم القرى) ... ص ١٠٣
- دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحاتها الرسمية على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا: دراسة ميدانية
أ.م.د. منى طه محمد طه (جامعة المنصورة) ... ص ١٤١
- فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية للوزارات المصرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة الرقمية للجمهور في الشؤون العامة
د. نها أنور سليمان (جامعة المنوفية) ... ص ٢١٥
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة قادة الرأي الجدد من منظور الشباب المصري
د. السيد محمد أبوشعيش (جامعة القاهرة) ... ص ٣٠٣
- استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم نحو فيروس كورونا
د. مها مدحت محمد كمال (جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٣٥٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢١ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jpr.epra.org.eg

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

سيد أحمد شريف

علي حسين الميهي

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشنون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشنون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشنون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناتي (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثلاثة وثلاثون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوىً باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي "الأولى Q1".

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العيبكان - معرفة).

وفي العدد الرابع والثلاثين من المجلة بجزأيه الأول والثاني نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة بالجزء الأول بالعدد "الرابع والثلاثين" من المجلة، ومن جامعتي اليرموك بالأردن ومحمد الأول بالمغرب، نجد بحثًا مشتركًا تحت عنوان: "اعتماد الجمهور الأردني على قناة المملكة لاكتساب المعلومات حول فيروس كورونا"، وهو مقدم من: أ.د. تحسين منصور رشيد منصور، مرام محمد ناجي عوض مناجرة من الأردن.

ومن جامعة القاهرة، قدّمت: أ.م.د. **سماح محمد محمدي**، من مصر، دراسة تحليلية من المستوى الثاني بعنوان: "الاتجاهات البحثية في دراسات الإعلام وجائحة كورونا".

ومن جامعة أم القرى، قدّمتا: أ.م.د. **رشا محمد مرسي** من مصر، **روان سراج عمر بخش** من السعودية دراسة مشتركة تحت عنوان: "توظيف تقنية الموشن جرافيك في المنصات التدريبية ودورها في تطوير مهارات موظفي العلاقات العامة في القطاع الحكومي السعودي: دراسة ميدانية على موظفي إدارة العلاقات العامة بجامعة أم القرى المستخدمين لمنصة إنثرائي".

أما د. **منى طه محمد طه** من جامعة المنصورة، من مصر، قدّمت: دراسة ميدانية بعنوان: "دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحتها الرسمية على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا".

ومن جامعة المنوفية، قدّمت د. **نها أنور سليمان**، من مصر، بحثاً تحت عنوان: "فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية للوزارات المصرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة الرقمية للجمهور في الشؤون العامة".

أما د. **السيد محمد أبوشعيشع** من جامعة القاهرة، من مصر، قدّم بحثاً بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة قادة الرأي الجدد من منظور الشباب المصري".

بينما قدّمت د. **مها مدحت محمد كمال**، من جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، من مصر، بحثاً بعنوان: "استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم نحو فيروس كورونا".

وفي الجزء الثاني من العدد (الرابع والثلاثين) نجد بحثاً بعنوان: "دور الحملات الترويجية للمشروعات القومية في تعزيز سمعة مصر الداخلية" قدّمته د. **مايسة حمدي زكي شلبي**، من جامعة المنصورة، من مصر.

ومن جامعة الدار، قدّمت د. **منة محمد معوض**، من مصر، دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات العربية، بعنوان: "واقع استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في تدريس المقررات الإعلامية في ظل جائحة كورونا".

بينما قدّمت د. **نهى عادل هريدي**، من جامعة المنوفية، من مصر، بحثاً بعنوان: "تأثيرات حملات فيروس كورونا التلفزيونية على تبني المصريين السلوكيات الصحية".

ومن جامعة كفر الشيخ قدّمت د. **إيناس منصور شرف**، من مصر، بحثاً بعنوان: "متابعة الشباب الجامعي للأخبار والفعاليات الرياضية في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بالقيم الأخلاقية لديهم".

وفي إطار بحوث كورونا قدّمت د. **حنان موسى عبد العال**، من جامعة أسيوط، من مصر، دراسة ميدانية بعنوان: "دور الحملات الإعلامية الحكومية في تشكيل الوعي الصحي للجمهور المصري أثناء جائحة كورونا".

وأخيراً من جامعة بورسعيد قدّمت د. **دينا محمد عساف**، من مصر، دراسة في إطار نظرية ثراء وسائل الإعلام بعنوان: "اتجاهات المراهقين نحو استخدام المنصات التعليمية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**الاتجاهات البحثية في دراسات الإعلام وجائحة كورونا:
دراسة تحليلية من المستوى الثاني**

إعداد

أ.م.د. سماح محمد محمدى (*)

(*) الأستاذ المشارك بقسم الصحافة في كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

الاتجاهات البحثية في دراسات الإعلام وجائحة كورونا: دراسة تحليلية من المستوى الثاني

أ.م.د. سماح محمد محمدي
samah_press@yahoo.com
جامعة القاهرة

الملخص:

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتقييم الاتجاهات البحثية التي تناولتها الدراسات المعنية بقضية التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية، وذلك خلال الفترة من شهر يناير ٢٠٢٠م وحتى نهاية شهر فبراير ٢٠٢١م، حيث تحديد كثافة تناول وسائل الإعلام للجائحة، وأهم القضايا الرئيسية والفرعية التي تناولتها وتأثيرات هذا التناول الإعلامي على الجمهور وقدرة المؤسسات بالتعاون مع الوسائل الإعلامية على مواجهة الشائعات، فضلاً عن استعراض المداخل الفكرية والأطر النظرية التي انطلقت منها الدراسات، والأدوات المنهجية التي اعتمدت عليها وكذلك أهم النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات، وذلك عبر استخدام التحليل من المستوى الثاني بشقيه الكمي والكيفي للدراسات والبحوث العلمية المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية".

وأكدت الدراسات السابقة على مجموعة من الأفكار التي تعبر عن كيفية تعامل المؤسسات مع جائحة كورونا من خلال نشر رسائل توعية سريعة للمواطنين خلال الجائحة، والتواصل السريع مع الجمهور عبر البريد الإلكتروني للصفحات وتعليقات القراء، وأن يكون هناك توظيف للهاشاج وإعادة النشر في تحقيق الانتشار السريع للمعلومات، وأن يكون هناك تفاعل سريع مع الشائعات واحتوائها فور انطلاقها، وتفعيل دور التقنيات الجرافيكية في تحقيق منشورات جاذبة ومبسطة للمعلومات عن الجائحة، وأن يكون هناك تحرك سريع من الدولة في تحقيق الرقابة على الإعلام الإلكتروني.

كما تبين تنوع طبيعة المجالات الرئيسية التي ركزت عليها الدراسات السابقة، وجاء في المقدمة إثارة الدراسات البحثية تقييم المعالجة الإعلامية لجائحة كورونا بنسبة ٣٣.٦% ثم تناول الدراسات تأثيرات المعالجة الإعلامية على الجمهور بنسبة ٢٠.٦%، ثم تناول بعض الدراسات لموضوع تقييم الأداء الحكومي في مواجهة الأزمة والاستراتيجيات الاتصالية التي تبنتها في ذلك بنسبة ١٥%، وفي المرتبة الرابعة جاء توظيف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مواجهة الجائحة بنسبة ١٣.٤%.

وأكدت الدراسات على أن وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي تعد مصدراً للمعلومات والمعرفة في المقدمة بنسبة ٣٠%، وأن للتغطية تأثيرات على الصحة النفسية بنسبة ٢٤%، وجاء إبراز الحالة المزاجية للجمهور بنسبة ٢٢%، ثم التأثيرات السلوكية مثل تغير العادات الصحية والشراء الإلكتروني كنوع

من الأمان الوقائي من العدوي بنسبة ٢٠٪، ثم تأثير هذه التغطيات وجدانيا على الجمهور وخاصة في تشكيل الصور الذهنية عن المجتمعات مثلما أشارت بعض الدراسات الأجنبية إلى التأثير على صورة المجتمع الصيني بالسلب وذلك بنسبة ٢.٦٪، وأخيراً التأثير على الصحة العقلية بنسبة ١.٤٪.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، دراسات الإعلام، جائحة كورونا، تحليل المستوى الثاني.

مقدمة:

تلعب وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي دورًا جوهريًا في إتاحة المعلومات للجمهور خلال فترات الأزمات وهو الأمر الذي بدا جليًا بشكل لا يمكن إنكاره أو التشكيك فيه خلال جائحة فيروس كورونا، فقد فرضت الأوضاع الصحية للجائحة وحالة التباعد الاجتماعي تزايدًا في دور وسائل الإعلام عمومًا للحصول على المعلومات ومتابعة المستجدات عن الجائحة، كما برز دور شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق التواصل مع الأفراد والحصول على آخر المستجدات عن الجائحة، إلا أنه في الوقت ذاته ارتفعت معدلات المعلومات المغلوطة والمفبركة والشائعات عن فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ.

فمنذ ظهور فيروس كورونا المستجد أو كوفيد ١٩ في مدينة ووهان الصينية أواخر ديسمبر عام ٢٠١٩م، والذي سرعان ما انتقل إلى خارج الصين وانتشر بجميع دول العالم، وفي الثلاثين من يناير ٢٠٢٠م أعلنت منظمة الصحة العالمية فيروس كورونا_ كوفيد ١٩_ كحالة طوارئ صحية عالمية، ومنذ ذلك التاريخ تزايدت الجهود الدولية للتصدي للفيروس ومحاولات الحد من انتشاره بالجهود الطبية والعلمية، وبالقرارات السياسية أيضًا.

فقد وضعت جائحة كورونا دول العالم أجمع أمام تحدٍ غير مسبوق حيث واجهت الحكومات في كافة الدول مأزقًا كبيرًا ما بين أعداد الوفيات المتزايدة يوميًا بعد يوم، وتحدي الإغلاق وما يسببه من أضرار اقتصادية كبيرة، وعلى الرغم من صعوبة اتخاذ القرار بالإغلاق إلا أن الحكومات في دول العالم المختلفة لم تجد سبيلًا آخر غير فرض الإغلاق بوصفه السبيل الوحيد للسيطرة على انتشار العدوى الأمر الذي وضع جميع دول العالم في موقف لا تحسد عليه.

ومع إقرار سياسات الإغلاق والتباعد الاجتماعي والبقاء في المنزل للحد من انتشار الفيروس كإجراءات احترازية تم اتباعها بمختلف دول العالم، تزايدت كثافة الاعتماد على وسائل الإعلام، وشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد، كما اتجهت المنظمات الكبرى مثل منظمة الصحة العالمية WHO للتواجد الفعال عبر المنصات الاجتماعية، وكذلك وزارات الصحة بمختلف دول العالم للتواصل مع المواطنين.

وخلال الجوائح الصحية الكبرى مثل أيلول ٢٠١٤م، وزيكا ٢٠١٦م وغيرها تزايد الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، إلا أن الأمر أخذ منحى مختلفاً خلافاً للجوائح الصحية السابقة في حالة جائحة كورونا، فقد حظيت هذه الجائحة على تغطية إعلامية مكثفة وموسعة خاصة على مستوى التغطية الإخبارية وذلك لشدة واتساع نطاق تأثير الجائحة واتساع نطاق تداعياتها على مستوى دول العالم أجمع.

وتشير دراسات عديدة إلى تزايد دور شبكات التواصل الاجتماعي في خلق الوعي وإمداد المستخدمين بالمعلومات والمعارف الصحية فقد أشار تقرير معهد رويترز للأخبار الرقمية ٢٠٢٠م والذي أجرى على ٨٠ ألف شخص من أربعين دولة إلى حدوث تزايد كبير في استهلاك الأخبار خلال جائحة كورونا، وفي نفس الوقت أكد على ارتفاع ملحوظ في كم الأخبار المفبركة عن الفيروس والمنتشرة عبر المنصات الاجتماعية المختلفة.

والمتابع للدراسات حول دور الإعلام خلال جائحة كورونا وطبيعة التغطية الإعلامية للجائحة سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية أو عبر شبكات التواصل الاجتماعي يلحظ ارتفاعاً ملحوظاً في كم الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في مختلف دول العالم، كما يلحظ اختلافاً كبيراً واضحاً في الموضوعات التي يتم تناولها في هذا الصدد الأمر الذي دفع الباحثة إلى السعي نحو رصد وتحليل هذا الإنتاج البحثي الكبير على مستوى الدراسات العربية والأجنبية خاصة وأنه في حدود المسح الذي قامت به الباحثة خلال ١٤ شهراً لا توجد دراسة واحدة تناولت عبر التحليل من المستوى الثاني ما قدم من دراسات عن هذه القضية.

وهذا ما تركز عليه الدراسة الحالية، حيث تسعى الدراسة لرصد وتحليل وتقييم الإنتاج البحثي المتعلق بدراسات الإعلام ودوره في تغطية جائحة كورونا وذلك منذ بروز الأزمة عالمياً من يناير ٢٠٢٠ وحتى أواخر فبراير ٢٠٢١.

أولاً: قضية الدراسة وأهميتها:

يُعد القرن الحادي والعشرين بداية الاهتمام بالإعلام الصحي العالمي؛ لظهور العديد من الأوبئة، منها إنفلونزا الطيور، والإيبولا، وزيكا، وبدء الجهود الساعية إلى التوعية بالوباء. وقد ارتبط بظهور هذه الأوبئة الكثير من المخاوف من انتشارها وسعي العديد من الدول إلى تغطية إعلامية لطرق الانتشار والوقاية والتأثيرات المرتبطة بها. وقد انعكس اهتمام الحكومات ومنظمات الصحة المحلية والعالمية بها على الباحثين في مختلف المجالات، ومنها الإعلام.

فتوالدت الدراسات منذ بداية الألفية الثانية في مجال الإعلام الصحي حتى الآن، خاصة بعد ظهور وباء كورونا في أواخر عام ٢٠١٩م وإعلان منظمة الصحة العالمية عن تحوله لجائحة تغزو العالم

ويصعب السيطرة عليها (عبد الحميد، ٢٠٢١م)، وتؤكد الدراسات على تزايد حرص الجمهور في أوقات الأزمات وسعيه المستمر للحصول على المعلومات السريعة والدقيقة معاً عن الأزمة وأسبابها وتطورها عن طريق وسائل الإعلام باختلاف أنواعها سواء التقليدية أو وسائل التواصل الاجتماعي، وتشير الدراسات الحديثة في هذا الصدد إلى تفضيل متابعة الجمهور للتعليقات والآراء الشخصية التي يكتبها الأفراد عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن استقبال المعلومات الرسمية التي تقدمها المواقع الإلكترونية أو المدونات التنظيمية.

ففي هذه الحالات تزداد رغبة الجمهور في مشاركة المعلومات وتبادل وجهات النظر مع الآخرين، وقد شغلت أزمة فيروس كورونا التي ضربت العالم كله أواخر عام ٢٠١٩م أنظار عدد كبير من الباحثين بمختلف دول العالم من مختلف التخصصات العلمية، الأمر الذي أفرز عددًا ضخمًا من الدراسات التي تناولت الأزمة وتركز الباحثة هنا على الدراسات والبحوث العلمية المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية حول التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا، والتي نشرت في الفترة من يناير عام ٢٠٢٠م وحتى فبراير عام ٢٠٢١م، أي على مدى أربعة عشر شهرًا، وتسعى الدراسة المقترحة إلى:

"رصد وتحليل وتقييم الاتجاهات البحثية التي تناولتها الدراسات المعنية بقضية التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية وذلك خلال الفترة من شهر يناير ٢٠٢٠م وحتى نهاية شهر فبراير ٢٠٢١م، حيث تستهدف الدراسة تقديم رؤية تحليلية متعمقة للتوجهات البحثية في مجال الدراسة من حيث الكشف عن كثافة تناول وسائل الإعلام للجائحة، وأهم القضايا الرئيسية والفرعية التي تناولتها هذه الدراسات وتأثيرات هذا التناول الإعلامي على الجمهور وقدرة المؤسسات بالتعاون مع الوسائل الإعلامية على مواجهة الشائعات التي تطلق في مثل هذه الأوقات بما يحقق التماسك المجتمعي واستقراره، فضلًا عن استعراض المداخل الفكرية والأطر النظرية التي انطلقت منها الدراسات، والأدوات المنهجية التي اعتمدت عليها وكذلك أهم النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات، وذلك عبر استخدام التحليل من المستوى الثاني بشقيه الكمي والكيفي للدراسات والبحوث العلمية المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية".

وتتعلق أهمية الدراسة في أن نتائجها يمكن الاستفادة منها في إثراء البحث العلمي المتعلق بفحص العلاقة بين تناول وسائل الإعلام أي كانت طبيعتها وعلم الأزمات المجتمعية وكيفية إدارتها بما يحقق الاستقرار المجتمعي وتماسكه، وهو ما يساعد البحوث المستقبلية في الوصول لاستراتيجية واضحة ودقيقة

لتحديد مبادئ رئيسية لكيفية تناول الإعلام أي أزمة سواء داخلية أو خارجية متعلقة بالمجتمع المصري تراعي ميثاق الشرف الإعلامي.

ثانياً: الإطار المعرفي للدراسة:

تنوعت الجوائح التي تعرضت لها الشعوب على مستوى العالم منذ عام ١٣٥١م حيث جائحة الطاعون (الموت الأسود) الذي انتشر بأوروبا وحصد أرواح ٢٠٠ مليون شخص أصيب بالمرض، ثم عام ١٥٢٠م جائحة الجدري، الذي انتشر من أوروبا للعالم وأدى لوفاة ٥٥ مليون شخص، وصولاً لعام ٢٠١٩م حتى الآن ومواجهة العالم لجائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) والذي ظهر في ووهان-الصين في ديسمبر ٢٠١٩م، وانتشر إلى بقية دول العالم (مكاوي، ٢٠٢٠م، ص ص ١٤-١٥).

و للجائحة تعريفات متعددة قال بها الفقهاء: فقد عرفها الفقهاء الأحناف بأنها: الآفات السماوية التي لا يمكن معها تضمين أحد مثل الريح والبرد ونحو ذلك، ومن فقهاء المالكية (ابن القاسم) من عرفها بأنها "مالا يستطاع دفعه من أمر سماوي كبرد وثلج وغبار وسموم أي ريح حار وجراد وفأر ونار ونحو ذلك أو جيش"، كذلك عرفها ابن عرفة من المالكية بأنها: "ما أتلّف من معجوز عن دفعه عادة"، وعند الحنابلة أنها: "كل آفة لا صنع للأدمي فيها"، ومن جماع التعريفات السابقة يمكن القول أن الجائحة هي: (سليم، ٢٠٢٠م، ص ص ١-٣٢) كل معجوز عن دفعه يصيب الثمرة أو الزروع أو البقول ويؤدي إلى اتلافها أو اتلاف جزء منها أو نقصان كميتها بدرجة تجاوز المتعارف عليه ولا بد للمشتري أو البائع فيه. وهناك اختلافات بين تعريف الجائحة ومصطلحات أخرى تعبر عن حدوث أزمة تؤثر على المجتمعات، فيعرف مصطلح الفاشية (outbreak) بأنه زيادة أعداد المصابين بمرض معين في منطقة جغرافية محددة أو مجتمع بصورة غير متوقعة، وقد تصنف بحالة مرضية واحدة فقط أو عدد قليل من الحالات "فاشية" في حال حدثت في مجتمع يتوقع غياب المرض فيه نهائياً، أو في مجتمع غاب عنه المرض مدة طويلة وقد تظهر الفاشية في عدة مجتمعات على نحو متزامن، أما الوباء (Epidemic) فهو زيادة مفاجئة وسريعة في عدد حالات المرض على نحو أعلى من المتوقع في مجتمع معني كما هو الحال مع الفاشية، لكنه يمتد على رقعة جغرافية أوسع، أما الجائحة (Pandemic) فتحدث عندما ينتشر الوباء إلى عدة بلدان أو قارات وعادة ما يصاب عدد كبير من السكان (مكاوي، ٢٠٢٠م، ص ٧).

وقد أثارت البحوث العربية الاجتماعية العديد من التساؤلات عن أثر هذه الأزمة على المجتمعات، وهو ما جمعه دراسة (التير، ٢٠٢٠م) في فرضين أساسيين على الباحثين في العلوم الاجتماعية والإنسانية دراستها وتمثل هذين الفرضين في أن أزمة كورونا ستحدث تغييراً في أنساق القيم، وفي طبيعة التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية والتي من بينها المجتمعات العربية والفرض الثاني في أن طبيعة العلاقات بين الدول وكذلك التكتلات الدولية ستتغير، وسينعكس هذا على النظام الدولي ببعديه

السياسي والاقتصادي، وكانت أبرز القضايا التي أثارها الافتراض الأول كما يلي: (التير، ٢٠٢٠م، ص ٣٨-٤١)

- ما هو الدور الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين بالخطر المصاحب للجائحة؟ وما مدى نجاحها في توصيل المعرفة العلمية وإبعاد التفسيرات غير العلمية حول الجائحة في كل مجتمع؟ وإلى أي مدى كان لها دور في تعاون مختلف مؤسسات المجتمع الرسمية وغير الرسمية، لتنفيذ السياسات الرسمية التي اعتمدها الدولة في حربها ضد الجائحة في داخل كل مجتمع؟ ولماذا لم تحقق نجاحًا يذكر على مستوى التعاون الدولي؟.

- هل ستقود قيمة التباعد الجسدي- التي تم التأكيد عليها- إلى انتهاء بعض العادات وانتشار عادات جديدة، وهل سيقود هذا إلى تطور عادة (أكثر تباعدًا وأقل علاقات قربي) ثم ما هي الفئات التي ستتأثر بدرجة أكبر، وما تأثير كل هذا على العلاقات الاجتماعية التقليدية في مختلف المجالات، ابتداء من مؤسسة الأسرة، ثم إلى باقي المؤسسات الاجتماعية الأساسية؟ وهل يمكن أن تتطور تداعيات تنعكس سلبًا على العلاقات مع الأجانب والغرباء؟.

- هل يمكن للتكنولوجيا المساعدة في تخفيف الآثار السلبية للعزل الاجتماعي؟ وهل من الممكن أن تحل وسائل التواصل التكنولوجي محل التفاعل الاجتماعي وجهاً لوجه بالنسبة لبعض الفئات، وكذلك بالنسبة لبعض المجالات كالعامل مثلاً؟، وما هي التجديدات التي ستطور بهدف التعويض عن إلغاء لغة الجسد؟.

- كيف يمكن أن يتطور الخوف إلى جائحة؟ وما هي الخطوات الضرورية للتعافي؟ وكيف تختلف فئات المجتمع العمرية وكذلك الاجتماعية في هذا الشأن؟ وهل يمكن أن تكون له آثار على الصحة النفسية فيزداد عدد غير السويين نفسياً.

- إلى أي مدى تنطبق نظرية الوصم على المتعافين من المرض؟ وما هي مظاهر تطبيق النظرية في مجتمعات بعينها؟

وفي الدراسة الحالية، حرصت الباحثة على الإجابة على بعض هذه التساؤلات من حيث تأثير أزمة كورونا على إعادة تشكيل عملية الاتصال والتفاعل بين أفراد الجمهور، وأثار التغطيات الإعلامية سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور معرفياً وسلوكياً ووجدانياً، ونفسياً.

كما أثبتت الأدبيات العلمية أن جائحة COVID ١٩- أدت إلى إلحاح جديد في الجهود المبذولة لتحقيق توصيلية هادفة وخدمات رقمية رئيسية للمجتمعات المحلية في جميع أنحاء العالم - من التعليم إلى الخدمات المالية والصحية، (جاو، ٢٠٢٠م، ص ٦) وهو ما قامت الباحثة في الدراسة الحالية بإلقاء الضوء على العلاقة بين التعليم والتكنولوجيا وأثار التعليم عن بعد في جودة العملية التعليمية

في مصر، وكذلك استخدامات جمهور الأطباء والممرضين والصيادلة لتطبيقات التكنولوجيا والاتصال في التفاعل مع الجائحة والوصول لمعلوماتها.

ثالثاً: منهجية الدراسة:

أ: أهداف الدراسة:

انطلاقاً من تحديد قضية الدراسة وأهميتها يمكن صياغة الأهداف التي تسعى لتحقيقها على النحو التالي:

- (١) رصد التوجهات البحثية في مجال التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي من حيث القضايا الرئيسية والثانوية التي تناولتها التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا.
- (٢) تحديد أشكال تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة من حيث مصادر المعلومات وتقييم المنشورات المتعلقة بالجائحة وغيره من أشكال إبداء الجمهور للرأي.
- (٣) رصد ملامح الثقة في أداء المؤسسات الحكومية في تعاملها مع الأزمة وخاصة في وقت انتشار الشائعات وكيفية تفاعلها مع الإعلام الجديد والتقليدي في توصيل رسالتها للجمهور.
- (٤) التعرف على أهم المداخل الفكرية والنماذج النظرية التي انطلقت منها الدراسات المعنية بهذا الموضوع.
- (٥) رصد المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها هذه الدراسات.
- (٦) تحليل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات الخاصة بالتغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي.
- (٧) مقارنة للتوجهات البحثية في المدرستين العربية والأجنبية في مجال التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي.
- (٨) تقديم رؤية مستقبلية مقترحة يمكن للباحثين المعنيين بهذا المجال البحثي الاستفادة منها في طرح موضوعات بحثية جديدة.

