تأثير أزمة جائحة كورونا على الممارسات المهنية للعمل الإعلامى
دراسة ميدانية على القائمين بالإتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والأجنبية فى مصر

د. مى مصطفى عبدالرازق*

الملخص

استهدفت الدراسة رصد وتحليل الأنماط المستحدثة للممارسات المهنية لعينة قوامها 382 مفردة من القائمين بالإتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية وغير العربية أثناء تغطيتهم لمستجدات أزمة كورونا خاصة فيما يتعلق باستخدامهم للتطبيقات الرقمية وذلك بالاستعانة بنظرية انتشار المبتكرات والتعرف على مدى إلتزامهم بمبادئ المسئولية الإجتماعية سواء المتعلقة الإعلامى، الجمهور، الوسيلة الإعلامية، والدولة وتمثلت أهم نتائج الدراسة فى:

1- تمثلت أهم السمات المميزة لتغطية الموضوعات ذات الصلة بأزمة كورونا فى:الإعتماد بصورة أكبر على المصادر الرسمية والبيانات الحكومية خاصة فى ظل انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة وكذلك انتشار الأمراض الناشئة التى تشكل تهديدا قويا للبيئة المحيطة بها تعد بيئة خصبة لانتشار لغة الدسائس والمؤامرات، وارتبط وجود هذه السمة بسمات إبراز الجانب التوعوى المجتمعى فى التغطية لمحاولة الحد من انتشار الفيروس.

2- عكست إجابات المبحوثين قدر المسئولية المجتمعية للإعلام من خلال قيامهم بمجموعة من الأدوار من أهمها: تقديم أي مستجدات عن الأزمة على المستويين المحلى والدولي، الدعم المعنوي للمواطنين بالإسهام بنشر الأمل والطمأنينة بنفوسهم، وكذلك توجيههم وتشجيعهم على تبنى السلوكيات الصحيحة للوقاية من الإصابة والاهتمام بحق الجمهور فى المعرفة بكافة الزوايا ذات الصلة بالموضوع، وضرورة التكاتف والتعاون مع الأجهزة المعنية بالدولة بإبراز الجهود المبذولة والتحديات التى تواجهها وإقتراح الحلول المناسبة.

3- أفاد أكثر من نصف المبحوثين بأن أدائهم المهنى كان كما هوالمعتاد منهم أثناء تغطيتهم للأزمة، ثم من تحسن أدائهم وهم نسبة ليست قليلة (28.5%)، وتمثلت بعض أوجه تحسن الأداء فى: استخدام تطبيقات تكنولوجية لم تكن مستخدمة فى مجال العمل من قبل، اكتساب مهارة العمل تحت ضغط، محاولة الإبداع والابتكار فى إختيار زوايا وجوانب غير معتادة فى تناول الموضوعات.. وغيرها، وفى هذا الإطار أعرب المبحوثون عن حاجتهم لتطوير مهاراتهم العملية فى ضوء تغطيتهم لجائحة كورونا، وجاء ذلك فى ظل ما تفرضه البيئة الجديدة من ظروف مختلفة تتطلب استخدام تطبيقات وأدوات تكنولوجية جديدة.

4- أشار أكثر من نصف المبحوثين إلى توقعهم بزيادة استمرار استخدامهم للتطبيقات الرقمية من بعد انقضاء جائحة كورونا، مؤكدين على استفادتهم الكبيرة جراء استخدامها وبأن وتيرة الابتكار التكنولوجى لن تتوقف، خاصة أن التطبيقات التكنولوجية الجديدة أصبحت أكثر دقة وفعالية وأمان فى التعامل، وتؤكد النتيجة الحالية قبول الفكرة المستحدثة لدى المبحوثين ورغبتهم فى تبنيها والمقصود بها هنا كافة التطبيقات التكنولوجية التى تبناها المبحوثين خلال فترة عملهم بداية من وقوع أزمة كورونا، حتى وإن كان التبنى لبعض هذه التطبيقات جاء متأخرا نتيجة رفض الفكرة ثم قبولها للتعامل والتكيف مع التحديات والظروف الراهنة للأزمة.

* الأستاذ المساعد بقسم الصحافة - أكاديمية أخبار اليوم

Impact Of Coronavirus Pandemic Crisis On Professional Media Practices

Field Study On Egyptian And Arab Media Communicators

The field study aimed to identify and analyze the new patterns of professional practices for a sample of 382 respondents communicating with Egyptian, Arab and non-Arab media during their coverage of the developments of the coronavirus crisis, especially with regard to their use of digital applications with the help of using The diffusion of innovations theory and identifying the extent of their adherence to the principles of the social responsibility, whether related to media, public, media outlet, and that of the state.

The study's most important results:

1. The most important distinguishing features of covering topics related to the Coronavirus crisis were the further reliance on official sources and government data, especially in light of the spread of rumours and false information, as well as the spread of emerging diseases that pose a serious threat to the surrounding environment, which is a fertile environment for the spread of the language of intrigue and conspiracies. The presence of this feature is related to the features of highlighting the community awareness aspect in the coverage in an attempt to curb the spread of the virus.
2. The respondents' answers reflected the social responsibility of the media through their role in performing certain roles, notably, providing developments on the crisis at the local and international levels and moral support for citizens through their efforts to spread hope and reassurance to them. These roles also included guiding and encouraging them to adopt the correct behaviours to prevent infection and paying attention to the public's right to know all relevant angles and the necessity of joining hands and cooperating with the concerned state agencies by highlighting the efforts made and the challenges they face and proposing appropriate solutions.
3. More than half of the respondents said that their professional performance was as usual during their coverage of the crisis, then those who improved their performance at a percentage of (28.5%). Some aspects of performance improvement included the following: Using technological applications that were not used in the field of work before acquisition of the skill of working under pressure, trying to be creative and innovative in choosing unusual angles and aspects in dealing with topics and others. In this context, the respondents expressed their need to develop their practical skills in light of their coverage of the Coronavirus pandemic. This came in light of the different conditions imposed by the new environment that require the use of new technological applications and tools.
4. More than half of the respondents expected an increase in their continued use of digital applications after the end of the Coronavirus pandemic. They stressed that they have benefited greatly from its use and that the pace of technological innovation will not stop, especially as new technology applications have become more accurate, effective, and safe in terms of dealing with it. The current result confirms the respondents' acceptance of the new idea and their desire to adopt it, and what is meant here is all the technological applications that the respondents adopted during their work starting from the outbreak of the Coronavirus crisis, even if the adoption of some of these applications came late as a result of rejecting the idea and then accepting it in an effort to deal and adapt to the challenges and current conditions of the crisis.

المقدمة:

برز دور الإعلام وبقوة خلال أزمة جائحة كورونا خاصة مع ما إنفردت به الأزمة من سمات كثيرة منها ما مثّلته من خطر يهدد بقاء الحياة البشرية، وما فرضته من إجراءات إحترازية كان أهمها إلتزام الجميع بالتباعد الإجتماعى سواء على مستوى المحيط الشخصى أوالمهنى، فجائية الأزمة وعدم إتخاذ الاستعدادات اللازمة لها بالإضافة لعدم القدرة على توقع تطوراتها ومستجداتها المتسارعة، تصاعد حدة الشعور بالقلق والذعر لدى المواطنين من تفاقم الوضع، الزيادة الهائلة فى الإعتماد على وسائل الإعلام وكذلك مواقع التواصل الإجتماعى كمصدر للمعلومات، عالمية الأزمة مع تعدد أطرافها وجوانبها.. وغيرها من السمات الأخرى التى أضفت على التغطية الإعلامية توجهات وتصورات معينة، كما أثرت على أساليب الممارسة المهنية بالإيجاب والسلب، الأمر الذى يبرز أهمية الدراسة الحالية بمحاولة البحث عن التغيرات التى طرأت على أساليب التغطية الإعلامية بأبعادها المختلفة بشكل عام والجانب التكنولوجى بشكل خاص.

المشكلة البحثية:

تستهدف الدراسة رصد وتحليل الأنماط المستحدثة للممارسات المهنية للمبحوثين عينة الدراسة أثناء تغطيتهم لمستجدات أزمة كورونا خاصة فيما يتعلق باستخدامهم للتطبيقات الرقمية، وذلك بالاستعانة بنظرية انتشار المبتكرات، كما تسعى الدراسة إلى التعرف على مدى إلتزام المبحوثين بالقيم المهنية والأخلاقية فى إطار توظيف نظرية المسئولية الإجتماعية بمبادئها سواء المتعلقة الإعلامى، الجمهور، الوسيلة الإعلامية، والدولة وذلك بتطبيق الدراسة على القائمين بالإتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية وغير العربية المتخصصة فى الصحافة، الإذاعة والتليفزيون، المواقع الإلكترونية، ووكالات الأنباء.

أهمية الدراسة:

- ما يمثله فيروس كورونا كونه كارثة تهدد البشرية خاصة مع انتشاره السريع فى غضون بضعة أشهر، الأمر الذى أثبت أننا فى قرية عالمية مترابطة بشكل كامل، فالجميع يحاول فهم الأزمة وتطوراتها وكيفية التغلب عليها أوالتكيف مع الأوضاع التى استحدثتها.
- الدور الكبير لوسائل الإعلام أثناء أزمة تلقى إهتماما كبيرا على المستوى الشعبى والرسمى، وكذلك على النطاق المحلى والعالمى، خاصة مع تعاظم هذا الدور فى تغطية التطورات المتعلقة بالأزمة، وأيضا مواجهة الشائعات فى ظل انتشار مشاعر القلق والذعر، والمسئولية الإجتماعية الملقاة على الإعلام فى نشر الوعى وتوجيه سلوكيات الجمهور، وإدارة الأزمة بأسلوب مناسب.

- أفرزت الأزمة بتطوراتها واقعا جديدا أدى إلى حدوث عدة تغيرات فى أساليب العمل الإعلامى سواء على مستوى القائم بالإتصال وعلاقاته بمصادره وجمهوره ووسيلته أوالمؤسسة الإعلامية ذاتها وعلاقتها بالبيئة المحيطة بها.
- مساهمة الدراسة فى تعزيز المكتبة العربية بالدراسات البحثية التى تتناول مثل هذه النوعية من القضايا العالمية المؤثرة فى كثير من الجوانب خاصة على مستوى الممارسات الإعلامية مع تعدد الآثار والتداعيات الناتجة عن الجائحة فى مجالات عدة بما أحدثته من تحول فجائى وتهديد لمصالح المجتمع فى ظل غموض وتشابك أطراف القضية.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسى للبحث فى دراسة الأنماط المستحدثة فى الممارسات المهنية للمبحوثين أثناء تغطيتهم لمستجدات أزمة كورونا خاصة فيما يتعلق باستخدامهم للتطبيقات الرقمية، بالإضافة إلى التعرف على مدى إلتزامهم بمبادئ المسئولية الإجتماعية والتعرف على سمات التغطية الإعلامية المميزة للأزمة بالمقارنة بين الوسائل الإعلامية المصرية، العربية، وغير العربية.

الدراسات السابقة وتنقسم إلى المحاور الآتية:

المحور الرئيسى الأول: يتضمن الإعلام العلمى وهوالإعلام المعنى بجمع وكتابة المعلومات العلمية فى مختلف المجالات كالصحة والبيئة والتكنولوجيا.. وغيرها بغرض تثقيف وتوعية الجماهير وينقسم إلى عدة محاور فرعية كالتالى:

*المحور الفرعى الأول: دراسات تناولت الصحافة والإعلام العلمى بشكل عام دون التطرق لقضية علمية محددة، أوتلك الدراسات التى استهدفت وسائل إعلامية علمية التخصص.

*المحور الفرعى الثانى: دراسات تناولت معالجة الإعلام والصحافة لقضايا صحية أوطبية إما بشكل عام أوالتركيز على مرض ما أوجزئية محددة.

*المحور الفرعى الثالث: دراسات تناولت معالجة الإعلام والصحافة لقضايا البيئة بشكل عام أوبتحديد قضية معينة كالمناخ، الطاقة.. وغيرها.

المحور الرئيسى الثانى: دراسات تناولت العلاقة بين الإعلام وجائحة كورونا.

المحور الفرعى الأول:

وفيه نجد دراسات أبرزت **سمات الصحافة العلمية كصحافة متخصصة**:

فقد أشارت دراسة (Bryan Denham , 2020)[1] إلى تأثير الأجندة السياسية ومصالح المؤسسات الصحية والطبية على توجهات الموضوعات التى تتناولها، الأمر الذى يحتم على الصحافة الاستقصائية أن يكون لها دور مهم فى هذا الصدد خاصة فى إطار ما أكدت عليه نتائج دراسة (Katherine Reed.. et al, 2019)[2] من انتشار المعتقدات المضللة حول الحقائق العلمية، وتحقيق التوازن الخاطئ بإسم الموضوعية، والتلاعب المتعمد لتحقيق مصلحة خاصة والميل البشرى نحوالتحيز التأكيدى حول العديد من القضايا كاللقاحات والأغذية المعدلة وراثيا والطاقة النووية وتغير المناخ وغيرها من القضايا العلمية ومعها أصبح من الضرورى التحقق من البيانات تجنبا لحدوث ما يُعرف بـ " تأثير النتائج العكسية" و" إساءة استخدام الإحصائيات " ونشر الأدلة العلمية وفقا لنظرية المؤامرة

وخلصت دراسة (Merryn Mckinnon , Bronte Black, Et Al , 2019)[3] إلى أن موضوعات الصحافة العلمية تتسم بالديناميكية المستمرة، وبتغطية موضوعاتها بواقعية من خلال الإجابة على سؤال: كيف يعمل العلم ؟ واتفقت مع نتائج دراسة(Katarzyna Molek, 2017)[4] فى أن موضوعاتها عابرة للثقافات، ولذلك أكدت الأخيرة على ضرورة استحداث اسلوب لتهجين هذا النوع من الصحافة وإضفاء سمة الصحافة الشعبية عليها بجانب الطابع الأكاديمى حتى يتم توسيع رقعة قرائها وربط موضوعاتها بسياقاتهم الإجتماعية الملائمة.

وأظهرت نتائج دراسة (سليمة التائب، 2016)[5] دور شبكات التواصل الإجتماعى فى اكتساب الثقافة العلمية النوعية لدى الجمهور والتى تؤدى إلى إنتاج معرفى جديد، والتعرف على مستجدات تكنولوجيا المعلومات، مؤكدة على مواكبة الصحافة العلمية لكل تطور تكنولوجى، وجاءت نتائج دراسة (Cecilia Rosen, 2016)[6] لتشير إلى سمة إختلاف القيم الإخبارية

المفضلة بالصحافة العلمية بإختلاف المجتمع، فبالتطبيق على دول الأرجنتين، ألمانيا، وفرنسا بالدراسة الأولى جاء الإختلاف بسبب عدة عوامل منها: ظروف بيئة العمل، المصالح الشخصية، مستوى حراسة البوابة الفردى والاجتماعى والمؤسسى، استقلال الوسيلة ونمط توجهها " محلى – دولى "، توفر المصادر العلمية، الرغبة فى تحقيق الانجازات العلمية بالدولة.

أما الدراسة التجريبية لـ(Lars Guenther et al.., 2015)[7] حول مسئولية إنتاج الصحفيين العلميين للمحتوى الإعلامى، فقد توصلت إلى اختلاف الحكم بين المجموعتين الضابطة والتجريبية وفقا للمعتقدات السلوكية والمعيارية للمبحوثين وتأثيرها على حالة اليقين للأدلة العلمية الواردة بالتغطية، إلا أن المجموعتان إتفقتا على الرغبة فى اكتساب الجمهور المعرفة والثقافة العلمية ومهارات التفكير النقدى فيما يتلقاه من رسائل إعلامية علمية.

وجاءت دراسات أخرى لتتناول **وضع الصحافة العلمية فى الدول النامية بشكل عام والعربية بشكل خاص**، فعلى سبيل المثال خلصت كلا من دراستى (أحمد الترك، 2018)[8] و(ريم حمزه، 2018)[9] إلى ضعف الصحافة العلمية الفلسطينية وعدم الإهتمام بإفراد مساحة مخصصة لها، وإن وُجدت فهى موسمية وغير ثابتة وعادة ما ترتبط بالأزمات والطوارئ، مما يشير إلى عدم وجود خطة منهجية واضحة ضمن أجندتها الإعلامية لنشر القضايا والموضوعات العلمية، ويرجع ذلك إلى أسباب تجارية باعتبارها غير ربحية وأخرى تحريرية ترتبط إرتباطا كبيرا بالسياسة التحريرية للصحيفة، عدم وجود صحفى علمى متخصص بين الطاقم العامل فى الصحيفة لذا كان الإعتماد الأكبر على وكالات الأنباء العالمية والمواقع الإلكترونية والمجلات العلمية العالمية.

ووجدت دراسة (حيدر عبدالحفيظ، 2016)[10] أن الخبر الصحفى هوأكثر الفنون الصحفية التى تعالج بها الصحافة السودانية موضوعات العلوم مع الإشارة إلى عدم وجود صحيفة علمية يومية أودورية تلبى إحتياجات القراء فيما يتعلق بوجود مادة علمية بمعالجة صحفية مفسرة وشارحة للمحتوى العلمى ببساطة،

وتناولت دراسة (Bernard Appiah,..et al , 2015)[11] وضع الصحافة العلمية فى الدول النامية بالتطبيق على غانا، وتوصلت الدراسة إلى تأثير عدد من العوامل على عمل الصحفيين العلميين كان أهمها: السن، الخبرة، دوافع الإلتحاق بهذا النوع من الصحافة، نوع الصحيفة " عامة – متخصصة "،

وبينت نتائج دراسة (عبدالله حسين، 2014)[12] أن الإهتمام بالقضايا العلمية فى الصحافة الكويتية جاء لأسباب منها: استقطاب أكبر شريحة ممكنة من القراء، متابعة المستجدات العلمية، تحقيق الترابط الوثيق بين العلوم وقضايا المجتمع، كما أشارت النتائج إلى أن هناك إلتزاما كبيرا من الصحافة الكويتية بالمعايير الصحفية المهنية والأخلاقية عند نشرها للموضوعات العلمية.

وبالرجوع إلى تاريخ الصحافة العربية العلمية، فقد ألقت دراسة (عبدالله بدران، 2012)[13] الضوء على مجلة المقتطف حيث كانت أفضل نموذج للدوريات العلمية العربية خلال القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين، فقد سعت المجلة إلى نشر الموضوعات العلمية التى تهم الجمهور وتحفزهم إلى الإهتمام بالمعرفة، أما دراسة (وحيد مفضل، 2011)[14] فقد تناولت المواقع العلمية العربية الإلكترونية، وأوضحت نتائجها تدنى إنتاجية كثير

منها مع عدم انتظام صدورها، بينما تمثلت أوجه تميزها فى إصدارها بلغة مبسطة للقراء، استقطاب أقلام شابة، إفراد أهمية خاصة للقضايا العلمية المحلية.

وإهتمت دراسات أخرى **بتقديم مقترحات لتطوير وضع الصحافة العلمية:**

كدراسة(Tássia Galvão1 , et al..,2020)[15] والتى أشارت إلى ضرورة ممارسة الصحافة العلمية أثناء الدراسة الجامعية من خلال توفير بيئة تطبيقية تفاعلية بسيطة وذلك بهدف الانصهار فى منهجيات وأساليب نشر الموضوعات العلمية المختلفة مع ضرورة الاستمرار فى الاطلاع على المصادر العلمية المتجددة وبناء حوار تعاونى دائم مع المصادر المتخصصة.

كما أكدت دراسة (سناء خديم، 2017)[16] على أن الإعلام العلمى يحتاج إلى رؤى جديدة ترفع من نوعيته وتأثيره وتميزه، وبضرورة اشتراك كل من المؤسسات الصحفية والمؤسسات العلمية والبحثية والأكاديمية فى ذلك، وبأن يصبح العلم ثقافة فى مجتمعاتنا العربية، وتوصلت دراسة (Douglas James Ashwell , 2016)[17] أن الوفاء بمتطلبات الجمهور وتقليص أوتحجيم الهيكلة التنظيمية للأقسام العلمية بالمؤسسات العلمية مع ضعف التسويق التجارى لهذه النوعية من الموضوعات تشكل ضغوطا متزايدة على الصحفيين العاملين فى المجال العلمى فى نيوزيلندا خاصة مع المطالبة بزيادة جودة العمل ومضاعفة الإنتاج وظهور تخصصات علمية وتكنولوجية دقيقة.

** **المحور الفرعى الثانى:** وينقسم إلى دراسات تناولت الإعلام الصحى أوالطبى بشكل عام، فعلى سبيل المثال هناك دراسات تناولت **التغطية الإعلامية للموضوعات الصحية أوممارسة أنشطة دعائية وترويجية للتوعية الصحية**، فعلى سبيل المثال أظهرت نتائج دراسة (مها مختار،2020)[18] عن حملة 100 مليون صحة أن موقعى اليوم السابع ومصراوى تناولا الحملة من منظور سياسى وقومى أكثر من الجانب الطبى، وجاء الإعتماد على المسئولين الحكوميين كمصادر للمعلومات بصورة كبيرة.

وانتهت دراسة (Celine Klemm Vrije..et al , 2019)[19] بأن طبيعة أدوار الصحفيين وخصائصهم المهنية تتحول عند تغطية الأزمات الصحية ذات الإهتمام الجماهيرى Public Health Crises بالمقارنة بالأوضاع التقليدية بدون الأزمات، فيبرز دور المتعاون مع السلطات أكثر من الرقيب والشعور بالمسئولية لدعم المصلحة العامة بدلا من الشعور بالاستقلالية وذلك بهدف إحتواء الأزمة وعدم تقويض أوعرقلة جهود الإغاثة.

وفى إطار الترويج لصحة أفضل فقد اهتمت دراسة(Judith E. Rosenbaum, et al ,2018)[20] بالتسويق الإعلامى للأطعمة ذات الفوائد المعززة للصحة والمضادة للشيخوخة، حيث نجحت الخطط الدعائية فى زيادة إقبال الجماهير على هذه النوعية من الأطعمة رغبة منهم فى اتباع أسلوب صحى يُمكِنهم من الحفاظ على شبابهم، واستندت تلك الخطط إلى بيانات دقيقة لاستخدامها عند تعرضهم للمسائلة من جانب أحد المستهلكين لتلك الأطعمة.

وباعتبار أن مجال الرعاية الصحية له أهمية نسبية فى الاقتصادات الحديثة ونفقات الأسرة، فقد تناولت دراسة(Ainara Larrondo Ureta & Teresa Santos Diez , 2017)[21] المجلات الأسبانية المجانية الرعاية الصحية التى تقدم نصائح ومعلومات مفيدة تتعلق بالعافية والصحة البشرية بهدف تحسين جودة الحياة، وخلصت إلى أن تلك المجلات تكافح من أجل البقاء فى ظل بيئة تعانى من أزمة مالية.

وتوصلت دراسة (Izabella Lignowska, et al ,2016)[22] إلى أن منتجى الرسائل الإعلامية التى تروج لأسلوب حياة صحى ببولندا يحتاجون إلى مراعاة العقليات المختلفة للجمهور لأن معرفة الاستعدادات العقلية للجماهير المستهدفة قد تساعدهم فى جعل الرسالة أكثر ملائمة فى تحقيق هدف تعزيز الصحة.

وتستخدم المؤسسات والشركات الطبية مجموعة متنوعة من الأساليب للتأثير على الجماهير من خلال عرض وترويج منتجاتها، ويتم ذلك أحيانا دون الإهتمام بالمصلحة العامة التى تقتضى عرض المعلومات الدقيقة فقط، وهذا ماتوصلت إلية دراسة (Bronwen Morrell , Rowena Forsyth, Et Al , 2015)[23]، والتى خلصت أيضا إلى قيام هذه المؤسسات بتنمية علاقاتها مع الصحفيين والمؤسسات الإخبارية بهدف توجيه المعلومات التى يتم نقلها عبر وسائل الإعلام لخدمة مصالح تجارية وإقتصادية.

وتناولت دراسة (نرمين صابر، 2015)[24] تطور الإهتمام بقضايا المرأة الصحية بالمجلات المتخصصة فى النصف الثانى من القرن التاسع عشر، وخلصت الدراسة إلى ظهور تأثر الصحفيين العلميين فى مصر خلال تلك الفترة بالأفكار العلمية التمييزية ضد المرأة كالهجوم على دورها كمقدمة للخدمة الصحية، وإلقاء اللوم عليها فى نقل بعض الأمراض.. وغيرها، وخلصت دراسة (ناعس خضر، 2013)[25] إلى قيام الصحافة بعمل حملات إعلامية صحية بهدف التوعية فى بعض الأمراض من خلال استخدام الاستمالات العاطفية والإعتماد على الكلمات الواضحة والبسيطة خاصة العناوين لجذب انتباه القارئ كما توصلت الدراسة إلى للصحافة الإجتماعية تأثير أكبر فى نشر الوعى الصحى، ودراسة (Michelle Imison & Simon Chapman, 2013)[26] والتى تناولت التغطية التليفزيونية للفصل الجراحى الناجح فى استراليا، وتوصلت الدراسة إلى ندرة التغطية الإعلامية للمشاكل الصحية المألوفة أوالاعتبارات الصحية العادية بينما تبرز الجدارة الاخبارية لحالة طبية نادرة خاصة عندما يتم تناولها فى إطار إنسانى درامى مرهون بأطر الإنقاذ والشعبوية.

وحاولت دراسات أخرى **استكشاف دور مواقع التواصل الإجتماعى فى تعزيز صحة الإنسان وكذلك التأثيرات السلبية لتلك المواقع**، فقد أفادت نتائج دراسة (Marie Plaisime,..et al , 2020)[27] بتأكيد المراهقين بأن تلك المواقع هى أداة اتصال صحية واعدة وفعالة ويمكن تعزيز دورها من خلال الحرص على نشر رسائل صحية جذابة ومخصصة للجمهور المستهدف ومن مصادر موثوقة، وتمثلت أهم الموضوعات لدى الجمهور فى متابعتها بتلك المواقع فى اللياقة البدنية، الصحة الجنسية، والتغذية، فى المقابل أشارت دراسة (Greta Buda ,..et al , 2020)[28] إلى التأثيرات السلبية المحتملة لاستخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى منها ضعف النشاط البدنى، اتباع سلوكيات صحية سلبية نتيجة تصورات خاطئة، انخفاض نسبة الرضا عن الحياة والذات، انخفاض عدد ساعات النوم.

وتوصلت دراسة (سحر السديرى، 2019)[29] إلى إتيان الإعلام الإجتماعى كأبرز قناة لنشر رسائل الحملات الصحية يليه المطبوعات ووسائل الإتصال الشخصى ثم الإذاعة والتليفزيون، وأكدت نتائج دراسة (Casimir Macgregor..et al, 2018)[30] على الدور المهم لمواقع التواصل الاجتماعى خاصة الفيسبوك فى رقمنة القطاع الصحى وخدمة أصحاب المصلحة " المرضى والعاملين بمجال الرعاية الصحية " والعمل على تحسين محو الأمية الصحية وزيادة الوعى لدى الجماهير وحل الكثير من المشاكل

الطبية فى باكستان وتمثلت أكثر القضايا محل الاستفسار والمناقشة فى قضايا صحة المرأة، أمراض الأطفال، المشاكل النفسية.

ومن نتائج دراسة (محمد فاضل، 2017)[31] تنوع الموضوعات فى شبكة الفيسبوك وتمثلت الإشباعات التى تحققت فى زيادة الثقافة الصحية، الإهتمام بالنظافة الشخصية، اكتساب عادات صحية سليمة، الفحص المبكر للأمراض.

بينما أبرزت دراسات أخرى **دور الوسائل الإعلامية فى التثقيف والتوعية الصحية،** فقد إتضح من نتائج دراسة (رانيا عبدالجواد وآخرون، 2020)[32] الدور الإيجابى لوسائل الإعلام فى نشر الثقافة الرياضية والصحية وقدرتها على اكتساب الطالبات لهذه الثقافة بمجالاتها المختلفة.

وتمثلت أبرز مصادر الأطفال فى الحصول على المعارف الصحية وفقا لنتائج دراسة (سوسن أبوزيد، 2019)[33] فى الفضائيات المخصصة للطفل، وتمثلت أبرز تأثيرات الإعتماد على هذه المصادر فى: الحصول على المعرفة الصحية نحوالأمراض المعدية والوقاية منها، ممارسة الرياضة، المحافظة على البيئة، التغذية السليمة، وإنتهت دراسة (لدمية عايدى، 2018)[34] إلى أن الإذاعة تساهم فى تثقيف المرأة صحيا بدرجة متوسطة بسبب عدم كفاية مضامينها الصحية.

وأكدت دراسة (مبروكة سلوم، 2017)[35] على صحة فرضية مساهمة القنوات الفضائية الخاصة فى تنمية الثقافة الصحية، حيث تُمَكن مُتابعيها من تنمية إهتماماتهم بالبيئة والتغذية الصحية والمتوازنة وكذلك توعية الأفراد بالأمراض المعدية ومخاطرها وكيفية الوقاية منها.

وخلصت دراسة (فاطمة عبدالرحمن، 2016)[36] إلى أن ما يزيد عن نصف عينة الدراسة يزورون المواقع الإلكترونية الصحية بنسبة متوسطة، وتمثل أبرز عامل مؤثر فى درجة ثقتهم بالمواقع الإلكترونية الصحية فى شهرة المؤسسة الطبية المالكة للموقع، وبينت دراسة (عثمان العربى، 2014)[37] أن الوعى الصحى للشباب يتأثر بشكل كبير بمصادر الإتصال الشخصى أكثر من تأثره بمصادر الوسائل الإعلامية سواء كان هذا التأثر إيجابيا أوسلبيا، وتم تفسير ذلك فى إطار أن معظم الوسائل الإعلامية لا تهتم بمناقشة القضايا الصحية وتوعية الجماهير بها بشكل كاف، وتوصلت دراسة (العرجان جعفر وآخرون، 2013)[38] إلى وجود فروق إحصائية دالة فى مستوى الوعى الصحى بين الذكور والإناث لصالح الإناث، كما جاءت وسائل الإعلام كأبرز المصادر التى يحصل الجمهور منها على المعلومات الصحية.

وتوصلت دراسة (فاطمة الزهراء، 2011)[39] إلى أن المواقع الإلكترونية السعودية لم تستطع القيام بدورها المطلوب فى التوعية الصحية وإكتفت بالوقوف عند مرحلة تقديم المعلومة فقط، مما يؤدى لعدم امكانية تعديل توجهات الجمهور وترشيد ممارساته فى القضايا الصحية المختلفة.

وعن الدراسات التى تناولت **الإعلانات الطبية،** فقد أكدت دراسة (منى عبدالوهاب، 2014)[40] للإعلانات الطبية على عدم إلتزام القائم بالإتصال الإعلانى فى هذه الصحف بأخلاقيات وضوابط نشر هذه الإعلانات، وتمثلت أهم التجاوزات فى: نشر بعض الإعلانات المجهلة، الإحتواء على ألفاظ خادشة للحياء، سوء توظيف المرأة، تضمين هذه الإعلانات إدعاءات بأن هذه الأدوية مانحة للقوة والنشاط والحيوية وغيرها دون الإشارة لآثارها الجانبية الخطيرة.

