

التأثير الإعلامي لجائحة فيروس كورونا المستجد

"قراءة في واقع التأثيرات وانعكاساتها المحتملة في تشكيل بنية الوعي الذاتي لدى

الطفل"

إعداد:

أ.م.د/رشا محمود سامي أحمد*

ملخص الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة رصد المعالم الرئيسية لآفاق الدور الحيوي والحاسم الذي يؤديه الإعلام كأحد مكونات استراتيجية مواجهة الأزمات؛ وتأثيراته المتوقعة على مستويات الوعي الذاتي الجديد المُتشكّل منه لمواكبة الأولويات الجديدة التي أفرزتها جائحة فيروس كورونا المُستجد "Covid- 19" بين جمهور الأطفال؛ قصد الوقوف على مدى انعكاس ذلك على التحكم السلوكي الذاتي المُدرّك نحو القضية موضع الدراسة وتطوير خطط التعايش الآمن والانخراط في سلوكيات الحماية الذاتية المرتبطة بالجائحة؛ في منظور عينة من أولياء الأمور؛ تُقدر بـ (٤٥١) مفردة؛ وُزعت عليهم استبانة قياس "جدوى الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا وتأثيراته المتوقعة على مستويات الوعي الذاتي الجديد المُتشكّل منه لدى الأطفال وذويهم"، وهي استبانة مغلقة؛ مكونة من (٦٢) فقرة، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: وجود درجة مقبولة من الوعي النسبي حول جدوى الدور الذي يضطلع به الإعلام - والمرتکز على ما تقدمه التكنولوجيا الرقمية وما تتيحه الشبكات الاجتماعية من إمكانية نشر البيانات بشكل فوري- في التثقيف والإقناع وإشعار كل فرد بمسؤوليته تجاه صحته وصحة من يرعاهم؛ معتمداً في ذلك على إثارة الجوانب الانفعالية والعاطفية التي تجنح في بعض الأحيان إلى التخويف، كما تبين من نتائج الدراسة أيضاً عدم اختلاف مستوى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ باختلاف متغيرات (الفئة العمرية، المستوى الدراسي، الفئة الوظيفية)، وقد انتهت الدراسة إلى عدد من التوصيات؛ أهمها الإسراع في وضع برنامج للتثقيف الصحي ما بين وزارة الصحة والوزارات المعنية كوزارتي الإعلام والثقافة، والتربية والتعليم والشباب؛ هدفه رفع الثقافة الصحية العامة لدى الفئات العمرية الأصغر سناً من الشباب والأطفال؛ من أجل التّروُد بكمّ المعلومات والمعرفة المنظمة والمصممة للتبني الإداري للسلوكيات المُعززة لصحة الأفراد والمجتمعات؛ لاسيما في أوقات الأزمات الصحية الطارئة.

الكلمات المفتاحية:

التأثير الإعلامي - جائحة فيروس كورونا- الوعي الذاتي - الطفل

* أستاذ مساعد إعلام الطفل- كلية البنات للآداب والعلوم والتربية- جامعة عين شمس

Media framing of the coronavirus pandemic

"A reading into the reality of the effects and its possible repercussions in shaping the structure of the child's self-awareness"

Study summary:

This study aims to monitor the main features of the strong role that the media can play as one of the components of the crisis response strategy, and its expected effects on the levels of new self-awareness that is forming among the children's audience in order to keep pace with the new priorities created by the emerging coronavirus pandemic "Covid-19", A random sample of parents was surveyed; Their number was (451) people; A closed-ended questionnaire consisting of (62) items was distributed to them, divided into five dimensions to achieve the objectives of the study and its general questions, This questionnaire was designed to measure "the feasibility of the functional role of the media in light of the Corona pandemic and its expected effects on the levels of new self-awareness formed from it among children and their families" The results of the study showed the following indicators: 1) There is an acceptable degree of relative awareness about the usefulness of the role played by the media - based on what digital technology offers and the possibility of disseminating data instantly - in educating, persuading, and making every individual feel responsible for his health and the health of their children and adults; Relying on arousing the emotional and emotional aspects that sometimes tend toward intimidation, 2) The results of the study also showed that there was no difference in the level of self-conviction among the study sample of parents about the feasibility of the official media campaigns implemented about the emerging coronavirus pandemic (Covid-19); Depending on the variables (age group, educational level, job category), The study emphasized the importance of establishing a health education program between the Ministry of Health and the relevant ministries, such as the Ministries of Information and Culture, Education and Youth; This is in order to raise the level of general health culture among younger age groups, including youth and children.

Keywords:

media framing - coronavirus pandemic - self-awareness - child

مقدمة:

مر العالم بأزمة لم يشهد مثيلاً لها منذ عقود؛ ظهرت من خلال انتشار عدوى الإصابة بفيروس كورونا "Covid- 19" في مدينة "ووهان" الصينية ليشمل في انتشاره كل دول العالم؛ ينتشر كما النار في الهشيم، حتى أطلقت عليه منظمة الصحة العالمية تسمية "جائحة" بدلاً عن "وباء"؛ نظراً لسعة الانتشار وخطورة الإصابة وعظم التأثير والنداعيات، وانعكست هذه النداعيات على الصعيد الداخلي والخارجي للدول، وتسببت بفرض أنماط تعامل جديد في سلوك الأفراد والمجتمعات والدول على حد سواء، وأعدت النظر بأدوار الدول وسياساتها (مرعي وآخرون، ٢٠٢١: ٥)، وتتوعد استجابات الحكومات في بلدان كثيرة؛ فأعلن بعضها التباعد الاجتماعي، وحظر التجمعات، وإغلاق أنشطة الأعمال والخدمات غير الأساسية، وإلزام الناس بالبقاء في بيوتهم، وإغلاق الحدود، وفرض إجراءات الحجر الصحي، وفي كثير من الحالات، سنت الحكومات تشريعات لمكافحة المخاطر البيولوجية وتحقيق الأمن البيولوجي، ووسعت تدابير المراقبة وأعمال الشرطة من أجل إنقاذ الامتثال للضوابط (كوفر، ٢٠٢٢: ٢٠٢)، ومما لا شك فيه أن التغيير الاجتماعي المصاحب لتلك التغييرات سوف يستمر لما بعد كورونا على جميع المستويات الاجتماعية والقيمية والسلوكية وطبيعة العلاقات الاجتماعية ومضمونها؛ مما يستوجب تنمية إدراك الأفراد في المجتمع بهذه الجائحة، وتدعيم المسؤولية الاجتماعية وإيقاظ الرغبة في العمل المشترك (الشهري، ٢٠٢١: ٤٧٩)، وهذا يتطلب بلا شك تعاوناً وتضافراً في الجهود، والمهارة العليا في التعامل معها بحكمة وبقظة؛ وهذا لا يكون إلا بالوعي وصناعته (قادري، ٢٠٢١: ٢٤٦)، وهنا تجدر الإشارة إلى إن ما تحدثه جائحة كورونا من تغيير في عادات الشعوب يؤثر تأثيراً كبيراً في الأمن الصحي لتلك الجماعات؛ مما يستلزم أن يكون لديهم الوعي الاجتماعي الحقيقي والمسؤولية المجتمعية والأخلاقية؛ من أجل البقاء على صحتهم عن طريق اتباع التحذيرات والقواعد الصحية والمتعلقة بالسلوك الصحي السليم للتعامل مع هذا الوباء، وكذلك التأكيد على قوة الإرادة للأفراد والمسؤولية الأخلاقية. (العنزي، ٢٠٢٢: ١٤٧)

نحن أمام خطر لا يفرق بين الغني والفقير، بين المؤيد للحكومات والمعارض لها، بين ذوي السلطان والرعية، خطر راح ضحيته أمراء ووجهاء ومشاهير ومجاهيل؛ مما جعل الجميع يفسح المجال للأطباء والعلماء والباحثين فلا صوت يعلو على أصواتهم، ولا كلمة بعد كلمتهم (العنبي، ٢٠٢١: ٢٠٤)، وإن كان العلاج عاملاً أساسياً لحفظ صحة الناس وحياتهم؛ فإن هناك العديد من العوامل الحاسمة الأخرى التي تقع خارج نطاق قطاع الصحة؛ لعل أهمها الوعي الصحي الذي يعتبر غيابها أحد العوامل التي توقع الأفراد في المرض؛ لذلك كان لا بد من إشراك المجتمع في نشاطات الرعاية الصحية الخاصة به من خلال دفع أفرادها إلى تحمل مسؤولية صحتهم؛ وذلك بالتخلي عن العادات الصحية السيئة التي تتسبب في الوقوع في المرض أو تفاقمه أو انتشاره، والتخلي بدل ذلك بسلوك صحي سليم يتأتى من خلال التزود بالثقافة الصحية الصحيحة (المحمادي وآخرون، ٢٠٢٣: ١٣٥)، لذلك؛ تسعى الجهات الرسمية والأهلية لتعزيز الوعي الصحي لمواجهة الأزمة؛ من خلال

وضع استراتيجيات هادفة تدرج ضمن مخططات إدارة الأزمة التي فرضتها الجائحة، ومن أبرز أدوات تنفيذها التأكيد على أهمية التوعية الصحيّة لمواجهة الوباء؛ من خلال توظيف وسائل الإعلام وتحديد قنوات الاتصال للوصول إلى أكبر عدد من الأفراد لتحقيق الأثر المرغوب فيه؛ وذلك بتزويد الأفراد بالخبرات اللازمة بهدف التأثير في اتجاهاتهم وسلوكياتهم الصحيّة والسير بها نحو الأفضل حفاظاً على الصحة العامة (قوجيل ومدفوني، ٢٠٢٢: ٣٩٩)، وهو ما استدعى الكثيرون للتأكيد على أهمية أن تتحمل وسائل الإعلام مسؤولياتها الاجتماعية من أجل إبقاء أفراد المجتمع على اطلاع دائم بالمعلومات وتعزيز فرص الوقاية من المرض، وتقديم معلومات مفهومة وواضحة ودقيقة، والإسهام في تغيير السلوكيات الصحيّة للأفراد أثناء الأزمات، وتحفيز الجماهير على اتخاذ إجراءات صحيّة إيجابية، وتأكيد إجراءات البقاء في المنزل والتباعد الاجتماعي في الأماكن العامة، وتوعية الرأي العام. (برادعي، ٢٠٢٠: ٢٠٣)

إن ثنائية الإعلام والصحة تمثل القاعدة التي ينأسس عليها الوضع الصحيّ في يومنا هذا؛ فالصحة مطلب إنساني مشروع، والإعلام هو الوعاء الملائم الذي يساهم في الترويج لهذا المطلب الإنساني والتأكيد عليه في أرض الواقع (جاد، ٢٠٢١: ١٠٦٣)، وكمال الصحة مطلب أساسي لا يتوقف على توفير الشروط المادية والبيولوجية فقط لتحقيقه؛ لكنه يتجاوز ذلك للشروط الاتصالية في سبيل التوعية والتنقيف وخلق المعرفة الصحيّة؛ وذلك بإحداث تغييرات وإدخال تعديلات على السلوك الصحيّ الإنساني من خلال عمليات تواصلية مخططة؛ تعمل على حفز الجمهور على تبني مواقف واتجاهات جديدة ترتقي بالمستوى الصحيّ له وتضمن الجو الملائم لحياته (رايس، ٢٠٢١: ١٦٥)، وتجدر الإشارة إلى أن جائحة كورونا "Covid- 19" غير المسبوقة قد فرضت أهميتها على الأجندة الإعلامية وشغلت المساحة الأكبر من تغطيتها المتوالية بنسب متفاوتة، واستطاع فيروس كورونا أن يعمل أسلحته في مجال الإعلام، وترك أثره واضحاً فيه، وساهم في خلق طبيعة انقلابية مليئة بالمتناقضات؛ بفرض مسار إجباري، وهو بطبيعته المباغثة استطاع أن يُعجّل بفرض تغييرات كان من الممكن التلكؤ والتباطؤ في التكيف معها (الشجيري، ٢٠٢١: ٣٥)، وقد أعاد فيروس كورونا المستجد "Covid- 19" الاعتبار لوسائل الإعلام التقليدي؛ بعدما باتت منابرها المتميزة مصدراً معتبراً للمعلومة ومرافداً مهماً للتغطية الأشمل منسوبةً وتنوعاً للأزمة؛ غداة هجرة الجمهور الجزئية منها إلى منصات الشبكة العنكبوتية، ولكنه شكّل أيضاً موضع تحدٍ وازن بالنسبة لها؛ مما انعكس في خطاب التعاطي الإعلامي مع الجائحة، التي لايزال العالم يقارع تبعات تفشيها حتى الآن. (الحمدي وآخران، ٢٠٢١: ٢٠٤)

وحيث أنه لا يوجد أي علاج أو لقاح لمواجهة هذا الفيروس حتى الآن إلا التوعية الصحيّة؛ فإن الإسهام في بناء الوعي الصحيّ لدى الأفراد حول فيروس كورونا يُعد من الموضوعات المهمة؛ حيث يُشكل الوعي الصحيّ لدى الأفراد حجر الأساس في أنماط سلوكياتهم اليومية التي لها أثر كبير في حالتهم الصحيّة بشكل عام (ساطور، ٢٠٢١: ٣)، وأصبح هنا التحدي الأكبر ليس فقط توفير المعلومات الصحيّة والموثوقة؛ ولكن أيضاً إقناع الأفراد بها، للتأثير على سلوكياتهم وجعلهم

يلتزمون بالتدابير الصحيّة، هذا يُعرف علمياً بالمنهج التصاعدي (من الأسفل إلى الأعلى)؛ ويعني في هذه الحالة التأثير على السلوك الفردي لتغيير السياسة العامة (طهار والتاج، ٢٠٢٣: ٣٩١)، وعلى ضوء الحالة الاستثنائية التي يعيشها العالم في واجهة فيروس كورونا المستجد؛ فإن توعية الأسرة بأهمية المحافظة على العادات والسلوكيات الصحيّة السليمة؛ تُعد أمراً ضرورياً، ويزيد مسؤولية الأسر تجاه أبنائهم والمجتمع (راضية وأونيس، ٢٠٢٢: ٤٧)، واليوم؛ وفي ظل الجائحة التي حبست أنفاس العالم وخطورة وقعها على المجتمع؛ تصاعد الاحتياج إلى أهمية وضع البذور الأولى للصحة الجيدة لدى الأطفال، وإمدادهم بالمعلومات والسلوكيات الوقائية لحمايتهم من ذلك الفيروس وتدابيراته، فضلاً عن توعية الأطفال بكيفية إدارة تلك الأزمات والتعايش معها من خلال أنشطة تعمل على تثقيف وتنمية الوعي الوقائي لديهم. (عبد الستار، ٢٠٢٢: ٨٧)

فكما الحال في كل الأزمات؛ تتأثر الفئات الهشة في المجتمع بشكل مضاعف، ويُعد الأطفال من أكثر الفئات الاجتماعية تفاعلاً وتأثراً بالحراك والأحداث الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية؛ ولا بد من التركيز برصد ما يواجههم من مشكلات حياتية ومدى تأثرهم في جميع المجالات (حسين وداود، ٢٠٢٢: ٢٤٨)، فحياة الأطفال قد انقلبت حول العالم بشكل كبير بعد تفشي فيروس كورونا؛ إذ تغيرت عاداتهم اليومية مثل الذهاب إلى المدارس والاختلاط بالآخرين وممارسة الهوايات؛ والتي توقفت بشكل نهائي، فضلاً عن المحاذير التي يتلقونها يومياً من أولياء أمورهم؛ مما يجعلهم يشعرون بالضيق من هذه الأجواء الجديدة عليهم (عبد الحفيظ، ٢٠٢٠: ٤١٤)، كذلك فإن هؤلاء الأطفال من المرجح أن يكونوا قد تعرضوا في هذا الوقت إلى مخاطر وضغوطات نفسية بسبب الوفيات بين أحبائهم أو مرضهم أو انفعالهم خشية المرض، أو بسبب إجراءات الحجر الصحي التي أثارَت الخوف والهلع داخل المجتمعات عامة والأسر بشكل خاص؛ ومن ثم أبرزت تفاعلات أدت إلى إهمال الأطفال وتقليص الإشراف عليهم وازدياد الإساءات والعنف المنزلي والشخصي الموجه ضد الأطفال، وغيرها من التهديدات النفسية التي تزيد من الخطر بالنسبة للطفل. (علي، ٢٠٢٢: ٥٥٨)

والدراسات العالمية والمحلية وما نشهده من أحداث؛ أكدت بما لا يدع مجالاً للشك على أن فئة الأطفال هم الفئة الأكثر تأثراً بهذه الجائحة؛ وذلك نظراً لما يمرون به من تجارب حياتية جديدة طارئة لم يسبق لهم التعايش معها سابقاً، الأمر الذي جعلهم أكثر ارتباكاً وقلقاً وخوفاً؛ فظهرت عليهم بعض المخاوف التي لم تكن موجودة لديهم من قبل، وبدت من خلال تعاملاتهم مع الآخرين وأثناء ممارستهم لأنشطتهم المختلفة، وقد حذرت اليونيسيف في تقريرها الصادر في أكتوبر (٢٠٢١) بعنوان "حالة الأطفال في العالم: تعزيز الصحة النفسية للأطفال وحمايتهم ورعايتهم" من أن الأطفال قد يشعرون بتأثير كوفيد-١٩ على صحتهم النفسية ورفاههم لسنوات عديدة قادمة؛ فوفقاً لأحدث البيانات المتاحة على مستوى العالم؛ تأثر طفل واحد على الأقل من كل (٧) أطفال بشكل مباشر بعمليات الإغلاق، في حين عانى أكثر من (١.٦) مليار طفل من فقدان التعليم بعض الشيء (محمود، ٢٠٢٢: ٢٠٣)، وثمة العديد من الدراسات السابقة ذات الصلة أشارت إلى أنه بينما يشكل تفشي

فيروس كورونا والإجراءات المتعلقة به ضغوطاً كبيرة؛ اقتصادية واجتماعية ونفسية على عالم الكبار، يجد الأطفال أنفسهم الحلقة الأضعف نفسياً للتعامل مع هذا الوضع الجديد الذي تغير فيه كل شيء أو كاد؛ حيث أن القرارات التي اتخذت شكلت تحدياً استثنائياً للعائلات حول العالم، والتي بدأت تطرح تساؤلات واسعة حول كيفية التعامل مع الأطفال طوال فترة الحجر المنزلي؛ لاسيما فيما يتعلق بالجوانب العلمية والتربوية والصحية، وأوضحت أن جائحة كورونا جعلت العالم يبحث عن استراتيجيات وحلول لمواجهة هذه الأزمة؛ ومنها الوَعْيُ الصحي والنفسي، والتخلص من الأفكار التشاؤمية المزعجة، والالتزام بالإجراءات الاحترازية والوقائية، وتكاتف المجتمع وشيوع مظاهر الوَعْيِ الاجتماعي، والتخفيف من المعاناة لبعض فئات المجتمع، وعلى رأسهم الأسرة باعتبارها أول جماعة يتفاعل معها الطفل.

(Jabali, 2021)، (Shen, et.al, 2020)، (Jiao, et.al, 2020)، (سليم وعثمان، ٢٠٢١)، (القحطاني، ٢٠٢٢)، (بوراس، ٢٠٢٣)،

وبالتالي فإنه في ظل التغيرات التي طرأت على المجتمع كله وانعكاساتها على أفرادها؛ خاصة الأطفال، يتطلب الأمر القيام بدراسات عن مدى الوَعْيِ بواقع تأثير هذه التغيرات على الأطفال، وتعرّف آثارها سواء كانت سلبية أم إيجابية، والاستعداد لها بشكل علمي وسليم يتناسب مع خصائص المرحلة العمرية التي يمر بها الأطفال (السهل وآخران، ٢٠٢١: ١٧)، من أجل ذلك؛ مازال ولا يزال الباحثون في مجال الصحة يهتمون بدراسة وتقصي جميع العوامل والمحددات التي تبنى من خلالها السلوكات الصحية السوية؛ ففهم بذلك أنه وبالرغم من أن علم نفس الصحة يلعب دور مهم في مجال الوصف، التوضيح والتدخل في السلوكات المضرة بالصحة؛ إلا أنه من المهم أن لا ينحصر التفكير في هذه المشاكل من نطاق فردي وسلوكي بحت؛ بل يجب أن يتعدى ذلك الاهتمام في أغلب الأحيان بالظروف الاجتماعية المضادة والسياقات الثقافية المختلفة (حربوش، ٢٠٢١: ١٠٣)، وعليه؛ وانطلاقاً مما تقدم كان لزاماً تعرّف ماهية الدور الحقيقي الذي تقوم به منابر الإعلام في التنقيف الصحي؛ الذي يُعد أحد العوامل المهمة لمساعدة الإنسان على التمتع بصحة سليمة، و حجر الزاوية في التغيير الإيجابي لسلوك الأفراد والمجتمعات؛ فالتنقيف الصحي يختص بتغيير وجهات نظر الفرد والجماعة وسلوكهم لتحسين المستوى الصحي، وتُعد عملية التنقيف الصحي إحدى المهام التي يتوقع من وسائل الإعلام القيام بها، وعليه لابد من تقييم دور قنوات الإعلام في التوعية المجتمعية الصحية، وتعزيز دورها في تحقيق المشاركة المجتمعية (عبد المنعم، ٢٠٢٣: ١٦٨)، وهو ما يدعو لإجراء الكثير من الدراسات للتعرف على تصورات الجمهور عن الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور في التعامل مع أزمة فيروس كورونا وتقييمهم لأدائها المهني؛ بما يساعد على تكوين رؤى أكثر وضوحاً عن كيفية التعامل مع مثل هذه الأزمات والتخطيط الجيد للتواصل مع الجمهور في حال الأزمات.

مشكلة الدراسة:

تعددت اتجاهات الأدبيات التي تتناول "الإعلام في ظل الجائحة"، أو أثر الجائحة على الإعلام، أو أثر الإعلام على الجائحة؛ وذلك في سياق عملية جدلية شاملة؛ تمخضت عنها أشكال جديدة للفكر وأشكال جديدة للموضوعات قد أثارت فضولاً علمياً لدى بعض الباحثين وأجريت بشأنها عدة دراسات؛ كمحاولة جادة لاكتشاف أبعاد هذه الظاهرة المستجدة والخطيرة على العالم، ولم يعد ممكناً للجهات المعنية بالإعلام والهيئات الأكاديمية الإعلامية أن تستمر في تجاهل هذا القادم الجديد، وقد دفع هذا الوضع إلى التفكير جدياً في الضرورة الملحة إلى ضرورة إعداد دراسات وأبحاث جديدة من منظور إعلام علمي متخصص يسمى بالإعلام العلمي "الصحي"؛ وهو فرع إعلامي يتخصص في معالجة معطيات الحياة الصحيّة بجوانبها المختلفة، وبكل ما فيها من أحداث وظواهر وتطورات، ويتوجه إلى مختلف الفئات الاجتماعية المعنية بالمسألة الصحيّة، ويهدف نشر الثقافة الصحيّة والإسهام في التربية الصحيّة وتحقيق الوَعْي الصحيّ.

وعليه؛ ترى الباحثة أن المشكلة ليست أبداً متعلقة بكيفية تناول وسائل الإعلام لموضوع الوباء "Covid- 19"، وإنما القضية الحقيقية هي ماذا فعلت كورونا بوسائل الإعلام؟ فالمسألة وجودية وليست مسألة بناء مضمون، ولاريب أن عدة أسئلة ملحة طرحتها فترة الجائحة على مختلف جوانب الإطار العام الذي يشغل ضمنه الإعلام والتواصل وآليات عملهما؛ وقد أثرت بعض الشكوك حيال ما إذا كان بإمكان جموع البشر أن يدركوا خطورة الفيروس على حياتهم وكياناتهم العامة لولا وسائل الإعلام وجنودها والقائمون عليها؟ وهل توجد علاقة بين مضامين الرسائل الإعلامية عند حدوث الأزمات وترسيخ قيم التوعية والتثوير العلمي؟ وما طبيعة ومعايير التغطية الإعلامية لجائحة كورونا والقرارات الأخلاقية التي صاحبته من طرف القائمين على وسائل الإعلام؟ وتأثير ذلك على ثقة الجمهور في مصداقية المحتوى ومدى قبوله أو عدائه لوسائل الإعلام نتيجة لفقدان الثقة وغياب المصداقية؟ أسئلة وجدت أجوبتها واضحة جليّة في ثنايا الماكينة الإعلامية التي لم تتوقف عن الدوران في فلك وظيفتها ودورها الإخباري والتوعوي خلال أزمة كورونا العالمية، وريادة دورها يفصح عنه بلا لبس التوجّه المباشر والمجرد نحو الرأي العام ومخاطبته بروح النصح والتوجيه، مُتَّسِمَةً أدوار الأطباء حيناً، وأدوار الموجهين والمرشدين الاجتماعيين حيناً آخر، وأدوار الرعاية المتبادلة بين الإنسان وحواضنه السياسية والاجتماعية أحياناً.

وتلك التساؤلات بما تمخضت عنه من إجابات قد تولّد عنها وتشكّل عبرها ثمة تساؤلات أخرى فكرية بدت ملحة على العقل العربي؛ فعلى الرغم من بروز دور المؤسسات الاتصالية والإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي في التصدي لأزمة فيروس كورونا، واعتماد الكثير من المؤسسات عليها في التواصل مع الأطراف المختلفة المعنية بالأزمة والمستهدف الوصول إليها؛ إلا أنه لا يُعرف على وجه التحديد مدى نجاح هذه الوسائل الاتصالية والإعلامية في القيام بأدوار متكاملة الأبعاد ومتناسقة التخطيط تجاه فئة الأطفال على وجه التحديد مثلاً؛ بشأن التأهب للجائحة والاستجابة لها؟ وما هي نوعية الاستراتيجية الإعلامية التي تبنتها في تأدية رسالتها أثناء

معالجتها للأزمة؛ كي تكون أبلغ أثراً وتحدث انطباعات أعمق في نفوس الأطفال؟ ومدى التزامها بالمعايير والضوابط المهنية الضرورية أثناء معالجتها لمثل هذه الأزمات؟ وهل ساعدت على مواجهة الأزمة أم أدت إلى انتشار الكثير من المعلومات الخاطئة والمضللة والشائعات التي فاقمت من انتشار الأزمة؟ وإلى أي مدى اتبعت استراتيجيات اتصالية وإعلامية متكاملة من أجل تحقيق تعافٍ مستدام واحتوائي؟ وكذلك لا يُعرف ما هي تصورات الجمهور؛ ولا سيما جمهور الأطفال وردود أفعاله تجاه تعامل المؤسسة الاتصالية والإعلامية مع هذه الأزمة؟

والحقيقة التي تتراءى للباحثة؛ هي أن كل هذه التساؤلات تمثل جميعها المقدمات الفكرية لمسألة الوعي المجتمعي؛ التي تشكل الرهان الأكبر في معركة مكافحة هذا الوباء؛ ذلك أنه لا يمكن البتة للمجهودات الإعلامية أن تتجح في كبح انتشار الفيروس القاتل دون جهود الأفراد، إذا كانت المسؤولية مشتركة في ما وقع؛ فالرَّهان الحقيقي والأمل الوحيد أمام هذه الوضعية الحرجة يقع على عاتق الفرد؛ على الوعي الذاتي للمواطنين وإحساسهم بالواجب في الإسهام للحد من انتشار الجائحة وتراجع عدد المصابين والانتصار عليها بأقل الأضرار والضحايا وبأهون التكاليف، وتجدر الإشارة إلى أن هناك بعض الدراسات السابقة قد أشارت إلى أهمية الوعي الصحي المستند إلى الإدراك الذاتي؛ حيث يُمكن الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعدهم على تفسير الظواهر الصحية، وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها، إضافة إلى أنه رصيد معرفي يستفيد منه الإنسان من خلال توظيفه له وقت الحاجة له في اتخاذ قرارات صحية صائبة إزاء ما يعترضه ويواجهه من مشكلات صحية (الشلهوب، ٢٠٢٠: ١٠٦)، وقد انتهت نتائج بعض هذه الدراسات؛ إلى أنه في زمن الجائحة يجب أن يكون الوعي سلوكاً لا مثلاً، وفعالاً لا قولاً؛ تكاتف وتبادل مسؤولية، وأشارت إلى أنه مهما بلغت درجة حضارة المجتمعات؛ فإن بعض الأزمات قد تخترق هذه الدرجة وتترك الوعي والمسؤولية لدى أفرادها؛ لكن الرقي والتعليم يكون له دور في احتواء الموقف وإيجابية المبادرة في التصدي لتداعياتها؛ التزاماً واحتراماً وإعمالاً للقانون وتنفيذاً للقرارات (جاب الله، ٢٠٢٠: ١٠)، ولما كانت مرحلة الطفولة المبكرة هي البذرة الأولى للشخصية؛ لذلك جاء الاهتمام بمرحلة الطفولة المبكرة لما لها من أثر في المراحل التي تليها (الدسوقي وآخران، ٢٠٢٣: ٥)، لأنها مرحلة تأسيسية في بناء وتشكيل السمات الشخصية التي ستلازم الطفل طوال حياته، أن السنوات المبكرة من عمر الطفل؛ تمثل الفرصة الثمينة لتشكيل مكونات شخصيته وغرس بذور القدرات التي سيستمر في تكوينها طوال سنوات الدراسة؛ تلك الأسس التي ستصاحبه مدى الحياة. (علي، ٢٠١٧: ١٧٧)

وتجاوباً مع ما نادى به الدراسات التربوية السابقة بأنه ينبغي النظر إلى الأطفال على أنهم جهات فاعلة مشاركة في الممارسات الصحية؛ فالأطفال يجب أن يكونوا أطرافاً فاعلة في مجال تعزيز الصحة؛ بما في ذلك الرعاية الذاتية، والحفاظ على لياقتهم ونشاطهم، وتطوير العلاقات والحفاظ عليها، وتطوير المعرفة والمهارات والكفاءات والقيم والأهداف والسلوكيات التي تقضي إلى صحة جيدة (جعفر، ٢٠٢٢: ٧٧٤)، وبحكم الدور المنوط بوسائل الإعلام الوطنية في قيادة معركة

التصدي للوباء وحماية المجتمع من مخاطره؛ باعتبارها رافداً مركزياً يشكل من خلالها الجمهور رؤيته بشأن العالم المحيط به؛ ومن أجل بيان تأثير استهلاك الإعلام على الأفكار والمشاعر والإثارة والسلوك، وكخطوة أولية لاحتواء تداعيات هذه الجائحة على الطفل؛ كان الدافع وراء تفكير الباحثة إلى إجراء هذه الدراسة، فمن الجدير بالملاحظة أن من أكبر قطاعات الجمهور المتابعة لوسائل الإعلام وخاصة المرئية هم الأطفال وصغار السن، وهذا لا يحتاج منا إلى إحصائيات تؤيد ذلك وتدعمه؛ بقدر احتياجنا إلى قراءة واقع الآثار التي تترتب على استخدام الطفل لهذه الوسائل في مجال عملها وقت الأزمات لتتأكد من ذلك؛ فلقد أصبحت وسائل الإعلام المختلفة تُربّي مع الأسر، وتأثيرها يفوق تأثير الأسرة كثيراً، وكذلك لا يقل دورها في التعليم عن دور المدرسة؛ لذلك من الأهمية بمكان إيلاء الدور الوظيفي للإعلام الصحيّ الفعال بالتزامن مع الجائحة وبعد انقضاءها مزيداً من الاهتمام؛ باعتبار أن ذلك حق من حقوق الطفل التي لا تقل عن حقه في التعليم والعلاج.

وتكمن أهمية دراسة الجماهير الصغيرة في أوقات الأزمات مثل «كورونا» في فهم التغيير الذي يحدث في أنماط استهلاك هذه الجماهير للإعلام، وامتداد أثر هذا التغيير حتى بعد انتهاء الجائحة لسنوات، كما تتيح مثل هذه الدراسات قياس نجاح القطاع الإتصالي في المجال الصحيّ في عدم إغفال شريحة الأطفال بوصفها أحد أهم الشرائح الجماهيرية المستهدفة بالتوعية أثناء الجائحة، لذا؛ فمن المهم في ضوء التطورات الحادثة على الساحة الإعلامية - نظراً للحراك الاجتماعي والسياسي والتشريعي- رصد وتحليل انعكاسات أطر خطاب المعالجة الإعلامية بشقيها التقليدي والإلكتروني وتأثيراتها المحتملة على توجيه الوَعْي المجتمعي للطفل وتحديدته بالتزامن مع جائحة كورونا وما بعدها؛ لأنه المعنويّ بأيّ تطور، والمنعكس عليه كل حراك.

انطلاقاً مما سبق وتأسيساً عليه؛ يمكن إيجاز المشكلة البحثية للدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما طبيعة وأبعاد الدور الوسيط الذي يمكن أن يضطلع به الإعلام في استنهاض الوَعْي المجتمعي بين جمهور الأطفال وذويهم تجاه الأزمات الوبائية؛ فيما يُتخذ من جائحة كورونا "Covid- 19" نموذجاً؛ للتطبيق على مستوى الوَعْي الصحيّ؟

وتتحقق الإجابة على هذا التساؤل الرئيسي من خلال الإجابة على مجموعة التساؤلات الفرعية الآتية:

١. ما حقيقة الدور الذي تضطلع به مواد التوعية الإعلامية إزاء تلبية حاجات الجمهور المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية تجاه مواجهة مستجدات الأزمة (جائحة Covid- 19)، وترسيخ مبدأ الشراكة فيها من قبل الأطفال أو ذويهم؛ من وجهة نظر أولياء الأمور؟
٢. ما أبرز الإخفاقات التي رافقت المشهد الإعلامي الراهن؛ وحالت دون تقديم تغطية ذات مهنية عالية تجاه هذا الوباء (جائحة Covid- 19)؛ بما يتلاءم مع تقييمات الجمهور وتوقعاته، من وجهة نظر الوالدين/أولياء الأمر للأطفال؟

٣. إلى أي مدى يقيّم المبحوثين الفعاليات التوعوية لمضامين الحملات والومضات الإشهارية التي يبثها الإعلام عبر منابرهم المتعددة؛ في مجال نشر الوَعْي وخلق السلوكيات الصحيّة المطلوبة لمجابهة مستجدات هذا الوباء (جائحة Covid- 19) داخل الأسرة؟
٤. ما أبرز القوالب والأشكال الإعلامية التي استطاعت اجتذاب اهتمامات جمهور الأطفال إليها، وأسهمت في تزويدهم بالمعلومات الأولية حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19) وتشكيل اتجاهاتهم نحوها، من وجهة نظر الوالدين/أولياء الأمر للأطفال؟
٥. كيف كانت الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للخطاب الإعلامي المستخدم في معالجة قضايا جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)، وانعكاساته في تنمية الوَعْي الصحيّ الذاتي للأطفال واستجاباتهم المختلفة، من وجهة نظر الوالدين/أولياء الأمر للأطفال؟
٦. ما مدى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ في تشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم الذاتية تجاه الأزمة وكيفية إدراتها؟

أهمية الدراسة:

- تتضاعف أهمية الدراسة والحاجة إليها في ظل تنامي خطر وباء جائحة كورونا (Covid-19)؛ الذي يمثل بدوره الخطر الجديد الذي شغل الرأي العام العالمي، ولم يترك كبيراً ولا صغيراً ولا غنياً ولا فقيراً إلا وقد نال منه، فقد أصبح الآن يشكل أولوية متقدمة على مستوى أجندة الاهتمامات البحثية وأولويات القضايا المستقبلية الأجدر بالعبارة والبحث، وأصبح من الأهمية بمكان الإسهام العلمي في التوثيق للظرف الاستثنائي الحالي الذي تمر به البلاد، وقد بات واضحاً للعيان أن الاهتمام بالبحث العلمي تحت ضغط هذه الجائحة؛ لا ينبغي أن يكون مرحلياً فقط بل ينبغي أن يكون استراتيجياً ومستداماً؛ خاصة مع تتالي موجات كورونا، وتأمّل الباحثة أن تسهم هذه الدراسة بدورها في دفع عجلة البحث العلمي في هذا المسار المعرفي المؤثر، وأن تضيف تنوعاً موضوعياً، وحضوراً معرفياً؛ لتجسيد نبض الواقع وتوثيقه علمياً وبحثياً.
- تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تمثل امتداداً للدراسات السابقة ومُنتِية لمساهاها الداعي إلى التوجه نحو استثمار بذور التحاور والتناهج Interdisciplinary الكامن بين علم الإعلام والاتصال "بوصفه حقلاً معرفياً تسكنه تخصصات عديدة" وغيره من العلوم؛ سواء الإنسانية أو الاجتماعية أو العلمية قصد إيجاد الحلول للمشكلات التي تعيشها مجتمعاتنا اليوم على أكثر من صعيد، ولذلك فقد ارتأت الدراسة الحالية الجمع بين مجال الدراسات الإعلامية وسوسولوجيا الصحة والمرض؛ بصفته مجالاً إعلامياً متخصصاً يمتلك كافة مستلزمات الإعلام المتخصص وشروطه، التي تمكنه من تقديم معالجة إعلامية مناسبة لموضوع الأزمات والأوبئة الصحيّة، وعليه فإنه يؤمل أن تمثل هذه الدراسة إضافة نوعية مميزة في مخزون المكتبة العربية، وأن تمثل إثراءً وتدعيماً في مجال الدراسات الإعلامية التي تهتم بدراسة الإعلام الصحيّ؛ خاصة مع زيادة الطرح الخاص بأهميته في الأونة الأخيرة.

- تُمثل الدراسة لبنة جديدة لبناء المزيد من الدراسات في مجال تطوير وتوجيه السياسات والممارسات الصحيّة الأساسية لرعاية وتربية الطفولة المبكرة؛ الأكثر عرضة للخطر ممن تتقصهم المعرفة العلمية بخطورة انتشار الأمراض والفيروسات؛ وعلى رأسها جائحة كورونا، ومساندتهم في التأقلم مع الظروف الاستثنائية والتغيرات التي فرضها وباء (كوفيد-١٩) على أنماط حياتهم، ووضعهم موضع الاهتمام في الدراسات والأبحاث العلمية باعتبارهم القوام الأساس لمركزات التنمية، فالدراسات البحثية والأكاديمية التي تحاول تسليط الضوء موضوعياً وعملياً على أهمية تعايش الطفل الآمن مع فيروس كورونا المستجد ودعمهم نفسياً وذهنياً، ومساندتهم وذويهم للتكيف مع التداعيات والإجراءات الاستثنائية الناجمة عن الوباء تُعد قليلة إن لم تكن نادرة؛ على حد علم الباحثة واطلاعها.
- تُعدّ هذه الدراسة بمثابة شهادة على حقبة تاريخية مهمة في حياة الأسرة- كونها جزءاً من هذا المجتمع؛ طالتها تداعيات هذه الجائحة- وباعتبارها شريك مهم في مواجهة الأزمات بجانب مؤسسات الدولة الرسمية، فمنح الفرصة لهذه الأطراف بالقراءة النقدية للمشهد الإعلامي المعاصر وتأثيره على المجتمع في زمن الأوبئة، والتعبير عن رؤاها وطموحاتها واستراتيجياتها للتغيير؛ وتحديدأ عندما يتعلق التقييم بأحداث طارئة على الخريطة البرمجية أو الإعلامية للمؤسسات الإعلامية المختلفة، سواء أكانت تقليدية أم رقمية؛ يسمح بالوصول إلى نتائج واستنباطات جديدة تقود إلى تفعيل دور الرأي العام وزيادة مشاركته في صناعة القرارات؛ التي يؤمل فيها أن تكون المنطلق الأساس لحنمية تطوير منهجية وعمليات الفكر الوقائي لدى صنّاع القرار الإعلامي والبرامج الإعلامية التنفيذية الحالية.
- تبدو أهمية هذه الدراسة فيما يتوقع أن تسفر عنه من نتائج" كمؤشر للتعامل مع الأزمات الوبائية من خلال وسائل الإعلام"؛ تدعو الخبراء والمتخصصين وقادة الرأي - بحكم خلفيتهم الأكاديمية والمهنية- إلى إجراء عملية تقييم ومراجعة شاملة لحجم الاختلالات المطروحة في هذا الشأن والوقوف عند نقاط قصورها؛ من أجل معالجتها بشكل علمي وصحيح، وصولاً إلى ما يمكن أن يفيد مستقبلاً في اتخاذ القرارات ورسم السياسات الإعلامية جملة وتفصيلاً، تمهيداً لإرساء استراتيجية إعلام صحيّ وفق صناعة الوَعْي، وإيجاد البيئة اللازُمة لتفعيله وتطويره.
- تُعدّ هذه الدراسة محاولة للخروج برؤية استشرافية تهدف إلى دعم مجهودات القطاعات الحكومية المعنية بالصحة ومؤسسات الدولة الإعلامية والاتصالية في الاهتمام بالدراما الطبية الموجهة للأطفال بوجه خاص، وتحفيزهم على التنسيق والتعاون فيما بينهم للإسهام الفاعل في تحسين تنمية الطفولة المبكرة - لاسيما في وقت الأزمات والطوارئ- وتقديم الدعم والتوعية للأطفال وذويهم من الآباء ومقدمي الرعاية الأساسيين بشكل أكثر عمقاً وشمولية، بهدف التأثير في معلوماتهم واتجاهاتهم وممارساتهم وتفعيل دور المتلقي النشط الذي سيقوم بدوره بتعميم المعرفة حوله.