ب: تساؤلات الدراسة:

في ضوء قضية الدراسة وأهدافها، تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن التساؤلات التالية:

(١) ما كثافة التركيز البحثي على تناول وسائل الإعلام التقليدي وكذلك وسائل الإعلام الجديد لجائحة كورونا إزاءهما؟

(٢) ما أهم القضايا الرئيسية والفرعية التي تناولتها دراسات التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي والمفاهيم التي ركزت عليها نتائج الدراسات السابقة؟

(٣) ما مصادر المعلومات التي تعتمد عليها الجمهور في متابعة أخبار جائحة كورونا؟

(٤) ما أشكال تفاعل الجمهور مع المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام؟

(٥) ما ثقة الجمهور في المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام الرسمية وأداء الحكومة في التعامل مع الأزمة؟

(٦) ما تأثيرات التغطيات الإعلامية على الجمهور لجائحة كورونا؟

(٧) ما أهم المداخل الفكرية والأطر النظرية التي انطلقت منها هذه الدراسات؟

(٨) ما أهم المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التي استخدمتها هذه الدراسات؟

(٩) ما أوجه التشابه والاختلاف في التوجهات البحثية في المدرستين العربية والأجنبية في مجال التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي؟

(١٠) ما أهم ملامح الرؤية مستقبلية التي تقترحها الدراسة للباحثين المعنيين بهذا المجال البحثي كمرجع يفيدهم في طرح موضوعات بحثية جديدة؟

ج: نوع الدراسة ومنهجها:

تتتمي الدراسة الحالية إلى دراسات تحليل المستوى الثاني وهو أسلوب منهجي يعتمد على المراجعة المنهجية التحليلية المنظمة للدراسات والبحوث العلمية التي تم نشرها في مجال معين أو حول موضوع محدد، وذلك للخروج بنتائج تمكن الباحث من رصد ما توصلت إليه هذه البحوث والتعرف على ما اتفقت أو اختلفت عليه من نتائج، كما توفر إطاراً تقييمياً حول المناهج والأدوات والأطر المعرفية التي استخدمتها هذه الدراسات (Schulze, 2004, P10).

واعتمدت الدراسة الحالية على الخطوات المتبعة في تطبيق منهج تحليل المستوى الثاني، وهي:

- تحديد القضية البحثية محل الاهتمام.
- تحديد أهداف مراجعة البحوث المنشورة حول هذه القضية.
- جمع المعلومات من الدراسات ذات العلاقة بالقضية البحثية.
- وضع خطة تصنيف وتحليل المعلومات.
- التحليل الكيفي للمعلومات وتفسيرها.
- التحليل الكمي للمؤشرات العامة المعرفية والنظرية والمنهجية للدراسات محل التحليل.
- رصد النتائج العامة والخروج بمؤشرات وتوصيات أو رؤى مستقبلية.

قامت الباحثة برصد وتحليل الدراسات المنشورة التي اهتمت بقضية التغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي وذلك منذ بروز الأزمة عالميا مع بداية عام ٢٠٢٠م وحتى أواخر شهر فبراير ٢٠٢١م أي على مدى أربعة عشرة شهراً، وقد وقع الاختيار على هذه الفترة الزمنية نظراً لارتباطها بقضية الدراسة وهي أزمة جائحة كورونا والتي شغلت الإعلام العالمي مع بداية عام ٢٠٢٠م على الرغم من ظهورها في الصين أواخر عام ٢٠١٩م، واتسمت الفترة الزمنية الخاضعة للدراسة بغزارة الإنتاج البحثي بها فقد كان مصطلح جائحة كورونا أو فيروس كوفيد ١٩ المستجد هو المصطلح الأكثر تكراراً وبروزاً عبر مختلف المنصات الاجتماعية وقواعد البيانات العلمية.

واعتمدت الدراسة الحالية على تحليل المستوى الثاني بالأسلوب الكمي والكيفي، فتم توظيف الأسلوب الكيفي بشكل أساسي وذلك في تحليل المحاور التي اهتمت بها هذه الدراسات، والتعرف على مداخلها الفكرية ومنهجيتها واستخلاص أهم النتائج التي اتفقت أو اختلفت عليها، وذلك بهدف تقديم رؤية تحليلية متعمقة للتوجهات البحثية السائدة في مجال القضية محل الدراسة، كما تم توظيف الأسلوب الكمي على نطاق محدود نسبياً للخروج ببعض المؤشرات الكمية التي تفيد الدراسة لاسيما في الجزء الأخير منها والمتعلق بالمؤشرات النهائية للدراسة.

د: مصدر البيانات:

تم تطبيق الدراسة الحالية على البحوث المعنية بالتغطية الإعلامية لأزمة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي والتي نشرت في الدوريات المتخصصة أو قُدمت في المؤتمرات العلمية المختلفة في الفترة الزمنية من يناير ٢٠٢٠م إلى نهاية فبراير ٢٠٢١م.

واعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العمدية في اختيار البحوث الخاضعة للتحليل وفق متغيري موضوع البحث وسنة النشر (في إطار الفترة الزمنية المحددة للدراسة). وذلك وفق الخطوات التالية:

(١) البحث في قواعد البيانات الرقمية عن الدراسات المنشورة في الدوريات العلمية المتخصصة أو المقدمة إلى مؤتمرات علمية، والتي تشير عناوينها إلى الاهتمام بدور الإعلام سواء وسائل الإعلام التقليدي أو الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي في معالجة أزمة جائحة كورونا أو فيروس كوفيد ١٩ المستجد.

(٢) مراجعة قوائم المراجع التي اعتمدت عليها الدراسات موضع التحليل لإضافة مزيد من البحوث المعنية بنفس القضية محل التحليل إلى عينة الدراسة.

(٣) ركزت الدراسة على البحث المنشور بحجمه الكامل كوحدة للتحليل مع استبعاد عروض الكتب والافتتاحيات التحريرية والتعليقات على الدراسات.

وقد بلغ إجمالي حجم عينة الدراسات المختارة والخاضعة للتحليل ١٢٥ دراسة، منهم ٧٨ دراسة باللغة العربية، و٤٧ دراسة باللغة الانجليزية.

ه: معالجة البيانات:

تم الاعتماد على أسلوب التحليل الكيفي لنتائج الدراسة إلى جانب توظيف الجداول البسيطة والأشكال البيانية البسيطة والمزدوجة لأجل استعراض النتائج الكمية المستخلصة من الدراسات السابقة.

رابعاً: نتائج تحليل المستوى الثاني للدراسات محل التحليل:

قامت الباحثة باستعراض التراث العلمي المعني بموضوع التغطية الإعلامية لجائحة كورونا- فيروس كوفيد ١٩ المستجد خلال عامي ٢٠٢٠م/ ٢٠٢١م، وذلك بهدف استكشاف أهم القضايا التي اهتمت بها الدراسات في هذا الموضوع، والتعرف على المداخل النظرية والتوجهات الفكرية التي انطلقت منها، وكذلك المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها هذه الدراسات. وتستعرض الباحثة فيما يلي أهم القضايا الرئيسية والفرعية التي عُتبت بها الدراسات في هذا المجال:

أولاً: دراسات سعت نحو رصد دور وسائل الإعلام في التوعية بفيروس كورونا، ومدى اعتماد الجماهير على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعارف حول الجائحة، ومن هذه الدراسات:

سعت دراسة (صالح، ٢٠٢١م) إلى التعرف على الطريقة التي يستفي بها الجمهور معلوماته حول جائحة كورونا من وسائل الإعلام المختلفة كمصدر لتعزيز الوعي الجماعي، بالإضافة إلى تفضيلاتهم لمصادر المعلومات، طبقت الدراسة على عينة مكونة من ٢٠٠ مبحوث خلال شهر مايو ٢٠٢٠م. وتوصلت الدراسة الحالية إلى أن ما يقرب من ٨١.٥٪ من أفراد العينة كانوا يتابعون أخبار الفيروس عبر وسائل الإعلام المختلفة وبشكل مكثف لملء نقص المعرفة وتقليل حالة التوتر، كما توجد علاقة ارتباطية مباشرة بين تعرض الجمهور لمحتوى فيروس كورونا، ومدى مشاركتهم في التعليق على المحتوى الإعلامي، وإدراكهم للدور الإيجابي لوسائل الإعلام في التوعية.

واهتمت دراسة (الكريم، ٢٠٢٠م) بتقييم الإجراءات والأساليب التي تتخذها العلاقات العامة في مجال التوعية بوباء كورونا، من خلال قياس اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المجال الصحي في إدارة أزمة كورونا، وتوصلت الدراسة حول آراء المبحوثين لكيفية إتاحة الفرصة للجمهور للتواصل أثناء حدوث أزمة كورونا، حيث جاء الاستماع لاستفسارات الجمهور حول الأزمة من أهم الطرق لإتاحة الفرصة للتواصل مع الجمهور، ثم الاستماع جيداً لشكاوى المتضررين من الأزمة، ثم إتاحة الفرصة للأفراد لنشر أفكارهم في احتواء الأزمة، بينما جاء تمكين الجمهور من نشر صور ومقاطع فيديو حول الأزمة في الترتيب الأخير من بين آراء المبحوثين حول إتاحة الفرصة للتواصل مع الجمهور أثناء الأزمة.

وحول دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا أجرت (علا، ٢٠٢٠م) دراستها بالتطبيق على الجزائر استخدمت الباحثة الاستبيان الإلكتروني على عينة قوامها ١٤٠ مفردة طبقت خلال شهر إبريل ٢٠٢٠م، وانطلقت الدراسة من نظرية ثراء الوسيلة، وكشفت النتائج عن الدور الإيجابي

لشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بالفيروس بين الجميع بغض النظر عن الفروق الديموجرافية.

وفي هذا الشأن أكدت دراسة (سياسية، ٢٠٢٠م) على احتلال الوسائط الجديدة، وخاصة استخدام وسائط المواطن أو مواقع التواصل الاجتماعي، الصدارة في الحصول على الأخبار المرتبطة بأزمة فيروس كورونا، وأصبحت تشكّل المصادر الرئيسية للمعلومات، حتى فيما يسمى بالأخبار المزيفة والمعلومات المضللة، وأن أزمة كورونا غيرت أدوار وسائل الإعلام والاتصال، وتم استبدال أشكال الاتصال التقليدية مثل الاتصال وجهاً لوجه، والاتصال الجماعي، والاتصال الجماهيري عبر الوسائط القديمة بالاتصالات الرقمية والافتراضية.

وبالتطبيق على الأردن، سعت دراسة (عويديت، ٢٠٢٠م) نحو التعرف على مدى تفاعل الشباب الجامعي مع المنشورات الخاصة بطرق الوقاية من فيروس كورونا على صفحتي قناة المملكة الأردنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديداً الفيس بوك، وقناة فراني ٢٤ عربي وعبر استبيان طبق على ٤٠٠ من متابعي موقعي الصفحتين، وأشارت النتائج إلى ارتفاع التفاعل مع هذه المنشورات مما ارتبط بارتفاع الوعي بطرق الإصابة وسبل الوقاية من الفيروس.

وبالتطبيق على الأردن أيضاً سعت دراسة (Amin N.Olmaint .et al , 2020) نحو تقييم مستوى معارف الطلاب بجائحة كورونا وكذلك مصادر معارفهم وذلك بالتطبيق على الأردن وعبر استبيان إلكتروني طبق خلال شهر مارس ٢٠٢٠م على عينة من طلاب الجامعة قوامها ٢٠٨٣ طالباً، وأشارت النتائج إلى جاءت شبكات التواصل الاجتماعي كأول مصدر للوعي بالجائحة وارتفعت مستويات المعرفة بشكل عام خاصة بين طلاب الكليات الطبية.

وبالتطبيق على الصين حيث برز الفيروس لأول مرة عالمياً، ركزت دراسة (Zhang ,et al, 2020) على دور الشبكة الاجتماعية الأولى في الصين Weibo في خلق الوعي بالجائحة، وقامت الدراسة بتحليل عملية تناقل الأخبار والمعلومات عبر الشبكة وطبيعة المناقشات التي تدور حولها كشفت الدراسة عن أن أهم خصائص المعلومات التي يعاد نشرها هي التي تحتوي على مستجدات جائحة كورونا بالصين، ووجود ارتباط قوي بين استخدام هاشتاغ وإعادة النشر.

وفي الإطار ذاته، وعبر دراسة مقارنة بين تويتر و Sina Weibo الصيني، استهدفت دراسة (Chen, et al, 2021) رصد دور كل منهما في نشر المعارف بالفيروس وذلك عبر تحليل خطاب المنصتين عن فيروس كورونا وذلك بالاعتماد على عينة قوامها ألف تغريدة نشرت على مدى مائة يوم من يناير حتى إبريل ٢٠٢٠م، وخلصت النتائج لوجود فروقاً في الخطاب المقدم حيث يميل المستخدمون على تويتر للحديث عن الجوانب السياسية وطرح الموضوعات الاجتماعية المتعلقة بكورونا مثل سياسة البقاء في المنزل، موقف الرئيس ترامب وتصريحاته، الرموز السياسية، في حين تركز المنصة الصينية ويو علي التوعية بالفيروس نفسه والجوانب الصحية المتعلقة بطرق الإصابة والوقاية، واللحاق المنتظر.

كما استهدفت دراسة (Park, et al, 2020) رصد دور تويتر في التوعية بالجائحة وذلك عبر تحليل الخطاب العام على تويتر بوصفه أبرز شبكات التواصل الاجتماعي و بشكل مقارن في أربعة دول آسيوية هي: كوريا الجنوبية، إيران، فيتنام، والهند، بغية الوقوف على الموضوعات الأساسية التي تشغل الرأي العام بكل دولة، ومقارنة ذلك مع ما هو مطروح على الصفحات الحكومية بالدول، وذلك خلال الثلاثة شهور الأولى من عام ٢٠٢٠م، وكشفت النتائج عن اختلاف في كم الاهتمام بالحديث عن جائحة كورونا فكانت كوريا الجنوبية الأعلى اهتمامًا بنشر المعارف عن الفيروس لمواطنيها وإيران الأقل اهتمامًا، وزادت الشائعات والأخبار المجهلة في الحديث الشعبي.

وبالتطبيق على المملكة العربية السعودية، سعت دراسة (علي، ٢٠٢٠م) نحو قياس مدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على مد الشباب بالمعلومات عن جائحة كورونا، ودرجة اعتمادهم على هذه المواقع في الحصول علي معلومات حول الجائحة، وبالتطبيق على "تويتر"، وبتوظيف الاستبيان الإلكتروني، أشارت النتائج إلى أن ٨٢.٧٪ من العينة تعتبر تويتر هو المصدر الأول للمعلومات عن كورونا، تلاه موقع "الانستجرام"، ثم موقع "سناب شات"، وجاء موقع "الفيس بوك" في الترتيب الرابع.

وبالتطبيق على الكويت، سعت دراسة (السالم، ٢٠٢٠م) إلى التعرف على مدى الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على معلومات خلال جائحة كورونا، وعبر تطبيق "نموذج مصداقية الإعلام"، على عينة قوامها ٦٧٦ من المواطنين الكويتيين، وأشارت النتائج إلى أن متغير "العمر" يرتبط بشكل عكسي مع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج أن معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد ارتفع خلال أزمة كورونا، كما أن الإعلام الرسمي حصل على أعلى معدل رضا عن الأداء العام خلال الأزمة بين وسائل الإعلام الأخرى وحصول الصحافة على أعلى معدل مصداقية.

وبالتطبيق على اليمن، هدفت دراسة (الصالح، ٢٠٢٠م) استكشاف نماذج من المبادرات المجتمعية التي وظفت تطبيقات الإنترنت لزيادة الوعي بجائحة كورونا، واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة من خلال تسليط الضوء على مبادرتين هما: مبادرة "طبيبي"، ومبادرة "أنا طبيب أنا معك"، كمبادرتين مجتمعيتين ساهمتا في تقديم الاستشارات الطبية عن بُعد وخدمة الدعم النفسي للمصابين والمشتبه إصابتهم بكوفيد-١٩، وأشارت النتائج إلي وجود دور بارز لهاتين المبادرتين في التوعية، وأكدت النتائج عدم وجود اختلافات في معدل المنشورات التوعوية تعود لاختلاف مراحل انتشار الوباء.

وبالتطبيق على مصر، استهدفت دراسة (Abdelhafiz, et al, 2020) التعرف على مستوى معارف وإدراكات المصريين عن فيروس كورونا ومصادرهم لهذه المعارف، وذلك باستخدام استبيان إلكتروني تم تطبيقه على عينة من البالغين بلغت ٥٥٩ من سكان القاهرة والإسكندرية وبنني سويف والسويس. وأشارت النتائج إلى تصدر شبكات التواصل الاجتماعي واعتبارها المصدر الأول لمعلومات المصريين عن الفيروس، وانخفض الوعي بين كبار السن وذوي المستوى التعليمي والاقتصادي المنخفض، وبين سكان المناطق النائية.

وسعت دراسة (عاشور، ٢٠٢٠م) نحو التعرف على دور وسائل الإعلام في التوعية الأسرية بفيروس كورونا، وبالتطبيق على محافظة سوهاج بصعيد مصر وعبر دراسة ميدانية على ٥٠٠ رب أسرة، كشفت النتائج عن تزايد الاعتماد على وسائل الإعلام خلال فترة الحظر، خاصة شبكات التواصل الاجتماعي والتي زاد دورها في التوعية الصحية، كما ارتفع التقييم الإيجابي لدور الإعلام وارتفعت مستويات الرضا عن حملات التوعية خاصة حملة خليك بالبيت.

كما سعت دراسة (السريتي، ٢٠٢٠م) إلى قياس مدى اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا واندماجهم الأكاديمي، وذلك عبر عينة عشوائية من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة والأزهرية قوامها (٤٥٠) مفردة، وتوصلت الدراسة على ارتفاع الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وعلى رأسه مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن الجائحة، وإن جاءت هذه المواقع في الترتيب الأخير من حيث درجة الثقة في محتواها.

وبالتطبيق على الأطفال، هدفت دراسة (السريتي، ٢٠٢٠م) إلى معرفة دور الحملات الإعلامية التوعوية الخاصة بجائحة كورونا والمقدمة بقنوات الأطفال الفضائية في نشر الوعي الصحي لدى طلاب المرحلة الإعدادية، وبالتطبيق على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الطلاب عينة الدراسة في معدل استفادتهم من المعلومات والموضوعات التي تعرضوا لها في الحملات التوعوية بفيروس كورونا وفق المتغيرات الديموجرافية، وجاءت قناة (ماجد) في الترتيب الأول، بينما جاءت قناة (سम्म) في الترتيب الأخير، وبشكل عام ارتفعت معدلات الاستفادة من تعرض الطلاب لحملات التوعية الصحية بفيروس كورونا.

وفي سياق مشابه، استهدفت (أبو سنة، ٢٠٢١م) التعرف على مستوى التماس الطفل السعودي للمعلومات من الإعلام التقليدي والرقمي عن جائحة فيروس كورونا المستجد ورصد استراتيجيات وخطوات ومصادر وتأثيرات هذا الالتماس وعلاقته بإدراكهم لهذه الجائحة، وبطريقة التطبيق الإلكتروني من خلال (التليجرام، والمنصات التعليمية) على عدد (٢٠٠) من الأطفال السعوديين تتراوح أعمارهم ما بين ١٣-١٦ عام، توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى التماس الطفل السعودي المعلومات عن جائحة فيروس كورونا المستجد ومستوي إدراكه للجائحة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاهتمام بالمعلومات عن جائحة فيروس كورونا المستجد ومستوى التماس الطفل السعودي هذه المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية.

وبالتطبيق على مصر أيضًا، هدفت دراسة (محمد، ٢٠٢٠م) التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه، وعبر تطبيق الاستبيان الإلكتروني على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، كشفت الدراسة عن: كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد وارتفاع الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، وزادت الثقة في المواقع الرسمية أكثر من غيرها من وسائل الإعلام الجديد.

وجاءت طرق الوقاية والأعراض وطرق انتقال العدوى والطرق الوقائية والاحترازية، واكتساب المعلومات الصحية الجيدة ومتابعة كل مستجدات الجائحة كأكثر المضامين المفضلة، وجاء الأطباء في مقدمة المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها المبحوثون.

وعن دور الحكومة المصرية في التوعية بفيروس كورونا أكدت دراسة (عبد الرحمن، ٢٠٢١م) على نجاح الممارسات الاتصالية والإعلامية التي قامت بها الحكومة المصرية في التوعية بفيروس كورونا؛ وأوصت الباحثة باستمرار الحكومة في هذه الجهود، وألا تقتصر على جائحة كورونا، كما أوصت بضرورة تطبيق استراتيجية الحكومة المفتوحة، ودعم ذلك بتعاون إقليمي استراتيجي.

كما ناقشت دراسة (عبد الحليم، ٢٠٢٠م) اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات، أثناء جائحة كورونا وعلاقة ذلك بمستوى وعيهم، وعبر عينة قوامها (٥٠٠) مفردة، أشارت النتائج إلى ارتفاع مستوى الحرص على متابعة مستجدات جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام المختلفة، كما توصلت الدراسة إلى تأثير غالبية المبحوثين بالنواحي المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة اعتمادهم على وسائل الإعلام حول مستجدات جائحة فيروس كورونا.

لكن هل كان لارتفاع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات أثناء جائحة كورونا كما أشرنا سابقاً تأثيراً على اللغة المستخدمة؟ جاءت دراسة (سليم، ٢٠٢٠م) لتجيب عن هذا التساؤل بالتطبيق على المغرب، وباستخدام الاستبيان الإلكتروني على عينة قوامها ١٥٠ مفردة، وتبين أن المغاربة يميلون لاستخدام لغة جديدة أطلق عليها لغة فيسبوكية عند حديثهم عن جائحة كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي وإن كثر استخدام التعبيرات الشعبية المعبرة عن الحزن، كما يكثر استخدام الصور والهاشتاجات.

وعبر دراسة قارنت بين عددًا من الدول العربية لتحري مدى الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات خلال جائحة كورونا، قدمت دراسة

(Khalifa, et al, 2020) دراسة موسعة استخدمت استمارة الاستبيان الإلكتروني على عينة بلغت ١٢٧٤ مفردة من تسعة دول عربية ضمت: البحرين، الإمارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، عمان، الأردن، العراق، المغرب، مصر، السودان. اتفقت النتائج على أن شبكات التواصل الاجتماعي هي المصدر الأول للتوعية ومتابعة أخبار جائحة كورونا، وكان الواتس أب هو أكثر التطبيقات استخدامًا بين المبحوثين من مختلف دول الدراسة.

وفي إطار الكشف عن مصادر المعلومات عن جائحة كورونا، برزت عدة دراسات سعت نحو التعرف على درجة اعتماد المستخدمين على الصفحات الحكومية أو الرسمية للحصول على معلومات خلال جائحة كورونا، ومن الدراسات المعبرة عن هذا الاتجاه:

دراسة (ThiLi, et al, 2020) بالتطبيق على فيتنام، وقد سعت إلى التعرف على مدى استخدام المواطنين للمواقع الحكومية للحصول على معلومات عن جائحة كورونا، وعبر استبيان طبق على ٣٤١

مفردة خلال الأسبوع الأول من أبريل ٢٠٢٠م، وأشارت النتائج إلى تزايد اعتماد المواطنين على المواقع الرسمية للحصول على آخر مستجدات الجائحة في المقام الأول، تليها أعراض الإصابة كما اختلفت نوعية الأخبار التي يتابعها المواطنون باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم.

وبالتطبيق على الصين، استهدفت دراسة (Liao, et al, 2020) رصد أشكال تفاعل الصينيين مع المنشورات المتعلقة بكورونا على الصفحات الحكومية علي المنصة الصينية **Sina Weibo** وذلك خلال الفترة من الأول من ديسمبر ٢٠١٩م وحتى نهاية يناير ٢٠٢٠م، وتحليل مضمون ٦٤٤ منشورًا على حسابات شخصية و ٢٧٣ منشورًا عبر حسابات حكومية، أكدت الدراسة على أن الحكومة توظف المنصات الاجتماعية لأخبار المواطنين بآخر أخبار الفيروس والتحركات الحكومية للتصدي له ويتسم التواصل بكونه أحادي الاتجاه ومن أعلى إلى أسفل، وانخفض التفاعل عبر الحسابات الحكومية مقابل ارتفاعه عبر الحسابات الشخصية.

وبالتطبيق على الصين وعن آليات جذب الانتباه لأخبار جائحة كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وبالتطبيق على منصة Sina Weibo سعت دراسة

(Haocui, Janoskertes, 2021) إلى تحليل الهاشتاجات الأعلى تداولًا عبر المنصة عن كورونا خلال أربعة أشهر، كشفت النتائج عن تزايد ملحوظ في عدد الهاشتاجات مع منتصف يناير ٢٠٢٠م ومع تزايد حالات الإصابة، ودارت موضوعاتها حول العدوى، الوفيات، المتعافين، وبشكل عام تميل الهاشتاجات إلى الطول من حيث عدد الكلمات.

وفي سياق بحثي مغاير تماما ومن وجهة نظر قانونية وبالتطبيق على دولة المغرب، كشفت دراسة (الحسيسين، ٢٠٢٠م) عن أزمة كوفيد-١٩ أثارت الجدل التشريعي في مادة ٢٠-٢٢ لحالة الطوارئ الصحية، التي عرفت دولة المغرب تتضمن ترتيب عقوبة استعمال الوسائل الإلكترونية لعرقلة تنفيذ قرارات السلطات العمومية المتخذة ضمن الإجراءات الاحترازية لمواجهة الجائحة، وأن تشريع تقنين استعمال وسائل التواصل الاجتماعي، ليس لمرحلة عابرة بل يختص بتشريع كبير يطبق على كافة الأجيال المستخدمة لها وفي أي وقت.

وبالتطبيق على السودان، وظفت دراسة (الأمين، عبد الحفيظ، ٢٠٢٠م) التحليل الكيفي لمحتوى المنشورات المقدمة بالصفحة الرسمية لوزارة الصحة بالسودان ولمدة أسبوع خلال شهر أبريل ٢٠٢٠م حيث شهد تصاعد في حالات الإصابة بكورونا، وتوصلت الدراسة لارتفاع اهتمام وزارة الصحة بنشر الأخبار للتوعية المواطنين وذلك باستخدام أساليب متنوعة ومصادر متعددة وقد ارتفعت نسب التفاعل عبر التعليقات والمشاركات مع منشورات الصفحة خاصة الفيديوهات مقارنة بالصور الثابتة، وأوصت الدراسة بأهمية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الحكومة لتحقيق التواصل المستمر مع المواطنين خلال الجائحة.