أما دراسة (هميسى نور الدين وحامدى ياسين، 2020)[41] فقد جسدت الرسائل الإشهارية " صورة ذات المستهلك " من الناحية النفعية من خلال توضيح خصائص المنتج الطبى وتقديمه كحل للمشاكل الصحية، كما وظفت هذه الرسائل الإشهارية بعض الإستراتيجيات

والإستمالات الإقناعية والمتعلقة أساسا بالإستراتيجية العقلية التى عملت على إبراز النفعية والفعالية للمنتج الطبى فى معالجة المشاكل الصحية إلى جانب توظيف إستمالة التخويف لجذب الإنتباه والتركيز.

كما يتضمن المحور الفرعى الثانى دراسات تناولت **معالجة الإعلام والصحافة لأمراض وأوبئة محددة،** فعلى سبيل المثال نجد دراسات عن **سارس** كدراسة (Christopher E. Beaudoin,2007)[42] حول الأطر الخبرية للمرض بكل من وكالتى شينخوا وأسوشيتدبرس، وتمثلت أبرز أطر المعالجة فى: المسئولية، الفائدة أوالمصلحة العامة، العواقب الإقتصادية، ودراسة (Zixue Tai & Tao Sun , 2007)[43] التى أكدت على علاقة تبعية وسائل الإعلام فى ظل ظروف البيئة الإجتماعية والسياسية شديدة التحكم والتى لم تكن مواتية للتدفق الحر للمعلومات أثناء أزمة صحية كبرى مثل سارس، وبالتالى برزت الإنترنت كأداة لتجاوز السيطرة الرسمية بإنشاء قنوات معلومات بديلة واستخدامها لتداول المعلومات فى الصين، وبحثت دراسة (Christine C. M. Leung & Yu Huang ,2007)[44] فى الممارسات الصحفية لتغطية تفشى مرض سارس فى الصين وفيتنام بالتطبيق على الصحافة الأمريكية، الكندية، السنغافورية، البريطانية والاسترالية، وتوصلت الدراسة إلى تغطية الصين بصورة سلبية.

وعن مرض **الإيدز** فقد أكدت دراسة (Thomas Owen , 2018)[45] بأن تغطية فيروس الإيدز كانت تستهدف دعم برامج العلاج والترويج لها إلا أن التغطية كثيرا ما كانت تتأثر بالأجندة السياسية، الأمر الذى أدى إلى استمرار الوضع الكارثى فى بعض المناطق، وتوصلت دراسة (Austin C Okigbo & Bellarmine A Ezumah , 2017)[46] على قوة وسائل الإعلام السائدة التى غالبا ما تقوم بتعزيز الصور النمطية المتجذرة لإفريقيا ومنها انتشار المرض خاصة فى جنوبها.

أما مرض **السرطان** فجاءت دراسة (أحمد الحسن، 2019)[47] التى كشفت إهتمام صحف الدراسة باستخدام أطر الإهتمامات الإنسانية، المسئولية، والصراع فى تغطيتها للمرض كما دأبت الصحف على إبراز الأطباء والمتخصصين كقوى فاعلة، ودراسة (Grant) Lewison, Ajay Aggarwal , Et Al ,2018[48] التى تناولت تغطية الصحف البريطانية لإنشاء صندوق أدوية مرض السرطان، وتوصلت إلى أن التغطية الصحفية كانت إيجابية للغاية بشكل أساسى خاصة صحيفة ديلى ميل التى دعمت فكرة تمديد فكرة الصندوق إلى اسكتلندا، إلا أن التغطية أهملت الآثار الجانبية الشديدة التى حدثت لبعض الحالات.

وخلصت دراسة (Yong-Chan Kim et al, 2017)[49] إلى أن الصحفيين المتخصصين فى المجال العلمى كانوا أكثر استخداما لأطر المسئولية والسبب والحل بالمقارنة بغير المتخصصين عند تغطيتهم لأخبار مرض السرطان، وتوصلت دراسة (سحر أبوالهيجاء، 2015)[50] إلى وجود غياب واضح لدى الصحافة الأردنية اليومية المطبوعة فى تغطية الموضوعات الخاصة بالتوعية بسرطان الثدى، وعدم وجود أجندة مسبقة لأهمية التوعية بضرورة الكشف المبكر عنه، وأكدت دراسة (منتصر الفكى، 2012)[51] على أن الحملات الإعلامية التوعوية تساهم بقدر كبير فى جمع التبرعات بصورة أكبر وأسرع مما يساعد فى تبنى عدد أكبر من الحالات المصابة.

أما مرض **أنفلونزا الخنازير H1N1**، فقد أكدت دراسة (Cécile Rousseau1, Nicolas Moreau, Et Al.. , 2015)[52] على ضرورة التنسيق بين السلطات الصحية ووسائل الإعلام لتعزيز الإلتزام لدى الجماهير، كما توصلت إلى أن المبالغة فى تقدير المخاطر قد يُقوض مصداقية السلطات الصحية، وتمثلت الأطر السائدة للجائحة بصحيفة The Times Of India فى الذعر بأنه مرض قاتل، إسناد المسئولية، المصلحة الإنسانية وذلك فى دراسة[53] (Pradeep Krishnatray & Rahul Gadekar Mudra , 2014)

وأشارت الصحافة الأسترالية بدراسة (Kate Holland , Melissa Sweet..Et Al , 2014)[54] إلى تضارب المصالح بين مصادر الخبراء والمتخصصين من جهة والسياسيين خاصة مع تصاعد قوة الإعلام فى تشكيل آراء الجماهير، كما توصلت الدراسة إلى تأثر التغطية بعدة عوامل أهمها توقعات الجمهور، سمات الوسيلة، المعتقدات الشخصية للصحفيين.

ووصفت دراسة (Peter LM Vasterman & Nel Ruigrok , 2013)[55] تلك الجائحة بالإعلام الهولندى بكل من الأنفلونزا المكسيكية والوباء العالمى الكارثى، وتوصلت الدراسة إلى أن التغطية الإعلامية كانت مكثفة ومثيرة للقلق وتم وصفها بالتغطية المزعجة بالإعتماد على إطار التهديد بتوقع أن يصبح الوضع أكثر سوءا مع استخدام إطار الاهتمام الإنسانى بالتركيز على المصابين والمتوفين.

ودراسة لـ (Tiffany Sande, 2013)[56] عن تأطير الصحافة الاسترالية والسويدية لأنفلونزا الخنازير حيث خلصت إلى أن وسائل الإعلام توثر على استجابات الجمهور من خلال ما تقوم به من تشكيل للمخاطر، وأفرز الخطاب الصحفى بدراسة(سحر الصادق، 2010)[57] عدة أطروحات أهمها: سبل الوقاية من الوباء، الجهود الرسمية للحد من انتشاره، الدور الإيجابى للمسئولين، الآثار الناجمة عن انتشاره، طبيعة الفيروس والتعريف بخطره، رد فعل المواطنين ومخاوفهم من الوباء، قضية اللقاح وإنتاجه وتوفيره، وكشفت نتائج دراسة (عبدالخالق زقزوق، 2016)[58] عن التغطية الصحفية لأزمة **فيروس سى** كانت سطحية بما لا يتلائم مع أزمة على قدر كبير من الأهمية، فكانت مفتقرة للتحليل والتفسير اللازمين للفهم وكذلك تقديم الخلفيات وربط الأحداث بسياقاتها الصحية والإجتماعية فبدت المعالجة جزئية ومبتورة ومعزولة عن سياقها.

وعن **الموضوعات النفسية والعقلية**، فقد تناولت دراسة(Anne O' Brien , 2020)[59] إنتاج القصص الصحفية حول الصحة النفسية والانتحار والتى أشارت إلى وجود عدة معايير مهنية عند نقل هذه النوعية من الموضوعات تتمثل فى: الموازنة بين المصلحة الإعلامية والمصلحة الشخصية، الحد من استخدام سمات سلبية قد تسبب وصمة عار للمنتحر أوالمريض، الأخذ فى الاعتبار مشاعر أهالى المصابين، مراعاة حساسية للموضوع الانتحار، وإرشاد الجماهير لخطورة بعض الأمور المؤدية لهذا المصير، كما ناقشت دراسة(Louis D. Brown,..et al , 2019)[60] دور الصحافة فى تعزيز الصحة العقلية والقضايا الإجتماعية ذات الصلة، حيث تعمل الصحافة كأداة للدعوة وعرض الحلول وتجنب استخدام الصور النمطية السلبية عنهم ومحاولة مساعدة الأشخاص الذين يعانون من مشاكل الصحة العقلية.

أما المحور الفرعى الثالث والخاص بالبيئة، فينقسم إلى دراسات تناولت قضايا بيئية محددة، ودراسات أخرى تناولت الإعلام البيئى بشكل عام، وفيما يتعلق بالدراسات التى اهتمت بقضايا بيئية بعينها، فقد إحتلت قضية **الاحتباس الحرارى أوالتغيير المناخى** الأولوية فى التناول البحثى

فعلى سبيل المثال خلصت دراسة (Stefanie Walter ,..et al , 2019)[61] إلى أن قضية التغير المناخى من القضايا العلمية التى تتطلب إجراءات مجتمعية عاجلة مع الحاجة إلى التواصل بين مختلف أطرافها كالعلماء، السياسيين، والعامة من الجمهور، وتتيح منصات التواصل الاجتماعى التفاعل بسهولة بين هذه الأطراف سواء كان التفاعل بين كل طرف وأقرانه أوبين الأطراف وبعضها البعض، وعن تغطية الصحف التنزانية للقضية بدراسة (Emmanuel Elia , 2019)[62]، فقد تفوقت جريدة The Guardian Of Tanzania على جريدة Daily News فى كلا من: عدد الموضوعات الت تناولت التغير المناخى، درجة التعمق فى التغطية، كما تميزت الأولى بزيادة عدد الصحفيين المتخصصين فى المجال العلمى.
وتوصلت دراسة (Jill E. Hopke & Luis E. Hestres , 2018)[63] إلى أن استخدام وسائل الإعلام البديلة المتمثلة فى تويتر بالمقام الأول فى مناقشة القضية كان من أجل الصالح الاجتماعى، وتم مناقشة القضية من خلال ربط تأثيرات المناخ بالحياة اليومية لمليارات الأشخاص حول العالم، وتمثلت المصادر الأكثر حضورا بالقضية على تويتر فى النشطاء والمنظمات غير الحكومية والخبراء العلميين، أما تغطية كبرى الصحف الأيرلندية للقضية فقد أوضحت نتائج دراسة (Paul Wagner & Diane Payne , 2017)[64] أن التغطية تمت بأساليب متحيزة باستخدام أفعال محددة وتقديم أدلة لدعم الحجج الواردة، كما تم تقديم القضية من خلال إعادة إنتاج أطر أيديولوجية محددة يتم التعبير عنها ومشاركتها ونشرها من جانب النخب السياسية والإقتصادية فى الدولة، وبحثت دراسة (Julia Lück,..et al , 2016)[65] فى العلاقات المتبادلة بين الصحفيين المهتمين بالقضية ومسئولى العلاقات العامة بالمنظمات البيئية غير الحكومية التى تم وصفها بأنها علاقات معقدة ومتضاربة وتؤثر عليها عدة عوامل مثل: نمط الممارسة المهنية، نوع المنظمة البيئية وتوجهها الاستراتيجى، الرغبة فى الضغط أوالحشد الشعبى نحوالقضية، أجندة وسائل الإعلام، وأجندة صناع القرار السياسى.
وكشفت دراسة (Mofizur Rhaman, 2016)[66] عن تحولات كبيرة فى معالجة القضايا المتعلقة بالعدالة المناخية وذلك ما بين فقدان الأمل فى حل المشكلة، العدالة التعويضية والتوزيعية بين الدول المسببة للمشكلة والأخرى الضحية لها، المشاركة الدولية فى تناول القضية، والتصورات المحلية فى معالجة المشكلة، وأكدت دراسة (Atle Midttun ,2015)[67]التى تناولت التغطية الصحفية للقضية بالمقارنة بين الغرب الغنى " النرويج "، والشرق الناشئ بقوة " الصين "، والجنوب النامى " غانا "، حيث اهتمت التغطية بإبراز حلول للمشكلة كان أبرزها: العمل الجماعى للتخفيف من حدة تغير المناخ، وضرورة اتباع سياسة مناخية مشتركة أكثر فعالية من أجل التنمية، وتنفيذ استراتيجية النموالأخضر للحد من الإنبعاثات الحرارية.
ودراسة (Sven Engesser & Michael Brüggemann , 2015)[68]التى تم تطبيقها على صحفيى خمس دول " ألمانيا، الهند، سويسرا، بريطانيا، أمريكا " والتى انتهت إلى أن الصحفيين يلعبون دورا مهما كوسطاء للمعلومات العلمية وتؤثر تفسيراتهم للقضية على إتجاهات الرأى العام نحوها، وتمثلت الأطر الأساسية المشتركة للقضية فى: مسئولية العالم الصناعى عن المشكلة، إطار الإصلاح فى السياسات الاقتصادية للبلدان الصناعية، الإعتماد على التكنولوجيا لحل المشكلة أوما يُعرف بإطار " التفاؤل التكنولوجى "، إطار الاستدامة فى

ضرورة تغيير سلوك المستهلك أوإلقاء اللوم على الثقافة الاستهلاكية، كما أشارت النتائج أن التمثيل الجدلى للقضية هوالسمة الأساسية لمعالجتها صحفيا باعتبارها صراعا بين التحذير والإنكار.
وأكدت دراسة (Michael Brüggemann & Sven Engesser, 2014)[69] على وجود فجوة ملحوظة بين المناقشات العامة والعلمية حول تغير المناخ، الأمر الذى تسبب فى حدوث انقسام بين العلم والرأى العام، وتوصلت الدراسة إلى أن التغطية العلمية للموضوعات البيئية غالبا ما تفتقر لربطها بالسياق المناسب وكثيرا ما تعانى من التحيز والتقلبات غير المبررة فى الرأى سواء بقصد أوغير قصد، وخلصت دراسة (عادل عبدالغفار، 2011)[70] إلى تفاوت إدراك المبحوثين لأسباب حدوث تغيرات المناخ وكذلك تفاوت إدراكهم لمخاطر تغيرات المناخ على المستوى العالمى وذلك وفقا لما تركز عليه وسائل الإعلام على مستوى الأسباب والمخاطر ووفقا لتركيز الأفراد تعلى المعلومات الأساسية دون التطرق للتفاصيل.
وهناك دراسات تناولت قضايا **الطاقة** مثلما إهتمت دراسة Hajo G Boomgaarden ,..et al 2016),[71] بقضية الطاقة النووية، وأظهرت النتائج ازدياد قدر التشابه الإخبارى بين الصحف فى تناولها لهذه القضية، الأمر الذى تم تفسيره فى إطار الإعتماد المتزايد للصحف على المحتوى المدعم الذى توفره وكالات الأنباء حول مستجدات الموضوع، وأخرى عن **الطقس** فقد تناولت دراسة (Jeremy L Shermak & Kelsey N Whipple , 2020)[72] استخدام اليوتيوب لمناقشة القضايا البيئية خاصة الطقس حيث تم إطلاق قناة بإسم we love weather باختصارwlw ، وتوصلت الدراسة إلى استخدام هذه القناة كمساحة تقارب إيجابية ومفيدة، كما كانت بمثابة أداة إخبارية معتمدة على المصادر الجماعية وقوة إبداعية متفردة، حيث يقوم المشاركون بإنشاء محتوى حصرى ومتخصص عن الطقس ثم يتم تداوله بعد ذلك، ونجحت القناة فى القيام بأهدافها المنوطة بها إلى حد كبير.
وإهتمت دراسة (Angela Zottola , Dimitrinka Atanasova..Et Al , 2020)[73] بكيفية مناقشة الصحافة البريطانية لمشكلة **تلوث الهواء بالنيتروجين** فى الفترة من 1984 - 2018، وتم إلقاء الضوء على المشكلة من خلال أطر: النشاط لكل من الجمعيات الخيرية – المنظمات البيئية، إطار المسئولية لكل من الحكومة والسياسيين ورجال الصناعة، إطار التهديد حيث يشكل تلوث النيتروجين تهديدا كبيرا للحياة على الكوكب، إطار الآثار المحتملة للتلوث، وأشارت النتائج أنه بدلا من محاولة معالجة المشكلة وإيجاد حلول لها بل يتم سيطرة السياسيين على التغطية لاستغلال القضية لكسب مزيد من الأصوات أثناء العملية الانتخابية.
أما الدراسات التى تناولت **الإعلام البيئى بشكل عام** هى: دراسة (كلتوم صدراتى، 2020)[74] التى أشارت إلى مواجهة الإعلام البيئى للعديد من التحديات التى تؤول دون تحقيق أهدافه ويعود هذا إلى غياب النصوص التنظيمية والتدابير الإجرائية التى توضح كيفية الحق فى ممارسة الإعلام البيئى والإطلاع على كافة المعلومات البيئية بالإضافة إلى عزوف كلا من مؤسسات المجتمع المدنى والإعلاميين المهتمين بالشأن البيئى عن مطالبة المؤسسات والجهات الرسمية بالمعلومات والمعطيات الخاصة بالبيئة الطبيعية.
وخلصت دراسة (سهام شفرور وعبدالرازق حموش، 2020)[75] إلى أن الصفحات الفيسبوكية للجمعيات البيئية أتاحت ظهور شخصيات عامة وخاصة لها دور كبير فى المساهمة فى نظافة البيئة ونشر الوعى البيئى والمساهمة فى تنظيم حملات توعوية لنشر الثقافة البيئية.

كما أشارت دراسة (Suzannah Evans Comfort ,2020)[76]إلى استخدام المنظمات البيئية المدنية للصحافة كأداة لنشر أفكارها وتحقيق أهدافها واكتساب شرعية وجودها لدى الجماهير خاصة بعد الاهتمام المتزايد بالقضايا البيئية من بعد فترة الستينيات، إلا أن الممارسات الصحفية بحاجة إلى مراجعة للاستفادة منها بصورة كاملة، ودراسة (إيمان عز العرب، 2019)[77] والتى توصلت إلى سطحية تناول الموضوعات البيئية، وتسليط الإعلام الضوء على الحدث والجوانب الصارخة به أكثر من التركيز على أسباب وقوع الظاهرة وجذورها العميقة مع غياب التغطية التحليلية والتفسيرية وآليات المواجهة، والإكتفاء بتوجيه الخطاب إلى النخبة والمثقفين، الأمر الذى يضعف القدرة على الإقناع والتأثير الفاعل فى الجمهور، وتمثلت أبرز القضايا البيئية بالصحافة العراقية بدراسة (فوزى الهنداوى، 2018)[78] فى: مشكلة التصحر وآثارها السلبية، التلوث الإشعاعى نتيجة الحروب والتفجيرات الإرهابية، تلوث الأنهار وجفافها، تلوث الهواء، بينما جاءت أهم القضايا البيئية التى ناقشتها الحملات الإعلامية بدراسة (إيمان حسين وسلوى الجيار، 2018)[79] فى: تلوث الخزانات الخاصة بالشرب وكيفية تنظيفها وتعقيمها لكى تصبح خالية من البكتيريا والفيروسات المسببة للأمراض الخطيرة، سوء استخدام المزارعين للمبيدات الحشرية السامة للتخلص من الحشرات والآفات

، وتناولت دراسة (T. Nirmala I. Arul Aram, 2018)[80] أكثر الموضوعات البيئية اهتماما بها فى التأثيرات البيئية الضارة كتغير المناخ، ندرة المياة، الخلل بالتنوع البيولوجى، زيادة انبعاثات الغازات السامة، تلوث المياة الجوفية وغيرها.

وتوصلت دراسة (Lindsay Green-Barber ,2018)[81] إلى التأكيد على فعالية استخدام الكوميديا فى مناقشة القضايا البيئية كإستراتيجية إبداعية زادت من فهم الجمهور لمشكلة محلية خطيرة، وزيادة التفاعل المحتمل لحلها واكتساب المعارف لدى الجمهور وزيادة ادراكهم بحقائق الموضوع، إلا أن الدراسة حذرت من استخدام الكوميديا بشكل مفرط حتى لا تُحدث نتائج عكسية بالتهوين من المشاكل الواقعية وإهمالها.

وتناولت دراسة (Wiebke Rögener & Holger Wormer TU , 2017)[82] (تقييم معايير الجودة فى إعداد التقارير البيئية، وتمثلت أهم المعايير التى يتم الالتزام بها: الواقعية، الملائمة، المصداقية، الاستقلالية، التدفق الحر والمتوازن للمعلومات، التنوع بينما تمثلت أكثر المعايير التى يتم الإخلال بها: الافتقار إلى السياق، والتوضيح الناقص للأدلة المدعمة للقضية.

وأثبتت دراسة (خليل عبدالله وهادية يوسف، 2016)[83] أن وسائل الإعلام العربية تجاهلت فى كثير من الأحيان تغطية قضايا البيئة من أجل الحصول على السبق الصحفى فى الموضوعات السياسية والاقتصادية مع غياب التشجيع المادى والأدبى من المؤسسات المعنية بالبيئة تجاه الصحفيين المهتمين بالتخصص البيئى، وتوصلت دراسة (هبه الديب، 2015)[84] إلى وجود قصور شديد فى معالجة برامج الأطفال للموضوعات البيئية بتليفزيون أبوظبى، حيث إحتلت الموضوعات البيئية الترتيب الثامن والأخير بنسبة (8%) من إجمالى البرامج مع عدم الإهتمام بطرح رؤى وحلول للمشاكل البيئية.

المحور الرئيسى الثانى: دراسات تناولت العلاقة بين الإعلام وجائحة كورونا

ومنها دراسات إهتمت **بوضع الإعلام أثناء الجائحة**، حيث تناولت دراسة (Kristy Hess & Lisa Jane , 2020)[85] تأثير أزمة كورونا على الصحافة المطبوعة بالتطبيق على أستراليا، حيث أعلنت أكثر من 200 صحيفة إقليمية ومجتمعية عن إغلاقها فى غضون أسابيع من بداية

الأزمة، وبأن استراليا لم تعد قادرة على الاستمرار فى تشغيل مطابعها فى أزمة غير مسبوقة، خاصة مع تأثر سوق الإعلانات وأيضا ورفض الشركات الرقمية العملاقة الدفع مقابل المحتوى، خاصة فى ظل انتشار معلومات – غير مؤكدة – بأن الورق قد يكون بمثابة مضيف للعدوى من الفيروس.

ودراسات أخرى تناولت **الدور الإيجابى لوسائل الإعلام بإختلافها أثناء الجائحة**، حيث توصلت دراسة (عبد الحفيظ درويش، 2020)[86] أنه من أهم أسباب متابعة الجمهور للمواقع الإخبارية متابعة التطورات المتصلة بالأزمة أولا بأول خاصة مع إلتزام تلك المواقع بالمعايير المهنية والأخلاقية والتى تمثلت فى تحرى دقة وصحة المعلومات، نسب الأخبار إلى مصادرها، الإلتزام بالأمانة والصدق فى نقل وكتابة أخبار الأزمة

، وخلصت دراسة (بتول السيد، 2020)[87] إلى أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على الإعلام المحلى كمصدر للمعلومات بدرجة متوسطة خلال أزمة كورونا، وجاءت أبرز التأثيرات المعرفية فى رفع الوعى الصحى، تزويدهم بمعلومات كافية ومتكاملة عن الجائحة وترتيب أولوياتهم وإهتماماتهم، أما التأثيرات العاطفية فكانت رفع الروح المعنوية والشعور الجمعى لديهم خلال الأزمة والمساهمة فى تعزيز شعورهم بالرضا تجاه إدارة الدولة للأزمة.

وتوصلت دراسة (طارق الصعيدى، 2020)[88] إلى زيادة الإعتماد على صحافة الموبايل لأسباب أهمها: سرعة وفورية نقل الأخبار والمعلومات، سهولة الاستخدام وقلة التكاليف، تتيح أشكالا متعددة للمعلومات نصوصا وصورا ورسوما وفيديو، فضلا عن إمكانية التأكد من المصداقية، وأشارت نتائج دراسة (عيشة علة، 2020)[89] إلى إمكانية التنبؤ بالدور الإيجابى لوسائل الإعلام فى تنمية الوعى الصحى ومكافحة الأزمات الصحية العالمية فى ضوء انتشار كورونا وذلك وفقا للمحاور التالية: استراتيجيات الإعلام الجديد لمواجهة المعلومات المزيفة، توجيهات الإعلام حول أهمية الإلتزام بالحجر الصحى، المواقف الصحية الإيجابية للإعلام الجديد والإلتزام بالتدابير الوقائية.

وتوصلت دراسة (حسين خليفة، 2020)[90] إلى أن الرأى العام البحرينى يحرص على متابعة فى مختلف وسائل الإعلام بنسبة بلغت 68,7%، وجاءت مواقع التواصل الإجتماعى فى مقدمة هذه الوسائل، كما أشارت النتائج إلى أن الرأى العام البحرينى لديه مصداقية بنسبة 74,3% وأشارت دراسة (Huong Le Thi.. Et Al , 2020)[91] إلى أن آخر الأخبار المتعلقة بالجائحة كانت أكثر المعلومات التى تحرص عينة الدراسة على متابعتها، تليها المعلومات المرتبطة بأعراض الجائحة، ثم الأخبار المرتبطة بمدى انتشار الوباء، كما رصدت النتائج حالة الاختلاف فى المعلومات الصحية المطلوبة عن الجائحة باختلاف العوامل الاجتماعية والاقتصادية والخصائص الديموغرافية والعرقية لعينة الدراسة.

ودراسات أخرى أشارت نتائجها إلى **الأدوار الإيجابية والسلبية للإعلام أثناء تناوله للأزمة**، فقد خلصت نتائج دراسة (هاجر محمود،2020)[92] إلى أن التغطية التليفزيونية للأزمة عمدت إلى التواصل السريع مع مصادر المعلومات لغلق باب الشائعات، وكان الإتجاه إيجابيا لأكثر من نصف عينة الدراسة نحوالأداء الحكومى للتعامل مع جائحة كورونا، وإن إتجاهات عينة الدراسة نحوتغطية التلفزيون إيجابية بينما جاءت إتجاهاتهم نحوتغطية الفيسبوك لجائحة كورونا سلبية.

وتناولت دراسة (Tracy Be Omorogiuwa , 2020)[93] تأثير التغطية الصحفية للجائحة على كبار السن بسبب ما يتم نشره من أخبار ومعلومات عن العدوى المميتة للفيروس والمآسى الإنسانية لذلك، وتوصلت الدراسة إلى تأكيد المبحوثين على ضرورة توظيف الرسائل الإعلامية فى تقديم الدعم النفسى لكبار السن، رفع مستوى الوعى لديهم، مناقشة مشاكلهم وتحدياتهم، كيفية انخراطهم اجتماعيا بشكل بديل فى ظل ظروف التباعد الاجتماعى، تحسين ظروفهم وبرامج حمايتهم الصحية أثناء الجائحة وفى أعقابها.

وخلصت دراسة (Michela Montesi , 2020)[94] إلى زيادة إعتماد الجمهور على وسائل الإعلام فى أسبانيا فى ظل زيادة الحاجة إلى المعلومات كرد فعل لتفشى حالة عدم اليقين التى نتجت من نموالأخبار الزائفة وجاءت التأثيرات الوجدانية فى المرتبة الأولى ضمن تأثيرات الاعتماد على وسائل الاعلام ونتجت من خلال تشويه سمعة بعض المشاهير أوالهيئات، استخدام لغة عدوانية أو"خشنة"، وما يشكله الموضوع من خطر على صحة وسلامة الناس.

وخلصت دراسة (Christian R. Mejia.. Et Al , 2020)[95] إلى إزدواجية أداء وسائل الإعلام تجاه وباء كوفيد 19، فقد أكدت الدراسة على الدور الإيجابى الذى تمارسه وسائل الإعلام فى رفع درجة الوعى الصحى ومحاربة الشائعات المنتشرة عبر وسائل التواصل الإجتماعى، كما أنها أحيانا لها تأثير فى بث الذعر والخوف بين الجماهير خاصة إذا ما تعامل الأشخاص مع المعلومات التى يتعرضون إليها وفقا لسماتهم وآرائهم الشخصية دون التحقق من صحة تلك الآراء.

وأبرزت دراسات أخرى **العلاقة بين النظامين الإعلامى والسياسى أثناء الجائحة** وتأثيرات ذلك، فقد أظهرت نتائج دراسة (أسماء عبدالعزيز، 2020)[96] أنه خلال المرحلة الأولى من الحظر والإغلاق كانت مستويات الثقة تجاه أداء الحكومة عالية مقارنة مع المراحل اللاحقة كما كانت أبرز الإتجاهات هى إلقاء اللوم الصاعد على الكيانات البعيدة المتسببة بالمرض وتحول مسار إلقاء اللوم إلى " لوم نزولى " طال المجموعات الإجتماعية القريبة خاصة مع تزايد أعداد الإصابات.

وتناولت دراسة (Axel Bruns , Stephen Harrington & Edward Hurcombe ,2020)[97] ديناميكيات تفشى الفيروس بما يُعرف بـ " الوباء المعلوماتى " بانتشار الشائعات من خلال نظرية المؤامرة بالربط بين تقنية الهاتف المحمول 5G فى ووهان وتفاقم الفيروس، وتوصلت الدراسة إلى وجود عدد من الأسباب التى تؤدى لانتشار المعلومات المضللة أهمها: تضخيم القصص التى تحتوى على أحداث لمشاهير ونجوم الرياضة، تداول المعلومات الخاطئة والمضللة عبر مواقع التواصل الاجتماعى محليا ودوليا مع عدم القدرة على السيطرة على انتشارها باستثناء الصين لما لهذه المنصة من طبيعة خاصة بالدولة، ارتباط الحدث بصحة الإنسان وتهديد حياته بالانتهاء واستغلال هذه المخاوف بنشر أى معلومات متعلقة بعلاجاته المحتملة، عالمية الوباء واختلاف دلالات تفسير المعلومات بسبب وجود مساحات مجتمعية شديدة التباين، تأثير ما يُعرف بـ " التحيز التأكيدى " حيث يبحث الناس عن معلومات تؤكد معتقداتهم وتصوراتهم وتجعلها أكثر قبولا لدى الآخرين.

وتناولت كلا من دراستى(Usha M Rodrigues & Jian Xu Deakin U,2020[98]، و(Jia Luo, Rui Xue & Jinglu Hu, 2020)[99] الآثار السلبية لانتشار المعلومات غير الدقيقة فيما أصبح يُعرف بإسم آفة الأخبار، ودور الحكومات فى اتخاذ إجراءات تداخلية لمنع

تدفقها حيث قامت بإصدار تعليمات عامة لإلزام المواطنين بها وكذلك توزيع النشرات التى تحتوى على مستجدات الأمر وتخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية وعقد المؤتمرات الصحفية، كما قامت بعض الحكومات بإصدار لوائح عقابية، واختلف الوضع من دولة لأخرى وفقا لما يتيحه النظام السياسى من حرية للتعبير وممارسة الديمقراطية بالإضافة إلى الرغبة فى تحقيق الأمن العام والمسئولية الاجتماعية، كما عملت بعض الحكومات مع شركات التكنولوجيا الكبرى للحد من الأخبار الزائفة، وتوصلت دراسة (آمال إسماعيل، 2020)[100] إلى أن الإعلام الرسمى قد جسَّد حلقة الوصل الفعالة بين الحكومة والجمهور وذلك بالمتابعة المستمرة لطبيعة الإجراءات الوقائية المتخذة ونقلها برسالة واضحة وبسيطة فتمثلت أهم وظائف الإعلام الرسمى فى التوعية بخطورة الوباء وكيفية الوقاية، بث روح المسئولية المجتمعية لمكافحة الوباء، كسب التأييد لجهود الدولة وخلق وعى الجمهور بها، محاربة الشائعات بالمصادر الموثوقة، وأثبتت دراسة (P. Sol Hart..et al (,2020[101] وجود حالة من الاستقطاب السياسى بالإعلام الأمريكى وإن اختلفت درجته من الصحف للشبكات التليفزيونية، فقد تساوى حضور العلماء مع السياسيين كمصادر فى الشبكات الإخبارية بينما ظهر السياسيون بدرجة أعلى من العلماء والمتخصصين فى الصحف، كما إرتفع مستوى التسييس فى المحتوى الإعلامى وبدرجة كبيرة منذ إعلان حالة الطوارئ.