هدف الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة رصد المعالم الرئيسية لآفاق الدور الحيوي والحاسم الذي يؤديه الإعلام كأحد مكونات استراتيجية مواجهة الأزمات؛ وتأثيراته المتوقعة على مستويات الوعي الذاتي الجديد المُتشكّل منه لمواكبة الأولويات الجديدة التي أفرزتها جائحة فيروس كورونا المُستجد "Covid- 19" بين جمهور الأطفال؛ قصد الوقوف على مدى انعكاس ذلك على التحكم السلوكي الذاتي المُدرّك نحو القضية موضع الدراسة وتطوير خطط التعايش الآمن والانخراط في سلوكيات الحماية الذاتية المرتبطة بالجائحة؛ في منظور عينة من أولياء الأمور.

المفاهيم المرتبطة بالدراسة:

- **التأطير الإعلامي: "Media Framing"** ورد في معجم المعاصر بأن تأطير الموضوع يعني وضع هيكل عامّ يحدد معالمه، ويُقال أطرّ فلانّ الموضوع: هيكله بهيكل عام يحدد معالمه <https://lexicon.alsharekh.org/result/%D8%A3%D8%B7%D8%B1> وفي الاصطلاح فقد أوضح "إنتمان" أن التأطير هو اختيار جوانب من الواقع وجعلها أكثر بروزاً في النص الإخباري بطريقة تخلق تعريفاً محدداً للمشكلة أو توضيح العلاقات السببية فيها، أو تضع تقبيلماً أخلاقياً لها أو قد تقدم حلولاً مقترحة (محمد، ٢٠٢٠: ١٠٦)، وقد عرفه "جوفمان" بأنه بناء محدد للتوقعات التي تُستخدم لجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما؛ وهو قائم على رموز وتلميحات (عبد الرزاق، ٢٠٢٠: ٢١٠)، ويعني كذلك بأنه انتقاء جوانب معينة من الواقع والتركيز عليها وإبرازها عن غيرها من جوانب الموضوع، ويتم ذلك باستخدام كلمات أو مفردات رئيسية أو صور أو تعبيرات نمطية أو الاعتماد على مصادر معينة أو جمل معينة تدعم حقائق وأحكام بعينها في موضوع ما (حسن، ٢٠٢١: ٢٤)، ووفقاً لما سبق؛ فإن فكرة تشكيل الإطار الإعلامي تتمثل في تنظيم الوقائع والقضايا والأزمات وربطها بسياقات محددة؛ ليكون لمضامين تلك الأزمات والقضايا معنى وتفسيراً محدداً عن طريق تغطية وسائل الإعلام لها بسياق خاص (الغانمي، ٢٠١٨: ١٠٨)، فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية ما، وهو يعني انتقاء مُتعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وتكرارها وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، وتوصيف المشكلة بصورة محددة، وتحديد أسبابها ونتائجها وطرح الحلول المختلفة لها (السباعي، ٢٠١٨: ٣٧)، ومن خلال تلك التعريفات التي تم الإشارة إليها آنفاً يمكن للباحثة أن تستقي تعريفاً إجرائياً للتأطير الإعلامي بأنه: "بناء محدد للتوقعات الخاصة بالأحداث تجاه جائحة كورونا وتداعياتها، ووضعها في إطار اهتمامات المُتلقين وإدراكهم، وهو يقوم على بناء المحتوى الإخباري بشكل يدفع المُتلقى إلى اتخاذ موقف فوري تجاه القضية المطروحة، ولا يُقصد بالتأطير الإعلامي الإخبار أو التبليغ فقط؛ بل التوجيه لكيفية التفكير في تلك القضايا أو الأحداث الواردة في الأخبار؛ أي أن دور التأطير هو تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام؛ بحيث تساعد في سرعة إدراك الجمهور لها وسهولة تذكرها.

• **جائحة فيروس كورونا: " Covid- 19 Pandemic "** ورد في معجم المعاني الجامع
الجائحة بأنه أصابته جائحة : بليّة، تهلكة، داهية

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar->

[/ar/%D8%AC%D8%A7%D8%A6%D8%AD%D8%A9](https://www.almaany.com/ar/dict/ar-) بأنها المصيبة العظيمة التي تجتاح الأموال أي تتأصلها كلها وسنة جائحة جذبة (إسماعيل، ٢٠٢١: ١٢٣)، وفي الاصطلاح تستعمل كلمة الجائحة للتعبير عن النازلة العظيمة التي تذهب المال كله أو بعضه، وهي كل ما لا يُستطاع دفعه سواء أكان بفعل الأدميين أم آفة سماوية (القصيبي، ٢٠٢٢: ٧٨٩)، أما فيروس كورونا فعرفه بعض الباحثين بأنه فيروس جديد يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس الذي ينسب بمرض المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارز) وبعض أنواع الزكام العادي، واسم كوفيد-١٩ هو الاسم الذي أطلقتته منظمة الصحة العالمية للفيروس المُتسبب لمرض الالتهاب الرئوي الحاد، والمعروف باسم كورونا (زيد، ٢٠٢٢: ١٤)، أما (البادري، ٢٠٢٢: ٢٠) فقد عرفه بأنه فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تسبب اعتلالات، وتتنوع بين الزكام وأمراض أكثر وخامة؛ مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS- COV)، ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد (SARS- COV)، أما (بالقاسمي، ٢٠٢٢: ١٤٠١) فقد أفاد بأنه يشتق اسم (Coronavirus) من اللاتينية (Corona) وتعني التاج أو الهالة؛ حيث يشير الاسم إلى المظهر المميز لجزيئات الفيروس كورونا، ويستهدف هذا الفيروس الجهاز التنفسي ويصاحب نزلات البرد التي يمكنها أن تؤدي إلى الوفاة، ومن خلال تلك التعريفات التي تم الإشارة إليها آنفاً يمكن للباحثة أن تستقي تعريفاً إجرائياً لجائحة فيروس كورونا بأنها: "ليست مجرد واقعة عابرة؛ لأن أثرها يستشري ويمس كل أفراد المجتمع ولكن على نحو أكثر ضراوة وأشد فتكاً، وهي تحدث عندما ينتشر وباء معد مُعيّن؛ مثل فيروس "كوفيد-١٩"، وهي تفعل فعلتها في كل مناحي الحياة الاجتماعية، كما تفرض تغييراً جذرياً في طرق التصرف والقول والفعل ومنطق التدبير اليومي؛ وصولاً إلى آثار اقتصادية وسياسية وأخلاقية لاتزال تُحومها غير قابلة للحصر".

• **الوعي الذاتي: "Self-Awareness"** جاء في معجم المعاني الجامع الوعي بأنه الفهم وسلامة الإدراك، والوعي في علم النفس هو شعور الكائن الحي بما في نفسه وما يحيط به ([/https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%88%D8%B9%D9%8A](https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%88%D8%B9%D9%8A))، ووفق الأدبيات الحديثة؛ فقد تعددت تعريفات الوعي الذاتي؛ فمثلاً عرفه (الجعفري والطاهر، ٢٠٢٠: ٢٨٣) بأنه فهم الإنسان العميق لعواطفه ونقاط قوته وضعفه واحتياجاته والمحركات أو الدوافع التي تحفزه، وعرفه (Carden, et.al, 2022: 141) بأنه قدرة الفرد على معرفة إمكاناته وقدراته وطبيعة العلاقة بين ما يدور في ذهنه من أفكار وبين ما يدور حوله من أحداث، أما (البطوش، ٢٠٢١: ١٤٩) فعرفه بأنه حالة يكون فيها تركيز الفرد العقلي نحو الأفكار؛ بحيث يساعد على التقليل من الضغوط بواسطة توجيه العقل لأنماط معرفية يستطيع من خلالها الفرد

التحكم بتفكيره ومشاعره وعواطفه وانفعالاته، وكذلك الانتباه للمثيرات الخارجية وإعادة التقييم الذي يضمن له السعادة والاستقرار، أما (القحطاني وأخران، ٢٠٢٢: ٦) فقد عرفه بأنه القدرة على معرفة المشاعر والمعتقدات والاتجاهات في اللحظة الراهنة، واستخدام هذه المعرفة كدليل في اتخاذ القرار وحل المشكلات، وقد أشار (المنجد، ٢٠٢٠: ٢٠٦) بأن للوعي الذاتي معنيين في المجال الفلسفي؛ الأول معنى بسيط ومباشر وهو إدراك موضوعات وأشياء العالم الخارجي؛ أي الاستجابة لمثيراته، وثانيهما أكثر تعقيداً؛ وهو إدراك ما يجري داخل الذات نفسها من خبرات، ومن هنا نلاحظ أن الإنسان يرسم بهذا الوعي مسافتين؛ الأولى بينه وبين العالم الخارجي والثانية بينه وبين ذاته، وقد أفاد (هاشم وأخران، ٢٠٢٣: ٣٩٠) بأن الوعي الذاتي هو بأي حال من الأحوال مفهوم بسيط؛ ويفترض أن التفاعلات الاجتماعية هي الأساس لتنمية لذات وفهم دور الفرد في الشبكة الاجتماعية، واستجابات الطفل ووعيه بذاته يأتي من وجهة نظر الآخرين وتفاعله مع المجتمع المحيط، وفي ضوء ما سبق خلصت الباحثة إلى تعريف الوعي الذاتي إجرائياً بأنه: عملية إدراك الطفل لذاته وإدراك الظروف (الصحية) المحيطة، وتكوين اتجاه عقلي نحو (الصحة) العامة للمجتمع، (أي إدراك مدى أهمية هذه الصحة له ولمن يحيط به)، في مغبة ظرف استثنائي عسيب لم يشهده العالم أجمع من قبل.

• **الطفل: "Child"** الطفل لغة طفلاً بكسر الطاء وتسكين الفاء، كلمة مفرد جمعها أطفال، وهي الجزء من الشيء، والمولود ما دام ناعماً دون البلوغ، والطفل أول الشيء، والطفل أول حياة المولود حتى بلوغه، ويطلق للذكر والأنثى https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D8%B7%D9%81%D9%84، أما مفهوم الطفل في الاصطلاح فإنه مبني على المرحلة العمرية الأولى من حياة الإنسان والتي تبدأ بالولادة، وقد عبرت آيات القرآن الكريم عن هذه المرحلة لتضع مفهوماً خاصاً لمعنى الطفل، وهو كما جاء في قوله تعالى: (ثُمَّ نُخْرِجُكُمْ طِفْلاً)، إذ تتسم هذه المرحلة المبكرة من عمر الإنسان باعتماده على البيئة المحيطة به كوالدين والأشقاء بصورة شبه كلية، وتستمر هذه الحالة حتى سن البلوغ. (العبادي، ٢٠٢٠: ٣١)

حدود الدراسة:

١. **الحدود الموضوعية:** تتناول الدراسة طبيعة وأبعاد الدور الوسيط الذي يمكن أن يضطلع به الإعلام في استنهاض الوعي المجتمعي بين جمهور الأطفال وذوهم تجاه الأزمان الصحية؛ فيما يُتخذ من جائحة كورونا "Covid-19" نموذجاً.
٢. **الحدود البشرية:** عينة من أولياء أمور الأطفال من سن (٣-٧) سنوات؛ تُقدر بـ (٤٥١) مفردة.
٣. **الحدود الزمنية:** أجريت هذه الدراسة بشقيها النظري والميداني في الفترة ما بين بداية شهر يوليو ٢٠٢٢م، وحتى نهاية شهر نوفمبر ٢٠٢٣م.
٤. **الحدود المكانية:** تم تطبيق الدراسة في عدد من المدارس الرسمية في محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية (القاهرة الكبرى).

المدخل النظري للدراسة:

نبذة عن فيروس كورونا المستجد "Covid-19":

فيروس كورونا المستجد يُعد من الأمراض المعدية التي تم اكتشافها حديثاً؛ حيث ظهرت حالات لهذا المرض لأول مرة في أواخر ديسمبر ٢٠١٩ عندما تم الإبلاغ عن مرض غامض في مقاطعة "هوبي" بمدينة ووهان بالصين، وسرعان ما تم تأكيد سبب المرض الناتج عن فيروس كورونا الجديد، وانتشرت العدوى منذ ذلك الحين إلى العديد من البلدان في جميع أنحاء العالم وتم إعلانه مرضاً وبائياً (البرد، ٢٠٢٠: ٢٩٨)، مما دفع أغلب دول العالم لاتخاذ مجموعة من الإجراءات الاحترازية للوقاية من الفيروس والحد من انتشاره، وكان لهذه الإجراءات أثراً على مظاهر الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المصاحبة لمجموعة من السلوكيات والأنشطة اليومية، وتحولت الجائحة من وباء صحي إلى حدث مجتمعي شامل بكل مجالاته الاقتصادية والاجتماعية والثقافية (عمر، ٢٠٢١: ٤٩٢)، ووفقاً لتقرير نشرته منظمة اليونسيف التابعة للأمم المتحدة؛ ترجع تسمية المرض "Covid-19" بهذا الاسم إلى المصطلح الإنجليزي المشتق، كالتالي:

- الحرفان (CO) أول كلمة (كورونا CORONA) كونه من الفيروسات التاجية.
 - الحرفان (VI) أول حرفين من كلمة (Virus).
 - حرف (D) أول حرف من كلمة مرض (Disease).
 - الرقم (١٩) إلى العام الذي ظهر فيه الفيروس لأول مرة. (محمود وليب، ٢٠٢٢: ٣٥٥)
- وتحدث العدوى بالفيروس نتيجة انتقاله من فرد إلى آخر عند المخالطة للصيقة؛ وخاصة بواسطة الرذاذ والقطيرات التنفسية التي تصدر عن السعال أو العطس أو التحدث، ويمكن أن تحدث كذلك عن طريق لمس الأسطح الملوثة بالرذاذ وقطرات تنفس المصابين (بن دراج، ٢٠٢٣: ١٠٨٨)، وتتمثل الأعراض الأكثر شيوعاً لمرض كوفيد-١٩ في الحمى والإرهاق والسعال الجاف وضيق في التنفس، وتشمل الأعراض الأخرى الأقل شيوعاً ولكن قد يُصاب بها بعض المرضى مثل الآلام والأوجاع واحتقان الأنف والصداع والتهاب الملتحمة وألم الحلق والإسهال وفقدان حاسة الذوق أو الشم وظهور طفح جلدي أو تغير لون أصابع اليدين أو القدمين، وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ بشكل تدريجي، ويُصاب بعض الناس بالعدوى دون أن يشعروا إلا بأعراض خفيفة جداً (بن سالم، ٢٠٢١: ١٤)، وقد أثرت جائحة كورونا في مختلف جوانب الحياة، وعلى مختلف الأصعدة والمستويات؛ مما كان له أبلغ الأثر على الأسرة في كل بلدان العالم؛ فواجهت الأسرة كوحدة اجتماعية أنواعاً متعددة من التحديات، وتباينت طرق واستراتيجيات التعامل مع هذه التحديات، وقد ترتب على هذه الجائحة جملة من التغييرات التي طالت أثرها على الحياة الاجتماعية للأفراد، كما تأثر النظام الصحي والاقتصادي والتعليمي وغيرها من الأنظمة في العالم على حد سواء، ولم تكن تلك التغييرات نتيجة انتشار هذا الفيروس فحسب؛ بل جزءاً كبيراً من تلك التغييرات كانت نتيجة الإجراءات الاحترازية التي شرعتها الدول لمواجهة هذه الجائحة، والتي أسهمت جميعها في تغيير ملامح الحياة العاة للناس (خليل، ٢٠٢٢: ٣١٢)، وفي ظل هذه الأزمة التي يعيشها العالم الآن؛

تضاعفت مسؤولية الإعلام وأصبح أهم الأطراف الفاعلة والمؤثرة في إدارة الأزمات – مهما كانت طبيعتها وخطورتها- فالإعلام الجاد والمسؤول يسهم في دعم الإدارة الحكومية والمؤسسية لأي أزمة واحتواء الآثار الناجمة عنها، بينما قد يؤدي تقاعس الإعلام عن القيام بدوره إلى تعثر الجهود الحكومية؛ ولعل أزمة انتشار فيروس كورونا المستجد كانت كاشفة لهذا الأمر. (رشوان وعبد العليم، ٢٠٢١: ٢٦٥)

مراحل تطور الفيروس "Covid- 19" إعلامياً:

مع سُح المعلومات انتقل الإعلام الدولي من الجهل بالوباء إلى التهويل، ثم انتقل إلى التهوين ليحاول الاستقرار في الأخير على دور التوجيه والتحسيس والتحذير، في خضم كل هذا تجلت بعض الممارسات الإعلامية من أجل احتواء الأزمة؛ كما يلي:

- **أولاً:** مرحلة الاستخفاف بالمرض؛ حيث اتخذت كل ردود الفعل طابعاً هزلياً وفكاهياً، ويمكن تحديد هذه الفترة ووصفها بالقصيرة، ويُعد دخول الإعلام الرسمي على خط نشر الأخبار حول فيروس كورونا وبداية الحملة التوعوية بطريقة مكثفة؛ قفزة نوعية في طريقة التعاطي مع المرض؛ الشيء الذي قلص هامش الاستخفاف بالفيروس، ويبدأ يطفو معه نوع آخر من الوَعْي بالمرض؛ خاصة بالمدن الكبيرة التي عرفت ظهور حالات وبائية.
- **ثانياً:** مرحلة التذبذب؛ حيث تذبذب الاهتمام بالجائحة بالشدة والمبالغة أحياناً والضعف والتجاهل أحياناً، وقد شاب وسائل الإعلام ارتباك واضح في تغطية الجائحة؛ لأن المعلومات عنها كانت ضعيفة، فاكثفت بنشر التوصيات والنصائح بالتباعد الاجتماعي وسبل الوقاية، ولكن في المراحل المتقدمة أصبحت وسائل الإعلام أكثر حضوراً وحرفية؛ بسبب امتصاص الصدمة أولاً، وبسبب لجوء الجمهور إليها كمصدر موثوق للأخبار ثانياً؛ بعدما انتشرت الشائعات والمغالطات والخرافات ونظريات المؤامرة وغيرها بين الناس وعبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- **ثالثاً:** مرحلة التعاطي الجاد مع المرض، وهي أهم المراحل وأكثرها حساسية وخطورة؛ حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي؛ خاصة "الفيس بوك، والواتساب" مجالاً لتبادل المعلومات، سواء كانت نصية أو سمعية أو بصرية أو استخدام الوسائط المتعددة؛ لكن الملاحظ أنها ذات طبيعة كمية كبيرة وذات مضامين ترهيبية وتخويفية.
- **رابعاً:** مرحلة تميزت بالصرامة؛ حيث تم فرض حالة الطوارئ في البلاد، وقد صاحب هذه الإجراءات الأمنية المشددة نوع من القلق؛ إذ ساد نوع من الإحساس والخوف الجديين. (الحجاجي، ٢٠٢٠: ٢٢٨)، (الصعيدي، ٢٠٢١: ٢٣٥)، (عبود، ٢٠٢١: ٢٨٠)

مهمة الإعلام المصري في صراعه مع الوباء "Covid- 19":

لا ريب أن البحث في أسباب نجاح البلدان التي استطاعت مقاومة وباء كورونا؛ سيؤكد أن تشغيل واشتغال منظومة الإعلام والتواصل كان من الأسباب الحاسمة في هاته الحرب التي تعددت معاركها، فقد فرضت الجائحة على العالم أن ينتبه أكثر للإعلام وأن يفعل كشريك لا محيد عنه في أي عملية مواجهة، كما رسخت الاندماج والتشابك بين وسائل الإعلام ووسائل التواصل (العوني،

٢٠٢١: ٢٤٥)، ومما هو جدير بالاهتمام أن جميع الجهات الرسمية تعاملت مع الإعلام الرسمي باعتباره جزءاً أساسياً في معركة مواجهة الوباء، وكان إيجابياً توفير المعلومات للناس بكل شفافية؛ حيث كانت الإجازات الإعلامية نقطة إيجابية لتقديم كل المعلومات في كافة المجالات (عطيات، ٢٠٢١: ٤٢)، وفي موزاة ذلك؛ كان للإعلام الصحي دور مهم في إدارة الأزمة؛ حيث استخدمت الحملات الإعلامية المكثفة في تفسير أسباب انتشار هذا الفيروس والبحث عن جذوره وشرح مخاطره، وصولاً إلى الحد منه والقضاء عليه، والتوجيه الصحيح للمواطنين لمعالجة هذه الأزمة (خيرة، ٢٠٢٠: ٤٠)، وفي المراحل المتقدمة أصبحت وسائل الإعلام أكثر حضوراً وحرفية؛ بسبب امتصاص الصدمة أولاً، وبسبب لجوء الجمهور إليها كمصدر موثوق للأخبار ثانياً؛ بعدما انتشرت الشائعات والمغالطات والخرافات ونظريات المؤامرة وغيرها بين الناس وعبر وسائل التواصل الاجتماعي (عبود، مرجع سابق: ٢٨٠)، وقد أدى الإعلام المصري دوراً مهماً في التوعية بمخاطر أزمة فيروس كورونا المستجد، وأصبح عبر وسائله المتعددة أداة للتفاعل بين الأزمة والكثير من أطرافها، وأيضاً أدى دوراً مهماً على أصعدة مختلفة من بينها التوعية والتحذير والتنبيه بخطورة الأمر وخطورة التساهل في التعامل معه، فضلاً عن نقل كافة التوجيهات والتعليمات الخاصة بالإجراءات الوقائية والاحترازية، إلى جانب تسليط الضوء على التطورات داخلياً وخارجياً بشأن انتشار فيروس كورونا (إبراهيم، ٢٠٢٠: ٢٥٧٨)، وقد غيرت المواقع الإخبارية من شكل وأسلوب استجابة المنظمات والأجهزة المعنية للأزمات والمخاطر والكوارث عبر مراحلها المختلفة "قبل، أثناء، بعد"، فأصبحت هناك معالجة مختلفة للمعلومات سواء كانت نصية أو سمعية أو بصرية أو استخدام الوسائط المتعددة؛ لتطوير العلاقات مع الجماهير وتوعيتهم بكيفية التأهب والاستعداد للتعامل مع المواقف الحرجة والطارئة (عبد الحافظ، ٢٠٢٠: ٢١٢٣)، كما تم تشكيل الفرق الإعلامية والمراسلين الذين تواجدوا في قلب الحدث إلى أن أصبح الإعلام في الصفوف الأولى مع الأطباء والمسعفين (السالم، ٢٠٢٠: ٢٥١)، وعمد كذلك الإعلام الحكومي على توظيف منصات الإعلام الرقمي المختلفة كالمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف المحمول في مواجهة هذه الجائحة، كما راعى تسخير المواقع الإلكترونية التابعة للوزارات المختلفة؛ بهدف نشر كافة القرارات والتعليمات والإحصائيات والتوجيهات الصادرة عن الحكومة ووزاراتها المختصة المتعلقة بمواجهة الجائحة، بالإضافة إلى نشر الإرشادات التوعوية والتحذيرية للمواطنين الخاصة باتباع إجراءات السلامة والوقاية. (جمدان، ٢٠٢١: ٢)

ولعل المنتبِع للحملات الإعلامية والتوجهات السياسية في الفترة الأخيرة يلحظ اهتماماً متزايداً بالصحة العامة داخل المجتمع المصري، والتي ظهرت جلية في عدد من الحملات الطبية والتي واكبتها حملات إعلامية مكثفة بوسائل الإعلام المختلفة؛ والتي مما لا شك فيه أحدثت نقلة نوعية في مستوى الحياة الصحية داخل المجتمع (عبد، والسيد، ٢٠٢٢: ٧٦٤)، فقد اهتمت الحملات الإعلامية والتوعوية؛ وخاصة الحكومية منها في الفترة الأخيرة في ظل جائحة كورونا بتقديم الكثير من الموضوعات على اختلاف أنماطها وأشكالها؛ حيث تسهم بقدر عال في نشر الوعي الصحي

والمساهمة في نشر السلوكيات الصحيّة السليمة، ومن هذه الحملات: " خليك في البيت، إحمي نفسك، إحمي بلدك، نحمي نفسنا- نتعلم كلنا، لأجل الإنسانية" وغيرها من الحملات التي أدت إلى تشكيل الوَعْيِ الصّحّي للجمهور المصري في أثناء الجائحة (عبد العال، ٢٠٢١: ٥٨٧)، وعلى الصعيد الداخلي فقد فعّلت الدولة المصرية دور الإعلام؛ فكان على طول خط المواجهة مع كورونا؛ فلم يترك الإعلام ووسائله المقروءة والمرئية والمسموعة والإلكترونية شاردة ولا واردة متعلقة بفيروس كورونا إلا أنتت به بحثاً وتفصيلاً؛ فوقف الإعلام المصري ناصحاً وموضحاً لسبل الوقاية والنجاة من الفيروس المستجد، كذلك فقد اعتمد على مصادره ومعلوماته بوثائق رسمية من مختلف الوزارات والجهات المختصة؛ فقدمَ الحقائق والبيانات والأرقام المتعلقة بالأزمة بشكل واضح وبسرعة مكثفة على مدار اليوم، مع التحديث لكل البيانات والمعلومات على مدار الساعة، مما أثمر عن ثقة المواطنين وحرصهم على المتابعة ورؤية المستجدات على مدار الساعة، فلم يقصّر الإعلام في دوره التوعوي وبذل المعلومات (إبراهيم، ٢٠٢٢: ١٣٠٨-١٣٠٩)، ولأن الأزمة لم تنته بعد؛ فإن وسائل الإعلام معنية بوضع خطة شمولية لتقديم الرسائل الإعلامية الدقيقة والهادفة والالتزام بناصيتي المصادقية والشمولية المتوازنة، مع أهمية رفع القيود الرسمية عن أداء عملها؛ استلاماً من الدور المجتمعي الذي يصب في خانة تعزيز الوَعْيِ بالمسؤولية وروح التكافل الاجتماعي لإعلاء المصلحة الوطنية العامة ومواجهة المرحلة المقبلة الأكثر خطورة لتداعيات الأزمة (سعد الدين، ٢٠٢٠: ١٥٩)، ولأن وسائل الإعلام تستطيع أن تنشر الطمأنينة بين الناس أثناء الأزمات عبر نشر الحقائق وتقديم المعالجات المتوازنة؛ إلا أنه من المتوقع أن تساهم في زيادة معدلات القلق والتوتر وضبابية الرؤية لدى الجمهور، الأمر الذي ينعكس سلباً على مختلف القطاعات (مصطفى، ٢٠٢٠: ٦٥٨)، فأحياناً قد يكون تأثير الإعلام في هاته الأزمة سلبياً؛ فبدل أن يوضح الحقائق وينور الرأي العام ويعمل على التوعية ويوصل الأخبار؛ قد يكون ممراً للإشاعات ومصدراً للمغالطات ونشر الأكاذيب (بلخيري ومحي الدين، ٢٠٢٠: ٢٦٧)، ومن هنا جاءت حزمة من القرارات والخطوات التنفيذية على مستوى قطاعات الدولة؛ ومنها القطاع الإعلامي، وفي سبيل ذلك تبين الخطوات المتخذة من الحكومة أنها تسير في مسارات عدة؛ هي:

- التغطية الإعلامية اليومية لمستجدات فيروس كورونا داخلياً وخارجياً.
- نشر فيديوهات توعوية وترجمتها للغة الإشارة حول مخاطر فيروس كورونا.
- نشر البيانات اليومية لوزارة الصحة فيما يتعلق بالرصد اليومي للفيروس.
- رصد الشائعات المتعلقة بالفيروس والعمل على نفيها وتوضيح الحقائق.
- الإعداد والتغطية للمبادرات المختلفة الخاصة بدعم الأطقم الطبية.
- تغطية ونشر التصريحات الخاصة بممثل منظمة الصحة العالمية بمصر، وإشادته لإدارة البلاد للأزمة.
- إعداد حملات لحث المواطنين على البقاء في المنازل والالتزام بالتعليمات الطبية.
- عرض فيديوهات توضح توافر المواد التموينية وتحت المواطنين على عدم التزاحم.

- الاستعانة بجميع المتخصصين من جميع الجوانب (الدينية، الاقتصادية، السياسية، الثقافية، الطبية) لعرض التطورات الحديثة عن المرض وطرق الوقاية. (السبيري، ٢٠٢٠: ٦٠)، (شميس والصامت، ٢٠٢٠: ٧٠٢)

وبتحليل إدارة الإعلام للأزمة؛ نجد أنه قد واجه ثلاثة تحديات متزامنة:

١. الأول: كيفية تحقيق التوازن بين توخي الموضوعية وتحقيق السبق الإعلامي؛ خاصة وأنه بالنظر للطبيعة المفاجئة للأزمة، فقد توجهت كافة الأنظار لوسائل الإعلام بكافة أنواعها؛ للتعرف على كافة المستجدات بشأنها.
٢. الثاني: حدة المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدي والإعلام الحديث؛ ليس فقط لنقل الأخبار الصحيحة من مصادرها الرسمية، بل أيضاً لدحض الشائعات.
٣. الثالث: رغم ارتباط الأزمة بالقطاع الصحي؛ فإن أجهزة الدولة كافة قد شاركت في إدراتها، الأمر الذي يتطلب من القنوات والمنصات الإعلامية البحث عن خبراء معينين بإدارة الأزمات من زوايا مختلفة. (كشك، ٢٠٢٠: ٢٥)

نظريات السلوك الإنساني وقت الأزمة "جائحة كورونا نموذجاً":

Theories of Human Behavior in the Crisis "Covid- 19"

في الدراسة الحالية تتبنى الباحثة موقفاً تكاملياً يجمع بين التفسيرات التي قدمتها النماذج المُفسرة للسلوك الصحي، وذلك لأن كل نموذج نظري معين يبرز في تفسيره عوامل محددة تختلف من العوامل التي تحددها النماذج الأخرى؛ الأمر الذي يمكن من تفسير السلوك الصحي من وجهات نظر متباينة بدرجة تُمكن من إظهار أهم العوامل التي تقبع خلفه.

نظرية السلوك المخطط: The Theory of Planned Behaviour

تُبنى نظرية السلوك المخطط على نظرية الفعل المبرر Theory of Reasoned Action ، التي تطورت من خلال "أيسك أجزن" Icek Ajzen ، وتعتبر نظرية السلوك المخطط هي نظرية سلوكية تبحث في دوافع تكوين السلوك الإنساني، وتتبنى الفكرة القائلة بأن السلوك الإنساني يمكن توقعه نظراً إلى أن أغلب السلوكيات يتم تخطيطها وفقاً لعدة سيناريوهات، وفقاً لذلك؛ وضع "Ajzen" ثلاث متغيرات أساسية للنظرية والتي تؤثر بشكل أساسي على السلوك، وهي:

- الاتجاهات Attitudes: وهي المشاعر الإيجابية أو السلبية المتولدة عن الانخراط في سلوك محدد.
- المعايير الذاتية Subjective Norms: وهي معتقدات الفرد حول ما إذا كان المحيطون به يدعمونه أو لا يدعمونه في الانخراط في السلوك الجديد، وما إذا كان لديهم دوافع لمتابعة هذه المعتقدات المهمة بالنسبة للآخرين؛ سواء كانوا أفراد الأسرة أو الأصدقاء.
- التحكم الذاتي السلوكي Perceived Behavioral Control: ويهتم بقياس مدى اعتقاد الفرد بأنه قادر على أداء سلوك معين بنجاح، وهو نتاج المزج بين خبرة الفرد الماضية عن السلوك

ومعتقداته عن قدرته على الانخراط في السلوك. (عبد، ٢٠٢٢: ٣٧٦) Mason Gross,)
(Yozi Aulia Rahman et.al, 2020: 452) (٩٠: ٢٠١٨، يانشيرجي، 2017: 6-8)

تعقيب:

بالاستناد إلى ما تقدم؛ ترى الباحثة أن الفكرة الجوهرية في منحى تغيير السلوك – وفقاً لهذه النظرية- هي أن معرفتنا بالمعتقدات التي يتمسك بها الفرد حول مزايا اتخاذ إجراءات وقائية (تغيير السلوك أو تجنبه)، وكذلك المعتقدات التي يتمسك بها حول المخاطر المرتبطة بالانخراط في سلوك محدد؛ ثمكنا بعد ذلك من تحديد المعتقدات التي يجب استهدافها أو تعديلها من أجل إحداث تغيير في السلوك المسؤولة عنه، وعليه نجد أن السلوك الصحي المناسب لقدرات الطفل "الممارس عن وعي أو دون وعي" – تطبيقاً لتلك النظرية- يكون عادة محكوماً بتعليمات الآخرين المباشرة وإشرافهم وتعزيزهم، وبمرور الوقت تصبح المعايير الخارجية التي تنبأها الأطفال من خلال التنشئة الاجتماعية؛ هي معاييرهم الذاتية، وإذا ما أعطي الأطفال أسباباً ومبررات للتعليمات التي يتلقونها؛ فإن هذه المعايير تصبح داخلية وجزءاً من بنائهم النفسي، بعدها سيتصرف الأطفال بشكل صحي وسليم؛ منسجمين مع هذه المعايير الذاتية دون مراقبة أحد، ومن الطبيعي أن هذا لن يتحقق إلا إذا كانت القدوة صالحة من الأم والأب وكل من يحيطون بالطفل؛ فسلوك الأطفال يعكس الاتجاهات والمعايير والظروف التي مرت عليهم وقدمت لهم خلال الأسرة، وهنا يأتي دور الأساليب الاتصالية والإقناعية والإعلامية التي تحيط بالمستهلكين من كل جانب؛ لخلق انطباع إيجابي وصورة متميزة لأبعاد السلوك المراد تعديله والنفوذ إلى أذهان جمهور المُتلقين "الصغار والكبار على السواء" والتأثير في أنفسهم، والعمل على نشر هذه المعارف والسلوك الصحي والترويج له في وسطهم الأسري والاجتماعي، وإقناعهم بعدم صحة ما يقومون به، أو بيان المخاطر عن ذلك السلوك السلبي؛ خصوصاً في ظل انتشار فيروس كورونا وتفاقمه.

نموذج مراحل التغيير: The Stage Of Change Model

طور كل من "بروشاسكا" Prochaska، و"ديكلمنت" Diclement النموذج عبر النظري لتغيير السلوك؛ باعتباره وسيلة لتوليف (١٨) معالجة معاً لتصف العمليات المشاركة في توليد التغيير والحفاظ عليه، ويدرك هذا النموذج أن تغيير السلوك هو عملية معقدة، وأن الأفراد يحدثون التغييرات بطريقة تدريجية، وليس بالضرورة في ترتيب محدد ومنطقي، ويقترح هذا النموذج خمس مراحل رئيسية للتغيير:

- مرحلة ما قبل التفكير في الفعل Precontemplation: ويعاني الأفراد في هذه المرحلة من نقص الوعي بمشكلة السلوك، وعدم توافر المقاصد أو الخطط لتغيير السلوك في المستقبل، مما ينتج عنه غياب الدافع الذاتي لعمل أي تغييرات، وربما يقلل ذلك من الفوائد المترتبة على أي تغييرات محتملة في السلوك.
- مرحلة التفكير في الفعل Contemplation: وتتميز بنمو وعي الأفراد بتكاليف السلوك السلبي فضلاً عن قابليتهم الذاتية للإصابة، والأشخاص في هذه المرحلة يبدؤون البحث عن معلومات

حول هذا الموضوع محل الاهتمام، وذلك على الرغم من أنهم قد يعانون من نقص الثقة في قدرتهم على إحداث تغيير، وباختصار؛ فإنهم يبدأون التفكير بجدية في تغيير سلوكهم، دون القيام بأي فعل خلال هذه المرحلة.

- مرحلة الإعداد للفعل Preparation: يبدأ الأفراد الالتزام بتغيير سلوكهم، ويضعون خطأً بشأن كيفية بداية التغيير، وتتميز هذه المرحلة بتحضير الفرد ذاته وعالمه الاجتماعي؛ ليلائم نيته في تغيير السلوك المقصود.
 - مرحلة الفعل Action: وتبدأ هذه المرحلة بالانخراط الفعلي في سلوك جديد؛ فتغيير السلوك الآن هو السمة العامة للأداء، وعلى الرغم من الاستهداف للانتكاسة في هذه المرحلة يكون مرتفعاً، فإنه عادة ما يتلقى الأفراد الكثير من الدعم من قبل عائلاتهم وأصدقائهم؛ لأنهم التزموا بتغيير سلوكهم.
 - مرحلة الحفاظ على الفعل Maintenance: عندما يصل الأفراد إلى مرحلة الحفاظ على تغيير السلوك بمرور الوقت؛ يتلقى الأفراد مساندة اجتماعية أقل؛ لأنهم انخرطوا بالفعل في العمل، ولكن لا يزال من الضروري تقديم الدعم للحفاظ على السلوك الجديد.
- (قارة وسمير، ٢٠٢١: ٤٢)، (Harry R. ، Heidi D. Nelson et.al, 2020:223- 224) (Leen, 2019: 132)

تعقيب:

استناداً على ما سبق طرحه - بموجب هذه النظرية- يمكننا القول بأنه كلما كان الفرد مُدركاً لخطورة الإصابة بفيروس كورونا؛ كلما اتبع الأساليب والسلوكيات الوقائية للحماية من هذا الفيروس، بالإضافة إلى أنه كلما أدرك الفرد مخاطر كورونا والفوائد المرجوة عند اتباع الأساليب الوقائية للحماية من مخاطر الوباء؛ سعى إلى تبني السلوكيات الصحية الوقائية؛ والتي غالباً ما تكون رهناً لمقدار الوعي عند من يريد أن يصل إلى الحد الأقصى من الاستفادة، حيث تتناسب العلاقة طبيعياً بين دوافع الأفراد ومعرفتهم وكفاءتهم للوصول إلى المعلومات الصحية وفهمها وتقييمها لإحداث التغيير المطلوب في السلوك الصحي وإحداث التغيير المنشود في العادات الصحية، ومن هنا تتجسد طبيعة الدور "النتويري المأمول" للإعلام؛ القادر على ضخ هذا الوعي في ثقافة الفرد، وكذا في تعزيز الوعي المجتمعي من خلال تدوير المعلومات؛ مما يسمح بمزيد من النقاش وتبادل الآراء ومنه إلى صناعة التغيير من خلال تغيير القيم والسلوكيات بإثارة الاهتمام وتركيز الانتباه على عادات وممارسات جديدة تساعد على إدراك الأفراد بالحاجة إلى تغيير بعض عاداتهم وأنماط سلوكهم وحشدهم نحو هدف يُراد تحقيقه.

نموذج المعتقد الصحيّ: The Health Belief Model

من أكثر الاتجاهات النظرية تأثيراً في فهم السبب الذي يدفع الأشخاص لممارسة السلوك الصحيّ، ووفق هذا النموذج فإن المعرفة فيما إذا كان الفرد سيقوم بممارسة السلوك الصحيّ يمكن أن تتحقق من خلال معرفة عاملين هما: (أ) الدرجة التي يدرك فيها الفرد بأنه مُعرّض على المستوى

الشخصي لتهديد صحيّ، ب) إدراك الفرد بأن ممارسات صحيّة معينة ستكون فعالة في التقليل من هذا التهديد؛ وهنا يأتي دور الوَعْي الذاتي وتحمل المسؤولية بالمشكلة، حيث له الأثر المثمر في فهم واحتواء المشكلة بشكل إيجابي والمبادرة في التعاون لبناء المجتمع في ظل تداعيات جائحة فيروس كورونا، وطرحت هذه النظرية متغيرات مهمة قامت على أساسها كيفية اتخاذ القرار من ناحية السلوك الصحيّ، وهذه المتغيرات هي:

- إمكانية الإصابة: وهو حكم المرء على مخاطر إصابته بالمرض، فقد يسأل نفسه السؤال التالي: ما هي فرص إصابتي بالمرض؟
- إدراك شدة الحالة "العوق، الألم والموت" وتأثيرهما النوعي على أسلوب الحياة والقدرة على العمل.
- التهديد المُدرَك Perceived Threat: وهو مكون معرفي يتأثر بالمعلومات التي يتلقاها الفرد والتي تولد ضغطاً نفسياً يدفع إلى السلوك الصحيّ.
- المنافع المُدرَكة Perceived Benefits: وهذه المنافع تعني فاعلية السلوك في خفض المخاطر الصحيّة، وأيضاً تأثير المعتقدات الثقافية والاجتماعية للفرد من خلال اعتقاده بوجود أي شيء يمكن بواسطته تجنب هذا الوضع المرضي له ودرجة فاعلية ذلك الشيء.
- المعوقات المُدرَكة Perceived Barriers to Action: ويدور في نتائج هذه المنافع مع تكاليف الفعل المدرك، وهل هناك حواجز أمام الفعل، أو هل ينطوي على تكاليف مالية، الآلام، كذلك الصعوبات التي يواجهها في أداء هذا الفعل.
- الكفاءة الذاتية المُدرَكة Perceived self-efficacy: وتتعلق بمدى اعتقاد الفرد بأنه قادر على الأداء بطريقة محددة؛ لتحقيق أهداف محددة، وقد تبين أن الكفاءة الذاتية ترتبط بالسلوكيات الوقائية، كما ترتبط ارتباطاً مباشراً بالسلوك الصحيّ والانخراط في السلوكيات الصحيّة المسؤولة، وتعزيز السلوكيات والنوايا المتعلقة بالصحة؛ حيث تُمكن الأفراد من البحث عن طرق فعالة للتكيف مع الصعوبات والتهديدات الصحيّة، وبالتالي فهي يمكن أن تؤثر بطريقة فاعلة في مواجهة المشكلات الصحيّة المجتمعية. (عبد، ٢٠٢١: ٦٤)، (عدودة، ٢٠٢٢: ٩٩ - ١٠٢)، (كامل، ٢٠٢٣: ٩٨٢)

ونظراً لأهمية رفع مستوى الوَعْي الصحيّ الوقائي؛ فإنه قد يكون من الضروري تخطي بعض الصعوبات التي قد تحول دون ذلك، ومنها ما يرتبط بمعتقدات الفرد حول بعض القضايا الصحيّة التي قد تكون في الغالب سلبية؛ لأنها تفرض عليه أنماط حياتية غير صحيّة، ولأن المعتقد ليس دائماً ما يعبر عن المعرفة؛ فقد يوجد في غيابها، فقد يعتقد الفرد في شيء لم تتوافر لديه بعض المعرفة الكافية عنه، حيث قد يتكون حينئذ المعتقد الخاطئ حول هذا الشيء؛ إذن فلا بد من تلقي المعرفة الصحيّة التي قد تسهم في إزالة تلك المعتقدات الخاطئ. (سليمان وعطية، ٢٠١٩: ٤)

تعقيب:

على ضوء ما تطرحه تلك النظرية؛ فإنه يعتمد قيام الفرد بممارسة سلوك صحيّ معين على عدد من المعتقدات والاتجاهات؛ وهو يعتمد كذلك على مقدار التهديد الصحيّ الذي يشعر به، وعلى درجة اعتقاده بأن لديه قابلية تزيد من تعرضه لذلك التهديد، وبأنه قادر على أداء الاستجابات الضرورية لتخفيف التهديد، وعلى مقدار الدرجة التي يكون فيها السلوك الصحيّ المطلوب الوصول إليه فعلاً ومرغوباً ويمكن تطبيقه، وبالرغم من أهمية توفير معلومات علمية دقيقة وشاملة عن الأزمت الصحية؛ إلا أن هذا لا يضمن بالضرورة إدراك مخاطرها بدقة من جانب الجمهور؛ فجودة المعلومات ليست هي المحدد الوحيد لفهم الجمهور الجيد بشأن القضايا الصحيّة والحساسية مثل Covid-19، لكنها على الأقل تعمل على محو الأمية العلمية للجمهور بشأنها، ولذلك فإنه من المرجح أن يكون للثقة في وسائل الإعلام تأثير حيوي على تصورات مخاطر مستهلكي الأخبار وقلقهم بشأن إدراك المخاطر المترتبة على فيروس كورونا المستجد (Cov-19) باعتباره حدثاً مهماً ومؤثراً على كافة نواحي الحياة، ومن ثم فإنه يُنتظر أن تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في إعلام الجمهور بالمخاطر المجتمعية والتهديدات المحدقة به، وتهيئته لقبول المخاطر تجاه القضية المطروحة، واستثارة الأحاسيس المرتبطة بالهلع جراء السلوكيات المتهورة أو المحفوفة بالمخاطر، وتوجيهه نحو السلوكيات الصحيّة.