كما اهتمت عدة دراسات بالتعرف على رصد اتجاهات المواطنين نحو جهود الحكومة للتوعية بجائحة كورونا، ومن الدراسات المعبرة عن ذلك:

وبالتطبيق على المملكة العربية السعودية، هدفت دراسة (عادل، شبيلي، محمود، بكرى، ٢٠٢٠م) رصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا في منطقة جازان بالمملكة العربية السعودية، اعتمدت الدراسة على الاستبيان الإلكتروني الذي تم تطبيقه على عينة قوامها ٧٠٥ مفردة، وأكدت النتائج نجاح جهود التوعية بجازان في تحقيق التوعية بفيروس كورونا وارتفعت نسبة الاتجاهات الإيجابية لدى الجمهور نحو جهود التوعية، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يحصل من خلالها أفراد العينة على معلومات حول فيروس كورونا.

ثانياً: دراسات ركزت على رصد وتحليل الشائعات والمعلومات المضللة عن جائحة كورونا والمنشورة عبر وسائل الاعلام بشكل عام واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص:

صاحب ظهور جائحة كورونا بروز مشكلة كبرى تتعلق بالشائعات والمعلومات المغلوطة المنتشرة عبر الشبكات الاجتماعية حول فيروس كورونا والتي اعتبرتها منظمة الصحة العالمية من أبرز الأشكاليات المرتبطة بالجائحة، ووصفها البعض بأنها أسرع انتشاراً من الفيروس نفسه، وأحدثت حالة من الشعور بالرعب والخوف بين الأفراد، ومثلت ضرراً بالغاً على المستخدمين (Depoux A, Martin S, Karafillakis E, et al, 2020).

كما جاء على لسان المدير العام لمنظمة الصحة العالمية **Tedros Adhanom** في مؤتمر ميونخ المنعقد في ١٥ فبراير ٢٠٢٠م قائلاً "نحن لا نحارب جائحة صحية فحسب بل نحارب جائحة معلوماتية أيضاً".

وفي دراستيهما عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات خلال جائحة كورونا من وجهه نظر قانونية، أشار (الزيني، ٢٠٢٠م) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة تعد أهم الوسائل المستخدمة في ترويج الشائعات خلال جائحة كورونا، وهو ما تنبته له وواجهته النظم التشريعية المختلفة، حيث سنت ضوابط وقواعد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام المختلفة، للحيلولة دون استخدامها في بث وترويج والشائعات بهدف أصباغ الحماية الكافية والفعالة للأمن القومي للدولة، والمتتبع لمواقع التواصل الاجتماعي في مصر خلال السنوات الأخيرة، يجد أن هناك خطراً ممنهجة لبث وترويج عدد غير قليل من الشائعات، لم تكن الشائعات المتعلقة بفيروس Covid 19، إلا حلقة في سلسلة طويلة لامتناهية منها.

والملاحظ وجود عدد كبير من الدراسات تناولت هذه القضية التي جذبت أنظار واهتمام الباحثين من مختلف دول العالم، ومن الدراسات التي سعت للتعرف على مدى انتشار الشائعات والمعلومات المفبركة والمضللة عن فيروس كورونا عبر وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي:

بالتطبيق على مصر، هدفت دراسة (شرف، ٢٠٢٠م) رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩)، واستخدمت الدراسة الاستبيان على عينة عددها ٤٠٠ مفردة من شباب جامعتي الإسكندرية وكفر الشيخ، طبقت الدراسة خلال شهرى مارس وأبريل ٢٠٢٠م، وطبقاً للنتائج جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بين مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد، ويرى حوالي ثلثي العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في الترويج للشائعات عن فيروس كورونا المستجد.

وبالتطبيق على القطاع الطبي في مصر، وانطلاقاً من أن المعلومات الخاطئة عن فيروس كورونا تؤثر على سلوكيات الأفراد حيال الإجراءات الاحترازية، استهدفت دراسة (Abdelwahab, et al, 2020)

رصد المعارف والإدراكات والاتجاهات لديهم حيال فيروس كورونا وذلك عبر دراسة ميدانية أجريت على عينة بلغت ٤٠٧ من العاملين بالقطاع الطبي بمحافظة الفيوم، وأظهرت نتائج الاستبيان ارتفاع مستوى المعلومات الصحيحة عن الفيروس لأكثر من ٨٠٪ من المبحوثين وانخفضت نسبة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حيث يعتمدون بشكل أساسي على المصادر العلمية والطبية المتخصصة على الإنترنت، كما ارتفعت نسبة إدراك المخاطر من الإصابة بالفيروس الأمر الذي يزداد من شعورهم بالوصمة الاجتماعية نتيجة لخوف المحيطين منهم لعملهم مع المصابين.

وفي إطار كيفية التصدي للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، قدم (المغبر، ٢٠٢٠م) مقالاً علمياً يرصد فيه السياسات الإعلامية المستخدمة لتعزيز التوعية المجتمعية بفيروس كورونا ومحاربة الشائعات المنتشرة، وخلصت الدراسة إلى تزايد اعتماد المجتمع الدولي على وسائل الإعلام الجديدة للتوعية بمخاطر الفيروس وتحولها إلى المصدر الأول للمعلومات عنه، وأوصت الدراسة بأهمية تطبيق الرقابة على الإعلام التفاعلي للحد من انتشار الشائعات الصحية التي قد تعرض حياة الأفراد للخطر والوفاة، كما أكدت على ضرورة الاستخدام الحكومي للشبكات للتعريف بالإجراءات الاحترازية والتشديد على حتمية الالتزام بها.

وبالتطبيق على المنصات الاجتماعية الأعلى استخداماً، قامت دراسة (Cinelli, et al, 2020)

بتحليل مقارنة لمحتوى خمسة منصات منصات ضمت: تويتر- يوتيوب- انستجرام وذلك لقياس مدى انتشار الشائعات والمعلومات المجهلة عن جائحة كورونا عبر هذه المنصات وتحليل مضمون حوالي تسعة ملايين منشور وتعليق تم نشرهم بواسطة ما يزيد عن ٣٠٥ مليون مستخدم، توصلت الدراسة إلى أن اليوتيوب تلاه تويتر أكثر المنصات التي نشرت معلومات عن جائحة كورونا، وارتفعت نسبة المعلومات المجهلة عن الفيروس عبر المنصات الاجتماعية.

وأشارت دراسة (Sharma, et al, 2020) إلى أنه مع تزايد أعداد الأفراد الذين يحصلون على المعلومات عن فيروس كورونا عبر شبكات التواصل الاجتماعي يزداد احتمالية تعرضهم للمعلومات المضللة عن الفيروس الأمر الذي قد ينذر بكارثة صحية نتيجة لتصديق الشائعات عن هذا الوباء

الخطير خاصة ما يتعلق بكيفية علاج الفيروس، لذلك تأتي هذه الدراسة لترصد وتتبع الشائعات عن كورونا على تويتر بوصفه من أشهر المنصات الاجتماعية المستخدمة لمشاركة المعلومات عن فيروس كورونا، وباستخدام تقنية Twitter API لتحليل التغريدات عبر تويتر خلال شهر مارس ٢٠٢٠م، وبالتطبيق على ١٨٢ دولة، وإجمالي 30.8M تغريدة، كشفت النتائج أن أكثر الدول التي تنشر تغريدات عن فيروس كورونا الولايات المتحدة الأمريكية- إنجلترا- الهند وكندا، وارتفعت نسبة التضليل والشائعات عن كورونا في التغريدات بشكل كبير عبر مختلف دول الدراسة.

وبالتطبيق على نيجيريا، سعت دراسة (Oberiri, Omar, 2021) أيضًا نحو رصد مدى انتشار الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي عن جائحة كورونا، وبالانطلاق من مدخل الاستخدامات والإشباع، سعت الدراسة نحو التعرف على العوامل المؤثرة على مشاركة الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج أن دافع مشاركة المعلومات، والبحث عن المعلومات ارتبطت بمشاركة المستخدمين للشائعات في حين لم يثبت وجود ارتباط بين دافع المتعة ومشاركة الأفراد للشائعات.

واستهدفت دراسة (Alam, et al, 2021) تحليل المعلومات المغلوطة عن فيروس كورونا والمنشورة عبر تويتر باللغتين الإنجليزية والعربية باستخدام أداة twarc وإجمالي ٥٠٤ تغريدة بالإنجليزية و٢١٨ تغريدة بالعربية، وكشفت النتائج عن احتواء التغريدات محل التحليل على العديد من المعلومات المغلوطة، كما ثبت وجود علاقة قوية بين احتواء التغريدات على معلومات خاطئة والإضرار بالصالح العام، واتضح أن أكثر الدول التي تصدر هذه التغريدات: الولايات المتحدة الأمريكية، الهند، إنجلترا هذا على مستوى التغريدات باللغة الإنجليزية والسعودية وقطر بالنسبة للتغريدات باللغة العربية.

وبالتطبيق على تويتر أيضًا، سعت دراسة (Shah, et al, 2021) إلى رصد مدى التضليل في تغريدات تويتر خلال الفترة من يناير وحتى يوليو ٢٠٢٠م، وتحليل مضمون إجمالي ١٥٠٠ تغريدة، وأظهرت النتائج ارتفاع مستوى التضليل والمعلومات المغلوطة حيث أن ١٢٧٤ تغريدة كانت خاطئة تمامًا، والباقي تحتوي على خطأ جزئي، كما تبين أيضًا أن مصدر التغريدات أو من قاموا بإعادة نشرها تشمل منظمات ومشاهير، وأكدت الدراسة على أن التغريدات المضللة أسرع انتشارًا وأعلى في عملية إعادة النشر عبر تويتر.

- بالتطبيق على الولايات المتحدة الأمريكية، توصلت دراسة (Singh, 2020) عبر استبيان إلكتروني تم تطبيقه على ٣٥٠ من المواطنين بالإضافة لتحليل مضمون حوالي ٦٤ ألف تغريدة على تويتر عن جائحة كورونا، استهدفت الدراسة التعرف على دور تويتر في نشر المعلومات الحقيقية والمضللة والشائعات عن فيروس كورونا، وأظهرت النتائج ارتفاع مصداقية المعلومات عبر تويتر فمعظم التغريدات تتصل بروابط منظمة الصحة العالمية، إلا أن ذلك لم يمنع من وجود نسبة كبيرة من التغريدات المضللة عبر تويتر ساهمت في نشر شائعات بخصوص الفيروس.

كما استهدفت دراسة (Sharma, et al, 2020) رصد التضليل المعلوماتي حول جائحة كورونا باستخدام أداة Twitter API وذلك في الفترة من أول مارس ولمدة ثلاثة شهور وبواقع 54.32M تغريدة، وكشف التحليل عن وجود كم هائل من الشائعات والمعلومات المغلوطة عن فيروس كورونا عبر تويتر خلال هذه الفترة وجاءت الولايات المتحدة الأمريكية كأعلى المصادر لهذه التغريدات، وأوصت الدراسة بالتعامل الحذر مع تويتر كمصدر للمعلومات.

وبالتطبيق على أسبانيا، سعت دراسة (Garcia, et al, 2021) رصد مدى التضليل المعلوماتي بشبكات التواصل الاجتماعية عبر تحليل المضمون والمقابلات المتعمقة، وأظهرت النتائج ضخامة المعلومات المغلوطة، وارتفاع نسبة الشائعات مما مثل مشكلة كبيرة أمام الصحفيين وغير في طبيعة العمل الإعلامي، وتوقعت الدراسة تزايد نسبة الشائعات لحين الوصول للقاح ناجح لفيروس كورونا.

وعلى مستوى الدراسات العربية، سعت دراسة (العازمي، ٢٠٢١م) نحو تسليط الضوء على مخاطر الفبركة الرقمية، خاصة في ظل أزمة فيروس كورونا، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الدور الرقابي على وسائل الإعلام الجديد على صعيد الأسرة والمؤسسات والمجتمع، والتحقق من المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي، للحد من مخاطره على المتلقي، وتشجيع القائمين على إدارة وسائل التواصل الاجتماعي على حجب كل ما يمكن أن يعزز العنف والكرهية والفرقة والتشردم في المجتمعات.

في محاولة لرصد أسباب قيام المستخدمين بمشاركة منشورات تتصف بالتضليل وتحتوي على معلومات مفبركة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أشارت دراسة (Penny, et al, 2020) وعبر استبيان إلكتروني شارك فيه ١٧٠٠ من المواطنين الأمريكيين، أن المستخدمين يشاركون الكثير من المنشورات المضللة والمزيفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي عن الفيروس لأنهم يفشلون في تحديد ما إذا كان هذا المنشور صادقاً أم كاذباً وقت القيام بمشاركته، ويرجع ذلك لرغبتهم في الحصول على تفاعل سريع ومرتفع على المنشور في شكل إعجاب أو تعليق أي أن العوامل السياقية المتعلقة بمشاركة المنشورات عبر شبكات التواصل الاجتماعي تتحكم في الموقف الاتصالي فينشرون البوست عن الجائحة دون التفكير في اعتبارات المصادقية.

لكن ما هي التأثيرات المختلفة المترتبة على انتشار الشائعات عن جائحة كورونا؟ سعت دراسات إلى الإجابة على هذا السؤال، ومنها:

وبعدما الصقت وسائل الإعلام وصفاً متحيزاً وغير لائق عند الحديث عن فيروس كورونا بوصفه الفيروس الصيني استهدفت دراسة (Yi Zheng, et al, 2020) رصد أثر التضليل الإعلامي عن فيروس كورونا على الصحة النفسية للصينيين خارج بلادهم، وتوصلت الدراسة إلى أن التضليل الذي تم ممارسته عن عمد في التقارير الإخبارية عن جائحة كورونا قد خلقت اتجاهات سلبية نحو الصينيين وعرض الكثير منهم للنزب الاجتماعي مما أثر سلباً على حالتهم النفسية، وأوصت الدراسة بضرورة

الالتزام بمبادئ المسؤولية المجتمعية والموضوعية والتوازن أثناء التغطية الإعلامية للأزمات الكبرى كجائحة كورونا العالمية.

وفي ذات السياق فحصت دراسة (بحيي، ٢٠٢١م) التأثيرات النفسية والسلوكية لجائحة كورونا من خلال تعرض طلاب الجامعات لمحتوى الإعلام المرئي، وبلغت عينة الدراسة في عينة قوامها (٥٠٠) مفردة من الشباب الجامعي، وتوصلت إلي أن "المواقع الرسمية الحكومية" كانت من أهم مصادر متابعة طلاب الجامعات لجائحة كورونا عبر محتوى الإعلام المرئي، يليها "موقع منظمة الصحة العالمية"، ثم "صفحة وزارة الصحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي"، وأخيراً جاءت "مواقع التواصل الاجتماعي"، كما توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مصداقية الإعلام المرئي المرتبطة بجائحة كورونا وبين تأثيراته النفسية والسلوكية.

وفي إطار الهدف نفسه سعت دراسة (Wen ,et al, 2020) تحليل تأثير التغطية الإعلامية المتحيزة لجائحة كورونا على صورة التحيز العرقي تجاه الصينيين خارج الصين، وأشارت النتائج إلى أن هذه التغطية المضللة _ كما وصفتها الدراسة _ كان من شأنها التأثير السلبي على الصحة النفسية للصينيين الذين تعرضوا لأشكال عديدة من التمر ضدّهم لكونهم صينيين فحسب حتي ولم يزوروا الصين خلال فترة ظهور الوباء.

وتناول (Su,et al, 2020) في ورقة بحثية أهمية اتصالات الأزمة للتصدي للشائعات خلال حالات الطوارئ الصحية الكبرى مثل كوفيد ١٩، وسبل تدعيم اتصالات الأزمة عبر وسائل الإعلام، وشبكات التواصل الاجتماعي لتلافي سلبيات انتشار الشائعات التي تتسبب في العديد من الآثار النفسية السلبية للأفراد، وأوصت الدراسة على ضرورة إتاحة المعلومات الصحيحة عن كوفيد ١٩ وفي الوقت المناسب لتقليل الآثار السلبية للمعلومات المضللة عليهم، بالإضافة للعمل على محاربة الشائعات والمعلومات المغلوطة.

وفي سياق مشابه، تناولت دراسة (الدهراوي، ٢٠٢١م) إدراكات المصريين لتأثر الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا، وذلك من خلال اختبار فروض نظرية تأثر الشخص الثالث، وطبقت على عينة قوامها ٦٠٠ مفردة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك العينة لتأثرهم بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها على الآخرين، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام المؤسسات الرسمية بالتصدي للشائعات، عن طريق إنشاء مركز إعلامي مستقل لرصد الشائعات وتتبعها وتحليلها، وتتبع مصادرها، والرد عليها وتقنيدها ودحضها.

وفي إطار الدراسات التي عنيت برصد أثر الشائعات والمعلومات المغلوطة عن جائحة كورونا، برزت عدة دراسات تناولت الاستراتيجيات الحكومية في التعامل مع الشائعات عبر وسائل الاعلام أو شبكات التواصل الاجتماعي، ومن هذه الدراسات:

وعن العلاقة بين المعلومات المغلوطة بالمواقع الإلكترونية المصرية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية على الجمهور المصري بالتطبيق على أزمة كورونا ٢٠١٩ (كوفيد-١٩)، أوضحت دراسة (سليمان، ٢٠٢١م) أن مواقع التواصل الاجتماعي احتلت الترتيب الأول بين عينة الدراسة البالغة ٤٠٠ مفردة من مستخدمي المواقع الإلكترونية الصحفية ومواقع التواصل أما عن أبرز المواقع الصحفية التي نشرت معلومات مغلوطة عن فيروس كورونا فكان "موقع اليوم السابع".

وبالتطبيق على مصر أيضًا، تناولت دراسة (زيان، ٢٠٢٠م): استراتيجيات الحكومة في مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا على المواقع الإلكترونية الرسمية، ووظفت الدراسة أداة تحليل مضمون بالتطبيق على ٣٣ من الشائعات التي قامت المواقع الرسمية بمواجهتها عن طريق نفيها بصفحاتها وتقديم الحقائق وذلك في الفترة من ١ مارس حتى ٣١ مايو ٢٠٢٠م، وتوصلت الباحثة إلى زيادة نسبة الشائعات التي تستهدف المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن المواقع الرسمية الإلكترونية بذلت جهدًا كبيرًا في مواجهة وتكذيب الشائعات، والعمل على توفير المعلومات الصحيحة للجمهور.

وبالتطبيق على إيطاليا، ركزت دراسة (Lovari, 2020) وعبر تحليل محتوى الصفحة الرسمية لوزارة الصحة على الفيسبوك كشفت النتائج عن تزايد استخدام وزارة الصحة لشبكات التواصل الاجتماعي بهدف توصيل المعلومات للمواطنين والتصدي للشائعات وتقليل التضليل الإعلامي، وتبنت الوزارة استراتيجية اتصالية تعتمد بشكل ملحوظ على المنصات الاجتماعية وتكثيف التواجد الرسمي عبر هذه المنصات وإتاحة المجال للخبراء للتواجد والظهور، وتطبيق مفهوم التربية الإعلامية.

ثالثًا: برز اتجاه بحثي ركز فيه الباحثون على الكشف عن التأثيرات النفسية والعصبية لجائحة كورونا على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ومن الدراسات المعبرة عن هذا الاتجاه:

انطلاقًا من السؤال التالي: ما العلاقة بين جائحة كورونا وإدمان المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي؟ حاولت دراسة (J.Brailovskaia, J.Margraf, 2021) الإجابة عليه عبر دراسة مسحية على ٥٥٠ من مستخدمي الشبكات بألمانيا استخدمت الاستبيان الإلكتروني خلال ربيع ٢٠٢٠م، وكشفت النتائج عن أن الشعور بالضغط النفسي خلال جائحة كورونا زاد ساعات استخدام الشبكات الاجتماعية بغرض البحث عن مشاعر إيجابية كالدعم الاجتماعي والانتماء، وتقليل الشعور بالوحدة، مما أدى لإدمان استخدامها في بعض الحالات.

وحول تأثير تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا بالضغط النفسية على الأفراد، سعت دراسة (J.Brailovskaia, et al, 2021) نحو الإجابة على السؤال التالي كيف أثرت جائحة كورونا على كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟ وما علاقة ذلك بالضغط النفسية والعصبية للأفراد؟ عبر دراسة مقارنة بين إيطاليا وألمانيا، وباستخدام استبيان إلكتروني طبق على عينة

قوامها ٥٠١ مفردة من ألمانيا، و ٩٥١ مفردة من إيطاليا توصلت الدراسة إلى نتائج تتسق مع نتائج الدراسة السابقة حيث تبين أن أكثر من نصف العينة بالدولتين يستخدمون الشبكات الاجتماعية كمصدر أساسي للمعلومات، وأن كثرة استخدامها أثر سلبياً على الحالة النفسية والسلوك خاصة مع التعرض للشائعات.

وفي إطار الهدف ذاته، تناولت دراسة (B.Kadam, R.Atre, 2020) تأثير تزايد الاعتماد على السوشيال ميديا كمصدر للمعلومات خلال الجائحة على مشاعر الخوف والتوتر والفرح بالتطبيق على الهند وارتباط ظهور الفيروس بالتوسع في شراء المطهرات والماسكات من الأسواق بسبب انتشار المعلومات المغلوطة والشائعات، وأوصت المقالة بضرورة وضع قوانين تحد من انتشار الشائعات وتجربتها وأن تتدخل الحكومة في الهند لتنظيم عمل السوشيال ميديا.

وبالتطبيق على فيتنام، استهدفت دراسة (Huynh , 2020) التعرف على العلاقة بين كثافة استخدام المواطنين لشبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا والشعور بالخطر، وعبر استبيان إلكتروني أجرى على عينة عشوائية قوامها ٣٩١ من الفيتناميين خلال فبراير ٢٠٢٠م، تبين تزايد الشعور بالخطر من الإصابة بالعدوى كلما زاد استخدامهم للشبكات للحصول على معلومات عن فيروس كورونا، كما تبين أن للمنطقة الجغرافية التي يقطنها المواطن أثراً كبيراً على الشعور بالخطر فالذين يسكنون بقرب الحدود مع الصين والذين يسكنون في مناطق ظهر فيها حالات إصابة يزداد إدراكهم للمخاطر بشكل كبير.

وبالتطبيق على مصر، قدمت دراسة (عبد الحميد، ٢٠٢١م) دراستها التي سعت نحو التعرف على مدى استخدام استمالات الخوف عبر الفيسبوك خلال جائحة كورونا، وعلاقة ذلك بإدراك المستخدمين للخطر. انطلقت الدراسة من نظرية دافع الحماية، ووظفت استمارة الاستبيان التي تم تطبيقها على ٣٠٠ مفردة. بالإضافة إلى مجموعات النقاش المركزة. وأثبتت النتائج أن أهم دوافع إدراك المستخدمين للفيسبوك خلال جائحة كورونا هي التعرض لقصص وأخبار سلبية، كما ثبت وجود علاقة طردية بين الشعور بالخوف والقلق والتهديد وبين سلوك البحث عن معلومات عبر الفيسبوك عن الفيروس.

وخلافاً لنتائج الدراسات السابقة التي أجمعت على وجود آثار نفسية سلبية على المستخدمين لتزايد استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا، سعت دراسة Ngien, Jiang, (2021) إلى التعرف على تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية لصغار السن ما بين ١٨ إلى ٣٠ سنة بالصين، وذلك عبر تطبيق استبيانين شارك في الأول ٦٣٣ مفردة، والثاني ٤٢٣ مفردة، خلال شهري فبراير ومايو ٢٠٢٠م، وأظهرت نتائج الدراسة أن لتزايد استخدامهم للسوشيال ميديا خلال جائحة كورونا العديد من المنافع حيث تحقق لهم التخلص من العزلة والوحدة التي فرضتها سياسة الحظر الشامل، وتعد مصدراً أساسياً للمعلومات عن الفيروس، ويزيد لديهم الشعور بالسيطرة والتحكم كما أنه ساهم في تقليل الشعور بالقلق والتوتر.

وبالتطبيق علي مصر، واتساقاً مع نتائج الدراسة السابقة، هدفت دراسة (حسين، ٢٠٢٠م) نحو قياس درجة التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بالمناعة النفسية لديهم، وباستخدام الاستبيان على عينة قوامها ٣٥٨ من الجمهور المصري، توصلت الدراسة إلى أن الواتس آب جاء كأول مصادر المعلومات عن الجائحة يليه الفيسبوك، ثم اليوتيوب، وأكدت النتائج عن وجود علاقة موجبة بين استخدام الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات وأخبار حول فيروس كورونا، والمناعة النفسية للجمهور المصري.

واهتمت دراسة (عقل، ٢٠٢٠م) بفحص العلاقة بين سلوك التماس المعلومات الصحية لدى المرأة المصرية مع انتشار وباء كورونا، ومستوى إدراكها للمخاطر المحيطة، و طبق الاستبيان الإلكتروني على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة، وأشارت النتائج إلى أن النساء قد أبدین شعوراً مرتفعاً بإدراك المخاطر جراء انتشار الفيروس، ونوايا سلوكية قوية لتجنب الإصابة به، وانخفضت آليات التهذئة النفسية والشعور بالكفاءة الذاتية تجاه الوباء، كما اتضح وجود علاقات ارتباطية إيجابية بين مستوى سلوك التماس المعلومات ومستوى إدراك المخاطر، كما وجدت علاقات ارتباطية إيجابية بين مستوى الاهتمام بمتابعة معلومات الوباء ومستوى النوايا السلوكية لمواجهة، وبين مستوى مصداقية مصادر المعلومات حول الأزمة ومستوى الثقة في أطراف الأزمة.

واتساقاً مع نتائج الدراسة السابقة، تناولت دراسة (زكي، ٢٠٢٠م) تأثير الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا على مستوى الأمن النفسي للمستخدمين، واستهدفت اختبار تأثير العلاقات الاجتماعية كمتغير وسيط، وعبر استبيان تم تطبيقه على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من مستخدمي الفيسبوك، توصلت الدراسة إلى أن جاءت طبيعة الكلمات المنطوقة من قبل جهات اتصال الباحثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا إيجابية في المقام الأول بنسبة مرتفعة، وجاء مستوى الأمن النفسي للباحثين متوسطاً، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباط طردية بين طبيعة الكلمات المنطوقة (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال الباحثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم.