وأكدت دراسة (Fernando Prieto,2020)[102] الممارسات العنصرية للمرض من خلال الوصم الإعلامى للمناطق الجغرافية الأكثر إنتشارا له مع إبراز نظرية المؤامرة وترويجها إعلاميا، إلا أنه مع مرور الوقت تغير الأمر تدريجيا وبدأ الإعلام فى ترويج الأزمة بأنها أزمة عالمية وليست محلية أو إقليمية.

أما دراسة (Dustin P. Calvillo..et al,2020)[103] فقد بحثت فى العلاقة بين الأيديولوجية السياسية والتغطية الإعلامية الحزبية الناتجة من التصورات السياسية، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام قد بالغت فى تأثير الفيروس وروجت بأن انتشاره جاء وفقا لمخطط تم وضعه مسبقا كما إختلفت الرؤية الإعلامية من حزب لآخر، فعلى سبيل المثال اعتقد ذوى الميول الديمقراطية أن تفشى المرض يمثل تهديدا كبيرا بصورة أقل من المحافظين.

وأشارت نتائج دراسة(Jun Wen , Joshua Aston , Xinyi & Tianyu Ying , 2020)[104] إلى الإساءة لصورة الصين وتعرض مواطنيها للإضطهاد العنصرى فى بعض الدول جراء ما تتناقله التغطية الإخبارية الغربية بما تتضمنه من نبرة عنصرية حيث انتقاد بعض العادات الصحية والغذائية للشعب الصينى، كما تم الإشارة للصين بأنها المصدر الأول والأساسى للفيروسات فى العالم، ومع تحول شمال إيطاليا إلى منطقة معزولة وشديدة العدوى فى فبراير 2020 فقط خلصت دراسة

Maria Francesca Murru (Stefania Vicari,& 2020)[105] إلى تأطير الأفكار المتداولة على تويتر كالتالى: إطارالأمال والمخاوف، إطار" نحن" مقابل " هم" وتم استخدامه فى موقعين بين شمال وجنوب إيطاليا من جهة وبين إيطاليا والصين من جهة أخرى.

وإتضح من نتائج دراسة (شيماء زيان، 2020)[106] أن المواقع الإلكترونية الرسمية أثبتت مهارتها ونجاحها فى تعاملها مع الأزمة، ووجود شفافية مطلقة فى التعامل مع الفيروس من الحكومة المصرية ومنظمة الصحة العالمية كما كان لهما دور كبير فى مواجهة الشائعات بتكذيبها وتوفير المعلومات الصحيحة للجمهور وتنمية وعيه، وأشارت دراسة (نرمين عجوة، 2020)[107] إلى أن وزارة الصحة والسكان المصرية فى إتصالها بالجمهور المصرى عبر موقع الفيسبوك أثناء الجائحة قد استخدمت استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية فى غالبية المنشورات فى مرحلتى ما قبل الأزمة والأحداث

الأولية لها، أما فى مرحلة الأزمة فقد غلب استخدام استراتيجية تخفيض الغموض لدى الجمهور تلاها استراتيجية ترويج السلوكيات الفعالة التى يجب الإلتزام بها للوقاية من الوباء وعدم الإضرار بالآخرين.
وتوصلت دراسة (مروى ياسين، 2020)[108] إلى أهمية متغير إتجاه التغطية الإخبارية لأداء الدولة المصرية ببرامج الرأى التليفزيونية فى حدوث التهيئة المعرفية لدى الشباب المصرى وذلك فى إطار تشكيل إتجاهاتهم وإصدار الأحكام المتعلقة أداء الدولة المصرية فى مواجهة الجائحة " كورونا ".
وعنيت دراسات أخرى **بالمضمون الإعلامى المتناول للأزمة**، حيث توصلت دراسة (عبد الله أطبيقه، 2020)[109] إلى أن تكتم الصين عن ظهور فيروس كورونا هوأهم أطر الأسباب الواردة بالتغطية الخبرية للأزمة بالموقع الإلكترونى بقناة روسيا اليوم الفضائية، كما أن التعاون الإيطالى الروسى هوأبرز أطر التعاون، وأن الدخول فى حالة الركود الاقتصادى هوأبرز أطر العواقب الاقتصادية، وأن تحميل الحكومات مسئولية انتشار الفيروس هوأهم أطر العواقب السياسية، كما أن تطبيق إجراءات التباعد الاجتماعى هوأكثر أطر الحلول ورودا، واهتمت دراسة (عقيله شنيقل، 2020)[110] باللوحات الكاريكاتورية بتناول أزمة كورونا بموضوعاتها المختلفة وأهمها: انتشار كورونا فى كل مكان، المخاطبة لعامة الناس باعتبار موضوع الوباء يمس كل شرائح المجتمع، التمسك بالحيطة والحذر من أجل السلامة، الانتصار للإنسان والطب على حساب الوباء والطمأنينة بتعزيز العلم والتكنولوجيا، القلق والإضطراب نتيجة الوباء، وألقت دراسة (Jessica Balanzategui ,..et al , 2020)[111] الضوء على الوظائف الاجتماعية والثقافية متعددة الأوجه لتليفزيون الأطفال الأسترالى أثناء الجائحة، وتمثلت أهم الأفكار الرئيسية للبرامج فى: إجراءات التباعد الاجتماعى، الدراسة فى المنزل عن بُعد، نقل ثقافات أخرى للأطفال وآبائهم فى ظل البيئة الإعلامية الرقمية المعولمة.
وتناولت دراسة (Anna Andreeva ,..et al , 2020)[112] تغطية وسائل الإعلام الروسية للعنف المنزلى أثناء جائحة كورونا خاصة على المرأة، وانتهت تلك الخطابات إلى زيادة مواجهة المرأة للعنف فى ظل إجراءات العمل عن بعد والتباعد الإجتماعى وتطويق بعض المدن وفرض الحظر المنزلى كمتطلب للحماية من الإصابة بالفيروس، كما ربطت وسائل الإعلام الروسية بين حوادث العنف وغياب الإجراءات التشريعية فبرز إطار الحاجة الضرورية لقانون خاص بالعنف المنزلى كوسيلة لحماية المرأة.
وتمثلت أهم القضايا التى تم تناولها بالتغطية الصحفية الأسترالية، الصينية، اليابانية، والكورية لأزمة كورونا فى دراسة (Crystal Abidin , Jin Lee,..Et Al ,2020)[113] فى الرقمنة، المعلومات المضللة وكيفية مكافحتها، كيفية العدوى وطرق الوقاية، الاضطرابات الاقتصادية، وأثبتت الدراسة تأثر التغطية بالسياقات المحلية لكل دولة على حدة بينما اتفقت فى استخدام قادة الرأى أوالمؤثرين فى المجالات المختلفة لنقل الرسائل الإعلامية للجماهير كونهم أكثر نفوذا، وأكثر قدرة على إقامة تفاعلات إجتماعية رقمية فى ظل تعزيز إجراءات التباعد الإجتماعى، كما إهتمت التغطية بالجانب الترفيهى لتقليل التوتر والقلق لدى الجمهور.
وخلصت دراسة (عبدالله عمران، 2020)[114] إلى تنوع الأطروحات الرئيسية فى الخطاب الإقناعى بالبرامج الحوارية بالتلفزيون المصرى وتركزت أهمها فى: أطروحة تحدى الوباء وتقبل خطوات الدولة فى مواجهته ثم أطروحة أن الجائحة هى قضية مجتمع وليست قضية دولة فقط والتأكيد على عمومية المسئولية وشمولية الأدوار فى مواجهة الجائحة وجاء ذلك بالتزامن مع استخدام إستراتيجية التدعيم بإعتبارها متغيرا مهما فى فاعلية الرسالة الإتصالية والتى تقوم على أن المضمون الذى يلقى تدعيما إجتماعيا أومن المحيطين يؤثر أكثر فى أفراد الجمهور وذلك من خلال التركيز على الخطاب التضامنى لأفراد المجتمع.

وأظهرت نتائج دراسة (عرين الزعبى، 2020)[115] أن غالبية أفراد العينة يتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة خاصة القنوات المحلية وتمثلت أهم الآثار الناتجة من متابعة المبحوثين من النخبة لأزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية فى: تكوين الإتجاهات إزاء أزمة كورونا، إزالة الغموض عن الأزمة من خلال الإمداد بالمعلومات اللازمة، اكتساب قيم وعادات وصفات جديدة، الشعور بالخوف والقلق الناتج من أزمة كورونا وتداعياتها وفى نفس الوقت تقديم الدعم المعنوى حيال الأزمة الراهنة، وإتخاذ ردود أفعال والقيام بسلوكيات إيجابية حيال الأزمة.

وتوصلت دراسة (محمد الأمين، 2020)[116] إلى أن التغطية الإعلامية للأزمة الصحية كانت تغطية مستمرة ومستدامة، وأبرزت هذه الأزمة أهمية الإعلام الصحى الذى يجب أن يعتمد على كوادر متخصصة وذات مهنية عالية، وخلصت دراسة (أنس الحسيسن، 2020)[117] أن المتلقى المغربى فى زمن كورونا كان أمام خطابين الأول رسمى حيث دأبت وزارة الصحة المغربية آليات التواصل العمومى على التواصل اليومى مع المواطنين إذ دأبت الوزارة على إصدار نشرات يومية لتناول مستجدات تطور معطيات انتشار الوباء موازاة مع تواصلها الدائم فى تكذيب ما يروج من أخبار زائفة، أما الخطاب الثانى فهو خطاب عمومى باستخدام مواقع التواصل الإجتماعى رغم أن البعض رأى فى هذه الخطوة التواصلية هدفا إلى خلق أبطال جدد وإنتقاء الأخبار والحقائق والمواقف والتصريحات حسب المصلحة ودون مراعاة التنويع والتعتيم على الآراء والمواقف المخالفة.

وبينت نتائج دراسة (الهيئة العليا المستقلة للإتصال السمعى والبصرى بتونس، 2020)[118] تخصيص القنوات التلفزيونية المرصودة حوالى 75% من البث خلال فترة الذروة لتغطية المستجدات المحلية والعالمية للأزمة، كما أوضحت الدراسة تخصيص القنوات التليفزيونية المرصودة جوالى21 ساعة من البث للومضات التوعوية طيلة فترة الرصد وإعادتها أكثر من 1115 مرة، هذا بالإضافة إلى تباين الحجم الزمنى الإجمالى للتغطية الإعلامية وبث الومضات التوعوية طيلة فترة الرصد بين القنوات التلفزيونية المرصودة.

وتوصلت دراسة (سمير محمد، 2020)[119] إلى الاستغلال السياسى للجائحة بجميع أغلفة المجلات كتوجه عام للخطاب البصرى لتلك المجلات خاصة الترويج لأفكار إنهيار العولمة فى مرحلة ما بعد كورونا، وإنفراد مجلة Caixin الصينية بالترويج لخطاب طبى صحى ومن ثم برز الأطباء والعاملين بالقطاعين الصحى والطبى كقوى فاعلة على أغلفة المجلة الصينية فى حين برز قادة الدول ورموزها السياسية كقوى فاعلة فى المصور والمجلة وTime الأمريكية وعكست أغلفة المجلات التداعيات الإقتصادية للجائحة ممثلة فى إنهيار حاد فى أسعار النفط وارتفاع معدلات البطالة خاصة فى أمريكا.

وإهتمت دراسات أخرى بالبحث فى **الأدوار البارزة لمواقع التواصل الإجتماعى أثناء الأزمة بإيجابياتها وسلبياتها**، فقد توصلت دراسة (خالد الفرم، 2017)[120] إلى أن الإتجاهات الحديثة للمنظمات الصحية فى برامجها التوعوية تقوم على تؤامة منصات شبكات التواصل الاجتماعى فى التخطيط وتوسيع التواصل مع الجمهور والمجتمع المحلى، وإدارة الانطباع والسمعة بما يعزز الخدمات الصحية للمنظمات الصحية وتحسين مصداقيتها وزيادة الوعى حيال الأمراض والبرامج الوقائية، وبالرغم من أن 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعى فى التوعية حيال مرض كورونا، ما يعنى غياب استراتيجية صحية وطنية تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية فى الإنخراط فى الجهد الوطنى الصحى.

وتناولت دراسة(José Van Dijck,& Donya Alinead 2020)[121] ديناميكيات وسائل التواصل الإجتماعى فى تكوين قنوات للإتصال بين أطراف الأزمة كالعلماء وصانعى السياسات

والصحفيين والمواطنين خلال فترة تفشى فيروس كورونا فى هولندا وتحديد المخاطر والفوائد المحتملة جراء هذا التبادل، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الإجتماعى تستطيع تقويض أوتعزيز الثقة بشكل فعال نحوجهة أوشخص ما خلال الأزمة كما استطاعت إكساب الجمهور الوعى الصحى والخبرة العلمية سواء فى مرحلتى الاستجابة السريعة للأزمة الطارئة ومرحلة تنفيذ استراتيجية الخروج الذكى منها، وتمثلت أهم مخاطر استخدام وسائل التواصل الاجتماعى فى انتشار الوباء المعلوماتى، شيوع خطاب الكراهية.

وتوصلت دراسة (محمد الرشود، 2020)[122] إلى استخدام إدارات العلاقات العامة بشركات السياحة لمنصتى تويتر والفيسبوك لنشر الوعى حول جائحة كوفيد 19 وحل مشاكل الحجوزات التى يواجهها عملاؤها من خلال التواصل المباشر لإعطاء صورة إيجابية، وأوصت الدراسة بأهمية استخدام وسائل التواصل الإجتماعى لصنع علاقة عامة قوية أثناء الجائحة وبعدها.

وتناولت دراسة (Anatoliy Gruzd , Philip Mai 2020)[123] نظرية المؤامرة وكيفية تطبيقها على فيروس كورونا من خلال إثبات معلومة كاذبة والعمل على إنتشارها من خلال مواقع التواصل الإجتماعى وتم ذلك من خلال زيارة المستشفيات المحلية لالتقاط الصور والفيديوهات وهى فارغة دلالة على عدم وجود الفيروس بأمريكا وتم تفعيل هاشتاج على تويتر لتناول تلك الشائعة والعمل على انتشارها، وأثبتت الدراسة كيفية دعم نظرية المؤامرة من خلال مجموعة من الرموز من السياسيين المحافظين البارزين والنشطاء من الحزب اليمينى المتطرف وغيرها من الحسابات المؤيدة لترامب والقيام بدعوة الناس لعدم اتباع مختلف الإجراءات الإحترازية، كما انتهت الدراسة إلى أنه كيف يمكن انتشار الإدعاءات الكاذبة والمضللة التى تحركها السياسة وتدعمها قناعات قوية من جانب الجماهير وهنا تكمن صعوبة استئصال هذه النوعية من المعلومات

ومن ناحية أخرى تناولت الدراسة التجريبية لـ (Kevin Stainback & Brittany N. Hearne, 2020)[124] الاضطراب الاجتماعى العاطفى الناتج عن متابعة القصص الإخبارية المتعلقة بجائحة كورونا والتى تؤثر سلبيا على الصحة العقلية والنفسية للجمهور، وتوصلت الدراسة إلى أنه من الضرورى الحد من التعرض الكثيف والمتكرر للأخبار والصور المزعجة، خاصة وسائل التواصل الإجتماعى التى يتاح للفرد التعرض للمضمون الذى يرغب به متى وأين يشاء وأشارت الدراسة إلى تأثير وسائل التواصل الإجتماعى بقدرتها على تحويل التهديد الشخصى إلى تهديد جماعى وجماهيرى، وأكدت نتائج الداسة على وجود علاقة إيجابية بين استهلاك وسائل الإعلام والتهديدات المتصورة للأفراد المستهلكين وتكون هذه العلاقة ثنائية الإتجاه فى حالة وسائل التواصل الإجتماعى حيث إمكانية قيام الفرد بنشر أوإعادة نشر المعلومة كما هى أوبإضافة عناصر أخرى عليها، الأمر الذى يؤدى إلى تضخيم الأثر وبوتيرة متسارعة خاصة مع عالمية الجائحة وتعدد مجالاتها والأطراف المتأثرة سلبيا منها.

وخلصت دراسة(Chijioke Onuora ,..et al , 2020)[125] إلى أن الوسائط الرقمية خاصة الرسوم المتحركة المستخدمة عبر اليوتيوب والمتناولة لمعلومات الجائحة لها تأثير كبير على تعزيز الصحة لدى المتلقين عند استدعائهم لخطوات وعناصر السلوك الصحى التى تعرضوا لها من خلال تلك الوسائط، وبالتالى أكدت الدراسة على وجود علاقة إيجابية بين تعرضهم لهذه الوسائط المتضمنة المعلومات الطبية للجائحة خاصة التى يتم صياغتها بأسلوب إنسانى درامى وبين الممارسات الصحية نحوها.

وتوصلت دراسة(Lepeng Zhou, Ri-Hua Xie,Et Al.. , 2020)[126] إلى أن استخدام وسائل وتطبيقات التواصل الاجتماعى مع الأشخاص المشتبه بهم والمرضى أثناء فترة حجرهم الصحى لهم أدى إلى زيادة تلقيهم للدعم العاطفى من خلال تمكنهم من إجراء اتصالات ومقابلات مع الأهل والأصدقاء وكذلك الإجابة على استفساراتهم من جانب الأطباء المتابعين لحالاتهم، كما استطاعوا الحصول على الكثير من المعلومات وأدى ذلك إلى تحجيم حالة القلق والاكتئاب أثناء مكوثهم بالحجر الصحى.

وإهتمت كلا من دراستى (Araz Romazan Ahmed..,Et Abhay B Kadam , 2020 Al , 2020)[127] بالوقوق على التأثير السلبى لوسائل التواصل الإجتماعى جراء ما تنشره من ذعر حول مرض كورونا، وتوصلت الدراستان إلى التأثير السلبى الكبير لتلك الوسائل على الصحة العقلية للجمهور وتوازنهم النفسى خاصة الفيسبوك كأكثر شبكات الإعلام الإجتماعى استخداما والأكثر نشرا للذعر بشأن تفشى مرض كوفيد19، وأشارت الدراسة أن سيادة حالة الخوف بين الجماهير أدت إلى إتباعهم سلوكيات خاطئة وغير محسوبة وانتشار الكثير من المعلومات مما أدى إلى زيادة حالة الإرتباك لدى الجمهور وتصاعد حدة الذعر لديهم، وتوصلت دراسة (حنان عبدالوهاب، 2020)[128] إلى أن شبكات التواصل الإجتماعى والمواقع الإخبارية تعد من المصادر الرئيسية للمعلومات عن الأزمة، وجاءت الدوافع المعرفية فى مقدمة دوافع التغطية الإخبارية ثم الدوافع الشخصية، وتصدرت دوافع الخوف والتوتر مستوى الدوافع الطقوسية لدى الجمهور، كما كشفت الدراسة سيطرة الحالة المزاجية السلبية على مستوى الموضوعات المثارة عن الأزمة التى انعكست بدورها على المزاج العام والشخصى السلبى لدى الجمهور المصرى.

وخلصت دراسة (إيمان عاشور، 2020)[129] إلى وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور المصرى لمواقع وشبكات التواصل الإجتماعى للحصول على معلومات وأخبار حول فيروس كورونا والمناعة النفسية للجمهور المصرى، حيث تعتبر عملية الاستخدام والتعرض لهذه الشبكات خطوة أساسية لتلبية الحاجة المعرفية لدى العينة والتى تنبع نتيجة حاجة أساسية وهى الخوف من الإصابة ومعرفة النصائح الطبية والوقائية اللازمة للتخلص من الخطر وحماية أنفسهم من الوقوع فريسة للإصابة بفيروس كورونا، وكانت الإجراءات الوقائية اللازمة لمواجهة الفيروس أكثر المعلومات التى تسعى لمعرفتها المبحوثات وذلك وفقا لنتائج دراسة (نشوة سليمان، 2020)[130]، كما وجدت الدراسة أن مصداقية المنشورات على مواقع التواصل الإجتماعى تراجعت أمام صفحات ومواقع الجهات الرسمية على الإنترنت، كما أن النساء أبدين شعورا مرتفعا بإدراك المخاطر جراء انتشار الفيروس ونوايا سلوكية قوية لتجنب الإصابة به.

التعليق على الدراسات السابقة:

1- إهتمت أغلب الدراسات بتناول أحد الجانبين التحليلى أوالميدانى، فى مقابل قلة الدراسات التى إهتمت بالجمع بين الجانبين، وبالتالى إنعكس الأمر على استخدام أدوات جمع البيانات بالإعتماد على استمارة الاستبيان بالدراسات الميدانية ما عدا بعض الدراسات التى جمعت بين استخدام تلك الأداة وغيرها من الأدوات كالمقابلة والملاحظة، فى مقابل الدراسات التحليلية التى استخدمت أداتى تحليل المضمون وتحليل الخطاب.

2- استندت أغلب الدراسات إلى نظريات ونماذج من الشائع استخدامها مثل الإعتماد على وسائل الإعلام، إلتماس المعلومات، تحليل الخطاب، والاستخدامات والإشباعات، فى مقابل إستناد بعض الدراسات على نماذج أخرى مثل (فاطمة الزهراء، 2011) التى استخدمت نموذج الإيمان الصحى و(نرمين صابر، 2015) التى استخدمت النظرية النسوية، و(سحر السديرى، 2019) التى اعتمدت على نظرية المعرفة الإجتماعية لباندورا ونموذج المعتقد الصحى، و(عادل عبدالغفار، 2011) باستخدام نموذج إدراك المخاطر وغيرها.

3- إهتمت الدراسات الأجنبية بالجانب الكيفى بصورة أكبر من الدراسات العربية خاصة الدراسات المتعلقة بالبحث فى تقييم أوضاع الإعلام العلمى والصحى والبيئى، وذلك بهدف العمل على تطويرها من خلال استخلاص توصيات وخطط مقترحة تستهدف تصحيح مسار الأوضاع الخاطئة.

4- أبرزت الدراسات الأدوار المهمة لمواقع التواصل الإجتماعى سواء للجمهور أوالوسيلة لما تحققه من مميزات للطرفين.

5- إمتازت الدراسات الأجنبية بإجراء أبحاث إثنوغرافية بالمقارنة بين دول متعددة مثل دراسات , (Cecilia Rosen, Lars Guenther & Klara Froehlich,2016) , (Crystal Abidin , Sven Engesser & Michael Brüggemann , 2015) (, (2020, , Jin Lee,..Et Al وأبرزت الدراسات السابقة أهمية الدراسة الحالية كونها تتعلق بالتغييرات التى طرأت على أساليب الممارسة المهنية خاصة فى الجانب التكنولوجى، بخلاف سمات التغطية الإعلامية المميزة للأزمة والتى يتم دراستها بالمقارنة بين الوسائل الإعلامية المصرية، العربية، وغير العربية.

النظريات المستخدمة: [131]

1- نظرية انتشار المستحدثات "Diffusion of innovations"

نظرية انتشار المستحدثات" Diffusion of innovations" أوالمبتكرات لـ ايفريت روجرز Everett Rogers والتى تشير إلى كيفية قبول الأفكار والابتكارات الجديدة وتبنى الناس لها وتقبلها والمراحل التى تنتشر بها بين الناس وذلك بهدف تحقيق التنمية والتغيير نحوالافضل، وتتضمن النظرية العناصر الأساسية التالية:

- الفكرة المستحدثة: هي الفكرة التي يعتقد صاحبها أنها شيء جديد لا شبيه له وحداثتها بالنسبة له هي التي تحدد طريقة تصرفه حيالها، وللفكرة المستحدثة عدة خصائص تتمثل في الفائدة النسبية للفكرة المستحدثة، ودرجة ملائمتها وبساطتها وقابليتها للتجريب وإمكانية الملاحظة.

- انتقال الفكرة من شخص إلى أخر: الانتشار هوالعملية التي تذاع بواسطتها الفكرة الجديدة، وأساس هذه العملية هوالتفاعل الإنساني الذي عن طريقه ينقل الشخص الفكرة الجديدة إلى شخص آخر.

- التنظيم الاجتماعي السائد: تؤثر المعايير الاجتماعية الخاصة بالتنظيم أوالنمط الاجتماعي القائم على عملية انتشار الأفكار الجديدة، وقد تكون هذه الأنماط تقليدية تقلل من إمكانية اعتناق الأفكار الجديدة أوقد تكون عصرية تشجع اتباع هذه الأفكار وتحبذ التغيير.

- الفترة الزمنية اللازمة للانتقال: قد يسمع الفرد بالفكرة الجديدة وقد يقرر استعمالها بعد أن تكون قد جذبت انتباهه ثم يحدد مدى فائدتها له، ثم يحاول تجربتها ثم يتبناها، والمقصود بالتبني هنا العملية التي يمر بها الفرد منذ سماعه لأول مرة عن الفكرة الجديدة حتى اعتناقها التام.

وتمر هذه العملية بخمس مراحل هي الإدراك والاهتمام والتقويم والمحاولة، وأخيرًا التبني، وهوغالباً ما يكون تغييراً سلوكياً أكثر منه تغييراً إتجاهياً أوإدراكياً وهوأيضاً إختباراً حقيقياً لمعرفة مدى قابلية الفرد لتقبل أوعدم تقبل أسلوب جديد للحياة أكثر تعقيداً ومتقدماً تكنولوجياً وسريع التغيير.

وسيتم توظيف النظرية فى دراسة الأنماط المستحدثة فى الممارسات المهنية للمبحوثين أثناء كورونا خاصة فيما يتعلق باستخدامهم للتطبيقات الرقمية، والتعرف على نوعية النظام الإجتماعى فى مؤسساتهم بكونه محفزا لتبنى أفكار أوأساليب جديدة فى العمل أم معوقا للتغيير، وتحديد التصنيفات البشرية العاملة فى المؤسسات الإعلامية فيما يتعلق بمدى تبنيهم لأنماط مستحدثة بديلة تتماشى مع الظروف الجديدة التى فرضتها أزمة كورونا.

2- نظرية المسئولية الإجتماعية:

ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية في تقرير نُشر عام1947 بواسطة لجنة هوتشينز، وقد استهدفت النظرية وضع ضوابط أخلاقية للصحافة، والتوفيق بين حرية الصحافة وبين المسئولية الإجتماعية في المجتمعات الليبرالية، بعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الانتقادات بعد أن أُستخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والفوضى، مما أدى إلى إساءة الحرية أومفهوم الحرية ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسئولية في نفس الوقت.

ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع فالالتزام تجاه المجتمع يكون من خلال وضع مستويات مهنية للصدق والموضوعية والتوازن، وتجنب أي شيء يؤدي إلى الجريمة والعنف، وهنا يمكن القول أن نجاح دور الإعلام في مواجهة الأزمات يتطلب ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على مبادئ المسئولية الإجتماعية تجاه الدولة، المجتمع، والوسيلة الإعلامية وغيرها.

وسيتم توظيف النظرية بالدراسة فى تحديد الأدوار ذات الأولوية لدى المبحوثين عند تغطية الأزمة والمبادئ المهنية التى إلتزموا بها وكيفية مواجهتهم للشائعات والمعلومات المضللة خلال تلك الفترة، وإلى أى مدى تمكنوا من تحقيق التوازن بين حرصهم على السبق وتميز التغطية من جانب، وإلتزامهم بمبادئ المسئولية الإجتماعية من جانب آخر.

تساؤلات الدراسة:

- ما المجالات محل الإهتمام فى معالجة أزمة كورونا ؟
- ما السمات المميزة لتغطية الموضوعات ذات الصلة بكورونا ؟
- ما أساليب جذب الجمهور لمتابعة موضوعات كورونا ؟
- كيف واجه المبحوثين الضغوط المختلفة التى تعرضوا لها أثناء تغطيتهم للأزمة ؟
- كيف تم الإلتزام بمبادئ المسئولية الإجتماعية على مستويات القائم بالإتصال، الوسيلة الإعلامية، الجمهور، الدولة، والمجتمع ؟
- ما تأثير المنافسة بين الوسائل الإعلامية على التغطية الإعلامية لمستجدات فيروس كورونا؟
- لماذا انتشرت الشائعات والمعلومات الخاطئة أوالمضللة خلال أزمة كورونا.
- كيف تبنى المبحوثين أنماط مستحدثة بديلة للتقليدية أثناء تغطيتهم للأزمة أومتابعتهم لمستجداتها؟
- ما الدروس المستفادة إعلاميا من تجربة أزمة كورونا لتطبيقها لاحقا ؟

فروض الدراسة

الفرض الأول:

هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية متمثلة فى (النوع/ الخبرة الإعلامية)، وبين كلا من:

أ- وصف الضغوط أوالتحديات خلال الجائحة مقارنة بالتى واجهها المبحوثين سابقا.

ب- الحاجة إلى تطوير الذات والمهارات الذاتية.

ج- الإلتحاق بأى نوع من أنواع التدريبات سواء لتحسين أدائك خلال تلك الفترة.

الفرض الثاني:

هناك فروق ذات دلالة إحصائية بإختلاف الوسيلة الإعلامية حول كلا من:

1- المجال الجغرافى لتغطية أخبار مستجدات أزمة كورونا.

2- الميل إلى إبراز الجانب الإيجابى أم السلبى فى تغطية أزمة كورونا.

3- الإستناد إلى مواقع التواصل الإجتماعى فى متابعة مستجدات الأزمة.

4- الإعتماد على التطبيقات التكنولوجية فى التغطية للأزمة.

5- ميل النظام الإجتماعى السائد بالوسيلة إلى التغيير والتطوير.

6- الإلتحاق بالدورات التدريبية لتحسين الأداء خلال فترة الأزمة.

الفرض الثالث:

توجد علاقة دالة إحصائيا بين استفادة المبحوثين من تجربة تغطيتهم لأوبئة صحية سابقاً أثناء تغطيتهم لموضوعات أزمة كورونا.

ووصف الضغوط أوالتحديات خلال الجائحة مقارنة بالتى واجهها المبحوثين سابقا

الفرض الرابع:

توجد علاقة دالة إحصائيا بين قدرة **الإعلام على تحقيق التوازن بين التمسك بحريته والإهتمام بمصلحة المجتمع وتماسك أفراده خلال أزمة كورونا وبين كلا من:**

أ- الميل إلى إبراز الجانب الإيجابى أم السلبى فى تغطية الأزمة.

ب- تأثير المنافسة بين الوسائل الإعلامية التابع لها المبحوثين والوسائل الإعلامية الأخرى على التغطية الإعلامية لمستجدات الأزمة.

ج- الاستناد إلى مواقع التواصل الإجتماعى فى متابعة مستجدات الأزمة.

الفرض الخامس:

توجد علاقة دالة إحصائيا بين ميل النظام الإجتماعى السائد بالوسيلة إلى التغيير والتطوير وكلا من الإعتماد على التطبيقات التكنولوجية فى التغطية للأزمة والحاجة إلى تطوير الذات واكتساب المزيد من المهارات العملية.