نظريات الاتصال والتواصل مع الأزمة "جائحة كورونا نموذجاً"

على خلفية النظريات العامة أو النفسية السابقة؛ يجدر التنويه إلى أن الدراسة الحالية تنطلق في جانبها الإعلامي من قاعدة نظرية تتجسد من خلال العديد من النظريات التالية:
مدخل السعي للتماس المعلومات وعلاقته بالوعي الذاتي من خلال وسائل الإعلام:

Information Seeking Theory:

يُمثل التماس المعلومات إحدى الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام على المستوى الفردي؛ حيث يسعى الأفراد للتماس المعلومات من وسائل الإعلام والتي تؤدي إلى الفهم وتوجيه السلوك، ويُعرف التماس المعلومات بأنه عملية ذهنية إدراكية تتفاعل فيها المعرفة المُسبقة بمصادر المعلومات الحالية؛ أي أن التماس المعلومات ليس مجرد عملية سلوكية تتمثل في السلوك الظاهر للبحث عن المعلومات (عبدالرسول، ٢٠٢٣: ٥٣)، وتتطلب عملية التماس المعلومات اتخاذ قرارات تتعلق باستراتيجيات الحصول على المعلومات والمصادر التي سيلجأ إليها الفرد؛ مُعتمداً في ذلك على خبرته للتنبؤ بالنتائج المُحتملة وتقييم الفوائد النسبية لكل بديل مُتاح للحصول على المعلومات (طه، ٢٠٢١: ١٦٠)، ويفترض نموذج التماس المعلومات وجود حوافز ومنبهات ومواقف تدفع الإنسان للسعي لطلب المعلومات من مصادر مختلفة لمواجهة مشكلة ما، أو بمقارنتها بما لديه من معارف وخبرات سابقة؛ بهدف اكتساب القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة، وترتبط دراسة التماس المعلومات واستخدامها على نطاق واسع بنظرية صناعة المعنى Making Sense Theory التي بلورها ديرفن "Dervin"؛ حيث يشير لصناعة المعنى باعتباره سلوكاً اتصالياً على المستوى المعرفي والسلوكي للفرد في بناء خبراته عن الأحداث عبر الزمان والمكان (Patricia

Arriage et.al, 2021: 79)، وغالباً ما يرتبط التماس المعرفة عن المعلومات الصحيّة بظواهر صحيّة محددة؛ حيث تزداد رغبة الفرد في استعادة السيطرة على إحساسه بالعجز الذي قد يواجهه في حالة عدم اليقين من سلامة الوضع الصحيّ، بالتالي فالحاجة ملحة للتواصل الهائل والوفري لتلبية الاحتياجات المعرفية لدى الجمهور، وتبادل المعلومات؛ لفهم وتفسير الأزمات على نحو ما (عقل، ٢٠٢٠: ٢٠٥٦)، ويتميز تعرّض جمهور الإعلام الصحيّ للرسائل الإعلامية الصحيّة - وفقاً لهذه النظرية- بأنه تعرّض غائي وقصدي وعمدي، وليس تعرّضاً عفويّاً وعرضياً، وهذا يعود إلى حقيقة أن الجمهور هو الذي يبحث عن الرسالة ويسعى للوصول إليها؛ ليحقق هدفاً ما، أو ليشبع حاجة إعلامية ما (فكري، ٢٠٢٢: ٥٢)، ومن هنا يبرز الوعيّ الوقائي؛ باعتباره الممارسة الوقائية والصحيّة عن قصد؛ نتيجة الفهم والاقتناع، فهو سمة ذاتية مرتبطة إلى حد كبير بشخصية الفرد وإدراكه وبما اكتسبه من معارف ومعلومات ومهارات وما اكتسبه من تجارب وخبرات متصلة بالحياة ومحيطها العام، وما ناله من دراية بالمخاطر التي قد يتعرض لها في حياته، ومن ثم إرساء حصانة وقائية ضد هذه المخاطر التي تهدم صحته النفسية والجسدية على حد سواء. (الفوزان، ٢٠٢٠: ٤٩٥)

فرضيات نظرية التماس المعلومات: تركز نظرية التماس المعلومات على أحد عناصر العملية الاتصالية وهو المتلقي، وتدرس نشاطه في البحث عن المعلومات، وأسباب هذا النشاط، ونتائجه، والعوامل المؤثرة فيه، ولهذه النظرية فرضيات تتمثل في الآتي:

- لا بد من إدراك الأفراد للمعلومات المقدمة لهم، بالإضافة إلى التأكيد على ضرورة وجود مصادر لهذه المعلومات؛ وهو ما يساهم في استعمال تلك المصادر التي تم الحصول عليها كوسيلة للتماس المعلومات.
- لا بد من التركيز على أن مُلتَمِس المعلومات يتم تصنيفه ضمن الجمهور النشط، بحيث يكون قادر على خلق بيئة من المعلومات بشكل فعال.
- يكون نشاط الأفراد مختلف من شخص لأخر، بحيث يرجع السبب وراء ذلك إلى الاختلاف الخصائص الديموغرافية بينهم في عملية التماس المعلومات، والعوامل النفسية مثل مدى صبر المستفيد من أجل حصوله على المعلومات وتحمله للوقت الذي تستغرقه عملية البحث عن المعلومات واستخدامها، هذا بالإضافة إلى عوامل أخرى كعامل اللغة والثقافة والتكنولوجيا، ودوافع البحث عن المعلومات، والبيئة التي يعمل بها الإنسان، والمهارات المعلوماتية المتوافرة لديه، ومصادر المعلومات المفضلة. (علي، ٢٠٢١: ١٠٩)، (رمضان وآخران، ٢٠٢٣: ٤٨٨)
- **مؤشرات سلوك التماس معلومات المخاطر في ظل جائحة (Cov-19):**
- غموض القضية/ تضارب أو مدى كفاية المعلومات بشأنها: باعتباره محفزاً لسلوك إدارة المعلومات Theory of Motivated Information Management، فالغموض والتناقض يؤديان لإثارة القلق، وبالتالي لتنشيط سلوك البحث عن المعلومات.

- التهديد المُدرِك، ويشمل قابلية التأثر/ شدة الخطر: Rick Perception Attitude حيث يفترض أن الأفراد الذين لديهم تصور قوي لوجود تهديد صحيّ ما، وتصور قوي أيضاً لفاعلية التماسهم للمعلومات (المتجاوبون)؛ سيستخدمون تلك المعلومات الصحيّة إلى أقصى حد، في حين أن أولئك الذين لديهم تصورات ضعيفة للتهديد والفاعلية (غير المُبالين) سيستخدمون المعلومات الصحيّة في أضيق الحدود، أمّا المجموعتان الأخريان اللتان لديهما تهديد كبير وتصورات منخفضة الفاعلية (المتجنبون)، أو تهديد منخفض وتصورات قوية للفاعلية (الاستباقيون) فتقعان في نطاق متوسط من تلك التأثيرات على سلوكهم في التماس المعلومات.
- الخوف/ القلق: توقع الباحثون أن القلق يحفز التماس المعلومات بشكل أكبر من الخوف، لأن القلق ينبع في المقام الأول من عدم اليقين المرتبط بالتهديد (أي القابلية للتأثر)، في حين أن الخوف مدفوع في المقام الأول بإدراك الشدة، والقلق يؤدي إلى مستويات أكبر بكثير من الخوف من حيث تحفيز التماس المعلومات. (Stephen W. Littlejohn et.al, 2021: 368)
- ويمكن فيما يلي تحديد عدداً من الخصائص التي تميز الاتصال الصحيّ وقت الخطر جائحة (Cov-19)، في ضوء فرضيات نظرية التماس المعلومات:
- يُمثل الاتصال الصحيّ في أوقات الخطر أهمية كبيرة؛ وهي أوقات تنتج عن انتشار أمراض معينة تؤدي بحياة الناس، أو تنتج عن تداعيات صحيّة لكوارث طبيعية أو عمليات إرهابية؛ ففي هذه الأوقات ينتشر عدم اليقين والغموض ويصعب التنبؤ بالقادم، ويحتاج المجتمع إلى المعلومات الصحيّة التي تقدم لهم ما يحافظ على صحتهم وحياتهم التي تتعرض للخطر.
- تهتم الرسالة في مجال الاتصال الصحيّ بنقل الحقائق إلى الجمهور وتعريفه بالأعمال والسلوكيات المطلوب منه اتباعها أو اجتنابها، ويحرص القائم بالاتصال في رسالته على مراعاة مشاعر الجمهور وحالته النفسية التي قد تتوتر خاصة في أوقات الخطر والطوارئ الصحيّة، والإجابة عن تساؤلاته المتعددة والتي تتزايد مع تزايد الغموض المحيط بالموقف.
- يعمل الاتصال الصحيّ على التأثير في إداك الجمهور للقضايا والمخاطر الصحيّة وإجراءات الجهات الصحيّة بشأنها، وإقناعه بالاستجابة وتنفيذ سلوكيات محددة، ويركز هنا على أمرين أساسيين؛ الأول يرتبط بتوضيح الخطر الصحيّ كطبيعة المرض وأعراضه ثم كيفية الوقاية أو العلاج منه، وثانياً التركيز على التأثيرات الاقتصادية والمجتمعية للمرض على الأفراد وعلى حياتهم اليومية.
- يتم توظيف المنصات الرقمية الحديثة بصورة فعالة في مجال الاتصال الصحيّ؛ خصوصاً في ظلّ التطورات التكنولوجية المتسارعة التي أفرزتها الثورة الصناعية الرابعة التي أتاحت لها الوصول إلى شرائح المجتمع كافة من خلال أدوات جديدة أسرع انتشاراً وأقلّ كلفة، وقدرة على إتاحة الفرصة لرصد التفاعل المرتبط بالقضايا الصحيّة والمشاكل والإجراءات المرتبطة بها.

- الوَعْي الفردي يُمثل لبنة في هرم الوَعْي المجتمعي الجامع؛ فالفرد قادر على المساهمة بجهوده الفردية في إنجاح جهود التصدي من خلال عدة أدوار مثل الالتزام الدقيق والصارم بالتعليمات الصحيّة التي تصدرها الجهات المُختصة؛ من خلال تفعيل هذه التعليمات على مستوى المنزل وأماكن العمل؛ وهنا يظهر الدور المحوري الذي تلعبه حملات الاتصال العمومي في التحكم في هذه الظاهرة المُستجدة والتعرف عليها وعلى مدى خطورتها وطريقة القضاء عليها أو التقليل من أضرارها. (رضوان، ٢٠٢٠: ٥-٦)، (جحنيط ومروشي، ٢٠٢٢: ٢٠٤)
- بناء على ما تقدم؛ يمكن تناول تأثير وسائل الإعلام على المعرفة والاتجاهات والسلوك على النحو التالي:**

١. تغيير المواقف والاتجاهات: حيث يُقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية ما، أو لشخص ما، أو لقيمة، أو لسلوك، وشعور الإنسان تجاه هذا الشيء إما سلباً أو إيجاباً، رفضاً أو قبولاً، حباً أو كراهية، عداءً أو مودة، وذلك بناء على المعلومات التي تتوافر للإنسان، ووسائل الإعلام عادة هي التي تزودنا بالمعلومات أو بالجزء الأعظم منها، وبالتالي فإن وسائل الإعلام تؤثر على فهمنا ومواقفنا وحكمنا على الأشياء.
٢. التغيير المعرفي؛ وهي درجة متقدمة من تأثير وسائل الإعلام، وذلك على النحو التالي:
 - المعرفة هي مجموع كل المعلومات التي لدى الفرد، وتشمل الاعتقادات والمواقف والآراء والسلوك.
 - المعرفة أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه الذي يُعد جزءاً من جزيئات المعرفة.
 - التغيير المعرفي أعمق أثراً في حياة الإنسان؛ بخلاف تغيير الموقف أو الاتجاه الذي يكون طارئاً أحياناً ويزول بزوال المؤثر، أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور ويمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمناً طويلاً.
 - تؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للأفراد من خلال عملية التعرض طويلة المدى لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات، فتقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقضية أو لمجموعة قضايا لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية جديدة بدلاً منها.
٣. تغيير السلوك: لا يمكن التحكم في السلوك البشري من خلال عامل واحد فقط؛ وإنما يحدث نتيجة عوامل متعددة، فقد يكون تغيير السلوك البشري نتيجة تغيير في المواقف والاتجاه، أو نتيجة تغيير معرفي عميق، أو نتيجة تنشئة اجتماعية طويلة الأمد، ومهما كانت أسباب تغيير السلوك فإن لوسائل الإعلام دور ما؛ قد يزيد أو ينقص في إحداث التغيير والتأثير بشكل عام؛ وذلك حسب متغيرات البيئة والمحتوى والوسيلة والجمهور والتفاعل. (الطعاني، ٢٠٢٠: ٣٦-٣٧)، (غازي، ٢٠٢٣: ٣-٣١)

ب. نظرية التأطير الإعلامي: Frame Analysis Theory

تقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة؛ بمختلف فئاته وخصائصه الديموغرافية، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا (إدريس، ٢٠٢٠: ١٠٠)، وقد تم استخدام مفهوم التأطير في الدراسات المعاصرة على مستويين؛ المستوى الأول يعتبر أن التأطير يقدم وصفاً للعملية التي يدرك من خلالها الفرد المعلومات المقدمة وينظمها وفقاً لإطاره المرجعي ورؤاه للعالم المحيط، ويسمى هذا تأطير الفرد؛ وتُعرف أطر الفرد بمجموعة الأفكار المُخزنة في بنائه المعرفي والتي توجه الفرد في التعامل مع المعلومات، ويمكن تنشيط مجموعة المعارف والأفكار تلك من خلال ما يُقدم من مضامين ووسائل الإعلام، أما المستوى الثاني فيُعزى إلى استخدام التأطير لوصف الفكرة المحورية في القصة الإخبارية؛ ويسمى هذا المستوى إطار وسائل الإعلام، ويعود إلى الطريقة التي تقوم من خلالها هذه الوسائل بالتركيز على جوانب معينة من القضية المُقدمة وإغفال جوانب أخرى، ويؤثر ذلك على رؤية الأفراد وتقييمهم للقضية المُقدمة وكذلك إمكانية تذكرها مرة أخرى (إبراهيم، ٢٠١٨: ٣١٩)، وتتمثل أهمية التأطير الإعلامي في أنه يقود الجمهور إلى تفسير القضايا بطرق معينة ومؤثرة؛ يمكن لوسائل الإعلام من خلالها تشكيل الرأي العام أو تغيير اتجاهات الجمهور ومواقفهم من قضية ما (العنبي وبخاش، ٢٠٢١: ١٠٠)، وتعمل الأطر على تشكيل وتعديل تفسيرات الجمهور وتفضيلاتهم لمعنى الأحداث عن طريق عناصر الإبراز، أو الاستبعاد، أو الانتقاء، أو الإضافة، أو الحذف لبعض العناصر (السعدي، ٢٠٢٣: ٣٢٩)، ويمكن تقسيم وظائف الإطار الإعلامي إلى ما يلي: (تعريف أو تحديد المشكلة بدقة، تحديد العوامل السببية المتعلقة بالقضية المطروحة، تحديد القوى الفاعلة التي سببت المشكلة، عمل تقييمات أو معايير أخلاقية للقضية، اقتراح حلول للمشكلة أو القضية) (عبد الكريم، ٢٠٢١: ٨٠٧)، وقد صنف كل من سوميكو، فالكنبورغ "Valkenburg، Sumiko" عدداً من الأطر البارزة التي تستخدم بشكل مستمر من قبل العديد من الدراسات الخاصة بالأطر الإعلامية؛ وهي:

- إطار الصراع "Conflict Frame": وينتشر استخدام هذا الإطار في التغطيات الإخبارية، ويعكس عنصر الصراع بين طرفين متضادين؛ سواء كان بين أفراد أم جماعات أو غيرها.
- إطار الاهتمامات الإنسانية "Human Interests Frame": ويختص بالأبعاد الإنسانية للقضية المطروحة؛ حيث يعكس البعد العاطفي والجاني الشخصي لموضوع التغطية.
- إطار النتائج الاقتصادية "Economic Consequencse Frame": ويركز هذا الإطار على الجانب الاقتصادي وتأثيراته المختلفة سواء المتعلقة بالفرد أو المجتمع ككل.
- إطار المسؤولية "Responsibility Frame": ويربط هذا الإطار بين الأفراد أو الجماعات أو الحكومات وبين المسؤولية عن حل القضية المطروحة والحل المتوقع لها. (عبد العظيم، ٢٠١٩: ٨٥)، (محمد، ٢٠٢٠: ٢١٦٥)

وهناك جملة من العوامل المؤثرة في تأطير وسائل الإعلام للأحداث وإبرازها للجمهور؛ تتمثل بالعناصر أو المحددات التالية:

- طبيعة القضية أو الأزمّة؛ معرفة إن كانت القضية تهم أغلبية الناس أم أقلية محددة، كذلك تحديد نوع القضية إن كانت قديمة أو حديثة الظهور.
- طبيعة الأحداث الأخرى المحيطة بالقضية البارزة؛ فإذا كانت الأحداث المحيطة أقل أهمية فإن ذلك يزيد من تأثير القضية البارزة.
- حجم ونمط ومستويات وطبيعة التغطية الإخبارية للقضية أو الأزمّة.
- الأهمية المُدرّكة للقضية أو الأزمّة التي تتناولها المنصات الإعلامية.
- مقدار الجدل العام الحاصل بشأن القضية أو الأزمّة المُثارَة بين الأوساط الجماهيرية أو الرأي العام. (تامي، ٢٠٢٢: ٨٩٧)

ووفقاً لما تم ذكره سابقاً؛ من المؤكد أن تصبح أزمّة فيروس كورونا المادة الرئيسية لعناوين الصحف ووسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية منها، وأن تحتل أخبارها موقع الصدارة؛ باعتبارها حدثاً عالمياً واسع الانتشار ومرتفعة الأخطار والآثار وسريع التوسع على نحو لم تعهده البشرية على الأقل في العقود القليلة الأخيرة؛ ما دفع منظمة الصحّة العالمية لإعلانه وبّاء عالمياً، في حين وجدت وسائل الإعلام نفسها أمام هذا الوبّاء في امتحان صعب واختبار حقيقي لقدراتها في إثبات وجودها وتحقيق ذاتها وكسب أكبر عدد ممكن من جمهور المتلقين والمتابعين والمتعرضين لمضامينها (غنو، ٢٠٢٢: ٤١٥)، مع الأخذ بعين الاعتبار خلال تناول التغطية الإعلامية لأزمّة كورونا؛ سعي وسائل الإعلام الدائم لجذب الجمهور وزيادة أعدادهم من خلال جعل الجائحة في صدارة الأجندة الإعلامية؛ من خلال تعديل البرمجة لزيادة حجم التغطية وإنتاج برامج جديدة أو تخصيص حلقات من برامج قائمة تضم مستجدات الجائحة، إضافة إلى تبسيط المعلومات العلمية وتسطيحها في بعض الأحيان؛ من أجل التمكن من الوصول إلى أوسع قاعدة جماهيرية، وهذا التناول ينعكس بشكل مباشر بالضرورة على تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي، وبالتالي على طبيعة تشكيل معارف الجمهور ومفاهيمه وصوره الذهنية (الناصر، ٢٠٢٢: ٣٠٠)، وفي ظل الوضع المتزايد لحالات الإصابة بوبّاء كورونا أضحت المُخاطَب الإعلامي في أمس الحاجة إلى البحث عن آليات ووسائل لبناء خطابات إعلامية مؤثرة، ومن ذلك البحث عن لغة جديدة؛ أي ابتكار ألفاظ ونعوت وصفات تحيي في المُخاطَب روح التضامن والوفاء وتثير فيه عاطفة الإحساس بالانتماء والولاء للوطن، ويعمل المُخاطَب إلى جانب ذلك على إظهار مضمون الخطاب مظهراً مخصوصاً للتوكيد على وجود الوبّاء، وتضخيم صورته (بالتعريف والوصف)، ويُضاف إلى عنصر اللغة حُسن المظهر والصورة والأداء والشهرة، وكل ما من شأنه أن يُقرب المتلقي من الحدث، وليس يخفى على أحد ما لهذه العناصر من تأثير على مستوى تلقي المعلومة، كما لا يخفى أن القدرة على التلاعب بالإدراك أو الوَعْي يمكن أن يؤدي دوراً مهماً في إقناع المتلقي. (المساوي، ٢٠٢١: ٦٤)

تعقيب:

تُعد نظرية التأطير الإعلامي من أفضل النظريات التي تُؤسّس لفهم ظروف وأدوات تأثير ترتيب وتناول الأطر التي تطرحها مضامين ورسائل وسائل الإعلام على تشكيل أولويات ومعارف الجمهور واتجاهاته بشأن جائحة فيروس كورونا المستجد، وتقف على المحددات التي أطرت هذه الاستجابة؛ حيث تسمح بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضية البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضية، وقد استفادت الباحثة من النظرية المذكورة باعتبار أنها تمثّل مرتكزاً أساسياً في النظر إلى الموضوع وبلورة المشكلة البحثية وإثراء الجانب المعرفي العلمي؛ فقد أتاحت أدبيات التأطير الفرصة للباحثة لكي تحدد مدى ملاحظة وفهم الأفراد للمشكلة في أوقات الأزمات، وكيفية تقييمهم لها وتصرفهم إزاءها، وذلك انطلاقاً من الفرضيات التي تعتمد عليها النظرية؛ فهي تقدم جانباً مهماً يدعم لفت النظر إلى أهمية تأطير الأحداث والأخبار المتواترة والمسترسلة ذات الصلة بالجائحة إعلامياً؛ وهو ما قد يؤثر بشكل منظم في كيفية فهم الجمهور لذلك الحدث وحكمه عليه؛ بما يتواءم والأطر تلك.

وغاية القول؛ فإن الباحثة عبر دراستها هذه حاولت أن تتخذ من الافتراضات والمبادئ الأساسية التي تستند إليها الاتجاهات النظرية السابقة مدخلاً فكرياً تركز عليه في إثراء الدراسة بمنهجيات وآليات تفسير وتأويل مكونين أساسيين لما وراء المعرفة، وهما الوَعْيُ Awareness والسلوك Action؛ وما يستتبع ذلك من محاولة فهم مراحل تشكل وعي الطفل المعرفي بسلوكه الحياتي المعزز للصحة، والتي يشمل الوَعْيُ بالهدف منه، والوَعْيُ بما يعرفه عنه، والوَعْيُ بما هو في حاجة إلى معرفته، والوَعْيُ بالاستراتيجيات التي تُيسر التعلم، وقدرته على ممارسة أشكال المراجعة والضبط الذاتي لسلوكه في مواجهة الأزمات الوبائية، وهذا لكي تستحضر الدور الذي يلعبه الإعلام كقوة ناعمة في إحداث التغييرات المطلوبة في مجال رفع الوَعْيُ والإدراك لدى الأطفال، ورصد جملة التمثيلات (المعتقدات والاتجاهات، والآراء، والإيديولوجيات) التي تكوّنت في نطاق الأسرة، وما تُسج من أفكار، وما يُروج من معتقدات، وما بُني من اتجاهات، وما تعدد من تفسيرات حول جائحة فيروس كوفيد (Cov-19).

ووفقاً لما تقترحه المداخل النظرية والتطبيقية السابقة؛ ترى الباحثة أن فرص تجنب الإصابة بفيروس كورونا مشروط بما يتبناه الفرد من معتقدات صحيّة، وكلما كانت هذه المعتقدات إيجابية وبناءة فإنها ستساعد على تجنب الإصابة بالمرض. ولكن هل من السهل تغيير المعتقدات غير الصحيّة، وفي هذا الصدد تشير الباحثة إلى أن محاولة الأفراد تغيير معتقداتهم غير الصحيّة أمر شاق وقاسي، لأن السلوكيات التي تُعوّد الأفراد على ممارستها يومياً تصبح أنماط وممارسات تلقائية؛ يقومون بها بصورة غير واعية وروتينية، مما يجعل عملية استبدالها أو كسرها صعباً، وحتى لو بدأت عملية تغييرها سيجدون أنفسهم في بعض الأحيان يمارسونها من دون الشعور بذلك. فضلاً عن ذلك أن عملية تغيير المعتقدات غير الصحيّة وتبني الإجراءات الوقائية مثل الفحص، وزيادة الطلب

على الخدمات الصحيّة، والمحافظة على النظافة والامتنان للتعليمات الوقائية وغيرها؛ ترتبط بمجموعة من المتغيرات مثل مدى إدراك الأفراد للقضايا والطوارئ الصحيّة، وإدراكهم للأخطار الناتجة عن هذه الطوارئ، وتصوراتهم للتداعيات والآثار المحتملة، والنتائج السلبية لعدم الالتزام الصحيّ، والنتائج الإيجابية لاتباع التعليمات وأداء الأعمال المطلوبة، وقدرتهم على التغلب على العوائق والمشكلات والثقة في النجاح وتخطي الخطر، لذلك؛ تؤكد الباحثة على مجموعة من الوسائل التي يمكن أن تحفز جميع الأفراد على تغيير معتقداتهم غير الصحيّة؛ أهمها الاتصال الصحيّ، الذي يُعد أحد الأدوات التي يتم استخدامها لترسيخ ذلك الوَعْي وتلك المعرفة؛ فهو اتصال يعتمد على تكوين القناعات الفكرية والمواقف السلوكية، وكذا ازدياد الوَعْي وتنميته لدى الأفراد أثناء ممارسة حياتهم اليومية خلال الأوبئة، وتعديل وتغيير سلوكيات المجتمعات والارتقاء بما يتناسب مع رفع المستوى الجماهيري فكرياً وممارسةً.

الإعلام ودوره في تشكيل الوَعْي الصحيّ لدى الأطفال إبان جائحة كورونا " Covid-19":

يتوسط الوَعْي الإنسان والمواقف التي يتعامل معها؛ فمن خلال الوَعْي يجسد العقل صوراً معرفية تُشخص مواقف التعامل، وبناء على هذا التشخيص يتحدد مدى توافق الشخص وإنتاجيته في تلك المواقف، بهذا؛ فإن تطوير حياة الإنسان مرهونة بدرجة وعيه، إذ يُشكل الوَعْي جوهر الشخصية ويكون توجهاتها ويعدل ويحدد سلوكياتها في الحياة (فضل، ٢٠٢١: ١١٢)، ومن أشكال الوَعْي العام أو الوَعْي الاجتماعي؛ الوَعْي الصحيّ وهو الوَعْي المرتبط بإدراك الفرد لذاته وبيئته الاجتماعية وغذائه وبيئته المحيطة به (أحمد، ٢٠٢٣: ٩٥)، ويُعد الإسهام في زرع الوَعْي الصحيّ لدى الأفراد بالمجتمعات من الموضوعات المهمة؛ فالصحة أحد أهم أولويات الناس لاسيما مع ارتفاع مستوى الوَعْي الصحيّ لدى الأفراد؛ حيث يُشكل الوَعْي الصحيّ لديهم حجر الأساس في أنماط سلوكياتهم اليومية التي لها أثر كبير في حالتهم الصحيّة بشكل عام (رشوان وعبد العليم، مرجع سابق: ٢٦٦)، والوَعْي الصحيّ هو مجموع الأنشطة الاتصالية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحيّ؛ من خلال اطلاع الجمهور على واقع الصحة وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض المحدقة بالإنسان ومحاربة الآفات والتقاليد الصحيّة العقيمة التي نشأت بعض المجتمعات عليها؛ من أجل تربية وبناء أجيال مُحصنة تحترم القيم الصحيّة والوقائية المنبثقة من العقائد السليمة للمجتمع (فياض، ٢٠١٩: ٢٥)، وحيث أن أبسط حقوق الطفل العربي عامة والمصري بشكل خاص التمتع بمستوى صحيّ مناسب يمكنه من القيام بدوره في البناء والتنمية والإنتاج وزيادة الدخل القومي لمجتمعه؛ فقد نادت منظمة الصحة العالمية (WHO) بضرورة الاهتمام بنشر الوَعْي الصحيّ بين الأطفال في مراحل التعليم المختلفة (العبد، ٢٠٢٠: ٢٤٧)، كما أوصت المجالس القومية المتخصصة (المجالس الطبية المتخصصة، المجلس القومي للتعليم والبحث العلمي، المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والعلوم، المجلس القومي للخدمات والتنمية الاجتماعية) بضرورة الاهتمام بنشر الوَعْي الصحيّ بين الأطفال ونبذ العادات الصحيّة السيئة؛ بحيث يساعد الأطفال على تحويل المعلومات إلى ممارسات

فعلية؛ فمن أهم شروط النمو السوي للطفل سلامته الصحيّة (علي، ٢٠٢٠: ٤٤)، ونظراً لتلك الأهمية فقد أصبح تنمية الوَعْيِ الصحيّ ضرورة اجتماعية مُلحة في ظل الظروف الراهنة؛ لمساعدة الأطفال على تحسين سلوكياتهم بما يحفظ صحتهم ويقيهم من انتشار الأمراض وتغيير السلوكيات والعادات غير الصحيّة، ويتكون هذا الوَعْيِ من مُجمل المعارف والمعتقدات والرؤى التي تعين الطفل في حياته الصحيّة وتحدد سلوكه الصحيّ، ويعرّف بأنه الممارسة الصحيّة عن قصد؛ نتيجة الفهم والافتتاح، وتحول كل الممارسات الصحيّة إلى عادات تُمارس بلا شعور أو تفكير، وتعود أهمية الوَعْيِ الصحيّ إلى حقيقة أنه يُمكن الأطفال من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعدهم في تفسير الظواهر الصحيّة، وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض، كما تُمكنهم من تجنب الأمراض والوقاية منها، كما أنه يُشكل رصيماً معرفياً يفيد منه الإنسان وقت الحاجة في اتخاذ القرارات الصائبة إزاء ما يعترضه من مشكلات صحيّة (الكناني والدجيلي، ٢٠١٨: ٥٨)، (لكريني، ٢٠٢١: ١٢١)، لذلك تضمن المواثيق والقوانين الدولية مواد تُشدّد على حق الأسرة وحق الأم وطفلها في التمتع بالصحة؛ لضمان التطور البدني والعقلي في مراحلها العادية، ومن أجل تحقيق هدف الصحة في المجتمع تسعى إلى التعاون مع باقي المؤسسات الاجتماعية في المجتمع من أجل ترقية السلوك الصحيّ والمعرفة بمواضيع الصحة من خلال التثقيف الصحيّ عن طريق وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة؛ من أجل نشر التربية الصحيّة، وكذلك تُشدّد على أهمية التربية الأسرية في نشر مفاهيم التربية الصحيّة لأفرادها من أجل القضاء على الجهل الصحيّ وتحقيق مستوى من الأمن الصحيّ يسمح لأفراد المجتمع العيش حياة صحيّة وأمنة من كل المخاطر والأضرار التي تلحقها الأمراض والأوبئة (عمارة، ٢٠٢٢: ٥٢)، ولا يمكن الحديث عن وجود أزمة صحيّة كجائحة كورونا دون التطرق إلى البعد الاتصالي وأهمية الحضور الإعلامي القوي خلال هذه الفترة؛ فمثل هذه الوضعية تستوجب التفكير في كيفية نقل الرسائل الإعلامية بحيث يعي المجتمع بأسره خطورة الموقف وتداعياته؛ مما يستدعي المشاركة الفعالة للأفراد في مواجهته، هذه المشاركة التي لن تتحقق في غياب إعلام توعوي فعال يساعد على إدراك مدى خطورة الوضع وأهمية المشاركة الجماعية للقضاء عليه أو على الأقل التخفيف من حدته (غزالة وغول، ٢٠٢٢: ١٢٥)، ويتزايد دور وسائل الإعلام في تنمية وعي الأطفال وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم؛ من خلال إحكام سيطرتها لسيروية تدفق المعلومات داخل المجتمع وجعلها في متناول أصحاب هذا القطاع الحساس، وتغطيتها المتواصلة لمختلف تطورات الأزمة بشيء من التحليل والتفسير وتلبيتها لحاجات الفرد وإشباع رغباته من المعلومات، ومراقبتها لكل ما يحدث في البيئة المأزومة، وتأكيداً على ذلك تؤكد عديد من الدراسات على أن الإعلام المعاصر بوسائله المستحدثة يستطيع أن يلعب دوراً مهماً في صوغ أذهان الناس وتشكيل وعيهم وبناء مواقفهم وتصوّراتهم؛ وبخاصة الشرائح الرخوة من الأطفال، على النحو التالي:

- مساعدة الأطفال على اكتساب معلومات صحيّة سليمة بصورة تطبيقية.

- غرس السلوكيات الصحيّة السليمة، وضمان استجاباتهم لما يُقدّم لهم إرشادات وخبرات ومعلومات؛ وذلك بربط المعلومات والرسائل الصحيّة التي توجه للمواطنين بحاجاتهم وميولهم ورغباتهم وبيئتهم.
- مساعدة الأطفال على اكتساب صفة تذوق السلوك الصحيّ.
- الدعوة إلى موقف بشأن قضية ما، أو سياسة صحيّة.
- توضيح فوائد تغيير السلوكيات على الصحة العامة.
- زيادة المطالبة، أو الدعم للخدمات الطبية.
- مناقشة المفاهيم الخاطئة حول الصحة.
- خلق قيادات الوَعْي الصحيّ؛ إذ لا بد من تسليط الضوء على الجهود الرائدة والمبادرات الفاعلة لدى الأفراد والمؤسسات العاملة في المجال الصحيّ، وتشجيع الكوادر الإعلامية على الإبداع والتقدم في المجال الإعلامي الصحيّ.
- تعزيز الشراكة والتواصل مع مصادر الإعلام الأخرى والمؤسسات الإعلامية المختلفة والاستفادة من تجاربها في تقديم المعلومات الصحيّة والتحذير من الشائعات والمعلومات الخاطئة.
- تشجيع مؤسسات المجتمع المختلفة والتعاون معها للإسهام في خدمة المجال الصحيّ للمجتمع، ودعم وتشجيع الجهود الهادفة إلى تنمية وتطوير برامج التوعية الصحيّة.
- إبراز الجهود الرائدة والمبادرات الفاعلة لدى الأفراد والمؤسسات العاملة في المجال الصحيّ، وتشجيع الكوادر الإعلامية على الإبداع والتقدم في المجال الإعلامي الصحيّ، وتقدير وتكريم الكفاءات المتميزة، وتشجيع المبدعين على المساهمة في البرامج التوعوية الصحيّة. (الشرقاوي، ٢٠٢٠: ٢٨)، (خطاب وعيسى، ٢٠٢١: ١٧)، (العوّض، ٢٠٢١: ١٨)

مراحل تنمية الوَعْي الصحيّ للأطفال "Covid- 19":

- وفقاً لما أكدته العديد من الدراسات؛ فإنّ غرس الوَعْي الصحيّ وتنمية القناعات للأطفال يمرّ بخمس مراحل؛ على النحو التالي:
- الإثارة (التهيئة): حيث تتم عملية دفع الطفل للاهتمام بصحته، وهي عملية تترجم بإيجاد قوة تفاعل داخلي تثير هذا الاهتمام، ويتم من خلالها ملاحظة الأطفال والمناقشات والزيارات الميدانية واللقاءات؛ لتحديد ما لدى الأطفال من معارف وسلوكيات واتجاهات خاصة بالسلوك الصحيّ، وتحديد السلوكيات الصحيّة التي يحتاج الطفل إلى اكتسابها.
 - التكوين: فيها يتم اختيار طرق إثارة الدافعية الملائمة لتنمية الوَعْي الصحيّ لدى الطفل.
 - التطبيق: يتم بها تطبيق الطفل لما تعلمه من سلوكيات صحيّة من خلال مواقف يمر بها.
 - النتبث: يتم فيها توفير مواقف إثرائية متنوعة وأنشطة مختلفة لتعميق ما تم إكسابه للطفل.

• **المتابعة:** من خلال متابعة ملاحظة أداء الطفل للسلوكيات الصحيحة والصحيحة وتطبيقها في حياته اليومية. (حجازي، ٢٠٢١: ١٠٩)، (المغاوري، ٢٠٢١: ٢٣٥)
الدراسات السابقة:

حظيت البحوث المتعلقة بالأمراض والأوبئة باهتمام بحثي واسع في التراث العربي والأجنبي، وقد تزايد هذا الانتشار والاهتمام البحثي الواسع في الآونة الأخيرة نظراً للتغيرات المتلاحقة في هذا الصدد، وقد شهد كثيراً من التطورات في الموضوعات والاهتمامات؛ وذلك على مستوى المشكلات والطرح المثار حول الموضوعات، وقد أثبتت الأدبيات العلمية أن جائحة كورونا Covid-19 أدت إلى إلحاح جديد في الجهود المبذولة؛ فقد طالت كل مفاصل البحث العلمي لا سيما الباحثين والمنشآت البحثية وطلبة الدراسات العليا وذلك منذ بروز الأزمة عالمياً من يناير ٢٠٢٠ وحتى أواخر فبراير ٢٠٢١، وتوالت الدراسات التي تؤكد هذا المنحى المعرفي الجديد وتنوعت مستوياتها وفروعها، وتعددت المحاولات المثارة في هذا الصدد؛ وفي هذا الجانب؛ اتجه الباحثون في مجال الإعلام والاتصال إلى تتبّع الأزمة بمراحلها، وتعمقوا بالفعل في فهم أزمة جائحة كورونا المستجد من حيث واقعها أو علاقتها ببعض المتغيرات الإعلامية المؤثرة، وتعددت في هذا المضمار الدراسات التي صدرت على أثرها تقارير وقدمت توصيات، وتعددت الرؤى بتعدد الأبحاث والدراسات؛ فمنها ما تطرق إلى الطرق والآليات التي اعتمدها الإعلام في التعامل مع جائحة كورونا، ومنها ما ركز على تقييم أداء الجهات الرسمية ووسائل الإعلام في التعامل مع الوباء من وجهة نظر النخبة والخبراء، ومنها ما اتجه إلى الجمهور وقياس تعاطيه مع الجائحة والتغطية الإعلامية الخاصة بها والتأثيرات المترتبة، ومنها ما عمل على الربط بين مصادر ونوعية المعلومات المستقاة حول الوباء والنية السلوكية الصحية لدى الأفراد لمواجهة ذلك الوباء، كما منها ما تناول تحول الجمهور من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد والتواصل عبر التطبيقات الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعرفة والأخبار كبديل للوسائل الإعلامية التقليدية.