وفي إطار الهدف ذاته، وبالتطبيق على مدينة ووهان الصينية منشأ فيروس كورونا، استهدفت دراسة (Bu-Zhonga,et al, 2021) التعرف على الإفراط في استخدام السوشيال ميديا والصحة العقلية للأفراد وأظهر استبيان إلكتروني طبق علي ٣٢٠ مواطناً وجود علاقة ارتباطية بين الاستخدام المكثف للسوشيال ميديا للحصول على المعلومات عن الفيروس والإصابة بالإحباط والصدمة والتي قد تؤثر على السلوكيات، وإن كانت تمدهم بالمعلومات وتحقق لهم دعماً عاطفياً.

وبالتطبيق علي مصر أيضاً، تناولت دراسة (محمد، ٢٠٢٠م) تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري، وعبر استبيان إلكتروني تم

تطبيقه على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة، وبالانطلاق من نظرية إدارة المزاج العام، توصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية تعد المصادر الرئيسية للمعلومات عن الأزمة، وكشفت الدراسة عن سيطرة الحالة المزاجية السلبية على مستوى الموضوعات المثارة عن التغطية لأزمة كورونا بالمواقع الإخبارية، التي انعكست بدورها على المزاج العام والشخصي السلبي لدى الجمهور.

وبالتطبيق على ألمانيا، سعت دراسة (Lemenager, et al, 2021) نحو رصد أثر سياسة الإغلاق والبقاء في المنزل على استخدامات الألمان للسوشيال ميديا كمتنافس عن مشاعر القلق والخوف والتوتر وعبر استبيان أونلاين تم تطبيقه على ٣٢٤٥ مواطن خلال شهري إبريل ومايو ٢٠٢٠م، وأكدت النتائج عن تزايد واضح في عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما بين الذكور ومثلت الألعاب الاستخدام الأول لهم، وكانت الإناث الأكثر استخدامًا لهذه الشبكات لأغراض البحث عن المعلومات ومشاهدة الفيديوهات.

بالتطبيق على بولاندا، وفي محاولة لرصد تأثير جائحة كورونا على مستوى إدراك الخطر والشعور بالقلق والتوتر سعت دراسة (Maczmarek, Malesza, 2021) عبر دراسة أجريت على ١٠٦٩ بالغًا خلال شهري مارس وأبريل ٢٠٢٠م، وأشارت النتائج إلى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات إدراك الخطر والقلق والتوتر المرتبط بمتابعة أخبار جائحة كورونا حيث زادت بين النساء، والمتزوجات، وكبار السن، ومن لديهم أطفال، وذوي المستوى الاقتصادي المنخفض.

وبالتطبيق على الصبادة، سعت دراسة (Karasneh, et al, 2021) نحو رصد مستوى الوعي بجائحة كورونا وارتباطه بالخوف والشعور بالخطر وعبر استبيان الكتروني طبق على ٤٨٦ طبيبًا معظمهم من النساء، اتضح أن السوشيال ميديا تليها قنوات التلفزيون هما المصدر الأساسي للمعارف عن كورونا، وأن ارتفاع مستوى الوعي يرتبط بالشعور بخطر الإصابة بالفيروس والذي يزداد بين الذكور أكثر من الإناث، وخلصت الدراسة أن مستوى المعرفة وإدراك الخطر متغيران مؤثران على السلوك الوقائي أثناء الجائحة.

وفي إطار هدف مشابه، وفي محاولة لرصد تأثير جائحة كورونا على الهوس الشرائي، جاءت دراسة (Naeem, 2021) لتحاول الإجابة على السؤال التالي: كيف أثر تعرض لشبكات التواصل الاجتماعي على عمليات الشراء؟ وهل خلقت السوشيال ميديا حالة هوس بالشراء خلال جائحة كورونا؟ وعبر دراسة ٣٤ مفردة بانجلترا، وبالانطلاق من نظرية Consumer Panic buying أكدت نتائج الدراسة على أن للسوشيال ميديا تأثيرًا قويًا على خلق حالة هوس شرائي خلال جائحة كورونا فصور وفيديوهات المتاجر خلال جائحة كورونا خلقت لدى المتابعين هلعًا بالشراء، كما أن كلمة رئيس وزراء بريطانيا عن ضرورة البقاء بالمنزل زادت من هذا الشعور.

وبالتطبيق على السلوك الشرائي أيضًا، جاءت دراسة (علي، ٢٠٢١م) لتستهدف التعرف على تأثير الإجراءات الاحترازية التي اتخذتها الدولة لمواجهة أزمة كورونا على السلوك الشرائي عبر الإنترنت لدى

عينة من الشباب المصري، وذلك من خلال تطبيق استبيان إلكتروني على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة، خلال الفترة من أبريل وحتى يوليو ٢٠٢٠م، واعتمد البحث في إطاره النظري على نماذج (تقبل التكنولوجيا، نموذج السلوك الشرائي للأفراد وقت الأزمات، نموذج المفاهيم)، وتوصل البحث إلى أن العوامل النفسية تُعد من أهم أسباب اعتماد المبحوثين على الشراء عبر الإنترنت، كما تبين وجود علاقة عكسية بين مخاوف المبحوثين من الشراء عبر الإنترنت، وبين تبنيهم للسلوك الشرائي عبر الإنترنت خلال أزمة كورونا.

رابعاً: عنيت دراسات عديدة برصد وتقييم التغطية الإعلامية لجائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية، ويمكن أن نرصد داخل هذا المحور المحورين الفرعيين التاليين:

(١) دراسات سعت نحو تحليل تغطية القنوات والبرامج التلفزيونية لجائحة كورونا:

وحول تأثير جائحة كورونا على استهلاك الأخبار التلفزيونية واستعادة الثقة فيها سعت دراسة (Ripolles, 2020) نحو رصد ذلك عبر تحليل بيانات مسح Pew research centre American trends panel وتحليل مقارن قبل الجائحة وبعد الجائحة، تبين تزايد إقبال المواطنين على وسائل الإعلام التقليدية خاصة التلفزيون والبرامج الإخبارية التلفزيونية كمصدر للمعلومات عن تطورات الجائحة.

وفي السياق السابق ذاته، كشفت دراسة (بسيوني، ٢٠٢٠م) التي اعتمدت على نظرية التهيئة المعرفية، والتي تهدف لرصد مرحلة استعادة الثقة في وسائل الإعلام التقليدية من خلال فحص العلاقة بين مستوى تعرض الشباب المصري لبرامج الرأي التلفزيونية بوصفها مصدرًا للمعلومات حول أداء الدولة المصرية في مواجهة جائحة كورونا، ومستوى الروح المعنوية لديهم، وتوصلت إلى ارتفاع مستوى الاعتماد على برامج الرأي التلفزيونية بوصفها مصدرًا للمعلومات حول أداء الدولة المصرية، وكانت درجة ثقة الشباب في معالجتها متوسطة.

واستهدفت دراسة (إبراهيم، ٢٠٢٠م) تحليل ورصد وتفسير آليات الخطاب الإقناعي في التلفزيون المصري خلال جائحة كورونا، وبالتطبيق على برنامج "التاسعة" والمذاع على القناة الأولى الفضائية، وعبر توظيف تحليل الخطاب، على عينة "عمدية" قوامها ٤٥ حلقة من البرنامج خلال الفترة من منتصف شهر مارس إلى نهاية شهر إبريل ٢٠٢٠م، وأشارت النتائج إلى تنوع الأطروحات الرئيسية في الخطاب الإقناعي، وتركزت أهمها في: أطروحة تحدي الوباء وتقبل خطوات الدولة في مواجهته، ثم تلتها أطروحة أن الجائحة هي قضية مجتمع وليست قضية دولة، تبنى منتج الخطاب خطابًا توجيهيًا واضحًا في سياق تناول الإعلامي للجائحة، ومثلت الأطروحة الرئيسية والأهم في البقاء في المنزل (البقاء في البيت ينقذ حياة إنسان)، تلاها "تحمّل الفرد مسؤولية إصابة الأهل والأسرة وقتل الأحبة.

وبالتطبيق على القنوات التلفزيونية أيضًا سعت دراسة (عبد الدايم، ٢٠٢٠م) نحو رصد كيفية معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا وذلك بالتطبيق على

القناة الأولى المصرية وقناة ON TV، وعبر تحليل محتوى عينة من البرامج الحوارية، توصلت الدراسة إلى أن القناة الأولى المصرية جاءت في الترتيب الأول من حيث إجمالي زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا، يليها قناة ON TV، وجاءت الإجراءات الاحترازية في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا، يليها دعم الطاقم الطبي والمستشفيات.

وبالتركيز على معالجة البرامج الطبية لجائحة كورونا، سعت دراسة (عرفات، ٢٠٢١م)، نحو "رصد كيفية معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية لأزمة كورونا، وذلك في إطار نظرية "الأطر الإعلامية"، وأجريت الدراسة التحليلية على عينة قوامها ٥٩ حلقة من البرامج الطبية، منها ٣٥ حلقة من برنامج (الجيش الأبيض) الذي يعرض على الفضائية المصرية الأولى، و ٢٤ حلقة من برنامج (الناس الحلوة) الذي يعرض على قناة القاهرة والناس ٢. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: جاءت "التوجيهات والإرشادات" في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا يليها "الإجراءات الاحترازية"، ثم "عرض لأسباب ونتائج الأزمة"، يليها "دعم الطاقم الطبي.

وهدف دراسة (ريحان، ٢٠٢٠م) التعرف على كيفية معالجة الفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على تحليل مضمون المواد الإخبارية النشرات، والبرامج التي تبث عبر القنوات الأولى، و cbc extra، وكشفت النتائج أن المراسلين والمسؤولين الحكوميين هما أهم مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للجائحة، كما تصدر إطار الاهتمامات الإنسانية تلاه إسناد المسؤولية، والإطار الأخلاقي أطر أخبار التغطية لجائحة فيروس كورونا، وكان رئيس الوزراء هو الشخصية المحورية للتغطية الإخبارية لجائحة فيروس كورونا تلاه الأطباء ورئيس الدولة، ثم المصابون وهيئات التمريض.

وفي إطار المحور ذاته، هدفت دراسة (موسي، ٢٠٢٠م) رصد محددات التغطية الإعلامية لأزمة فيروس كورونا في عدد من القنوات الإخبارية العربية والأجنبية بالتطبيق على سكاى نيوز العربية، وقناة العربية، و CNN، و Fox News، وأوضحت النتائج ارتفاع الاهتمام بتغطية أخبار الجائحة وتصورها للأجندة الإعلامية للقنوات الأربعة بغض النظر عن توجهها وانتماءاتها، ويتمثل الهدف الأساسي للتغطية في نشر الوعي بين المشاهدين بالفيروس والحث على الالتزام بالإجراءات الاحترازية.

وبالتطبيق على البرازيل، وسعيًا لرصد التغير في عادات مشاهدة التلفزيون خلال جائحة كورونا أشارت دراسة (Werneck, et al, 2021) التي وظفت الأستبيان علي عينة كبيرة من المواطنين بلغت حوالي ٤٤ ألف مفردة إلى ارتفاع ساعات مشاهدة التلفزيون والذي صاحبه تزايد الشعور بالحزن والقلق والوحدة والإحباط أثناء متابعة تطورات جائحة كورونا.

وفي إطار مقارنة للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا في ثلاثة دول هي: الصين، بريطانيا، الولايات المتحدة الأمريكية، قدمت دراسة (R.K., 2020) عبر استخدام تحليل المضمون للأخبار المتعلقة بكورونا في عدد من وسائل الإعلام التقليدية شملت قنوات وصحف ووكالات أنباء من الصين وبريطانيا

والولايات المتحدة الأمريكية بالتطبيق على عينة قوامها ١٣٧ موضوعًا بالإضافة إلى ٧١ تقريرًا صادرًا عن منظمة الصحة العالمية، تبين من النتائج اختلاف الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في تغطية أخبار فيروس كورونا باختلاف الدولة والنظام السياسي بها.

(٢) دراسات عنيت برصد التغطية الإعلامية لجائحة كورونا عبر الصحف المطبوعة الجرائد والمجلات، ومن الدراسات المعبرة عن هذا الاتجاه:

أُلقت دراسة (سيد، ٢٠٢١م) الضوء على الصحف الدينية ودورها في التعامل مع أزمة فيروس كورونا، واختلافها عن غيرها من الصحف الأخرى، والأساليب التي اعتمدت عليها في التأثير على القارئ وإقناعه باستراتيجيات المواجهة لهذه الأزمة، وذلك عبر دراسة تحليلية في الفترة ما بين (١ مارس وحتى ١ يوليو ٢٠٢٠م)، على صحيفتي "صوت الأزهر"، و"عقيدتي"، وأشارت النتائج إلى أن الصحف الدينية اهتمت اهتمامًا كبيرًا بتناول أزمة كورونا منذ بدايتها وجاءت المعالجة من الناحية الدينية الأكثر بروزًا، وتتنوع أساليب التعامل مع الأزمة، وأبرزها طرح حلول جديدة للمواجهة وارتفع توظيف الاستمالات العاطفية لإقناع القارئ بخطورة الموقف وأهمية اتباع الإجراءات الاحترازية في التعامل معها.

دراسة (بسيوني، ٢٠٢٠م) التي استهدفت رصد وتحليل وتفسير الأطر الخبرية التي قدمت صحف الجمهورية، والشرق الأوسط، والديار، والشرق جائحة كورونا في الفترة من ٢٥ مارس إلى ٢٥ يونيو ٢٠٢٠، وعبر تحليل مضمون عينة بلغت ١٢٧٩ مادة صحفية، توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: جاءت جريدة الشرق الأوسط السعودية على رأس صحف الدراسة، بتناولها جائحة كورونا، تليها جريدة الجمهورية المصرية، ثم جريدة الشروق الجزائرية، ثم جريدة الديار اللبنانية. وكانت زيادة البطالة على رأس التداعيات الاقتصادية لجائحة كورونا.

وعن تناول جائحة كورونا في المجلات العربية والعالمية والتي كانت أغلفتها تركز على أخبار الجائحة صنعت خطابًا بصريًا يستهدف نقل أفكار وبناء معانٍ ودلالات معينة حول الجائحة وتعامل الدول والمجتمعات معها؛ فقد سعت دراسة (محمود، ٢٠٢٠م) تحليل الخطاب البصري لجائحة كورونا كما عكسته أغلفة المجلات خلال الفترة من يناير وحتى نهاية يونيو من عام ٢٠٢٠م، وذلك في خمس مجلات هي: المصور المصرية، والمجلة السعودية، ومجلة Caixin الصينية، و Time الأمريكية، و The Economist البريطانية، أشارت النتائج إلى الاستغلال السياسي للجائحة بجميع أغلفة المجلات عبر الترويج لأفكار انهيار العولمة في مرحلة ما بعد كورونا، وانفراد مجلة Caixin بالترويج لخطاب طبي صحي، وبرز العاملون بالقطاع الصحي والطبي كقوى فاعلة على أغلفة المجلة الصينية، في حين برز قادة الدول ورموزها السياسية كقوى فاعلة في المصور والمجلة و Time الأمريكية.

واستهدفت دراسة (Wormer, 2020) التعرف على تأثير جائحة كورونا على الصحافة العلمية في ألمانيا، وباستخدام تحليل المضمون تبين أن الجائحة أدت لتزايد الاعتماد على العلماء

والمختصين كمصادر للمعلومات بالصحف الأمر الذي يشير لنوع من الإصلاح في الصحافة العلمية وإن كانت مؤقتة تزول بزوال سببها، وأوصت الدراسة بأهمية تدريس التربية الإعلامية في المدارس والجامعات حتى لا يقع المواطنون فريسة للشائعات لاسيما في ظل الأزمات الصحية الكبرى الأمر الذي قد يؤدي بحياة البعض.

لكن كيف أثرت جائحة كورونا على فاعلية الإعلانات بالصحف المطبوعة؟، حاولت دراسة (AIBra, et al, 2021) الإجابة على هذا السؤال بالتطبيق على ثلاث صحف كبرى بأندونيسيا، وباستخدام دراسة الحالة والمقابلات المتعمقة كشفت النتائج عن وجود أثر سلبي للجائحة على عدد الإعلانات بهذه الصحف واتجاه المعلنون نحو النشر عبر السوشيال ميديا والتي تناسب البقاء في المنزل ومن ثم مثلت الجائحة ضرراً بالغاً على مصادر تمويل الصحافة المطبوعة.

خامساً: دراسات عنيت برصد وتقييم التغطية الإعلامية لجائحة كورونا عبر الإنترنت والإعلام الجديد بمختلف أشكاله، ويمكن أن نرصد داخل هذا المحور المحاور الفرعية التالية:

(١) دراسات عنيت برصد أدوار المواقع الإلكترونية خلال جائحة كورونا سواء بتناول محتوى

التغطية الإعلامية، أو رصد مدى اعتماد الجمهور عليها، ومن الدراسات المعبرة عن هذا

التوجه البحثي:

على مستوى جمهور المتابعين للمواقع الإلكترونية، جاءت دراسة (محمود، ٢٠٢٠م) التي استهدفت التعرف على دوافع تعرض المستخدمين لمواقع الصحف المصرية ودورها في التحذير من مخاطر فيروس كورونا المستجد، وطبقت الدراسة على ٤٥٠ مفردة من متابعي مواقع صحف الأهرام، الأخبار، اليوم السابع، مصراوي، وأسفرت النتائج على أن ارتفاع نسبة من يعتمدون على مواقع الصحف في الحصول على المعلومات عن جائحة فيروس كورونا و"لأنها تمدهم بأحدث وأهم المعلومات والأخبار بشكل فوري، كما أشارت النتائج إلى أن درجة معرفة المبحوثين بأخبار ومخاطر فيروس كورونا تزيد بزيادة تعرضهم لموقع الصحف.

وهدفت دراسة (فودة، ٢٠٢١م) إلى رصد مدى اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية خلال جائحة كورونا المستجد، وباستخدام الاستبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: جاء موقع اليوم السابع من أهم المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ٩٠٪ من عينة البحث تابعوا جائحة كورونا عبر المواقع الإلكترونية.

وعلى مستوى مضمون المواقع الإلكترونية، استهدفت دراسة (سعد، ٢٠٢٠م) التعرف على أطر معالجة بعض مواقع الصحف الإلكترونية وبعض المواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لعينة من الأخبار والمواد الصحفية بلغت ٩٠٠ مادة صحفية تم نشرها عبر موقع اليوم السابع، موقع بوابة أخبار اليوم، وموقع القاهرة ٢٤، خلال الفترة

من مارس وحتى يونيو ٢٠٢٠م، وأظهر التحليل اهتمام عينة الدراسة بعرض أخبار وتحقيقات خاصة بمعالجة تداعيات فيروس كورونا في مواقع الصحف والمواقع الإخبارية على كافة القطاعات، وجاء إطار التأييد ودعم القرارات الحكومية على رأس قائمة الأطر المستخدمة في معالجة تداعيات فيروس كورونا، تلاها الإطار التحذيري، ثم إطار المسؤولية.

وبالتطبيق على مضمون المواقع أيضاً، سعت دراسة (علي، ٢٠٢٠م) فحص أطر تقديم جائحة كورونا في المواقع الإخبارية الإلكترونية بالتطبيق على الأهرام، والوفد، والأهرام، والمصري اليوم، وظفت الدراسة المقارنة المنهجية، وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الأربعة تناولت جائحة كورونا باهتمام واضح وجعلتها على قمة الموضوعات، وذلك عبر استعراض إحصائيات الإصابة والوفاة، والإجراءات الوقائية، ومحاولة اكتشاف أسباب المرض، ورصد معاناة المواطنين في حياتهم اليومية، والتركيز على التأثيرات الاقتصادية في دول العالم، وإبراز أنماط التكيف مع الوضع الحالي، ومحاولة تقادي التعرض للإصابة.

وبالتطبيق على دولة المغرب، حاولت دراسة (أمدي، ٢٠٢٠م) رصد طبيعة تناول الإعلام لجائحة كوفيد - ١٩ في الصحافة الرقمية المغربية من منظور متصفح صفحات الجرائد الإلكترونية والمواقع الإخبارية المغربية على موقع الفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى أن التغطية الإعلامية في الصحافة الرقمية المغربية كانت كافية وواقعية وركزت على توعية المواطنين من مخاطر كوفيد - ١٩ في نظر عينة الدراسة، لكنها في المقابل، كانت تميل أحياناً إلى التهويل واستخدام أسلوب التخويف والترهيب.

(٢) دراسات عنيت بدور صحافة الهاتف المحمول Mobile Journalism في خلق التوعية

بجائحة كورونا، ومن هذه الدراسات:

دراسة (الصعدي، ٢٠٢٠م) التي استهدفت التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل وتأثيراتها على التوعية الصحية بجائحة كورونا ٢٠٢٠م، تم تطبيق استمارة الاستبيان على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة، وأشارت النتائج إلى ارتفاع اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل كمصدر ثري للمعلومات والاتصالات أثناء جائحة كورونا، وذلك لأسباب عديدة أبرزها سرعة وفورية نقل الأخبار والمعلومات، سهولة الاستخدام وقلة التكاليف.

وفي إطار رصد دور صحافة الموبايل في التوعية بجائحة كورونا وبالتطبيق على الجمهور السعودي، أشارت نتائج دراسة (بريك، ٢٠٢٠م) عبر استخدام الاستبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، تم تطبيقه خلال شهر يوليو ٢٠٢٠م، إلى ارتفاع معدل اعتماد الجمهور السعودي على صحافة الهاتف المحمول في متابعة جائحة فيروس كورونا، وجاءت تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة أنواع صحافة الهاتف المحمول التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها، يليها التطبيقات الصوتية والمرئية، ثم تطبيقات الأخبار، فمواقع صحف وبوابات إلكترونية، يليها التطبيقات الرسمية، ثم خدمات الـ SMS و MMS، فالتطبيقات البريدية، وارتفعت مستويات الوعي بالجائحة بشكل عام.

وحول دور صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات بين الأطباء وهيئة التمريض عن فيروس كورونا هدفت دراسة (محمود، ٢٠٢١م) إلى التعرف على العلاقة بين التماس الأطباء وهيئة التمريض للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد عبر صحافة الموبايل والتوافق المهني لديهم، باستخدام الاستبيان على عينة قوامها (٤٢٢) مفردة، أكدت النتائج أن الأطباء والممرضين يستخدمون صحافة الموبايل بصفة دائمة، كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الأطباء وهيئة التمريض بالمضمون المقدم بصحافة الموبايل ومدى التماسهم للمعلومات منها حول جائحة كورونا.

(٣) دراسات عنيت بتوظيف الإنفوجرافيك Infographic في التغطية الإعلامية لجائحة

كورونا، ومن الدراسات المعيرة عن هذا التوجه البحثي:

دراسة (أحمد، ٢٠٢٠م) التي استهدفت التعرف على دور الإنفوجرافيك في تغطية تداعيات

فيروس كورونا، من خلال الكشف عن مدى توظيف مواقع الصحف العربية بالتطبيق على موقع بوابة أخبار اليوم المصرية، وموقع جريدة الرياض السعودية، وموقع جريدة البيان الإماراتية، لهذا الفن في التغطية الصحفية لجائحة كورونا، ورصد وتحليل نوعية المضامين التي يتناولها الإنفوجرافيك، وأهدافه خلال الفتية من مارس وحتى مايو ٢٠٢٠م، توصلت الدراسة إلى تزايد اهتمام صحف الدراسة بتوظيف الإنفوجرافيك لتغطية تداعيات فيروس كورونا، وجاءت قرارات الحكومة لمكافحة الجائحة على رأس قائمة تلك الموضوعات التي تضمنها الإنفوجراف، تلاها الموضوعات الخاصة بإحصائيات الإصابة بالفيروس، ثم الإنفوجراف الخاص بطرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة.

وبالتطبيق على صفحة وزارة الصحة والسكان سعت دراسة (أبو عيطة، ٢٠٢٠م) التعرف على طبيعة

التصميمات الجرافيكية على الصفحة خلال جائحة كورونا، ودورها في رفع الوعي الصحي بالتطبيق على عينة قوامها ٤٢٧ مفردة من الجمهور العام، وتوصلت الدراسة إلى فقر المعلومات المتوفرة على صفحة وزارة الصحة عن الفيروس.

وقامت دراسة (زناتي، ٢٠٢٠م) برصد دور الإنفوجرافيك المقدم في الحسابات الرسمية لوزارة

الصحة في الدول العربية عبر موقع تويتر في معالجة جائحة كورونا، ونشر التوعية الصحية بين أفراد المجتمعات العربية، وذلك في الفترة الزمنية من ١ مارس إلى ٣١ مايو ٢٠٢٠م، وتوصلت النتائج إلى أن الصفحة السعودية تفوقت في حجم الاهتمام بالإنفوجرافيك، تلاها الصفحة الكويتية، ثم المصرية. وبالنظر لوظيفة الإنفوجرافيك المستخدم في معالجة موضوع فيروس كورونا Covid-19 في المواقع الثلاثة مجتمعة، نجد أن "التوعية" تصدرت المرتبة الأولى، واتبعت مواقع الدراسة في أساليب عرض المعلومات بالإنفوجرافيك الأسلوب الخبري في المقام الأول تلاه "الأسلوب التوعوي"، وتصدرت "نسب وأعداد مرضى فيروس كورونا مضمون الإنفوجرافيك تلاها "الإرشادات الوقائية من فيروس كورونا.

كما هدفت دراسة (العميري، ٢٠٢٠م) التعرف على دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية

المصرية على الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة

على عينة عمدية من الشباب الجامعي قوامها (٣٠٠)، وباستخدام الاستبيان الإلكتروني توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: ارتفاع متابعة الشباب الجامعي للصفحات الحكومية المصرية على الفيسبوك؛ ومن أهم أسباب ذلك استخدامها للإنفوجرافيك، وأثبتت النتائج وجود علاقة إيجابية بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.