نوع الدراسة:

تنتمى الدراسة الحالية إلى الدراسات الميدانية الوصفية، حيث يم إجراء البحث على المصادر الميدانية أى جمع البيانات اللازمة للدراسة من عينات من الأفراد، وتشرح البحوث الوصفية الظاهرة المدروسة من خلال جمع خصائصها وكافة المعلومات عنها بشكل دقيق إضافة إلى التطرق للممارسات المهنية القائمة بعد إجراء التغييرات عليها نتيجة إنتشار جائحة كورونا.

منهج الدراسة:

تم الإعتماد على كل من منهجى المسح الوصفى بالعينة للتعرف على واقع الظاهرة محل الدراسة، وكذلك رصد آراء وإتجاهات المبحوثين نحومتغيرات الدراسة المختلفة خلال فترة زمنية محددة للعمل على توضيح خصائص الظاهرة المدروسة من الناحيتين الكمية والكيفية، كما تم الاستعانة بالمنهج المقارن فى إطار المقارنة بين أفراد العينة ممن ينتمون لوسائل إعلامية مصرية، عربية، وغير عربية فى عدة متغيرات لإبراز أوجه الشبه والإختلاف، وكذلك لدراسة مدى ارتباط الظاهرة المدروسة مع غيرها من الظواهر.

أدوات الدراسة:

أولا: الإستبيان: وتم الاعتماد عليه سواء بصورته التقليدية أومن خلال رابط إلكترونى والقيام بإرساله للمبحوثين محل الدراسة ممن يتعذر اللقاء بهم بشكل مباشر خاصة أن فترة تطبيق الإستبيان جاءت الإعلان عن توقف الدراسة بالمدارس والجامعات بحوالى الشهرين، الأمر الذى أدى إلى الإلتزام بمبدأ التباعد الإجتماعى قدر المستطاع وإتباع بالإجراءات الإحترازية.

ثانيا: المقابلة المقننة: وذلك باعتبارها أداة جيدة ودقيقة لجمع البيانات ولمساهمتها فى توفير معلومات عميقة للموضوع محل الدراسة حتى يتسنى استخدامها فى تحليل وتفسير النتائج الكمية.

ثبات وصدق المحتوى لمتغيرات البحث:

قامت الباحثة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Alpha cronbach) لقياس ثبات المحتوى لمتغيرات الدراسة للعينة الإجمالية، وبلغ (0.825) مما يدل على الثبات المرتفع الذى انعكس أثره على الصدق الذاتي (الذى يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات) فبلغ (0.908).

مجتمع وعينة الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة على القائمين بالإتصال المنتمين لوسائل إعلامية مصرية وأجنبية " عربية – غير عربية " من المقيمين بجمهورية مصر العربية بمختلف المؤسسات الإعلامية، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 382 مفردة خلال الفترة من 10 مايو2020 إلى 26 أغسطس 2020، وبالجدول التالى توصيف لأهم المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين عينة الدراسة.

جدول رقم (1) التوزيع التكرارى لتوصيف عينة الدراسة وفقا للمتغيرات الديموغرافية

المتـــغيـــــرات الديموغرافية	ك	النسبـــــة %
1- النوع		
ذكر	283	74.1
أنثى	99	25.9
الإجمـــــــــــالي	382	100
2- جنسية الوسيلة		
مصرية	242	63.4
عربية	87	22.8
غير عربية	53	13.9
الإجمـــــــــــالي	382	100

3- الخبرة الإعلامية		
أقل من 5 سنوات	52	13.6
من 5 سنوات الى 10 سنوات	128	33.5
أكثر من 10 سنوات	202	52.9
الإجمـــــــــــالي	382	100
4- مجال العمل		
مراسل	128	33.5
محرر	152	39.7
باحث	10	2.6
مصور	30	7.9
مقدم برامج	16	4.2
multi media	22	5.8
صحفى تحقيقات	24	6.3
الإجمـــــــــــالي	382	100
5-المؤسسة التى يعمل لديها المبحوث		
الصحافة	166	43.5
الإذاعة والتليفزيون	99	25.9
وكالة أنباء	39	10.2
موقع الكترونى	46	12.0
إعلامى مستقل	22	5.8
أخري	10	2.6
الإجمـــــــــــالي	38	100

يتضح من الجدول السابق أن أغلب المبحوثين كانوا من الذكور، أما جنسية الوسيلة فكانت النسبة الأكبر للوسائل الإعلامية المصرية ثم العربية وأخيرا غير العربية وفيما يتعلق بسنوات الخبرة، فإمتلك أغلب العينة خبرة (أكثر من 10 سنوات) فى المقدمة ثم من يمتلك خبرة من (5 سنوات الى 10سنوات)..إلخ.

وبالنسبة لمجال العمل فجاءت المرتبة الأولى لفئة (محرر) يليها فئة (مراسل)، ثم بفارق كبير جاءت فئة (مصور)، وغيرها من الفئات الأخرى مثلما يتضح من بيانات الجدول، وأما المؤسسات الإعلامية التى يعمل بها المبحوثين فجاءت (الصحافة) بنسبة (43.5%) يليها (الإذاعة والتليفزيون) بنسبة (25.9%) ثم من يعملون بـ (موقع إلكترونى) بنسبة (12%) ثم (وكالة أنباء) بنسبة (10.20%).. إلخ.

****نتائج الدراسة:**

جدول رقم (2) المجال الجغرافى الرئيسى محل الإهتمام لدى المبحوثين عند معالجتهم لأزمة كورونا

م	المجال الجغرافى	ك	%	الترتيب
1	المحلى بدرجة أكبر	99	25.9	2
2	الدولي بدرجة أكبر	59	15.4	3
3	المحلى والدولي على حد سواء	224	58.6	1
	المجموع	382	100	-

إهتم أكثر من نصف المبحوثين بالجمع بين المجالين المحلى والدولى على حد سواء عند تغطيتهم لأزمة كورونا، ثم الإهتمام بالمجال المحلى ويمكن تفسير ذلك فى إطار العالمية التى تتسم بها الأزمة وتعدد أطرافها وأبعادها والتأثيرات المتبادلة لها بين الجانبين المحلى والدولى.

جدول رقم (3) مجالات إختصاص المبحوثين عند معالجتهم لأزمة كورونا

م	مجال الإختصاص	ك	%	الترتيب
1	السياسة	135	35.3	1
2	الفنون والثقافة	32	8.4	6
3	علوم وتكنولوجيا	35	9.2	5
4	النواحي الاجتماعية	58	15.2	2
5	جرائم وحوادث	22	5.8	7
6	الرياضة	37	9.7	4
7	الاقتصاد	53	13.9	3
8	أخرى	10	6ژ2	8
	المجموع	382	100	-

تنوعت مجالات إختصاص المبحوثين عند تغطيتهم لأزمة كورونا، وجاء مجال السياسة فى الترتيب الأول، ثم المجال الإجتماعى فى الترتيب الثانى، ويمكن تفسير ذلك فى إطار اشتراك دول العالم فى المعاناة من الأزمة وتداعياتها، وكذلك الإهتمام باستجابات حكومات تلك الدول تجاه الأزمة بأجهزتها ومؤسساتها المختلفة وتتبع تطورات الأزمة على مستوى العالم، أما المجال الاجتماعى فجاء الإهتمام به نظرا لبروز الجوانب الإنسانية فى التغطية، خاصة فى ظل انتشار الفيروس المستجد بشكل سريع وما خلَّفه من حجم إصابات وضحايا كبيرين، هذا بالإضافة إلى إجراءات التباعد الإجتماعى وما نتجت عنه من آثار سلبية وإيجابية، وفيما يتعلق بالمجال الإقتصادى فيمكن القول أن سوق المال من أكثر القطاعات تضررا فى أزمة كورونا، فهذا القطاع معروف بسرعة تأثره بأى أحداث سواء على المستوى الداخلى أوالخارجى، حيث وُصف هذا التأثير بأنه أعمق من تأثير الأزمة المالية العالمية 2008، فقد انعكس انتشار وباء كورونا بشكل كبير على معدلات النموالاقتصادى العالمى، حيث أكد البنك الدولى أن انتشار الأوبئة والأمراض يكلف الاقتصاد العالمى نحو570 مليار دولار سنويا، أوما يوازى نحو(0.7 %)من حجم الناتج المحلى الإجمالى العالمى سنويا[132].

جدول رقم (4) درجة اهتمام المبحوثين بإنتاج موضوعات متعلقة بأزمة كورونا

م	درجة الإهتمام	ك	%	الترتيب
1	درجة ضعيفة	35	9.2	3
2	درجة متوسطة	152	39.8	2
3	درجة كبيرة	195	51.0	1
	المجموع	382	100	-
المتوسط الحسابي= 2.42				
الانحراف المعياري= 0.65				

يتضح من بيانات الجدول السابق إهتمام المبحوثين عينة الدراسة بإنتاج موضوعات متعلقة بأزمة كورونا سواء بدرجة كبيرة أوبدرجة متوسطة، ويمكن تفسير ذلك فى إطار العمدية فى إختيار العينة من المبحوثين وكذلك تأثر كافة المجالات بفيروس كورونا، وتعدد زوايا المعالجة مع إتساع نطاقه الجغرافى على مستوى دول عدة.

جدول رقم (5) توقيت تغطية أزمة كورونا وفقا لاستجابات المبحوثين

م	التوقيت	ك	%	الترتيب
1	بمجرد اكتشاف الأزمة فى ووهان الصينية	147	38.5	1
2	بعد تفشى كورونا بدول أخرى وقبل اكتشافه بمصر	128	33.5	2
3	بمجرد اكتشاف كورونا فى مصر	68	17.8	3
4	بعد انتشار كورونا بصورة أكبر فى مصر	39	10.2	4
	المجموع	382	100	-

أفادت عينة الدراسة أن توقيت تغطيتهم لأخبار ومعلومات أزمة كورونا بدأ (بمجرد اكتشاف الأزمة فى ووهان الصينية) و(بعد تفشى كورونا بدول أخرى وقبل اكتشافه بمصر) بنسب (38.5%)، (33.5%) وتؤكد هذه النتيجة قوة تأثير الأزمة ومتابعة تطوراتها منذ بدايتها خاصة مع إرتباطها بدولة فاعلة على المستوى الدولى
(الصين) فى المجالين السياسى والاقتصادى بالإضافة إلى التفشى السريع للأزمة بدول أخرى.

جدول رقم (6) أشكال مشاركة المبحوثين فى تغطية أمراض وأوبئة من قبل

م	أشكال المشاركة	ك	%	الترتيب
1	تابعت أخبارها فقط	231	60.5	1
2	شاركت فى تغطيتها ميدانياً بإعداد موضوعات عنها	79	20.7	2
3	شاركت فى تغطيتها بإعداد تقارير أرشيفية مستقاة من مصادر أخرى	72	18.8	3
	المجموع	382	100	-

ويشير الجدول السابق إلى أشكال مشاركة المبحوثين فى تغطية أمراض وأوبئة فى وقت سابق مثل سارس، أنفلونزا الخنازير والطيور، إيبولا، زيكا وغيرها، فقد أشارت النسبة الأكبر منهم إلى الاقتصار على متابعة أخبار هذه الأوبئة دون تغطيتها وذلك بنسبة (60.5%)، بينما شارك (39.5%) فى تغطية هذه الأوبئة سواء بشكل ميدانى أوأرشيفى - تسجيلى ويمكن تفسير ذلك فى ظل تنوع مجالات تخصص المبحوثين من سياسة، اقتصاد، مرأة، فن، رياضة.. إلخ، وكذلك تعدد مهامهم الوظيفية من محرر، مراسل.. وغيرها والتى يستدعى بعضها التواجد داخل المؤسسة الإعلامية والبعض الآخر خارجها.

جدول رقم (7) درجة استفادة المبحوثين من تجربة تغطيتهم لأوبئة صحية سابقاً عند تغطيتهم لأزمة كورونا

م	درجة الاستفادة	ك	%	الترتيب
1	درجة ضعيفة	63	41.7	1
2	درجة متوسطة	51	33.8	2
3	درجة كبيرة	37	24.5	3
	المجموع	151	100	-
	المتوسط الحسابي= 1.83			
	الانحراف المعياري= 0.79			

*ن = 151 من سبق لهم تغطية أوبئة من قبل

أكد (58.3%) من المبحوثين على استفادتهم من تجربة تغطيتهم لأوبئة صحية سابقاً، سواء كانت درجة الاستفادة كبيرة أومتوسطة، وتمثلت أهم أوجه الاستفادة وفقا لإجابات المبحوثين فى الآتى: تكوين شبكة من المصادر خاصة الخبراء والمتخصصين فى مجالى الطب والأوبئة، كيفية توظيف المعلومات والبيانات الطبية بيسر وبشكل منضبط حتى يسهل على المتلقى استيعابها، كيفية تحرى الدقة عند التعامل مع التقديرات والتوقعات والمعلومات سريعة التغير،

كيفية تحقيق هدف إثراء المعلومات الطبية للمبحوثين والتثقيف الذاتى لهم، تحديد الزوايا والأبعاد محل التناول فى الأزمة كالإنسانى، الاقتصادى، الرسمى.. وغيرها مع محاولة إكتشاف قصص جديدة وزوايا مختلفة، دراسة سيكولوجية الجمهور وإدراك توقعاتهم للعمل على اشباعها، التعامل مع الأزمات التى تمثل تهديدا اجتماعيا دون إثارة الرعب والتهويل أوالتهوين فى نفس الوقت، كيفية الإلتزام بالإجراءات الوقائية وسط بيئة موبوءة، كيفية التعامل السريع مع مستجدات وتطورات الأمور خاصة فى ظل وجود ضغوط بإختلافها،... وغيرها من الخبرات المتراكمة.

جدول رقم (8) ما يميز أزمة كورونا عن غيرها من الأزمات الصحية وفقا لردود المبحوثين

م	الإجابات	ك	%	الترتيب
1	تسييس الأزمة من خلال تأثيراتها فى تغيير المشهد العالمي الراهن	196	51.3	5
2	نقص وغموض المعلومات المتداولة عنها	227	59.4	1
3	تعد قضية جماهيرية لارتباطها بصحة الإنسان وبقاءه على قيد الحياة	210	55	2
4	وضع غير مسبوق للأجيال الحالية أن تعيش وباءاً عالمياً هكذا	197	51.6	4
5	الانتشار الجغرافي الواسع بوصول الفيروس إلى أكثر من 100 دولة	178	46.6	7
6	الضرر الذى لحق بالصحة النفسية ورفاهية المجتمعات بفعل شدة الأزمة	174	45.5	8
7	أول وباء من نوعه فى زمن وسائل التواصل الاجتماعي حيث سرعة انتشار المعلومات والشائعات	192	50.3	6
8	إقبال المواطنين بشكل كبير على الإعلام وما يتناوله من موضوعات	85	22.3	10
9	وقوع الأزمة فى عصر الأزمات المتزامنة والمتقاطعة كأزمة التغير المناخي، الإرهاب، الأمن المائي وغيرها	74	19.4	11
10	انعكاساتها على مختلف جوانب الحياة مع تسارع مستجداتها المتغيرة	198	51.8	3
11	الأزمة أكبر من طاقة الحكومات وتستدعى تكاتف كلا من الأجهزة المعنية والمواطنين	153	40.1	9

*يمكن اختيار أكثر من بديل

يتضح من الجدول السابق أن أهم ما يميز أزمة فيروس كورونا عن غيرها من الأزمات الصحية وفقا لاستجابات المبحوثين بالترتيب فى (نقص وغموض المعلومات المتداولة عنه، ذلك أن الفيروس مستجد)،(تعد قضية جماهيرية لإرتباطه بصحة الإنسان وبقاءه على قيد الحياة)،(انعكاساته على مختلف جوانب الحياة)،(وضع غير مسبوق للأجيال الحالية أن تعيش وباءاً عالمياً هكذا)،(تسييس أزمة فيروس كورونا من خلال تأثيراتها فى تغيير المشهد العالمي الراهن)، وتأتى العبارات السابقة لتعكس ما يميز أزمة كورونا من نقص فى المعلومات حولها خاصة مع الانتشار الواسع للفيروس بنطاقات جغرافية شاسعة بالإضافة إلى خطورته على حياة الإنسان، كما أن أزمة كورونا ليست أزمة صحية محضة بل هى أزمة متعددة الأبعاد والتبعات وقد تؤدى إلى زعزعة استقرار المجتمع وعرقلة مسار أوجه الحياة الطبيعية.

كما إتضح من إدارة الأزمة أن القوى العظمى ليست عظمى فى مواجهة الفيروس، فالعظيم هومن يحسن إدارة الأزمة التى لم يسبق لأحد الأحياء أن مر بها، وتوقع الكثيرون أن كورونا غيَّر وسيغير وجه الحياة على الأرض، هناك شكل جديد للنشاط الاقتصادى العالمى ستظهر قوى عظمى جديدة، وسوف تختفى أخرى، الأحلاف والتكتلات السياسية الحالية ستغير شكلها، وبعضها تبين أنه مجرد غطاء هش لم يستر عورة الدول الأعضاء فيه كما حدث مع إيطاليا التى عانت وتألمت ودفعت وحدها الفاتورة من دون أن يقدم لها أحد أشقاء الاتحاد الأوروبى أية مساعدة، ستتراجع دعوات العولمة لصالح الدولة القومية لأنه مع الأزمة لم تنجُ سوى الدول القومية.

بالإضافة إلى تأثيرات أخرى كبروز وظائف جديدة سيكون لها قيمة وتنموتزدهر، وأخرى سوف تختفى، شكل العلاقات الإنسانية نفسه سيتغير، وسيكون هناك نظرة جديدة جذرية فى معايير وأولويات الإنفاق بصفة عامة والإنفاق على الصحة، فقد تبين بالدليل أن الأنظمة الصحية العريقة إنهارت وفشلت ولم تتحمل الجائحة، لذلك سيعاد ترتيب الأولويات[133].

وفيما يتعلق بسمة تسييس الأزمة، فقد تساؤل الكثيرون حول أسباب إخفاق الدول الكبرى فى العالم فى السيطرة على انتشار الفيروس، بالإضافة إلى الحديث عن ما يُعرف بنظرية المؤامرة سواء من جانب شركات الأدوية وما تستهدفه من تحقيق أرباح هائلة من اللقاحات ضد الفيروس أوفى حالة أمريكا وما تقصده من إضعاف لمنافسها الأول اقتصاديا وجيوسياسيا " الصين "، وتؤكد إجابات المبحوثين ما يشير إليه المتخصصون بأن الأمراض الناشئة التى تشكل تهديدا قويا للبيئة المحيطة بها تعد بيئة خصبة لانتشار لغة الدسائس والمؤامرات ويأتى ذلك بالتزامن مع نقص فى المعلومات الدقيقة حول مصادر هذا التهديد والطريقة المثلى لحماية النفس من الواقع الفوضوى الكارثى المضطرب الذى تصنعه تلك الأمراض فتلجأ الأطراف المختلفة للاعتقادات الزائفة التى تساعدهم على التخلص من شعورهم بفقدان قدرة السيطرة على الوضع.

جدول رقم (9) السمات المميزة لتغطية موضوعات أزمة كورونا بالوسائل الإعلامية التى ينتمى إليها المبحوثين

م	السمات المميزة	ك	%	الترتيب
1	الاعتماد بصورة أكبر على المصادر الرسمية والبيانات الحكومية	297	77.7	1
2	التركيز على ما يعرف بصحافة الحلول	60	15.7	6
3	زيادة اللجوء للمنصات الإخبارية الرقمية لمعرفة آخر مستجدات الفيروس	149	39	8
4	الربط بين البعد الإخباري والبعد التوعوى المجتمعي	243	63.6	2
5	زيادة دور صحافة المواطن	92	24.1	12
6	الاعتماد بصورة أكبر على فرق العمل	68	17.8	13
7	التعامل بضخامة مع الأزمة لإرتباطها بجميع مجالات الحياة	199	52.1	5
8	الاعتماد أكثر على الصحفيين المستقلين فى الحصول على المعلومات	169	44.2	14
9	استحداث زوايا أوأبواب، أوتغيير فى البرمجة	116	30.4	10
10	الاعتماد أكثر على المصادر الذاتية للمؤسسة من مراسلين وصحفيين	98	25.7	11
11	الاعتماد على التطبيقات التكنولوجية المختلفة فى التواصل	200	52.4	4
12	التقليل من حجم العمل الميداني	124	32.5	9
13	التحقق من صحة ودقة المعلومات أصبح أكثر حساسية وأهمية	210	55	3
14	تأكيد قوة مواقع التواصل الاجتماعي فى صناعة الرأى العام	154	40.3	7
15	أخرى	41	10.7	15

*يمكن اختيار أكثر من بديل

أفاد المبحوثين أن السمات المميزة لتغطيتهم للموضوعات ذات الصلة بأزمة كورونا تمثلت فى (الإعتماد بصورة أكبر على المصادر الرسمية والبيانات الحكومية)، (الربط بين البعد الإخباري والبعد التوعوى المجتمعي)، (التحقق من صحة ودقة المعلومات أصبح أكثر حساسية وأهمية)، (الاعتماد على التطبيقات التكنولوجية المختلفة فى التواصل مع المصادر والمؤسسة الإعلامية)،(التعامل مع الأزمة الراهنة بضخامة لأنها مشكلة متعددة الجوانب وتحمل تهديدا للحياة البشرية)، (التركيز على ما يُعرف بصحافة الحلول)،

(تأكيد قوة مواقع التواصل الاجتماعي فى صناعة الرأى العام).

وتشير سمات التغطية المحددة من جانب المبحوثين إلى إن الأزمات والطوارئ الصحية تحتاج لطرح مغاير عن بقية القضايا التى يقوم الصحفيون بتغطيتها خلال روتين عملهم اليومى،

ويكون الإهتمام الأكبر بزوايا مثل كيفية الوقاية، والأشخاص الأكثر عرضة للخطر، كيفية إنقاذ الأرواح، المعلومات التى يتوجب معرفتها واستخدامها بدقة، حيث شددت السلطات المختصة على التأكد من صحة ما يتم تداوله عبر الرجوع إلى المصادر الرسمية لاستقاء المعلومات لمحاربة التضليل الإعلامى خاصة مع انتشار الأخبار الكاذبة فى منصات التواصل الاجتماعى

كما يساعد اللجوء للبيانات الرسمية على ضمان الطمأنينة والاستقرار فى مثل هذه الظروف، ويأتى ذلك فى إطار حرص وسائل الإعلام على مسئوليتها المجتمعية خاصة فى ظل غموض الفيروس وعدم إمكانية الوصول إلى معلومات أكيدة وذات موثوقية عالية، مما ينتج عنه الإهتمام بالجانب الإخبارى بشكل يفوق الجانب التحليلى لأن الإحاطة بتداعيات الوضع ونتائجه غير ممكنة فى البداية بالإضافة إلى أهمية دور الإعلام فى زيادة الوعى الصحى على أن يتم ذلك بالقدر المناسب، حيث أشارت دراسة (Myoungsoon You & Youngkee Ju , 2015)[134] إلى أن حالة عدم التوازن فى نشر المخاطر قد تتسبب فى حدوث ذعر مبالغ فيه وقد تتسبب مع الوقت فى حالة من اللامبالاة لدى الجماهير حتى وإن كانت المخاطر فعلية.

كما أنه فى ظل تفشى " كوفيد 19 " فى معظم دول العالم، وتدابير حظر التجوال وفرض الحجر المنزلى، اضطر أصحاب العمل والمؤسسات فى شتى المجالات أن يلجأوا إلى منصات العالم الافتراضى الرقمى للتواصل ومتابعة أعمالهم، وما أزمة فيروس كورونا إلا اختبار لتمكين التكنولوجيا بأعلى صورها فى العمل والإنتاج فى تحد للمسافات.

كما أشار المبحوثون إلى إهتمامهم بما يُعرف بصحافة الحلول بإعتباره نهج للتغطية الإخبارية تم تطويره فى الولايات المتحدة يعتمد على تشجيع الصحفيين والجمهور على إقتراح حلول محتملة للمشاكل بإختلاف أنواعها ولهذا النوع من التغطية قيمة كبيرة فى تسويق الخطابات حيث استخدامها لوصف المجهودات المبذولة لحل المشكلة والحث على بذل المزيد منها[135]

جدول رقم (10) الجانب الأبرز فى تغطية أزمة كورونا وفقا لاستجابات المبحوثين

م	الجانب الأكثر إبرازا فى التغطية	ك	%	الترتيب
1	السلبي بدرجة أكبر	29	7.6	3
2	الإيجابي والسلبي على حد سواء	291	76.2	1
3	الإيجابي بدرجة أكبر	62	16.2	2
	المجموع	382	100	-
المتوسط الحسابي= 2.09				
الانحراف المعياري= 0.48				

إهتم المبحوثون بالجمع بين الجانبين (الإيجابي والسلبي على حد سواء) بنسبة (76.2%) أثناء تغطيتهم للموضوعات المختلفة لأزمة كورونا، حيث تمثلت أبرز الجوانب الإيجابية فى رفع الروح المعنوية للمواطنين خاصة من خلال إعطائهم الأمل بالتركيز على حالات الشفاء والنجاة من المرض وإنحسار الوباء فى بعض المناطق وإبراز جهود التوصل للقاح للحد من المرض، نشر الوعى دون بث الخوف فى نفوس المواطنين، التركيز على المبادرات الإجتماعية بإختلاف مجالها والجهة المنظمة لها، إبراز جهود الحكومة فى مكافحة المرض ومحاولة السيطرة عليه، أساليب الخروج من الأزمة مع تناول أدوار كل طرف من أطرافها وتوضيح أهمية التكاتف بينهم للتصدى للوباء ومواجهته، إبراز التحسن الملحوظ فى الظروف البيئية جراء إنخفاض نسبة التلوث عالميا، التركيز على دور التكنولوجيا فى إنجاز الأعمال وأهمية التحول الرقمى.

بينما تمثلت أبرز الجوانب السلبية فى إبراز إخفاقات بعض المسئولين بالوزارات والهيئات فى القيام بواجباتهم نحوالأزمة، التركيز على خطورة الأزمة وآثارها السلبية المختلفة خاصة على المجال الاقتصادى، سمات

المرض من غموض ووحشية ومقارنته بأوبئة قاتلة كانت فى الماضى، الممارسات السلبية فى بيع الكمامات والكحول والتجارة فى بلازما المتعافين داخل السوق السوداء، نقص الأدوية والأماكن المتاحة للمرضى داخل مستشفيات العزل، عدم إلتزام الجمهور أحيانا بالإجراءات الإحترازية.

فقد أشار المبحوثون إلى أهمية إبراز الجانب السلبى أيضا منعا لإصابة المواطنين باللامبالاة وعدم إلتزامهم بالإجراءات الإحترازية وأيضا رغبة فى تجنب الوقوع بأخطاء متكررة والحذر من تفاقم وتأزم الوضع بصورة أكبر، حيث أشار المبحوثون إلى أن محاولتهم لتحقيق التوازن بين الجانبين الإيجابى والسلبى إختلف من فترة لأخرى ومن موضوع لآخر كما يتأثر الأمر بعدة عوامل أهمها السياسة الإعلامية للوسيلة، إختصاص عمل المبحوث، مجال التغطية سياسى، إقتصادى.. إلخ، محاولة تحقيق التميز فى التغطية، وأيضا السمات الشخصية للمبحوث، إحتواء الأزمة على الجانبين السلبى والإيجابى فعلى سبيل المثال أدى حظر التجوال إلى ركود تجارى لكن نتج عنه أيضا رجوع حالة الترابط الأسرى بين أفراد العائلة والقدرة على ممارسة الهوايات، كما أن الأزمة صنعت نوع من التقييم الذاتى للبشرية فى مراجعة أحوالها، ومحاولة إيجاد طرق بديلة للتعايش مع الأزمة.. إلخ، كما تدل قيمة التوازن بين الجانبين الإيجابى والسلبى على حرص الإعلام على إبراز كافة جوانب الأمر دون إبراز لجانب دون آخر تحقيقا لمبادئ المسئولية المجتمعية.

جدول (11) الزوايا والأطراف الأكثر إهتماما بنقل أخبارها عند تغطية أزمة كورونا

م	الزوايا والأطراف	الوزن النسبي	%	الترتيب
1	قصص الناجين وكيفية إصابتهم وعودتهم للحياة الطبيعية	2691	8.87	5
2	الخطط الحكومية وجهود المسئولين فى التعامل مع الأزمة	1849	6.10	8
3	دور القطاع الصحي بممارساته المختلفة وأطرافه المتعددة	3376	11.13	3
4	التعليم وتوظيف التقنيات الإلكترونية به	1489	4.91	12
5	خريطة انتشار الفيروس وحجم الإصابة به ومعدل الوفيات والشفاء	2781	9.17	4
6	الآثار الاقتصادية للفيروس على مختلف الأنشطة	3465	11.42	2
7	ما تبرزه الدراسات والأبحاث العلمية من نتائج حول الفيروس	1498	4.94	11
8	تأثير كورونا على الأنشطة الرياضية والترفيهية المختلفة	1660	5.47	9
9	أخبار العالقين واللاجئين	925	3.05	15
10	أداء منظمة الصحة العالمية وغيرها من الهيئات ذات الصلة	1508	4.97	10
11	دور المجتمع المدني والقطاع الخاص فى التعامل مع الفيروس	1482	4.89	13
12	رصد تجارب ومواقف الدول الأخرى مع المرض	2115	6.97	7
13	التداعيات الاجتماعية على المواطن من حظر، تباعد.. إلخ	2157	7.11	6
14	دور التكنولوجيا بما تتيحه من منصات إلكترونية وأدوات رقمية	942	3.11	14
15	السيناريوهات المستقبلية المتوقعة للفيروس	2392	13.83	1
	المجموع	30330	100	-

*يمكن اختيار أكثر من بديل

تمثلت الزوايا والأطراف الأكثر إهتماما بتغطية أخبارها بالترتيب فى (السيناريوهات المستقبلية المتوقعة للفيروس فى ظل السياسات المعتمدة فى المحاولة على السيطرة عليه وكيفية العودة إلى الحياة الطبيعية)،

(الآثار الاقتصادية للفيروس على مختلف الأنشطة)،(دور القطاع الصحي بممارساته المختلفة من رعاية طبية – أدوية – حجر صحي- فرق طبية...إلخ)، (خريطة انتشار الفيروس وحجم الإصابة به ومعدل الوفيات والشفاء)، (قصص الناجين وكيفية إصابتهم وعودتهم للحياة

الطبيعية)، و(التداعيات الإجتماعية على المواطن من حظر، تباعد إجتماعى، العمل عن بعد.. إلخ)

وتعكس إجابات المبحوثين الحالة التى تعامل الإعلاميون بها مع أزمة فيروس كورونا على إعتبار أنه حدث جلل، فهناك معايير كثيرة يعرفها كل إعلامى فيما يتعلق بالتركيز على حدث ما بشكل أكبر ومنحه المساحات الأوسع، هناك حجم وضخامة للحدث وهناك إهتمامات للجمهور، وأيضا تطورات وانعكاسات للحدث وسياقات تتعلق به، كل هذه المعايير والقيم متوفرة فى هذا الحدث، وبالتالى هومؤهل لأن يتصدر المشهد وأن يحظى بإهتمام وبتشعب وتدقيق وتنويع فى زوايا وأطراف التغطية مثلما أشارت بيانات الجدول السابق.