ويلاحظ من خلال استقراء ما تحصلت عليه الباحثة من دراسات أنها اشتركت في تناول مفاهيم ومتغيرات الدراسة الحالية؛ إلا أنها لم تركز في واحدة منها على محاولة التعرف على مدى نجاح الخدمة الإعلامية في ظلّ جائحة فيروس كورونا المستجد (Cov-19)؛ من وجهة نظر الأولياء وأرباب الأسر؛ وتقييم الكيفية التي ينظرون بها إلى الدور البارز لوسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات ومدرجات الجمهور وسلوكياته، ومن ثمّة التعرف على انعكاس هذه المعالجة الإعلامية ومساهماتها في تشكيل وعي صحيّ إيجابي لدى جمهور المتلقين الصغار، لذلك فإن الدراسات المتاحة هي دراسات عامة تتناول جوانب من الموضوع؛ ولكن قلما توجد دراسات متخصصة في الجانب الرئيس لموضوع هذه الدراسة "حسب علم الباحثة"، ولكن هناك عدداً من الدراسات التي وقفت عليها الباحثة؛ تتناول جوانب متعددة لموضوع البحث، **وُزعت على النحو التالي:**

أولاً: الدراسات العربية والأجنبية التي شكلت الإطار المتكامل لإدراك دور الإعلام بمختلف أشكاله "التقليدي والجديد" كفاعل اتصالي له تأثيره في إدارة أزمة كورونا "الأدوار والوظائف":

١. دراسة (أبو العز، ٢٠٢٠) التي استهدفت التعرف على تقييم الجمهور وخبراء الإعلام المصريين للتغطية الإعلامية للأحداث الطارئة على أجندة المؤسسات الإعلامية المختلفة (تلفزيون، راديو، صحف، مجلات، مواقع إلكترونية)، ومن بين هذه الأحداث بداية انتشار فيروس كورونا في مصر، والتعرف على كيفية التماس الجمهور للمعلومات، ومدى إتاحتها من قبل الوسيلة حول تلك الأحداث، وسرعة انتشارها وبنها، ومدى دقتها وتوازنها، ومدى مصداقية الوسيلة ذاتها لدى الجمهور المتلقي، بالإضافة إلى التعرف مقترحات الخبراء والقائمين بالاتصال في تطوير أداء الإعلام المصري عند تغطيته لمثل تلك الأحداث الطارئة، وتوصلت الدراسة إلى أنه جاءت النسبة الغالبة لتقييم التغطية نحو أحداث تغطية فيروس كورونا "إيجابية" وهي نتيجة هامة جداً توضح تطور أداء وسائل الإعلام المصرية في تغطية الأحداث الطارئة من خلال توفير المعلومات وقت حدوثها، وارتفاع مصداقية تلك الوسائل، وهو أمر جد؛ على القائمين بالاتصال والخبراء والمعنيين الانتباه له؛ حيث يمكن استعادة ثقة الجماهير المصرية في وسائل الإعلام المصرية إذا توافرت إرادة حقيقية في تطوير الأداء الإعلامي بما يخدم مصلحة الجمهور والمجتمع المصري، كما يمكن التأكيد من خلال نتائج الدراسة أن أداء الإعلام المصري خلال أزمة كورونا؛ قد تطور كثيراً بالمقارنة بفترات سابقة كان الإعلام وخاصة الحكومي غائباً تماماً عن المشهد؛ حيث اتسم أداء الإعلام بمواكبة الأحداث والتطورات المتلاحقة.

٢. دراسة (الشرمان، ٢٠٢٠) التي تناولت دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية "وباء كورونا" نموذجاً، وهدفت إلى بيان أهمية الإعلام الصحي ودوره في نشر الوعي بطرق الوقاية من الأوبئة والأمراض المعدية، والتعرف على الشائعات التي رافقت ظهور الوباء ومعرفة توجهاتها، وتناولت آراء عدد من المختصين والباحثين والكتاب والإعلاميين في كيفية تعامل الإعلام مع وباء كورونا، وكيف قدمه، ودوره في زيادة الوعي بطرق الوقاية من الوباء؛ وذلك خلال فترة ظهور الوباء حتى نهاية شهر مايو ٢٠٢٠م، وتم التوصل إلى عدد من النتائج؛ أهمها: أن وسائل الإعلام بشكل عام أسهمت إلى حد كبير في نشر الوعي الصحي بطرق الوقاية من مرض كورونا، وفتحت المجال على نحو واسع لتبادل الآراء بين المختصين حول أفضل الطرق للوقاية منه والتعامل معه.

٣. دراسة (سعد الدين، ٢٠٢٠) التي اهتمت برصد مدى خبرة الإعلام في إدارة الأزمات؛ بوصفه مكوناً رئيسياً لاستراتيجية المواجهة وجسراً حيوياً بين الحكومة والمواطنين ووسيلة مؤثرة في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام، وأشارت النتائج إلى أنه لم يكن دور الإعلام في جهود مواجهة "كورونا" بالمستوى المتفق مع حرجة اللحظة الراهنة؛ باستثناء حالات قليلة لا تزال تقدم إسهامات جديّة عبر المنابر المختلفة؛ إلا أن مفهوم إدارة الأزمة غاب إجمالاً عن المشهد الإعلامي؛ لصالح غلبة الجانب الرصدي الكمي، مع تقديم جرعات خفيفة من التوعية والتثقيف،

نظير ضعف الخطاب الصحّي المؤثر، وشددت الدراسة على أن وسائل الإعلام معنية بوضع خطة شمولية لتقديم الرسائل الإعلامية الدقيقة والهادفة والالتزام بناصيتي المصادقية والشمولية المتوازنة؛ لاستعادة ثقة الجمهور بها مجدداً، مع أهمية رفع القيود الرسمية عن أداء عملها؛ استلاماً من الدور الإعلامي المجتمعي الذي يصب في خانة تعزيز الوَعْي بالمسؤولية وروح التكافل الاجتماعي لإعلاء المصلحة الوطنية العامة، ومواجهة المرحلة المقبلة الأكثر خطورة لتداعيات الأزمة.

٤. دراسة (ميرزا، ٢٠٢٠) التي حاولت الكشف عن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوَعْي والمعرفة لدى أفراد المجتمع حول أزمة فيروس "كوفيد ١٩"، وهدفت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التعامل مع هذه الجائحة وتقييم مصداقيتها في الدول العربية؛ لإيصال الأخبار والمعلومات الصحّحة حول هذه الأزمة إلى الجمهور؛ ممثلاً في عينة قوامها (١٠٦٠) مشاركاً من أفراد المجتمع على مستوى الوطن العربي ذكوراً وإناث ممن بلغت أعمارهم ما بين ٢٠ و ٦٠ عاماً يمثلون ١٩ دولة عربية، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: نجاح الإحاطات الإعلامية والمؤتمرات الصحفية التي عقدتها الحكومات العربية خلال أزمة كورونا، وكذلك ظهور المتحدث الرسمي في هذه الأزمة بصورة مقنعة ومنطقية، بالإضافة إلى نجاح وسائل الإعلام في توعية المجتمع بالإجراءات الوقائية والاحترافية عبر البرامج التليفزيونية والإذاعية ومواقع التواصل الاجتماعي.

٥. دراسة (الزعيبي، ٢٠٢١) التي استهدفت التعرف على واقع السلوك الإعلامي الأردني أثناء أزمة كورونا، وتقييم مضامين وسائل الإعلام الأردنية من حيث مستوى الإشاعة وسبل معالجتها المحلية، وتمثلت الدراسة بتحليل مضامين وسائل الإعلام حول الأزمة باستخدام المنهج الوصفي وتوزيع الاستبانات للتعرف على رأي عينة شملت (٤٠٠) فرداً؛ مثلت المجتمع الأردني كافة، وقد تبين من النتائج وجود إقرار عام بحسن إدارة الحكومة للملف الإعلامي بأزمة كورونا؛ من خلال توحيد المرجعية الإعلامية والمحافظة على تدفق المعلومة، والرد على أي إشاعة وتفنيدها، كما وأظهرت النتائج أيضاً تناول الإعلام الأردني لعناصر مشاهد الأزمة كافة، وشهدت المضامين الحديث عن الفيروس وطبيعته وخطورته وعناصر الوقاية وطرق التوعية وأساليب الحد من انتشاره والجهود الدولية لمواجهته.

٦. دراسة (العنبي، ٢٠٢١) التي استهدفت بيان دور وسائل الإعلام الكويتية في التوعية المجتمعية بالتعامل مع جائحة فيروس كورونا، وتقديم السبل المقترحة لتعميقه، ولتحقيق هذا الهدف استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على الاستبانة في جمع البيانات، وطُبقت على عينة بلغت (٣١٧) مواطناً من المجتمع الكويتي، وأسفرت النتائج عن أن واقع دور وسائل الإعلام الكويتية في التوعية المجتمعية مع جائحة فيروس كورونا وقائياً وعلاجياً جاء بمستوى متوسط، وشددت التوصيات على ضرورة إعادة النظر في برامج إعداد وتأهيل متخصصي الإعلام بحيث تتضمن تدريبهم وتأهيلهم لامتلاك خبرات ومهارات التوعية بالتعامل مع الأزمات

والأوبئة بصفة عامة والمفاجئة منها بصفة خاصة، كما نادى بضرورة تخصيص برامج إعلامية تُعرض بشكل مستمر وفي أوقات ثابتة لنشر الوَعْي المجتمعي بكيفية التعامل مع الأوبئة والأمراض المعدية وقائياً وعلاجياً.

٧. دراسة (العياشي وهماش وصالح، ٢٠٢١) التي استهدفت تسليط الضوء على الدور المنوط بوسائل الإعلام في إدارة الأزمات الصحيّة والبحث في موقعها في التوعية بالمخاطر المختلفة لجائحة كورونا؛ باعتبارها همزة وصل بين المواطن وما يحيط به وهي على تماس مباشر بكل المستجدات الراهنة وعرض حجم الأزمة على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وحرصت الدراسة على تقديم بعض التوصيات لزيادة فعالية المقاربة الإعلامية كآلية رئيسية لمواجهة جائحة كورونا؛ والتي من بينها:

- ضرورة إعطاء الإعلام الصحيّ حقه من الأهمية بمختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.
- الاستعانة بالأخصائيين كل في مجاله للحد من المعلومات الإعلامية المغلوطة؛ خاصة في ظل الأزمة الصحيّة الحالية.
- لا يجب على وسائل الإعلام إهمال الجانب النفسي للجائحة؛ وذلك بالابتعاد عن تضخيم الأخبار، أو على الأقل تقديمها بشكل يخفف من الآثار النفسية السلبية للجائحة.

٨. دراسة (رشوان وعبد العليم، ٢٠٢١) التي حاولت الوقوف على أهمية وحقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام "التقليدية والجديدة" في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية والتصدي لها والحد من تداعياتها بالمجتمع السعودي، ومعرفة جوانب الضعف والقوة في أداء وسائل الإعلام وذلك من خلال التعرف على الدور الإيجابي لوسائل الإعلام في التوعية والتثقيف الصحيّ، ودوره في التصدي لوباء انتشار فيروس كورونا والمساعدة في تخفيف التداعيات السلبية لهذه الجائحة، وطُبقت الدراسة على عينة مكونة من (٥٢٩) مبحوثاً بجميع مناطق المملكة العربية السعودية، واتضح من خلال نتائج الدراسة أن الخطاب الإعلامي من خلال وسائل الإعلام المختلفة ووسائل التواصل الاجتماعي له دوراً كبيراً في مساعدة أفراد المجتمع في التعامل مع جائحة كورونا، وهنا فقد أوصت الدراسة بضرورة مراعاة الخطاب الإعلامي للجوانب النفسية والشخصية والأسرية والاجتماعية بجانب المجالات الاقتصادية والصحيّة والسلوكية والمعرفية؛ حيث أكدت النتائج على انخفاض تقدير بعض فئات المجتمع لدور الخطاب الإعلامي في مثل هذه الجوانب.

٩. دراسة (صالح، ٢٠٢١) التي سعت إلى التعرف على الطريقة التي يستقي بها الجمهور معلوماته حول جائحة كورونا من وسائل الإعلام المختلفة كمصدر لتعزيز الوَعْي الجماعي، وكيف استخدم الجمهور المعلومات التي حصل عليها في مواجهة هذا الوباء بالاعتماد على نظرية استيفاء المعلومات، وطُبقت الدراسة على عينة مكونة من (٢٠٠) مبحوثاً، تم جمع البيانات منهم عن طريق استبانة عبر إلكترونية؛ لضمان التباعد الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية مباشرة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الجمهور لمحتوى فيروس كورونا في

وسائل الإعلام المختلفة، ومدى مشاركتهم في التعليق على المحتوى الإعلامي وإدراكهم للدور الإيجابي لوسائل الإعلام في زيادة الوعي بفيروس كورونا؛ فكلما كانت وسائل الإعلام والأخبار أكثر مصداقية، كان الجمهور أكثر إيجابية في تقييمها.

١٠. دراسة (غنو، ٢٠٢٢) التي هدفت إلى التعرف على بيان أهمية وحقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام (التقليدية والجديدة) في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية والتصدي لها والحد من تداعياتها ومعرفة جوانب الضعف والقوة في أداء وسائل الإعلام، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لإجراء الدراسة، وتبين من النتائج أن الكثير من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على وجه الخصوص وقعت في فخ الإثارة والتحويل وعملت على إثارة الرعب لدى الناس، ونشرت الشائعات والمعلومات المتعلقة بوباء كورونا دون التحقق من صحتها، واتضح من الدراسة أن وسائل الإعلام العالمية والعربية بدأت في حالة من التخبط والتشتت في بداية الأزمة بسبب ندرة المعلومات وضبابية الموقف، ودخلت في سباق محموم بحثاً عن السبق والإثارة.

١١. دراسة (قنشوبة ورعاش، ٢٠٢١) التي حاولت الإجابة عن التساؤل: هل أدى وباء Covid-19 إلى التفكير في ضرورة وجود إعلام علمي جاد؟، وبينت الدراسة أنه رغم أن المعالجة الإعلامية لأزمة كورونا كانت حاضرة بقوة طوال الفترة التي تلت ظهورها؛ غير أنها اتسمت بحالة تضليل إعلامي وترويج للشائعات والأخبار الكاذبة بين الأفراد؛ مما أحدث حالة ارتباك في كيفية التعامل مع الوباء وطرق الوقاية منه، وشددت الدراسة على الضرورة الملحة إلى إعلام علمي متخصص وجاد يقوم بأدوار تنموية ومهمة في نشر الثقافة العلمية وتبسيط العلوم والربط بينها وبين مختلف العلوم والتكنولوجيا وجميع مجالات وقضايا الحياة الأخرى في المجتمع.

١٢. دراسة (الحازمي، ٢٠٢٢) التي استهدفت التعرف على مستوى الوعي الاتصالي عن فيروس كورونا "كوفيد ١٩" لدى أفراد المجتمع السعودي بمدن مكة وجدة والرياض؛ بلغت (٤٥٥) مفردة، واعتمدت المنهج الوصفي وتمثلت أداة الدراسة في الاستبيان الذي تم بناءه لأغراض الدراسة، وكشفت الدراسة عن أن غالبية عينة الدراسة يعتقدون أن الإعلام قدم دوراً متميزاً في تكوين وعي ومعارف المجتمع السعودي عن وباء فيروس كورونا، وأشارت النتائج إلى أن أهم مصادر المعرفة بالفيروس كانت وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، وإذا يمكن للحملات التثقيفية للصحة العامة عبر وسائل الإعلام أن تساعد في إبطاء تقدم تفشي الوباء ويمكن أن تحد بشكل كبير من معدل الانتشار.

١٣. دراسة (حاج وعقيد، ٢٠٢٢) التي استهدفت الوقوف على حقيقة الدور الذي لعبته وسائل الإعلام الحكومي في التعامل مع أزمة كورونا، وقياس مدى ثقة الجمهور الجزائري بما تقدمه وسائل الإعلام الحكومية في تغطيتها الإعلامية لأزمة Covid-19، ولغرض الدراسة تم التركيز على وكالة الأنباء الجزائرية باعتبارها مصدراً رسمياً وموثوقاً للمعلومة الصحيحة، وبينت الدراسة أن وكالة الأنباء "عينة الدراسة" عملت على تغطية وتحري المعلومات والأخبار

أثناء الأزمات ومواكبة كل ما هو مستجد؛ فقد حاولت تقديم تغطية شاملة تتميز بالتنوع والنوعية والكم الملائم لإشباع احتياجات الجمهور تجاه موضوع الأزمة؛ حيث عالجت من ثلاث جوانب؛ الجانب الأول والذي أخذ أكبر النسب تعلق بالعبارات المفسرة لفيروس كورونا بشكل عام، والجانب الثاني تعلق بالإجراءات التي اتخذتها وزارة الصحة للحد من انتشار الفيروس، والثالث تعلق بطرق الوقاية من الفيروس.

١٤. دراسة (عبده والسيد، ٢٠٢٢) التي استهدفت رصد الدور الذي تلعبه حملات التوعية الصحية في رسم معالم مواجهة أهل الصعيد للأمراض والأوبئة (فيروس كورونا نموذجاً)، وأوضحت النتائج أن حملات الوعى الصحي قد ساهمت في رفع الوعى الصحي بين سكان صعيد مصر حول فيروس كورونا، وأكدت النتائج على الدور المحوري للحملات الإعلامية في رفع الوعى الصحي لسكان الصعيد بشكل عام؛ والتي يمكن تبنيها كوسيلة لحل ومعالجة المشكلات التي تخص صعيد مصر، وأوصت بوجود الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية والتقييم ومعرفة اتجاهات المجتمع مع مراعاة العادات والتقاليد والخلفية الثقافية للمجتمع.

١٥. دراسة (غزالة وغول، ٢٠٢٢) التي استهدفت التعرف على دور الإعلام والاتصال في مواجهة تداعيات كورونا، مع توجيه الاهتمام إلى أهم الصعوبات والمشكلات التي تواجهه وكيفية وضع استراتيجية إعلامية متطورة بما يتلاءم واحتياجات المجتمع، وأوضحت نتائج الدراسة أن عدم الاهتمام بشكل كبير بالجانب الاتصالي في مواجهة الأزمة، ينتج عنه هوس وسلوكيات غير عقلانية وانعدام الثقة بين المجتمع والسلطات العمومية المعنية بتسيير الأزمة الوبائية، وأكدت أنه من الضروري على المجتمعات أن تتبنى استراتيجية إعلامية محكمة حتى تستطيع التخفيف من حدة انتشار هذا المرض والتداعيات التي قد تنتج عن سوء فهم واستخدام المعلومة.

١٦. دراسة (مزارى، ٢٠٢٢) التي هدفت إلى تقديم إطلالة حول العلاقة الثنائية بين العملية الإعلامية والأزمة من خلال وجود أزمة "Covid-19" في وسائل الإعلام، وبينت الدراسة أنه ومن خلال تتبع انتشار وباء فيروس كورونا منذ ظهوره لأول مرة عبر وسائل الإعلام والاتصال؛ تأكد للجمهور المتلقي أن الوسيلة الإعلامية مهما كان شكلها وتوجهها وخطها الافتتاحي؛ يمكن أن تتحول بين لحظة وأخرى إلى بوابة إنقاذ يستند به الإنسان حين تعصف به الأزمات والكوارث، فلا يمكن لأحد أن ينكر الدور الكبير الذي تلعبه الوسيلة الإعلامية في معالجة واحتواء الأزمة مهما كان شكلها ومصدرها؛ وهو ما ظهر جلياً خلال الأزمة؛ حيث لم تغب أخبار ومعلومات هذا الفيروس عن مختلف المضامين والمواد الإعلامية منذ أن بدأ هذا الوباء في الانتشار.

١٧. دراسة (لكحل، ٢٠٢٢) التي استهدفت البحث في التأثيرات التي أحدثتها وسائل الإعلام على سكان منطقة البليدة، والبحث في نوعية الثقافة الصحية التي ترسخت في أذهان المواطنين ومدى استفادتهم من المعلومات الصحية المقدمة عبر وسائل الإعلام، وكشفت نتائج الدراسة عن أن

مفردات العينة يعتمدون بشكل مكثف على المعلومات الصحيّة التي تتيحها مختلف وسائل الإعلام، وأنهم يعتمدون على وسائل الإعلام اعتماداً كبيراً جداً في اكتساب ثقافة صحيّة تتلاءم مع الوضع الحالي، وقد عبرت أهم النتائج المتوصل إليها إلى أن الإعلام يمكن أن يكون مصدراً قوياً من مصادر تغيير الثقافة الصحيّة؛ وهذا لا يتحقق إلا من خلال كثافة وتكرار المشاهدة الذي يولد معه اقتناع بالمضمون.

١٨. دراسة (مهري ودرير، ٢٠٢٢) التي استهدفت التعرف على مدى تأثير ما يُعرض عبر وسائل الإعلام المختلفة في إكساب المواطنين الجزائريين لمعارف وسلوكيات صحيّة صحيحة؛ ولاسيما فيما تعلق بتعاملهم مع مخاطر الفيروس، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: تجلّى الدور البارز لوسائل الإعلام الجديدة والتقليدية في تشكيل معارف واتجاهات ومدركات الجمهور وسلوكياته في ظل هذه الأزمنة الصحيّة، ونتيجة لسيطرة المجال الحكومي على المعلومات الصحيّة؛ أصبحت وسائل الإعلام العمومي قادرة على تحقيق أهداف الجمهور وإشباع احتياجاته، وكنتيجة لذلك زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العمومية.

١٩. دراستي المومني ووائل (Almomani & Wael, 2020)، وباتريسيا (Patricia, et.al, 2021) التي أوضحت نتائجهما أن للإعلام دور إيجابي وفاعل في إدارة الأزمة من خلال التوعية بالوقاية من الفيروس، وتجسد ذلك بشكل واضح حينما توحد الإعلام مع الجهود الحكومية في مواجهة الفيروس. وكان لافتاً قيام الإعلام بدور رئيسي وفاعل في دعم جهود الوقاية الدقيقة من الفيروس؛ لكبح انتشاره، وأخذ الإعلام على عاتقه مسؤولية نشر الإيجابية والطمأنينة أمام موجة القلق العالمية، وعزز الثقة في إمكانيات وقدرات القطاع الصحي على احتواء الفيروس. كما عزز الإعلام من فاعلية الجهود التي قامت بها الحكومة، وعمل على زيادة رفع المعنويات للمساعدة على التعافي من هذه الكارثة، وانعكس ذلك بشكل إيجابي في تجاوب الشعب مع حملات التوعية وأظهر قدراً كبيراً من المسؤولية، والتزم بالهدوء وضبط النفس رغم اكتظاظ المستشفيات بالحالات المرضية بهذا الفيروس.

٢٠. دراسة اينال وأخران (Ainal, et.al, 2021) حول تأثير التغطية الإعلامية على انتقال الأمراض المعدية، وقد بينت أن الوعي الذي تُشكله وسائل الإعلام يؤدي دوراً هائلاً في الحد من انتشار الأمراض المعدية، كما أكدت أنه لم يحظ وباء أو مرض معد بتغطية عبر وسائل الإعلام العالمية كالتالي لقيها فيروس كورونا؛ بالنظر إلى خطورته وسرعة انتشاره، وأشارت إلى أن قدرة وسائل الإعلام على صناعة النموذج السلوكي سواء في السلب أو في الإيجاب يجعل من الأهمية بمكان مراجعة العلاقة الوطيدة التي تربط بين الإعلام والمؤسسات الصحيّة من أجل تمتين هذه العلاقة وتوجيهها الوجهة السليمة.

٢١. دراسة شاكشي وأبهيشيك (Shakshi & Abhishek, 2021) والتي أشارت بأن منذ الإعلان عن تفشي فيروس كورونا في العديد من دول العالم، والإعلام يقوم، وما يزال؛ بدور فاعل ومؤثر ورئيسي في إدارة أزمة انتشار فيروس كورونا، سواء على صعيد تقديم المعلومات

أولاً بأول وبكل شفافية لإظهار الحقائق للمجتمع، أو على صعيد القيام بدوره التوعوي لأفراد المجتمع من خلال العديد من الفعاليات التي تستهدف وقاية المجتمع، أو من خلال رسائل التضامن مع الدول والمجتمعات التي تعاني من تفشي الفيروس بصورة كبيرة. كما تصدى الإعلام بكل أشكاله للحملات المعرضة التي حاولت إثارة الشائعات بشأن انتشار الفيروس في الدولة وشككت في مبادراتها الحضارية في مواجهة هذا الفيروس ليس فقط في الداخل وإنما في الخارج أيضاً، ونجح في إيصال رسائله إلى الرأي العام الدولي.

٢٢. دراستي داكي وانغ وآخرون (Dake Wang, et.al, 2021)، وسوكيونج وزبي (Sookyung & Ziyi, 2021) التي أكدتا على أنه في الوقت الذي التزم فيه الإعلام في العديد من الدول بالقيام بدوره المسؤول في التوعية والوقاية من فيروس كورونا؛ لجأت وسائل إعلام في دول أخرى إلى التهويل والتضخيم من الفيروس وانتشاره مدفوعة بحجة السبق الإعلامي؛ فنشرت أخباراً غير صحيحة، وروجت لتقارير مغلوطة. وهذا أمر ينطوي على قدر كبير من الخطورة، ليس فقط لأنه يثير الذعر والقلق والفوضى داخل الدول، وإنما أيضاً؛ وربما الأخطر قد يؤثر على الاقتصاد العالمي وأسواق المال، وشددت النتائج على ضرورة الحصول على المعلومات من مصادرها المختصة وليس من الحسابات الشخصية التي ساهم بعضها في نشر الشائعات منذ بداية أزمة كورونا وحتى توافر اللقاح؛ معتبرة حسابات التواصل الاجتماعي الأخرى سلاحاً ذا حدين حيث أنها موجودة في كل منزل وتصل إلى كل فرد، ومن الممكن أن تسهم في انتشار الذعر بين أفراد المجتمع حال نشر المعلومات الخاطئة حول أي أمر.

٢٣. دراسات إيرينا (Irina, 2021)، ويونغ (Young, 2021) التي أكدت على أنه أظهر وباء كورونا؛ الحرب التي تشنها وسائل الإعلام على عقول ومشاعر الناس؛ حرب تستخدم فيها جميع الوسائل والعتاد الحربي الشرعي وغير الشرعي؛ لتدمير معنويات الإنسان وجعله يفقد بوصلة التفكير الصحيح، وأضافت أن الأداء المهني لوسائل الإعلام كان ضعيفاً ومختلطاً؛ حيث غاب مفهوم إدارة الأزمة إجمالاً عن المشهد الإعلامي؛ لصالح غلبة الجانب الرصدي الكمي، مع تقديم جرعات بسيطة من التوعية والتثقيف نظير ضعف الخطاب الصحي المؤثر، وأشارت بأنه نظراً لأن الأزمة لم تنته بعد؛ كان لا بد للإعلام من القيام بدور فعال في إدارة الأزمة بشكل متوازن، وأن تكون له توجهات واضحة تتسم بالشفافية والمصداقية للمعالجات الإعلامية للأحداث والمعلومات المرتبطة بهذه الأزمة، مع أهمية رفع القيود الرسمية عن أداء عملها.

٢٤. دراسة سابينا وآخرون (Sabina, et.al, 2022) التي أفادت بأن نجاح الإعلام في التعامل مع أزمة فيروس كورونا حتى وقتنا الراهن إنما هو بالتأكيد تجسيد لنجاح الدولة في إدارة الأزمة بشكل عام، وتعاملها بكل شفافية ووضوح مع هذا الفيروس، فالمعلومات التي تحرص الجهات المعنية على توفيرها على مدار الساعة، لا شك تسهل للإعلام القيام بدوره على الوجه الأمثل، خلافاً لدول أخرى كان الإعلام فيها جزءاً من الأزمة ومصدراً للشائعات، وذلك بسبب غياب الشفافية ونقص المعلومات.

٢٥. دراستي كاثارين (Katharine, et.al, 2021)، ومالك وأخران (Malik, et.al, 2023) التي شددت نتائجهما على أهمية دور الاعلام في التصدي للشائعات والمعلومات المضللة المحيطة بفيروس كورونا المستجد، واعتبرت أن التصدي لتلك الشائعات جزء حيوي من المعركة ضد هذا الفيروس؛ موضحة أن الإعلام أثبت قدرته على التصدي للأزمة وذلك من خلال تسليط الضوء عليها، ونشر مقاطع فيديو توعوية، بالإضافة إلى الاسراع في تغطية كافة الأحداث لكشف الحقائق والتصدي للشائعات، وأوضحت أن الصحف والمنصات الإعلامية الأخرى عملت على كشف الحقائق ونشر الاحصائيات الصحيحة حول أعداد الإصابات وأعداد الشفاء اليومية؛ ما أكسبها ثقة أفراد المجتمع الذين باتوا يستقون المعلومات من المصادر الموثوقة التابعة لوسائل الإعلام الرسمية التي يُنشر من خلالها كل ما يتعلق بالأزمة.

ثانياً: الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت تجليات الجائحة على الحياة الأسرية، ورصد تعامل أرباب الأسر مع قنوات الاتصال والإعلام تجاه مواكبة الأحداث وفهم طبيعة الجائحة:

١. دراسة (إبراهيم، ٢٠٢٠) التي حاولت الوقوف على المعرفة المتشكلة حول فيروس كورونا المستجد "Covid- 19" وتداعياته على الأسرة المصرية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، طُبِق من خلاله استبيان من تصميم الباحث على عينة من المواطنين بمحافظة أسيوط بلغ عددهم (٤٣٥) من آباء وأمهات أطفال الروضة في بعض المحافظات المصرية، وقد أظهرت النتائج في مجملها أن الأسر في مصر على دراية ومطالعة بأخبار الجائحة " Covid- 19"، ويأتي التلفزيون والإنترنت في مقدمة مصادر المعرفة بالجائحة، كما أظهرت النتائج أن الأسر المصرية لديها معرفة متشكلة مرتفعة بطبيعة الجائحة وبأعراض الإصابة به وطرق نقل العدوى والإجراءات والتدابير الوقائية؛ وخاصة لدى الأسر الريفية والفقراء والعاطلين.

٢. دراسة (الشنواني، ٢٠٢٠) التي استهدفت التعرف على دور الوالدين الوقائي والنفسي في توعية وحماية الأطفال من جائحة كورونا بمدينة الرياض عام ٢٠٢٠م، من خلال المنهج الوصفي المسحي، وتم الاعتماد على الاستبانة أداة للدراسة؛ طبقت على عينة عشوائية بسيطة بحجم (٤٠٠) مفردة من أولياء الأمور بمدينة الرياض، وقد أكدت نتائج الدراسة على الدور الكبير الذي تقوم به الأسرة لتطبيق وترسيخ الإرشادات الصحيحة لدى كل أفراد الأسرة بمن فيهم الأطفال؛ لتصبح سلوكاً ونمط حياة يومياً لتفادي مختلف الأمراض بما فيها فيروس كورونا المستجد؛ مشددة على أهمية اختيار المصادر التثقيفية الصحيحة والموثوقة للمعلومات التي تتعلق بمرض فيروس كورونا، كما وأكدت على ضرورة أن يسيطر الوالدان على متابعة أخبار جائحة كورونا ومراقبة مشاهدة أبنائهم للتلفزيون ووسائل التواصل الاجتماعي، وحثهم على متابعة الأخبار من المصادر الرسمية فقط.

٣. دراسة (تامة، ٢٠٢٠) التي استهدفت معرفة العلاقة القائمة بين الإعلام المرئي والتوعية للأسر الجزئية في ظل تفشي فيروس كورونا؛ أي دور الإعلام المرئي في معالجته لتطورات وأخبار جائحة كورونا من خلال المضامين الإخبارية والإرشادية والتوعوية. وقد انطلقت هذه الدراسة

- من طرح ثلاثة تساؤلات التي تصب كلها حول معرفة كيف ساهم الإعلام المرئي في توعية الأسر وكذا أنماط وسلوك الأسر في متابعتهم للبرامج خلال جائحة كورونا، حيث جاء السؤال الأول حول عادات وأنماط الأسر الجزائرية في تعرضها لقناة النهار خلال جائحة كورونا، والسؤال الثاني فأخص التركيز على الدور الذي لعبته برامج قناة النهار في توعيتها للأسر خلال الجائحة، أما الثالث فأخص درجة المساهمة في تغيير سلوك الأسر، واعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي كان كفيلاً بجمع العدد الكافي من البيانات والمعطيات حول الدراسة، وبعد ذلك تم الانتقال إلى الدراسة الميدانية التي تم وضع استمارة استبيان وتوزيعها على عينة من مشاهدي قناة النهار بولاية الوادي، وبعد تحليل البيانات تم الوصول إلى من النتائج والتي أهمها تحقيق الإعلام المرئي بتعريف بفيروس كورونا وتوعية الأسر الجزائرية من خلال جعل الأسر تطبق البروتوكول الصحي بكافة أشكاله من خلال مختلف المضامين التي يعرضها.
٤. دراسة (شريف، ٢٠٢٠) التي استهدفت دراسة التغيير في إدراك الأسرة للتهديدات الصحية المألوفة والمستجدة، وبينت النتائج أنه أظهرت جائحة كورونا فشل النظم التعليمية والأسرية والسياسية والإعلامية في بث سلوك وقائي ثابت لدى الفرد والأسرة، وأوصت الدراسة بضرورة إعادة النظر في الاستراتيجيات الإعلامية الموجهة للأسرة بالتركيز على فهم القضايا والإمام بالجائحة.
٥. دراسة (عبد الحليم، ٢٠٢٠) التي استهدفت البحث في مستوى الوعي لتأثير وسائل الإعلام في التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا "Covid- 19"، من خلال المنهج الوصفي المسحي، وتم الاعتماد على الاستبانة أداة للدراسة؛ طبقت على عينة عمدية قوامها (٥٠٠) مفردة لأرباب الأسر بمدينة سوهاج، وقد كشفت نتائج الدراسة عن ارتفاع مظاهر التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام في التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا؛ إلا أن هذا التأثير يبرز في مظاهر متعددة تبدأ منذ انتشار الفيروس وحتى مواجهته وطرق الوقاية منه.
٦. دراسة (الغريز، ٢٠٢١) التي استهدفت الوقوف على الآثار الإيجابية الناتجة عن تواجد الوالدين في المنزل أثناء وبعد جائحة فيروس كورونا "Covid- 19" في تحسين السلوك الشخصي والاجتماعي للأطفال؛ من خلال المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبانة مغلقة؛ تم تصميمها إلكترونياً وإرسالها عشوائياً من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، طبقت على عينة قوامها (٣٦٨) مفردة لأباء وأمهات الأطفال القائمين على الإشراف والمتابعة وممن يتحملون المسؤولية في التربية والتنشئة خلال الفترة الممتدة أثناء الجائحة وفترة الحجر المنزلي للعام ٢٠٢٠م بشكل مباشر، وقد شددت الدراسة على ضرورة وجود آليات عمل متخصصة لمواجهة أية طوارئ قد تحدث نتيجة أزمات أو كوارث مستقبلية، وتدريب الآباء والأطفال والمؤسسات المعنية على التعامل مع الأزمات، مع الحرص على أن لا تغفل الجهات النافذة عن موضوع نشر الوعي واستخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيا والذكاء الاصطناعي والمعلومات تحت الإنذار المبكر وبسرعة التعامل مع الأحداث.

٧. دراسة (عبد العاطي، ٢٠٢١) التي استهدفت رصد أهم المتطلبات التربوية والتي من شأنها مساعدة الطفل في التعايش مع الظروف الراهنة؛ مستوعباً تداعيات جائحة فيروس كورونا، متعايشاً معها؛ من وجهة نظر آبائهم؛ وفي ضوء بعض المتغيرات ومنها مستوى وعي وثقافة الوالدين، الحالة الاجتماعية، عدد الأبناء، إلى جانب المؤهل العلمي، واستخدمت الدراسة استبانة المتطلبات التربوية لاستيعاب أطفال الروضة تداعيات جائحة فيروس كورونا؛ ممثلة في ثلاثة محاور هي: البعد المادي، النفسي الفكري، التقني التكنولوجي، وشملت العينة (٤٦٣) من آباء وأمهات أطفال الروضة في بعض المحافظات المصرية، وتم التوصل إلى عدد من النتائج؛ أهمها: أن وسائل الإعلام بشكل عام أسهمت إلى حد كبير في نشر الوَعْيِ الصِّحِّي بطرق الوقاية من مرض كورونا، وفتحت المجال على نحو واسع لتبادل الآراء بين المُختصين حول أفضل الطرق للوقاية منه والتعامل معه.
٨. دراسة (كزيز، ٢٠٢١) التي استهدفت التعرف على مجموع الأساليب التربوية التي تعتمدھا الأسرة في حياة الطفل قبل ظهور وباء كورونا، والتعرف على الآفاق المستقبلية فيما يتعلق بأساليب التربية الصحيّة التي ترى الأسرة فيها ضرورة لدمجها في أساليب التنشئة الاجتماعية لمحو الأمية الصحيّة، واتضح من خلال النتائج أن الأسرة والمجتمع لم يركزا على دور التربية في الصِّحة وتشكيل الثقافة الصحيّة، ولهذا فظهور وباء كورونا شكل نوعاً من اللا استقرار النفسي والاجتماعي على حياة الفرد والجماعة نظراً لغياب الوَعْيِ حول الأوبئة ومخاطرها، ومن هنا تأتي أهمية الإعلام في أخذ دور فاعل في إنتاج وتسويق طرائق التعامل مع هكذا ظروف وكل حسب قطاعه ووظيفته.
٩. دراسة (حورية وسلامة، ٢٠٢٢) التي استهدفت دراسة إدراك الأمهات لجائحة كورونا وعلاقته بالتعايش الأسري، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، واشتملت عينة البحث على عينة عمدية قوامها (٢٠٠) أم متزوجة وزواجهن لازال قائماً، ولديها أبناء في مراحل التعليم المختلفة في مدينة شبين الكوم، وقد تم جمع البيانات من خلال الاستبيان الإلكتروني، وقد أسفرت النتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة بين إدراك الأمهات لجائحة كورونا والتعايش الأسري، كما وأكدت على ضرورة توجيه وسائل الإعلام لربات الأُسُر من خلال حملات إعلانية تناسب كافة الأعمار للتوعية بكيفية التعامل مع جائحة كورونا بشكل إيجابي ينعكس على المجتمع.
١٠. دراسة إميكسا وسينثيا (Emeka & Cynthia, 2021) التي استهدفت دراسة تأثير حملات البث الإعلامي لـ Covid-19 على الوَعْيِ الصِّحِّي للأسر من سكان المناطق الحضرية بمنطقة أويري، واستخدم الباحثون طريقة المسح؛ حيث تم اشتقاق عينة قوامها (٣٨٤) مفردة، وتم استخدام أسلوب أخذ العينات متعدد المراحل، وتطبيق الاستبيان كأداة لجمع البيانات بالاستعانة بالاستقصاء الإلكتروني، وكشفت النتائج أن ما معدله (٨٥٪) من سكان المنطقة يتعرضون إلى حد كبير لحملات إعلامية مذاعة حول Covid-19؛ حفاظاً على صحتهم وسلامتهم، وأشارت

النتائج إلى أن تلك الحملات المذاعة كانت العامل الأبرز في نشر الوَعْي بين الجماهير وإمدادهم بتطورات الوضع فيما يتعلق بانتشار فيروس كورونا

١١. دراسة ديفي وإنتان (Devi & Intan, 2021) التي كشفت نتائجها عن ثمة حاجة متزايدة إلى اهتمام المؤسسات الحكومية بالحملات الإعلامية التوعوية وترسيخ الفهم الصحي لدى الأفراد، وشددت أيضاً على أنه ينبغي التأكيد على أهمية دور الأسرة التي هي اللبنة الأساسية لنجاح أي حملة توعوية وتعريفهم بأهميتها وتوعيتهم بقوانين الصحة والسلامة والوقاية، كما أكدت الدراسة على أنه يقع على عاتق وسائل الإعلام المختلفة الاهتمام بأسلوب توجيه المعلومات المرتبطة بالوقاية من فيروس كورونا المستجد؛ بحيث يراعي في تقديم تلك المعلومات جميع أنماط الشخصيات والأعمار المختلفة للأبناء التي تتلقى المعلومة، مع اختيار أسلوب محبب يعتمد على الموازنة بين تقديم الحقيقة دون تهويل أو تخفيف؛ في ضوء ما يصدر عن المؤسسات الصحية من بروتوكولات للتعامل مع الفيروس.

١٢. دراسة ديدجينغ وسيامسول (Diadjeng & Syamsul, 2021) التي استهدفت التعرف على التأثير السلبي والإيجابي في التوعية الأسرية لمواجهة جائحة فيروس كورونا، وتحديد أشكال هذا التأثير، وكشفت الدراسة عن أن الإعلام يلعب دوراً أساسياً في تحسيس المجتمع وتوعيته بأهمية الصحة وتحذيره من الأخطار المحدقة به كالأضرار والأوبئة، وقد خلصت الدراسة لعدد من التوصيات أهمها؛ ضرورة توظيف وسائل الإعلام المختلفة وتعزيزها في خدمة القضايا الصحية، فضلاً عن خلق التنقيف الصحي بصورة صحيحة للمواطن ليكون جزءاً لا يتجزأ من التنمية الشاملة، والعمل على تطوير وسائل التوعية الصحية عبر الإعلام الصحي الجديد وفق ضوابط توحد المعايير وجودة المحتوى والملائمة للفرد والمجتمع.