وبالتطبيق على الصحف الكورية، وتحليل استخدام الأنفوجرافيك والرسوم البيانية عند معالجة أخبار جائحة كورونا أشارت دراسة (Kwon, et al, 2021) عبر تحليل القصص الإخبارية المنشورة بسبع صحف كورية كبرى وبالتطبيق على عينة قوامها ٥٨٦٢ قصة إخبارية أظهرت النتائج ارتفاعاً ملحوظاً في استخدامات الرسوم البيانية خلال جائحة كورونا في معالجة القضايا المتعلقة بها، ورصدت بعض حالات إساءة الاستخدام التي نقلت معلومات مضللة أحياناً.

وفي سياق مشابه، وبخصوص ثقافة الصورة وتأثيراتها خلال الجائحة أكدت دراسة (كمال، ٢٠٢١م) على أن خطاب ثقافة الصورة هو الخطاب المعاصر والذي برز بشكل أكبر في أزمة كورونا، وبروز تأثيره الفوري والفعال والملحوظ على الجمهور، وقد تعززت قيمة ثقافة الصورة مع الإعلام الجديد، الذي وصل لأن يكون المنفذ الوحيد في كافة المجالات الحياتية في أزمة كوفيد -١٩ سواء التعليم عن بُعد، والصحة، والتوعية، وبرزت هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي بصورة عالية، وأصبحت مصدر المعرفة الأساسي، والملجأ الوحيد لسد أوقات الفراغ.

(٤) وفي سياق بحثي مشابه، هدفت دراسة (محمود، ٢٠٢٠م) الكشف عن طبيعة توظيف

صحافة البيانات Data Journalism في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع

العربية والعالمية، من خلال تحليل شكل ومضمون صحافة البيانات بأشكالها المختلفة

وبخاصة القصص المدعومة بالبيانات، وذلك بالتطبيق على مواقع "مصراوي"، "عكاظ"،

"العين الإخبارية"، "الجارديان" و"يو إس إيه توداي" خلال الفترة من يناير وحتى أبريل

٢٠٢٠، واتخذت الدراسة من نظرية ثراء الوسيلة إطاراً نظرياً، ووظفت أداة تحليل الشكل

والمضمون لعينة من (١٣٩٨) شكلاً من أشكال صحافة البيانات، وخلصت الدراسة إلى

تفوق المواقع العالمية في حجم اهتمامها بصحافة البيانات من حيث عدد القصص المدفوعة

بالبيانات حول فيروس كورونا، في مقابل تفوق المواقع العربية في توظيف الإنفوجرافيك

والوسائط المتعددة في تناول الموضوع نفسه، وكشفت الدراسة عن تمتع المواقع العالمية بثراء

معلوماتي ملحوظ في محتوى صحافة البيانات بها.

(٥) وعن فاعلية توظيف مقاطع الفيديو التشاركية المتعلقة بجائحة كورونا في التوعية

بالجائحة في المملكة العربية السعودية، أشارت نتائج دراسة (جبريل، ٢٠٢٠م) عبر

توظيفها الاستبيان الإلكتروني على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة تم اختيارهم باستخدام عينة

كرة الثلج، إلى وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لمقاطع الفيديو التشاركية المرتبطة

بالجائحة ومستوى التوعية بالجائحة، وهو ما يعزز أهمية استثمار هذه المقاطع في حملات التوعية بهذه الجائحة على كافة المستويات.

(٦) وحول كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في البحث عن المعلومات المتعلقة بجائحة

كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي جاءت دراسة (سامي، ٢٠٢١م) لتلقي الضوء على ذلك، حيث طوّر المبرمجون خوارزميات محددة للبحث في البيانات والمعلومات غير المنظمة الموجودة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهي ما يطلق عليها Natural language approach، أو معالجة اللغة الطبيعية، وتستهدف الدراسة للتعرف على اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تجاه جائحة كورونا، حيث تم إجراء دراسة تحليلية من المستوى الثاني لدراسات مدخل معالجة اللغة الطبيعية، التي اهتمت بتحليل اتجاهات المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تجاه هذه الجائحة، ومن خلال تحليل ٩٢ دراسة عبر ٧ قواعد بيانات علمية تم التوصل إلى عديد من النتائج التي قد تسهم في نشر الاهتمام بهذا المدخل وأساليبه وأهم الإشكاليات المنهجية والأخلاقية والتطبيقية واللغوية التي تواجه باحثي الإعلام في استخدامه.

سادساً: برزت دراسات سعت نحو المقارنة بين التغطيات الإعلامية لجائحة كورونا عبر وسائل الإعلام التقليدية وتحديدًا التلفزيون، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومن هذه الدراسات:

دراسة (دسوقي، ٢٠٢٠م) التي قارنت بين اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية، ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة فيروس كورونا، ورصد المسؤولية الاجتماعية لهذه الوسائل، وتتمثل عينة الدراسة في ٣١٠ مبحوثاً من الجمهور المصري، وكانت البرامج الحوارية المتخصصة هي الأعلى بين الأشكال الإخبارية المستخدمة عبر الفضائيات المصرية في تغطية أحداث جائحة كورونا، أما مواقع التواصل الاجتماعي فجاءت الفيديوهات المباشرة كأكثر الأشكال الإخبارية المستخدمة عبرها في تغطية أحداث جائحة كورونا.

أما دراسة (عمر، ٢٠٢٠م) فحاولت التعرف على استخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدي ممثلاً في "التلفزيون" والجديد ممثلاً في "الفيس بوك" للحصول على معلومات عن أزمة كورونا والتعرف على اتجاهاتهم نحو تغطية هذه الوسائل لجائحة كورونا واتجاهاتهم كذلك نحو الأداء الحكومي في التعامل مع الأزمة، طبقت الدراسة على عينة من الجمهور المصري قوامها ٤٠٠ مفردة، وأشارت النتائج إلى أن عينة الدراسة يقضون وقتاً أطول على الفيسبوك من الوقت الذي يقضونه أمام التلفزيون للحصول على معلومات عن جائحة كورونا، وجاءت أهم أسباب استخدام عينة الدراسة للفيسبوك: "وجودها في الهواتف الذكية المتواجدة معنا طوال الوقت" بنسبة كبيرة ٦٥٪، يليها "لأنها تقدم تغطية مباشرة للأحداث"، بينما جاءت "متابعة البيانات الرسمية للحكومة حول أزمة كورونا" أهم أسباب استخدام التلفزيون.

ركزت بعض الدراسات على تقييم أداء وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة خلال جائحة كورونا، ومن هذه الدراسات:

بالتطبيق على النخبة، جاءت دراسة (إبراهيم، ٢٠٢٠م) التي انطلقت من نظرية المسؤولية الاجتماعية، واستخدمت الاستبيان على عينة قوامها (١٠٠) مفردة، وأشارت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت على رأس الوسائل التي تعتمد النخبة الأكاديمية في متابعة أحداث جائحة كورونا، تليها القنوات الفضائية، ثم الصحف الإلكترونية، ثم الإذاعات المسموعة، ثم المواقع الإخبارية، وفي الترتيب السادس القنوات التلفزيونية، وأخيراً الصحف الورقية، وارتفعت استجابات المبحوثين على العبارات التي تعكس إيجابيات وسائل الإعلام في إدارة أزمة فيروس كورونا من وجهة نظر النخبة الأكاديمية بشكل عام.

وفي إطار تقييم النخبة لأداء وسائل الإعلام ودورها في التغطية الإعلامية لجائحة كورونا، سعت

دراسة (الزغبي، ٢٠٢٠م) نحو رصد تقييمات النخبة العربية عن تغطية القنوات الإخبارية العربية لأخبار جائحة كورونا وذلك بالتطبيق على عينة متاحة قوامها ٢٢٨ من السياسيين والأكاديميين والإعلاميين من عدة دول عربية ضمت: دول حوض النيل، العراق، الشام، المغرب العربي، دول الخليج، ومصر، وكشفت الدراسة عن ارتفاع متابعتهم للقنوات الإخبارية المحلية خاصة البرامج الخاصة بتغطية الجائحة، وجاء تقييمهم لدور هذه القنوات في التغطية الإعلامية إيجابياً بشكل عام حيث ساهمت هذه التغطية في خلق الوعي بالفيروس والتشجيع على الالتزام بالإجراءات الاحترازية، والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.

وفي نفس السياق، جاءت دراسة (حافظ، ٢٠٢٠م) لتكشف عن تقييم الخبراء لمدى نجاح وسائل الإعلام المصرية في تناولها لأزمة فيروس كورونا، وتوصلت النتائج إلى تأكيد أغلب الخبراء على أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت الفاعل الاتصالي الأول من حيث التأثير في إدارة الأزمة، تليها وسائل الإعلام المصرية، ثم وسائل الإعلام الأجنبية والعربية، وأوضحت النتائج أن الإعلام المصري نجح في استخدام أغلب استراتيجيات اتصالات الأزمة في التغطية ولكن بنسب متفاوتة، وأكد أغلب الخبراء بعينة الدراسة على أن تغطية الإعلام المصري للأزمة كانت ناجحة إلى حد ما.

وفي اتجاه بحثي مشابه، سعت دراسات نحو تقييم أداء وسائل الإعلام في التغطية الإعلامية لجائحة

كورونا ولكن عبر رصد اتجاهات الجمهور العام، مثل دراسة (Gottfried, et al, 2020) التي سعت

نحو رصد آراء الأمريكيين في التغطية الإعلامية لجائحة كورونا وذلك عبر مسح أجرى على ١٠١٣٩ مواطناً أمريكياً خلال أبريل ٢٠٢٠م أظهرت نتائجها أن حوالي ٦٠٪ من المبحوثين يرون أن التغطية الإعلامية كانت دقيقة وكافية وتزودهم بالمعارف المطلوبة عن الفيروس، واتضح أن التوجه السياسي للمواطنين له أثر على طبيعة الاتجاهات حول التغطية الإعلامية حيث تزداد الاتجاهات السلبية نحو أداء الإعلام بين الجمهوريين وانخفضت ثقافتهم في الصحفيين بشكل كبير، في حين تزداد الاتجاهات الإيجابية بين الديمقراطيين نحو الصحفيين وتغطيتهم لأزمة كورونا في وسائل الإعلام الأمريكية.

وفي محاولة لرصد اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء وسائل الإعلام والتغطية الإعلامية لجائحة كورونا هدفت دراسة (الحافظ، ٢٠٢٠م) إلى تحقيق ذلك عبر استخدام الاستبيان، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: جاء موقع اليوم السابع من أهم المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك، وذلك لأسباب عدة منها: السبق الإعلامي والفورية في نقل الأحداث، انفراده ببعض الحقائق والمعلومات التي لا تعرض في المواقع الإخبارية الأخرى، والمتابعة المستمرة للأحداث، لذلك احتل هذا الترتيب؛ الأمر الذي جعل منه مصدرا مهما للجمهور للحصول على معلومات حول فيروس كورونا المستجد.

وبالتطبيق على دولة البحرين، حاولت دراسة (خليفة، ٢٠٢٠م) تقصي الدور الذي قامت به التغطية الإعلامية لجائحة كورونا (كوفيد-١٩) في تشكيل الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية بالمملكة؛ اعتمدت الدراسة على فروض نظرية التهيئة المعرفية، واستخدمت استمارة الاستقصاء التي تم تطبيقها على عينة حصرية قوامها (٥٨٨) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع التقييمات الإيجابية لأداء المؤسسات الصحية في التعامل مع جائحة كورونا بمملكة البحرين، وأن الرأي العام البحريني يحرص على متابعة الجائحة في مختلف وسائل الإعلام وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة هذه الوسائل وجاء في المرتبة الثانية التلفزيون، وارتفعت المصادقية في تغطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال الجائحة، وجاء موقع وزارة الصحة وحسابات وزارة الصحة على مواقع التواصل الاجتماعي كأكثر وسائل الإعلام مصادقية.

- وسعت عدة دراسات نحو تحري أثر الثقة في وسائل الإعلام على متابعة الأخبار والالتزام بالإجراءات الاحترازية خلال جائحة كورونا، ومن هذه الدراسات نذكر:

دراسة (Jiang, 2021) التي سعت نحو رصد العلاقة بين مدى الانتباه للأخبار الطبية عن فيروس كورونا ودرجة الثقة في وسائل الإعلام ومدى الالتزام بالتباعد الاجتماعي، وعبر دراسة ميدانية أجريت على عينة قوامها ٢٢٥١ أمريكيًا خلال شهر مارس ٢٠٢٠م، تبين أن درجة الانتباه للأخبار الطبية المقدمة عبر وسائل الإعلام يرتبط إيجابيًا بالالتزام بالتباعد الاجتماعي ودرجة الثقة في وسائل الإعلام، فكلما زادت درجة الثقة في وسائل الإعلام زاد انتباه الأفراد للأخبار الطبية عن فيروس كورونا، ويرتبط انخفاض الثقة بانخفاض الالتزام بسياسة التباعد الاجتماعي.

وفي السياق ذاته، وبالتطبيق على إنجلترا، استهدفت دراسة (Fletcher, et al , 2020) تحري أثر ثقة المواطنين وطبيعة اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام على متابعة الأخبار عن الجائحة، وطبيعة الاتجاه نحو المؤسسات الحكومية خلال أزمة فيروس كورونا، وبتوظيف الاستبيان الإلكتروني الذي طبق خلال شهر مايو ٢٠٢٠م، أشارت النتائج إلى انخفاض الثقة في وسائل الإعلام بشكل عام، كما زادت نسبة المواطنين الذين يرون أن الحكومة والسياسيين يقدمون أخبارًا مزيفة عن وضع كورونا في إنجلترا مستخدمين مختلف وسائل الإعلام والمنصات الاجتماعية.

كما كشفت نتائج دراسة (شاهين، ٢٠٢٠م) أن درجة الثقة في مصادر المعلومات يعد من أهم العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالي للجمهور المصري في أثناء أزمة كورونا، ويحدد طبيعة اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام؛ وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين درجة الثقة في مصادر المعلومات أثناء أزمة كورونا والبحث عن المعلومات ومشاركتها.

وحول علاقة درجة الثقة على الالتزام بالإجراءات الاحترازية خلال الجائحة، جاءت دراسة

(W.Lim, et al , 2020) وبالتطبيق على سنغافورة، وباستخدام عدة استبيانات شارك فيها ٦٣٣ مواطناً، أشارت النتائج الدراسة إلى تزايد اعتماد المواطنين على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن الجائحة كما أنهم يميلون إلى الاعتماد على الصفحات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي مما يؤثر بشكل ملحوظ على درجة ثقتهم في أداء الحكومة من الجائحة، وأثبتت الدراسة أن إدراك الخطر المتعلق بالفيروس والمرتبب بزيادة الوعي بأرقام الوفيات والإصابات، يزيد درجة ثقة المواطن بأداء حكومته ومن ثم يزيد الالتزام بالإجراءات الاحترازية للتصدي للفيروس.

وفي إطار نجاح الحكومة في جذب ثقة المواطنين، جاء في دراسة (المحمدي، ٢٠٢١م) أن "الثقة بالحكومة" تُعد متغيراً رئيساً للسيطرة على انتشار تفشي فيروس كورونا، واعتبرت ثقة المواطنين في الحكومة شرطاً أساسياً لاغنى عنه لضمان فاعلية تنفيذ السياسات المجتمعية خاصة في ظل جائحة كورونا؛ وبتطبيق استبانة إلكترونية على عينة متاحة من الشباب المصري قوامها ٤٠٠ مفردة تم تطبيقها خلال شهر أبريل ٢٠٢٠م، وكشفت النتائج عن ارتفاع ثقة الشباب في أداء الحكومة المصرية وارتفاع تأييدهم ورضاهم عن قرارات الحكومة المصرية للحد من جائحة كورونا، كما ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وتزايد استخدام الشباب للصفحات الحكومية والرسمية.

سابقاً: دراسات عنيت بتحري الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في تغطية أزمة جائحة كورونا وتقييم الجمهور أو النخبة لهذه الاستراتيجيات، ومن هذه الدراسات:

تأتي دراسة (السيد، ٢٠٢١م) والتي استهدفت الدراسة التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا ورصد اتجاهات النخبة المصرية نحوها، وبالتطبيق على عينة عمدية قوامها (١٧٠) مفردة من النخبة الإعلامية، والأكاديمية، والسياسية، والطبية، والاقتصادية، كشفت النتائج عن تأثير المتحدث الرسمي على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا واتجاهات النخبة نحو دوره في إدارة الأزمة.

وفي إطار تقييم استراتيجيات وزارة الصحة والسكان أيضاً خلال جائحة كورونا جاءت دراسة (عجوة، ٢٠٢٠م) والتي سعت لرصد أهم استراتيجيات اتصال المخاطر التي استخدمتها الوزارة للتواصل مع الجمهور المصري عبر موقع الفيس بوك أثناء المراحل المختلفة لجائحة "كورونا"، انطلقت الدراسة من

مدخل نموذج اتصال المخاطر للطوارئ والأزمات، وأشارت النتائج إلى استخدام استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في غالبية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة، تلاها استراتيجية الطمأنة، ثم استراتيجية التحذيرات من المخاطر، كما تم استخدام استراتيجية تصحيح الشائعات، تلاها استراتيجية ترويج السلوكيات الفعالة.

وبالتطبيق على الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها الحكومة في المراحل الثلاث الأولى لإدارة الأزمة استهدفت دراسة (زيدان، ٢٠٢٠م) قياس مدى فعالية هذه الاستراتيجيات، إضافة إلى التعرف على استراتيجيات الإعلام الرسمي في مواجهة الشائعات، ومدى التزامه في تناوله للأزمة بالمعايير المهنية من وجهة نظر النخبة المصرية، اعتمدت الدراسة على عينة عمدية من النخبة الإعلامية والأكاديمية والطبية قوامها ١٢٠ مفردة، وكشفت النتائج عن وجود تراخ من جهة الحكومة في اتخاذ بعض القرارات التي كان من المفترض اتخاذها في مرحلة ميلاد الأزمة، بينما ارتفع مستوى التقييم لقرارات مرحلة الوقاية والاستعداد.

بالتطبيق على الصين، سعت دراسة (Chen, 2020) نحو رصد الاستراتيجيات التي وظفتها الحكومة الصينية في التغطية الإعلامية لفيروس كورونا، وتحليل موقع وزارة الصحة Health China، أشارت النتائج إلى أن الحكومة الصينية وظفت المنصات الاجتماعية لتحقيق التواصل مع المواطنين وإمداهم بالمعلومات الصحيحة عن أوضاع الفيروس داخل الدولة، وكانت المنصات الاجتماعية هي الأعلى استخدامًا من قبل الحكومة.

وبالتطبيق على الهند، وفي إطار تحري الاستراتيجيات الاتصالية سعت دراسة (Madurai, 2020) نحو رصد الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة على الموقع الرسمي لمنظمة الصحة العالمية خلال جائحة كورونا، وعبر استخدام الاستبيان الذي طبق على ٨٥٦ مفردة تبين اتجاه منظمة الصحة العالمية إلى تكثيف نشر الأخبار عن الجائحة كاستراتيجية أساسية بهدف وضع أزمة كورونا على رأس اهتمامات الجمهور، كما وظفت استراتيجية إدراك الخطر للتعريف بحجم الأزمة وتداعياتها الخطيرة.

كذلك سعت دراسة (Kaufhold, 2020) نحو التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة من قبل المنظمات الطبية العالمية لخلق الوعي بفيروس كورونا والكشف عن أبرز التحديات التي تواجه عملها في نشر الوعي بين الجمهور، وباستخدام المقابلات المتعمقة مع ٣٥ من الخبراء العاملين في هذه المنظمات توصلت نتائج الدراسة إلى أن استراتيجية التنسيق والتكامل بين مختلف وسائل الإعلام تأتي على رأس الاستراتيجيات التي تستخدمها المنظمات الصحية العالمية، تلاها استراتيجية التخويف عبر نشر أرقام الإصابات والوفيات.

ثامناً: كان التعليم عن بُعد أحد تداعيات أزمة فيروس كورونا في مصر والعالم أجمع، ونلاحظ وجود اتجاه بحثي يدور حول التعليم عن بُعد في ظل جائحة كورونا، وركزت الباحثة هنا على الدراسات التي

ترتبط بالجانب الإعلامي فقط مع استبعاد تلك التي تركز على الأبعاد التعليمية واستراتيجيات التعليم عن بُعد ومن الدراسات التي نعرضها في هذا الصدد:

هدفت دراسة (أحمد، ٢٠٢٠م) إلى رصد تقييم طلاب الإعلام لتجربة التحول الرقمي، بالتطبيق على منظومة التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا ٢٠١٩م، مع وضع تصور لتطويرها من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وعمداء كليات الإعلام الحكومية والخاصة، وطبقت الدراسة على ٥٠٠ طالب وطالبة بالإضافة إلى ٢٠ عضواً من عمداء ورؤساء أقسام وأعضاء هيئة تدريس بالكليات الحكومية والخاصة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن النسبة الأكبر من الطلاب قد استفادوا بدرجة متوسطة، وانخفضت نسبة من لم يستفيدوا من التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا.

أوضحت دراسة (قرني، ٢٠٢٠م) أن أزمة جائحة كورونا أدت منذ موجتها الأولى إلى عديد من التغييرات وكانت المؤسسات التعليمية الأكثر تأثراً بهذه الجائحة، وعبر مسح آراء عينة مكونة من ٦٥٠ مفردة من طلاب كليات الإعلام في مختلف الجامعات المصرية، للوقوف على مستوى مهارات التربية الرقمية لديهم، توصلت الدراسة إلى أن تجربة التعليم عن بُعد تجربة جيدة، لكنها تحتاج إلى مزيد من الاستعداد والتدريب، واتفق معظم أفراد العينة على عدم تناسب كافة مقررات الإعلام مع تجربة التعليم عن بُعد، خاصة مقررات التدريب العملي ومقررات الإذاعة والإنتاج التلفزيوني ومشروعات التخرج.

وبالتطبيق على أعضاء هيئة التدريس هدفت دراسة (بدر، المغربي، ٢٠٢٠م) باستخدام استمارة الاستقصاء لآراء ١٣٤ مفردة، وذلك خلال الفترة مايو-يونيو ٢٠٢٠م، وبالاعتماد على نظرية انتشار الأفكار والتكنولوجيا المستحدثة diffusion of innovation، توصلت الدراسة إلى إمكانية تجربة التكنولوجيا إجبارياً على الجميع، وبرغم من عنصر المفاجأة على جميع أطراف العملية التعليمية، إلا أن التجربة الاضطرارية قضت على أسباب الرفض بسبب مزيج من الخوف والرغبة، بالإضافة إلى دافعية أعضاء هيئة التدريس أنفسهم وحرصهم على العملية التعليمية ذاتها.

وعن استخدام تقنيات الاتصال الرقمي في التواصل الجامعي، هدفت دراسة (جميل، ٢٠٢١م) رصد اتجاه أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية نحو استخدام تقنيات الاتصال الرقمي، ومدى تبنيهم لها ومستوى رضائهم عنها وتقييمهم لها، واتجاههم نحو التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام هذه التقنيات في مجال عملهم، أجريت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة أن ثلثي عينة الدراسة أكدوا أنهم راضون إلى حد ما عن استخدام تقنيات الاتصال الرقمية في العملية التعليمية.

وأكدت دراسة (طنطاوي، ٢٠٢٠م) على أهمية التعليم الإلكتروني كضرورة ملحة فرضتها جائحة كورونا التي اجتاحت العالم أجمع، وبالفعل استطاع عدد من الجامعات حول العالم أن توظف إمكانات التعليم الإلكتروني في الخروج من هذه الأزمة، وتوفير المحتوى العلمي للطلاب بشكل مميز وجذاب، يعزز من فاعلية الطلاب ويكسبهم المهارات اللازمة، ويجعلهم أكثر قدرة على الابتكار

والتفكير في أساليب عصرية تحقق سياسات واستراتيجيات التعليم المستدام، وذلك بالتطبيق على الأساليب الاتصالية التي استخدمتها جامعة فاروس بالإسكندرية في التعليم الإلكتروني.

أما دراسة (مصطفى، ٢٠٢١م) التي سعت نحو التعرف على سمات خطاب تعليقات مستخدمي صفحات وزارة التربية والتعليم المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء نظام التعليم عن بُعد، وتحليل هذه السمات في ضوء نظرية المجال العام، وظفت الدراسة تحليل المضمون لعينة بلغت ٤٠٨٣ تعليقا من تعليقات المستخدمين على منشورات نظام التعليم عن بُعد عبر صفحة وزارة التربية والتعليم في الفترة من ١٧ أكتوبر ٢٠٢٠م إلى ١٧ نوفمبر ٢٠٢٠م، وتوصلت الدراسة إلى أن خطاب التعليقات ينتمي إلى المجال العام المصغر، وتتميز ساحة النقاش عبر الصفحة بالوصول والتفاعل والإتاحة.

تاسعاً: دراسات اهتمت بتقييم أثر التغطية الاعلامية لجائحة كورونا على السياحة:

هدفت دراسة (الرشود، ٢٠٢٠م) التعرف على أهم طرق الاتصال التي استخدمتها شركات السياحة خلال وباء كوفيد -١٩، وشملت الدراسة حالتين هما شركة إكسبيديا وبوكينج. وظفت الدراسة تحليل المضمون للمنشورات ومقاطع الفيديو على منصتي تويتر والفيسبوك التابع للشركتين خلال شهري مارس ومايو ٢٠٢٠م. وأشارت النتائج إلى استخدام الشركتين لمنصتي الفيسبوك وتويتر لنشر الوعي حول جائحة كوفيد -١٩ وحل مشاكل الحجوزات التي يواجهها عملاؤها، أوصت الدراسة بأهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة وبعدها.