جدول (12)الوظائف الأكثر إهتماما بها عند تغطية المبحوثين لموضوعات أزمة كورونا

م	الوظائف	الوزن النسبي	%	الترتيب
1	الإخبار	2267	29.88	1
2	التوعية والتثقيف	1792	23.62	2
3	التوجيه والإرشاد	1278	16.84	4
4	التحليل والتفسير	1289	16.99	3
5	التسلية والترفيه	188	2.48	7
6	رقابة وتقييم	480	6.33	5
7	إبداء الرأي	293	3.86	6
المجموع		7587	100	-

تمثلت أهم الوظائف وفقاً لدرجة إهتمام المبحوثين بها أثناء تغطيتهم لأزمة كورونا بالترتيب فى (الإخبار)، (التوعية والتثقيف)،(التحليل والتفسير)، (التوجيه والإرشاد)، حيث تعد وظيفة الإخبار أوالإعلام من أهم الوظائف وأولها خاصة فى أوقات الأحداث الاستثنائية فى المجتمع، كما يمكن تفسير ذلك فى إطار توقيت تنفيذ الدراسة التطبيقية للبحث فى بداية الأزمة، ويمكن توضيح ذلك من خلال ما توصلت إليه دراسة (مها مختار، 2020)[136]، حيث أظهرت نتائجها بروز إطار الاستعدادات فى التغطية الإخبارية فى بداية كل مرحلة من مراحل الحملة وبروز إطار المسئولية والأطر الرسمية وأطر الدعم والتوعية خلال الحملة ذاتها وفى نهاية كل مرحلة يتم إبراز أطر النجاح، ثم يقع على مسئولية وسائل الإعلام فى ظل الأزمات الاضطلاع بوظيفة التوعية ضد المخاطر المحتمل حدوثها للفرد، ثم التحليل والتفسير المبنى على المعلومات ويمكن تفسير مجيئها متأخرا بعد وظيفة التوعية والتثقيف لسببين: خطورة الفيروس وتهديده لحياة البشر وضرورة الإلتزام بالإجراءات الإحترازية لمنع العدوى والإصابة وثانيا لحالة الغموض التى تصاحب انتشار الفيروس وجميع الأبعاد ذات الصلة وضرورة توفر قدر من المعلومات الصحيحة حتى يترتب عليها القيام بوظيفة التحليل والتفسير لأن قيام الإعلام بهذه الوظيفة بالاستناد إلى توقعات وتخمينات قد يؤدى إلى صناعة أزمة أخرى وإفتعال مخاطر جديدة، ثم وظيفة التوجيه التى تحتل مكانة مهمة فى ظل الأزمات وانتشار الأوبئة لإرشاد الجمهور بكل ما هوصحيح وأخيرا وظيفة التسلية والترفيه والتى كان من الصعب الإهتمام بها أوالتعبير عنها فى بداية الحدث إلا أنها أصبحت ضرورة كبيرة فى ظل شيوع حالة القلق والذعر بين الجماهير وانتشار الأخبار السلبية بما يؤثر على الحالة النفسية للمتلقين بشكل سيئ.

جدول (13) الأدوار التى يضعها المبحوثين فى اعتبارهم أثناء تغطيتهم لأزمة كورونا

م	الأدوار	ك	%	الترتيب
1	التكاتف مع الأجهزة المعنية بالدولة	200	52.4	4
2	الدعم المعنوي للمواطنين بالإسهام بنشر الأمل والطمأنينة	236	61.8	2
3	إعداد الرأي العام لتقبل نتائج الأزمة	120	31.4	10
4	تقديم أي مستجدات على المستويين المحلى والدولي	256	67	1
5	التعامل بلطف مع المرضى وعدم انتهاك خصوصياتهم	128	33.5	8
6	الاهتمام بحق الجمهور فى المعرفة بكافة الزوايا ذات الصلة بالموضوع	199	52.1	5
7	توجيه وإرشاد الناس وتشجيعهم على تبنى السلوكيات الصحيحة	228	59.7	3
8	تجنب الوقائع العنصرية والعمل على زيادة الاستقرار الاجتماعي	63	16.5	14
9	توضيح أهمية الموضوع للمتلقي ومساعدته على فهمه	114	29.8	11
10	كشف الحقائق والبحث عما وراء المعلومات	143	37.4	7
11	الإطلاع على المعارف المتخصصة فى الصحة والطب وفهمها بدقة	75	19.6	13
12	دعم المعلومة بالدلائل ومكافحة الأخبار الضالة والخاطئة	165	43.2	6
13	الواقعية بنقل الصورة كما هى	123	32.2	9
14	تغطية الموضوعات بمعزل عن أى أيديولوجيا أوانحياز	95	24.9	12

تعكس إجابات المبحوثين قدر المسئولية المجتمعية للوسائل الإعلامية من خلال قيامهم بمجموعة من الأدوار من أهمها تقديم أي مستجدات عن الأزمة على المستويين المحلى والدولي، الدعم المعنوي للمواطنين بالإسهام بنشر الأمل والطمأنينة بنفوسهم، وكذلك توجيههم وإرشادهم وتشجيعهم على تبنى السلوكيات الصحيحة للوقاية من الإصابة، وأيضا ضرورة التكاتف مع الأجهزة المعنية بالدولة بإبراز الجهود المبذولة والتحديات التى تواجهها، والاهتمام بحق الجمهور فى المعرفة بكافة الزوايا ذات الصلة بالموضوع.

ووفقا لما ورد بإجابات المبحوثين فقد أكدوا على إعطائهم الأولوية لدور المُعاون للجهات المسئولة عن متابعة الأمر وتقديم الحلول المناسبة له أكثر من إعطائهم الأولوية لدور الرقيب على تلك الجهات إيمانا منهم بمسئوليتهم المجتمعية تجاه الوضع الراهن للأزمة حينها.

جدول رقم (14) تبنى المؤسسات الإعلامية لمبادرات ما ذات صلة بأزمة كورونا

م	الإجابة	ك	%	الترتيب
1	نعم	128	44.5	2
2	لا	254	55.5	1
المجموع		382	100	-

أفادت (44.5%) من المؤسسات الإعلامية التابع لها المبحوثين بتبنيهم مبادرات ما ذات صلة بأزمة كورونا بهدف تحقيق المنفعة المجتمعية، فبلا شك أن أزمة بحجم كورونا تستدعى دورا قويا لكل من الإعلام والمجتمع المدنى بمؤسساتهم المختلفة فالأزمة أكبر من طاقة الحكومات، ولابد أن يتكاتف الجميع حتى يمكن تخفيف الآثار الناجمة عنها، وتمثلت بعض المبادرات فى المساهمة فى نشر الوعى المجتمعى تجاه كورونا ومساعدة المتضررين منها وتقديم معلومات وتوجيهات كافية عن الفيروس.

وإتخذت بعض المبادرات إسما أوشعارا محددا مثل دعم حملة "خليك فى البيت " من خلال استقبال فيديوهات من الجمهور التى تتناول كيفية مزاولة أنشطتهم خلال الحجر المنزلى، وتشجيع العمل عن بعد من خلال التطبيقات التكنولوجية، وتشجيع الأطقم الطبية من خلال مبادرات "ادعم الجيش الأبيض" أو"شكرا الجيش الأبيض" فى مواصلة مسيرة مكافحة

المرض مثل ما قامت به مؤسسة الأهرام من إضاءة المبنى بصورة تتناول هذه الفكرة بالإضافة للمبادرات التوعوية لها، وكذلك قناة النيل الدولية وغيرها من الوسائل التى قامت بإنتاج فيديوهات للتوعية بالتنسيق مع منظمة الصحة العالمية.

أيضا هناك مبادرة لدعم المستشفيات ذات الإمكانيات المحدودة وكذلك مساعدة المرضى فى إيجاد التسهيلات اللازمة للشفاء كأجهزة التنفس الصناعى وتغطية تكاليف علاج غير القادرين ماديا مثلما فعلت مؤسسة أخبار اليوم من خلال جمعية ليلة القدر التابعة لها، بالإضافة إلى قيام بعض المؤسسات الإعلامية كالمصرى اليوم بإدراج خدمة عبر الواتس آب لتلقى الشكاوى وطلب المساعدة من المواطنين، أيضا هناك مبادرات تحت شعار "إنت مسؤول"، "إحمى نفسك.. إحمى وطنك"، "إبق آمنا " ومبادرة " كورونا مش عار " لدعم المصابين نفسيا وإجتماعيا وحمايتهم من التنمر، هذا إلى جانب تغيير لوجوبعض القنوات والصحف كصحيفة روز اليوسف التى قامت بتغيير شكل الصفحة الأولى وإدخال بعض الرموز على شكل منزل تشجيعا على بقاء القراء بالمنزل، وغيرها من المبادرات.

جدول رقم (15) أساليب جذب الجمهور أثناء تغطية أزمة كورونا وفقا لردود المبحوثين

م	الأساليب	ك	%	الترتيب
1	إشراك الجمهور بأخذ آرائهم فى التغطيات المستقبلية	82	21.5	9
2	الحرص على تقديم خدمة معرفية شاملة عن الفيروس	314	82.2	1
3	تخصيص فقرات، أبواب، برامج ثابتة لمتابعة مستجدات الأزمة	202	52.9	3
4	تشجيع الجمهور على إرسال إنتاجهم كـ " صحافة المواطن"	72	18.8	11
5	إنشاء نشرات بريدية خاصة بالأزمة وإرسالها للمستهدفين منها	46	12	12
6	الاعتناء بالصحة النفسية للجمهور وتقديم سبل الدعم له	175	45.8	5
7	التفكير دائماً فى كيفية استفادة الجمهور من المعلومات الواردة	201	52.6	4
8	استخدام Google Trends لمعرفة ما يبحث عنه الناس	137	35.9	7
9	إتاحة الفرصة لكل طبقات المجتمع للتعبير عن نفسها دون محاولات للتجاهل، التشويه أوالتنمر	75	19.6	10
10	التركيز على التطورات المهمة فقط وعدم الاهتمام بالجوانب الروتينية	130	34	8
11	البحث الدائم عن زوايا جديدة ومتنوعة لتناولها	223	58.4	2
12	الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور	154	40.3	6
13	تقديم مزايا مادية كتخفيض أسعار الاشتراكات، تمديد فترات تجريبية	29	7.6	13

*يمكن اختيار أكثر من بديل

تمثلت أبرز الأساليب التى إتبعها المبحوثين لجذب جماهيرهم والإحتفاظ بهم أثناء تغطيتهم لأزمة كورونا بالترتيب فى(الحرص على تقديم خدمة معرفية شاملة عن الفيروس)، (البحث الدائم عن زوايا جديدة ومتنوعة لتناولها)،(تخصيص فقرات، أبواب، برامج ثابتة لمتابعة مستجدات الأزمة)، (التفكير دائماً فى كيفية استفادة الجمهور من المعلومات الواردة)، (الاعتناء بالصحة النفسية للجمهور وتقديم سبل الدعم له)، (الإعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور)، (استخدام Google Trends لمعرفة ما يبحث عنه الناس).

وتعكس الإجابات السابقة تركيز الجهود المبذولة من جانب الإعلاميين فى محاولة التعرف على أسئلة واستفسارات الجمهور ليتم إعداد المحتوى الذى يتضمن الإجابات، ومحاولة كسب ثقة الجمهور من خلال توفير المعلومات الشاملة والمفيدة للجمهور، تناول الأبعاد المختلفة خلال الأزمة والمواكبة الدائمة والدقيقة لمستجداتها والحفاظ على الحالة المعنوية للجمهور.

جدول رقم (16) درجة استطاعة الإعلام تحقيق التوازن بين التمسك بحريته والإهتمام بمصلحة المجتمع وتماسك أفراده خلال الأزمة

م	الدرجة	ك	%	الترتيب
1	درجة ضعيفة	38	9.9	3
2	درجة متوسطة	222	58.1	1
3	درجة كبيرة	122	31.9	2
المجموع		382	100	-
المتوسط الحسابي= 2.22				
الانحراف المعياري= 0.60				

استطاع الإعلام تحقيق التوازن بين التمسك بحريته والاهتمام بمصلحة المجتمع وتماسك أفراده خلال الأزمة سواء بدرجة متوسطة ثم بدرجة كبيرة وفقا لردود المبحوثين وتتماشى هذه النتيجة مع نتائج جدول رقم 13 والخاص بالأدوار التى يضعها المبحوثين فى اعتبارهم أثناء تغطيتهم لأزمة كورونا وكذلك نوعية الوظائف مجال الإهتمام فى تغطية الأزمة بجدول رقم 12

جدول رقم (17) درجة متابعة المبحوثين لتطورات أزمة كورونا بوسائل إعلامية أخرى

م	الدرجة	ك	%	الترتيب
1	درجة ضعيفة	12	3.1	3
2	درجة متوسطة	111	29.1	2
3	درجة كبيرة	259	67.8	1
المجموع		382	100	-
المتوسط الحسابي= 2.65				
الانحراف المعياري= 0.54				

يتضح من بيانات الجدول السابق حرص المبحوثين على متابعتهم لتطورات أزمة كورونا بوسائل إعلامية أخرى، وجاء ذلك فى إطار التعود على متابعة الإعلام بكل وسائله باستمرار، الرد على أى مضمون إعلامى غير صحيح أومضلل، المقارنة بين الأداء الإعلامى للوسائل التى ينتمى إليها المبحوثين والوسائل الأخرى بهدف تطوير وتحسين الأداء.

جدول رقم (18) الوسائل الإعلامية التى يتابع المبحوثين من خلالها مستجدات أزمة كورونا

م	الوسائل الإعلامية	ك	%	الترتيب
1	عربية فقط	46	12.0	2
2	دولية فقط	34	8.9	3
3	عربية ودولية	302	79.1	1
المجموع		382	100	-

تابع المبحوثون مستجدات أزمة كورونا من خلال التعرض لوسائل إعلامية (عربية ودولية) بنسبة (79.1%)، ويأتى ذلك فى إطار عالمية الأزمة وتعدد أطرافها، ومقارنة أوضاع الفيروس بكل الأقاليم.

وتمثلت أوجه الشبه بين الوسائل الإعلامية فى معالجتها لتطورات وأحداث الأزمة وفقا لآراء المبحوثين فى: التركيز على النطاق المحلى فى التغطية، الإهتمام بالأوضاع الإنسانية، الإعتماد على البيانات الرسمية،

تحقيق هدف التوعية والإرشاد، متابعة جهود الدولة وخاصة القطاع الصحى، الحرص على التأكد من صحة المعلومة، إبراز دور منظمة الصحة العالمية، الإهتمام بالجانب المستقبلى للأزمة بتوقع سيناريوهاتها المحتملة، ربط معظم موضوعات المجالات المختلفة من سياسة،

رياضة، دين.. وغيرها ذات صلة بتأثير كورونا على أنشطتها، الوباء مستجد وبالتالى الجميع يتقاسم نفس المصادر بنفس المعلومات المتاحة وأدى ذلك إلى قدر كبير من التشابه فى المعالجة. بينما تمثلت أوجه الإختلاف فى المعالجة فى: ميل الوسيلة إلى إبراز الجانب السلبى أو الإيجابى بصورة أكبر، معالجة الوسيلة للمستجدات بشكل سريع ومكثف أم بأسلوب تحليلى متعمق، توقيت تحرى الدقة فى المعلومة بمعنى هل يتم قبل النشر أم بعد النشر فإن كانت غير صحيحة فيتم تكذيبها وإن كانت صحيحة فقد حققت الوسيلة سبقا إعلاميا، إختلاف التغطية وفقا للإمكانيات المادية والبشرية المتاحة، كون الوسيلة متخصصة أم عامة، تبنى التيارات الصحفية الحديثة من صحافة استقصائية، صحافة بيانات.. وغيرها، حجم الإهتمام بقيم ومبادئ مثل التماسك الإجتماعى، الحفاظ على الأمن القومى، بث الطمأنينة فى نفوس الجماهير.

جدول رقم (19) تأثير المنافسة بين الوسائل الإعلاميةعلى التغطية الإعلامية لمستجدات أزمة كورونا

م	التأثير	ك	%	الترتيب
1	السلبي بدرجة أكبر	18	4.7	3
2	الإيجابي والسلبي على حد سواء	234	61.3	1
3	الإيجابي بدرجة أكبر	130	34.0	2
المجموع		382	100	-
المتوسط الحسابي= 2.29				
الانحراف المعياري= 0.55				

أفاد أغلب المبحوثين أن تأثير المنافسة بين وسيلتهم الإعلامية والوسائل الأخرى على التغطية الإعلامية لمستجدات أزمة كورونا تمثل فى الجمع بين الجانبين (الإيجابي والسلبي على حد سواء) ويمكن تفسير ذلك فى إطار التكاتف بين الجميع لعبور هذه الأزمة ورفع شعار المصداقية وعدم إثارة الذعر بين الجماهير وتغليب المصلحة المجتمعية، وكذلك الإعتماد على المصادر الرسمية والبيانات الموثوقة، وتحقيق هدف التخفيف من حدة تأثير الشائعات المنتشرة عبر مواقع التواصل الإجتماعى من خلال إتاحة المعلومة الصحيحة والمؤكدة، وفى إطار آخر يمكن القول أن تأثير المنافسة قد إختلف بإختلاف الهدف من التغطية، السياسة الإعلامية للوسيلة، جنسية الوسيلة سواء كانت مصرية أوأجنبية ففى الأولى يبرز هدف التماسك الإجتماعى بصورة كبيرة وكذلك الحفاظ على الأمن القومى بكل مقوماته وفى نفس الوقت لا حاجة لتجميل الموقف أوإخفاء الحقائق فالأزمة عالمية والجميع يعانى منها بل لابد من النشر والمكاشفة حتى وإن كانت الحقائق صادمة وذلك تجنبا لسيناريوهات أكثر قسوة كما حدث فى الدول التى تمكن منها الفيروس كإيطاليا مثلا كما أنه مع البطء فى تطور الأحداث أحيانا واستمرار الوضع بنفس الروتينية لفترة ليست قصيرة أدى ذلك إلى وجود حالة من التشابه الإعلامى فى تناول الموضوعات التى تبرز مستجدات الأمر.

جدول رقم (20) درجة انتشار الشائعات والمعلومات المضللة المرتبطة بأزمة كورونا

م	الدرجة	ك	%	الترتيب
1	درجة ضعيفة	47	12.3	3
2	درجة متوسطة	159	41.6	2
3	درجة كبيرة	176	46.1	1
المجموع		382	100	-
المتوسط الحسابي= 2.34				
الانحراف المعياري= 0.68				

أكد المبحوثون على تفاقم أزمة انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة أوالمضللة المرتبطة بجائحة كورونا خلال فترة تغطيتهم لها، الأمر الذى يستدعى مزيدا من الحذر والحيطة عند الحصول على المعلومات.

جدول رقم (21) أسباب انتشار الشائعات خلال أزمة كورونا وفقا لردود المبحوثين

م	الأسباب	ك	%	الترتيب
1	تأخر المصادر فى تقديم المعلومة	223	58.4	1
2	خلط الجمهور أحياناً بين الرأى والمعلومة	221	57.9	2
3	عدم تعامل الإعلام فى البداية مع الخطر	83	21.7	11
4	التوظيف السياسى للفيروس والأخذ بنظرية المؤامرة	189	49.5	4
5	تنامى الشعور بالقلق والخوف عند الجمهور	216	56.5	3
6	إحتراف كثير من العامة صناعة الكذب	121	31.7	8
7	ضعف القدرات النقدية لدى الجمهور	88	23	10
8	عدم الإلتزام بتطبيق قوانين مكافحة الشائعات	125	32.7	7
9	عدم وجود خطة فاعلة وجاهزة لإدارة الأزمة	68	17.8	12
10	الرغبة فى الربح عبر الأخبار التى تجلب التفاعل	147	38.5	6
11	نقص المعلومات حول الفيروس مع تباين طرق جمع بياناته	150	39.3	5
12	تسابق الصحفيين على إيراد أخبار دون التأكد من صحتها	109	28.5	9

تمثلت أبرز أسباب انتشار الشائعات أوظهور ما يُعرف بالوباء المعلوماتى infodemic خلال أزمة كورونا من وجهة نظر المبحوثين فى تأخر المصادر فى تقديم المعلومة، خلط الجمهور أحياناً بين الرأى والمعلومة،

تنامى الشعور بالقلق والخوف عند الجمهور نتيجة الشعور بتزايد درجة التهديدات والمخاطر المرتبطة بالأزمة، الأمر الذى أدى إلى رفع درجة التوتر واللاعقلانية عند الجمهور مما جعله أكثر عرضة للاستهواء والوقوع تحت تأثير الشائعات، التوظيف السياسى للفيروس والأخذ بنظرية المؤامرة لخدمة أجندات معينة أوتشويه أشخاص أوجماعات، نقص المعلومات حول الفيروس مع تباين طرق جمع البيانات الخاصة به، حيث أن نقص المعلومات كانت السمة الأبرز فى المشهد على صعيد رسمى وشعبى وإعلامى فثمة معلومات خاطئة جرى نشرها عبر الإعلام على لسان مسؤولين كوزراء صحة وخبراء ومصادر طبية، وذلك لحداثة عهد الفيروس مما كان يستدعى منهم مزيدا من التدقيق، كما لم تتعامل وسائل الإعلام فى البداية مع الخطر بالجدية المطلوبة خوفا من أن يتحول الوضع إلى فوضى إجتماعية.

بالإضافة إلى الأسباب المالية المتعلقة بالربح من الإنترنت عبر الروابط المفبركة والأخبار التى تجلب التفاعل والرغبة فى المشاركة فى ظل كثرة الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعى التى فرضت السرعة فى نشر المعلومة.

جدول رقم (22) درجة استناد المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة مستجدات الأزمة

م	الدرجة	ك	%	الترتيب
1	درجة ضعيفة	157	41.1	1
2	درجة متوسطة	132	34.6	2
3	درجة كبيرة	93	24.3	3
المجموع		382	100	-
المتوسط الحسابي= 1.83				
الانحراف المعياري= 0.79				

تباينت درجات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة مستجدات الأزمة، وتمثلت أبرز أسباب الاستعانة بتلك المواقع سواء بدرجة كبيرة أومتوسطة فى الرغبة فى التفاعل مع الجمهور والتعرف على إتجاهاته بالبحث عن إجابات لها، التواصل مع الزملاء والمصادر الإعلامية، الإطلاع على تطورات الوضع فى مختلف الدول والمناطق، استخدامها كمصادر للمعلومات ولكن فى حدود معينة بعد التحقق منها، متابعة آراء وردود الأفعال عن الأزمة، متابعة حسابات الوسائل الإعلامية والهيئات والشخصيات والمؤسسات الرسمية التابعة للدولة والمنظمات المدنية بإختلافها، حيث يمكن وصف مواقع التواصل الإجتماعى بأنها " أداة التمثيل الإجتماعى للديمقراطية الشعبية " فيمكن من خلالها التعرف على اتجاهات الجماهير، عمل استطلاعات للرأى، تقييم الممارسات الصحفية للوسيلة[137]

بينما برزت أسباب الاستعانة بتلك المواقع بدرجة ضعيفة لأنها تمثل بيئة لانتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة، وعلى الصحفى إتباع العديد من القواعد عند استقاء المعلومات منها مع الوعى بأنه لا توجد قواعد ثابتة وسريعة حول استخدام المعلومات والمواد من مصادر الشبكة الاجتماعية، إذ أن كل حالة مختلفة عن الأخرى، وبالتالى يجب مناقشة الأمر مع الفريق المسئول واختيار القرار التحريرى المناسب وفقا لاختبار التوجه والسياسة المهنية المتبعة، حيث أثبتت دراسة (Deirdre Mccaughey,2014)[138] وجود علاقة ايجابية بين استخدام مؤسسات الرعاية الصحية لأدوات التواصل الإجتماعى كالمدونات وغيرها وتقييم المرضى لنشاط وأعمال هذه المؤسسات.

جدول (23) درجة استخدام المبحوثين للتطبيقات والوسائل الرقمية فى مجالات عملهم خلال الأزمة

م	التطبيقات الرقمية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	Face book Messenger,viber	3.32	0.89	2
2	What's up	3.36	0.85	1
3	التطبيقات الخاصة بكورونا	2.37	1.14	4
4	Gmail	3.14	0.88	3
5	أخرى	1.20	0.52	7
6	Skype, line & google hangouts	1.47	0.85	6
7	Zoom , Microsoft Teams & google meet	2.35	1.16	5
	المتوسط العام الإجمالي	2.31	0.48	-

يمكن القول أن أول تأثير لأزمة كوفيد19 يكون قد وقع على عملية الإتصال نفسها، فقد تم استبدال أشكال الإتصال التقليدية مثل الإتصال وجها لوجه والإتصال الجماعى والإتصال الجماهيرى عبر الوسائط القديمة بالإتصالات الرقمية والإفتراضية وحتى عن طريق التواصل الذاتى، كما حدثت تغييرات فى مكانة وأدوار وسائل الإعلام والإتصال ذاتها، فقد إحتلت الوسائط الجديدة وخاصة استخدام وسائط المواطنة أومواقع التواصل الإجتماعى الصدارة وأصبحت تشكل المصادر الرئيسية للمعلومات حتى فيما يسمى بالأخبار المزيفة والدعاية والتضليل الإعلامى[139]

وتمثلت أكثر التطبيقات استخداما والوسائل الرقمية فى مجالات عمل المبحوثين خلال الأزمة بالترتيب فى (What's up)، (Face book Messenger)،(Gmail)، ويأتى ذلك فى إطار

التعود مسبقا على استخدامها للأغراض العملية والشخصية، ثم التطبيقات التكنولوجية الخاصة بكورونا مثل:

تطبيق تتبع فيروس كورونا على الموبايل، وخرائط انتشار فيروس كورونا جغرافيا على شبكة الإنترنت، ثم منصات Zoom , Microsoft Teams & google meet وغيرها لعقد وتسجيل الاجتماعات وتبادل الأعمال بسعة تخزينية عالية، ويليها تطبيقات أخرى للإتصال مثل Skype, line & google hangouts وغيرها، أما التطبيقات الأخرى التى تم استخدامها من جانب المبحوثين فكانت مثل برامج شبكات تحليل البيانات الضخمة أواستخدام برامج الاستماع للمنصات الاجتماعية Social Media Listening Tools ومنها البرنامج الشهير Talkwalker لمعرفة ما يدور في شبكات التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الرصد، حيث يمكن للمنصات والمنتديات عبر الإنترنت أن تعطي مؤشراً على وجود خطر ينبئ بالوباء.

وهناك أيضا تطبيق Google Calendar تستخدم لتنظيم العمل وترتيب المواعيد ويمكن ربطها بـ Gmail لتسهيل المهمات، وتطبيق Trello لإنشاء جداول لتنظيم العمل والمهام ووضع ملاحظات لاصقة رقمية، ومنصة Log Me In التى تتيح إضافة 3000 مشارك فى العروض التقديمية من خلالها... وغيرها من التطبيقات التى وردت بإجابات المبحوثين.

جدول رقم (24) بداية إعتماد المبحوثين على التطبيقات الرقمية السابقة خلال أزمة كورونا

م	بداية الإعتماد	ك	%	الترتيب
1	قبل أزمة كورونا	112	29.3	2
2	بعد أزمة كورونا	19	5.0	3
3	قبل وأثناء أزمة كورونا	251	65.7	1
المجموع		382	100	-

إن الفكرة المستحدثة هى الفكرة التى يعتقد صاحبها أنها شئ جديد ولا يهم كثيرا فى مجال السلوك البشرى أن تكون جديدة بشكل حقيقى أم لا، فحداثتها بالنسبة للمبحوث هى التى تحدد طريقة تصرفه حيالها، وهنا أفادت عينة الدراسة أن بداية اعتمادهم على التطبيقات السابقة (قبل وبعد أزمة كورونا) بنسبة (65.7%)، يليها الاعتماد (قبل أزمة كورونا) بنسبة (29.3%)، ويمكن تفسير ذلك فى إطار استخدام تلك التطبيقات بشكل مسبق بحكم العادة مقابل وجود بعض التطبيقات الأخرى التى فرضت أجواء كورونا استخدامها خاصة فى محيط العمل.

جدول رقم (25) مدى استفادة المبحوثين من التطبيقات التكنولوجية السابقة

م	مدى الاستفادة	ك	%	الترتيب
1	لم استفد	27	7.1	3
2	استفدت إلى حد ما	142	37.2	2
3	استفدت كثيراً	213	55.8	1
المجموع		382	100	-
المتوسط الحسابي= 2.49				
الانحراف المعياري= 0.62				

يتضح من بيانات الجدول السابق الاستفادة الكبيرة الناتجة من استخدام المبحوثين لتلك التطبيقات، وتمثلت أبرز أوجه الاستفادة فى أنها سهلت عملية التواصل بين الصحفيين من جانب والمسؤولين والمختصين وزملاء العمل والجمهور من جانب آخر، المساهمة فى نشر المعلومات بشأن الوباء وطرق الوقاية منه بهدف التوعية بأبعاده، المتابعة المستمرة

للمستجدات، إدارة العمل والمقابلات عبر الإنترنت، التمكن من العمل بجودة فى ظل ظروف البيئة المحيطة وما فرضته كورونا من إجراءات تتعلق بالتباعد الإجتماعى، وتحدد بيانات الجدول السابق مدى فائدة التطبيقات التكنولوجية سواء المسبق استخدامها أوالمستحدث استخدامها من جانب المبحوثين، خاصة أن مرحلة التبنى بإعتبارها المرحلة الأخيرة لإعتناق الأفكار المستحدثة تستند إلى خطوات تسبقها تتمثل فى الإدراك والإهتمام والتقويم (تحديد مقدار الفائدة) والمحاولة أوالتجريب وتختلف المدة الزمنية اللازمة للتبنى من فرد لآخر ومن وسيلة لأخرى إلا أن ما فرضه الواقع أثناء أزمة كورونا من أنماط مستحدثة فى التعاملات الشخصية والمهنية أدى إلى سرعة تبنى هذه الأنماط بعد استخدامها.

جدول رقم (26) التنبؤ بمدى استمرار استخدام المبحوثين لهذه التطبيقات بعد انقضاء جائحة كورونا

م	الإجابة	ك	%	الترتيب
1	لا	16	4.2	4
2	نعم ولكن بدرجة أقل	53	13.9	2
3	لا أستطيع التحديد	106	27.7	2
4	نعم وسيزيد	207	54.2	1
المجموع		382	100	-
المتوسط الحسابي= 3.32				
الانحراف المعياري= 0.86				

إن النتائج الخاصة بعملية التبنى تكون إما بقبول الفكرة المستحدثة أورفضها علما بأن عملية التبنى أوالرفض ليست ثابتة فقد تستمر أوتتوقف بعد فترة من التبنى وقد يتم رفض الفكرة ثم قبولها بعد ذلك وهوما يُعرف بـ { التبني المتأخر للفكرة }، ويشير أكثر من نصف المبحوثين إلى توقعهم بزيادة استمرار استخدامهم للتطبيقات الرقمية من بعد انقضاء جائحة كورونا، مؤكدين أن وتيرة الابتكار التكنولوجى لن تتوقف وزخم التنمية الجديدة للتكنولوجيا الناشئة لن يتلاشى والرغبة فى الحياة الذكية والحاجة إلى التحديث فى مختلف المجالات فى ظل التغييرات الحالية والمستقبلية، خاصة أن التطبيقات التكنولوجية الجديدة أصبحت أكثر دقة وفعالية وأمان فى التعامل.