١٣. دراسة كليف يونغ وآخرون (Cliff Yung, et.al, 2022) التي كشفت نتائجها عن ثمة حاجة متزايدة إلى تكامل الجهود وتضافرها لزيادة الوَعْي المجتمعي بأهمية السلامة الصحية لأفراد الأسرة وتطوير نمط الحياة بما يعزز مكانة الأسرة ويحقق لها الاستقرار ويمكنها من القيام بأدوارها في بناء مجتمع مثالي ينعم بالاستقرار والرفاه الأسري، كذلك أوصت الدراسة بضرورة إعداد محتوى إعلامي مُعد بشكل نموذجي وسليم من الناحية العلمية والطبية يتم نشره من خلال المنصات الإعلامية الرسمية بما ينعكس إيجاباً على الفئات المستهدفة، ويحقق الأهداف المتعلقة بسلامة الأسرة بكل مكوناتها.

١٤. دراسة بارنيت وآخرون (Barnett, et.al, 2021)، مالطا كامبوس وآخرون (Malta Campos, et.al, 2021)، بوجياستوتي وآخرون (Pujiastuti, et.al, 2022)، وقد حاولت جمعها تسليط الضوء على دور الأسرة الجوهرية في تعزيز التربية الوبائية في أثناء جائحة كورونا، وأكدت النتائج على أنه في الوقت الذي غابت فيه الأسرة عن أطفالها قبل الجائحة بسبب انشغالها أو إهمالها؛ جاءت الجائحة لتكشف دورها الجوهرية الأساسي ومهامها تجاه الأطفال، وقد أوصت الدراسات بتقديم المزيد من الدعم للأسر وتقديم البرامج التوعوية التي تؤكد على

أهمية استمرار ما قدمته خلال الأزمنة لأبنائها من تعليم وتواصل وترفيه و غرس للقيم؛ من خلال الإعلام الطبي، الذي لا يقتصر فقط على الأمراض والأدوية وعلاجها، وإنما خلق وعي صحيّ عام للأطفال والمسنين؛ خاصة مع تزايد الأمراض والأوبئة، ومع ظهور الحاجة إلى التوعية الطبية والصحيّة عن بعد؛ لأسباب فرضتها الإغلاقات بين الدول والمناطق، وهذا ما لا يجب تركه للمؤسسات الصحيّة فحسب؛ بل يجب على وسائل الإعلام أن تكون سباقة في هذا المجال؛ باعتبارها الأكثر تأثيراً على الشعوب والأفراد.

تعقيب عام على الدراسات السابقة:

تتفق الدراسة الحالية في مجملها مع الدراسات السابقة على أهمية وحتمية الاهتمام بالدور الرسمي للإعلام؛ كأحد العناصر الأساسية لتعزيز جهود الدولة في ظل هذه الظروف العصيبة التي يخوض فيها العالم معركة حامية ضد وباء فيروس كورونا المستجد، والتأكيد على دوره الفعال في بناء استراتيجيات التوعية للجائحة والجمهور والمجتمعات بشكل عام، خصوصاً مع التوجّهات القوية لوسائل الإعلام (على كافة أنواعها ومستوياتها) في تكثيف الاهتمام بالمواد الإعلامية الطبية والصحيّة من منطلق النّفهم لدورها الحيوي في مجال التثقيف الصحيّ بين فئات الشباب والفئات الأكبر سناً، إلا أن الدراسة الحالية تركز على جانب مختلف عما هو مطروح في الدراسات السابقة "بوصفه واحداً من الموضوعات الواسعة التي شغلت عنه الدراسات السابقة فلم تطرقه- على حد علم الباحثة-؛" في كونها تقدم رسداً وتفسيراً لتمثلات أرباب الأسر حول التدبير الإعلامي للجائحة وعلاقتها بمدى استيعاب أطفالها لتداعيات جائحة فيروس كورونا، وقياس تعاطيهم مع الجائحة إزاء ما تفرضه الظرفية الراهنة من جهة، وإزاء ما يفرضه مجتمع المعرفة والتحويلات التقنية والثقافية والقيمية من تحديات من جهة أخرى، وفق مقاربة سوسيوثقافية تتجه إلى الاستنباط من الواقع في خضم الأزمنة الصحيّة وما خلفته في مستوى التنشئة الاجتماعية داخل النظام الأسري - الذي تخترقه طولاً وعرضاً تداعيات رهاب هذه الجائحة- بحيث سيساعد هذا الرصد العلمي على التعرف على مستوى الواعي العام والإدراك لجائحة كورونا "كحدث صدمي" بين فئة الأطفال على وجه الخصوص - باعتبارهم من الفئات الأضعف والأكثر هشاشة- ومدى تجاوبهم مع الإجراءات التي اتخذتها الأسرة والمؤسسات الصحيّة في هذا المجال.

مثلت الدراسات السابقة والتي عرضت الباحثة لها؛ وفي مجملها عضداً قوياً للدراسة الحالية، حيث استفادت الباحثة من مجمل هذه الدراسات على عدة مستويات: فقد أسهمت التوجهات البحثية السائدة في مجال القضية محل الدراسة بشكل عام في تعميق مشكلة البحث، وكشف الحاجة إليه وإلى ضرورة إجرائه مما كان له عظيم الأثر في إزالة الغموض حول موضوع الدراسة الحالية، كذلك تصميم البحث والمنهجية المستخدمة فيه، وتم بموجبها أيضاً تحديد طبيعة العينة التي اتخذت منها محوراً للدراسة؛ وهذا ما كان له أبلغ الأثر في إثراء الأدبيات الخاصة بالدراسة، وسهّل على الباحثة مهمة التفسير والتحليل واستخلاص النتائج والخروج بتوصيات تؤمّن مقاربة منسقة ومتعددة

القطاعات لإنفاذ أنشطة الصِّحة النفسية وتطوير استراتيجيات التدخل العلاجي الفعال؛ بما فيه مصلحة لفئة الأطفال على وجه الخصوص.

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة في إجراءاتها الأساسية على منهج المسح باعتباره أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة؛ ذلك أنه يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها؛ من خلال مجموعة من الإجراءات التي تُحدّد نوع البيانات وطرق الحصول عليها (حدادي، ٢٠٢٠: ٧٣)، ومسح الرأي العام Survey Method يعتبر واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية؛ ويُستخدم في البحوث التي تستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات أو سلوكيات عينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما؛ بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة (الأنصاري، ٢٠٢٠: ١٢)، وفي إطار هذا المنهج تعتمد الدراسة الحالية في جمع البيانات على أداة المسح الميداني Questionnaire وذلك من خلال تصميم استمارة استقصاء خضعت للتقييم والمراجعة وصيغت لتناسب الجمهور المستهدف، بما يسهم في تحديد أنماط تصف الظاهرة المدروسة وتحدد أوجه العلاقة بين متغيراتها.

عينة الدراسة:

نظراً لطبيعة الموضوع جاء اختيار العينة مقصوداً، فالباحثة ترى أن الأنسب لتمثيل مجتمع الدراسة والأقرب إلى اهتمامات الدراسة، هو أولياء أمور الأطفال من سن (٣-٧) سنوات "باعتبارهم شريحة مهمة لا يُستهان بها"، لاسيما خلال المرحلة الجارية؛ في ظل تداعيات الجائحة الصحيّة التي فرضت أدواراً ومسؤوليات جديدة زادت من أعباء أولياء الأمور مادياً ونفسياً ومعنوياً في طريقة تعاملها مع الأوضاع الطارئة؛ فالأسرة من بين شرائح المجتمع هي الأكثر تأثراً بهذا الحدث (فيروس كورونا المستجد)، وهي الأعلم بحجم الآثار السلبية الناتجة عن تدهور الأوضاع المعيشية والصحيّة في المستقبل؛ وسط قلق على صِحّة الصغار النفسية، ممن فتحو أعينهم على هذه الحياة، فوجدوا أنفسهم محاطين بقيود وإجراءات معقدة؛ فلما يستوعبوننها، وربما تكون لها تأثيرات بعيدة الأمد، وهي الأقدر على تحسين صِحّة الأطفال من خلال توفير الدعم المعنوي وضمان حصولهم على الرعاية الصحيّة الوقائية؛ في مثل هذه الظروف الإنسانية الحرجة، وهي الأكثر إدراكاً لأهمية دور الحادث الجديد الصادم وغير المتوقع؛ من حيث كونه العامل الأساسي المسبب للصدمة وللاضطرابات المرتبطة بها، والأجدر على تحقيق المواءمة بين الاستقرار والمرونة في مواجهة التحديات والظروف الراهنة؛ لتجاوز هذه المرحلة بأخف الأضرار والحفاظ على السلامة النفسية والجسدية لأفرادها، والأقوى على تطبيق وترسيخ الإرشادات الصحيّة لدى كل أفراد الأسرة بمن فيهم الأطفال، لتصبح سلوكاً ونمط حياة يومياً لتفادي مختلف الأمراض بما فيها فيروس كورونا المستجد، وتجدر الإشارة إلى أن العينة هذه تصادفية تم اختيار مفرداتها بطريقة عشوائية بسيطة في

إطار محافظة القاهرة الكبرى (القاهرة- الجيزة- القليوبية)؛ تُقدر بـ (٤٥١) مفردة، حيث قامت الباحثة بمعاونة بعض الباحثين المساعدين؛ بإجراء لقاءات شخصية غير مقصودة مع أولياء الأمور الذين حضروا لاصطحاب أطفالهم أو لإحضارهم إلى بعض المدارس؛ من خلال عمل الباحثة كمشرف في مساق التدريب الميداني في عدد من دور رياض الأطفال المُلحقة أو التابعة بالمدارس الرسمية؛ داخل محافظة القاهرة، والتي تتبع إدارات تعليمية متنوعة، مثل إدارة (الوإيلي - النزهة - شبرا- المطرية- الزاوية الحمراء- السلام- شرق مدينة نصر- عين شمس- الزيتون)، وقد تعاون مع الباحثة في مهامها المذكورة أنفاً بعض الإداريين والمُختصين في هذا المجال من الأكاديميين التربويين في مجال رياض الأطفال بإدارات (العبور- الشيخ زايد- أبو النمرس- الحوامدية- كرداسة- أوسيم- البدرشين- العياط- الصف- منشأة القناطر- الخانكة)؛ من حيث توزيع عدد آخر من نُسخ الاستبيان على أفراد العينة المختارة، ومتابعة إجراءات التنفيذ، وملاحظة استرداد النُسخ الموزعة، والجدول (١) يوضح توزيع أفراد العينة حسب سماتهم الديموغرافية على النحو التالي:

جدول (١): يوضح توزيع أفراد العينة حسب سماتهم الديموغرافية

البيان	النوع		الفئة العمرية			الخبرة المهنية			المؤهل العلمي		
	الآباء	الأمهات	من ٢٠-٣٠ عام	من ٣٠-٤٠ عام	أكثر من ٤٠ عام	موظف (قطاع عام أو خاص أو استثماري)	مهنة حرة	بدون عمل	مؤهل متوسط فأقل	مؤهل جامعي	دراسات عليا (ببلوم- ماجستير- دكتوراه)
العدد	١٨٤	٢٦٧	٤٧	١٢٢	٢٨٢	٢١٨	٤٤	١٨٩	١٣٥	٢١١	١٠٥
%	٤٠.٨	٥٩.٢	١٠.٤	٢٧.١	٦٢.٥	٤٨.٣	٩.٨	٤١.٩	٢٩.٩	٤٦.٨	٢٣.٣

أداة الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة الاستبانة أداة لجمع معلوماتها، بوصفها الأنسب في تحقيق أهداف الدراسة المسحية للتحليل الكمي للمتغيرات الظاهرة؛ بما يعبر عنها بصورة موضوعية، وقد استندت الباحثة في بناء التساؤلات ومؤشرات قياس متغيرات الدراسة إلى ما انتهت إليه الدراسات السابقة من نماذج ومقاييس؛ أُختبرت في بيانات بحثية مختلفة، وقد أجرت الباحثة تجربة استطلاعية أولية على عينة محدودة مكونة من (٢٥) مبحوثاً من نفس مجتمع الدراسة المذكور أنفاً؛ طبقت الباحثة خلالها صحيفّة استقصاء تمهيدية (أولية) تضمنت أسئلة عديدة مفتوحة، تركت فيها الحرية للمستفتين لإضافة ما يرون أهمية إضافته بحرية مطلقة دون أية قيود، وقد جاءت تلك الأسئلة على النحو التالي:

- ما دور وسائل الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية بشكل عام، وفي التصدي لوباء فيروس كورونا بشكل خاص؟
- ما دوافع استخدام وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) للحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا المستجد؛ داخل نطاق الأسرة؟
- كيف تعامل الإعلام مع وباء فيروس كورونا، وكيف قدمه لشريحة الأطفال؛ بوصفها أحد أهم الشرائح الجماهيرية المستهدفة بالتوعية أثناء الجائحة؟
- ما دور الإعلام في زيادة الوَعْي على مستوى الأسرة بطرق الوقاية من الأوبئة والأمراض المعدية؟
- ما أبعاد الوَعْي الصحيّ اللازم تنميتها لدى طفل الروضة بالتزامن مع الجائحة وبعد انقضاءها؟
- ما العوامل التي تجذب الجمهور "داخل محيط الأسرة" لمتابعة الحملات الإعلامية المُهتمة بالتوعية الصحيّة؛ بوجه خاص إبان جائحة كورونا؟
- كيف يُقيم الجمهور أداء وسائل الإعلام في مسابرة ومواكبة وقائع أزمة جائحة فيروس كورونا المستجد؟

ولقد أدلى أفراد العينة الاستطلاعية بكثير من الآراء المفيدة التي عمدت الباحثة على ترتيبها وتنقيحها وتجميعها وتبويبها في صورة استبانة شبة مغلقة؛ للعرض على الخبراء مرة أخرى؛ كي يتم التوصل إلى اتفاق جماعي على الآراء والتصورات الأكثر أهمية والمتعلقة بالمشكلة محل الاهتمام. وتم بناء أداة الدراسة من استبانة؛ لقياس "جدوى الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا وتأثيراته المتوقعة على مستويات الوَعْي الذاتي الجديد المُتشكّل منه لدى الأطفال وذويهم"، وهي استبانة مغلقة مكونة من (٦٢) فقرة، موزعة على خمسة أبعاد تلبي أهداف الدراسة وتساؤلاتها العامة، على النحو التالي:

أولاً: رصد الملامح العامة للدور الذي تضطلع به مواد التوعية الإعلامية إزاء تلبية حاجات الجمهور المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية تجاه مواجهة مستجدات الأزمة (جائحة Covid-19).

ثانياً: رصد أبرز الإخفاقات التي رافقت المشهد الإعلامي الراهن؛ وحالت دون تقديم تغطية ذات مهنية عالية تجاه هذا الوباء (جائحة Covid-19)؛ بما يتلاءم مع تقييمات الجمهور وتوقعاته.

ثالثاً: رصد تقييم المبحوثين الفعاليات التوعوية لمضامين الحملات والومضات الإشهارية التي يبثها الإعلام عبر منابره المتعددة؛ في مجال نشر الوَعْي وخلق السلوكيات الصحيّة المطلوبة لمجابهة مستجدات هذا الوباء (جائحة Covid-19) داخل الأسرة.

رابعاً: رصد أبرز القوالب والأشكال الإعلامية التي استطاعت اجتذاب اهتمامات جمهور الأطفال إليها، وأسهمت في تزويدهم بالمعلومات الأولية حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid-19) وتشكيل اتجاهاتهم نحوها.

خامساً: رصد الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للخطاب الإعلامي المستخدم في معالجة قضايا جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid-19)، وانعكاساته في تنمية الوعي الصحي للأطفال واستجاباتهم المختلفة.

كما اشتملت على الجزء المتعلق بالبيانات المستقلة، خصص للسمات الديموغرافية لأفراد العينة (السن، النوع، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة، مكان السكن). ولتسهيل تفسير النتائج استخدمت الباحثة الأسلوب التالي لتحديد مستوى الإجابة على بنود الأداة، حيث تم إعطاء وزن للبدائل، وتصنيف الإجابات إلى خمسة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية:

طول الفئة = (أكبر قيمة - أقل قيمة) ÷ عدد بدائل الأداة = (٥ - ١) ÷ ٥ = ٠.٨٠، لنحصل على التصنيف التالي:

جدول (٢): توزيع الفئات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث

الوصف	مدى المتوسطات
موافق بشدة	٥.٠٠ - ٤.٢٠
موافق	٤.٢٠ - ٣.٤٠
لست متأكداً	٣.٤٠ - ٢.٦٠
غير موافق	٢.٦٠ - ١.٨٠
غير موافق مطلقاً	١.٨٠ - ١.٠

إجراءات الصدق والثبات:

لقد جرى التحقق من صدق الاستبانة بالاعتماد على اختبار الصدق الظاهري عبر عرض الأداة على مجموعة من المحكمين من المتخصصين والخبراء، بلغ عددهم (١٠) محكماً من ذوي الاختصاص في مجال الإعلام والصحة والقياس النفسي والتربية للطفولة المبكرة؛ لإبداء الرأي في مواصفات الأداة وطريقة بناءها وتقدير صلاحية تلك الأداة لقياس الصفة المراد قياسها، وكانت نسبة اتفاق المحكمين على عناصر التحكيم مقبولة، وقد أبدوا بعض الملاحظات والتوجيهات التي أخذت في الاعتبار عند الصياغة النهائية لأداة البحث لتظهر بصورتها كما طبقت في مرحلة الدراسة؛ وأعتبر ذلك تحقيقاً لصدق الاستبيان.

كما تم الكشف عن الاتساق الداخلي والتكامل بين بنود الاستبانة عبر إجراء مصفوفة ارتباطية بين مكونات الاستبانة الفرعية وارتباطها ببعضها، وارتباطها بالدرجة الكلية، من أجل ذلك قامت الباحثة بإجراء اختبار قبلي للاستبانة في صورتها الأولية على عينة عشوائية قوامها (٣٠) مبحوثاً من خارج عينة الدراسة الأصلية؛ بهدف تقنين أداة الدراسة الحالية عليها؛ وذلك للتحقق من صدقها وثباتها باستخدامها على عينة التطبيق المذكورة، وفي ضوء ما أسفرت عنه نتائج التجربة الاستطلاعية من نتائج تم إدخال بعض التعديلات للأزمة ممثلة في استبعاد العبارات المكررة المتداخلة أو دمج بعض العبارات وإضافة عبارات جديدة، أو إعادة الصياغة لبعض العبارات الغامضة: كي تكون أكثر وضوحاً وتعبيراً عما وضعت من أجله، ويوضح الجدول التالي

(٣) مصفوفة معاملات الارتباط ومستوى دلالتها الإحصائية لتحديد قيمة الاتساق الداخلي للاستبانة؛
على النحو التالي:

جدول (٣): مصفوفة معاملات الارتباط ومستوى دلالتها الإحصائية لمحاور الاستبانة

معاملات ارتباط بنود المحور الأول بالدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه					
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
١	**٠.٥٦٦	٦	**٠.٦٠٠	١١	**٠.٥٩٩
٢	**٠.٥٩٠	٧	**٠.٣٧٧	١٢	**٠.٥٤٩
٣	**٠.٥٧٣	٨	**٠.٥٢٣	١٣	**٠.٦١٨
٤	**٠.٥٧٠	٩	**٠.٥٧٥	١٤	**٠.٥٩٠
٥	**٠.٥٩٧	١٠	**٠.٥٥١	١٥	**٠.٥٨١
معاملات ارتباط بنود المحور الثاني بالدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه					
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
١	**٠.٥١١	٦	**٠.٦١٤	١١	**٠.٥٦٦
٢	**٠.٥٢٠	٧	**٠.٥٢٥	١٢	**٠.٤٩٧
٣	**٠.٥٩٥	٨	**٠.٥٣٨	١٣	**٠.٥٥٩
٤	**٠.٥٧٢	٩	**٠.٦٠٨	١٤	**٠.٥٩٥
٥	**٠.٥٧٩	١٠	**٠.٥٥٥		
معاملات ارتباط بنود المحور الثالث بالدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه					
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
١	**٠.٣٩١	٣	**٠.٣٠٥	٥	**٠.٤٨٢
٢	**٠.٣٠٧	٤	**٠.٥٢٩	٦	**٠.٤٨١
معاملات ارتباط بنود المحور الرابع بالدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه					
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
١	**٠.٥٠٩	٤	**٠.٤٥٩	٧	**٠.٥٥٥
٢	**٠.٥٩٠	٥	**٠.٥٤٩	٨	**٠.٤٨٨
٣	**٠.٥٨٥	٦	**٠.٣٩٤	٩	**٠.٤٤١
١٠			**٠.٤١٦		
معاملات ارتباط بنود المحور الخامس بالدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه					
رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
١	**٠.٥٠٢	٧	**٠.٤٣٧	١٣	**٠.٣٧١
٢	**٠.٦١٢	٨	**٠.٣٨١	١٤	**٠.٦١٨
٣	**٠.٦١٨	٩	**٠.٥٧٨	١٥	**٠.٦٣٤
٤	**٠.٥٤٨	١٠	**٠.٥٤٣	١٦	**٠.٥٦٣
٥	**٠.٤٦٠	١١	**٠.٢٠٤	١٧	**٠.٤٤٩
٦	**٠.٤٦٦	١٢	**٠.٣٨٧		

** دالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١

أما فيما يخص الثبات، تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha، لمعرفة مدى ثبات الاستبانة، وأظهرت النتائج مؤشرات تدل على تمتع الاستبيان بدلالات اتساق داخلي (كمؤشر على الثبات) عالية، واعتُبرت هذه المعاملات مناسبة لأغراض الدراسة، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول (٤) التالي:

جدول (٤): نتائج معاملات ألفا كرونباخ

المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول	١٥	٠.٨٦٢
المحور الثاني	١٤	٠.٧٥٢
المحور الثالث	٦	٠.٧٦٣
المحور الرابع	١٠	٠.٧٦١
المحور الخامس	١٧	٠.٧٠٣
جميع فقرات الاستبانة	٦٢	٠.٧٣٣

نتائج الدراسة وتفسيرها:

نتائج الإجابة عن محاور تساؤلات الدراسة:

السؤال الأول: ما حقيقة الدور الذي تضطلع به مواد التوعية الإعلامية إزاء تلبية حاجات الجمهور المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية تجاه مواجهة مستجدات الأزمة (جائحة Covid-19)، وترسيخ مبدأ الشراكة فيها من قبل الأطفال أو ذويهم؛ من وجهة نظر أولياء الأمور؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول (٥) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقا للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

جدول (٥): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات أفراد العينة على

عبارات المحور الأول

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدور الذي تضطلع به مواد التوعية الإعلامية إزاء تلبية حاجات الجمهور المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية تجاه مواجهة مستجدات الأزمة:
٤	٧٢.٢%	١.٢٥	٣.٦١	١ ساهم الإعلام بدور كبير خلال هذه الفترة (مستخدمًا العديد من الوسائل والآليات) في حثّ الجمهور على تلقي اللقاح، باعتبار ذلك هو الطريق الوحيد للتعافي من هذه الجائحة، وعودة الحياة إلى طبيعتها.
٢	٧٦%	١.٢١	٣.٨٠	٢ أفرد الإعلام "بمختلف أصنافه" مساحات غير مسبوقة للحملات الصحية التوعوية المكثفة؛ وكان مضمونها التعريف بالوباء وتفسير أسباب انتشاره، وشرح مخاطرة، وتوجيه المواطنين إلى الطرق الصحيحة لتفادي الإصابة بالفيروس.

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدور الذي تضطلع به مواد التوعية الإعلامية إزاء تلبية حاجات الجمهور المعرفية وبلورة مواقف السلوكية تجاه مواجهة مستجدات الأزمة:
٩	%٦٨	١.٣٤	٣.٤٠	٣ تنامي دور الإعلام بشقيه الرقمي والتقليدي في محاربة تفشي معضلة الأخبار الزائفة التي قد تزيد من حالات القلق والخوف غير المبرر بين أفراد المجتمع بالتزامن مع جائحة تفشي وباء كورونا، ورد الكاذب منها وتعزيز الصحيح.
١٠	%٦٧.٨	١.٢٠	٣.٣٩	٤ عمد الإعلام إلى تفعيل الدور الرقابي ورصد السلوكيات السلبية لاستغلال البعض للأزمة، وتوعية الأطراف ذات الصلة بأدوارهم وسبل القيام بها.
١٢	%٦٥.٢	١.٢٩	٣.٢٦	٥ اهتم الإعلام بنقل خبرات التعامل الرائدة مع الأزمة من الدول الأخرى، واستلهم العبر والدروس من التجارب الناجحة على المستوى الإقليمي والعالمي.
٣	%٧٢.٤	١.٢٢	٣.٦٢	٦ تحلى الإعلام بالمسؤولية الوطنية في تعامله مع الجائحة؛ حيث استعرض الجهود التي تبذلها الدولة وقطاعاتها المختلفة لمواجهة الأزمة وإدارتها، شارحاً خطط الجهات العاملة الصحية والأمنية والاقتصادية والتعليمية في المواجهة.
١٣.٥	%٦٢.٦	١.٣١	٣.١٣	٧ اتخذت وسائل الإعلام على اختلاف قنواتها مصادر أخرى جديدة كالأطباء والباحثين وعلماء الأوبئة؛ لتؤدي هذه المصادر دور التحليل والمراجعة والتقييم لجهود الحكومات في كبح انتشار الفيروس تارة، والتقييم العلمي والبحثي لمستوى نشاطه ومستجداته العلمية تارة أخرى.
١٣.٥	%٦٢.٦	١.٢٧	٣.١٣	٨ شهدت الساحة الإعلامية سباقاً محموماً من قبل وسائل الإعلام المختلفة (المرئية، المسموعة، الإلكترونية...); كلها تسعى إلى تنوير المتلقي ووضعه في صورة مخاطر الوباء وتداعياته، ونشر أحدث الأخبار حول أرقام الضحايا وتوزع بؤر الوباء.
١١	%٦٧.٤	١.٣٣	٣.٣٧	٩ امتد الاهتمام الإعلامي ليشمل الدعم النفسي والمجتمعي؛ من خلال حملات وبرامج عملت على بث الروح الإيجابية وتقديم النصائح والإرشادات التي ساعدت الأسر على تخفيف حدة ظروف التباعد الاجتماعي وتجاوز التحديات التي فرضتها الأزمة.
١	%٧٨.٦	١.٠٩	٣.٩٣	١٠ اهتم الإعلام بتخصيص خط ساخن لبث المعلومة للجمهور وفتح المجال لطرح تساؤلاته عن تداعياتها، ومحاولة وضعه في الصورة حول كل التفاصيل الخاصة بالأزمة وتبعاتها.
٥	%٧١.٤	١.٢٠	٣.٥٧	١١ لعبت الإحاطات الإعلامية دوراً مؤثراً وفعالاً في رفع سقف الوعي المجتمعي بطبيعة الدور الذي تقوم به الأسرة لتطبيق وترسيخ الإرشادات الصحية لدى كل أفراد الأسرة بمن فيهم الأطفال، لتصبح سلوكاً ونمط حياة يومياً لتفادي مختلف الأمراض بما فيها فيروس كورونا المستجد (Cov-19).

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدور الذي تطلّع به مواد التوعية الإعلامية إزاء تلبية حاجات الجمهور المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية تجاه مواجهة مستجدات الأزمة:
١٥	٦٢%	١.٣٤	٣.١٠	اعتمد الإعلام خطة إعلامية متطورة تتميز بالمرونة وسهولة الفهم عبر قنوات وطرق مختلفة؛ لاستمالة الأطفال وتوعيتهم بالخطر الذي يحقّ بهم وتساعدهم على الاستجابة لمختلف التعليمات والتدابير الوقائية الواجب اتخاذها؛ ليحافظوا على صحتهم وسلامتهم.
٦	٧٠.٤%	١.٢٢	٣.٥٢	خصّصت وسائل الإعلام برامج لمناقشة الاضطرابات النفسية المترتبة على جائحة فيروس كورونا المستجد (Cov-19)، وتعديل السلوك للمرضى المصابين بعد انتهاء فترة العلاج لتهيئتهم للاندماج في المجتمع، وإشعارهم بالقبول المجتمعي لهم.
٨	٦٨.٦%	١.٢٨	٣.٤٣	أدى الإعلام دوره في تشجيع العمل التطوعي في صفوف مهما كان حجمه أو شكله أو نوعه؛ عبر تسليط الضوء على القصص المميزة في مجال العمل التطوعي والمشاركات الإنسانية، وتكريم المتطوعين والإشادة بأي عمل تطوعي يقومون به عن طريق ذكره في وسائل الإعلام طالما يسهم ولو بقدر يسير في تنمية المجتمع.
٧	٦٩.٤%	١.٣٥	٣.٤٧	تكلّفت معظم وسائل الإعلام بتنفيذ العديد من المبادرات المعنوية التي تركز على الجوانب النفسية والاجتماعية وتعزز جودة الحياة، واستهدفت في المقام الأول فئات المجتمع التي تحتاج للدعم النفسي بشكل كبير كالأطفال وكبار المواطنين والسنن من المقيمين وتثقيفهم بالممارسات الإيجابية والأنشطة الداعمة للسلامة النفسية.
متوسط الوزن النسبي لإجمالي استجابات العينة لجميع عبارات المحور: ٣.٤٥				

من خلال نتائج الجدول (٥) أعلاه؛ يتضح أن المتوسط الكلي لعبارات المحور الأول يبلغ (٣.٤٥) من ٥ درجات؛ وهذا المتوسط يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس المتدرج الخماسي والتي تشير إلى درجة (أوافق)؛ وتتراوح قيمتها ما بين (٣.٤١ - ٤.٢٠)، وهي نتائج ذات صبغة إيجابية؛ تعكس في مضمونها درجة مقبولة من الوَعْي النسبي حول جدوى الدور الذي يضطلع به الإعلام - والمرتكز على ما تقدمه التكنولوجيا الرقمية وما تتيحه الشبكات الاجتماعية من إمكانية نشر البيانات بشكل فوري- في التثقيف والإقناع وإشعار كل فرد بمسؤوليته تجاه صحته وصحة من يراهم؛ معتمداً في ذلك على إثارة الجوانب الانفعالية والعاطفية التي تجنح في بعض الأحيان إلى التخويف؛ كي تؤدي وظيفتها في جعل الجمهور المتلقي يتقبل ما يتلقاه أو على الأقل يتجاوب معه تجاوباً إيجابياً، لذا من المتوقع أن يكون في مهام الإعلام وأدواره الاجتماعية ما استرعى انتباه أفراد عينة الدراسة ويوازي طموحاتهم المعرفية آنذاك، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن الإعلام كلاعب أساسي في إدارة الأزمة؛ بدأ بالفعل في اجتذاب أفراد عينة الدراسة لإمدادهم بالتوعية الصحية المقننة المتعلقة بفيروس كورونا المستجد (Cov-19)، بل وفي تشكيل اتجاهاتهم نحوها،

طرحاً معلومات تفصيلية عن مجرياتها، مستخدماً العديد من الوسائل والآليات التي واكبت مختلف مراحل تطور الجائحة؛ خصوصاً مع التطور الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام وقدرتها الهائلة على تغطية الأحداث في العالم؛ معتمداً على ما يقدمه من معلومات وإرشادات ونماذج، وبما يتميز به من قدرة على مصاحبة مستخدميه ساعات طويلة من اليوم؛ يستطيع أن يلح بطريقة غير منفرة في تعزيز أداء الفرد المعرفي السلوكي الواجب اتباعه في محاربة الوباء، وهذا يمثل نقطة التقاء مع بعض الدراسات السابقة مثل (الجمال وأبو داود، ٢٠٢١)، (طبي، ٢٠٢٢)، (Ayesha, et.al, 2020) التي أوضحت أنه بفضل ما نملكه من منصات إعلامية وأدوات رقمية للرصد وبت المعلومات والإحاطة؛ أصبحنا أثرياء معرفياً ومعلوماتياً على نحو غير مسبوق، وبات بالإمكان أن نتوسع بجدية إزاء كل ما نراه ونلاحظه بشأن هذا الوباء؛ عبر تبني استراتيجية إعلامية محكمة تمكن مسيري هذه الأزمنة من الوصول المباشر للجمهور وتوعيته بالمخاطر المحدقة به، ومن ثم تحقيق الاستجابة المرغوب فيها من قبل الأفراد.

وعلى مستوى الفقرات؛ أشارت نتائج الجدول (٥) إلى أن الأدوار الأبرز التي حلت في مراتب متقدمة ضمن مواقف المبحوثين تجاه فقرات هذا المحور؛ كانت على فحوى العبارات رقم (١، ٢، ٣، ٦، ١٠، ١١، ١٣، ١٤، ١٥)، إذ رصدت أعلى متوسطات حسابية تراوحت قيمتها ما بين (٣.٤٠ - ٣.٩٣)، في ضوء المتوسط النسبي الفارق وتقديرها أوافق، وهذه النتائج تدل على أن تلك الأدوار -على وجه التحديد- في التوعية الإعلامية تتبوأ مركز الصدارة في أجندة الجمهور (أفراد الدراسة) المتلقي للوسيلة الإعلامية؛ فربما تضيف إلى رصيده المعرفي معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق، ويُعد هذا مؤشراً على أن تلك الفعاليات الإعلامية تبدو الأكثر انتشاراً والأوسع أمداً والأكبر جذباً، ولها من القدرة الإيحائية والتأثيرية ما يقنع الجمهور المتلقي عقلياً وعاطفياً للانجذاب نحو مجمل الأفكار المطروحة، وبناء على ما تقدم ذكره يتبين أن الإعلام حقق لنفسه أرصدة عالية وعزز دوره وحجز لنفسه مكانة خاصة وثقة عالية في حياة الجمهور المستخدم، ولعل ذلك مرده في رأي الباحثة إلى أن التعاطي مع هذه الجائحة قد شكل اختباراً متزايداً لوسائل الإعلام المختلفة لتبيان مدى حرصها على كسب ثقة الجمهور المتلقي، فلم يحظ وباء أو مرض معد بتغطية عبر وسائل الإعلام العالمية ومنها العربية كالتي لقيها فيروس كورونا؛ بالنظر إلى خطورته وسرعة انتشاره، فمنذ تفشي الجائحة؛ اضطلع الإعلام بثتى مكوناته بدور حيوي في التعريف بالمرض والتحسيس بخطورته وأهمية الوقاية منه، ما شكل حصناً منيعاً أمام سيل الشائعات والأخبار الزائفة ونظريات المؤامرة التي رافقت تفشي الجائحة، كما ساهم بتقديمه معلومات موثوقة وذات مصداقية؛ في تنوير الرأي العام بخصوص فيروس كورونا، وتعريفه بالطرق الصحيحة لانتقال العدوى وسبل الوقاية منها، وتمكينه من متابعة آخر تطورات الجائحة دون تهويل أو تهوين، وهذا ما تؤيده العديد من الدراسات السابقة؛ حيث جاء في نتائج دراسات (الشرمان، ٢٠٢٠)، (جعفر، ٢٠٢١)، (Gugulethu, et.al, 2021) بأنه شكلت جائحة فيروس كورونا المستجد (Cov-19) تحدياً

استثنائياً خاضته مختلف وسائل الإعلام لناحية مواكبتها وتغطية تطوراتها المتلاحقة؛ غير أنها أكدت في الوقت نفسه أن الإعلام كان على قدر وحجم المسؤولية وأدى دوره على أكمل وجه في الحد من تداعيات الجائحة وتأثيراتها بنشر ثقافة الطب الوقائي وبت رسائل التوعية الصحيّة والموثقة بشأن المرض؛ وتعزيز الإجراءات الوقائية من الوباء بين جميع فئات المجتمع، الذين توجهت إليهم عبر الأنماط والفنون الإعلامية كافة.

ذلك، كما جاء في النتائج المبينة في جدول (٥) أعلاه؛ إذ يلاحظ أن قيم المتوسطات الموزونة لنسب موافقات العينة على العبارات رقم (٤، ٥، ٧، ٨، ٩، ١٢) قد تراوحت ما بين (٣.١٠ - ٣.٣٩)، في ضوء المتوسط النسبي الفارق وتقديرها أوافق إلى حد ما؛ ولا شك أن تلك النتيجة تعطي مؤشراً واضحاً بأن تلك الجهود وعلى الرغم من وظيفتها ومكانتها المحورية في المشهد الإعلامي؛ إلا أنها لم تكن ذات أثر فعال في تشكيل التأطير الأمثل للأحداث المتعلقة بالجائحة وخلق الإثارة بشأنها، أو أنها لا تزال بعيدة عن الصورة المنشودة حسب آراء أفراد عينة الدراسة؛ وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما؛ ما يشير إلى أنه لم يُنح لها - لسبب ما- أن تصل الجمهور، وأن تسهم في بلورة العمليات الإدراكية والتأويلية لديه؛ كي يكون مستعداً - معرفياً ومهارياً- في الاستجابة للأزمة، يُفسر ذلك بحسب الباحثة أن الأمر لا يعدو كونه مجرد ممارسات وسقطات وهفوات مهنية خاطئة وقعت فيها بعض الوسائل؛ والكثير منها عن جهل وغير قصد، ويعود ذلك لعدد من الأسباب؛ إما تتعلق بمستوى الأداء سواء من حيث الشكل أو المضمون، أو لأن الموضوعات لا تُطرح بالعمق الكاف أو المطلوب، أو لضعف المعالجة الإعلامية للأحداث والمعلومات المرتبطة بالأزمة وافتقارها للحيوية المطلوبة، وإذ ترى الباحثة في هذا السياق أن حيثيات الأزمة قد واكبتها وسائل الإعلام بطرق مختلفة؛ فمنها من تتناغم مع إجراءات الدولة المشددة للحفاظ على سلامة المواطنين عبر استلال التغطية الشمولية واستقاء المعلومات الدقيقة من مصادرها الرسمية وإفراد مساحات غير مسبقة للمحتوى الصحيّ التوعوي، مقابل من اكتفى منها بتغطية الرصد الكمي دون النوعي وتقديم جرعات خفيفة من التوعية والتثقيف، نظير ضعف الخطاب الإعلامي الصحيّ في مخاطبة كافة فئات الجمهور والتأثير فيها؛ مما أبعدها عن بلوغ المستوى المطلوب الذي يتفق مع حرجة اللحظة الراهنة، غير أنه يجب الإشارة في هذا السياق إلى حداثة فيروس كورونا الذي هاجم العالم أجمع بشكل مفاجئ دون أن يكون هناك إعداد مسبق للتعامل معه، بجانب سرعة انتشاره وكذلك ضعف المعلومات والبيانات الخاصة بطبيعته وخصائصه ومكوناته، فضلاً عن بعض القصور الذي صاحب تنفيذ حملات التوعية الصحيّة وعدم اتباع الأسس العلمية في تنفيذها، إلى جانب ضعف التأهيل المسبق في برامج تأهيل وإعداد الكوادر الإعلامية لكيفية التعامل مع مثل هذه الأزمات؛ قد أحدث اضطراباً نسبياً لبعض المؤسسات بما فيها المؤسسات الإعلامية، وهذا ما تؤكد عليه العديد من الدراسات المتلاحقة؛ فقد أوضحت دراسات (حافظ، ٢٠٢٠)، (سعد الدين، ٢٠٢٠)، (Sabina, et.al, 2022) أن وسائل الإعلام بدأت مرتبكة وفي حالة تخبط في التعاطي مع الأزمة؛ وخاصة في بداياتها، حيث ضبابية الموقف وعدم وضوح الرؤية؛ وتبين أن

السبب الأهم يرجع بالدرجة الأولى إلى ندرة المعلومات المتعلقة بالمرض؛ ما دفع بالمختصين في هذا الشأن إلى التكهّنات والاعتقادات المبنية على الخبرات السابقة وليس على أسس بحثية ومختبرية علمية، كما أشارت كذلك إلى أن الكثير من وسائل الإعلام وتحت هاجس السبق الإعلامي انشغلت بالبحث عن عقار أو علاج للمرض وبالاكتشافات العلمية المتعلقة فيه؛ وأشغلت الكثير من مساحاتها الإعلامية الزمنية بهذا الموضوع، وهذا انعكس على طريقة تعامل الإعلام مع الأزمة، وظهر بوضوح قصور في أداء الإعلام على المستويين العربي والعالمي في التعامل مع الوباء.

السؤال الثاني: ما أبرز الإخفاقات التي رافقت المشهد الإعلامي الراهن؛ وحالت دون تقديم تغطية ذات مهنية عالية تجاه هذا الوباء (جائحة Covid-19)؛ بما يتلاءم مع تقييمات الجمهور وتوقعاته، من وجهة نظر الوالدين/أولياء الأمر للأطفال؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول (٦) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقاً للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

جدول (٦): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات أفراد العينة على

عبارات المحور الثاني

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبرز الإخفاقات التي رافقت المشهد الإعلامي الراهن؛ وحالت دون تقديم تغطية ذات مهنية عالية تجاه الوباء:
٤	٦٥.٦%	١.٣٦	٣.٢٨	١ بدأت أخطاء الإعلام والاتصال في التعامل مع جائحة كورونا مبكراً، عندما تسابق الإعلام على عرض أخبار حول نظرية "الخفاش" في الصين أو كون اللقاح مصنع مخبرياً؛ بدلاً من التركيز على التوعية بحقيقة الجائحة، مما أثر سلباً على تعامل المواطنين معها.
٩	٦١%	١.٢٨	٣.٠٥	٢ طريقة تعاطي الإعلام التقليدي في مواجهة واحتواء أزمة فيروس كورونا لم تكن على مستوى الأزمة؛ فضلاً عن التباطؤ وعدم المواكبة السريعة لتطورات المرض وطرق الوقاية أو العلاج بما يكفي.
٥	٦٤.٦%	١.٢٩	٣.٢٣	٣ شكل الإعلام صورة مُرعبة عن فيروس كورونا بنقله المُكثف لأخبار انتشار الفيروس بشكل غير معهود؛ إلى الحد الذي يؤدي إلى نتائج عكسية بهروب المتلقي من التعرض لتلك الرسائل لأنها تسبب له ألماً نفسياً وإحساساً بفقدان الأمل.
٨	٦١.٤%	١.٤١	٣.٠٧	٤ لجأت بعض وسائل الإعلام إلى التهويل والتضخيم من الفيروس وانتشاره، مدفوعة بحجة السبق الإعلامي، فنشرت أخباراً غير صحيحة، وروجت لتقارير مغلوطة؛ دون وجود سند حقيقي أو ملموس حول تلك الأخبار.