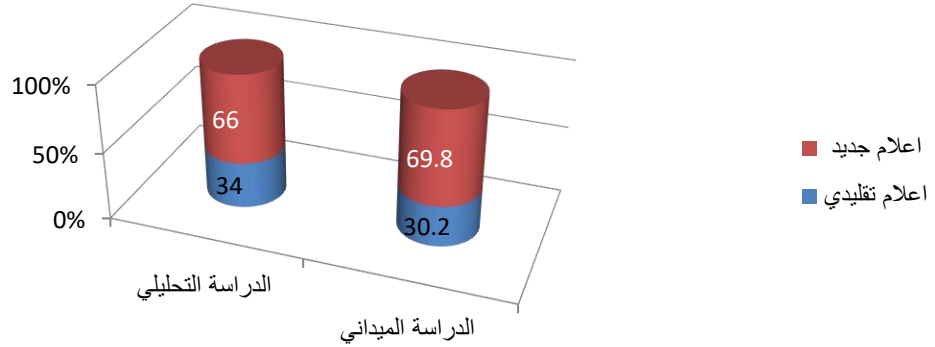
واتصالاً بالشأن السياحي، تناولت دراسة (آل شيخ، ٢٠٢٠م) التعرف على دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي العمرة نحو قرار المملكة بتعليق العمرة مع بداية جائحة كورونا وعلاقته بالصورة الذهنية للمملكة، وكشفت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تصدرت من حيث متابعة المبحوثين لها للتعرف على أخبار مصير الحج والعمرة، من خلال متابعة صفحات الأصدقاء بمواقع التواصل الاجتماعي. رغم أن القرارات المتعلقة بشؤون السفر والسياحة الدينية لا يثق فيها الجمهور إلا بعد التأكد منها من مصادرها الإعلامية مباشرة، لثقتها في هذه الوسائل كمصدر للمعلومات.

لكن ما هي الموضوعات التي تناولتها التغطية الإعلامية لفيروس كورونا؟ وبالتطبيق على أحد مواقع السياحة وهو موقع Trip advisor، قامت دراسة (Meng Yu et al , 2020) بتحليل مضمون الموقع في الفترة من أول يناير ٢٠٢٠م، وحتى نهاية فبراير من نفس العام لرصد تأثير الجائحة على طبيعة الأفكار المطروحة وتبين أن الموضوعات دارت حول خمس أفكار أساسية أبرزها: إدراكات السائحين حول خطر السفر، تأثيرات الاقتصادية السلبية على وقف السياحة، التغطية الإعلامية للجائحة، الشائعات عن كورونا، التحيز العرقي ضد الصينيين وكان مصطلح الحجر الصحي الأكثر تكراراً وبروزاً.

أهم استخلاصات البحث - رؤية نقدية لأبرز ما خلصت إليه الدراسة:

كشفت الدراسة عن العديد من النتائج تقدمها الباحثة في الصفحات التالية وتستعرض أهم استخلاصات البحث وتعرضها بطريقة نقدية تبرز فيها أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات العربية والأجنبية محل التحليل، وكذلك تقديم بعض المؤشرات الكمية التي تبرز بعض النتائج التي أشارت لها الدراسات السابقة محل الرصد والتحليل:

أولاً: الوسائل التي تم التركيز على تناولها في الدراسات محل الرصد والتحليل:



شكل رقم (١)

الوسائل التي تم التركيز على تناولها في الدراسات محل الرصد والتحليل

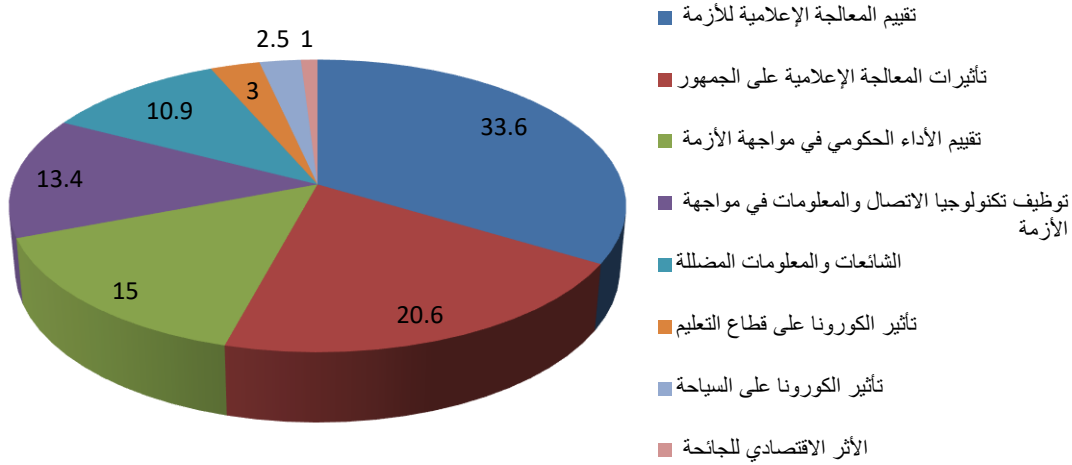
يلاحظ من بيانات الشكل السابق أن الاهتمام والتركيز على تناول وسائل الإعلام الجديد في المقدمة سواء على مستوى الدراسات التحليلية والميدانية، في مقابل تناول وسائل الإعلام التقليدية بشكل أقل سواء على الصعيد الميداني أو التحليلي.

وكان التلفزيون الأكثر تناولاً تلتها الصحافة المطبوعة ولم يكن هناك أي دراسات تناولت الإذاعة وتأثيراتها في مواجهة جائحة كورونا، وركز عدد كبير من الدراسات على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث دورها في خلق الوعي المجتمعي بالجائحة وتزايد الاعتماد عليها، وكذا دور المواقع الإلكترونية العامة والرسمية في مواجهة الجائحة.

وعلى صعيد المقارنة بين الدراسات الأجنبية والعربية، فكان الاهتمام الأجنبي أكثر بالدراسات الخاصة بالإعلام الجديد وبشكل أخص مواقع التواصل الاجتماعي، كما برز وجود اختلاف في ترتيب تفضيلات المواقع التواصل الاجتماعي ما بين الدول العربية والأجنبية، ففي الدول العربية يتصدر موقع التويتر تلاه اليوتيوب والانستجرام وأخيراً الفيسبوك لكن في الدراسات المصرية يتصدر موقع الفيس بوك الاهتمام بالتوظيف تلاه التويتر ثم اليوتيوب، أما في الدراسات الأجنبية فيختلف الاهتمام حيث يتصدر موقع التويتر بشكل كبير اهتمام الدراسات البحثية والتفاعل معه، تلاه موقع الانستجرام ثم السناب شات وأخيراً الفيسبوك.

ثانياً: النتائج المتعلقة بطبيعة الموضوعات التي ناقشتها الدراسات محل التحليل:

- طبيعة المجالات الرئيسية التي تناولتها الدراسات السابقة:



شكل رقم (٢)

طبيعة المجالات الرئيسية التي تناولتها الدراسات السابقة

يلاحظ من بيانات الشكل السابق تنوع طبيعة المجالات الرئيسية التي ركزت عليها الدراسات السابقة، وجاء في المقدمة إثارة الدراسات البحثية تقييم المعالجة الإعلامية لجائحة كورونا بنسبة ٣٣.٦٪ من إجمالي المجالات الرئيسية التي تناولتها الدراسات السابقة، تلاه في المرتبة الثانية تناول الدراسات تأثيرات المعالجة الإعلامية على الجمهور بنسبة ٢٠.٦٪، ثم تناول بعض الدراسات لموضوع تقييم الأداء الحكومي في مواجهة الأزمة والاستراتيجيات الاتصالية التي تبنتها في ذلك بنسبة ١٥٪، وفي المرتبة الرابعة جاء توظيف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مواجهة الجائحة بنسبة ١٣.٤٪، وفي المرتبة الخامسة جاء موضوع الشائعات والمعلومات المغلوطة عبر وسائل الإعلام وتحديداً كان بروزها بشكل رئيسي وتام عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٠.٩٪، وفي المرتبة السادسة جاء إثارة الدراسات السابقة لتأثير جائحة الكورونا على التعليم التقليدي وتحوله للتعليم عن بُعد "الإلكتروني" تماشياً مع فكرة التباعد الاجتماعي لتجنب العدوى، ثم جاء في المرتبة السابعة جاء تأثير كوفيد-١٩ على السياحة بنسبة ٢.٥٪، وأخيراً جاء الأثر الاقتصادي للجائحة بنسبة ١٪، وفيما يلي يستعرض الجدول التالي طبيعة الموضوعات التي تناقشها الدراسات السابقة تفصيلاً أكثر لبعض المجالات السابقة.

- طبيعة الموضوعات التي ناقشتها الدراسات السابقة:

جدول رقم (١)

طبيعة الموضوعات التي ناقشتها الدراسات السابقة

| النسبة | التكرار | الموضوع |
|--------|---------|--|
| ٢٠.٧ | ٤٠ | تأثيرات المعالجة الإعلامية خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور |
| ١٥.٦ | ٣٠ | أهمية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات عن طبيعة الفيروس والإجراءات الاحترازية |
| ١٠.٨ | ٢١ | بروز الشائعات والمعلومات المضللة في الإعلام الجديد |
| ١٠.٣ | ٢٠ | بروز دور الإعلام الرسمي في خلق التوعية المجتمعية بالأدوار المؤسسية الحكومية |
| ٧.٨ | ١٥ | مصداقية وسائل الإعلام في زيادة الوعي بالسلوكيات الصحية السليمة |
| ٧.٨ | ١٥ | هيمنة ثقافة الإعلام الجديد الذي يتميز بعنصر الصورة المؤثرة وتنوع اللغات المستخدمة به |
| ٧.٨ | ١٥ | اتصال الأزمة والاستراتيجيات التي وظفتها الحكومة في مواجهة الأزمة والشائعات |
| ٥.٧ | ١١ | توظيف التكنولوجيا الاتصالية في رفع معدلات انتشار منشورات المتعلقة بجائحة كورونا |
| ٥.٢ | ١٠ | اتجاهات الجمهور نحو جهود الحكومة في التوعية |
| ٣.١ | ٦ | تأثير جائحة كورونا على قطاع التعليم وبرز التعليم عن بعد |
| ٢.٦ | ٥ | تأثير جائحة كورونا على قطاع السياحة |
| ١.٦ | ٣ | التوجهات السياسية التي برزت في معالجة أزمة كورونا |
| ١ | ٢ | الآثار الاقتصادية لأزمة كورونا |
| ١٠٠ | ١٩٣ | الإجمالي |

وتعليقًا على نتائج الجدول السابق، يلاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي احتلت أعلى اهتمام من الدراسات السابقة من حيث تناول تقييم تغطيتها وآثارها على الجمهور والتي جاءت أكثر مجال بحثي تناولًا بنسبة ٢٠.٧٪، ثم تقييم دور وسائل الإعلام عامة التقليدية والجديدة في نشر الوعي عن الجائحة وكيفية مقاومتها والإجراءات الاحترازية التي تطبقها الدول بنسبة ١٥.٦٪، وتعليقًا على النتائج السابقة توصلت الباحثة للمؤشرات التالية التي تعزز النتائج الكمية السابقة كما يلي:

أولاً: مصادر معلومات الجمهور عن جائحة كورونا:

١- ركزت بعض الدراسات على مصادر معلومات الجمهور عن جائحة كورونا، وقد تبين تصدر مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات سواء التعرف على طبيعة الفيروس أو طرق الوقاية منه أو الإجراءات الاحترازية التي تفرضها الدولة، كما تنافست معها القنوات التلفزيونية في المرتبة الأولى ثم الصحف، لكن كان الاعتماد في الحصول على معلومات رسمية موثقة إما من خلال القنوات التلفزيونية سواء برامج عامة أو طبية أو نشرات أخبار أو من خلال الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية وخاصة مجلس الوزراء ووزارة الصحة والسكان عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفي المقدمة موقع الفيس بوك واليوتيوب

وتويتر، لكن بشكل عام أثبتت الدراسات أن التغطيات الإعلامية كان لها تأثير إيجابي على تغير السلوكيات الصحية للمواطنين نحو الأفضل.

٢- أثارت الدراسات اتجاه الدول العربية والأجنبية للاعتماد على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات المتعلقة بطبيعة فيروس كورونا إلى جانب قنوات الإعلام التقليدي، إلا أن الأولى تحقق لهم سرعة انتشار المعلومة، لذا كان هناك اعتماد من قبل المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية في مختلف الدول الاعتماد عليها إلى جانب صفحات المؤسسات الرسمية ذاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- على الرغم من إثارة بعض الدراسات لمسألة اعتماد الجمهور بشكل عام على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، إلا أن بعض الدراسات أثارت مسألة أنها أيضًا تعد مصدرًا للشائعات والمعلومات المغلوطة والأخبار المزيفة، وهو الأمر الذي تم مواجهته من خلال الإعلام الرسمي، لذا أثارت دراسة (المغير، ٢٠٢٠م) تزايد اعتماد المجتمع الدولي على وسائل الإعلام الجديدة للتوعية بمخاطر الفيروس وتحولها إلى المصدر الأول للمعلومات عنه، مؤكدة على أهمية تطبيق الرقابة على الإعلام التفاعلي للحد من انتشار الشائعات الصحية التي قد تعرض حياة الأفراد للخطر والوفاة.

٤- وعلى الرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي احتلت المصدر الأول في المعلومات وكذلك المصدر الأول في تصدير الشائعات، إلا أنها غيرت من طبيعة أدوار وسائل الإعلام، واستبدلت كما أشارت دراسة (قسياسية، ٢٠٢٠م) أشكال الاتصال التقليدية مثل الاتصال وجهًا لوجه، والاتصال الجماعي، والاتصال الجماهيري عبر الوسائط القديمة بالاتصالات الرقمية والافتراضية.

٥- وانطلاقًا من الاهتمام البحثي سلطت دراسة (العازمي، ٢٠٢١م) الضوء على مخاطر الفبركة الرقمية، وأوصت على أهمية تشجيع القائمين على إدارة وسائل التواصل الاجتماعي على حجب كل ما يمكن أن يعزز العنف والكراهية والفرقة والتشرد في المجتمعات.

ثانيًا: أشكال تفاعل الجمهور مع المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام:

١- كشفت التغطيات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن تنوع أشكال تفاعل الجمهور مع الجائحة، حيث كان على مدار تغطيتها تبرز هاشتاغات ويتم إعادة نشرها تماشيًا مع المطلوب شعبياً في هذه المرحلة، مثل دراسة (Haocui, Janoskertes, 2021) التي أشارت إلى أن الهاشتاغات دارت موضوعاتها حول العدوى، الوفيات، المتعافين، وبشكل عام تميل الهاشتاغات إلى الطول من حيث عدد الكلمات، كما أشارت دراسة (سليم، ٢٠٢٠م) لمسألة اللغة الفيديوية.

٢- برز عدد من الدراسات التي اهتمت بفحص مجال استخدام إمكانات الإنترنت غير مواقع التواصل الاجتماعي، مثل دراسة (الصالحي، ٢٠٢٠م) التي اهتمت باستكشاف نماذج المبادرات المجتمعية التي وظفت تطبيقات الإنترنت لزيادة وعي الجمهور بجائحة كورونا، وفي سياق متصل برزت دراسة (محمود، ٢٠٢٠م) للكشف عن طبيعة توظيف صحافة البيانات Data Journalism في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع العربية والعالمية، فضلاً عن دراسة (جبريل، ٢٠٢٠م) فاعلية توظيف مقاطع الفيديو التشاركية المتعلقة بجائحة كورونا في التوعية بالجائحة في المملكة العربية السعودية، واتجاه دراسة (سامي، ٢٠٢١م) لفحص كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في البحث عن المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتي قامت بتحليل ٩٢ دراسة في هذا الشأن مستمدتين من ٧ قواعد بيانات، كما تم استعراض نتائج خمس دراسات منهم أربع دراسات عربية ودراسة أجنبية واحدة تناولت أثر توظيف الأنفوجراف في التغطيات الإعلامية على الجمهور، مثل دراسة (أحمد، ٢٠٢٠م)، ودراسة دراسة (أبو عيطة، ٢٠٢٠م).

٣- وبرز توجه بحثي آخر متمثلاً في الربط بين التغطيات الإعلامية لجائحة كورونا وبين صحافة الهاتف، مثل دراسة (الصعدي، ٢٠٢٠م) والتي استهدفت التعرف على اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل وتأثيراتها على التوعية الصحية بجائحة كورونا ٢٠٢٠م، وفي هذا الشأن كان هناك دراسة مطبقة على المجتمع السعودي، وكذلك تم الربط بين هذه التكنولوجيا وتأثيرها على جمهور الأطباء والمرضى.

ثالثاً: ثقة الجمهور في المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام الرسمية وأداء الحكومة في التعامل مع الأزمة:

١- كان هناك توجه بحثي نحو دراسة ثقة الجمهور ورضاه عن الأداء الحكومي فيما أصدرته من قرارات رسمية احترازية تهدف إلى منع انتشار الفيروس على نطاق واسع، وتبين ارتفاع مستوى الثقة في المعالجة البرمجية للقنوات الفضائية والصحف فيما تنشره من أخبار متعلقة بالجائحة في حين انخفض مستوى الثقة في التغطيات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي عامة ما عدا الصفحات الرسمية لمؤسسات الصحة ومجلس الوزراء، وأكدت دراسة (زيان، ٢٠٢٠) على وجود شفافية مطلقة في التعامل مع أزمة فيروس كورونا من قبل الحكومة المصرية، كما أثارت دراسة (Lovari, 2020) لتطبيق مفهوم التربية الإعلامية عند التعامل مع مصادر المعلومات الأمر الذي أثر على مستوى ثقة المواطن في أداء الحكومة.

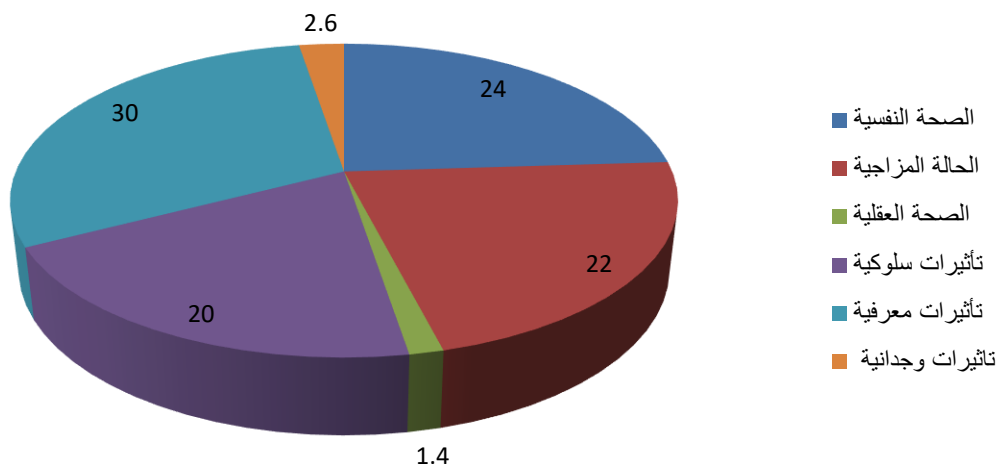
٢- اتجهت بعض الدراسات نحو عقد مقارنات بين استخدام وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة في تحقق فاعلية التغطيات الإعلامية لجائحة كورونا وأثرها على الجمهور، وأيهما كان المصدر الأعلى جذباً للجمهور في الحصول على المعلومات، كما سعت هذه الدراسات نحو

تحري أثر الثقة في وسائل الاعلام على متابعة الأخبار والالتزام بالأجراءات الاحترازية خلال جائحة كورونا، وذلك نظرًا لأهمية الموضوع، حيث أثبتت دراسة (شاهين، ٢٠٢٠) أن درجة الثقة في مصادر المعلومات يعد من أهم العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالي للجمهور المصري أثناء أزمة كورونا.

٣- وبرز اتجاه بحثي يربط بين اهتمام الدراسات بتحري الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في تغطية أزمة جائحة كورونا وتقييم الجمهور أو النخبة لهذه الاستراتيجيات، مثل دراسة (السيد، ٢٠٢١) التي استهدفت الدراسة التعرف على الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا ورصد اتجاهات النخبة المصرية نحوها، ودراسة (زيدان، ٢٠٢٠) التي قارنت بين الاستراتيجيات الاتصالية التي استخدمتها الحكومة في المراحل الثلاث الأولى لإدارة الأزمة.

٤- على الرغم من التقييم الإيجابي الذي كشفت عنه الدراسات العربية لدور المؤسسات الحكومية العربية في توظيف الإعلام الجديد إلى جانب الإعلام التقليدي، كان هناك انتقاد لعدم التفاعل المستمر من قبل القائمين على هذه الصفحات مع الجمهور المستخدم لها، كان هناك أيضًا انتقاد من قبل الدراسات الأجنبية لعدم التفاعل الكافي أيضًا من قبل المؤسسات الرسمية عبر صفحاتها الرسمية مع الجمهور، مثل دراسة (Liao, et al, 2020) التي خلصت إلى أن استخدام الحكومة الصينية للمنصات الاجتماعية خلال أزمة فيروس كورونا كان محدودًا وغير كاف، لذا أوصت دراسة (الأمين، عبد الحفيظ، ٢٠٢٠م) بأهمية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الحكومة لتحقيق التواصل المستمر مع المواطنين خلال الجائحة.

وعن تأثيرات التغطيات الإعلامية على الجمهور لجائحة كورونا فكان ما يلي:



شكل رقم (٣)

تأثيرات التغطيات الإعلامية لجائحة كورونا على الجمهور

- أكدت غالبية الدراسات على أن وسائل الإعلام عامة ومواقع التواصل الاجتماعي تعد مصدرًا للمعلومات والمعرفة في المقدمة بنسبة ٣٠٪ منها، كما تناولت نسبة كبيرة تأثيرات التغطية الإعلامية على الصحة النفسية بنسبة ٢٤٪، وجاء إبراز الحالة المزاجية للجمهور بنسبة ٢٢٪، ثم التأثيرات السلوكية من حيث تغير العادات الصحية وكذلك الشراء الإلكتروني كنوع من الأمان الوقائي من العدوي بنسبة ٢٠٪، ثم إشارة بعض الدراسات إلى تأثير هذه التغطيات وجدانيا على الجمهور وخاصة في تشكيل الصور الذهنية عن المجتمعات مثل ما أشارت بعض الدراسات الأجنبية إلى التأثير على صورة المجتمع الصيني بالسلب وذلك بنسبة ٢.٦٪، وأخيرًا التأثير على الصحة العقلية بنسبة ١.٤٪.
- أكدت بعض الدراسات على ارتفاع مستوى التأثير المعرفي والوجداني والسلوكي للتغطيات الإعلامية للجائحة، مثل دراسة (عبد الحلیم، ٢٠٢٠م).
- كما اتجهت بعض الدراسات لدراسة أثر المعالجات الإعلامية على الصحة النفسية، وله أيضًا تأثيرات عصبية ومزاجية على الجمهور من حيث زيادة مشاعر الخوف والتوتر والفرع، مما دفع الجمهور للتوجه نحو إدمان منشورات مواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن مشاعر إيجابية تمكنهم من مواجهة مشاعر الخوف، كما ساهمت التغطية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تقليل الشعور بالقلق والتوتر الناجم عن الجائحة حيث تزايد قدر المعلومات الطبية التي يحصلون عليها ببسر من شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما أشارت له دراسة (Ngien, Jiang, 2021) كما ربطت دراسة (Bu-Zhonga, et al, 2021) بين الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والصحة العقلية، وناقشت دراسة (عبد الحميد، ٢٠٢٠م) تأثير التغطية على الحالة المزاجية للجمهور.
- كما أثارت دراسة (Wernec et al, 2021) تزايد الشعور بالحزن والقلق والوحدة والإحباط أثناء متابعة تطورات جائحة كورونا عبر المشاهدة التلفزيونية.
- كان لأزمة جائحة كورونا تأثير على الهوس الشرائي أو السلوك الشرائي وتغير طبيعة أو حركة عملية الشراء والبيع، من التقليدي إلى الإلكتروني بشكل مكثف، مثل دراسة (Naeem, 2021)، ودراسة (علي، ٢٠٢١م) التي تستهدف التعرف على تأثير الإجراءات الاحترازية التي اتخذتها الدولة لمواجهة أزمة كورونا على السلوك الشرائي عبر الإنترنت لدى عينة من الشباب المصري.
- برز دور مواقع التواصل الاجتماعي ليس فقط في عملية نشر المعلومات المتعلقة بالفيروس وطرق مقاومتها وإعلام الجماهير بالإجراءات الاحترازية التي تتبعها الدول، بل برز أيضًا كوسيلة للتعليم عن بُعد سواء على مستوى التعليم الرسمي أو في التدريبات الخاصة، وذلك إلى جانب بروز تقنيات أخرى تم توظيفها في عملية التعلم عن بُعد، واتجهت الدراسات نحو تقييم هذه

العملية التعليمية الإلكترونية من وجهة نظر الطلاب والأكاديميين، مثل دراسة (أحمد، ٢٠٢٠م)، ودراسة (طنطاوي، ٢٠٢٠م).

- برز اتجاه بحثي نحو الربط بين تقييم أثر التغطية الإعلامية لجائحة كورونا على السياحة، مثل دراسة (Meng Yu, et al, 2020) والتي كانت بالتطبيق على أحد مواقع السياحة مثل موقع Trip advisor، كما هدفت دراسة (الرشود، ٢٠٢٠م) التعرف على أهم طرق الاتصال التي استخدمتها شركات السياحة خلال وباء كوفيد -١٩، واتصالاً بالشأن السياحي، تناولت دراسة (آل شيخ، ٢٠٢٠م) التعرف على دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي العمرة نحو قرار المملكة بتعليق العمرة مع بداية جائحة كورونا وعلاقته بالصورة الذهنية للمملكة.

- كان هناك توجه بحثي مكثف أيضاً لدراسة أثر الصحف بكافة أنواعها ما بين المطبوعة والإلكترونية على الجمهور من حيث طبيعة التغطيات الإعلامية لجائحة كورونا عليهم، فمثلاً اهتمت دراسة (محمود، ٢٠٢٠م) بتناول جائحة كورونا في المجلات العربية والعالمية والتي كانت أغلفتها تركز على أخبار الجائحة صنعت خطاباً بصرياً يستهدف نقل أفكار وبناء معانٍ ودلالات معينة حول الجائحة وتعامل الدول والمجتمعات معها، وناقشت دراسة (فودة، ٢٠٢١م) مدى اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية خلال جائحة كورونا المستجد.