جدول (27) الأشخاص الأكثر تأثيراً فى المؤسسة الإعلامية فيما يتعلق بتبني أنماط جديدة بالعمل

م	الأشخاص الأكثر تأثيرا	ك	%	الترتيب
1	أصحاب المناصب الرسمية من الإدارة العليا	194	50.8	1
2	أصحاب المناصب الرسمية من الإدارة الوسطى	111	29.1	2
3	أصحاب المناصب الرسمية من الإدارة الدنيا	44	11.5	3
4	أشخاص آخرين	33	8.6	4
المجموع		382	100	-

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الأشخاص الأكثر تأثيراً فى المؤسسات الإعلامية التابع لها المبحوثين فيما يتعلق بتبني أفكار أوأنماط جديدة فى العمل الإعلامي) هم بالترتيب (أصحاب المناصب الرسمية من الإدارة العليا)، (أصحاب المناصب الرسمية من الإدارة الوسطى)، (أصحاب المناصب الرسمية من الإدارة الدنيا)، (أشخاص آخرين)، وبالتالى يمكن القول أن القيادة المهنية أوالرسمية فى العمل هى الأكثر تأثيرا بالمقارنة بالقيادة التطوعية أوغير الرسمية.

جدول (28) طبيعة النظام الاجتماعي فى المؤسسات الإعلامية التابع لها المبحوثين

م	طبيعة النظام الإجتماعى	ك	%	الترتيب
1	محفز للتغيير والتطوير بصورة أكبر	116	30.4	2
2	معوق ورافض للتغيير والتطوير بصورة أكبر	61	16.0	3
3	يتخذ مكانة وسطى بين كونه محفزاً ورافضاً للتغيير	205	53.7	1
	المجموع	382	100	-

تؤثر المعايير الاجتماعية الخاصة بالتنظيم الاجتماعي القائم على عملية انتشار الأفكار الجديدة. والمعيار الاجتماعي هو النمط السلوكي الشائع بين أفراد تنظيم اجتماعي معين، وقد تكون هذه الأنماط تقليدية تقلل من إمكانية اعتناق الأفكار الجديدة أوقد تكون عصرية تشجع على تبنى هذه الأفكار، وأفاد الأفراد عينة الدراسة بأن طبيعة النظام الاجتماعي بمؤسساتهم الإعلامية يميل الي (إتخاذه مكانة وسطى بين كونه محفزاً ورافضاً للتغيير) بنسبة (53.7%)، ثم (محفزا للتغيير والتطوير بصورة أكبر) بنسبة (30.4%)، وأخيرا يميل الي (معوقا ورافضا للتغيير والتطوير بصورة أكبر) بنسبة (16%).

جدول (29) تصنيفات المبحوثين للأنماط البشرية بمؤسساتهم الإعلاميةعند إقبالهم لاكتساب مهارات تكنولوجية جديدة وتقبلهم لتبنى أنماط مستحدثة بالعمل الإعلامى

م	تصنيف الأنماط	ك	%	الترتيب
	1- وكيل التغيير، المُخاطر والمحب للتجربة، واختيار العادات الجديدة فى نمط الأساليب الإعلامية			
1	أنت	18	17.8	3
2	زملاؤك المقربون	27	26.7	1
3	زملاء آخرون فى مؤسستك	4	4	6
4	زملاء فى مؤسسة أخرى	21	20.8	2
5	رئيسك المباشر فى العمل	6	5.9	5
6	رؤساؤك الآخرون فى العمل	9	8.9	4
	2-المتبنى للتغيير: ليس مبتكر الأسلوب أوالفكرة ولكنه أول من يتبناها ويحاول نقلها وانتشارها			
1	أنت	51	50.5	1
2	زملاؤك المقربون	32	31.7	5
3	زملاء آخرون فى مؤسستك	39	38.6	2
4	زملاء فى مؤسسة أخرى	19	18.8	6
5	رئيسك المباشر فى العمل	35	34.7	3
6	رؤساؤك الآخرون فى العمل	34	33.7	4
	3-المائل للأساليب التقليدية ولكن لديه الإستعداد لتقبل أفكار وأساليب جديدة			
1	أنت	32	31.7	5
2	زملاؤك المقربون	38	37.6	2
3	زملاء آخرون فى مؤسستك	49	48.5	1
4	زملاء فى مؤسسة أخرى	35	34.7	4
5	رئيسك المباشر فى العمل	37	36.6	3
6	رؤسائك الآخرون فى العمل	25	24.8	6
	4- غير المُحب للمجازفة والتغيير فالأمر ليس ممتعاً ولا مفضلاً لديه			
1	أنت	-	-	-
2	زملاؤك المقربون	2	2	5
3	زملاء آخرون فى مؤسستك	9	8.9	4
4	زملاء فى مؤسسة أخرى	19	18.8	2
5	رئيسك المباشر فى العمل	22	21.8	1
6	رؤسائك الآخرون فى العمل	18	17.8	3

5- المعارض للتغيير والأفكار والأساليب الجديدة وإن تم قبول الفكرة فيكون متذمراً مضطراً				
1	أنت	-	-	-
2	زملاؤك المقربون	-	-	-
3	زملاء آخرون فى مؤسستك	-	-	-
4	زملاء فى مؤسسة أخرى	7	6.9	2
5	رئيسك المباشر في العمل	-	-	-
6	رؤساؤك الآخرون فى العمل	16	15.8	1

أشارت بيانات الجدول السابق أن الفئة الأصغر سنا هى الأكثر ابتكارا للأساليب والأفكار الجديدة أوالأكثر تقبلا لها وتشجيعا على توظيفها بالعمل وتضمنت فئات الزملاء المقربين، المبحوثين أنفسهم، والزملاء فى مؤسسات إعلامية أخرى، أما الفئات الأكثر اعتراضا لانتشار الأفكار المستحدثة والتطبيقات التكنولوجية المعتاد على استخدامها أوالجديدة منها أوتقبل تلك التطبيقات بالإجبار وبتذمر فتمثلت فى فئة الرؤساء سواء المباشرين أوالآخرين فى إدارات أخرى أوإدارات عليا، ووفقا لنظرية روجرز يتم تقسيم الأفراد على أساس تبنيهم للفكرة المستحدثة إلى خمس فئات كالتالى طبقا لبيانات الجدول السابق:

1- المبتكر (Inventor) ويُلقب بـ (وكيل التغيير أوالداعي الأول له)، ويمكن وصفه بالمُخاطر والمحب للتجربة ولكل جديد فى نمط الحياة، والميل لاختيار العادات الجديدة فى نمط الأساليب الإعلامية) وأفادت عينة الدراسة بان أكثر الأشخاص ميلا لهذا التصنيف على الترتيب (زملائك المقربون)، (زملاء فى مؤسسة أخرى)، بنسب (26.70%)، (20.80%).

2- المتبنى للتغيير أوالمتبنى الأول (Early Adapter) فهوليس مبتكر الأسلوب أوالفكرة ولكنه أول من يتبناها، وهوفى القيادة أفضل من الإبتكار، هدفه رعاية الفكرة والعمل على نقلها وانتشارها، وأفادت عينة الدراسة بان أكثر الأشخاص ميلا لهذا التصنيف على الترتيب (أنت)، (زملاء آخرون فى مؤسستك)، بنسب (50.50%)، (38.60%).

3- المائل للأساليب اللتقليدية () Early Majority، ولكن لديه الاستعداد لتقبل أفكار وأساليب جديدة وهم أقل في المخاطرة، وعلى الرغم من هذا فهم نشطاء في مجتمعاتهم، وعلى دراية تامة بكل الاتجاهات الاجتماعية، ولهم تأثير كبير على أصدقائهم وجيرانهم، هم ليسوا خائفين من التغيير ولكنهم لا يبحثون عنه، وأفادت عينة الدراسة بأن أكثر الأشخاص ميلا لهذا التصنيف على الترتيب (زملاء آخرون فى مؤسستك)، (زملائك المقربون) بنسب (48.50%)، (37.60%).

4- الأغلبية المتأخرة (late majority) وهم لا يحبون المجازفة والتغيير، فالأمر ليس ممتعاً ولا مفضلاً لديهم، ويكونون أقل في الثقافة والعلم وكذلك أقل في النشاط الاجتماعي، وينتمى لهذه الفئة كبار السن بدرجة كبيرة، وعادة ما يتم فرض التغيير عليهم حتى يتقبلوه، وأفادت عينة الدراسة بأن أكثر الأشخاص ميلا لهذا التصنيف على الترتيب (رئيسك المباشر فى العمل)، (زملاء فى مؤسسة أخرى) بنسب (21.80%)، (18.80%).

5- المتخلفون (leggarde) وهذه الفئة تكره التغيير وهم الأكثر تقليدية ويحاربون الأفكار والأساليب الجديدة وإن تم قبول الفكرة فيكونون متذمرين ومضطرين، وأفادت عينة الدراسة بأن أكثر الأشخاص ميلا لهذا التصنيف (رؤسائك الآخرون فى العمل) بنسبة (15.80%).

جدول رقم (30)تقييم الأداء الصحفي الذاتى للمبحوثين أثناء تغطيتهم لأزمة كورونا

م	التقييم	ك	%	الترتيب
1	تراجع	48	12.6	3
2	كما هو	225	58.9	1
3	تحسن	109	28.5	2
المجموع		382	100	-
المتوسط الحسابي= 2.16				
الانحراف المعياري= 0.62				

أفاد أكثر من نصف المبحوثين بأن أدائهم المهنى كان كما هوالمعتاد منهم أثناء تغطيتهم للأزمة، ثم من تحسن أدائهم وهم نسبة ليست قليلة (28.5%)، وتمثلت بعض أوجه تحسن الأداء فى: استخدام تطبيقات تكنولوجية لم تكن مستخدمة فى مجال العمل من قبل، اكتساب مهارة العمل تحت ضغط، محاولة الإبداع والابتكار فى إختيار زوايا وجوانب غير معتادة فى تناول الموضوعات.. وغيرها.

جدول رقم (31) مدى حاجة المبحوثين إلى تطوير ذاتهم ومهاراتهم العملية فى ضوء مستجدات أزمة كورونا

م	الدرجة	ك	%	الترتيب
1	درجة ضعيفة	50	13.1	3
2	درجة متوسطة	169	44.2	1
3	درجة كبيرة	163	42.7	2
المجموع		382	100	-
المتوسط الحسابي= 2.30				
الانحراف المعياري= 0.68				

أعرب المبحوثون عن حاجتهم لتطوير ذاتهم ومهاراتهم العملية فى ضوء تغطيتهم لجائحة كورونا سواء بدرجة متوسطة أوبدرجة كبيرة، وجاء ذلك فى ظل مخاطر البيئة الجديدة وما تفرضه من ظروف مختلفة تتمثل فى استخدام تطبيقات وأدوات تكنولوجية جديدة، وأيضا جاءت استجاباتهم فى إطار تعرضهم لضغوط اقتصادية تجبرهم على تنمية مهاراتهم واكتساب مهارات أخرى تساعدهم على الحصول على فرص عمل ذات صلة بالإتجاهات الحديثة بالعمل الإعلامى، كما أجاب بعض أفراد العينة أنهم بحاجة إلى إكتساب معارف وخلفيات للاستعانة بها فى تحليل وتفسير التقارير والبيانات الطبية.

جدول رقم (32) إلتحاق المبحوثون بدورات تدريبية لتحسين أدائهم خلال فترة الأزمة

م	الإجابة	ك	%	الترتيب
1	نعم	124	32.5	2
2	لا	258	67.5	1
المجموع		382	100	

لم تلتحق النسبة الأكبر من العينة بأى نوع من أنواع التدريبات سواء (بالحضور الفعلى أو on line) خلال فترة جائحة كورونا، فى المقابل هناك نسبة ليست قليلة التحقت فعليا بتدريبات عملية بهدف تحسين أدائهم، وكانت معظم تلك التدريبات من خلال الحضور on line.

جدول رقم (33) أساليب إكتساب المبحوثين لمهارات جديدة فى العمل

م	الأساليب	الوزن النسبي	%	الترتيب
1	الإلتحاق بدورات تدريبية سواء بالتواجد الفعلى أوon line	732	26.08	2
2	تبادل الخبرات مع الزملاء فى العمل	590	21.02	3
3	تبادل الخبرات مع الرؤساء فى العمل	369	13.15	4
4	التعلم الذاتى بالإطلاع والبحث عن الجديد	1116	39.76	1
المجموع		2807	100	-

تمثلت أبرز أساليب إكتساب المبحوثين لمهارات جديدة بالعمل فى: التعلم الذاتى بالإطلاع والبحث عن الجديد، ثم الإلتحاق بدورات تدريبية سواء بالتواجد الفعلى أوon line، وجاءت أقل تلك الأساليب تكرارا تبادل الخبرات سواء مع زملاء العمل أوالرؤساء فى العمل ويشير ذلك إلى أن عملية التفاعل الإنساني الذي عن طريقه ينقل الشخص الفكرة الجديدة إلى شخص آخر تعانى من قصور ما ينبغى على المؤسسات الإعلامية الإنتباه له والعمل على تدعيم العلاقات بين الزملاء وبعضهم البعض من جهة، وبينهم وبين رؤسائهم من جهة أخرى لنقل خبرات العمل وإكتساب المزيد من المهارات، وتمثلت أبرز المهارات المرغوب فى اكتسابها أوتطويرها لدى المبحوثين فى: تطبيقات وبرامج المونتاج، الترجمة المتخصصة، كيفية صنع ترينـد بالتوازن بين الإلتزام بالمعايير المهنية وتحقيق جماهيرية مرتفعة، كتابة الفنون الصحفية المختلفة بالأساليب الحديثة، صحافة البيانات واستخداماتها المتنوعة، إدارة الأزمات إعلاميا وفنيا، اكتساب لغات مختلفة، التسويق الإلكترونى، إنتاج محتوى تفاعلى، التحليل والتفسير بأسلوب علمى دقيق، إدارة ضغوط العمل بأنماطها المختلفة، إدارة محتوى مواقع التواصل الاجتماعى، إنتاج قصص وتقارير بشكل كامل من خلال الموبايل، التعامل ميدانيا مع المناطق الخطرة، الصحافة الاستقصائية، السلامة المهنية، الأمن الرقمى، التحقق من المعلومات.. وغيرها.

جدول رقم (34) توصيف المبحوثون للضغوط أوالتحديات التى تعرضوا لها خلال الجائحة

م	التوصيف	ك	%	الترتيب
1	كانت أسوأ بكثير من المعتاد	176	46.1	1
2	كانت تقريباً كالمعتاد	70	18.3	3
3	ما بين السيئة والعادية	97	25.4	2
4	لا أستطيع التحديد	39	10.2	4
	المجموع	382	100	-

وصف أغلبية المبحوثين الضغوط التى تعرضوا لها خلال الجائحة بأنها كانت أسوأ بكثير من المعتاد أوبأنها ما بين السيئة والعادية، وتباينت آراء المبحوثين وفقا للإمكانيات المادية والبشرية لكل وسيلة وتطورها التكنولوجى ومدى إعتمادها على التقنيات التكنولوجية من قبل وقوع الجائحة، كما إختلفت الآراء وفقا لتخصص عمل كل مبحوث كونه ميدانيا أوداخليا بالوسيلة، ودرجة الإختلاف فيما بينهم بالنسبة لتفضيل العمل عن بعد، وكذلك السمات الشخصية لكل مبحوث.

جدول (35) نوعية الضغوط التى يتعرض لها المبحوثين منذ الإعلان عن فيروس كورونا

م	الضغوط	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	النفسية	2.31	721.	1
2	الاقتصادية	2.30	685.	2
3	المهنية	2.19	635.	3
4	الشخصية	1.64	699.	5
5	أخرى	1.61	700.	6
6	الإدارية	1.81	683.	4
	المتوسط العام الإجمالى	1.97	0.41	-

تشير بيانات الجدول السابق إلى معاناة المبحوثين من تعرضهم لضغوط نفسية فى المقام الأول عند تغطيتهم لمستجدات أزمة كورونا، وتمثلت تلك الضغوط على سبيل المثال فى (العزلة

الإجتماعية، الإجهاد والخوف والقلق من الإصابة أونقل العدوى لذويهم، الاستمرار فى تغطية موضوعات مسببة للضغط العصبي كونه شاهدا أوناقلا للحدث وأيضا عند تواصله مع الضحايا لسرد تجاربهم وحكاياتهم للجمهور، فالصحفيين الذين يقابلون ضحايا الصدمات قد يتعرضون هم أنفسهم إلى ما يسميه الخبراء الصدمة غير المباشرة أوالثانوية بسبب تعاطيهم مع الصور والقصص المروعة أوتعرضهم لما يُعرف بإضطرابات ما بعد الصدمة التى تؤثر على الصحة العقلية تباعا خاصة الشعور بالقلق والاكتئاب باعتبارهما أكثر الأعراض شيوعا)، فعلى سبيل المثال كشفت دراسة

(Mina Lee , Eun Hye Ha & Jung Kun Pae , 2018)140 والتى أجريت على 367 صحفيا كوريا عن شدة معاناتهم من أعراض اضطراب ما بعد الصدمة واختلفت درجة معاناتهم وفقا لعدة عوامل أهمها مدى التعرض للحدث الصادم، الخبرة المهنية، استراتيجيات التأقلم النفسى، السمات الشخصية للصحفيين، والدعم الاجتماعى المقدم لهم.

وفى دراسة أخرى تناولت تغطية إعصار هارفى والمناطق المتضررة منه بالتطبيق على 30 صحفيا، حيث تم وصف تغطية الحدث بأنها تجربة مؤلمة، التجربة الأكثر ازعاجا طوال حياتهم المهنية141، ثم فى المرتبة الثانية جاءت الضغوط الإقتصادية (كالتراجع الاقتصادي الذى صاحب الأزمة وطال الإعلام الذى يعانى من تراجع مصادر التمويل، تخفيض الرواتب أوالمكافآت، تخفيض النفقات التشغيلية، بطء وقلة الإنتاج نتيجة الإجاءات الإحترازية المتخذة من جانب الجهات المختصة)، ثم فى المرتبة الثالثة جاءت الضغوط المهنية

(كتأخر استجابة المصادر وصعوبة البحث عن مصادر بديلة، النقص فى البيانات، التعرض للمخاطر أثناء العمل خاصة فى ظل ظروف استثنائية، وصعوبة التحقق من دقة المعلومة،إجراء المقابلات وجمع المعلومات فى وقت تصنع فيه القيود على الحركة والاتصال تحديات هائلة للصحفيين، توقف الكثير من الأنشطة والفعاليات فى مختلف المجالات مما أدى لتضييق نطاق التغطية واقتصارها على الموضوعات التى تتناول الجائحة سواء ذات الصلة المباشرة بها أوغير المباشرة، صعوبة العثور على الأعداد الصحيحة فى الوقت الذى يتفشى فيه الفيروس بشكل سريع للغاية، افتقاد بعض المهارات التكنولوجية المطلوبة، صعوبة الإبداع فى ظل الضغوط المتواجدة والإكتفاء بالعمل النمطى المطلوب)، ثم فى المرتبة الرابعة جاءت الضغوط الإدارية مثل (توتر العلاقة بين الزملاء والرؤساء فى ظل التوتر المخيم على تلك الفترة الزمنية وصعوبة تكوين فرق العمل وتناوب المهام، عدم وجود جاهزية تامة للعمل عن بُعد، القيام بأكثر من دور أووظيفة وكذلك أدى العمل عن بُعد إلى إمتداد ساعات العمل بدون فاصل أونهاية، وعدم الشعور بالأمن الوظيفي أثناء الأزمة)، ثم الضغوط الشخصية مثل (صعوبة التنسيق بين العمل والمهام المنزلية أوالشخصية وتغير الظروف الأسرية، إصابة عدد كبير من الإعلاميين بالفيروس) وذلك وفقا لردود المبحوثين.

جدول رقم (36) أساليب مواجهة المبحوثين لتلك الضغوط أوالتكيف معها

م	الأساليب	ك	%	الترتيب
1	الاستناد إلى مصادر بديلة أثناء التغطية	198	51.8	3
2	قضاء وقت فى ممارسة الرياضة البدنية أوالذهنية	97	25.5	10
3	الحد من اللقاءات المباشرة حفاظاً على السلامة	241	63.1	2
4	رفض المهمة التى لا أرغب فى أدائها	47	12.3	11
5	عدم الإغراق فى متابعة الأخبار المتعلقة بالمرض	119	31.2	8

6	وضع خطط لحالات الطوارئ والأحداث العاجلة	122	31.9	6
7	الالتزام بالإجراءات الاحترازية	311	81.4	1
8	الاهتمام بتغطية الموضوعات ذات الاتجاه الإيجابي	98	25.7	9
9	البحث عن طرق للدعم الاجتماعي كالتواصل مع الأصدقاء والأسرة	129	33.8	4
10	السعي وراء نجاحات يمكن تحقيقها على المستويين الشخصي والعملي	120	31.4	7
11	الحفاظ على آليات اتصال دائمة مع المتخصصين والمؤسسة	126	33	5

تمثلت أبرز أساليب مواجهة المبحوثين للضغوط بالترتيب فى (الالتزام بالإجراءات الاحترازية)، (الحد من اللقاءات المباشرة حفاظاً على السلامة)،(الاستناد إلى مصادر بديلة أثناء التغطية، مع وضع خطط مفصلة لحالات الطوارئ والأحداث العاجلة مع التخطيط المسبق لأى مهمة)، (البحث عن طرق للدعم الاجتماعي كالتواصل مع الأصدقاء والأسرة والبحث عن طرق للتأقلم الإيجابى كالفكاهة والمؤازرة الاجتماعية واستشارة من لهم خبرة بمواقف مشابهه والاستفادة منهم فى كيفية تقييمهم للمخاطر وتجنبهم لها، فالتعبير عن العواطف وسيلة أخرى للتنفيس عن الإجهاد، والسعى وراء انتصارات يمكن تحقيقها على المستويين الشخصى والعملى بما يتلائم مع ظروف المرحلة، ويتماشى ذلك مع ما يُعرف بظاهرة النمواللاحق للصدمة وهوتغير إيجابى ينتج من خوض الإنسان لصراع مع أمر صعب للغاية، الأمر الذى ينطوى على إدراك أفضل للذات والعلاقات مع الآخرين والقدرة على التكيف وعلى تقدير الحياة بعد التعافى من تجربة مؤلمة والخروج منها بقوة أكبر وبأن فرصا جديدة قد تمخضت من تجربتهم وأتاحت لديهم إمكانيات ومهارات لم تكن متوفرة من قبل.

جدول رقم (37) التسهيلات التى تقدمها المؤسسات الإعلامية للمبحوثين ولزملائهم لأداء العمل بكفاءة خلال الأزمة

م	التسهيلات	ك	%	الترتيب
1	التناوب فى المهام المختلفة	204	53.4	2
2	الإرشاد النفسي للحفاظ على الروح المعنوية لديك	78	20.4	8
3	التواصل المستمر مع الصحفي أثناء عمله	94	24.6	7
4	استخراج تصريحات للتعامل مع جهات ما	126	33	5
5	تقديم تأمينات صحية ورعاية طبية	100	26.2	6
6	العمل من المنزل وتقديم ساعات مرنة للعمل	266	69.66	1
7	توفير وسيلة مواصلات لتنقلاتك	43	11.3	11
8	إنشاء مجموعة عملTask Forceلإدارة الأزمة	72	18.8	9
9	اتخاذ كافة تدابير العمل عن بعد من خلال التطبيقات الرقمية	172	45	4
10	توفير منح، تبرعات، مكافآت للتشجيع وللتعامل مع الأزمة	30	7.9	14
11	الالتحاق بتدريبات السلامة المهنية لتفادى المخاطر الصحية	41	10.7	12
12	توفير تجهيزات وقائية مثل الكمامات، القفازات.. وغيرها	179	46.9	3
13	تقديم موارد أومصادر معرفية للمساعدة كإرشادات للتغطية	40	10.5	13
14	قبول رفض الصحفي لأداء مهمة ما دون معاقبته	54	14.1	10

جاء أبرز ما قدمته المؤسسات الإعلامية من تسهيلات للعاملين بها فى (العمل من المنزل وتقديم ساعات مرنة للعمل)، (التناوب فى المهام المختلفة)،(توفير تجهيزات وقائية مثل الكمامات، القفازات.. وغيرها)، (اتخاذ كافة تدابير العمل عن بعد من خلال التطبيقات الرقمية)، (استخراج تصريحات للتعامل مع جهات ما)، (تقديم تأمينات صحية ورعاية طبية)، (التواصل المستمر مع الصحفي أثناء عمله).

وأفاد المبحوثون أن تقديم تلك التسهيلات جاء فى إطار إتباع التعليمات الصادرة من الأجهزة الرسمية للدولة وضرورة الإلتزام بإرشادات السلامة، سيطرة حالة الخوف والقلق على الزملاء، وضع لائحة بأولويات العمل وإلغاء أى ترتيبات يمكن الاستغناء عنها، تقييم خطط العمل باستمرار لتحديد نقاط القوة والضعف ليتمكن الإعلاميون من العمل ببيئة جيدة ومن دون هدر الطاقة، وزن الفوائد المحققة مقابل المخاطر التى قد يتعرض لها الإعلامى.

جدول رقم (38) الدروس المستفادة إعلاميا من المرور بتجربة أزمة كورونا وفقا لردود المبحوثين

م	الدروس المستفادة	ك	%	الترتيب
1	مواجهة مشاكل المهنة بجدية خاصة مستقبل الصحافة المطبوعة	214	56	2
2	تحسين كفاءة أسلوب إدارة الأزمة عملياً	197	51.6	3
3	أصبح لدى شعور متزايد بالالتزام بأهمية المهنة	178	46.6	4
4	تحقيق الإدارة الديناميكية القائمة على الرقمنة بالمؤسسات الإعلامية	133	34.8	9
5	استرجاع الإعلام المصري للثقة لدى الجمهور	136	35.6	8
6	التفكير بقوة فى الاستثمار فى الصحافة الرقمية بكل أشكالها	217	56.8	1
7	إعادة التوازن بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد بكل وسائله	131	34.3	10
8	ضرورة عمل قواعد مهنية لتنظيم العمل على مواقع التواصل	100	26.2	11
9	كورونا يمثل تجربة تعلم جماعية للتعاون المثمر بين الجميع	169	44.2	5
10	مناقشة أهمية الإعلام العلمي برؤى جديدة تتماشى مع المستقبل	140	36.6	7
11	إدراك أفضل للذات والعمل على تقدير الحياة	83	21.7	13
12	اكتساب مهارات وخبرات إعلامية وتكنولوجية جديدة	167	43.7	6
13	تأكيد أهمية الصحافة فى العمق أوالصحافة الاستقصائية	93	24.3	12

أشارت نتائج الجدول السابق إلى ضرورة الاستثمار وبقوة فى الإعلام الرقمى بكل أشكاله وأدواته وزيادة الإعتماد على التقنيات التكنولوجية فى كافة مراحل العمل الصحفى وكذلك فى أداء الأعمال الفنية والإدارية خاصة بعد أن كشفت أزمة كورونا كيفية تكثيف العمل وزيادة جودة الإنتاج بفضل إمكانيات العمل عن بُعد Working Remotely، كما أنه يجب مواجهة مشاكل وصعوبات المهنة بقوة وجدية خاصة الوضع المستقبلي للصحافة المطبوعة فى ظل التدهور الخطير فى توزيعها وانخفاض تأثيرها فى صناعة الرأى العام بالرغم من محاولتها لتلبية احتياجات العصر فى العمق، كما تُحتم المعاناة من الحالة الاقتصادية السيئة لكثير من المؤسسات الإعلامية ضرورة البحث عن حلول إبتكارية والعمل على تطوير الخدمات الإعلامية المقدمة شكلا ومضمونا خاصة مع تراجع الإعلام الإخبارى أمام الإعلام الترفيهى.
كما كشفت هذه الأزمة أن معظم المؤسسات بما فيها المؤسسات الإعلامية لا تمتلك خطة لإدارة الأزمات، وبات من الجدير الآن معرفة أهمية أن تكون خطتهم البديلة فاعلة وجاهزة بشكل فورى وأصبح هناك شعور متزايد لدى المبحوثين بأهمية مهنة الإعلام ومسئوليتهم المجتمعية إزاء المهنة خاصة مع ما مثَّلته كورونا من تجربة جماعية للتعاون والعمل بين الأطراف المجتمعية والرسمية والإعلامية، بالإضافة إلى اكتساب الإعلاميين لمهارات وخبرات جديدة جراء الظروف المختلفة التى فرضتها الأزمة.
ومن الدروس المستفادة أيضا استرجاع وسائل الإعلام للثقة لدى جمهور متعطش للمعلومة الدقيقة والأخبار الصحيحة خاصة مع الإفلاس المعلوماتى والمصداقية النسبية لمواقع التواصل الاجتماعى وغيرها.

اختبار فروض الدراسة

اختبار الفرض الأول:

جدول رقم (39-1) قياس معنوية الفروق بين استجابات المبحوثين فيما يتعلق بـ(النوع) باستخدام اختبار "ت" Test independent sample t

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت t	القـرار	
						مستوى المعنوية	الدلالة
وصف الضغوط أوالتحديات خلال الجائحة مقارنة بالتى واجهها المبحوثين سابقا	ذكر	283	1.98	1.06	0.578	0.56	غير دالة
	انثي	99	2.05	1.05			
الحاجة إلى تطوير الذات والمهارات العملية	ذكر	283	2.36	0.66	3.146	*0.02	دالة
	انثي	99	2.11	0.71			
الإلتحاق بالدورات التدريبية لتحسين الأداء خلال فترة الأزمة	ذكر	283	1.68	0.046	0.464	0.64	غير دالة
	انثي	99	1.66	0.47			

*داله عند 0.05

من الجدول السابق يتضح عدم ثبوت صحة الفرض فيما يتعلق بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وكلا من وصف الضغوط أوالتحديات خلال الجائحة مقارنة بالتى واجهها المبحوثين سابقا والإلتحاق بالدورات التدريبية لتحسين الأداء خلال فترة الأزمة ويمكن تفسير ذلك بضخامة الأزمة وتعدد جوانبها التى تمتد لجوانب الحياة والعمل ولا تفرق بين ذكر وأنثى وفيما يتعلق بالالتحاق بالتدريب فيمكن تفسيره بتطبيق الدراسة فى الفترة الأولى من وقوع الأزمة والتى قد يقوم المبحوثين فيها بتحديد اتجاهاتهم نحوالتدريب دون اتخاذ سلوك ما لتفعيل ذلك، بينما ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع) والحاجة إلى تطوير الذات وإكتساب المزيد من المهارات العملية،حيث بلغت قيمة "ت" (3.146) عند مستوى معنوية أقل من (0.05) لصالح الذكور بمتوسط حسابي (2.36) مقابل متوسط حسابي (2.11) لعينة الإناث، ويمكن تفسير ذلك فى إطار إحساس الذكور بالمسئولية تجاه عائلاتهم وضرورة مواجهة الضغوط الاقتصادية بالبحث دائما عن الإتجاهات الحديثة فى الإعلام لإيجاد فرص جديدة فى العمل باستمرار.