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبرز الإخفاقات التي رافقت المشهد الإعلامي الراهن؛ وحالت دون تقديم تغطية ذات مهنية عالية تجاه الوباء:
١٠	٦٠.٦%	١.٤٢	٣.٠٣	لجأت بعض وسائل الإعلام إلى نشر معلومات مغلوطة حول أعداد المصابين بالفيروس في بعض الدول ليس فقط للتشكيك في منظومتها الصحية والوقائية، وإنما أيضاً لإظهارها بالعجز والضعف أمام شعبها، واتهامها بغياب الشفافية وعدم المصادقية أمام المجتمع الدولي.
١١	٦٠%	١.٣٣	٣.٠٠	لجأت بعض وسائل الإعلام إلى تهويل الآثار الاقتصادية المترتبة على القرارات المرتبطة بالأزمة قبل اتضاح معالمها.
٧	٦٢%	١.٢٨	٣.١٠	ظهرت بعض التغطيات والمعالجات بوسائل الإعلام المصرية في حالة تناقض وتخط وارتباك خاصة في بداية تغطية الأزمة على المستوى المحلي، فضلاً عن أن أساليب العرض للمعلومات كانت غير جذابة إما معقدة أو سطحية للغاية.
٨	٦٥.٨%	١.٣٠	٣.٢٩	مع بداية ظهور فيروس كورونا؛ كانت المواد المنشورة عنه موجزة ومختصرة ولا تتجاوز في غالبيتها شكل الخبر أو التقرير العاجل؛ خاصة في ظل غياب معلومات دقيقة عنه، ما أدى إلى انتشار شائعات ومعلومات متضاربة ومغلوبة.
٩	٦٨.٢%	١.٣٩	٣.٤١	استخدمت الكثير من وسائل الإعلام لا سيما العربية منها بعض المصطلحات المفرغة التي تنشر الخوف والذعر في نفوس الأفراد وأوساط المجتمع؛ مثل فيروس كورونا القاتل أو جائحة كورونا القاتلة.
١٣	٥٨.٤%	١.٤٧	٢.٩٢	اقتربت بعض وسائل الإعلام من خطاب الكراهية والألفاظ التي تنطوي على تمييز وعنصرية أو تحريض وتحشيد ضد أعراق بعينها؛ كإطلاق تسمية الفيروس الصيني.
٦	٦٣.٦%	١.٣٤	٣.١٨	فتحت وسائط التواصل الاجتماعي للجمهور آفاقاً جديدة لمصادر المعلومات البديلة بنسبة كبيرة من المعلومات المغلوطة والمخالفة للمصادر العلمية والرسمية، كنشر أخبار أو معلومات مضللة أو بروتوكولات علاجية خاطئة أو أي أشياء لها علاقة بفيروس كورونا.
١٢	٥٨.٨%	١.٣٣	٢.٩٤	سلطت العديد من الوسائل الإعلامية الضوء على بعض الفجوات والأخطاء الطبية المؤلمة بشأن وباء كورونا، وقامت بتضخيمها فوق حجمها الطبيعي، وتحويلها إلى مشكلة يُثار حولها الجدل.

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبرز الإخفاقات التي رافقت المشهد الإعلامي الراهن؛ وحالت دون تقديم تغطية ذات مهنية عالية تجاه الوباء:
١٣	٦٩.٦%	١.٣١	٣.٤٨	أصبحت ترصد وتتصيد أخبار الإصابة بالفيروس لفنانين وصحفيين ورياضيين أو نجوم أو مسؤولون، الأمر الذي جعل العديد من وسائل الإعلام تقع في فخ الإثارة والتهويل.
١٤	٥٧	١.٤٧	٢.٨٥	شوهدت بعض وسائل الإعلام صورة المصابين وساهمت في استهجان ونفور المجتمع المحيط بهم حتى بعد التعافي.
متوسط الوزن النسبي لإجمالي استجابات العينة لجميع عبارات المحور: ٣.١٣				

من بيانات الجدول (٦) الموضح أعلاه ← يتبين أنه قد تراوحت قيم المتوسطات الموزونة لنسب موافقات العينة على البنود رقم (١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨، ١٠، ١١، ١٢، ١٤)؛ بين (٢.٨٥ - ٣.٢٩) وتقع هذه القيم في الفئة (٢.٦٠ - ٣.٤٠) في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق وتقديرها ليست متأكدًا، كما يكشف الجدول عن أن متوسط الوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو مجمل الإخفاقات التي رافقت الأداء المهني والمعالجة الإعلامية للأزمة (جائحة Covid-19)؛ قد بلغ (٣.١٣) من خمس نقاط، وهذا المتوسط أيضاً يقع في الفئة (٢.٦٠ - ٣.٤٠) من فئات المقياس المتدرج الخماسي والتي تشير إلى درجة (ليست متأكدًا)، وقد جاءت نتائج الاستجابات في هذا المجال لتؤكد على هيمنة حالة من الشك والارتباك وعدم الوضوح في الرؤية لدى أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمظاهر بعض الارتباكات والأخطاء المهنية التي شابحت محتوى الإعلام العربي؛ وعلى الأخص عند بداية تقشي الوباء؛ ولعل ذلك مرده في رأي الباحثة إلى أن وسائل الإعلام قد أفرطت كثيراً في بث التغطيات المتعلقة بالوباء من جانب، وعرضت إفادات متضاربة عززت حالة عدم اليقين، وأشاعت التشوش الذهني الذي يؤدي إلى قلة الفهم أو اختلاطه من جانب آخر، وبالنظر إلى قيم المتوسط الحسابي للفقرات؛ يتبين أن أفراد العينة فضلوا عدم التورط في إعطاء أية إجابة؛ إذ أنهم ليسوا على يقين من حدود وضوابط فيض ما ينتج عن وسائل الإعلام من سلبيات ونقائص في هذا الجانب؛ بفعل الزخم المعلوماتي الضخم المتضمن على حد سواء المعلومات الدقيقة وغير الدقيقة، ومن خلال الأنباء المتضاربة التي يُكذب بعضها بعضاً، وكذا التحليلات والآراء المتباينة وغيرها من أوجه إثارة البلبلة المعلوماتية خلال الفترة الأولى لانتشار الفيروس في العالم من جهة؛ ولكثرة الخيارات والبدائل الإعلامية والاتصالية الفورية المتاحة أمام الجمهور ومزاحمة مواقع التواصل الاجتماعي من جهة أخرى؛ مما أدى إلى طفرة معلوماتية وزيادة في الاستقطاب؛ الأمر الذي لا يجعل الجمهور المستخدم يقف طويلاً أمام مكامن الخلل وجوانب الضعف التي تعوق وسائل الإعلام في تحقيقها لأهدافها وتنفيذ أجندتها في زمن الجائحة، ويبدو هذا التفسير منطقياً في ضوء ما أورده (محمدي، ٢٠٢٠: ٤٥)، (Manash, et.al, 2022) حين أشارا إلى أنه تلعب التغطية الإعلامية لتداعيات شيوخ الوباء عبر العالم دوراً جوهرياً في تقاوم حالة الريبة أثناء الأزمة، عبر كثافة المعالجات الإعلامية غير المدروسة للجائحة وآثارها، بشكل أعاد الحياة إلى مصطلح تعرفه المقاربات العلمية للأثر النفسي الناجم عن التعرض للأخبار السلبية؛ وهو مصطلح

"تعب الأخبار" News Fatigue، والذي يُعرف بأنه حالة تصيب الفرد والجماعة جراء التعرض المتكرر لسيل من الأخبار والمعالجات الإعلامية لظاهرة سلبية؛ بما يؤثر تأثيراً ضاراً في الصحة النفسية، ويعزز حالة التوتر وعدم اليقين الذي تولده في نفس المتلقي.

وكما ورد بالجدول (٦)؛ فقد جاءت فقرتان في مرتبة متقدمة قياساً بالمتوسط الكلي، وهي الفقرات رقم (٩، ١٣)، إذ بلغت متوسطاتها الحسابية على الترتيب (٣.٤٨ - ٣.٤١)؛ وتقع هذه القيم ضمن الفئة (٣.٤٠ - ٤.٢٠) في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق؛ وتقديرهما أوافق، وتتص تلك الفقرات على أنه: " أصبحت ترصد وتتصيد أخبار الإصابة بالفيروس لفنانين وصحفيين ورياضيين أو نجوم أو مسؤولون، الأمر الذي جعل العديد من وسائل الإعلام تقع في فخ الإثارة والتحويل"، و"استخدمت الكثير من وسائل الإعلام لا سيما العربية منها بعض المصطلحات المفزعة التي تنتشر الخوف والذعر في نفوس الأفراد وأوساط المجتمع؛ مثل فيروس كورونا القاتل أو جائحة كورونا القائلة"، ويمكن تفسير النتائج السابقة - من وجهة نظر الباحثة- في ضوء عدد من العوامل المؤثرة التي تفرض أجندتها على الأداء الإعلامي؛ أهمها المفاجأة والتعقيد والتشابك والتداخل في عناصر الأزمة (جائحة Covid- 19) وأسبابها والتصاعد المفاجئ لأثارها؛ مما يجعل التعامل معها إعلامياً يتم تحت ضغط نفسي عالي، ويستدعي في مواجهتها خروجاً عن الأنماط التنظيمية المألوفة، وابتكار نظم أو نشاطات تُمكن من استيعاب ومواجهة الظروف الجديدة المترتبة عن الأزمة، مما يدفع الإعلام بوسائله المختلفة إلى تنشيط الإثارة العاطفية واللعب على الوتر الإنساني حول مضمون الرسالة الإعلامية التي قد تثير خوف الرأي العام في كثير من الأحيان، مستفيد في ذلك من سياقات التوتر والقلق والخوف التي تحيط بأحداث الأزمة، وما يستتبعه ذلك من تعمد اللجوء إلى الاستعانة بأسماء المشاهير في المجال الفني والسياسي والرياضي والاجتماعي في العناوين - باعتبارها منبهات تعمل على شد انتباه الجمهور وتهيئة توقعاته- مما يزيد من حتمية حدوث الإثارة؛ لِيُتاح له في هذا المجال أن يُحرك مشاعر المتلقي ويجذب انتباهه للمادة الإعلامية ويجعلها عاقلة في تفكيره؛ فيؤثر فيه أيما تأثير، وهنا تؤكد الباحثة على أن هذه الممارسات تأتي بدون مبرر لتحقيق عنصر الجذب والإثارة للجمهور، وتقوم على نشر الأخبار المثيرة وتوظيف المصطلحات والعبارات المشحونة عاطفياً والعناوين الصارخة؛ بما تحمله من مؤشرات قائمة على بث المخاوف والفرع والصدمة وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي؛ حتى تلفت أنظار الجمهور إليها ويمنحونها اهتماماً نسبياً أكبر في أذهانهم؛ دون أن يخدم ذلك المصلحة العامة لأفراد المجتمع، وقد وجد هذا المنظور رافده النظري فيما أصبح يُعرف بسياسة الإثارة والتي تأتي من منطلق المعالجة المثيرة؛ التي تستخدم أسلوباً يعتمد على التغطية المستندة إلى التهويل والإثارة والمعالجة السريعة والسطحية، وهذه المعالجة لا تُقدم للجمهور ما يشبع رغباته ولا تحقق الأهداف العامة للإعلام، كما أنها تؤدي إلى تضليل الجمهور وتشويه وعيهم في بعض الأحيان؛ حسبما يؤكد ذلك (مصطفى، ٢٠١٨: ٩٦)، وفي السياق نفسه بينت دراسة (Shakshi & Abhishek, 2021) أنه يعتمد الإعلام بشكل كبير على استراتيجية التأثير الداخلية في تصميم رسالته الخاصة بجائحة (Covid- 19)، والتي تركز على

العناصر الإدراكية والعاطفية لدى المتلقي بهدف التأثير في سلوكه، ويتخذ من العامل العاطفي محركاً لها والذي يلعب على وتر المشاعر والعواطف الجياشة؛ بهدف التأثير في وجدان المتلقي من خلال إثارة انفعالاته وحاجاته النفسية والاجتماعية بما يحقق أهداف الاتصال.

السؤال الثالث: إلى أي مدى يقيمُ المبحوثين الفعاليات التوعوية لمضامين الحملات والومضات الإشهارية التي يبثها الإعلام عبر منابرهم المتعددة؛ في مجال نشر الوَعْيِ وخلق السلوكيات الصّحية المطلوبة لمجابهة مستجدات هذا الوباء (جائحة Covid-19) داخل الأسرة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول (٧) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقاً للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

جدول (٧): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات أفراد العينة على

عبارات المحور الثالث

الترتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	تقييم الفعاليات التوعوية لمضامين الحملات والومضات الإشهارية التي يبثها الإعلام عبر منابرهم المتعددة؛ في مجال نشر الوَعْيِ الصّحي وتغطية الأزمّة:	
٣	٦٠%	١.٣٢	٣.٠٠	مبسطة وجذابة	١
١	٦٨.٢%	١.٢١	٣.٤١	تنقيفية ومفيدة	٢
٢	٦٢.٨%	١.٢٣	٣.١٤	متوازنة ومقتعة	٣
٤	٤٩.٢%	١.٣٣	٢.٤٦	افتعالية ومعقدة	٤
٥	٤٧.٨%	١.٣٦	٢.٣٩	متناقضة وغير مقتعة	٥
٦	٤٧.٤%	١.٤٤	٢.٣٧	غير موثوق بها	٦
متوسط الوزن النسبي لإجمالي استجابات العينة لجميع عبارات المحور: ٢.٨٠					

يكشف الجدول (٧) الموضح أعلاه عن أن متوسط الوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو إجمالي الفقرات المتعلقة بتقييم الفعاليات التوعوية لمضامين الحملات والومضات الإشهارية التي يبثها الإعلام عبر منابرهم المتعددة؛ في مجال نشر الوَعْيِ الصّحي وتغطية الأزمّة (جائحة Covid-19)؛ قد بلغ (٢.٨٠) من خمس نقاط، وهذا المتوسط يقع في الفئة (٢.٦٠ - ٣.٤٠) من فئات المقياس المتدرج الخماسي والتي تشير إلى درجة (لست متأكداً)، ولعل ذلك الأمر مرده من وجهة نظر الباحثة إلى عدة عوامل؛ أحدها: افتقار أفراد العينة للمعرفة للأزمّة والوَعْيِ المطلوب لحل رموز الرسالة الإعلامية وفهمها؛ بما يساعدهم على تكوين موقف متكامل تجاه السمات المميزة لمستوى المعالجة وأساليب تناول وسائل الإعلام للأزمّة، وبما يمكنهم من تكوين رأي سليم بشأن مدى موضوعيتها وتوازنها وعمقها ومصداقيتها، وثانيها: زيادة التدفق الحر للمعلومات وتزاحم الأنباء عن الأزمّة الصّحية عبر المنصات الإعلامية المتعددة، وما لازم ذلك من تعرّض المواطن لكم هائل من المعلومات المقروءة والمسموعة والمرئية بين الوسائط التقليدية والرقمية - على اختلاف وتنوع صورها وأشكالها- الأمر الذي يفرض على ما يسمى بظاهرة الوباء أو الاختلال المعلوماتي

"INFODEDMIC" الذي يصيب أنظمة الاتصال المؤسساتي، خصوصاً وأن نقل المعلومات حول الوباء العالمي وانتشاره شهد نوع من الضبابية الإعلامية؛ نتيجة الزخم الإعلامي المتراكم جراء نشر الإحصائيات والمعلومات الخاصة بانتشار هذا الوباء، مما يؤدي مع التراكم إلى تحول الصور الذهنية إلى مركب من الأحكام والتصورات والانطباعات المتنوعة، وهذا بدوره يؤدي إلى الإجهاد الذهني الذي يقود حتماً تشتيت المتلقي وإرباكه من خلال تدفق المعلومات والصور والبيانات؛ مما يفقد المتلقي القدرة على الاختيار والتمييز والثبات أمام مستوى المعالجة الإعلامية للموضوع أو الحدث، ويتفق هذا مع ما أشارت إليه نتائج العديد من الدراسات مثل (A.K.M.N.Eslam, et.al, 2020)، (عبد الحق وجمعه، ٢٠٢١) التي أكدت على أنه قد أدى التدفق المعلوماتي الهائل المتفاوت بالكم والكيف؛ مع تعدد مصادر المعرفة وانتشار التقنيات الحديثة في ظل شدة وطأة انتشار وباء كورونا إلى تنامي التأثيرات الإيجابية والسلبية؛ مؤثراً على حالة المتلقي والذي يقف حائراً أمام كل تلك الخيارات المتنوعة؛ لا يفهم ولا يستوعب ولا يدرك بعمق وشمولية حقيقة ما يحدث؛ بكل ما يستتبع ذلك من الشعور بعدم القدرة على فهم المعاني المتعددة في الرسائل الإعلامية، أو استخدام التفكير الناقد لتحليل جودتها وصحتها ومصداقيتها حتى لو كانت الرسالة الإعلامية واضحة في مضمونها ودلالاتها.

وفي ذات السياق؛ فقد تردد أفراد العينة بالإجابة على الفقرتين رقم (١، ٣)، مفضلين خيار لست متأكداً، إذ بلغت متوسطاتها الحسابية على الترتيب (٣.٠٠ - ٣.١٤)؛ وتقع هذه القيم أيضاً ضمن الفئة (٢.٦٠ - ٣.٤٠) في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق؛ وتقديرهما (لست متأكداً)، وتنص تلك الفقرات على: "مبسطة وجذابة"، و"متوازنة ومقنعة"، وقد جاءت نتائج الاستجابات في هذا المجال لتؤكد أيضاً تردد أفراد العينة في تحديد موقفهم بشكل واضح حول عملية تقييم السياق الإعلامي الذي توجد في إطاره القضية محل الدراسة، وهذا يعطي دلالة على أن تلك السمات المطروحة من المعالجة الإعلامية ربما لم تحظ بالقدر الكافي من التركيز أو الاهتمام الذي تستحقه من جانب استجابات المبحوثين المختلفة - رغم أنها على جانب كبير جداً من الأهمية - وتفسر الباحثة هذه النتائج في إطار السمة المسيطرة أو فكرة الرؤية أحادية الجانب للموضوع التي تقصر النظر على جانب بعينه وإعطاؤه أولوية على ما دونه في لحظة معينة، وتؤكد النتيجة السابقة على أن أحكام أفراد عينة الدراسة وتوقعاتهم كانت أكثر تأثراً بالأطر والمفاتيح المعرفية ذات البعد التثقيفي التي بدأت تسيطر على تفكير جمهور المتلقين وتصيغ نظرتهم إلى طبيعة الأشياء؛ وتحديداً خلال الأزمنة الأخيرة، وهي أطر رغم أهميتها فإنها لا تحقق الفهم والوعى الكافي واللازم للجمهور، وهذا ما يبدو أنه قد انعكس بشكل مباشر على تكوين تقييماتهم وإصدار أحكامهم عن السمات محل التقييم، وهو الأمر الذي يعني أن غالبية الآراء تتجه إلى الطاقة التثقيفية التي صاحبت أطر التغطية الإعلامية للحثثيات اليومية الدامية المتعلقة بالأزمة (جائحة Covid-19)؛ بما يكفل إمكانية الحصول على الخبر والتعرف على الحدث بسرعة ودقة وحيادية وعبر وسائط متعددة صوتية ومرئية وبطريقة سهلة وواضحة؛ دون الاستغراق في التفاصيل الدقيقة، وذلك سعياً منهم إلى فهم الواقع المحيط بهم

والتكيف معه؛ بغض النظر عن السمات الأخرى المرتبطة بإظهار مكامن القوة والضعف في المحتوى الضمني غير الصريح للرسالة الإعلامية حيال القضايا البارزة، وينسجم هذا الطرح مع ما أشارت إليه دراسة (أبو العز، ٢٠٢٠)؛ حيث أوضحت أن الجمهور المصري لا يهتم كثيراً في حال متابعة الأحداث الطارئة كتغطية أحداث انتشار فيروس كورونا بتقييم الجانب المهني أو الأخلاقي في التغطية للوسائل التي يختارها؛ فينتقل على سبيل المثال مشاهدة لقطات دموية، أو صور لضحايا حادث؛ مادام هناك سبق إعلامي تحقق.

كما يتبين من بيانات الجدول (٧) الموضح أعلاه ← أن أعلى درجات الموافقة كانت نحو العبارة رقم (٢) "تنقيفية ومفيدة"، إذ بلغ المتوسط الحسابي الموزون (٣.٤١)، وتقع هذه القيمة ضمن الفئة (٣.٤٠ - ٤.٢٠) في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق؛ وتقديرها أوافق، ولعل الأمر الأكثر إثارة للاهتمام هو أن فحوى هذه العبارة ومضمونها قد حظيت بارتياح نسبي من قبل الباحثين، وهذا يؤكد مرة أخرى فعالية الدور الحيوي والملموس في مجال التوعية والتنقيف، وتعتقد الباحثة أن هذا الأمر متوقع؛ ولعل ذلك مرده إلى ركونهم إلى ما ألفوه من أدوار تقليدية تصب في بوتقة الدور الإخباري المتمثل في تنوير الرأي العام وتزويده بكل المعلومات في وقتها عبر المنصات الإعلامية المتعددة في ظل خصوصية الظرف الراهن؛ على نحو يتماشى مع لهفة الجمهور لتلقي معلومات غير اعتيادية تشبع نهمه المتزايد وقت الأزمات للأخبار، وربما يؤكد هذا على أمر مهم وهو قيمة القرب في المادة الإعلامية/ الإخبارية وجذبها للانتباه والاهتمام، إضافة إلى أن المعالجة والتغطية الإعلامية لأخبار الأزمة قد جاءت لتلبي حاجاتهم للمعلومات وترضي الفضول والرغبة في معرفة مستجدات الوضع والحالة الصحيّة في البلاد؛ نظراً لتأثرهم بانعكاساتها، وهذا ما أشارت إليه دراسة (عبد الحافظ، ٢٠٢٠)؛ إذ أكدت على أنه قد حظيت هذه الجائحة باهتمام المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية المصرية؛ مما يوفر للجمهور المصري فرص الحصول على الأخبار والتحليلات والمعلومات عن تلك الجائحة ومعرفة أبعادها المختلفة؛ بالشكل الذي يشبع فضولهم العلمي والمعرفي ويثري خبراتهم في هذا الإطار.

وفي المقابل نجد أن أقل البنود موافقة من قبل أفراد عينة الدراسة؛ البنود رقم (٤، ٥، ٦)؛ إذ تراوحت قيم المتوسطات الموزونة لنسب موافقات العينة على هذه العبارات ما بين (٢.٣٧ - ٢.٤٦)؛ في ضوء المتوسط النسبي الفارق وتقديرها غير موافق، ونصها "افتعالية ومعقدة"، "متناقضة وغير مقنعة"، "غير موثوق بها"؛ مما يشير إلى رفض أفراد العينة - وإن كان بنسب متواضعة- لتلك العبارات السلبية؛ حيث قيمت على أنها مرفوضة بدرجات الرفض أو عدم التفضيل المختلفة، وبالنظر إلى ما سبق؛ يتبين أن توجهات معظم أفراد العينة نحو هذه العبارات غلب عليها الطابع الإيجابي منه إلى السلبي، وهي نتيجة هامة جداً تعكس اتجاهاً إيجابياً من الباحثين نحو الاهتمام الإعلامي غير المسبوق بالأزمة (جائحة Covid-19)، كما تشير أيضاً إلى أنهم يرفضون الغوص في تفاصيل تلك السلبات والنواقص؛ لإيمانهم - من وجهة نظر الباحثة- بحساسية موقف الإعلام الذي يحاول جاهداً تقديم معلومة صحيّة في زمن الوباء الصعب؛ فالإعلام بصنوفه المهنية المتعددة

قدم نماذج من التغطيات المتميزة ليس فقط في سرعة الخبر ودقته وشموله بالتحليل، بل أيضا بالبعد الأخلاقي النابع من الإحساس والواجب والمسؤولية العامة تجاه الرأي العام أيّا كان موقعه وانتماؤه وايدولوجيته وعرقه ومذهبه، ولعل هذه النتيجة تؤكد أن الجمهور المصري بدأ يستعيد الثقة مرة أخرى فيما يقدمه الإعلام وخصوصاً الرسمي وذلك فيما يخص تغطية أحداث انتشار فيروس كورونا، ويعزز هذا الاستنتاج ما ذهبت إليه نتائج بعض الدراسات السابقة؛ إذ أثبتت أن الإعلام عاد ليتبوأ مكانة الصدارة في اهتمام المتلقي بفضل الوباء؛ بعدما باتت منابره المتميزة مصدراً معتبراً للمعلومة ومرافداً مهماً للتغطية الأشمل منسوباً وتنوعاً للأزمة، حيث لم تترك وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية والإلكترونية شاردةً أو واردةً متعلقة بفيروس كورونا منذ الإفصاح عن اكتشافه وانتشاره إلا وأنت عليها بحثاً وتفصيلاً وتحليلاً وتدقيقاً، وقد شكّل هذا الجهد الاستثنائي غير المسبوق في تاريخ الإعلام، من حيث وحدة موضوعه ومن حيث الاهتمام به، قاسماً مشتركاً التقت عنده وسائل الإعلام كلها على اختلاف صنوفها ولغاتها ومشاربها السياسية ومواقعها الجغرافية واستراتيجياتها سواء كانت جهات حكومية عامة، أو أهلية خاصة. (خيري، ٢٠٢٠)، (Erfei, et.al, 2020)، (Yi Wu & Fei Shen, 2021)

السؤال الرابع: ما أبرز القوالب والأشكال الإعلامية التي استطاعت اجتذاب اهتمامات جمهور الأطفال إليها، وأسهمت في تزويدهم بالمعلومات الأولية حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid-19) وتشكيل اتجاهاتهم نحوها، من وجهة نظر الوالدين/أولياء الأمر للأطفال؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول (٨) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقاً للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

جدول (٨): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات أفراد العينة على عبارات المحور الرابع

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبرز القوالب والأشكال الإعلامية التي استطاعت اجتذاب اهتمامات الجمهور إليها، وأسهمت في تزويدهم بالمعلومات الأولية حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid-19) وتشكيل اتجاهاتهم نحوها:
١٠	٤٨.٢%	١.٤٨	٢.٤١	١ تقارير علمية موثقة بالإحصائيات ونتائج البحوث الطبية.
٥	٦٦.٦%	١.٣٢	٣.٣٣	٢ أفلام قصيرة تثقيفية موثقة بالرأي العلمي الطبي.
٧	٦٠.٦%	١.٣٨	٣.٠٣	٣ لقاءات حوارية توعوية وقائية بكل جديد ومفيد.
٣	٧١.٤%	١.٢٩	٣.٥٧	٤ المواقف الدرامية أو الترفيهية البسيطة.
٦	٦١.٦%	١.٣٧	٣.٠٨	٥ أخبار قصيرة نصية.
١	٨١.٦%	١.٢٣	٤.٠٨	٦ رسوم متحركة مدعمة بالشرح والرسوم المعلوماتية.
٨	٥٨.٦%	١.٣٧	٢.٩٣	٧ أسلوب الحديث المباشر من الأطباء المتخصصين.

الرتبة	الوزن النسبي	الاحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبرز القوالب والأشكال الإعلامية التي استطاعت اجتذاب اهتمامات الجمهور إليها، وأسهمت في تزويدهم بالمعلومات الأولية حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19) وتشكيل اتجاهاتهم نحوها:
٤	٦٨%	١.٢٨	٣.٤٠	٨ حملات إعلانية مباشرة ذات قالب غفاني أو درامي.
٩	٥٢.٢%	١.٣١	٢.٦١	٩ الإعلانات الثابتة غير المتحركة (إعلانات الطرق).
٢	٧٩.٨%	١.١٨	٣.٩٩	١٠ مقاطع الفيديو الموجهة للأطفال بخصوص فيروس كورونا عبر اليوتيوب ومنصات التواصل الاجتماعي.
متوسط الوزن النسبي لإجمالي استجابات العينة لجميع عبارات المحور: ٣.٢٤				

يبين الجدول السابق (٨) أن أفراد عينة الدراسة لم يكونوا أكثر حزماً في إبداء الموافقة حيال أبرز القوالب والأشكال الإعلامية التي استطاعت اجتذاب اهتمامات جمهور الأطفال إليها، وأسهمت في تزويدهم بالمعلومات الأولية حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ إذ أن متوسط موافقتهم قد بلغ (٣.٢٤) من خمس نقاط، وهذا المتوسط يقع في الفئة (٢.٦٠ - ٣.٤٠) من فئات المقياس المتدرج الخماسي والتي تصنفهم على أنهم (محايدون)، وفي ذات السياق؛ فقد تردد أفراد العينة بالإجابة على الفقرات رقم (٢، ٣، ٥، ٧، ٩)، مفضلين خيار لست متأكداً، إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (٢.٦١ - ٣.٣٣)؛ وتقع هذه القيم أيضاً ضمن الفئة (٢.٦٠ - ٣.٤٠) في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق؛ وتقديرها (لست متأكداً)، وربما كان ذلك الاتجاه المحايد - حسب رأي الباحثة- هو تعبيراً عن عدم وضوح الرؤية بشكل كاف لدى الجمهور من أفراد العينة فيما يتعلق بتحديد الخيارات والقوالب الفنية المتاحة من وسائل الإعلام التي يمكن اعتمادها؛ كمثيرات لجذب الجمهور وخصوصاً مجتمع الأطفال الذين يتأثرون تأثراً كبيراً بتلك الوسائط الإعلامية المتنوعة؛ في ظل الزخم واللغط الإعلامي الكبير الذي أحاط بجائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)، وترى الباحثة أن تصدر هذا الموقف المحايد بهذه المرتبة يشير بوضوح إلى أنه من المحتمل أن تجذب تلك الأساليب انتباه أفراد العينة وذويهم لبعض الوقت؛ إلا أنها قد تفشل في تحقيق الهدف من ورائها؛ إذ لم تسترِع انتباه "الجمهور المستهدف" من وراء الحملة، مما يعطي دلالة واضحة على أنه قد يرفضها أو يستجيب لها؛ إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته، وربما يُفسر اتجاه المبحوثين الذين اتخذوا جانب الحياد وعدم الإفصاح عن الموافقة أو الاعتراض بأنه يمكن أن يكون انتقاداً لإجراءاتها وليس رفضها من الأساس؛ فقد تنحو تلك الأنماط نحو لغة ضيقة مملّة ومنفرة لا تستند إلى أصول الإقناع الإعلامي المؤثر، أو قد تفتقر لتكنيكاتها وأساليبها الدعائية إلى الصنعة الأدبية الإبداعية، أو أن رسائلها الإعلامية تُصاغ في أنماط جامدة ومكررة تفتقر إلى الجاذبية والتشويق، أو أن ظهورها اليومي والمتكرر ولفترات طويلة يخلق الملل والرتابة عند المتلقي - طفلاً كان أم راشداً- وجاءت مؤشرات الدراسة لتدعم ما رصدته نتائج العديد من الدراسات السابقة؛ نذكر منها على سبيل المثال (درويش، ٢٠٢١)، (Wallace, et.al, 2021)، (Anne, et.al, 2022)؛ التي كشفت عن أنه في كثير من الأحوال قد تعجز التغطيات الاستقصائية الإعلامية

للمعلومات المتعلقة بجائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ عن جذب انتباه الأسر والأطفال أنفسهم؛ نظراً لصعوبة فهمها أو كآبة مضمونها، أو لأنها تقتصر على الترفيه الذي يعزز قدرة المادة الإعلامية على إحداث الجذب وتفعيل الاهتمام تجاه المادة، وكذلك أشارت تلك الدراسات إلى أنه يمكن معالجة الجفاء والجدية المفرطة في تلك التغطيات "بمختلف قوالبها"؛ بالقدر الذي يساهم في إبعاد الملل عن الجمهور وفي الخروج من الروتين الممل الذي شاب تقديم هذه البرامج في إطار من الجدية المفرطة؛ وذلك بتضمين قصصها الإخبارية المهمة والساخنة مواقف درامية تزيد من تقرب المعاني المجردة وتجعل المشاهد يتألف معها؛ وبالتالي يؤدي إلى فاعلية أكبر وأكثر عمقاً في ترسيخ المعلومة أياً تكن، خصوصاً أن الأسلوب الدرامي يزيد من استجابة المشاهدين وجذب انتباههم لمتابعة نشرات الأخبار، وأوصت كذلك بأنه كي تحقق وسائل الإعلام نجاحاً في هذا الاتجاه لا بد مبدئياً من أن يستعين القائمون عليها بالمؤثرات الفنية والشكلية المتميزة التي تجذب الانتباه عليها وتجعلها لافتة للنظر سواء في الإعلام المقروء أو المسموع أو المرئي، حينها لن ينفر من سماعها العامة؛ وسوف ستلاقي إقبالاً وجاذبية للفئات المختلفة بفضل تقديمها بأسلوب جديد تمتزج فيه الجدية بالتسليّة الدرامية؛ فيسهل معها استيعاب الحقائق وتحقيق الفائدة التي تُعتبر الغرض من عملية الاتصال بالجمهور.

ذلك، كما جاء في النتائج المبينة في جدول (٨) أعلاه؛ إذ يلاحظ أن قيم المتوسطات الموزونة لنسب موافقات العينة على العبارات رقم (٤، ٦، ٨، ١٠) قد تراوحت ما بين (٣.٤٠-٤.٠٨)، في ضوء المتوسط النسبي الفارق وتقديرها أوافق، ولعل هذه النتيجة تعكس بشكل كبير وواضح أن هناك ثمة قناعة متزايدة لدى أفراد العينة من أولياء الأمور بأن مثل تلك القوالب والأشكال الإعلامية التي يُصاغ في إطارها التوعية والتثقيف الصحيّ فيما يخص موضوع الجائحة والأزمة الصحيّة (Covid- 19) تجذب انتباه المتلقي في أسرع وقت ممكن، وتلقى تجاوباً وقبولاً أوسع لدى فئات الجمهور، وذلك انطلاقاً من مجموع الخصائص والإمكانيات التي تتمتع بها في التسويق والتغطية للمعلومة التوعوية؛ مما جعلها تحظى بتقدم ملحوظ من حيث الانتشار أو التأثير إذا ما قورنت بغيرها من الوسائل المتوفرة، ومن ثم تُعد أفضل الخيارات جاذبية وتأثيراً في نفس الطفل وتوجيه سلوكه؛ كونها قريبة من نفسية المشاهد الذي يبحث عن الراحة، وبما تمتلكه من قدرة على تقديم المعلومات بطريقة تتوافق مع طبيعة الطفل؛ من خلال ما توفره تلك الوسائط من جو متكامل فيه الوسائط المتعددة كالصوت والفيديو والصور المتحركة والرسومات والكلمات المكتوبة، وهذا إن دلّ على شيء فإنما يدلّ على أن تلك القوالب قد استطاعت بالفعل أن تجذب انتباه أطفال أفراد عينة الدراسة متلقين الرسالة الإعلامية، وتستأنف اهتمامهم بطرق الجذب وأساليب الاستمالة وفنون الإقناع، ومرد ذلك في نظر الباحثة؛ إلى أن منها ما يتسم بالاحترافية العالية؛ حيث تتوافر فيها عناصر الجودة الفنية والإبهار بما يجعلها تحظى بنسب مشاهدة مرتفعة؛ في إطار القوالب الإخبارية المشوقة والمؤثرة والبسيطة ذات الدقائق المعدودة؛ التي يفهمها ويلاحقها الأطفال والكبار معاً؛ ولا تحتاج إلى بذل مجهود ذهني بسيط أو كبير لإدراك معنى الرسالة ومراميتها، وهذا يتفق مع العديد من

الدراسات السابقة التي أكدت على أن جمهور الأطفال هم أكثر فئات المجتمع تأثراً بالأزمات خاصة الصحية منها؛ لعدم قدرتهم على الفهم الصحيح لأبعاد الأزمة ولمحدودية إدراكهم، ويُنظر في هذا السياق إلى وسائل الإعلام بمختلف أشكالها ووسائطها الناقلة للمعلومة والمعرفة؛ كواحدة من أبرز الوسائل المستخدمة من قبل مختلف فئات المجتمع للاطلاع على آخر المستجدات وقد شددت النتائج المتحصل عليها على أن الدخول إلى عقول الأطفال بكل سبل الإغراء المحببة إليهم؛ كالرسوم المتحركة والأغاني والقصص المجسمة والموسيقية والمصورة والتي تتفق مع حاجاتهم الطبيعية؛ يزيد من فرص الفهم والاستيعاب الذي يمكنهم من تطوير المهارة لديهم واكتسابها وإتقانها بطريقة ذات معنى، وهذا لن يتحقق إلا عندما تُحشد لقلب الفكرة الكثير من عناصر الجذب التي توفرها التقنيات الإعلامية الحديثة، ثم تُقدم في ظل القنوات الفضائية والمنصات الإلكترونية واسعة الانتشار؛ فلا شك حينئذ أن ذلك سينجم عنه تأثير عميق، ويُحدث تغييراً سلوكياً جوهرياً. (أبو زيد، ٢٠١٩)، (المصري، ٢٠٢٠)، (Trevor, et.al, 2020)

وفي المقابل نجد أن أقل البنود موافقة من قبل أفراد عينة الدراسة؛ البند رقم (١)؛ الذي ينص على " تقارير علمية موثقة بالإحصائيات ونتائج البحوث الطبية"، إذ بلغت قيمة المتوسط الموزون لنسب موافقات العينة على هذا البند (٢.٤١)؛ في ضوء المتوسط النسبي الفارق وتقديرها غير موافق، مما يشير إلى أن طبيعة الموضوعات المثارة عن جائحة كورونا المستجد وتفاصيلها المقدمة بالإحصائيات ونتائج البحوث الطبية لا زالت دون مستوى الطموح؛ كما يراها أفراد العينة، وبناء عليه فإن هذه النتيجة- أيضاً- تشير إلى أن قوالب البناء الفني المستخدمة في تحرير التقارير لم تنجح بشكل كاف في أن تصل إلى إدراك المشاهد بشكل أفضل وتُحدث التأثير المطلوب بأكثر الوسائل المهنية الممكنة؛ فربما يرجع السبب وراء ذلك - من وجهة نظر الباحثة- إلى أنها لا تتطرق من أن دورها هو جذب الجمهور المستهدف- لا سيما الأطفال- لرسالتها وبالأدوات المتعارف عليها، أو أنها لا تستخدم ممارسات جديدة لجذب انتباه الجمهور، أو ربما لأنها تقتصر وجود مستوى ثقافي معين لدى الجمهور، أو أنها على الأغلب لا تجيد بشكل كبير التسويق في إيصال الخبر أو المعلومة؛ وربما لا تهتم بها من الأساس، وهذا ما تؤيده العديد من الدراسات السابقة؛ حيث جاء في دراسات (محمد، ٢٠١٩)، (مطوع، ٢٠٢٠) أن أغلب التقارير التليفزيونية أو الموجهة إلى منصات التواصل الاجتماعي عادية جداً، بل أحياناً متشابهة؛ تحتوي على نفس الصور ونفس الزوايا، مما يجعل من الصعب الإبقاء على المشاهد مشدوداً أمام الشاشة لأطول فترة ممكنة، فأحياناً نشاهد تقارير تليفزيونية على الفضائيات تُكتب بمعزل عن الاهتمام بما يرافقها من صور؛ فيبدو التقرير المصور كأنه تقرير صحفي مكتوب، وأوصت الدراسات بضرورة التعرف على خصائص الجمهور عند كتابة التقارير وصياغتها بشكل فني يرضي أذواق الجماهير - وفقاً لأعمارهم وفئاتهم وثقافتهم- برؤى وأساليب معالجة وأطر إعلامية مختلفة؛ لإمكان إحداث التأثير المطلوب، على أن يتم ذلك كله بطريقة مدروسة مع تفعيل الاهتمام بتوظيف التقنيات الحديثة التي توفرها شبكة الإنترنت مثل تقنية النص الفائق والوسائط المتعددة؛ وذلك من خلال إثراء المضمون بالروابط والفيديو والصوت

والفيديو جراف والانفوجراف وعدم الاكتفاء بالصور فقط، لتطويع الرسالة والمادة الإعلامية بما يلائم اهتمامات الجمهور المتلقي.