وبخصوص النتائج المتعلقة بالنظريات التي وظفتها الدراسات محل التحليل:

تنوعت الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات، وإن كان في الصدارة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الاستخدامات والتأثيرات، ثم نظرية ثراء الوسيلة، واستخدمت دراسة (عبد الحميد، ٢٠٢١م) نظرية دافع الحماية، كما وظفت دراسة (حسين، ٢٠٢٠م) نظرية التماس المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بالمناعة النفسية لدى الجمهور، ونظرية التهيئة المعرفية في دراسة (Ripolles, 2020).

طبيعة النتائج التي تم التركيز عليها في الدراسات العربية والأجنبية:

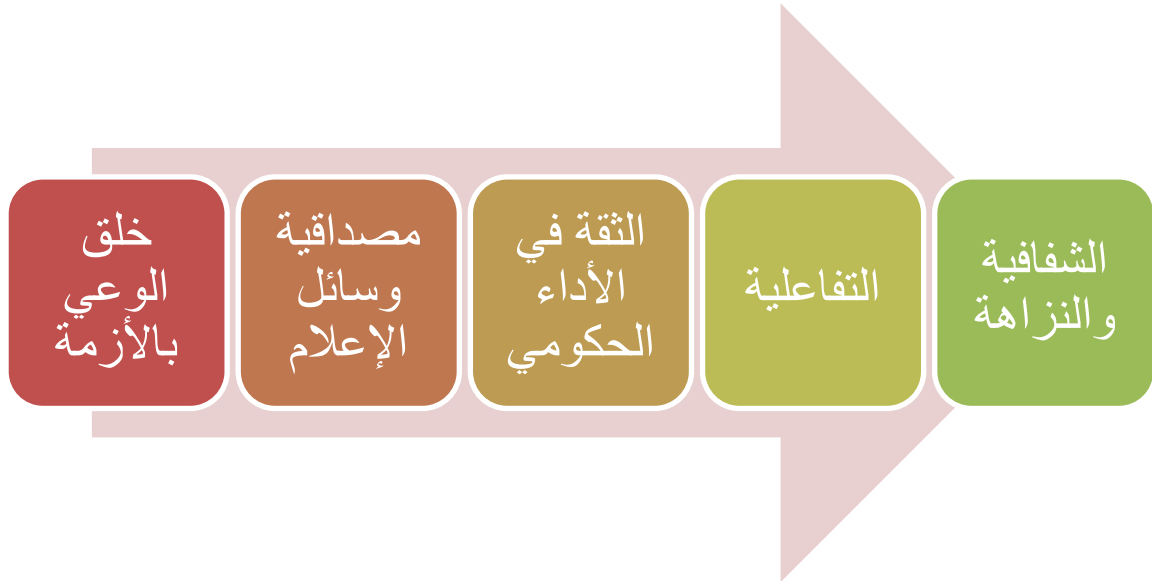
١- أكدت الدراسات السابقة على مجموعة من الأفكار التي تعبر عن كيفية تعامل المؤسسات

مع جائحة كورونا على النحو التالي:

- نشر رسائل توعية سريعة للمواطنين خلال الجائحة.
- التواصل السريع مع الجمهور عبر البريد الإلكتروني للصفحات وتعليقات القراء.
- أن يكون هناك توظيف للهاشتاج وإعادة النشر في تحقيق الانتشار السريع للمعلومات.
- أن يكون هناك تفاعل سريع مع الشائعات واحتوائها فور انطلاقتها.
- تفعيل دور التقنيات الجرافيكية في تحقيق منشورات جاذبة ومبسطة للمعلومات عن الجائحة.

- أن يكون هناك تحرك سريع من الدولة في تحقيق الرقابة على الإعلام الإلكتروني.
- ٢- أكدت الدراسات السابقة على مجموعة من النتائج التي أثبتتها كما يلي:
 - التأكيد على أهمية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات وقت الأزمات وخاصة الإعلام الرسمي الذي برز دوره في مواجهة جائحة كورونا.
 - مصداقية وسائل الإعلام ودورها الإيجابي في تعزيز الوعي الصحي.
 - بروز دور ثقافة الإعلام الجديد من حيث التفاعل مع المنشورات وثقافة اللغة المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي "اللغة الفيس بوكية" وكذلك بروز ثقافة الصورة الإلكترونية وتوظيف التقنيات الجرافيكية في تحقيقها الهدف المرجو منها.
 - هيمنة مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور كمصدر للمعلومات بغض النظر عن كونها المصدر الرئيسي للشائعات والمعلومات المضللة.
 - كشفت جائحة كورونا عن الصراعات السياسية بين كل من أمريكا ودولة الصين في التشكيك في صورة دولة الصين.
 - تعزيز وتفعيل دور تطبيقات الإنترنت في نشر الوعي الصحي.
 - التأكيد على مراعاة مفهوم التربية الإعلامية عند التعامل مع مصادر المعلومات.
 - التأكيد على أهمية تفعيل القانون المرتبط بالإجراءات الاحترازية وأن يكون هناك مواجهة قانونية للصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تمنع تطبيق الإجراءات الاحترازية.
 - بروز الدور الفاعل والمؤثر لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال التعليم عن بُعد.

أبرزت الدراسات السابقة مجموعة من المفاهيم الأساسية على النحو التالي:



شكل رقم (٤)

المفاهيم التي أثارها التغطيات الإعلامية لجائحة كورونا

سادسًا: النتائج المتعلقة بالإجراءات المنهجية سواء على صعيد المناهج المستخدمة والأدوات البحثية في الدراسات محل التحليل:

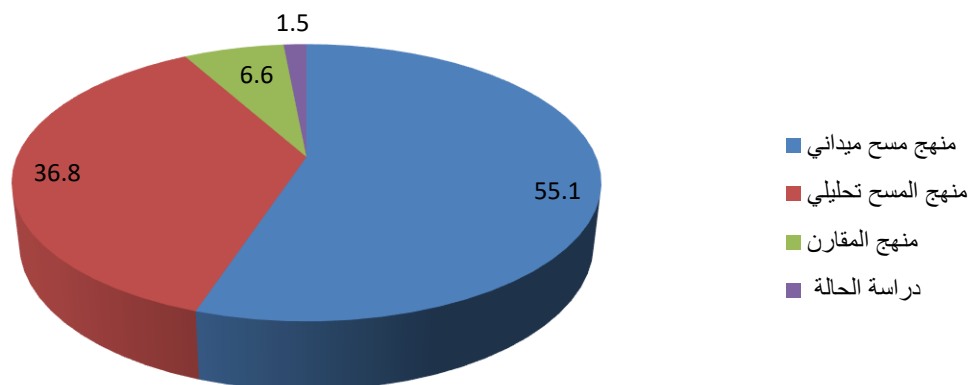
١- نوع الدراسات التي خضعت للرصد والتحليل والمناهج التي تم توظيفها:



شكل رقم (٥)

نوع الدراسات التي خضعت للرصد والتحليل

يتضح أن الاتجاه البحثي كان نحو الدراسات الميدانية بنسبة ٦٣.٢٪ في مقابل الدراسات التحليلية بنسبة ٣٦.٨٪، وتبين أن البحوث العربية اعتمدت على الدراسات الميدانية بشكل موسع في مقابل اهتمام البحوث الأجنبية بالدراسات التحليلية، وكان توظيف المناهج البحثية في الدراسات العربية والأجنبية، على النحو التالي:



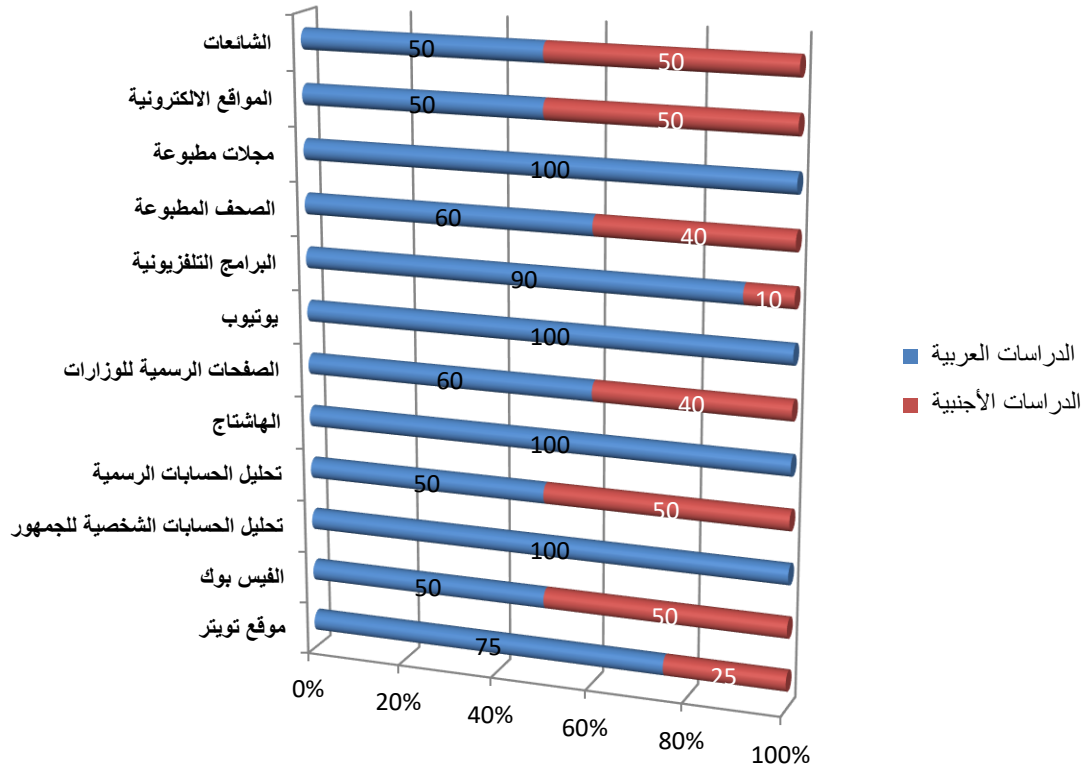
شكل رقم (٦)

المناهج البحثية التي تم توظيفها في الدراسات محل الرصد والتحليل

يتضح أن منهج المسح الميداني كان في مقدمة المناهج البحثية التي تم توظيفها في الدراسات محل الرصد والتحليل بنسبة ٥٥.١٪ في مقابل منهج المسح التحليلي بنسبة ٣٦.٨٪، وكان توظيف المنهج المقارن في عدد بسيط من الدراسات بنسبة ٦.٦٪، وأخيرًا دراسة حالة لمبادرات طبية توعوية استشارية وعلاجية على تطبيقات الانترنت في اليمن اسمها مبادرة طبيبي ومبادرة أنا طبيب أنا معاك، وذلك بنسبة ١.٥٪، وكان توظيف المناهج البحثية في الدراسات العربية والأجنبية، على النحو التالي:

مجالات الدراسات البحثية التي وظفت منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، والذي كانت استخداماته على النحو التالي:

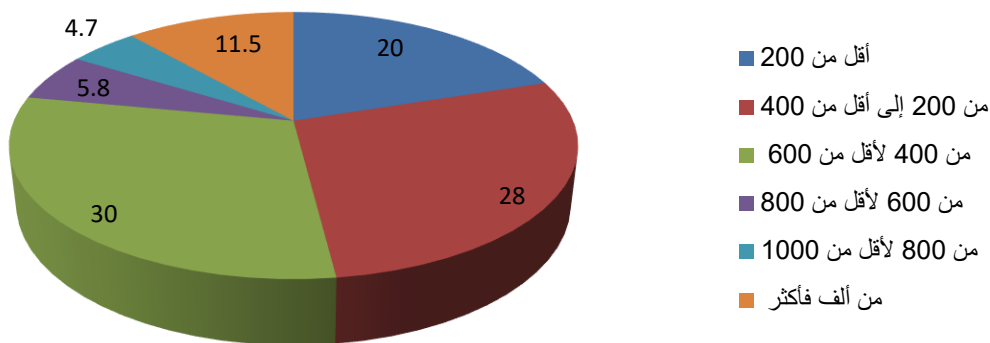
- تم الاعتماد على تحليل مضمون صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة صفحات المؤسسات الرسمية الحكومية وغير الرسمية مثل المنظمات الصحية الدولية على الفيس بوك وتويتر، وكذلك قنوات اليوتيوب، كما تم الاهتمام بتحليل الصفحات الرسمية للسياسية للنخب والسياسيين والمتحدثين الرسميين على الفيس بوك وتويتر، ويرتفع مستوى الاهتمام بصفحة تويتر في الدراسات الأجنبية عن الدراسات العربية، وإن ارتفع مستوى اتجاه الدول العربية للصفحات الرسمية عبر موقع تويتر، ويكشف الشكل التالي عن مجالات اهتمام الدراسات العربية في مقابل الدراسات الأجنبية في الدراسات التحليلية:



شكل رقم (٧)

مجالات اهتمام الدراسات العربية في الدراسات التحليلية في إطار مقارنة مع الدراسات الأجنبية ومن الملاحظ أن الدراسات الأجنبية بشكل عام تهتم بالدراسات التحليلية أكثر من الدراسات العربية التي اهتمت بالدراسات الميدانية، وذلك عند تحليل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع تويتر، في حين اهتمت الدراسات العربية بتحليل وسائل الإعلام التقليدية بشكل كبير عن الدراسات الأجنبية، حيث تكشف اهتمام الدراسات العربية بتحليل البرامج التلفزيونية ومنها البرامج الموجهة للأطفال، وكذلك اهتمت الدراسات العربية بالصحف المطبوعة وكذلك الدراسات الأجنبية التي تناولت الصحف العلمية، وكذلك الإعلانات الصحفية.

- اعتمدت بعض الدراسات وإن كانت قليلة على توظيف أداة مجموعات النقاش المركزة، لأجل التحليل المتعمق لأثار التغطيات الإعلامية على الجمهور.
- ونظرًا لأن المنصات الاجتماعية الأعلى استخدامًا من قبل الجمهور العام والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية، لذا اتجهت بعض البحوث للاعتماد على المنهج المقارن بإجراء تحليل مقارن لمحتوى خمس منصات ضمت: تويتر - يوتيوب - انستجرام وذلك لقياس مدى انتشار الشائعات والمعلومات المجهلة عن جائحة كورونا عبر هذه المنصات وخاصة فيما يتعلق باللقاح الخاص بمعالجة فيروس كورونا، وبتحليل مضمون حوالي تسعة ملايين منشور وتعليق تم نشرهم بواسطة ما يزيد عن ٣٠٥ مليون مستخدم. دراسة (Cinelli, et al, 2020)، كما اتجهت بعض الدراسات لتحليل وتتبع التغريدات التي تتعلق بالشائعات عبر تقنية Twitter API مثل دراسة (Sharma, et al, 2020)، وكذلك دراسة (Sharma, et al, 2020)، وكذلك عبر أداة Twarc في دراسة (Alam et al. 2021).
- كما اتجهت بعض الدراسات نحو توظيف تحليل بيانات مسح Pew research centre American trends panel لعقد المقارنات ما بين طبيعة الأخبار التلفزيونية والثقة الحكومية قبل فترة الجائحة وبعدها، مثل دراسة (Ripolles, 2020).
- ٢- ارتفع عدد الدراسات الميدانية بشكل كبير على المستوى العربي وكذلك الأجنبي، بل اتجهت غالبية هذه الدراسات لتوظيف حجم عينات كبير غير المعتاد في البحوث السابقة، وربما يرجع ذلك لتمام هذه الاستبيانات إلكترونياً، والتلجرام ومنصات تعليمية بروزاً في الدراسات الأجنبية، وذلك نظراً لصعوبة التوزيع المباشر للاستمارات وفقاً لمتطلبات المرحلة الراهنة من مواجهة العالم أزمة صحية عالمية، خاصة أن هذه الآلية تسهل الوصول للعينات حيث انخفاض تكلفة الوقت والجهد والمال المبذولين لأجل الوصول للعينات المطلوبة، وتتوعد أحجام العينات ما بين المتوسط والمرتفع جداً، وهو ما يوضحه الشكل التالي:



شكل رقم (٨)
أحجام عينات الدراسات الميدانية

كان حجم عينات الدراسات الميدانية متنوعاً عند تناول جائحة كورونا، حيث جاء في المقدمة حجم العينات من ٤٠٠ إلى ٦٠٠ مفردة بنسبة ٣٠٪، تلتها عينات من ٢٠٠ إلى ٤٠٠ مفردة بنسبة ٢٨٪، ثم العينات أقل من ٢٠٠ بنسبة ٢٠٪، ثم العينات ألف فأكثر بنسبة ١١.٥٪، ثم العينات التي تتراوح ما بين ٦٠٠ لأقل من ٨٠٠ بنسبة ٥.٨٪، ثم العينات من ٨٠٠ لأقل من ألف بنسبة ٤.٧٪.

واتجهت بعض الدراسات للوصول لنتائج تخص تقييم أثر التغطيات الإعلامية على الجمهور العربي بشكل موسع حيث ارتفع حجم العينات ليتجاوز الألف، فجاء في دراسة (Khalifa, et al, 2020) إجراء دراسة موسعة استخذت استمارة الاستبيان الإلكتروني على عينة بلغت ١٢٧٤ مفردة من تسع دول عربية ضمت: البحرين، الإمارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، عمان، الأردن، العراق، المغرب، مصر، السودان، وأبرزت الدراسة أن الواتس أب هو أكثر التطبيقات استخداماً بين المبحوثين من مختلف دول الدراسة، كما اعتمدت دراسة (Penny, et al 2020) على الاستبيان الإلكتروني والوصول لحجم عينة موسع بلغ ١٧٠٠ مفردة، واعتمدت دراسة ألمانية على الاستبيان الإلكتروني على ٣٢٤٥ مواطناً ألمانياً دراسة (Lemenager, et al. 2021).

وفيما يتعلق بالنتائج المتعلقة بطبيعة الجمهور المستهدف، طبيعة الجمهور الذي استهدفته الدراسات ما بين جمهور عام لمن هم فوق ١٨ عاماً، وجمهور النوعي بين الأطفال مثل دراسة Ngien, (2021)، وجمهور المرأة مثل دراسة (عقل، ٢٠٢٠م)، وجمهور الصيادلة مثل دراسة (Karasneh, et al, 2020)، وخبراء أكاديمين وكذلك ممارسي العلاقات العامة، وجمهور الشباب بشكل مكثف عن باقي الفئات النوعية الأخرى.

سابعاً: الرؤية المستقبلية:

- ١- على الرغم من تنوع المجالات والموضوعات البحثية التي أثارها الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية، إلا أن هناك مجالات أخرى يمكن التطرق لها والبحث فيها وذلك على النحو التالي:
 - الربط بين التغطيات الإعلامية للأثار الاقتصادية التي ركزت عليها وإدراك الجمهور لهذه الأثار، وتأثيرها عليه في تغير سلوكياته الاستهلاكية والاقتصادية، وكذلك في تغيير الخطط المستقبلية له والخاصة بإعداد مشاريع استثمارية أو خطط تدريبية.
 - الربط بين توظيف المؤسسات الخاصة لإمكانيات الإنترنت وتطبيقاته في عملية التدريب عن بعد وفي الانتشار التسويقي لهم، حيث إن بعض المؤسسات تمكنت بفاعلية توظيفها للبرامج التسويقية والتدريبية من تحقيق أرباح خلال فترة الأزمة، حيث تمكنت من تخطي الأزمة.

- لم يكن هناك أي تركيز على فحص دور المنظمات العالمية الصحية وغيرها ودورها المجتمعي في نشر الوعي بطبيعة الجائحة وما تقدمه من خدمات للمجتمع العالمي والعربي بشكل خاص.
 - لم يكن هناك أي تركيز على إبراز دور المؤسسات الخاصة أو مؤسسات المجتمع المدني من حيث المشاركة المجتمعية في التوعية المجتمعية في جائحة كورونا، وكيفية اتباعها الإجراءات الاحترازية في مواجهة الجائحة.
 - لم يبرز اتجاه بحثي يركز على أدوار المؤسسات الحكومية عامة وكان التركيز على دور وزارة الصحة والسكان، حيث هذه الأزمة يمتد أثرها لكافة المؤسسات، مثل وزارة الثقافة وكذلك وزارة الإعلام ودورهما التوعوي.
 - لم يبرز اتجاه بحثي يربط بين المساهمات الفنية ومعالجة جائحة كورونا سواء على الصعيد الدرامي أو الأفلام التسجيلية.
 - لم يبرز أي اتجاه بحثي يربط بين أدوار المحطات الإذاعية في مواجهة جائحة كورونا.
- ٢- **وعلى صعيد الإجراءات المنهجية**، كان التركيز البحثي على الدراسات الميدانية في المقام الأول، تلاه الدراسات التحليلية، ولم يكن هناك أي توظيف لتقنيات جديدة في إتمام الدراسات التحليلية مثلما كان في الدراسات الأجنبية، كما لم يكن هناك بشكل عام دراسات تعتمد على أدوات بحثية أخرى سوى دراسات قليلة، مثل أداة مجموعات النقاش المركزة، وكذلك أداة تحليل الخطاب، إلى جانب عدم وجود دراسات اهتمت بإعداد دراسات من التحليل الثاني لدور الإعلام في مواجهة الأزمات العالمية.
- ٣- **وبالنسبة للأطر النظرية**، لم يكن هناك توظيف متنوع للأطر النظرية الإعلامية والنفسية والتسويقية في إعداد البحوث، حيث كان التركيز على عدد محدد من النظريات الإعلامية.
- ٤- **بالنسبة للجمهور المستهدف من الدراسات**، كان التركيز على الجمهور العام ولم يكن هناك تركيز على استهداف جماهير نوعية مثل الأطفال على مستوى مراحلهم العمرية المختلفة، وكذلك الفئة الجامعية، والمرأة بمراحلها العمرية المختلفة، وكذلك كبار السن، وغيره.
- وتستخلص الباحثة من نتائج الدراسات السابقة والمؤشرات الكيفية والكمية نموذجًا للاتصال المؤسسي في وقت الأزمات وذلك على النحو التالي:**
- **المتغير المستقل:** كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام في تناول الأزمة، والذي يتمثل في:
- أ- كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والتي تتمثل في (التلفزيون، الإذاعة، الصحافة والمجلات المطبوعة).

٥. جاو، هولين. (٢٠٢٠م)، التكنولوجيا وجائحة فيروس كورونا (COVID-19): إدارة الأزمة. **مجلة ITU News Magazine**. العدد ٣٠. ص ٦، متاح على الرابط التالي:
https://www.itu.int/en/itu/news/Documents/2020/2020-03/2020_ITUNews03-ar.pdf
٦. صالح، هبة الله صالح السيد. (٢٠٢١م)، فاعلية وسائل الإعلام (الحديثة والقديمة) كمصدر للمعلومات الصحية للجمهور المصري خلال أزمة فيروس كورونا. **مجلة البحوث الإعلامية**. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. العدد ٥.
٧. الكريم، صفية بنت إبراهيم العبد. (٢٠٢٠م)، توظيف ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة كورونا. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٧١.
٨. علة، عيشة، (٢٠٢٠م)، دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا - كوفيد ١٩ - دراسة ميدانية، المركز الديمقراطي العربي، **مجلة الدراسات الإعلامية**، العدد ١١.
٩. قسابسية، (٢٠٢٠م). على. كوفيد_١٩، الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة: تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الأول.
١٠. عوينات، جاد، (٢٠٢٠م)، "تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيسبوك: دراسة ميدانية لمستخدمي صحفتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة فرانس ٢٤ عربي، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، العدد ١١.
١١. علي، فودة محمد. (٢٠٢٠م)، اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء السادس.
١٢. السالم، فاطمة سعود عبد العزيز، (٢٠٢٠م)، مصداقية الإعلام الكويتي الرسمي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد-١٩) نموذجاً. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الأول.
١٣. الصالحي، حاتم حيدر علي، (٢٠٢٠م)، توظيف تطبيقات الإنترنت في الحد من نفشي وباء كوفيد-١٩: دراسة حالة التجربة اليمنية. **مجلة العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الثاني.
١٤. عاشور، وليد محمد، (٢٠٢٠م)، تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا - دراسة ميدانية، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، العدد ١١.
١٥. السريتي، ولاء فايز محمد، (٢٠٢٠م)، دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
١٦. السريتي، ولاء فايز محمد، (٢٠٢٠م)، دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
١٧. أبو سنة، نورة حمدي محمد. (٢٠٢١م)، التماس الطفل السعودي من الإعلام التقليدي والرقمي عن جائحة فيروس كورونا المستجد وإدراكهم لها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٧٤.
١٨. لطيف، ربحاب سامي، (٢٠٢٠م)، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الخامس.
١٩. عبد الرحمن، وفاء صلاح، (٢٠٢١م)، فعالية استراتيجيات الاتصال المعلوماتي الإلكتروني للحكومة المصرية في رفع الوعي المجتمعي لمواجهة أزمة كورونا. **مجلة البحوث الإعلامية**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. المجلد ٥٦. العدد ٥.
٢٠. عبد الحليم، محمود محمد محمد، (٢٠٢٠م)، اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية: جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) أنموذجاً. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الثاني.
٢١. سليم، أشرف، (٢٠٢٠م)، لغة المغاربة في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد: دراسة ميدانية على وسائل التواصل الاجتماعي، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، العدد ١١.
٢٢. الحسيسن، أنس، (٢٠٢٠م)، وباء كورونا في المغرب في مواقع التواصل الاجتماعي بالمغرب، أية معالجة من منظور إعلام الأزمات. **مجلة الدراسات الإعلامية**. المركز العربي الديمقراطي. برلين. ألمانيا. العدد ١٢.
٢٣. الأمين، مرتضى، عبد الحفيظ، خالد، (٢٠٢٠م)، وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا - صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجاً، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، العدد ١١.