2- الخبرة الاعلامية

جدول رقم (39-2) قياس معنوية الفروق بين استجابات المبحوثين فيما يتعلق بـ (الخبرة الاعلامية) باستخدام اختبار "ت" Test independent sample t

المتغيرات	الخبرة الإعلامية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف F	القـرار	
						مستوى المعنوية	الدلالة
وصف الضغوط أوالتحديات خلال الجائحة مقارنة بالتى واجهها المبحوثين سابقا	أقل من 5 سنوات	52	1.83	1.06	0.862	0.42	غير دالة
	من 5 لأقل من 10 سنوات	128	2.05	1.11			
	10 سنوات فاكثر	202	2.00	1.02			

الحاجة إلى تطوير الذات والمهارات العملية	أقل من 5 سنوات	52	2.31	0.70	1.265	0.28	غير دالة
	من 5 لأقل من 10 سنوات	128	2.22	0.65			
	10 سنوات فاكثر	202	2.34	0.70			
الإلتحاق بالدورات التدريبية لتحسين الأداء خلال فترة الأزمة	أقل من 5 سنوات	52	1.62	0.49	0.504	0.60	غير دالة
	من 5 لأقل من 10 سنوات	128	1.68	0.47			
	10 سنوات فاكثر	202	1.69	0.46			

من الجدول السابق يتضح عدم ثبوت صحة الفرض كليا فلا وجود لفروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بـ (الخبرة الاعلامية) والمتغيرات المشار إليها بالجدول مما يدل على الإتفاق فى الآراء بين المبحوثين بصرف النظر عن عدد سنوات العمل بالمجال الإعلامى

اختبار الفرض الثاني:

جدول رقم (40) قياس معنوية الفروق بين استجابات المبحوثين فيما يتعلق بـ(الوسيلة الاعلامية) باستخدام اختبار "ف" تحليل التباين احادى one way anova

المتغيرات محل الاختبار	جنسية الوسائل الإعلامية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف F	القـرار	
						مستوى المعنوية	الدلالة
المجال الجغرافى لتغطية أخبار مستجدات أزمة كورونا	المصرية	242	2.00	0.96	2.658	0.7	غير دالة
	العربية	87	2.15	1.08			
	غير العربية	53	1.75	0.89			
الميل إلى إبراز الجانب الإيجابى أم السلبى فى تغطية أزمة كورونا	المصرية	242	2.14	0.46	8.614	*0.01	دالة
	العربية	87	2.07	0.42			
	غير العربية	53	1.85	0.56			
الإستناد إلى مواقع التواصل الإجتماعى فى متابعة مستجدات الأزمة	المصرية	242	1.90	0.77	8.069	*0.01	دالة
	العربية	87	1.90	0.83			
	غير العربية	53	1.43	0.66			
الإعتماد على التطبيقات التكنولوجية فى التغطية للأزمة	المصرية	242	2.34	0.92	0.202	0.81	غير دالة
	العربية	87	2.41	0.85			
	غير العربية	53	2.38	0.90			
ميل النظام الإجتماعى السائد بالوسيلة إلى التغيير والتطوير	المصرية	242	2.24	0.85	7.790	*0.01	دالة
	العربية	87	2.45	0.84			
	غير العربية	53	1.85	0.98			

*داله عند 0.05

من الجدول السابق يتضح ثبوت الفرض الثانى جزئيا كالتالى:

1-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بـ (الخبرة الاعلامية) وكلا من المجال الجغرافى لتغطية أخبار مستجدات أزمة كورونا، الإعتماد على التطبيقات التكنولوجية فى التغطية للأزمة.

2- ثبوت وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بـ (الخبرة الاعلامية) لصالح الوسائل (المصرية)، (العربية)، (غير العربية) على الترتيب وكلا من:

أ- الميل إلى إبراز الجانب الإيجابى أم السلبى فى تغطية أزمة كورونا، وذلك لتمسك المبحوثين خاصة المنتمين الوسائل الإعلامية المصرية والعربية بمبادئ المسئولية الإجتماعية بصورة أكبر من مثيلاتها من الوسائل غير العربية.

ب- الإستناد إلى مواقع التواصل الإجتماعى فى متابعة مستجدات الأزمة، خاصة فى ظل زيادة إعتماد الوسائل المصرية والعربية بشكل عام على تلك المواقع وبالتالى استمرار الإعتماد فيما يتعلق بأزمة كورونا بشكل خاص.

ج- ميل النظام الإجتماعى السائد بالوسيلة الإعلامية إلى التغيير والتطوير، ولكن لصالح الوسائل (العربية)، (المصرية)، (غير العربية) على الترتيب، خاصة فى إطار توفر إمكانيات مادية للوسائل الإعلامية العربية تحديدا بالخليجية منها، والرغبة فى تطوير وتحسين البيئة الإعلامية المصرية من جانب آخر.

اختبار الفرض الثالث:

جدول رقم (41) العلاقة بين استفادة المبحوثين من تجربة تغطيتهم لأوبئة سابقاً ووصف الضغوط أوالتحديات خلال الجائحة مقارنة بالتى واجهها المبحوثين سابقا باستخدام معامل ارتباط بيرسون

العلاقة بين استفادة المبحوثين من تجربة تغطيتهم لأوبئة صحية سابقاً أثناء تغطيتهم لموضوعات أزمة كورونا ووصف الضغوط أوالتحديات خلال الجائحة مقارنة بالتى واجهها المبحوثين سابقا	معامل الارتباط(r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدلالة)
	0.562	*0.03	دالة

* دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05

من الجدول السابق يتضح ثبوت صحة الفرض الثالث بوجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية استفادة المبحوثين من تجربة تغطيتهم لأوبئة صحية سابقاً أثناء تغطيتهم لموضوعات أزمة كورونا ووصف الضغوط أوالتحديات خلال الجائحة مقارنة بالتى واجهها المبحوثين سابقا.

إختبار الفرض الرابع:

جدول رقم (42) العلاقة بين قدرة الإعلام على تحقيق التوازن بين التمسك بحريته والإهتمام بمصلحة المجتمع وتماسك أفراده خلال أزمة كورونا وعدد من المتغيرات باستخدام معامل ارتباط بيرسون

العلاقة بين قدرة الإعلام على تحقيق التوازن بين التمسك بحريته والإهتمام بمصلحة المجتمع وتماسك أفراده خلال أزمة كورونا وكلا من	معامل الارتباط(r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدلالة)
الميل إلى إبراز الجانب الإيجابى أم السلبى فى تغطية الأزمة	0.519	*0.04	دالة
تأثير المنافسة بين الوسائل الإعلامية التابع لها المبحوثين والوسائل الإعلامية الأخرى على التغطية الإعلامية لمستجدات الأزمة	0.622	*0.01	دالة
الاستناد إلى مواقع التواصل الإجتماعى فى متابعة مستجدات الأزمة	0.691	*0.01	دالة

* دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05

من الجدول السابق يتضح ثبوت الفرض بشكل كلى بوجود العلاقة بين قدرة الإعلام على تحقيق التوازن بين التمسك بحريته والإهتمام بمصلحة المجتمع وتماسك أفراده خلال أزمة كورونا وكلا من متغيرات الدراسة المشار إليها بالجدول، فالرغبة فى تحقيق التوازن بين الحرية والمسئولية سينعكس بالضرورة على هيمنة صفة الإيجابية أوالسلبية على التغطية، وكذلك تأثير المنافسة بين الوسائل الإعلامية وبعضها

البعض بالرغبة فى تحقيق السبق والإنفراد دون الإهتمام بالصورة الكافية بالمعايير المهنية من تحرى الصدق والدقة وغيرها أوالرغبة فى تحقيق النجاح الإعلامى بالتماشى مع المعايير المهنية المتعارف عليها، كما أنه من ضمن قواعد الاستناد لمواقع التواصل الإجتماعى فى التغطية أن يتحرى الإعلامى من صحة المعلومات الواردة بها من جميع الجوانب فى إطار الحفاظ على مبادئ المسئولية الإجتماعية للوسائل الإعلامية تجاه المجتمع والدولة والوسيلة ذاتها.

إختبار الفرض الخامس:

جدول رقم (43) وجود علاقة دالة إحصائيا بين ميل النظام الإجتماعى السائد بالوسيلة إلى التغيير والتطوير وكلا من الإعتماد على التطبيقات التكنولوجية في التغطية للأزمة والحاجة إلى تطوير الذات واكتساب المزيد من المهارات العملية باستخدام معامل كا^2 ومعامل الاقتران

العلاقة بين ميل النظام الإجتماعى السائد بالوسيلة إلى التغيير والتطوير وكلا من	معامل كا2	معامل الاقتران	مستوى المعنوية	النتيجة (الدلالة)
الإعتماد على التطبيقات التكنولوجية فى التغطية للأزمة	25.142	0.090	0.54	غير دالة
الحاجة إلى تطوير الذات واكتساب المزيد من المهارات العملية	37.512	0.283	*0.03	دالة

* دالة عند مستوى معنوية (0.05)

من الجدول السابق يتضح ثبوت صحة الفرض الخامس جزئيا كالتالى:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ميل النظام الإجتماعى السائد بالوسيلة إلى التغيير والتطوير والإعتماد على التطبيقات التكنولوجية فى التغطية للأزمة، فى مقابل وجود علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين ميل النظام الإجتماعى السائد بالوسيلة إلى التغيير والتطوير وحاجة المبحوثين إلى اكتساب المزيد من المهارات العملية، ويمكن تفسير ذلك فى إطار ما فرضته الجائحة من ظروف تستدعى التعامل من خلال آليات تكنولوجية للعمل عن بُعد بغض النظر عن رغبة الوسيلة فى التغيير والتطوير أم لا، فالأزمة والبيئة المحطية جعلت الأمرا إجباريا وليس إختياريا، ولكن يظل الأمر مؤثرا فيما يتعلق بالحاجة للتطوير ومدى التشجيع على إحداثه بأى درجة.

***خاتمة الدراسة:**

استهدفت الدراسة رصد وتحليل الأنماط المستحدثة للممارسات المهنية لعينة قوامها 382 مفردة من القائمين بالإتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية وغير العربية أثناء تغطيتهم لمستجدات أزمة كورونا خاصة فيما يتعلق باستخدامهم للتطبيقات الرقمية وذلك بالاستعانة بنظرية انتشار المبتكرات والتعرف على مدى إلتزامهم بمبادئ المسئولية الإجتماعية سواء المتعلقة الإعلامى، الجمهور، الوسيلة الإعلامية، والدولة.

وتمثلت أهم نتائج الدراسة فى:

1- تمثلت أهم السمات المميزة لتغطية الموضوعات ذات الصلة بأزمة كورونا فى:الإعتماد بصورة أكبر على المصادر الرسمية والبيانات الحكومية خاصة فى ظل انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة خاصة فى ظل انتشار الأمراض الناشئة التى تشكل تهديدا قويا للبيئة المحيطة بها تعد بيئة خصبة لانتشار لغة الدسائس والمؤامرات ويأتى ذلك بالتزامن مع نقص فى المعلومات الدقيقة حول مصادر هذا التهديد والطريقة المثلى لحماية النفس منه، وارتبط وجود هذه السمة بسمات إبراز الجانب التوعوى المجتمعى فى التغطية لمحاولة الحد من انتشار الفيروس، الحرص على التحقق من صحة ودقة المعلومات الإعتماد على التطبيقات

التكنولوجية المختلفة فى التواصل مع المصادر والمؤسسة الإعلامية فى ظل ما فرضه الحظر من إجراءات بالإضافة للإلتزام بالتباعد الاجتماعى فى العمل بشكل خاص وبين الأفراد بشكل عام.

2- جاءت أكثر الزوايا والأطراف إهتماما بتغطية أخبارها كالتالى: السيناريوهات المستقبلية المتوقعة للفيروس خاصة فيما يتعلق بالآثار الاقتصادية للفيروس على مختلف الأنشطة وهى نتيجة منطقية خاصة أن سوق المال يعد من أكثر القطاعات تضررا فى أزمة كورونا، فهذا القطاع معروف بسرعة تأثره بأى أحداث سواء على المستوى الداخلى أوالخارجى.

3- عكست إجابات المبحوثين قدر المسئولية المجتمعية للإعلام من خلال قيامهم بمجموعة من الأدوار من أهمها: تقديم أي مستجدات عن الأزمة على المستويين المحلى والدولي، الدعم المعنوي للمواطنين بالإسهام بنشر الأمل والطمأنينة بنفوسهم، وكذلك توجيههم وتشجيعهم على تبنى السلوكيات الصحيحة للوقاية من الإصابة والاهتمام بحق الجمهور فى المعرفة بكافة الزوايا ذات الصلة بالموضوع، وضرورة التكاتف والتعاون مع الأجهزة المعنية بالدولة بإبراز الجهود المبذولة والتحديات التى تواجهها وإقتراح الحلول المناسبة،

وفى نفس التوقيت استطاع الإعلام تحقيق التوازن بين التمسك بحريته والاهتمام بمصلحة المجتمع وتماسك أفراده خلال الأزمة سواء بدرجة متوسطة ثم بدرجة كبيرة وفقا لردود المبحوثين من خلال التكامل بين دور المُعاون للدولة والرقيب على أجهزتها فى إدارة الأزمة، ومن ناحية أخرى فقد أثبتت الدراسة وجود علاقة بين قدرة الإعلام على تحقيق التوازن بين التمسك بحريته والإهتمام بمصلحة المجتمع وتماسك أفراده خلال أزمة كورونا وكلا من ميل تغطية الأزمة إلى إبراز الجانب الإيجابى أم السلبى، تأثير المنافسة بين الوسائل الإعلامية، والاستناد إلى مواقع التواصل الإجتماعى فى متابعة مستجدات الأزمة.

4- وفى إطار المسئولية المجتمعية للمبحوثين، فقد أشارت إجاباتهم إلى إعطائهم الأولوية لدور المُعاون للجهات المسئولة عن متابعة الأمر وتقديم الحلول المناسبة له أكثر من إعطائهم الأولوية لدور الرقيب على تلك الجهات إيمانا منهم بمسئوليتهم المجتمعية تجاه الوضع الراهن للأزمة حينها، واتفقت هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة Nobuyuki (Okumura ,2019)[142] والتى تناولت تغطية الكوارث مثل فوكوشيما وتسونامى بالتطبيق على مقابلات متعمقة مع مدراء غرف 14 وسيلة إعلامية يابانية، وأشارت نتائجها إلى إهتمام المبحوثين بالدور الرقابى والتواصل مع الحكومة لإنتاج ما أطلقته الدراسة تحت مسمى " الأخبار التعاونية " كما إهتم المبحوثين بالتقليل من التقارير التى تثير الذعر ووشرح التأثير المحتمل للإشعاع على صحة الإنسان لتسهيل اتخاذ قرارات سريعة ودقيقة بشأن سلامة الناس وأصبح الدور الأهم للاعلام اليابانى هوالتحذير الاستباقى وإلقاء الضوء على كيفية إدارة الأزمات المحتمل حدوثها، وهذا ما أكدت عليه أيضا دراسة .Esi E (Thompson , 2019)[143] حيث أشارت إلى إهتمام الإعلام بالدور الرقابى خلال الأزمة ثم دور الوساطة بين الجمهور والأطراف ذات الصلة خاصة القطاعين السياسى والصحى، وأخيرا دور المُناصر أوالمُدعم للإجراءات الواجب تنفيذها والالتزام بها.

5- أفاد أكثر من نصف المبحوثين بأن أدائهم المهنى كان كما هوالمعتاد منهم أثناء تغطيتهم للأزمة، ثم من تحسن أدائهم وهم نسبة ليست قليلة (28.5%)، وتمثلت بعض أوجه تحسن الأداء فى: استخدام تطبيقات تكنولوجية لم تكن مستخدمة فى مجال العمل من قبل، اكتساب

مهارة العمل تحت ضغط، محاولة الإبداع والابتكار فى إختيار زوايا وجوانب غير معتادة فى تناول الموضوعات.. وغيرها، وفى هذا الإطار أعرب المبحوثون عن حاجتهم لتطوير مهاراتهم العملية فى ضوء تغطيتهم لجائحة كورونا، وجاء ذلك فى ظل ما تفرضه البيئة الجديدة من ظروف مختلفة تتطلب استخدام تطبيقات وأدوات تكنولوجية جديدة.

6- أكدت نتائج الدراسة حدوث تغييرات فى مكانة وأدوار وسائل الإعلام والإتصال ذاتها، فقد إحتلت الوسائط الجديدة وخاصة استخدام وسائط المواطنة أومواقع التواصل الإجتماعى الصدارة وأصبحت تشكل المصادر الرئيسية للمعلومات وتمثلت أكثر التطبيقات استخداما والوسائل الرقمية فى مجالات عمل المبحوثين خلال الأزمة بالترتيب فى (What's up)، (Face book Messenger)،(Gmail)، ويأتى ذلك فى إطار التعود مسبقا على استخدامها للأغراض العملية والشخصية، ثم التطبيقات التكنولوجية الخاصة بكورونا مثل: تطبيق تتبع فيروس كورونا على الموبايل، وخرائط انتشار فيروس كورونا جغرافيا على شبكة الإنترنت حيث أفادت دراسة (Peter Mooney & Levente Juh´Asz 2020,)[144] استخدام الخرائط فى السياقات الصحفية كالتفاعل بين الصحة والمسئولين الحكوميين، الجغرافيين وكذلك خبراء صحافة البيانات، خاصة أن هذه الممارسات الجغرافية التى تشجع المشاركة الاجتماعية المباشرة والمستدامة سواء على مستوى محلى ودولى كما تتيح طرقا متعددة لرواية القصص من الزاوية الجغرافية، ثم منصات Zoom , Microsoft Teams & google meet وغيرها لعقد وتسجيل الاجتماعات وتبادل الأعمال بسعة تخزينية عالية، ويليها تطبيقات أخرى للإتصال مثل Skype, line & google hangouts وغيرها من التطبيقات الأخرى.

7- أشار أكثر من نصف المبحوثين إلى توقعهم بزيادة استمرار استخدامهم للتطبيقات الرقمية من بعد انقضاء جائحة كورونا، مؤكدين على استفادتهم الكبيرة جراء استخدامها وبأن وتيرة الابتكار التكنولوجى لن تتوقف وزخم التنمية الجديدة للتكنولوجيا الناشئة لن يتلاشى والرغبة فى الحياة الذكية والحاجة إلى التحديث فى مختلف المجالات فى ظل التغييرات الحالية والمستقبلية، خاصة أن التطبيقات التكنولوجية الجديدة أصبحت أكثر دقة وفعالية وأمان فى التعامل، وتؤكد النتيجة الحالية قبول الفكرة المستحدثة لدى المبحوثين ورغبتهم فى تبنيها والمقصود بها هنا كافة التطبيقات التكنولوجية التى تبناها المبحوثين خلال فترة عملهم بداية من وقوع أزمة كورونا، حتى وإن كان التبنى لبعض هذه التطبيقات جاء متأخرا نتيجة رفض الفكرة ثم قبولها للتعامل والتكيف مع التحديات والظروف الراهنة للأزمة.

8- اتضح من نتائج الدراسة أن الأشخاص الأكثر تأثيراً فى المؤسسات الإعلامية التابع لها المبحوثين فيما يتعلق بتبني أفكار أوأنماط جديدة فى العمل الإعلامي) هم بالترتيب (أصحاب المناصب الرسمية من الإدارة العليا)، (أصحاب المناصب الرسمية من الإدارة الوسطى)، وفى مرتبة متأخرة جاء(أصحاب المناصب الرسمية من الإدارة الدنيا)، (أشخاص آخرين)، وبالتالى يمكن القول أن القيادة المهنية أوالرسمية فى العمل هى الأكثر تأثيرا بالمقارنة بالقيادة التطوعية أوغير الرسمية، الأمر الذى يشير إلى وجود فرضيتين الأولى: الدور المحدود لقادة الرأى فى التأثيرعلى إتجاهات المبحوثين أوسلوكهم وذلك بالتطبيق على نشر الأفكار المستحدثة فى نطاق العمل، والفرضية الأخيرة وجود بعض الأفراد بالمناصب الرسمية يمتلكون نفس خصائص قادة الرأى، وتتبنى الباحثة التفسير الأخير حيث أن الأفراد ممن

يتسمون بصفات قادة الرأى تكون لديهم القدرة على إيجاد الحلول والدعوة لتبنى الأفكار الجديدة إذا كان النظام الإجتماعى يحبذ التغيير والعكس صحيح إذا كانت معايير النظام الإجتماعى للمؤسسة الإعلامية تقليدية فإنهم سيكونون أقل إبتكارية وأكثر إلتزاما بتوجيهات النظام الإجتماعى للوسيلة، ويتناسب ذلك التفسير مع إجابات المبحوثين الخاصة بالتنظيم الاجتماعي القائم بالمؤسسات الإعلامية التى ينتمى إليها المبحوثين، والتى أشارت إلى نمطية هذا التنظيم وميله إلى تبنى أساليب تقليدية فى العمل، الأمر الذى ينتج عنه التقليل من إمكانية اعتناق الأفكار الجديدة أوكونها أفكارا عصرية تشجع على تبنى هذه الأفكار، حيث أفاد المبحوثون أن طبيعة النظام الاجتماعي بمؤسساتهم الإعلامية يميل الي إتخاذه مكانة وسطى بين كونه محفزاً ورافضاً للتغيير.

9- أعرب المبحوثون عن حاجتهم لتطوير ذاتهم ومهاراتهم العملية فى ضوء تغطيتهم لجائحة كورونا سواء بدرجة متوسطة أوبدرجة كبيرة، وجاء ذلك فى ظل مخاطر البيئة الجديدة وما تفرضه من ظروف مختلفة تتمثل فى استخدام تطبيقات وأدوات تكنولوجية جديدة، وأيضا جاءت استجاباتهم فى إطار تعرضهم لضغوط اقتصادية تجبرهم على تنمية مهاراتهم واكتساب مهارات أخرى تساعدهم على الحصول على فرص عمل ذات صلة بالإتجاهات الحديثة بالعمل الإعلامى، كما أجاب بعض أفراد العينة أنهم بحاجة إلى إكتساب معارف وخلفيات للاستعانة بها فى تحليل وتفسير التقارير والبيانات الطبية، فقد أشارت دراسة(Patrizia Furlan , 2016)[145] إلى أن المجال الطبى أوالعلمى بصفة عامة من المجالات الصعبة التى قد تستغرق سنوات لإتقانه، فهم بحاجة إلى التحليل الجاد للأوضاع، وعليهم مسئولية تصحيح الأمور، وأيضا طرح الأسئلة الصحيحة نيابة عن الجمهور.

10- تمثلت أبرز أساليب مواجهة المبحوثين للضغوط بالترتيب فى (الالتزام بالإجراءات الاحترازية)، (الحد من اللقاءات المباشرة حفاظاً على السلامة)،(الاستناد إلى مصادر بديلة أثناء التغطية، مع وضع خطط مفصلة لحالات الطوارئ والأحداث العاجلة مع التخطيط المسبق لأى مهمة)، (البحث عن طرق للدعم الاجتماعي كالتواصل مع الأصدقاء والأسرة والبحث عن طرق للتأقلم الإيجابى كالفكاهة والمؤازرة الاجتماعية واستشارة من لهم خبرة بمواقف مشابهه والاستفادة منهم فى كيفية تقييمهم للمخاطر وتجنبهم لها، فالتعبير عن العواطف وسيلة أخرى للتنفيس عن الإجهاد، والسعى وراء انتصارات يمكن تحقيقها على المستويين الشخصى والعملى بما يتلائم مع ظروف المرحلة وتوافقت ردود المبحوثين مع ما أشارت إليه دراسة(Natalee Seely, 2019)[146] بأنه لجعل الصحفيين أكثر قدرة على المواجهة والتكيف مع هذه الضغوط يمكن إتباع الآتى: الانفصال عن العمل لفترة زمنية ليست قصيرة أو على الأقل الانفصال عن تغطية هذه الأحداث وتغيير نوعية المهام المكلف بها، إضفاء الطابع الإنسانى على بيئات غرف الأخبار سواء بشكل شخصى أوتنظيمى، تطوير استراتيجيات التأقلم الصحية وأساليب الدعم المقدمة للصحفيين كإتاحة الفرصة لهم للتحدث عن الصدمة، تشجيعهم على رفضهم لطبيعة هذه الأحداث فى حالة افتقادهم للقدرة على تحمل آثارها السلبية خاصة أنهم قد يخشون القيام بهذا لتخوفهم من وصمة العار التى قد تلحقهم تحت مبرر ضعف بنيتهم النفسية، إلتحاقهم بالدورات التدريبية ذات الصلة بالموضوع قبل البدء فى تغطية الموضوعات المتضمنة الصدمات.

11- تمثلت أبرز الدروس المستفادة إعلاميا من المرور بتجربة أزمة كورونا فى التفكير بقوة فى الاستثمار فى الصحافة الرقمية بكل أشكالها مع ضرورة مواجهة مشاكل المهنة بجدية خاصة مستقبل الصحافة المطبوعة، فقد صنعت أزمة انتشار فيروس كورونا دروسا كثيرة فى ظل استثنائية الوضع الذى خلفته، أهمها "التكيف" الذى حدث من خلال اللجوء لوسائل الاتصال التكنولوجى والحضور الافتراضى كجزء من الموازنة بين التباعد الاجتماعى واستمرار التواصل[147].

فالإعلام يمكن تشبيهه بالكائن الحى أوالنظام المفتوح الذى يتكيف مع محيطه كآلية للبقاء والنجاح خاصة أن الصحافة اليوم فى حالة تغير مستمر وتتسم بالاضطرابات الناجمة عن إنهيار النموذج الاقتصادى وعليها أن تبذل جهودا كبيرة لتعزيز العلاقة بين الجمهور والوسيلة خاصة فى ظل انتشار مواقع التواصل الإجتماعى[148].

هوامش الدراسة

1 Bryan Denham , "Magazine Journalism In The Golden Age Of Muckraking: Patent-Medicine Exposures Before And After The Pure Food And Drug Act Of 1906 ", **Journalism & Communication Monographs**, Vol. 22(2) 2020 , P.P 100 –159

2 Katherine Reed, Sara Shipley Hiles &Peter Tipton," Sense And Nonsense: Teaching Journalism And Science Students To Be Advocates For Science And Information Literacy", **Journalism & Mass Communication Educator**, Vol. 74(2) 2019, P.P 212 –226

3 Merryn Mckinnon , Bronte Black, Et Al , "Stakeholder Relations In Australian Science Journalism", **Public Understanding Of Science**, Vol. 28(5) 2019, P.P 554 –571

4 Katarzyna Molek-, "Stylistic Analysis Of Headlines In Science Journalism: A Case Study Of New Scientist", **Public Understanding Of Science**, Vol. 26(8) 2017, P.P 894 –907

5 سليمة التائب ،" دور شبكات التواصل الإجتماعى فى اكتساب الثقافة العلمية لدى طلبة كلية الآداب جامعة مصراتة " ، **مجلة كلية الفنون والإعلام** ، كلية الفنون والإعلام ، جامعة مصراته ، ع 3 ، ديسمبر 2016 ، ص ص 91-125

6 Cecilia Rosen, Lars Guenther & Klara Froehlich, "The Question Of Newsworthiness: A Cross-Comparison Among Science Journalists' Selection Criteria In Argentina, France And Germany", **Science Communication** , Vol. 38(3) 2016, P.P 328 –355

7 Lars Guenther, Klara Froehlich & Georg Ruhrmann, "(Un) Certainty In The News:' Journalists Decisions On Communicating The Scientific Evidence Of Nanotechnology", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. 92(1) 2015 , P.P 199 –220

8 أحمد عرابى حسين الترك ، " واقع الصحافة العلمية فى الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة " ، **رسالة ماجستير** ، كلية الآداب ، الجامعة الإسلامية بغزة ، 2018 .

9 ريم حمزة أبو حصيرة ، " واقع الصحافة العلمية فى الصحف الفلسطينية اليومية: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة " ، **رسالة ماجستير** ، كلية الآداب ، الجامعة الإسلامية بغزة ، 2018 .

10 حيدر عبدالحفيظ ، " المعالجة الصحفية للموضوعات العلمية فى الصحافة السودانية " ، **مجلة جامعة البحر الأحمر للعلوم الإنسانية** ، جامعة البحر الأحمر ، ع 1 ، يونيو 2016 ، ص ص 109 – 118

11 Bernard Appiah, Barbara Gastel, Et Al ," Science Reporting In Accra, Ghana: Sources, Barriers And Motivational Factors ",**Public Understanding Of Science**, Vol. 24(1) 2015 , P.P 23 –37

12 عبدالله حسين ، " واقع الصحافة العلمية فى الكويت من وجهة نظر الصحافيين العلميين فى الكويت " ، **رسالة ماجستير** ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، 2014

13 عبدالله حسين بدران ، " الوظائف الإعلامية العلمية لمجلة المقتطف 1876-1952 " ، **مجلة التربية** ، كلية التربية ، جامعة الأزهر ، ع 148 ، ج 2 ، إبريل 2012 ، ص ص 498-525 .

14 وحيد محمد مفضل ، " الصحافة العلمية العربية الإلكترونية بين واقع راهن وسبل تطوير الأداء " ، **المجلة العربية العلمية للفتيان** ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، مج 11 ، ع 21 ، يونيو 2011 ، ص ص 14-27 .

15 Tássia Galvão1 , Cinthia Maria Felicio, Et Al ..," Scientific Journalism As An Educational Practice: An Experience Report Of The Collective Construction Of A "Science Clothesline", **Science Communication**, Vol. 42(2) 2020, P.P 265 –276

16 سناء خديم ، " دور البرامج العلمية فى نشر الثقافة المعلوماتية: دراسة تحليلية لبرنامج Tech Jil فى الشروق TV " ، **رسالة ماجستير** ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ، جامعة قصدى مرباح- ورقلة ، 2017 .

17 Douglas James Ashwell , "The Challenges Of Science Journalism: The Perspectives Of Scientists, Science Communication Advisors And Journalists From New Zealand **",Public Understanding Of Science**, Vol. 25(3) 2016 , P.P 379 –393

18 مها مختار حسن ، " أطر تقديم حملة 100 مليون صحة فى المواقع الإخبارية المصرية " ، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال** ، جامعة الأهرام الكندية ، ع 28 ، مارس 2020 ، ص ص 638-681

19 Celine Klemm Vrije , Enny Das Radboud & Tilo Hartmann , "Changed Priorities Ahead: Journalists' Shifting Role Perceptions When Covering Public Health Crises ", **Journalism**, Vol. 20(9) 2019 , P.P 1223 –1241

20 Judith E. Rosenbaum, Benjamin K. Johnson And Amber E. Deane , "Health Literacy And Digital Media Use: Assessing The Health Literacy Skills Instrument Short Form And Its Correlates Among African American College Students", **Digital Health** ,Volume 4,2018 , P.P: 1–8

21 Ainara Larrondo Ureta & Teresa Santos Diez , "Features And Dimensions Of Health Care Journalism: A Case Study On Spanish Free Magazines ",**SAGE Open** October-December 2017, .P.P: 1 –9

22 Izabella Lignowska, Agnieszka Borowiec And Zofia Slonska , "The Relationship Between Audience Mentality And Attitudes Towards Healthy Lifestyle Promotion In The Mass Media", **IUHPE – Global Health Promotion** " , Vol. 23, No. 3 2016 .

23 Bronwen Morrell , Rowena Forsyth, Et Al , "Rules Of Engagement: Journalists' Attitudes To Industry Influence In Health News Reporting ",**Journalism**, Vol. 16(5) 2015 , P.P 596 –614

24 نرمين عبدالغفار صابر ، " تطور الإهتمام بقضايا المرأة الصحية فى الصحافة المصرية المتخصصة فى النصف الثانى من القرن التاسع عشر " ، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ع 1 ، مارس 2015 ، ص ص 335 – 352 .