السؤال الخامس: كيف كانت الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للخطاب الإعلامي المستخدم في معالجة قضايا جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)، وانعكاساته في تنمية الوعي الصحي الذاتي للأطفال واستجاباتهم المختلفة، من وجهة نظر الوالدين/أولياء الأمر للأطفال؟
للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول (٩) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقا للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

جدول (٩): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لاستجابات أفراد العينة على عبارات المحور الخامس

الترتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للخطاب الإعلامي المستخدم في معالجة قضايا جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)، وانعكاساته في تنمية الوعي الصحي الذاتي للأطفال واستجاباتهم المختلفة أثناء معيشتهم لأجواء هذا الوباء:
٩	٧١%	١.٢٥	٣.٥٥	١ ساهم تناول الإعلامى للأزمة في إزالة الغموض لدى الطفل تجاه أزمة فيروس كورونا؛ فقد أمدّه بالمعلومات اللازمة حول أساليب انتشار المرض وطرق الوقاية والعلاج.
٤	٧٤.٤%	١.١٥	٣.٧٢	٢ ساهم تناول الإعلامى للأزمة في زيادة إدراك الطفل للدور المجتمعي للأطباء ومقدمي الخدمات الصحية.
٥	٧٣.٤%	١.٢٢	٣.٦٧	٣ ساهم تناول الإعلامى للأزمة في توسيع مدارك الطفل حول كيفية التعامل مع المصابين المقربين المحيطين به ومع نفسه عند الشعور بالأعراض.
٣	٧٧%	١.١٦	٣.٨٥	٤ ساهم تناول الإعلامى للأزمة في إكساب الطفل قيم ومعلومات وعادات صحيّة جديدة لتجنب الإصابة بالفيروس.
١١	٦٦.٢%	١.٢٩	٣.٣١	٥ إنّ الانتشار الكبير للمعلومات المغلوطة والكاذبة، والإشاعات حول فيروس كورونا في عدد من مواقع الإنترنت وصفحات التواصل الاجتماعي زادت معالم التوتر وعدم اليقين والخوف من المستقبل لدى الطفل.
١٠	٦٨%	١.٢٧	٣.٤٠	٦ ساهمت معظم العناوين الإعلامية المتداولة حول أزمة جائحة فيروس كورونا وتداعياتها في زيادة الشعور بالتوتر الدائم والقلق لدى الطفل من إمكانية الإصابة بالمرض أو إصابة أفراد الأسرة والأحبة من حولنا.
١٢.٥	٦٣.٤%	١.٣٢	٣.١٧	٧ إنّ التصريحات الإعلامية التي أطلقت خلال الفترة الماضية عن عدم جاهزية القطاع الصحي كوجود نقص في الأسرة بالمستشفيات أو الكوادر الصحية أو الأجهزة الطبية؛ كانت لها آثار سلبية على تصورات الأطفال حول قدرة هذا القطاع بالتصدي لهذه الجائحة.

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للخطاب الإعلامي المستخدم في معالجة قضايا جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)، وانعكاساته في تنمية الوعي الصحي الذاتي للأطفال واستجاباتهم المختلفة أثناء معيشتهم لأجواء هذا الوباء:
٨	٦١%	١.٢٩	٣.٠٥	ساهم تناول الإعلام للأزمة في تفاقم الوسواس لدى الطفل والشك في التعامل مع الحياة المحيطة به خوفاً من الإصابة بالمرض .
٩	٧٢%	١.٢٧	٣.٦٠	بث الرسائل الإعلامية الإيجابية والطمأنينة وأخبار المتعافين وقللة نسبة الإصابات؛ رفع من الروح المعنوية والأمن النفسي لدى الطفل إلى حد كبير وفعال.
١٠	٧١.٦%	١.١٧	٣.٥٨	ساهم تناول الإعلام للأزمة في زيادة تعاطف الطفل مع المصابين والمتوفين بهذا الفيروس.
١١	٥٣.٤%	١.٢٥	٢.٦٧	ساهم تناول الإعلام للأزمة في إصابة الطفل بالفتور والتبليد العاطفي إزاء كثرة الأحداث المعروضة حول الأزمة.
١٢	٦١%	١.٢٦	٣.٠٥	ساهم تناول الإعلام للأزمة في تعزيز شعور الطفل بالرضا تجاه إدارة الدولة لأزمة "كورونا".
١٣	٦٣.٤%	١.٣٣	٣.١٧	ساهم تناول الإعلام للأزمة في تعزيز شعور الطفل بالاعتراب والعزلة خلال أزمة "كورونا".
١٤	٧٨.٤%	١.١٧	٣.٩٢	ساهم تناول الإعلام للأزمة في تحفيز الطفل على اتخاذ إجراءات احترازية للوقاية من وباء كورونا: مثل الاهتمام بالنظافة والتغذية السليمة والعمل على رفع الجهاز المناعي وكذلك الالتزام بالحجر الصحي حال المرض وتفادي العدوى بعدة وسائل.
١٥	٧٧.٦%	١.١٩	٣.٨٨	ساهم تناول الإعلام للأزمة في تحفيز الطفل على تناول الغذاء الصحي لرفع مناعته.
١٦	٧٢.٤%	١.١١	٣.٦٢	دعم تناول الإعلام للأزمة قدرة الطفل على التعامل الواعي مع الأزمة ومواصلة الحياة بشكل أكثر انتباهاً وحرصاً.
١٧	٥١.٨%	١.٣٤	٢.٥٩	ساهم تناول الإعلام للأزمة في إصابة الطفل بالخمول السلوكي تجاه الأزمة الراهنة، فلم يصدر منه أي رد فعل حيال ذلك.
متوسط الوزن النسبي لإجمالي استجابات العينة لجميع عبارات المحور: ٣.٤١				

يكشف الجدول (٩) الموضح أعلاه عن أن متوسط الوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو إجمالي الفقرات المتعلقة بالآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للخطاب الإعلامي المستخدم في معالجة قضايا جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ قد بلغ (٣.٤١) من خمس نقاط، وهذا المتوسط يقع في الفئة (٣.٤٠ - ٤.٢٠) من فئات المقياس المتدرج الخماسي والتي تشير إلى درجة (أوافق)، وهذا ربما يشير إلى تحقق تأثيرات الاعتماد (المعرفية والوجدانية والسلوكية)؛ كمصدر لتعزيز الوعي الجمعي حول الجائحة، ما يؤشر بوضوح إلى الاتجاه الإيجابي لتأثير استخدام وسائل الإعلام وإمكاناتها الهائلة في الأزمات الصحية، وإلى الأهمية القصوى

المتصاعدة لها في إشباع مختلف الدوافع والحاجات الإنسانية، وهذه النتيجة التي تحققت تتسق مع فروض "نظرية الاعتماد" Media System dependency theory؛ من حيث أن الاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام يسهم في زيادة فرص تشكيل الأنساق المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى الرأي العام، وهو الأمر الذي أكدته العديد من الدراسات التي أشارت كذلك إلى أنه تبقى وسائل الإعلام ووسائطه من العناصر الاستراتيجية المحورية في إدارة أي أزمة مهما كان نوعها؛ خاصة تلك الأزمات التي لا يكون التحكم فيها بالوسائل المادية؛ بل المدركات المعرفية والنفسية والسلوكية للأنساق الاجتماعية التي تكون وقوداً لها، إذ أنها تملك قدرات هائلة في مجال إنتاج المعلومات وتشكيل الوعي الثقافي والصحي الذي يشكل أساس الاستجابات المعرفية والوجدانية والسلوكية للرأي العام. (عياد، ٢٠٢١)، (فودة، ٢٠٢١)، (Masek, et.al, 2022).

وعلى مستوى الفقرات؛ فقد أظهر مسح جمهور العينة نتائج تميل إلى الإيجابية؛ لا سيما على مستوى التأثيرات المعرفية والنفسية والسلوكية، ولعل ذلك يرجع في أحد جوانبه إلى الوعي الجمعي والمعلوماتي الذي تعزز مع طول مدة انتشار الوباء واستمرار الأزمة، حيث أشارت نتائج الجدول (٩) إلى أن الآثار الأبرز التي حلت في مراتب متقدمة ضمن مواقف الباحثين تجاه فقرات هذا المحور؛ كانت على فحوى (١٠) عبارات، والتي تمثلها العبارات رقم (١، ٢، ٣، ٤، ٦، ٩، ١٠، ١٤، ١٥، ١٦)؛ إذ رصدت أعلى متوسطات حسابية تراوحت قيمتها ما بين (٣.٤٠ - ٣.٩٢)، في ضوء المتوسط النسبي الفارق وتقديرها أوافق، وتعطي هذه النتائج بعض المؤشرات التي تعكس في النهاية مقدار وقوة التأثير الذي تمارسه الوسيلة الإعلامية في الجمهور نتيجة التعرض لها في فترات الأزمات؛ خاصة أزمة كورونا المستجد (Covid- 19)، ويبدو واضحاً أيضاً أنها تمكنت من صرف أنظار عدد لا بأس به من جمهور الأطفال لمساعيها المكثفة، غير أن ما تدل عليه هذه النتائج هو قدرة صناعة الإعلام على القيام بدورها المنوط بها في التوعية واستشعار المسؤولية الاجتماعية؛ إذ تقدمت المسؤولية على حساب الفوضى والعشوائية، وتضاعف الاهتمام بالمضامين الجدية في قبالة المعالجات الترفيحية، وبرزت العقلانية في مواجهة العاطفة، وإن كان ذلك مرتبطاً بمتغيرات عدة، كالاستقلالية وتنوع مصادر المعلومات، وأنماط الممارسات أو المعالجات الإعلامية، فضلاً عن عناصر الجاذبية والمصادقية والنفوذ، ويتفق ذلك بصورة عامة مع ما أشارت إليه بعض الدراسات السابقة؛ والتي أكدت في مجملها على أن تركيز وسائل الإعلام على قضايا بعينها "لا سيما مع الأحداث الساخنة"؛ تؤدي إلى أن يكون الجمهور متألفاً معرفياً ووجدانياً وسلوكياً معها، كما أكدت أيضاً على أن الإعلام عاد ليتبوأ مكانة الصدارة في اهتمام المتلقي بفضل الوباء، وأصبح ملاذاً للكبير والصغير على حد سواء؛ سعياً وراء الحصول على المعلومات وخاصة في هذه الأوقات الحرجة التي يعمها الغموض والاضطراب والمخاوف التي لا تترك كبيراً ولا صغيراً إلا اعترته، وخاصة الأطفال وما يتمتعون به من حساسية لكل ما هو غامض ومخيف، كما يتمتعون بقدر كبير من حب الاستطلاع بطبيعتهم؛ مما يدفعهم إلى البحث والتنقيب عن كل ما يخص الأزمة في شتى مصادر المعرفة التي يمكن أن يلتمسون منها المعلومات، مؤكدة مرة أخرى على أنه كلما زاد اعتماد الأفراد

على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت بالتالي التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لديهم. (خليفة، ٢٠٢٠)، (أبو سنة، ٢٠٢١)، (Kardes, et.al, 2021) واستناداً إلى النتائج السابقة الواردة في الجدول (٩)؛ يتضح أن التأثيرات المعرفية والنفسية والسلوكية الناتجة من الاعتماد على وسائل الإعلام جاءت متفاوتة في ترتيبها، فكونت القائمة النهائية مزيجاً من هذا وذلك، ولم يقتصر الأمر على جانب واحد أو محدد بعينه كعامل مثير، حيث تعكس رؤية أفراد العينة أن التأثيرات لم تتوقف عند حد المعرفة؛ بل وصل الأمر للسلوك والوجدان وبشكل كبير؛ لتسهم التأثيرات المستهدفة معاً في رسم الصور والمواقف والاتجاهات، وهذا يتفق مع أهمية الحدث (Covid- 19) وأهليته لكي بتصدر الأجندة الإعلامية، واختلاف أنماط تفاعل الجمهور مع الأزمة واستيعابه لها، وهي نتيجة ربما تبدو منطقية في ضوء ما جاءت به نتائج بعض الدراسات السابقة؛ من أنه عند الحديث عن أنواع وترتيب التأثيرات الناتجة من الاعتماد على وسائل الإعلام في الظروف العادية أو في أوقات الأزمات؛ فإنه لا يمكن النظر لتلك التأثيرات بشكل خطي تتابعي ثابت؛ بل تأتي متداخلة، وربما تكون القائمة النهائية للتأثيرات بالنسبة لأفراد الجمهور تضم مزيجاً من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية -نختلف باختلاف المتغيرات الشخصية لهم وطبيعية خبرتهم ومعرفتهم بموضوع الأزمة- ويؤكد الباحثون أن هذه العوامل كثيرة ومتشابكة، كما أنها تتفاعل مع بعضها البعض تفاعلاً ديناميكياً؛ بمعنى أن كل عنصر منها يؤثر في الآخر ويتأثر به، كما يؤكدون على أن هذه العناصر والعوامل ليست عناصر نظرية منعزلة، ولكنها قوى فعالة في مجال نابض بالحركة، ولا يمكن فهمها إلا باعتبارها مؤثرات متكاملة. (القحص وأخران، ٢٠٢٠)، (دسوقي، ٢٠٢٠)، (خليفة والسبيعي، ٢٠٢٢)، (Hanson, et.al, 2021)

وفي ذات السياق؛ فقد تردد أفراد العينة بالإجابة على الفقرات رقم (٥)، (٧)، (٨)، (١١)، (١٢)، (١٣)؛ مفضلين خيار لست متأكداً، إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (٢.٦٧ - ٣.٣١)؛ وتقع هذه القيم أيضاً ضمن الفئة (٢.٦٠ - ٣.٤٠) في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق؛ وتقديرها (لست متأكداً)، وهذه النتائج تشير إلى حالة التذبذب والتناثر المعرفي الذي قد يعانیه بعض أفراد العينة؛ حيث لا يتوفر لديهم الحد الأدنى الذي يمكنهم من خلاله إبداء الرأي على الفكرة التي تمثلها كل عبارة من العبارات الواردة سابقاً والموافقة عليها أو رفضها، وربما كان ذلك لاحتوائها على كمية أكبر من الحالات النفسية أو الأمزجة والمشاعر التي يحملها معظم الأطفال تجاوباً مع جائحة فيروس كورونا المستجد، كمشاعر التوتر وعدم اليقين والخوف من المستقبل في العبارة رقم (٥)، وتصورات الأطفال السلبية حول قدرة القطاع الطبي على التصدي لهذه الجائحة في العبارة رقم (٧)، وتفاقم الوسواس لدى الطفل والشك في التعامل مع الحياة المحيطة في العبارة رقم (٨)، والشعور بالفقر والتبذل العاطفي في العبارة رقم (١١)، والشعور بالرضا تجاه إدارة الدولة لأزمة " كورونا" في العبارة رقم (١٢)، والشعور بالاعتراب والعزلة خلال الأزمة في العبارة رقم (١٣)، وهي نتيجة يمكن تفسيرها في ضوء الشعور السائد لدى أفراد العينة بأن الفوضى الانفعالية الناجمة عن ذلك لا تستحق مثل هذا التأمل المعقد؛ أو ربما أنهم ركزوا أنظارهم على إدراك بعض الحقائق وإهمال

بعضها الآخر، أو قد لا يكون الآباء دائماً على دراية بمشاعرهم تجاه انفعالاتهم وانفعالات أطفالهم، أو ربما لأن الطفل لم يتعود بعد التعبير عن أوجاعه بلغتنا المعتادة، وأنه لا يستطيع التعبير عن غضبه وخوفه وقلقه بالألفاظ مثل الكبار، وتتماشى هذه النتائج مع مؤشرات الواقع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقين؛ حيث ترى الباحثة أن التشتت في مستوى وعي الآباء هو استجابة طبيعية لمستجدات الوضع بالساحة الأسرية؛ كونهم يعيشون تحت وطأة ضغوط حادة من تفاقم الشعور بالتوتر وعدم وضوح الرؤية حول الأزمة وتداعياتها المتباينة، واستناداً إلى تلك الضغوط كان من المحتمل أن تزداد مسؤولية الأسرة وتتضخم أدوارها وتتعدد مهامها المنوطة بهم في ضوء تلك التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية متعددة الأوجه، إذ بدأت بؤادر التغيير وإرهاصات التحول تظهر بارزة، وسرعان ما تبدلت أحوال الأسرة واختلقت اهتماماتهم، وأصبح شغلهم الشاغل متابعة انتشار أخبار الفيروس، واقتناء المعقمات والكمادات، وترقب أي علاج أو لقاح لهذا الوباء، من هنا يمكن القول بأن الجمهور من أفراد العينة لم يكن في حالة نفسية تمكنه من ملاحظة مثل دقائق الأمور وما يختلجها من مشاعر متضاربة كالفرح والحزن والغضب والهدوء والانفعال امتثالاً للأوضاع الجديدة السائدة، وما هنالك من مشاعر أخرى مرتبكة بدرجات متفاوتة وفق مستجدات هذا الفيروس؛ قد تؤثر على الأسرة بأكملها بما فيها الأطفال، وهذا يتفق مع بعض الدراسات السابقة والتي أوضحت نتائجها أنه على إثر تداعيات أزمة فيروس كورونا، وفي ظل مشاغل الحياة اليومية وتعقيداتها المتجددة؛ تعرضت الأسرة لمتغيرات ومستجدات أثرت على أدوارها ووظائفها وممارستها اليومية، ومن ثم تمثلت المهمة الرئيسية للأسرة في التعايش والتأقلم والتعافي مع الضغوط المصاحبة لهذه الأزمة؛ بطريقة تلبي احتياجات جميع أفرادها الحالية، وقد ترتب على ذلك تزايد مخاطر الإهمال للأطفال وفهم انفعالاتهم وتقدير معانيها. (يسري، ٢٠٢١)، (هاشم، ٢٠٢١)، (Maria Gayatri and Dian Kristiani, 2022)

وفي المقابل نجد أن أقل البنود موافقة من قبل أفراد عينة الدراسة؛ البند رقم (١٧)؛ الذي ينص على "ساهم تناول الإعلام للأزمة في إصابة الطفل بالخمول السلوكي تجاه الأزمة الراهنة، فلم يصدر منه أي رد فعل حيال ذلك"، إذ بلغت قيمة المتوسط الموزون لنسب موافقات العينة على هذا البند (٢.٥٩)؛ في ضوء المتوسط النسبي الفارق وتقديرها غير موافق، مما يشير إلى عدم موافقة الباحثين على هذه العبارة السلبية؛ لاقتناعهم بعدم جدواها، وترى الباحثة منطقية هذا الأمر؛ لأنه من المرجح أن يجعلهم الخطر أكثر يقظة؛ نظراً لأن التهديد الصحي الذي يطرحه الوضع الراهن لا يحتمل بأي حال من الأحوال التسويف والتأجيل أو تباطؤ في الاستجابة واللامبالاة خاصة وأنه هاجم العالم أجمع بشكل مفاجئ دون أن يكون هناك إعداد مسبق للتعامل معه- ولا مرأى أن في ذلك دليلاً على وجود خطة إعلامية محكمة تمكنت من إقناع الجمهور بضرورة التحلي باليقظة تقادياً لانتشار العدوى والنقليل من حدة انعكاساتها، وقد نجحت بمهارة في استمالة الأطفال والسيطرة على عقولهم وسلوكياتهم، وباتت تأثيراتها وامتداداتها المتشعبة تطل كافة شرائح المجتمع، وبذلك تكون وسائل الإعلام قد لعبت دوراً هاماً في الجانب السلوكي للوعي، وهو إقناع الجمهور بضرورة ترجمة

المعارف والمعلومات إلى سلوك يومي يقيه من أضرار الجائحة والإفلات من الإصابة بالوباء، كما تعطي هذه النتيجة دلالة تشير إلى أننا بصدد متلقي نشط وفعال؛ إذ لم يقتصر دور الطفل على دور المتلقي السلبي أمام قوة الرسائل الإعلامية وتأثيرها الفاعل، ويمكن مقارنة هذه النتيجة وتأويلها في ضوء نموذج المعتقدات الصحيّة "The Health Belief Model"، والذي يشير إلى أن احتمال انخراط الفرد في سلوك صحيّ محدد؛ يتحدد من خلال إدراكه للتهديد الصحيّ الذي يطرحه الوضع الراهن، وتقييمه للسلوك الموصي به، ويفترض أن التغيير السلوكي الإيجابي يتوقف على تقييم الفرد للمخاطر وإدراكه لها، والاعتقاد بقدرته على إجراء التغيير الضروري، والافتتاح بأن هذا التغيير من شأنه أن يؤدي فوائد صحيّة تعكس عليه، كما يفترض أيضاً أن زيادة المعرفة سترفع من وعي الناس وبالتالي تغير من قناعاتهم وميولهم ومن ثم تؤدي إلى تغيير سلوكهم، وهنا تبرز أهمية وضع استراتيجية إعلامية خاصة بجائحة كورونا (Johannes, et.al, 2022)، (Amare, et.al, 2022)، وفي نفس السياق فقد أوضحت نتائج دراسات (البصراي، ٢٠٢٢)، (العجيل، ٢٠٢٢) أنه لا يمكن مواجهة الجائحة في غياب سياسة اتصالية ناجعة، مشيرين إلى كون الجانب الاتصالي يُعد حجر الزاوية لتأطير سلوك المجتمع وفهم اتجاهاته وإشراكه في هذه المعركة، فالإتصال له تأثير مباشر على مجرى الأحداث؛ فكما هو قادر على إثارة مخاوف الجمهور، يمكنه أيضاً تشجيع الأفراد ومساعدتهم على السيطرة على الموقف، ومن ثم معالجة الثغرات المتعلقة بالسياق العام الاجتماعي، والسياسي، والاقتصادي، والثقافي الذي يؤثر على تصور الأفراد للمخاطر وكذا السلوكيات التي تمكن من الحد منها.

السؤال السادس: ما مدى الافتتاح الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid-19)؛ في تشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم نحو الأزمة وكيفية إدارتها؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب اختبار حسن المطابقة كاي تربيع (χ^2)؛ لاختبار مدى تطابق التكرارات الحقيقية مع التكرارات المتوقعة، كما يلي:

جدول (١٠): نتائج اختبار كاي تربيع (χ^2) لاختبار حسن المطابقة

مستوى الدلالة	درجات الحرية df	كاي تربيع (χ^2)	ك المتوقع	ك المُلاحظ	التكرارات الافتتاح
٠.٠٠٠٠ دال إحصائياً	٢	١٥٢.٤٧	١٥٠.٣	١٢١ %٢٦.٨	مقتنع تماماً
			١٥٠.٣	٢٦٩ %٥٩.٦	مقتنع إلى حد ما
			١٥٠.٣	٦١ %١٣.٥	غير مقتنع

يكشف الجدول (١٠) الموضح أعلاه عن أن نسبة (٥٩.٦%) من أفراد العينة مقتنعون نسبياً "إلى حد ما" بجدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد

(Covid- 19)؛ واحتلوا بذلك المرتبة الأولى، أما النسبة الأخرى لمن هم مقتنعون تماماً فكانت (٢٦.٨%)؛ واحتلوا بذلك المرتبة الثانية، بينما احتلت نسبة الذين أجابوا بالنفي (١٣.٥%) المرتبة الأخيرة، وعلى أية حال؛ تؤكد هذه النتائج على أن الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19) لم تصل إلى حد يمكن القول عليه أنها حققت درجة عالية من الفعالية حسب آراء أفراد عينة الدراسة؛ على الرغم من المجهودات المبذولة في هذا المجال، وهو ما يُفسر - حسب رؤية الباحثة- بأن تلك الحملات (خاصة الإقناعية منها؛ حيث تعنى أساساً بزرع اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة) تواجه تحديات كبيرة وصعوبات بالغة تقلل من فرص نجاحها؛ وهذا راجع بالأساس إلى عدة أسباب؛ ربما يأتي في مقدمتها عدم اهتمام الجمهور برسائل هذه الحملات التوعوية وأخذها على سبيل الاستهتار وعدم الاقتناع بما يُروج من أخبار، أو ربما قد اعترت تلك المبادرات بعض النقائص والشوائب؛ التي تحول دون نجاح الإقناع وحصول التغيير في سلوك المتلقي وأفكاره ومعتقداته؛ نستعرض أبرزها على النحو التالي:

- الإخفاق في اختيار الأحوال المناسبة للإقناع؛ سواء كانت زمانية أم مكانية، نفسية أم جسدية، وتحسين الفرصة لتحقيق ذلك.
 - الارتكاز بشكل كبير على استراتيجية التأثير الداخلية في بناء الرسالة الإعلامية الخاصة بوباء كورونا؛ حيث تتخذ من أسلوب التخويف محركاً لها، في حين توجد استراتيجيات أخرى مهمة؛ كنداء الواجب والعقل.
 - ضعف توفر حجج وأدلة تتسم بالوضوح وعدت التعقيد؛ كي يمكن بواسطتها إدراك المعنى والخضوع لسحر مضمونها.
 - سطحية مستوى الرسائل وكذلك تكرار نفس الرسائل بنفس الوسائل.
 - الاعتماد في تنفيذ تلك الحملات الإعلامية على الأساليب التقليدية؛ فكثيراً ما يفسد الإخراج السيئ مواضيع مهمة ومثيرة.
 - سوء اختيار أسلوب مناسب لصياغة محتوى الرسالة التوعوية مع اختيار الوسائل الملائمة لإيصال الرسالة للمتلقي؛ فما يُستخدم في الحملات التي تهدف إلى التوعية فقط يختلف عن نظيره المتبع في الحملات التي تهدف إلى تغيير السلوك.
 - بعض الرسائل المستعملة في الحملات الإعلامية تتميز بأنها رسائل ذات بُعد واحد؛ بمعنى أنها تستعمل رسالة واحدة تخاطب بها كل شرائح المجتمع، دون مراعاة خصائص كل طبقة موجودة في المجتمع؛ وهذه الظاهرة ستقل حتماً من فعالية الرسالة الإعلامية.
- وهذا يتفق بشكل كبير مع ما أورته دراسات (بن دريس، ٢٠٢١)، (مقيدش وكريم، ٢٠٢١)، (سالم ولصلح، ٢٠٢٢)، (نصر الدين، ٢٠٢٢)؛ والتي أكدت في مجملها أنه مع غياب رؤية واضحة لمحددات ومعالم هذه الأزمنة البوائية، فضلاً عن أنية الطرح الإعلامي وحساسية الموضوع، مع الأخذ في الاعتبار أن الإعلام لم يكن له سابق خبرة في التعاطي مع حدث يمثل هذه الضخامة ونتائج الأنية التي تولدت في سياق الأزمنة؛ ظهر جلياً أن الجمهور على تنوعه قارئاً كان أم مشاهداً

أم مستمعا؛ غالباً ما يكون في حالة تفاوض مع معاني المحتويات الإعلامية المرسله إليه، وهذه المفاوضات للمعاني من قبل الجمهور يمكن تتم أن تبعاً لمواقف ثلاثة؛ إما يكون الجمهور في وضعية المتقبل أو المفاوض أو المعاكس؛ حسب أنماط المستقبلين، وحسب الظروف المحيطة بعملية الإقناع، لذلك بيّنت النتائج أن فهم الجمهور وخصائصه وأوضاعه يؤدي دوراً مهماً في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور، وفي السياق ذاته؛ فقد أوصت دراسات (Katharine, et.al, 2021)، (Mark, et.al, 2022) بضرورة الحرص على مواءمة ومتابعة تغطيات الأزمات الصحية إعلامياً وإيلائها أهمية قصوى بشكل استباقي استشرافي وقائي وعدم الاكتفاء بردود الأفعال اللحظية غير المدروسة؛ ما يؤهلها لاكتساب مصداقية ومقدرة تأثيرية إقناعية تعيد ترتيب مكانتها في أولويات الجمهور وتمنحها المكانة التي تستحقها.

كذلك يكشف الجدول (١٠) الموضح أعلاه عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الموافقة الثلاث لأفراد العينة نحو مدى الاقتناع الذاتي حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ في تشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم نحو الأزمة وكيفية إدراكها؛ حيث كانت قيمة كاي تربيع (χ^2) المحسوبة = (١٥٢.٤٧) وهي قيمة دالة إحصائياً مقارنة بمستوى دلالتها عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠)؛ حيث أنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \geq 0.05$)؛ لذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "يختلف مستوى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ في تشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم نحو الأزمة وكيفية إدراكها؛ باختلاف متغيراتهم الديموغرافية (الفئة العمرية، المستوى الدراسي، الفئة الوظيفية، النوع)"، وقد انبثقت عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الأولى: "يختلف مستوى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ في تشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم نحو الأزمة وكيفية إدراكها، باختلاف الفئة العمرية".

لاختبار مدى صحة هذه الفرضية؛ تم إجراء اختبار الاستقلالية كاي تربيع (χ^2)؛ من أجل تحديد وجود علاقة ارتباط أو استقلال بين المتغيرين، والحصول على قرار متكامل بقبول الفرضية من عدمه، كما يلي:

جدول (١١): نتائج اختبار كاي تربيع (χ^2) لاختبار العلاقة لكل من فئتي الاقتناع الذاتي والفئة العمرية

مستوى الدلالة	كاي تربيع (χ^2)	غير مقتنع	مقتنع إلى حد ما	مقتنع تماماً	مستوى الاقتناع الفئة العمرية
٠.٩٣٥ غير دال إحصائياً	٠.٨٢٧	٨ (٦.٤)	٢٦ (٢٨)	١٣ (١٢.٦)	من ٢٠ - ٣٠ سنة
		١٥ (١٦.٥)	٧٣ (٧٢.٨)	٣٤ (٣٢.٧)	من ٣٠ - ٤٠ سنة
		٣٨ (٣٨.١)	١٧٠ (١٦٨.٢)	٧٤ (٧٥.٧)	أكبر من ٤٠ سنة

يُلاحظ من الجدول (١١) الموضح أعلاه أن قيمة كاي تربيع (χ^2) تساوي (٠.٨٢٧)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً مقارنة بمستوى دلالتها عند مستوى دلالة (٠.٩٣٥)؛ حيث أنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \geq ٠.٠٥$)، وهذه النتيجة تعني استدلالياً أن المتغيرين (مستوى الرضا والفئة العمرية) مستقلان، مما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid-19)؛ تُعزى للفئة العمرية.

الفرضية الثانية: "يختلف مستوى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid-19)؛ في تشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم نحو الأزمة وكيفية إدراتها، باختلاف المستوى الدراسي".

جدول (١٢): نتائج اختبار كاي تربيع (χ^2) لاختبار العلاقة لكل من فئتي الاقتناع الذاتي والمستوى الدراسي

مستوى الدلالة	كاي تربيع (χ^2)	غير مقتنع	مقتنع إلى حد ما	مقتنع تماماً	مستوى الرضا المستوى الدراسي
٠.١٠٣ غير دال إحصائياً	٧.٦٩٤	٢٢ (١٨.٣)	٦٩ (٨٠.٥)	٤٤ (٣٦.٢)	أقل من المؤهل الجامعي (مؤهل متوسط وأقل من المتوسط)
		٢٥ (٢٨.٥)	١٣٩ (١٢٥.٩)	٤٧ (٥٦.٦)	مؤهل جامعي (بكالوريوس / ليسانس)
		١٤ (١٤.٢)	٦١ (٦٢.٦)	٣٠ (٢٨.٢)	أعلى من المؤهل الجامعي (دراسات عليا/ ماجستير/ دكتوراه)

يُلاحظ من الجدول (١٢) الموضح أعلاه أن قيمة كاي تربيع (χ^2) تساوي (٧.٦٩٤)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً مقارنة بمستوى دلالتها عند مستوى دلالة (٠.١٠٣)؛ حيث أنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \geq ٠.٠٥$)، وهذه النتيجة تعني استدلالياً أن المتغيرين (مستوى الرضا والمستوى الدراسي) مستقلان، مما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الاقتناع

الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ تُعزى للمستوى الدراسي.
الفرضية الثالثة: "يختلف مستوى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ في تشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم نحو الأزمة وكيفية إدراتها، باختلاف فئاتهم الوظيفية".
جدول (١٣): نتائج اختبار كاي تربيع (χ^2) لاختبار العلاقة لكل من فئتي الاقتناع الذاتي والفئة الوظيفية

مستوى الدلالة	كاي تربيع (χ^2)	غير مقتنع	مقتنع إلى حد ما	مقتنع تماماً	مستوى الاقتناع
					الفئة الوظيفية
٠.٧٥٨ غير دال إحصائياً	١.٨٧٧	٢٥ (٢٩.٥)	١٣٣ (١٣٠)	٦٠ (٥٨.٥)	موظف بالقطاع العام أو الخاص أو الاستثماري
		٨ (٦)	٢٥ (٢٦.٢)	١١ (١١.٨)	مهنة حرة
		٢٨ (٢٥.٦)	١١١ (١١٢.٧)	٥٠ (٥٠.٧)	بدون عمل

يُلاحظ من الجدول (١٣) الموضح أعلاه أن قيمة كاي تربيع (χ^2) تساوي (٠.٧٥٨)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً مقارنة بمستوى دلالتها عند مستوى دلالة (١.٨٧٧)؛ حيث أنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \geq ٠.٠٥$)، وهذه النتيجة تعني استدلالياً أن المتغيرين (مستوى الرضا والفئة الوظيفية) مستقلان، مما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ تُعزى للفئة الوظيفية.

وبالنظر إلى الجداول (١١، ١٢، ١٣) أعلاه يتضح عدم اختلاف مستوى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ باختلاف متغيرات (الفئة العمرية، المستوى الدراسي، الفئة الوظيفية)، وهو ما قد يُعزى إلى تماثل الطرف المجتمعي والبيئي وتشابه المشكلات والأوضاع المضطربة التي تسود الحياة الأسرية، وهو ما يعطي دلالة واضحة على ضرورة وجود هذه الحملات وأهميتها بالنسبة لعينة الدراسة، وتؤكد تلك النتائج - من جهتها- حالة توحيد المواقف والوعي الجمعي المُدرِّك لدوره، المُستجيب لسياسات مواجهة الجائحة بين المستجيبين من أفراد العينة، وكذا حتمية وجود مثل هذه النوعية من الحملات خاصة في ظل ظروف جائحة كورونا، وامتداد أيديولوجياتها إلى جميع القنوات ووسائل الإعلام المقروءة والمسموعة، وربما يُنسب ذلك - حسب ما ترى الباحثة- إلى وجود قدر كاف من التماثل النسبي في الظروف المحيطة "البيئية والاجتماعية والأسرية" وما يكتنفها من مخاطر صدمت ذلك الوعي الجمعي، ليكون منها ما يمكن أن

ندعوه بالقاسم المشترك، وسط أجواء مشوبة بالخوف والذعر والقلق والترقب مرّت عليهم جميعاً من دون استثناء؛ خاصة في ظل الظروف الاستثنائية التي يمر بها العالم حالياً بسبب انتشار فيروس كورونا المستجد (Covid-19)، وما قد ينجم عن ذلك من تزايد حاجة الأفراد لمتابعة الأحداث ومستجدات الأخبار أولاً بأول، وكان من البديهي نتيجة لذلك أن يتجه الجمهور بدءاً من الأسرة - بحكم الالتزام بالمسؤوليات العائلية التي تقع على كاهل رب الأسرة (آباء وأمهات) - إلى إكمال بنية احتياجاته من خلال الالتصاق بالشاشات بحثاً وسعيّاً وراء أخبار الفيروس وتطوراتها - وبغض النظر عن المستوى الثقافي والمالي والتعليمي والاجتماعي للجميع - وهو ما شكل طفرة في بسط سيطرة الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid-19) وزيادة مكانتها وحدود انتشارها وإقبال المشاهدين عليها؛ وخصوصاً تلك التي تلائم طبيعة الجمهور المرتبط بالأحداث الجارية على اختلاف درجاته الثقافية فلا يجد فيها المتفحّس إسفاً ولا يجد فيها الأمي تعالياً؛ "مع الأخذ في الحسبان أن التأثير لن يكون موحداً"، حيث المتغيرات المستقلة؛ والتي من بينها آليات الإقناع التي تتبناها الكثير من هذه الحملات، وطبيعة المُستخدِم النشط مقابل المُستخدِم السلبي، وذلك يتطلب أن تكون الحملات الإعلامية على قدر عالٍ من المهنية والمصداقية؛ وهذا ما كشفت عنه نتائج العديد من الدراسات التي أجريت بشأن هذا الموضوع؛ حيث أشارت إلى أنه حينما نمنع النظر إلى ذلك الكم الكبير نسبياً من صناعة الحملات ذات التوجه الصحي والطبي التوعوي التي تستهدف الأسرة وأفرادها في المجتمع خلال الفترة الحالية؛ فسند أنها استطاعت أن تلعب دوراً مهماً في تغيير أساليب التنشئة داخل مؤسسة الأسرة خاصة في ظل الانتشار الكبير للأمراض والأوبئة الذي يشهده العالم في الفترة الأخيرة؛ لاسيما وأن الجمهور ينشط ويزداد تعرضه لوسائل الإعلام واعتماده عليها كمصدر مهم لاستقاء المعلومات في أوقات الأزمات؛ فمع ازدياد الوعي والحاجة الماسة نحو التوعية الصحية والرغبة الملحة لعلاج الأمراض والأوبئة وطرق الوقاية منها أضحت حملات التوعية الإعلامية المرئية والمسموعة هدف النساء والشباب والأسر وشغلهم الشاغل في الآونة الأخيرة، كما أشارت نتائج الدراسات أيضاً إلى أنه قد تحقق في هذا الملف (مضامين حملات التوعية الصحية) العديد من الإنجازات؛ ليصبح الملف الصحي شاهداً على التطور الكبير الذي طال جميع المجالات الحيوية من خلال الخطط الشاملة لتطوير المنظومة الصحية ورفع الوعي الصحي لدى المواطن؛ وذلك من خلال العديد من المبادرات الصحية والإنجازات على المستوى الصحي والتوعوي للمواطنين، والتي كان من أهمها حملات تحت شعار (خليك في البيت.. خليك إيجابي، إحمي نفسك، إحمي وطنك، إحمي بلدك)؛ التي تم عرضها في سياق مساندة جهود الوزارات المعنية في هذا المجال عن طريق التعريف بالمرض والطرق المحتملة لانتقال العدوى به، وكيفية الوقاية منه، مع التأكيد على أنه ينبغي على وزارة الصحة أن تستعين بخبراء في مجال الإعلام والاتصال لوضع خطط واستراتيجيات واضحة للحملات الإعلامية ولصياغة الرسائل الصحية بطرق إقناعية وبأسلوب بسيط ومفهوم لمختلف فئات ومكونات المجتمع؛ على أن يرافق ذلك تنويعاً في الوسائل

الإعلامية واستخدامها بشكل متكامل ومدروس للوصول إلى الهدف المنشود. (دريز وخبيزي، ٢٠٢٠)، (طه والعبيد، ٢٠٢١)، (سليمان، ٢٠٢٢)، (Nguyen , et.al, 2022) **الفرضية الرابعة:** "يختلف مستوى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ في تشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم نحو الأزمة وكيفية إدارتها، باختلاف النوع".

جدول (١٤): نتائج اختبار كاي تربيع (χ^2) لاختبار العلاقة لكل من فئتي الاقتناع الذاتي والنوع

مستوى الرضا المستوى الدراسي	مقتنع تماماً	مقتنع إلى حد ما	غير مقتنع	كاي تربيع (χ^2)	مستوى الدلالة
الأباء	٦٠ (٤٩.٤)	١٠٦ (١٠٩.٧)	١٨ (٢٤.٩)	٧.٣٠٥	٠.٠٢٦ دال إحصائياً
الأمهات	٦١ (٧١.٦)	١٦٣ (١٥٩.٣)	٤٣ (٣٦.١)		

يُلاحظ من الجدول (١٤) الموضوع أعلاه أن قيمة كاي تربيع (χ^2) تساوي (٧.٣٠٥)، وهي قيمة دالة إحصائياً مقارنة بمستوى دلالتها عند مستوى دلالة (٠.٠٢٦)؛ حيث أنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \geq ٠.٠٥$)، وهذه النتيجة تعني استدلالياً أن المتغيرين (مستوى الرضا والنوع) غير مستقلان، مما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الاقتناع الذاتي لدى جمهور المستفيدين من أولياء الأمر للأطفال حيال جدوى الحملات الإعلامية الرسمية المنفذة حول جائحة فيروس كورونا المستجد (Covid- 19)؛ تُعزى للنوع.

وهذه النتيجة ربما تكون ناجمة عن مكوث الإناث وقتاً أكبر بالمنزل؛ مما أتاح لهن فرصة التعرض لجميع الأفكار التي عبرت عنها الحملات الإعلامية ذات المضامين التوعوية – بما انطوت عليه من تفاصيل- ثم محاولة استيعابها والوقوف على مضمونها وتمحيصها؛ للاطلاع على تطورات الأوضاع والاهتمام بمعرفة أساليب الوقاية؛ وذلك اعتماداً على طبيعة عملهن بالمنزل من حيث القيام بأمر التنظيف والتطهير وتعليم الصغار السلوكيات الصحيّة نحو مكافحة فيروس كورونا وغيرها من الممارسات والسلوكيات الوقائية والإجراءات الاحترازية اليومية للأسرة، تلك المسؤوليات التي أكسبتهم القدرة على تمحيص الأمور، وجعلتهن أكثر وعياً لما وراء الكلمة وزخرفة العناوين، كما ويمكن تفسير وجود هذه الفروق لمجموعتي الدراسة استناداً إلى اختلاف دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الإعلامية بين الذكور والإناث؛ نظراً لطبيعة الظروف التي وضع فيها المبحوثون والمبحوثات وطبيعة المهام التي يقوم بها كلا الطرفين، وذلك بدوره يحدد حجم التعرض؛ فمن لديه دافع الاهتمام بطرق الوقاية سوف تقتصر متابعته على الأجزاء الخاصة بطرق الوقاية، ومن أراد معرفة كل شيء خاص بالفيروس تمددت مشاهدته ومتابعته لكل الأجزاء والحملات التي تتناول كل النقاط التي يريد معرفتها والإلمام بالمعلومات بها. وهو ما يتفق مع دراسات (إبراهيم، ٢٠٢٠)، (يوسف، ٢٠٢٠)، (Badr , et.al, 2021)، التي أكدت نتائجها على تأثير عامل النوع

على الوَعْيِ الصِّحِّي في مجال الصِّحَّة الشخصية والإنجابية والوقائية والبيئية؛ لصالح ربة الأسرة ، مع وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير متابعتهن لإعلانات حملات التوعية الصحية على قنوات الإعلام على السلوكيات التي يقمن بها بعد مشاهدة هذه الحملات، وأظهرت النتائج أيضاً أن الأمهات تسيدين المشهد العالمي في ظل الجائحة، نظراً لما قدمته خلالها.