٢٤. عادل، دعاء، شبيلي، ليلي عبده، محمود، علياء عادل؛ بكرى، مروة محمد، (٢٠٢٠م)، اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
٢٥. الزيني، أيمن رمضان محمد، (٢٠٢٠م)، الشائعات المتعلقة بفيروس covid 19 والمواجهة الجنائية الموضوعية لها. **مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية**. المجلد ٦. **جائحة كورونا وتداعياتها القانونية والاقتصادية المحلية والإقليمية والدولية (عدد خاص)**.
٢٦. شرف، إيناس منصور كامل، (٢٠٢٠م)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩). **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الأول.
٢٧. المغير، محمد محمد عبد ربه، (٢٠٢٠م)، السياسات الإعلامية للحد من مخاطر كورونا، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، العدد ١١.
٢٨. العازمي، استقلال دليل محمد هاجد، (٢٠٢١م)، مخاطر "الفيركة الرقمية" في الإعلام الجديد جائحة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي "نموذجًا". **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. الجزء الثالث.
٢٩. يحيى، جيهان سيد أحمد، (٢٠٢١م)، التأثيرات النفسية والسلوكية لمحتوى الإعلام المرئي المقدم عن كورونا وعلاقته بمصدقية المصدر. **مجلة البحوث الإعلامية**. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. العدد ٤.
٣٠. الدهراوي، محمد فؤاد محمد، (٢٠٢١م)، إدراك المصريين لتأثيرية الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على جائحة كورونا: دراسة ميدانية. **مجلة البحوث الإعلامية**. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. العدد ٤.
٣١. سليمان، على حمودة جمعة، (٢٠٢١م)، المعلومات المغلوطة بالمواقع الالكترونية المصرية الصحفية ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية على الجمهور المصري بالتطبيق على أزمة كورونا ٢٠٢٠. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٧٤.
٣٢. زيان، شيماء محمد عبد الرحيم، (٢٠٢٠م)، استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الالكترونية الرسمية. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الثاني.
٣٣. حسين، إيمان عاشور سيد، (٢٠٢٠م)، التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
٣٤. عقل، نشوة سليمان، (٢٠٢٠م)، التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع.
٣٥. زكي، مایسة حمدي، (٢٠٢٠م)، تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً (EWOM)) حول إدارة الحكومة المصرية لأزمة كورونا على الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.
٣٦. محمد، حنان عبد الوهاب عبد الحميد، (٢٠٢٠م)، تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري - دراسة ميدانية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.
٣٧. علي، نرمين علاء الدين، (٢٠٢١م)، فاعلية الإجراءات الاحترازية المتخذة لمواجهة الأزمات العالمية في تقليص مخاوف الشراء عبر الإنترنت- دراسة ميدانية بالتطبيق على عينة من الشباب المصري. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. الجزء الأول.
٣٨. بسبوني، مروى ياسين، (٢٠٢٠م)، التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا). **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الأول.
٣٩. محمود، سمير محمد، (٢٠٢٠م)، الخطاب الإقناعي في التلفزيون المصري دراسة في تحليل الخطاب الصحي بالبرامج الحوارية "جائحة كورونا أنموذجًا". **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.
٤٠. عبدالدايم، ريهام مرزوق إبراهيم، (٢٠٢٠م)، معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة» دراسة تحليلية «لأزمة فيروس كورونا (كوفيد-١٩). **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
٤١. عرفات، سمية متولي، (٢٠٢١م)، معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية لأزمة كورونا (COVID 19): دراسة تحليلية. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. الجزء الأول.
٤٢. ريجان، زينب الحسيني رجب بلال، (٢٠٢٠م)، المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا "دراسة تحليلية". **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.

٤٣. موسي، الأمين، (٢٠٢٠م)، محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة"، مجلة دراسات إعلامية، مركز دراسات الجزيرة.
٤٤. سيد، محمد سيد محمد، (٢٠٢١م)، اتجاهات الصحف الدينية في التعامل مع أزمة كورونا. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٧٤.
٤٥. محمد، إبراهيم على بسيوني، (٢٠٢٠م)، الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية - دراسة تحليلية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.
٤٦. محمود، سمير محمد، (٢٠٢٠م)، الخطاب البصري لجائحة كورونا كما تعكسه أغلفة المجلات العربية والعالمية دراسة تحليلية". *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.
٤٧. محمود، أحمد عمران، (٢٠٢٠م)، "دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الجمهور بالمخاطر المجتمعية لجائحة كورونا (دراسة ميدانية)". *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.
٤٨. فودة، محمد صبحي محمد، (٢٠٢١م)، اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بتشكيل الوعي الصحي لديهم نحو أزمة كورونا (كوفيد ١٩) دراسة ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية*. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. الجزء الأول.
٤٩. سعد، جيهان، (٢٠٢٠م)، أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid 19).. دراسة تحليلية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الخامس.
٥٠. علي، محمد عثمان حسن، (٢٠٢٠م)، أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد-١٩) في المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*. الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الثاني.
٥١. أمدي، عمر، ٢٠٢٠م، التناول الإعلامي لجائحة كوفيد -١٩ في الصحافة الرقمية المغربية بين التوعية والتهويل: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك. *مجلة الدراسات الإعلامية الشرق الأوسط*. المركز الديمقراطي العربي. برلين. ألمانيا. العدد ١٣.
٥٢. الصعيدي، طارق محمد محمد، (٢٠٢٠م)، اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر.. دراسة ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
٥٣. بريك، أيمن محمد إبراهيم، (٢٠٢٠م)، دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا: دراسة ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء السادس.
٥٤. محمود، هاني نادي عبد المقصود، (٢٠٢١م)، التماس الأطباء وهيئة التمريض للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد عبر صحافة الموبايل وعلاقته بالتوافق المهني لديهم. *مجلة البحوث الإعلامية*. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. الجزء الأول.
٥٥. أحمد، محمد عبد الحميد، (٢٠٢٠م)، توظيف الصحف الإلكترونية العربية للأنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا (كوفيد-١٩). *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الثاني.
٥٦. أبو عيطة، أسماء مسعد، (٢٠٢٠م)، دور الصفحات الحكومية على الفيسبوك في رفع الوعي الصحي لدى المواطن المصري تجاه أزمة انتشار فيروس كورونا (كوفيد-١٩) ٢٠٢٠م. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الخامس.
٥٧. زناتي، ريم نجيب، (٢٠٢٠م)، "توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر)" دراسة حالة على موضوع فيروس (كورونا COVID-19)المستجد. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.
٥٨. العميري، أحمد محمد صالح، (٢٠٢٠م)، دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
٥٩. كمال، رامي، (٢٠٢١م)، تربع خطاب ثقافة الصورة في ظل الجائحة. *مجلة الدراسات الإعلامية*. المركز الديمقراطي العربي. برلين. ألمانيا. العدد ١٤.
٦٠. محمود، سمير محمد، (٢٠٢٠م)، توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية- دراسة تحليلية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
٦١. جبريل، محمد بسيوني، (٢٠٢٠م) توظيف مقاطع الفيديو التشاركية في التوعية بجائحة كورونا والوقاية منها "دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية". *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.

٦٢. سامي، ريهام، (٢٠٢١م)، اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو جائحة كورونا (كوفيد -١٩): تحليل من المستوى الثاني لدراسات مدخل معالجة اللغة الطبيعية. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. الجزء الثالث.
٦٣. دسوقي، سارة سعيد عبد الجواد، (٢٠٢٠م)، اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الأول.
٦٤. عمر، هاجر محمود محمد، (٢٠٢٠م)، استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الثاني.
٦٥. إبراهيم، رباب صلاح السيد، (٢٠٢٠م)، تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا (كوفيد-١٩) في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.
٦٦. الزغبى، عمر بن عمر، (٢٠٢٠م)، تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الأخبارية لأزمة جائحة كورونا العالمية - دراسة ميدانية، المركز الديمقراطي العربي، **مجلة الدراسات الإعلامية**، العدد ١١.
٦٧. حافظ، أسماء فؤاد، (٢٠٢٠م)، التناول الإعلامي لأزمة فيروس كورونا في مصر. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٧٣.
٦٨. الحافظ، نادية محمد عبد، (٢٠٢٠م)، اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
٦٩. خليفة، حسين خليفة حسن، (٢٠٢٠م)، التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الأول.
٧٠. شاهين، إيمان صادق صابر، (٢٠٢٠م)، العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالي للجمهور المصري في أثناء أزمة فيروس كورونا. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الثاني.
٧١. محمدي، سماح محمد، (٢٠٢١م)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية". **مجلة البحوث الإعلامية**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. المجلد ٥٦. العدد ٥.
٧٢. السيد، مروى السعيد، (٢٠٢١م)، اتجاهات النخبة نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا: دراسة ميدانية. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. الجزء الثالث.
٧٣. عجوة، نرمين على، (٢٠٢٠م)، استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا (دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية). **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
٧٤. زيدان، أمال إسماعيل محمد، (٢٠٢٠م)، تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا: تقييم مرحلي. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٤. الجزء الرابع عن جائحة كورونا.
٧٥. أحمد، إلهام يونس، (٢٠٢٠م)، تقييم تجربة التحول الرقمي في التعليم من وجهة نظر طلاب الإعلام بالتطبيق على منظومة التعليم الإلكتروني وقت جائحة كورونا ووضع تصور لاستراتيجية تطويره: دراسة كمية - كيفية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.
٧٦. قرني، حياة بدر، (٢٠٢٠م)، قياس مهارات التربية الرقمية (Digital Literacy) لطلاب كليات الإعلام بالجامعات المصرية ضمن تجربة التعليم عن بعد في ظل أزمة جائحة كورونا. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٧٣.
٧٧. بدر، حنان، المغربي، سارة، (٢٠٢٠م)، تصورات أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية ومعاونيهم للعملية التعليمية عن بعد في الدراسات الإعلامية أثناء أزمة كورونا. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٧٢.
٧٨. جميل، علاء خليفة، (٢٠٢١م)، اتجاه القائمين بالاتصال في الجامعات المصرية نحو استخدام تقنيات الاتصال الرقمية في العملية التعليمية أثناء جائحة (كوفيد-١٩). **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٧٤.
٧٩. طنطاوي، ميرهان محمد السيد، (٢٠٢٠م)، تقييم الأساليب الاتصالية المستخدمة في التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا، ومدى فاعليتها لدى الطلاب: دراسة حالة. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الثاني.
٨٠. مصطفى، هبة مصطفى حسن، (٢٠٢١م)، سمات خطاب تعليقات مستخدمي صفحات وزارة التربية والتعليم المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء نظام التعليم عن بعد. **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر. المجلد ٥٦. الجزء الثالث.

٨١. الرشود، محمد، (٢٠٢٠م)، دور العلاقات العامة في الشركات السياحية في الحفاظ على التواصل مع الجمهور أثناء أزمة ١٩-COVID. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر. المجلد ٥٥. الجزء الرابع.
٨٢. آل شيخ، آلاء بنت علي بكر، (٢٠٢٠م)، دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي العمرة نحو قرار المملكة بتعليقها مع بداية جائحة كورونا وعلاقته بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. السنة الثامنة. العدد ٢٩. الجزء الأول.

ثانيًا: الهوامش باللغة الإنجليزية:

1. Abdelhafz, Ahmed Samir, et al, (2020), "Knowledge, Perceptions, and Attitude of Egyptians Towards the Novel Coronavirus Disease (COVID-19)" **Journal of Community Health**, 45, pp 881–890: <https://doi.org/10.1007/s10900-020-00827-7>
2. Al Bara, et al, (2021), "The Effectiveness of Advertising Marketing in Print Media during the Covid 19 Pandemic in the Mandailing Natal Region", **Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)** Volume 4, No. 1, Page: 879-886 e-ISSN: 2615-3076 (Online), p-ISSN: 2615-1715
3. Alam, Firoj, et al, (2021), "Fighting the COVID-19 Infodemic: Modeling the Perspective of Journalists, Fact-Checkers, Social Media Platforms, Policy Makers, and the Society", **Qatar Computing Research Institute**, HBKU, Qatar, Sofia University, Sofia, Bulgaria
4. Andre, Marc, (2020), Empirical insights for designing information and communication technology for International Disaster Response, **International Journal of Disaster Risk Reduction**, Volume 47.
5. Bu Zhonga, et al, (2021), "Mental health toll from the coronavirus: Social media usage reveals Wuhan residents' depression and secondary trauma in the COVID-19 outbreak" **Computers in human behavior**, vol 114.
6. Chen, Qiang, (2020), Unpacking the black box :How to promote citizen engagement through the covid-19 crisis, **Computer in human behavior**.
7. Chen, Shi, et al, (2021), A Novel Machine Learning Framework for Comparison of Viral COVID-19-Related Sina Weibo and Twitter Posts: Workflow Development and Content Analysis, **JOURNAL OF MEDICAL INTERNET RESEARCH**, 23 (1).
8. Cinelli, Matteo, et.al,(2020), "The COVID-19 Social Media Infodemic", **scientific reports**, 10, 16598. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>
9. Depoux A, Martin S, Karafillakis E, et al.(2020), The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. **Journal of Travel Medicine**, <https://academic.oup.com/jtm/advance-article/>
10. Destiny Apukea, Oberiri, Omar, Bahiyah, (2021), "Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users, **Telematics and Informatics**, vol.56,
11. Duc, Toan Luu, (2020), Huynh: The COVID-19 risk perception: A survey on socioeconomics -and media Attention, **Economics Bulletin**, Volume 40, Issue 1, pp. 758-764^{١٦}
12. Fletcher, Richard, et.al, (2020), "Trust in UK Government and News Media COVID19 Information Down, Concerns over Misinformation from **Government and Politicians**", <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/trust-uk-government-and-news-media-covid-19-information-down-concerns-over-misinformation>
13. García, Xosé López, et al, (2021), "Journalistic Fact-Checking of Information in Pandemic: Stakeholders, Hoaxes, and Strategies to Fight Disinformation during the COVID-19 Crisis in Spain", **Int. J. Environ. Res. Public Health**, 18, 1227. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031227>

14. Gottfried, Jeffrey, (2020), Mason Walker and Amy Mitchell, Americans' Views of the- News Media During the Covid-19 Outbreak, Pew Research Center, **Journalism & Media**, 8 May.
15. HaoCui, Kertész, János, (2021), "Attention dynamics on the Chinese social media Sina Weibo during the COVID-19 pandemic ",**EPJ Data Sci.** 10, 8. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-021-00263-0>
16. J. Brailovskaia, J. Margraf, (2021). "The relationship between burden caused by coronavirus (Covid-19), addictive social media use, sense of control and anxiety ",**computers in human behavior**,vol.119.
17. J. Brailovskaiaa ,et al, (2021), "The relationship between social media use, stress symptoms and burden caused by coronavirus (Covid-19) in Germany and Italy: A cross-sectional and longitudinal investigation ",**Journal of Affective Disorders Reports**,vol.3.
18. Jiang, Xiaoya, et al, (2021), News Attention and Social-Distancing Behavior Amid COVID-19: How Media Trust and Social Norms Moderate a Mediated Relationship, **Health Communication**, DOI: 10.1080/10410236.2020.1868064 To link to this article: <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1868064>
19. Kadam ,Abhay B, Atre, Sachin R, (2020), " Negative impact of social media panic during the COVID-19 outbreak in India" ,**Journal of Travel Medicine**,pp 1–2
20. Karasneh, Reema,et al,(2020), "Media's effect on shaping knowledge, awareness risk perceptions and communication practices of pandemic COVID-19 among pharmacists", **Research in Social and Administrative Pharmacy**, <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.04.027>Get rights and content
21. Khalifa, Hussein Khalifa Hassan, et al, (2020), Social Media and Spreading the News of Covid-19 Pandemic in the Arab World , **International Journal on Emerging Technologies**, 11(5), pp 680-685, ISSN No. (Print): 0975-8364 ISSN No. (Online): 2249-3255
22. Krishna, Rama, (2020), Smart Technologies for fighting pandemics :The techno-and human-driven approaches in controlling the virus transmission **Government Information Quarterly** .
23. Kwon, Oh Nam,et al, (2021), "Graphs in the COVID-19 news: a mathematics audit of newspapers in Korea", **Educational Studies in Mathematics** , <https://doi.org/10.1007/s10649-021-10029-0>
24. Lemenager, Tagrid,et al, (2021), COVID-19 Lockdown Restrictions and Online Media Consumption in Germany " ,**Int. J. Environ. Res. Public Health**, 18, 14. <https://dx.doi.org/10.3390/ijerph18010014>
25. Liao, Qiuyan, et.al, (2020), " Public Engagement and Government Responsiveness in the Communications About COVID-19 During the Early Epidemic Stage in China: Infodemiology Study on Social Media Data, **JOURNAL OF MEDICAL INTERNET RESEARCH**, vol. 22, iss. 5 | e18796
26. Lovari, Alessandro,(2020). " Spreading (Dis)Trust: Covid-19 Misinformation and Government Intervention in Italy , **Media and Communication** (ISSN: 2183–2439), Volume 8, Issue 2, Pages 458–461
27. Madurai, Rajvikran, (2020), Restructured Society and environment :Areview on potential technological strategies to control the covid -19 pandemic ,**science of the total Environment**.
28. Malesza, Arta, Kaczmarek, Magdalena Claudia, (2020), "Predictors of anxiety during the COVID-19 pandemic in Poland,**Personality and Individual Differences**,Vol. 170,2021,110419,ISSN 0191-8869,<https://doi.org/10.1016/j.paid.110419>.
29. N.Olaimat. Amin & et al (2020), Knowledge and Information Sources about COVID-19 among University Students in Jordan: A Cross-Sectional Stud ,**Frontiers in Public Health**, V (8), Article number 254

30. Naeem, Muhammad, (2021), "Do social media platforms develop consumer panic buying during the fear of Covid-19 pandemic," **Journal of Retailing and Consumer Services**, vol 58.
31. Ngien, Annabel, Jiang, Shaohai, (2021), The Effect of Social Media on Stress among Young Adults during COVID-19 Pandemic: Taking into Account Fatalism and Social Media Exhaustion, **Health Communication**, DOI: 10.1080/10410236.2021.1888438 To link to this article: <https://doi.org/10.1080/10410236.1888438>
32. Park, Sungkyu, et.al.(2020),"Risk Communication in Asian Countries: COVID-19 Discourse on Twitter ",14.
33. Pennycook, Gordon,et al, (2020), "Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention", **Psychological Science**, Vol. 31(7), pp 770–780
34. Ripollés, Andreu Casero, (2020), "Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak", **El profesional de la información**, v. 29, n. 2, e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.mar.23.A>
35. Schulze, (2004), Meta-Analysis: A Comparison of Approaches, Hogrefe & Huber Publishers, Toronto, P.10.
36. Shah, Gautam Kishore, et al, (2021),"An Exploratory Study of COVID-19 Misinformation on Twitter", **online social networks & media**, 100104
37. Sharma, Karishma, et al, (2020), "COVID-19 on Social Media: Analyzing Misinformation in Twitter Conversations", **Social and Information Networks**, eprint arXiv
38. Sharma,Karishma,et al,(2020), "COVID-19 ON SOCIAL MEDIA: ANALYZING MISINFORMATION IN TWITTER CONVERSATIONS",Cornell Univesity , May 12, <https://arxiv.org/abs/2003.12309>
39. Singha, Lisa, (2020), A first look at covid-19, Information and misinformation sharing on Twitter, A **paper presented to University of Minnesota**.
40. Su, Zhaohui, et al, (2021), "Mental health consequences of COVID-19 media coverage: the need for effective crisis communication practices", Su et al. **Globalization and Health**, 17:4 <https://doi.org/10.1186/s12992-020-00654-4>
41. Thi Li, Huong, et al, (2020), Demand for health information on COVID-19 among Vietnamese, **International Journal of Environmental Research and Public Health**, V (17), N (12), PP 1-12.
42. W Lim, Vanessa, et al, (2020), " Public perceptions of COVID-19 and behaviour change, Government trust, perceptions of COVID-19 and behaviour change: cohort surveys, **Singapore**," Bulletin of the World Health Organization.
43. Wahed, Wafaa Yousif Abdel,et al,(2020),"Assessment of Knowledge, Attitudes, and Perception of Health Care Workers Regarding COVID 19, **A Cross Sectional Study from Egypt Journal of Community Health**, <https://doi.org/10.1007/s10900-020-00882-0>
44. Wen, Jun,et al, (2020), "Effects of misleading media coverage on public health crisis: a case of the 2019 novel coronavirus outbreak in China", **Anatolia**, 31:2, 331-336, DOI: 10.1080/13032917.2020.1730621
45. Werneck, André O, et al,(2020)," Physical inactivity and elevated TV-viewing reported changes during the COVID-19 pandemic are associated with mental health: A survey with 43,995 Brazilian adults, **Journal of Psychosomatic Research**, Vol. 140,2021,110292,ISSN 0022-3999,<https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.110292>.

46. Wormer, Holger, (2020), German Media and Coronavirus: Exceptional Communication Or Just a Catalyst for Existing Tendencies?, **Journal of Media and Communication**, (ISSue: 2183–2439), Volume 8, Issue 2, Pages 467–470.
47. Yi Zheng, et al, (2020), The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health: a perspective article, **An International Journal of Tourism and Hospitality Research**, Volume 31, Issue2, pp. 337-340 .
48. Yu, Meng, et al, (2020): Communication related health crisis on social media: a case of COVID-19 outbreak, **Current Issues in Tourism**, DOI: 10.1080/13683500.2020.1752632 To link to this article: <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1752632>
49. Zhang, Qingpeng,(2020), “Characterizing the Propagation of Situational Information in Social Media During COVID-19 Epidemic : A Case Study on Weibo”, **Research output: Journal Publications and Reviews** ,vol.7,no.2.

Studies confirmed that the media and social networking sites are a source of information and knowledge in the foreground by 30%, and that coverage has effects on mental health by 24%, highlighting the mood of the public by 22%, and then behavioral effects such as changing healthy habits and online purchasing as a form of safety Preventive against infection by 20%, then the emotional impact of these coverage on the public, especially in shaping mental images of societies, as some foreign studies have indicated negatively on the image of Chinese society by 2.6%, and finally the effect on mental health by 1.4%.

Keywords: Trends – Media Studies – Corona Pandemic – Second Level Analysis.

Attitudes of Egyptian Tweeters Towards Education Issues in light of the Coronavirus Pandemic: Twitter Network Analysis

Dr. Samah Mohamed Mohammady Saad

samah_press@yahoo.com

Associate Prof. of Journalism,
Faculty of Mass Communication,
Cairo University

Abstract

The study aimed to monitor, analyze and evaluate the research trends addressed by the studies concerned with the issue of media coverage of the Corona pandemic crisis through traditional media, social networks and smart phone applications, during the period from January 2020 until the end of February 2021, as determining the amount of media coverage of the pandemic, and the most important main and sub-issues that had been aroused in the studies and the effects of this media coverage on the public and the ability of institutions in cooperation with the media to confront rumors, in addition to reviewing the intellectual approaches and theoretical frameworks from which the studies were launched, the methodological tools on which they relied, as well as the most important results of those studies, through using Analysis of the second level, both quantitative and qualitative, of scientific studies and research published in both Arabic and English.

Previous studies confirmed a set of ideas that express how institutions deal with the Corona pandemic by spreading quick awareness messages to citizens during the pandemic, and rapid communication with the public via e-mail for pages and readers' comments, and should use hashtags and republish them for achieving the rapid spread of information, and achieving rapid interaction with rumors and containment them as soon as they are launched, and activating the role of graphic technologies in achieving attractive and simple publications for information about the pandemic, and achieving a rapid movement by the state in achieving censorship of electronic media.

It also showed the diversity of the nature of main areas that the previous studies focused on, and at the forefront came to provoke research studies to evaluate the media treatment of the Corona pandemic by 33.6%, then the studies dealt with the effects of media treatment on the public by 20.6%, and then some studies dealt with the issue of evaluating government performance in facing the crisis and strategies that the communication adopted by it by 15%, and in the fourth place came the employment of communication and information technology in facing the pandemic by 13.4%.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jpr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 2.01 = 100% in the year of 2020G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Associate Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sayid Sherif

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprrepra.org.eg

Email: jprrepra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean Faculty of Mass Communication, Yarmouk
University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.



Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Tahseen Mansour Rashid Mansour** - *Yarmouk University*
Maram Mohamed Nagy Managreh (MA) - *Mohammed I University in Morocco*
The Jordanian audience dependency on the Kingdom channel to get information about the Coronavirus 7
- **Associate Prof. Dr. Samah Mohamed Mohammady Saad** - *Cairo University*
Attitudes of Egyptian Tweeters Towards Education Issues in light of the Coronavirus Pandemic: Twitter Network Analysis 8
- **Associate Prof. Dr. Rasha Mohamed Morsey** - *Umm Al-Qura University*
Rwan Siraj Omar Bakhsh (MA) - *Umm Al-Qura University*
Employing Motion Graphic Technology in Training Platforms and its Role in Developing the Public Relations Employees' Skills in the Saudi Government Sector: Field study on management of public relations employees at Umm Al-Qura University users of "Ethraie" platform 10
- **Dr. Mona Taha Mohamed Taha** - *Mansoura University*
The Role of Media Campaigns by the Ministry of Health and Population on its Official page on Facebook to Educate the Egyptian Public about Corona Pandemic: A Field Study 11
- **Dr. Noha Anwar Soliman** - *Menofia University*
The Effectiveness of Communication Strategies of Egyptian Ministries through Social Media in Enhancing Public's Digital Engagement in Public Affairs 12
- **Dr. El Sayed Mohamed Abo Sheashaa** - *Cairo University*
The Role of Social Media in Creating New Opinion Leaders from the Egyptian Youth Perspective 14
- **Dr. Maha Medhat Mohamed Kamal** - *Misr University for Science and Technology*
The Use of Egyptian Youth of Social Media and its Relationship on their knowledge and Attitudes Towards Corona Virus 16

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019



Copyright 2021@APRA

www.jprr.epra.org.eg