25 ناعس خضر عبدالفضيل عبدالفتاح ، " وظيفة الصحافة السودانية فى نشر الوعى الصحى بالتطبيق على الصفحات الطبية فى الفترة من يناير 2011 – ديسمبر 2012 " ، **رسالة ماجستير** ، كلية الإعلام ، جامعة أم درمان الإسلامية ، 2013

26 Michelle Imison & Simon Chapman," Media Miracles: The Separation Of Conjoined Twins, And Tv News Health Coverage In Low- And Middle-Income Countries" , **Media International Australia** , No. 147 — May 2013

27 Marie Plaisime, Candace Robertson-James .. Et Al , "Social Media And Teens: A Needs Assessment Exploring The Potential Role Of Social Media In Promoting Health ", **Social Media + Society** , January-March 2020: , P.P 1 –11

28 Greta Buda , Kastytis Smigelskas ..Et Al , , "Possible Effects Of Social Media Use On Adolescent Health Behaviors And Perceptions ",**Psychological Reports** 0(0) 2020 , P.P 1–18

29 سحر صالح السديرى ، " دور الحملات الإعلامية الصحية فى التأثير على السلوكيات الوقائية للأسرة السعودية: دراسة مسحية " ، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال** ، جامعة الأهرام الكندية ، ع 25 ، يونيو 2019 ، ص ص 316 -345

30 Casimir Macgregor , Alan Petersen & Christine Parker , "Promoting A Healthier, Younger You: The Media Marketing Of Anti-Ageing Superfoods ",**Journal Of Consumer Culture** 0(0) 2018, P.P 1–16 .

31 محمد فاضل على ، " دور شبكة الفيسبوك فى تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور " ، **رسالة ماجستير** ، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، 2017

32 رانيا محمد عبدالجواد مصطفى وآخرون ، " دور وسائل الإعلام فى نشر الثقافة الرياضية والصحية بين طالبات السنة التحضيرية بجامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل " ، **مجلة علوم الرياضة والتربية البدنية** كلية علوم الرياضة والنشاط البدنى ، جامعة الملك سعود، مج 4 ، ع 2 ، يوليو 2020 ، ص ص131 – 147

33 سوسن عفيفى خالد أبو زيد ، " تعرض الأطفال العرب لقنوات الأطفال المتخصصة وعلاقته بالوعى الصحى لديهم: مصر والجزائر نموذجا " ، **مجلة كلية الآداب** ، جامعة سوهاج ، ع 53 ، ج 2 ، أكتوبر 2019 ، ص ص 333 - 356

34 لدمية عايدى ، " دور الإعلام المحلى فى التثقيف الصحى للمرأة الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من النساء النستمعات لإذاعة تبسة الجزائرية " ، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والإتصالية** ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع ، ع 14 ، جوان 2018 ، ص ص 47 – 63

35 مبروكة سلوم ، " دور القنوات الفضائيات الخاصة فى تنمية الثقافة الصحية لأفراد الأسرة الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة برج بوعريريج بالجزائر " ، **عالم التربية** ، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية ، س 18 ، ع 58 ، إبريل 2017 ، ص ص 1 – 38

36 فاطمة عبدالرحمن ، " دور المواقع الإلكترونية الصحية فى إمداد المرأة المصرية بالمعلومات الصحية .. دراسة ميدانية " ، **رسالة ماجستير** ، كلية الآداب، جامعة المنصورة ، 2016 .

37 عثمان بن محمد العربى ، " استخدام الشباب السعودى لوسائل الإعلام والوعى الصحى عن البدانة والتغذية والنشاط البدنى: دراسة مسحية فى مدينة الرياض " ، **المجلة العربية للإعلام والإتصال** ، الجمعية السعودية للإعلام والإتصال ، ع 12 ، نوفمبر 2014 ، ص ص 11 – 88 .

38 العرجان جعفر ، ذيب مرفت والكيلانى غازى ، " مستوى الوعى الصحى ومصادر الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة البلقاء التطبيقية "، **مجلة العلوم التربوية والنفسية** ، العدد 14 ، ط1 ، مارس 2013

39 فاطمة الزهراء محمد أحمد ، " دور الصحف الإلكترونية السعودية فى التوعية بالقضايا الصحية " ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ع 37 ، يونيو 2011 ، ص ص 41 – 73 .

40 منى عبدالوهاب ، " تجاوزات نشر الإعلان الطبى فى الصحافة المصرية: دراسة تحليلية مقارنة لجريدتى المساء والنبأ " ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ع 48 ، سبتمبر 2014 ، ص ص 141 – 215

41 هميسى نور الدين وحامدى ياسين ، " الرسائل الإشهارية للمنتجات الطبية عبر الإعلام الجديد .. تحليل سيميولوجى للمنتج الطبى " charbonel plus " على موقع الفيس بوك " ، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطى العربى– ألمانيا ، العدد الثانى عشر، المجلد 3 ، أغسطس 2020 ، ص ص40 – 58

42 Christopher E. Beaudoin, "Sars News Coverage And Its Determinants In China And The Us", **The International Communication Gazette** , Vol. 69(6), 2007 , Pp: 509–524

43 Zixue Tai & Tao Sun , " Media Dependencies In A Changing Media Environment: The Case Of The 2003 Sars Epidemic In China ",**New Media & Society** , 9(6), 2007 .

44 Christine C. M. Leung & Yu Huang , "The Paradox Of Journalistic Representation Of The Other The Case Of SARS Coverage On China And Vietnam By Western-Led English-Language Media In five Countries ",**Journalism** , 8(6),2007 .

45 Thomas Owen , "Twenty One Years Of HIV/AIDS Medicines In The Newspaper: Patents, Protest, And Philanthropy ",**Media, Culture & Society**, Vol. 40(1) 2018 , P.P 75 –93

46 Austin C Okigbo & Bellarmine A Ezumah , "Media Health Images Of Africa And The Politics Of Representation: A South African AIDS Choir Counter-Narrative", **Journal Of Asian And African Studies**, Vol. 52(5) 2017 , P.P 705 –721.

47 أحمد إبراهيم محمود الحسن ، " معالجة موضوعات السرطان فى الصحف الأردنية اليومية: دراسة تحليلية " ، **رسالة ماجستير** ، كلية الإعلام ، جامعة اليرموك ، 2019

48 Grant Lewison, Ajay Aggarwal , Et Al …," UK Newspaper Reporting Of The NHS Cancer Drugs Fund, 2010 To 2015: A Retrospective Media Analysis ", **Journal Of The Royal Society Of Medicine**, Vol. 111(10) 2018, P.P 366–373

49 Yong-Chan Kim, Minsun Shim, Jee Hyun Kim& Keeho Park, "Factors Affecting The "Locus Of Responsibility" In Cancer News: Focusing On The Role Of Health Journalists' Medical Expertise In South Korea ",**Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. 94(2) 2017, P.P 465 –485

50 سحر أحمد أبوالهيجاء ، " دور الصحافة الأردنية المطبوعة فى تعزيز الصحة كحق من حقوق الإنسان: دراسة فى تحليل المضمون للتوعية بسرطان الثدى " ، **رسالة ماجستير** ، كلية الدراسات العليا ، الجامعة الأردنية ، 2015

51 منتصر سعد عمر الفكى ، " استراتيجية العلاقات العامة فى نشر الوعى الصحى: دراسة تطبيقية على مرض سرطان الأطفال بالخرطوم " ، **مجلة جامعة أم درمان الإسلامية** ، معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية ، ع 22 ، 2012 ، ص ص 314 - 345

52 Cécile Rousseau1, Nicolas Moreau, Et Al .. , "Public Media Communications About H1N1, Risk Perceptions And Immunization Behaviors: A Quebec–France Comparison" , **Public Understanding Of Science**, Vol. 24(2) 2015 , P.P 225 – 240

53 Pradeep Krishnatray & Rahul Gadekar Mudra , "Construction Of Death In H1N1 News In The Times Of India ",**Journalism**, Vol. 15(6) 2014, P.P 731 –753

54 Kate Holland , Melissa Sweet ..Et Al , "A Legacy Of The Swine Flu Global Pandemic: Journalists, Expert Sources, And Conflicts Of Interest ",**Journalism**, Vol 15(1) 2014, P.P 53 –71

55 Peter LM Vasterman & Nel Ruigrok , "Pandemic Alarm In The Dutch Media: Media Coverage Of The 2009 Influenza A (H1N1) Pandemic And The Role Of The Expert Sources ",**European Journal Of Communication** ,28(4), 2013 , P.P 436 –453

56 Tiffany Sande, Bernadette Sebar & Neil Harris , "Framing Risk: Communication Messages In The Australian And Swedish Print Media Surrounding The 2009 H1N1 Pandemic", **Scandinavian Journal Of Public Health**, 41: 2013, P.P 860–865

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

58 عبدالخالق إبراهيم عبدالخالق زقزوق ، " أطر معالجة الصحف الورقية والإلكترونية لأزمة فيروس سى بمصر خلال الفترة من يناير 2014 إلى يناير 2016 " ، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ع 6 ، يونيو 2016 ، ص ص 155 – 231

59 Anne O' Brien , "Reporting On Mental Health Difficulties, Mental Illness And Suicide: Journalists' Accounts Of The Challenges ",**Journalism** , 2020, P.P 1 –17

60 Louis D. Brown, Joseph C. Berryhill & Eric C. Jones," Integrating Journalism Into Health Promotion: Creating And Disseminating Community Narratives ",**Health Promotion Practice**, Vol. 20, No. (4), July 2019, P.P 513 –519

61Stefanie Walter , Ines Lörcher And Michael Brüggemann , "Scientific Networks On Twitter: Analyzing Scientists' Interactions In The Climate Change Debate", **Public Understanding Of Science**, Vol. 28(6) 2019, P.P 696 –712

62Emmanuel Elia , "Media Coverage Of Climate Change Information By The Tanzania Guardian And Daily News In 2015 ",**Information Development** , Vol. 35(4) 2019, P.P 535–550

63 Jill E. Hopke & Luis E. Hestres , "Visualizing The Paris Climate Talks On Twitter: Media And Climate Stakeholder Visual Social Media During Cop21 ", **Social Media + Society**, July-September 2018, P.P: 1 –15

64 Paul Wagner & Diane Payne , "Trends, Frames And Discourse Networks: Analysing The Coverage Of Climate Change In Irish Newspapers ",**Irish Journal Of Sociology**, Vol. 25(1) 2017 , P.P 5–28

65 Julia Lück, Antal Wozniak And Hartmut Wessler. “Networks Of Coproduction: How Journalists And Environmental Ngos Create Common Interpretations Of The UN Climate Change Conferences”, **The International Journal Of Press/Politics**, Vol. 21(1) 2016 , P.P 25 –47

66 Mofizur Rhaman, “ Climate Justice Framing In Bangladeshi Newspapers, 2007–2011 “,**South Asia Research** , Vol. 36(2), 2016 , P.P: 186–205

67 Atle Midttun, Paddy Coulter,..Et Al , “Comparing Media Framings Of Climate Change In Developed, Rapid Growth And Developing Countries: Findings From Norway, China And Ghana" , **Energy & Environment** , Vol. 26, No. 8, 2015.

68 Sven Engesser & Michael Brüggemann , “Mapping The Minds Of The Mediators: The Cognitive Frames Of Climate Journalists From Five Countries”, **Public Understanding Of Science**, Vol. 25(7) , 2015

69 Michael Brüggemann & Sven Engesser, “Between Consensus And Denial: Climate Journalists As Interpretive Community”, **Science Communication,** Vol. 36(4) , 2014, P.P 399 –427

70 عادل عبدالغفار ، " دور التليفزيون فى إدراك الجمهور لمخاطر التغيرات المناخية على مستقبل الحياة فى مصر " ، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مج 10 ، ع 3 ، يونيو 2011 ، ص ص 1- 46 .

71 Hajo G Boomgaarden & Jelle W Boumans And Rens Vliegenthart , “ Nuclear Voices In The News: A Comparison Of Source, News Agency And Newspaper Content About Nuclear Energy Over Time “,**European Journal Of Communication** , Vol. 31(3) 2016,, P.P 260 –282

72 Jeremy L Shermak & Kelsey N Whipple , “I Love Weather More Than Anybody”: A Digital Ethnography Of The Weather Channel’s Fan Community “,**E-Learning And Digital Media**, Vol. 17(4) 2020 , P.P 271–289

73 Angela Zottola , Dimitrinka Atanasova , ..Et Al , “Framing Nitrogen Pollution In The British Press: 1984–2018 “ , **Discourse & Communication**, Vol. 14(1) 2020 , P.P 84 –103

74 كلثوم صدراتى ، " الإعلام البيئى كآلية لحماية البيئة فى ظل قانون حماية البيئة فى إطار التنمية المستدامة " ، **مجلة الإجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية** ، معهد الحقوق والعلوم السياسية ، مج 9 ، ع 1 ، جانفى 2020 ، ص ص 909 – 929

75 سهام شفرور وعبدالرازق حموش ، " الوعى البيئى عبر الإعلام الجديد: دراسة تحليلية لعينة من صفحات البيئة الجزائرية على الفيسبوك " ، **مجلة العلوم الإنسانية** ، جامعة العربى بن مهيدى – أم البواقى ، مج 7 ، ع 2 ، جوان 2020 ، ص ص 248-262

76 Suzannah Evans Comfort , "Journalism As An Advocacy Tool: Negotiating Boundaries Of Professionalism In The 20th-Century American Environmental Movement ",**Journalism & Mass Communication Quarterly** , 2020 , P.P 1 – 21

77 إيمان محمد عز العرب ، " الإعلام البيئى المطبوع ودوره فى دعم الرشادة البيئية: دراسة تحليلية لآراء عينة من خبراء الإعلام الصحة والبيئة " ، **مجلة كلية الآداب** ، كلية الآداب ، جامعة طنطا ، ع 34 ، ج1 ، يناير 2019 ، ص ص 478-563 .

78 فوزى هادى الهنداوى ، " قضايا البيئة فى الصحافة اليومية العراقية: دراسة تحليلية لموضوعات البيئة المنشورة فى 5 صحف يومية عراقية " ، **حوليات آداب عين شمس** ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ، مج 46 ، ديسمبر 2018 ، ص ص 467 – 375 .

79 إيمان فتحى عبدالمحسن حسين و سلوى على إبراهيم الجيار ، " المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة " ، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع 19 ، يونيو 2018 ، ص ص 123- 166 .

80 T. Nirmala I. Arul Aram, "Environmental Images In Indian Newspapers", **Asia Pacific Media Educator** , 28(1) , 2018 , P.P 38–54

81 Lindsay Green-Barber , "An Investigative Journalist And A Stand-Up Comic Walk Into A Bar: The Role Of Comedy In Public Engagement With Environmental Journalism**", Journalism,** 2018, P.P 1 –19.

82 Wiebke Rögener & Holger Wormer TU , "Defining Criteria For Good Environmental Journalism And Testing Their Applicability: An Environmental News Review As A First Step To More Evidence Based Environmental Science Reporting", **Public Understanding Of Science**, Vol. 26(4) 2017,P.P 418 –433

83 خليل عبدالله على حسين و هادية يوسف عبدالرحمن ، " دور وسائل الإعلام فى التوعية بقضايا البيئة " ، **مجلة العلوم الإسلامية واللغة العربية** ، جامعة غرب كردفان ، ع 2 ، 2016 ، ص ص 79 – 92

84 هبة أحمد صالح الديب ، " دور التليفزيون الإماراتى فى تضمين مفاهيم التربية البيئية فى برامج الأطفال: دراسة تحليلية على برامج الأطفال بقناة الإمارات – تلفزيون أبو ظبى " ، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والإتصالية** ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع ، ع 29 ، 2015 ، ص ص 298 – 321

85 Kristy Hess & Lisa Jane , "Local Newspapers And Coronavirus: Conceptualising Connections, Comparisons And Cures", **Media International Australia**, 2020 , P.P 1 –15

86 عبدالحفيظ عبدالجواد درويش مصطفى ، " دور المواقع الإخبارية السعودية فى التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا (كورونا – 19) " ، **مجلة العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع 29 ، أكتوبر ، 2020 ، ص ص 641 – 695

87 بتول السيد مصطفى ، " تأثيرات الإعلام المحلى على الجمهور اليمنى فى أزمة كورونا " ، **المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة** ، المجلد 2 ، العدد 3 ، 2020 ، ص ص 113 -140

88 طارق محمد محمد الصعيدى ، " إعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها فى التوعية الصحية بجائحة كورونا فى مصر .. دراسة ميدانية " ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر ، العدد الرابع والخمسون ، الجزء الرابع ، يوليو 2020

89 عيشة علة ، " دور وسائل الإعلام الجديد فى تنمية الوعى الصحى ومكافحة الأزمات الصحية العالمية فى ضوء انتشار فيروس كورونا – كوفيد19 .. دراسة ميدانية " ، **مجلة الدراسات الإعلامية** ، المركز الديمقراطى العربى ، العدد الحادى عشر ، المجلد 3 ، مايو 2020 ، ص ص 496 – 515

90 حسين خليفه حسن خليفه ، " التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها فى تشكيل إتجاهات الرأى العام البحرينى نحو أداء المؤسسات الصحية " ، **مجلة العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع 29 ، أكتوبر ، 2020 ، ص ص 279 – 317

91 Huong Le Thi .. Et Al , " Demand For Health Information On Covid – 19 Among Vietnamese " , **International Journal Of Environmental Research And Public Health** , Vol 17, No.12 , 2020 , P.P 1 - 12

92 هاجر محمود محمد عمر ، " استخدام الجمهور المصرى للتليفزيون والفيسبوك للحصول على معلومات عن جائحة كورونا وإتجاهاتهم نحو الأداء الحكومى فى ظل الوباء المعلوماتى " ، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص ص 465 – 512

93 Tracy Be Omorogiuwa , "Covid-19 And Older Adults In Africa: Social Workers' Utilization Of Mass Media In Enforcing Policy Change", **International Social Work**, 2020, Vol. 63(5) 646 –650

94 Michela Montesi , "Understanding Fake News During The Covid-19 Health Crisis From The Perspective Of Information Behaviour: The Case Of Spain", **Journal Of Librarianship And Information Science** , 2020, P.P 1 –12

95 Christian R . Mejia .. Et Al , " The Media And Their Informative Role In The Face Of The Corona Virus Disease 2019 (Covid-19): Validation Of Fear Perception And Magnitude Of The Issue (Med – Covid 19) , **Electronic Journal Of General Medicine** , Modest Ltd , Uk , June 2020

96 أسماء عبدالعزيز مصطفى أحمد ، " إتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا: دراسة تعليقات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الإفتراضية على التقرير اليومى لوزارة الصحة والسكان المصرية " ، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص ص 357 – 376

97 Axel Bruns , Stephen Harrington & Edward Hurcombe , "'Corona? 5G? Or Both?': The Dynamics Of COVID-19/5G Conspiracy Theories On Facebook", **Media International Australia**, Vol. 177(1) 2020, P.P 12 –29

98 Usha M Rodrigues & Jian Xu Deakin U, "Regulation Of COVID-19 Fake News Infodemic In China And India", **Media International Australia**, Vol. 177(1) 2020 , P.P 125 –131

99 Jia Luo, Rui Xue & Jinglu Hu, "COVID-19 Infodemic On Chinese Social Media: AP Framework.. Selective Review And Research Directions ",**Measurement And Control** , 2020 P.P 1–10

100 آمال إسماعيل محمد زيدان ، " تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمى فى إدارة أزمة كورونا – تقييم مرحلى " ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد الرابع والخمسون ، الجزء الرابع ، يوليو 2020 ، ص ص 2354 - 2432

101 P. Sol Hart , Sedona Chinn And Stuart Soroka, "Politicization And Polarization In Covid-19 News Coverage", **Science Communication**, Vol. 42(5) 2020 , P.P 679 –697

102 Fernando Prieto, Jiamin Pei And Le Cheng , "Institutional And News Media Denominations Of Covid-19 And Its Causative Virus: Between Naming Policies And Naming Politics", **Discourse & Communication**, Vol. 14(6) 2020 , P.P 635 –652

103 Dustin P. Calvillo, Bryan J. Ross, Ryan J. B. Garcia, Et Al …, "Political Ideology Predicts Perceptions Of The Threat Of COVID-19 (And Susceptibility To Fake News About It" , **Social Psychological And Personality Science**, Vol. 11(8) 2020 , P.P 1119-1128

104 Jun Wen , Joshua Aston , Xinyi & Tianyu Ying , " Effects Of Misleading Media Coverage On Public Health Crisis: A Case Of The 2019 Novel Corona Virus Outbreak In China", **International Journal Of Tourism And Hospitality Research** , March 2020

105 Stefania Vicari & Maria Francesca Murru, "One Platform, A Thousand Worlds: On Twitter Irony In The Early Response To The COVID-19 Pandemic In Italy", **Social Media & Society**, July-September 2020, P.P: 1 –4

106 شيماء محمد عبدالرحيم زيان ، " استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعى وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية " ، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص ص 697 – 733

107 نرمين على عجوة ، " استراتيجيات إتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الإجتماعى إزاء جائحة كورونا .. دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية " ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر ، العدد الرابع والخمسون ، الجزء الرابع ، يوليو 2020

108 مروى ياسين بسيونى ، " التعرض لبرامج الرأى بالقنوات الفضائية التلفزيونية وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصرى نحو أداء الدولة المصرية فى مواجهة الجائحة الوبائية كورونا " ، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص ص 29 – 93

109 عبدالله محمد عبدالله أطبيقة ، " الأطر الخبرية للتناول الإعلامى لجائحة كورونا (covid-19) .. دراسة تطبيقية على الموقع الالكترونى لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية " ، **مجلة كلية الفنون والإعلام** ، جامعة مصراته ، السنة الخامسة ، العدد التاسع ، يونيو 2020 ، ص ص 153-184

110 عقيلة شنيقل ، " الخطاب الكاريكاتورى فى زمن الكورونا .. قراءة من خلال نماذج مختارة "، ألمانيا ، **مجلة الدراسات الإعلامية** ، المركز الديمقراطى العربى ، العدد الثانى عشر ، المجلد 3 ، أغسطس 2020 ، ص ص 164 – 178

111 Jessica Balanzategui , Liam Burke & Joanna Mcintyre , "'What Would Bandit Do?': Reaffirming The Educational Role Of Australian Children's Television During The COVID-19 Pandemic And Beyond", **Media International Australia**, 2020 , P.P 1 –9

112 Anna Andreeva , Nataliia Drozhashchikh And Galina Nelaeva, "Women's Rights And The Feminists' "Dirty Plans": Media Discourses During The COVID- 19 Pandemic In Russia- Affilia", **Journal Of Women And Social Work** , 2020 , P.P 1-17

113 Crystal Abidin , Jin Lee, ..Et Al , "Influencers And COVID-19: Reviewing Key Issues In Press Coverage Across Australia, China, Japan, And South Korea", **Media International Australia**, 2020, P.P 1 –22

114 عبدالله عمران على إبراهيم ، " الخطاب الإقناعى فى التلفزيون المصرى .. دراسة فى تحليل الخطاب الصحى بالبرامج الحوارية .. جائحة كورونا أنموذجا " ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد الخامس والخمسون ، الجزء الرابع ، أكتوبر 2020 ، ص ص 2570 – 2618

115 عرين عمر الزعبى ، " تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية – دراسة ميدانية " ، **مجلة الدراسات الإعلامية** ،المركز الديمقراطى العربى ، 2020 ، ص ص 516- 534

116 محمد الأمين موسى ، **" محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا "** ، مركز الجزيرة للدراسات ، 9 إبريل 2020

117أنس الحسيسن ، " وباء كورونا فى المغرب فى مواقع التواصل الإجتماعى بالمغرب .. أية معالجة من منظور إعلام الأزمات " ، ألمانيا ، **مجلة الدراسات الإعلامية** ، المركز الديمقراطى العربى ، العدد الثانى عشر ، المجلد 3 ، أغسطس 2020 ، ص ص 142 – 163

118 **تقرير حول التغطية الإعلامية والومضات التحسيسية المتعلقة بفيروس كورونا** ،HAICA ، الهيئة العليا المستقلة للإتصال السمعى والبصرى ، الجمهورية التونسية ، 18 إبريل 2020

119 سمير محمد محمود ، " الخطاب البصرى لجائحة كورونا كما تعكسه أغلفة المجلات العربية والعالمية .. دراسة تحليلية " ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد الخامس ولااخمسون ، الجزء الرابع ، أكتوبر 2020 ، ص ص 2488 - 25744

120 خالد فيصل الفرم ، " استخدام وسائل التواصل الاجتماعى فى التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية " ، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع 14 ، مارس 2017 ، ص ص 205 – 225

121 José Van Dijck & Donya Alinead , "Social Media And Trust In Scientific Expertise: Debating The Covid-19 Pandemic In The Netherlands", **Social Media + Society**, October-December 2020 , P.P: 1 –11

122 محمد الرشود، " دور العلاقات العامة فى الشركات السياحية فى الحفاظ على التواصل مع الجمهور أثناء أزمة covid -19 " ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد الخامس والخمسون ، الجزء الرابع ، أكتوبر 2020 ، ص ص 2620 – 2638 .

123 Anatoliy Gruzd & Philip Mai, "Going Viral: How A Single Tweet Spawned A COVID-19 Conspiracy Theory On Twitter", **Big Data & Society**, July–December2020, P.P: 1–9

124 Kevin Stainback & Brittany N. Hearne, "COVID-19 And The 24/7 News Cycle: Does COVID-19 News Exposure Affect Mental Health?", **Socius: Sociological Research For A Dynamic World**, Volume 6 , 2020 , P.P: 1 –15

125 Chijioke Onuora , Nelson Torti Obasi , Et Al , "Effect Of Dramatized Health Messages: Modelling Predictors Of The Impact Of COVID-19 Youtube Animated Cartoons On Health Behaviour Of Social Media Users In Nigeria", **International Sociology**, Vol. 36(1) 2021 , P.P 124 –140

126 Lepeng Zhou, Ri-Hua Xie,Et Al .. "Feasibility And Preliminary Results Of Effectiveness Of Social Media-Based Intervention On The Psychological Well-Being Of Suspected COVID-19 Cases During Quarantine", **The Canadian Journal Of Psychiatry / La Revue Canadienne De Psychiatrie**, Vol. 65(10), 2020 , P.P 736-738

127 Araz Romazan Ahmed ..,Et Al , " The Impact Of Social Media On Public During The Covid – 19 Pandemic In Iraq Kurdistan: On Line Questionnaire By JMIR Publications Inc **, Journal Of Medical Internet Research** , Vol.22 , July 2020.

Abhay B Kadam , " Negative Impact Of Social Media Panic During The Covid – 19 Outbreak In India " , Journal Of Travel Medicine , **Oxford A Caemic** , Vol.27 , Issue . 3 , April 2020 .

128 حنان عبدالوهاب عبدالحميد ، " تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصرى .. دراسة ميدانية " ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد الخامس والخمسون ، الجزء الرابع ، أكتوبر 2020 ، ص ص 2012 - 2066

129إيمان عاشور سيد حسين ، " التماس الجمهور المصرى للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 عبر المواقع الإجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم " ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد الرابع والخمسون ، الجزء الرابع ، يوليو 2020

130 نشوة سليمان عقل ، " إلتماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المأة المصرية " ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، كلية الإعلام ، جامعة الأزهر ، العدد الرابع والخمسون ، الجزء الرابع ، يوليو ، 2020 ، ص ص 2038 – 2092

استندت الباحثة فى هذه الجزئية إلى عدة مراجع منها131

*P. M. Poindexterm **" News for a mobile-first consumer",** New York, NY: Peter Lang, 2016.

*Joshua D Atkinson & Linda Jean Kenix , **" Alternative media meets mainstream politics: Activist nation rising"** , Lanham, MD: Lexington Books, 2019.

*Tom Redshaw , "What Is Digital Society? Reflections on the Aims and Purpose of Digital Sociology", **Sociology**, vol. 54, 2: 2019 , pp. 425-431

*Lauren D Furey, Moonhee Cho, Tiffany L Mohr , Is business news starting to bark? How business news covers corporate social responsibility post the economic crisis **", Journalism,** vol. 20, 2 ,2017.: pp. 256-273.

*Constance E. Kampf , "Connecting Corporate and Consumer Social Responsibility Through Social Media Activism" , **Social Media + Society**, vol. 4, 1, 2018.

132جيهان عبدالسلام عباس ، " أثر " كورونا " على البورصات العالمية: نقد نظرية كفاءة الأسواق " ، **مجلة السياسة الدولية**، مؤسسة الأهرام الصحفية ، العدد 223 ، يناير 2021 ، ص ص 26- 27 .

133 علاء عبدالهادى ، **" يوميات مصرى فى زمن الكورونا "** ، كتاب الهلال ، مؤسسة دار الهلال ، أغسطس 2020 ، ص ص 11- 13

134 Myoungsoon You And Youngkee Ju , "The Influence Of Outrage Factors On Journalists' Gatekeeping Of Health Risks ",**Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol. 92(4) 2015 , P.P 959 –969

135 Pauline Amiel & Matthew Powers , "A Trojan Horse for marketing? Solutions journalism in the French regional press", **European Journal of Communication,** Vol. 34(3) 2019, p.p 233 –247.

136 مها مختار ، **مرجع سابق** .

137 Shannon C Mcgregor , "Social Media As Public Opinion: How Journalists Use Social Media To Represent Public Opinion", **Journalism**, Vol. 20(8) 2019, P.P 1070 –1086

138 Deirdre Mccaughey, Catherine Baumgardner, Andrew Gaudes, Et Al .. , "Best Practices In Social Media: Utilizing A Value Matrix To Assess Social Media's Impact On Health Care", **Social Science Computer Review,** Vol. 32(5) 2014 , P.P 575-589

139 على قايسية ، " كوفيد – 19 .. الإتصال الجماهيرى والوسائط الجديدة: تغيرات عميقة فى الممارسة وأساليب الدراسة " ، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع 29 ، أكتوبر 2020 ، ص 13

140 Mina Lee , Eun Hye Ha & Jung Kun Pae , "The Exposure To Traumatic Events And Symptoms Of Posttraumatic Stress Disorder Among Korean Journalists", **Journalism**, Vol. 19(9-10) 2018 ,P.P 1308 –1325

141 Gretchen Dworznik-Hoak , "Making Sense Of Harvey An Exploration Of How Journalists Find Meaning In Disaster ',**Newspaper Research Journal**, Vol. 41(2) 2020 , P.P 160 –178

142 Nobuyuki Okumura , Kaori Hayashi , Et Al , "Japan's Media Fails Its Watchdog Role: Lessons Learned And Unlearned From The 2011 Earthquake And The Fukushima Disaster", **Journalism** , 2019, P.P 1 –17

143 Esi E. Thompson , " Communicating A Health Risk/Crisis: Exploring The Experiences Of Journalists Covering A Proximate Epidemic ",**Science Communication**, Vol. 41(6) 2019, P.P 707 –731

144 Peter Mooney & Levente Juh´Asz , "Mapping COVID-19: How Web-Based Maps Contribute To The Infodemic", **Dialogues In Human Geography**, Vol. 10(2) 2020 , P.P 265–270

145 Patrizia Furlan , "Australian Medical/Health Journalists On The Value Of Science-Based Education And Training " , **Asia Pacific Media Educator**, 26(2), 2016 , P.P 175–188

146Natalee Seely, "Journalists And Mental Health The Psychological Toll Of Covering Everyday Trauma ",**Newspaper Research Journal**, Vol. 40(2) 2019 , P.P 239 –259

147 نيللى كمال الأمير ، " العالم فى مواجهة الموجة الثانية من كورونا " ، **مجلة السياسة الدولية** ، مؤسسة الأهرام الصحفية ، العدد 222 ، أكتوبر 2020 ، ص ص 162- 163

148 Patrick Ferrucci And Kathleen I Alaimo , "Escaping The News Desert: Nonprofit News And Open System Journalism Organizations ",**Journalism**, Vol. 21(4) 2020 , P.P 489 –506