خاتمة:

إن نجاح دور الإعلام في مواجهة أزمة كورونا وغيرها من الأزمات المُماتلة في المستقبل، يتطلب العمل على توفير البيئة التي تضمن له القيام بمهامه على الوجه الأمثل، وعلى ضوء هذه النتائج التي تم التوصل إليها في الدراسة الحالية، فإن هناك بعض المقترحات التي من شأنها تعزيز دور الإعلام في مواجهات أزمة كورونا وغيرها من الأزمات المُماتلة، لعل أبرزها:

١. تشكيل خلية أزمة إعلامية لا تقتصر عضويتها فقط على الإعلاميين وإنما أيضاً تضم الخبراء والمتخصصين في مجال الأزمة، من أجل صياغة الرسائل الإعلامية بشكل دقيق وواضح ومفهوم.
٢. تأكيد ضرورة اهتمام القطاع الصحي بوضع خطة شاملة وتشكيل فريق مُدرب وقوي لإدارة الأزمات؛ لإمكانية التصرف السريع في حال حدوثها.
٣. تعزيز الثقافة الصحية والوعْيِ الصحي المجتمعي من خلال الإعلام والاتصال الصحي على حد سواء؛ يتناول التهديدات الصحية استباقاً ووقاية.
٤. إعادة أنسفة الموائيق الدولية في بيئة العمل الإعلامي عبر الإنترنت ومواقع ومنصات التواصل الاجتماعي؛ من خلال تطوير وتحسين الترسانة القانونية لأخلاقيات المهنة بمدونة أخلاقية تحد من انتشار الشائعات.
٥. أنسنة الإعلام بقيمة الضمير الإنساني والعقل الأخلاقي المستتير والتخلي عن الهويات الضيقة لصالح الانتماء الإنساني؛ بوصفه أعلى من أي انتماء آخر وضرورة حتمية لمعالجة الأزمة من أصلها.
٦. عقلنة الإعلام وتخليصه من الأهواء والايديولوجيات من خلال المنهج الشكّي والتحفّظ والتريث؛ من أجل التأسيس لما يسمى بالإعلام المتأنّي.
٧. العمل على جعل التكوين الإعلامي في التعامل مع الأزمات والظروف الاستثنائية أمراً إلزامياً.
٨. أن تُسخر وسائل الإعلام كل إمكانياتها البشرية والمادية والتكنولوجية لدراسة المُتلقي وتوجهاته وآرائه، ومعرفة خصائصه وسلوكياته؛ فهي تساعد في وضع البرامج الناجعة والفعالة في التوعية والتنقيف، والمناسبة لكل فئة جماهيرية وفقاً للمعطيات المحصل عليها وبناء على ما أسفرت عنه نتائج دراسات الجمهور.
٩. أن تنتهج وسائل الإعلام في مواجهة هذا الوباء سياسة التثوية في البرامج الإعلامية والإعلانية لجذب الجماهير والأطفال على وجه الخصوص؛ مع استهداف تغيير السلوك المُنحرف واستبداله

- بممارسات صحيّة قيّمة؛ على أن تحمل تلك الرسائل الإعلامية في طياتها كل الاستمالات العقلية والعاطفية واستمالات التخويف لتحقيق الأثر المطلوب وبفعالية أكبر.
١٠. الإسراع في وضع برنامج للتنقيف الصحيّ ما بين وزارة الصحة والوزارات المعنية كوزاراتي الإعلام والثقافة، والتربية والتعليم والشباب؛ هدفه رفع الثقافة الصحيّة العامة لدى الفئات العمرية الأصغر سناً من الشباب والأطفال؛ من أجل التّزود بكَمّ المعلومات والمعرفة المنظمة والمصممة للتبني الإداري للسلوكيات المُعززة لصحة الأفراد والمجتمعات؛ لاسيما في أوقات الأزمات الصحيّة الطارئة التي تفرض نفسها من الحين والآخر على العالم بأكمله.
١١. إنشاء مركز سبر آراء لقياس ومتابعة اتجاهات الراي العام حول الحملات الصحيّة المُعتمدة على وسائل الإعلام؛ "خاصة تلك التي تُخاطب الأطفال"؛ للوقوف على جماهيرية المادة الإعلامية الصحية وكثافة التعرض لها، وقياس مدى نجاحها في تحقيق أهدافها التسويقية للتوعية الصحيّة في جذب انتباه الجمهور بشكل أكثر عميقاً وشمولية، والتركيز على الأثر الناتج عن هذه الحملات وقياس رد الفعل الناتج عنها وذلك لتعديل مسار الخطة أو تدعيمها للوصول إلى أفضل النتائج، وإحداث التأثير المطلوب في الجمهور المُشاهد خاصة فئة الأطفال.
١٢. تعزيز الحضور الإعلامي لقطاع الخدمات الصحيّة على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية، بما يواكب تطلعات الريادة والتميز تجاه الارتقاء بالمشهد الإعلامي الصحيّ.
١٣. تشجيع ثقافة الابتكار في طرح القضايا الإعلامية المتعلقة بقطاع الخدمات الصحيّة المتخصصة، وتقديم تغطية تستجيب لخصائص الإعلام الصحيّ المتميز (مجالاً، وحدثاً، وموضوعاً، وجمهوراً).
١٤. التأسيس لقواعد التربية الإعلامية في الظروف العادية وفي ظروف الأزمات في المؤسسات الإعلامية وكل مؤسسات التنشئة الاجتماعية.
١٥. الاتجاه إلى الاستثمار في الإعلام الرقمي والإلكتروني؛ باعتباره (إعلام المستقبل)، كوسائل لها إقبال جماهيري في نشر الوَعْي الصحيّ والتوعية بمستجدات الفيروسات والأمراض المُعدية والأوبئة.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم، أحمد زين العابدين. (٢٠٢٠). المعرفة بكوفيد-١٩ وتداعياته على الأسرة المصرية "بحث اجتماعي ميداني بمحافظة أسيوط". *مجلة البحث العلمي في الآداب*، (٢١)، الجزء السادس، ٢٦١-٢٩٣.
- إبراهيم، حسن أبو الحمد. (٢٠٢٢). جهود الدولة المصرية في مواجهة فيروس كورونا المستجد "دراسة فقهية قانونية". *مجلة كلية الشريعة والقانون*، (٣٧)، الجزء الثاني، ١٢٦٨-١٣٦١.
- إبراهيم، عبدالله عمران علي. (٢٠٢٠). الخطاب الإقناعي في التلفزيون المصري: دراسة في تحليل الخطاب الصحي بالبرامج الحوارية "جائحة كورونا نموذجاً". *مجلة البحوث الإعلامية*، (٥٥)، الجزء الرابع، ٢٥٧٥-٢٦١٨.
- إبراهيم، علي حجازي. (٢٠١٨). *التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد*. عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع.
- أبو العز، إنجي. (٢٠٢٠). تقييم تغطية الإعلام المصري للأحداث الداخلية الطارئة خلال الفترة من ٢٠١٩ وحتى ٢٠٢٠ "دراسة على الجمهور وخبراء الإعلام". *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، (٣٠)، ٥٢٨-٥٨٢.
- أبو زيد، سوسن عفيفي خالد. (٢٠١٩). تعرض الأطفال العرب لقنوات الأطفال المتخصصة وعلاقته بالوعي الصحي لديهم "مصر والجزائر نموذجاً". *مجلة كلية الآداب بجامعة سوهاج*، (٥٣)، الجزء الثاني، ٣٣٣-٣٥٦.
- أبو سينة، نورة حمدي محمد. (٢٠٢١). التماس الطفل السعودي المعلومات من الإعلام التقليدي والرقمي عن جائحة فيروس كورونا المستجد وإدراكهم لها. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (٧٤)، ٢٩١-٣٤٦.
- أحمد، ليلى مراد محمد. (٢٠٢٣). المدخل الوقائي وتنمية الوعي الصحي بالسلوكيات الخاطئة. *مجلة بحوث في الخدمة الاجتماعية التنموية*، ٤(٢)، ٨٥-١٠٢.
- إدريس، محمد خليفة. (٢٠٢٠). *ليبيا والحياد الدولي "الأطر الإعلامية للأخبار وتحليلها"*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- إسماعيل، عفاف عبدالله أحمد. (٢٠٢١). دور الواتس آب في تعزيز العلاقات الاجتماعية خلال جائحة كورونا. *المجلة الجزائرية للاتصال*، ٢(٢)، ١١٦-١٥٠.
- الأنصاري، أحمد توفيق محمد. (٢٠٢٠). *الأسس العامة لإعداد الإعلاميين*. الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

البادري، سعود مبارك. (٢٠٢٢). القلق الناجم عن جائحة كورونا لدى بعض أفراد المجتمع بسلطنة عمان: مستويات القلق ومحفزاته وآثاره. مجلة ضياء للبحوث النفسية والتربوية، (٢)٢، ٤٦-١١.

البدري، جاسم محمد. (٢٠٢٠). التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي على الجمهور في ظل جائحة كورونا. مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية الاجتماعية، (عدد خاص)، ٣٠٦-٢٩١.

البصراي، رباب جلال محمد. (٢٠٢٢). دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بجائحة كورونا "دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري". مجلة كلية التربية في العلوم الإنسانية والأدبية، (١)٢٨، ٥١١-٥٥٥.

البطوش، آمنة عطا الله مسلم. (٢٠٢١). مستوى الوعي الذاتي لدى عينة من الطلبة المُنتمين وعلاقته بضبط الذات لديهم في لواء قسبة عمان. مجلة جامعة الحسين بن طلال للبحوث، (٢)٧، ١٤٠-١٧٠.

الجعفري، محمد الناجي والطاهر، هديل عبد العظيم. (٢٠٢٠). دور الوعي بالذات في فعالية سلوك القائد الإداري. المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، (١٣)٤، ٢٧٧-٢٩٧.

الجمال، سمير سليمان وأبو داود، باسم فؤاد. (٢٠٢١). الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا "دراسة ميدانية على عينة من الجمهور الفلسطيني في محافظة الخليل". مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث، (١)٩، ٣٣-٥٤.

الحازمي، مبارك بن واصل. (٢٠٢٢). مستوى الوعي الاتصالي لفيروس كورونا "دراسة ميدانية على المجتمع السعودي". مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، (١)١٤، ٣٠-١.

الحاجي، عز الدين. (٢٠٢٠). حضور كوفيد - ١٩ في مرآة الآلة الإعلامية المغربية "جريدة هيسبريس الإلكترونية نموذجاً". باحثون "المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية"، (١٢)، ٢١٩-٢٢٩.

الحمدي، عبد الله بن عبده وبخيت، السيد وآل علي، فوزية. (٢٠٢١). اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي لاكتساب المعلومات أثناء الأزمات واتجاهاتهم إزاء أدائها المهني: دراسة ميدانية بالتطبيق على أزمة كورونا. المجلة العربية للإعلام والاتصال، (٢٧)، ١٩٩-٢٥٠.

الدسوقي، زكريا إبراهيم وإبراهيم، سلوى علي والسيد، إسراء فهمي. (٢٠٢٣). استخدام أطفال ما قبل المدرسة لمقاطع اليوتيوب وعلاقتها بالتوعية الصحية لديهم بفيروس كورونا "دراسة على أولياء الأمور". المجلة العلمية لكلية التربية للطفولة المبكرة ببور سعيد، (٢٨)١، ١٠٥-١.

الزعبي، عدنان سعد. (٢٠٢١). تعامل وسائل الإعلام الأردني مع أزمة كورونا. المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري، (٢)٣، ١٣١-١٥٢.

السالم، فاطمة سعود عبد العزيز. (٢٠٢٠). مصداقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات "جائحة كورونا نموذجاً". الجمعية المصرية للعلاقات العامة، (٢٩)، ٢٤٧-٢٧٧.
السباعي، مهيرة عماد. (٢٠١٨). القضايا الأفريقية من المنظور الإعلامي "الأزمات- المعالجة". القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

السيبري، ضياء. (٢٠٢٠). مصر في زمن الوباء. القاهرة: ببلومانيا للنشر والتوزيع.
السعدي، شريف السعدي. (٢٠٢٣). معالجة الفضائيات العراقية للأزمات المحلية "دراسة تحليلية لنشرات الأخبار الرئيسية في الفضائيات العراقية الإخبارية. مجلة حمورابي للدراسات، (٤٥)٢، ٣١٣-٣٨٠.

السهل، راشد علي وعبدالله، أنوار وأحمد، عائشة. (٢٠٢١). التغيرات النفسية والسلوكية التي طرأت على الأطفال أثناء فترة حظر التجوال المرتبط بفيروس كورونا "كوفيد-١٩". المجلة التربوية، ٣٥ (عدد خاص)، ١٥-٤٠.

الشجيري، سهام حسن علي. (٢٠٢١). الإعلام وصناعة الخوف أو المساهمة في مواجهته داخل المجتمعات في ظل جائحة كوفيد-١٩. مجلة العربي للدراسات الإعلامية، (١٣)، ٣٣-٦٧.

الشرقاوي، عبد الرزاق أحمد. (٢٠٢٠). الإعلام الرياضي. الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
الشرمان، عدیل أحمد. (٢٠٢٠). دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية "وباء فيروس كورونا نموذجاً". المجلة العربية للدراسات الأمنية، (٢)٣٦، ١٨٩-٢٠٥.

الشلهوب، عبد الملك عبد العزيز. (٢٠٢٠). ممارسات الاتصال الفعال في إدارة أزمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (٣٠)، ١٠٦-١٧٥.

الشنواني، هانيا منير مصطفى. (٢٠٢٠). دور الوالدين في توعية وحماية الأطفال من جائحة كورونا بمدينة الرياض. مجلة شؤون اجتماعية، (١٤٨)٣٧، ١٥٧-١٩٥.

الشهري، حنان شعشوع محمد. (٢٠٢١). جائحة كورونا وأثرها على المجتمع "قراءة في التحولات الاجتماعية وآليات المواجهة. مسالك للدراسات الشرعية واللغوية والإنسانية، (١٠)، ٤٥٩-٤٩١.

الصعيدى، دعاء عبد الحكم. (٢٠٢١). أداء الصحافة المصرية أثناء جائحة كورونا "كوفيد - ١٩" في ميزان خبراء الصحافة والإعلام: دراسة تقييمية. مجلة بحوث العلاقات العامة "الشرق الأوسط"، (٣٣)، ١٨٧-٢٥٠.

الطعاني، سليمان. (٢٠٢٠). الوجيز في التربية الإعلامية. الأردن: دار الخليج للنشر والتوزيع.
العبادي، إيمان يونس إبراهيم. (٢٠٢٠). التقبل الاجتماعي والتنظيم الانفعالي لدى طفل الروضة. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.

- العبد، مروة عبد الحكيم. (٢٠٢٠). أثر استخدام الدراما الطبية على تعلم مبادئ الوعي الصحي لدى طفل ما قبل المدرسة. *مجلة الطفولة والتربية*، ١٢ (٤١)، الجزء الخامس، ٢٤٥-٢٦٢.
- العتيبي، جارح فارس وبخاش، عبدالله عمر. (٢٠٢١). تأطير الصحافة الخليجية واليمنية لجائحة فيروس كورونا المستجد. *مجلة الآداب*، ٣٣ (٢)، ٩٧-١١٣.
- العتيبي، فهد سعد دريميج. (٢٠٢١). دور وسائل الإعلام الكويتية في التوعية المجتمعية بالتعامل مع جائحة فيروس كورونا. *مجلة التربية*، ٤٠ (١٩٢)، الجزء الثالث، ٢٠٠-٢٤٩.
- العجيل، أحمد محمد. (٢٠٢٢). وسائل الإعلام الجديد ودورها في نشر المعلومات حول جائحة كوفيد - ١٩. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، ٦ (٣)، ١٢-٢٦.
- العززي، إبراهيم بن هلال. (٢٠٢٢). علاقة الوعي الاجتماعي بالأمن الصحي في ظل جائحة كورونا "دراسة ميدانية مطبقة في مدينة الرياض". *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، ٦٤ (٦٤)، ١٣٩-٢٢٠.
- العوض، سيف الدين حسن. (٢٠٢١). التواصل الصحي في الدول العربية أثناء وبعد جائحة كورونا بين الأزمة والفرصة "في ضوء نظريتي التأطير الإعلامي والتجديد المؤسسي". *مجلة العربي للدراسات الإعلامية*، ١٢ (١٢)، ٩-٤٥.
- العوني، محمد. (٢٠٢١). الجائحة ومنظومة الإعلام. *المجلة المغربية للدراسات الإنسانية والاجتماعية*، ٣ (عدد خاص)، ٢٤٥-٢٤٨.
- العياشي، قرطي وصالح، مرية وهماش، لمين. (٢٠٢١). المقاربة الإعلامية كمدخل رئيسي للتوعية بمخاطر جائحة كوفيد - ١٩. *مجلة العربي للدراسات الإعلامية*، ١٢ (١٢)، ٦٨-٨٠.
- الغانمي، مثنى محمد فيحان. (٢٠١٨). التليفزيون والحرب: دراسة في اتجاهات الأخبار وتأثيراتها وانعكاساتها. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- الغريز، أحمد نايل. (٢٠٢١). أثر تواجد الوالدين على تحسين السلوك الشخصي والاجتماعي لدى الأطفال (٤ - ١٦) أثناء وبعد فترة الحجر المنزلي خلال جائحة كورونا في الأردن. *المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث* "مجلة العلوم التربوية والنفسية"، ٥ (٤٦)، ٤٣-٦٤.
- الفوزان، هيفاء يوسف. (٢٠٢٠). مستوى الوعي الوقائي من فيروس كورونا المستجد لدى طالبات جامعات شقراء. *مجلة كلية التربية في العلوم التربوية*، ٤٤ (٤٤)، الجزء الرابع، ٤٨٥-٥٤٠.
- القحص، خالد الحميدي والهاشمي، محمود عبد النبي ومراد، حسين. (٢٠٢٠). اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات "فيروس كورونا المستجد مثالا". *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية*، ٤١ (٤١)، ٩-١٤٦.
- القحطاني، ظافر بن محمد وسليمان، يحيى مبارك وربيع، فرحان بن سالم. (٢٠٢٢). العوامل الخمس الكبرى للشخصية وأسلوب الحياة والوعي الذاتي كمتنبئات بالسلوك الصحي لدى

- المرضى النفسيين في مدينة الرياض. *مجلة الدراسات الاجتماعية السعودية*، (١٠)، ١-٤٣.
- القحطاني، نوال بنت ناصر. (٢٠٢٢). إمام طفل الروضة بأبعاد الثقافة الصحية في ضوء استراتيجيات التعلم الذاتي بمدينة الرياض. *مجلة دراسات الطفولة*، ٢٥ (٩٤)، ١-١٤.
- قراد، راضية وأونيس، ابتسام. (٢٠٢٢). اتجاهات الأسرة نحو اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي لرفع الوعي الصحي في ظل جائحة كورونا. *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*، ٦ (١)، ٦٣-٤٦.
- القصبي، علي الدين عبد البديع. (٢٠٢٢). تحولات جائحة كورونا وتأثيرها المجتمعي: مقارنة نظرية لرأسمالية الكوارث ونيوليبرالية البوائيات. *مجلة كلية الآداب*، ١٤ (١)، ٧٨٥-٨٤٢.
- الكناني، محسن جلوب والدجيلي، أحمد مهدي. (٢٠١٨). *التلفزيون وتعزيز الوعي الصحي*. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- المحمادي، شروق مرشود ومحمد، عبير ومحمد، دانة وسعيد، حنان وعلي، بتول. (٢٠٢٣). أثر الإعلام الصحي "الوظائف والأهداف". *مجلة رماح للبحوث والدراسات*، (٧٩)، ١٣٣-١٦٦.
- المساوي، حميد. (٢٠٢١). خطاب الوباء في الأدب والإعلام "دراسة لسانية اجتماعية" الإعلام المغربي نموذجاً. *مجلة أنساق*، ٥ (٢)، ٥٣-٦٨.
- المصري، سعاد محمد محمد. (٢٠٢٠). الرسوم المتحركة ودورها في تنمية المفاهيم الصحية لدى الأطفال من ٤-٦ سنوات. *مجلة البحوث الإعلامية*، (٥٥)، الجزء الثالث، ١٦٢٧-١٦٨٠.
- المغاوري، انتصار السيد. (٢٠٢١). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي لدى طفل الروضة في ضوء جائحة كورونا "اليوتيوب نموذجاً". *مجلة الطفولة والتربية*، (٤٨)، الجزء الثاني، ١٩٥-٢٨٢.
- المنجد، محمد بشير. (٢٠٢٠). *الآلة الذكية من ديكارت وحتى دماغ غوغل*. الأردن: EKTAB LTD.
- الناصر، طارق زياد. (٢٠٢٢). متابعة الجمهور لصفحات الفضائيات الأردنية في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل معارفهم نحو أزمة كورونا. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (٨١)، الجزء الثاني، ٢٩٧-٣٢١.
- باتشيرجي، أنول. (٢٠١٨). *بحوث العلوم الاجتماعية "المبادئ والمناهج والممارسات"*. (ترجمة خالد بن ناصر آل حيان). الطبعة الثانية. الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

- بالقاسمي، محمد الأزهر. (٢٠٢٢). واقع إدارة الأزمات في المؤسسات التعليمية في ظل جائحة كورونا من وجهة مديري التعليم الثانوي والمتوسط. *مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية*، ٧(٢)، ١٣٩٢-١٤٢٨.
- برادعي، يونس. (٢٠٢٠). دور مسرح الأطفال في تنشئة الطفل العربي. *مجلة الطفولة العربية*، ٢٠(٧٨)، ١١٧-١٠٠.
- بلخيري، سارة جابري ومحي الدين، نبيل. (٢٠٢٠). وسائل الإعلام وإدارة الأزمات في ظل جائحة Covid- 19. *مجلة بحوث الاتصال*، ٨(٨)، ٢٦١-٢٧٥.
- بن دراج، كريمة. (٢٠٢٣). وباء كورونا بين تمثلات الخطر ومخاطر الحداثة. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، ٩(١)، ١٠٨١-١٠٩٣.
- بن دريس، أحمد. (٢٠٢١). تحدي الأخلاقيات المهنية الإعلامية في تغطيات تبعات جائحة كورونا "تشريح للواقع واستشراف لعالم ما بعد الأزمة. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، ٨(٣)، ٢٣-٣١.
- بن سالم، عبدالله. (٢٠٢١). فيروس كورونا بين النقل والعقل. *مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية*، ٩(٢)، ٧-٣٩.
- بوراس، عمر. (٢٠٢٣). تداعيات جائحة كورونا على الأطفال في الحاضر والمستقبل. *مجلة الباحث للدراسات القانونية والقضائية*، ٥٢(٥٢)، ١٥٦-١٦٧.
- تامة، عبد الفتاح. (٢٠٢٠). دور الإعلام المرئي في توعية الأسر الجزائرية خلال جائحة كورونا. رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- تامي، نصيرة. (٢٠٢٢). التوقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية "قراءة في الأبعاد والاستخدامات. *مجلة معارف*، ١٧(١)، ٨٨٩-٩٠٧.
- جاب الله، منال عبد الخالق. (٢٠٢٠). الوعي الغائب الحاضر في جائحة كورونا. *مجلة إبداعات تربوية*، ١٥(١٥)، ٩-١٥.
- جاد، سالي. (٢٠٢١). حملات التوعية الصحية في صفحات وزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي. المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين "الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة"، القاهرة: كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ١٠٥٩ - ١١١٣.
- جنيط، رضوان ومروشي، ابتسام. (٢٠٢٢). حملات الاتصال العمومي ودورها في نشر كل من الوعي الصحي والثقافة الصحية في المجتمع أثناء جائحة كورونا. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، ٩(٣)، ١٩٥-٢٠٨.

جعفر، عطيات محمد سعد. (٢٠٢٢). فاعلية استخدام نموذج "بوسنر" لتصحيح بعض مفاهيم الوعي الصحي لطفل الروضة وأثره على الصحة النفسية في ظل جائحة كوفيد-١٩. **مجلة الطفولة**، (٤٢)، ٧٤١-٨٣٧.

جعفر، هاشمية حميد. (٢٠٢١). فاعلية وسائل الإعلام في مكافحة كورونا بين السلب والإيجاب. **مجلة العربي للدراسات الإعلامية**، ١١(١١)، ٩-٣٤.

حاج، أحمد حدة وعقيد، رشيدة. (٢٠٢٢). **مصادقية وسائل الإعلام الحكومية أثناء الأزمات ودورها في كسب ثقة الجمهور "موقع وكالة الأنباء الجزائرية في أزمة كورونا أنموذجاً"**. رسالة ماجستير، جامعة أحمد دراية- أدرار، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

حافظ، أسماء فؤاد. (٢٠٢٠). تناول الإعلام لأزمة فيروس كورونا في مصر "رؤى الخبراء لاستراتيجيات اتصالات الأزمة". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (٧٣)، ٥٩-١١٦. حجازي، هناء شحات السيد. (٢٠٢١). الوعي الصحي لدى طلاب كليات التربية بالجامعات المصرية "كلية التربية جامعة بنها نموذجا". **مجلة تطوير الأداء الجامعي**، ١٦(٢)، ٨٩-١٩٤.

حدادي، وليدة. (٢٠٢٠). **الإعلام وقضايا المرأة**. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع. حربوش، سميرة. (٢٠٢١). الثقافة الصحية ومظاهر السلوكيات الصحية لدى المراهقين. **مجلة التربية والصحة النفسية**، ٧(٢)، ١٠١-١١٧.

حسن، سمر علي. (٢٠٢١). **صورة اللاجئين السوريين كما تعكسها مواقع الصحف العربية**. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

حسين، حازم عبد الكاظم وداد، سعاد عبدالله. (٢٠٢٢). الطلاق وانعكاساته النفسية والتربوية على الأطفال في ظل جائحة كورونا. **مجلة العلوم النفسية**، ٣٣(٢)، ٢٤٣-٢٧٨. حمدان، محمد فؤاد. (٢٠٢١). **توظيف الإعلام الحكومي بغزة للإعلام الرقمي في مواجهة جائحة كورونا**. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب.

حورية، شريف محمد عطية وسلامة، هناء سعيد. (٢٠٢٢). إدراك الأمهات لجائحة كورونا وعلاقته بالتعايش الأسري. **مجلة بحوث التربية النوعية**، (٦٥)، ٦١٣-٦٧٧. خطاب، سهير عبد القادر وعيسى، إبراهيم السيد. (٢٠٢١). **التربية الصحية "الواقع وسيناريوهات المستقبل"**. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.

خليفة، حسين خليفة حسن. (٢٠٢٠). التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، (٢٩)، ٢٧٩-٣١٧.

خليفة، حسين خليفة والسبيعي، عيسى راشد. (٢٠٢٢). استخدام طلبة الجامعات البحرينية لشبكات التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا والإشباع المتحققة منها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (٧٨)، ٣٣٩-٣٦٥.

- خليل، نجلاء محمد عاطف. (٢٠٢٢). التحديات الاجتماعية التي واجهت نمط الحياة الصحي للأسرة المصرية في ظل جائحة كورونا. *مجلة كلية الآداب بقتنا*، ٣١(٥٧)، ٣٠٧-٤٠٤.
- خير، محمدي. (٢٠٢٠). الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا "كوفيد - ١٩" في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية. *مجلة التمكين الاجتماعي*، ٢(٣)، ٣٤-٥٦.
- خير، أمينة. (٢٠٢٠). الإعلام العربي تحت مجهر كورونا ونقد المتلقي ومراجعة المحتوى. *مجلة شؤون عربية*، (١٨٢)، ١٤٢-١٥٠.
- درويش، رامز محمد. (٢٠٢١). مصداقية القنوات التلفزيونية أثناء أزمة فيروس كورونا. *المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل "العلوم الإنسانية والإدارية"*، ٢٢، ١-٩.
- درير، جمال وخبيزي، سامية. (٢٠٢٠). مساهمة وسائل الإعلام في التنقيف الصحي للشباب الجزائري. *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*، ٤(٣)، ١١-٢٣.
- دسوقي، سارة سعيد عبد الجواد. (٢٠٢٠). اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، (٢٩)، ٩٥-١٢٩.
- رايس، صدام. (٢٠٢١). التواصل، التوعية الصحية وإشكاليات السياق: إطار تحسين فاعلية التواصل في مجال التوعية الصحية. *المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، ٩(٢)، ١٦٢-١٨١.
- رشوان، ربيع عبده أحمد وعبد العليم، أحمد مجاور عبد الفهيم. (٢٠٢١). الآثار الإيجابية للخطاب الإعلامي في المجتمع السعودي "أزمة فيروس كورونا أنموذجا". *مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية*، ٣١(٢٠)، ٢٦٢-٣١٠.
- رضوان، أحمد فاروق. (٢٠٢٠). الاتصال الصحي في وقت الخطر. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، (٣١)، ٤-١٣.
- رمضان، أمل وعيسى، وحيد وأنور، حاتم. (٢٠٢٣). سلوكيات التماس المعلومات "المدخل والأسس". *المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات*، ١٠(١)، ٤٧٣-٤٩٤.
- ساطور، ميادة رمضان محمد. (٢٠٢١). تأثير برنامج تعليمي باستخدام القبعات الستة لاكتساب الوعي الصحي نحو التعامل مع فيروس كورونا لطفل ما قبل المدرسة. *المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة*، ٦٧(١)، ٢٧٦-٣٠١.
- سالم، أشواق ولصلح، عائشة. (٢٠٢٢). دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمخاطر فيروس كورونا "دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف". *مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية*، ١٧(٣)، ٥٠٠-٥٢٣.

- سعد الدين، نادية عباس. (٢٠٢٠). الإعلام العربي في ظل متطلبات مواجهة وباء كورونا. **مجلة شؤون عربية**، (١٨٢)، ١٥١-١٥٩.
- سليم، ماجدة فتحي وعثمان، هناء محمد. (٢٠٢١). برنامج مقترح في التربية الوقائية لتنمية المعارف والسلوكيات الوقائية اللازمة لمواجهة فيروس كورونا لدى أطفال الروضة. **مجلة الطفولة والتربية**، ١٣ (٤٦)، ١٣٧-٢١٢.
- سليمان، الرشيد داود آدم. (٢٠٢٢). دور الحملات الإعلامية في نشر الوعي الصحي للحد من انتشار فيروس كورونا. **مجلة القلزم للدراسات الإسلامية**، (٥)، ١٤٩-١٧٨.
- سليمان، فوقية رجب وعطية، إيناس محمد. (٢٠١٩). برنامج مقترح في التربية الصحية قائم على بعض القضايا الصحية المعاصرة لتنمية الوعي الصحي الوقائي وتصويب المعتقدات الصحية الخاطئة لدى طلبة الدبلوم العام في التربية. **المجلة المصرية للتربية العلمية**، ٢٢ (٤)، ١-٤٦.
- شريف، هناء. (٢٠٢٠). تأثير جائحة كورونا "كوفيد-١٩" على الأسرة والتعليم "رؤى وحلول". برلين: العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
- شميس، عبد الرقيب أحمد والصامت، فؤاد أحمد. (٢٠٢٠). نموذج مقترح لتطوير السياسات الإعلامية في التوعية المجتمعية للحد من مخاطر فيروس كورونا باليمن. **مجلة جامعة البيضاء**، ٢ (٢)، ٦٩٥-٧١٥.
- صالح، هبة الله صالح السيد. (٢٠٢١). فاعلية وسائل الإعلام "الحديثة والقديمة" كمصدر للمعلومات الصحية للجمهور المصري خلال أزمة فيروس كورونا. **مجلة البحوث الإعلامية**، (٥٦)، الجزء الخامس، ٢٣٥٤-٢٤٠٠.
- طبي، منير. (٢٠٢٢). جائحة كورونا ووسائل الإعلام "قراءة في آليات التأثير". **مجلة الإحياء**، ٢٢ (٣٠)، ٩٠٩-٩٢٠.
- طه، محمد أحمد التجاني والعبيد، عبد القادر أحمد. (٢٠٢١). دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بمخاطر جائحة كورونا. **مجلة القلزم العلمية**، (١٠)، ٣٥-٦٤.
- طه، منى طه محمد. (٢٠٢١). دور الحملات الإعلامية لوزارة الصحة والسكان على صفحتها الرسمية على الفيسبوك في توعية الجمهور المصري بجائحة كورونا. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، (٣٤)، ١٤١-٢١٤.
- طهار، إيمان والتاج، مزيان. (٢٠٢٣). تأثير محو الأمية الصحية على جودة حياة البشر: دراسة حالة على المتعافين من كوفيد-١٩ في الجزائر. **مجلة البشائر الاقتصادية**، (١)٩، ٣٩٠-٤٠٣.
- عبد الحافظ، نادية محمد. (٢٠٢٠). اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد. **مجلة التمكين الاجتماعي**، (٥٤)، الجزء الرابع، ٢٠٩٣-٢١٦٨.

- عبد الحفيظ، نزار بن صالح أحمد. (٢٠٢٠). جائحة فيروس كورونا المُستجد كما يعبر عنها الأطفال في رسوماتهم المنشورة عبر الإنترنت. *مجلة الأكاديمي*، (٩٨)، ٤١٣-٤٣٤.
- عبد الحق، شادلي وجمعة، لواء جبار. (٢٠٢١). الإعلام العربي وإشكالية التلقي في ظل جائحة كوفيد - ١٩. *مجلة العربي للدراسات الإعلامية*، ١٢ (١٢)، ٤٦-٦٧.
- عبد الحليم، محمود محمد محمد. (٢٠٢٠). اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية "جائحة فيروس كورونا المُستجد أنموذجاً". *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، (٢٩)، ٥٨٩-٦٣٩.
- عبد الرازق، هبة محمد شفيق. (٢٠٢٠). أساليب تأطير الأزمات الدبلوماسية في منطقة الخليج العربي. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، (٣١)، ٢٠٠-٢٦٣.
- عبد الرسول، منى إبراهيم عبد الحافظ. (٢٠٢٣). التماس المرأة المصرية للمعلومات الصحية عبر تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديها. *مجلة البحوث الإعلامية*، (٦٥)، الجزء الأول، ٤٩-١٣٢.
- عبد الستار، شيماء محمد. (٢٠٢٢). فاعلية وسائط تثقيف الطفل في تنمية الوعي الوقائي بجائحة كورونا وأثره على المهارات الناعمة لدى طفل الروضة. *مجلة التربية (الأزهر)*، ٤١ (١٩٤)، الجزء الثالث، ٨٤-٢٠٩.
- عبد العاطي، صابرين عبد العاطي لبيب. (٢٠٢١). المتطلبات التربوية لاستيعاب أطفال الروضة لتداعيات جائحة فيروس كورونا من وجهة نظر آبائهم. *مجلة بحوث ودراسات الطفولة*، (٦)٣، ٩٤٠-١٠٢٤.
- عبد العال، حنان موسى. (٢٠٢١). دور الحملات الإعلامية الحكومية في تشكيل الوعي الصحي للجمهور المصري أثناء جائحة كورونا. *مجلة بحوث العلاقات العامة "الشرق الأوسط"*، (٣٤)، ٥٨٣-٦٣٩.
- عبد العظيم، ريهام عاطف. (٢٠١٩). أنماط التحيز في المعالجة الإخبارية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- عبد الكريم، نهلة حلمي محمد. (٢٠٢١). أطر معالجة الفضائيات العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية لجائحة كورونا المُستجد. *مجلة البحوث الإعلامية*، (٥٩)، الجزء الثاني، ٧٩٣-٨٤٢.
- عبد المنعم، هناء أحمد. (٢٠٢٣). الحملات الإعلامية التليفزيونية في التوعية للجمهور وتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الصحية. *مجلة البحوث والدراسات العربية*، (٧٨)، ١٦٧-٢٣٦.
- عبد، سهير سيف الدين والسيد، إيمان إبراهيم. (٢٠٢٢). دور حملات التوعية الصحية بوسائل الإعلام في مواجهة أهل الصعيد لبعض الأمراض والأوبئة "فيروس كورونا نموذجاً". *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*، (١)٣، ٨١٤-٧٦٢.

عبد، عبد الهادي السيد. (٢٠٢١). علم النفس المعرفي "الأسس والمحاور". القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

عبد، عبد الهادي السيد. (٢٠٢٢). وهج التعلم "مؤثرات وضرورات". القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

عبود، طارق. (٢٠٢١). دور وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي في جائحة كورونا. مجلة المعهد المصري، ٦(٢٣)، ٢٦٨-٢٨٠.

عدودة، طليحة. (٢٠٢٢). المعتقدات الصحية لذوي الأمراض المزمنة في ظل جائحة كورونا. المجلة العلمية للعلوم التربوية والصحة النفسية، ٤(٣)، ٩١-١٠٥.

عطيات، عبدالله أحمد محمد. (٢٠٢١). التجربة الإعلامية الأردنية الناجحة للتلفزيون الأردني خلال جائحة كورونا. مجلة العربي للدراسات والأبحاث، (١٢)، ٣١-٦٠.

عقل، نشوة سليمان. (٢٠٢٠). التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المُستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية. مجلة البحوث الإعلامية، (٥٤)، الجزء الرابع، ٢٠٣٧-٢٠٩٢.

علي، رحاب حسين. (٢٠٢٢). الآثار النفسية والاجتماعية لدى طفل الروضة في ظل جائحة كورونا. مجلة نسق، ٣٤(١)، ٥٥٤-٥٦٧.

علي، زينب علي بكري. (٢٠٢١). سلوكيات التماس المعلومات لدى المواطن المصري في ظل الأزمات الصحية "أزمة فيروس كورونا المُستجد نموذجاً". المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، ٨(٣)، ٤٩-١٣٩.

علي، سعيد عبد المعز. (٢٠٢٠). تصميم أنشطة تعليمية وقياس فاعليتها في تنمية بعض مفاهيم وسلوكيات الوعي الصحي لدى أطفال الروضة بالمناطق العشوائية. المجلة العلمية لكلية التربية للطفولة المبكرة ببور سعيد، (١٧)، ٣٩-١١٠.

علي، عمر هاشم محمد. (٢٠١٧). كيف نكون الحس الديني لدى الأطفال. القاهرة: بروج للنشر والتوزيع.

عمارة، صرا. (٢٠٢٢). دور التربية الأسرية والصحية في رفع مستوى الوعي الصحي من أجل تحقيق الأمن الصحي في المجتمع. مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السوسولوجية والتنمية الإدارية، ٥(١)، ٥٠-٧٥.

عمر، هنادي محمد. (٢٠٢١). إدارة الأزمات في ظل جائحة كورونا وانعكاسها على الآثار الاجتماعية والاقتصادية على الأسرة. مجلة جامعة الباحة للعلوم الإنسانية، (٢٩)، ٨٤٩-٨٨٢.

عياد، محمود. (٢٠٢١). التعرض لحملات التوعية الصحية عبر وسائل الإعلام بالجزائر "دراسة مسحية في ضوء إدراك الحقائق المعرفية لجائحة كورونا". المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، ٦(١)، ١٠٥٥-١٠٧٦.

غازي، خالد محمد. (٢٠٢٣). الإعلام الناعم "كيف يمكن تشكيل العقول؟". الجيزة: وكالة الصحافة العربية.

غزالة، بن فرحات وغول، لخضر. (٢٠٢٢). الإعلام في زمن كورونا "قراءة في أهم التحديات والاستراتيجيات الإعلامية الفعالة لمواجهة الجائحة. مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، ١٧(١)، ١٢٥-١٤٦.

غنو، أمال. (٢٠٢٢). مصداقية وسائل الإعلام في التعامل مع فيروس كورونا بين التأثير والتوظيف. المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، ١١(١)، ٤١٠-٤٢٣.

فضل، عثمان فضل السيد. (٢٠٢١). مستوى الوعي الصحي لدى المغتربين السودانيين أثناء جائحة كورونا. مجلة دراسات نفسية وتربوية، ١٤(٢)، ١١١-١٢٦.

فكري، طارق محمد. (٢٠٢٢). الإعلام الصحي. الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

فودة، محمد صبحي محمد. (٢٠٢١). اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بتشكيل الوعي الصحي لديهم نحو أزمة كورونا. مجلة البحوث الإعلامية، ٥٦(٥)، الجزء الأول، ١٥٨-٢١٨.

فياض، محمد أحمد. (٢٠١٩). بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام. الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

قادري، حليلة. (٢٠٢١). صناعة الوعي في وقت الأزمات "فيروس كورونا نموذجاً" قراءة نظرية لسلوك الأفراد أثناء الحجر الصحي. مجلة الأكاديمية للبحوث في العلوم الاجتماعية، ٣(١)، ٢٣٦-٢٥٣.

قارة، سعيد ولعربي، سمير. (٢٠٢١). النماذج المعرفية الاجتماعية للسلوك الصحي وتطبيقاتها العلاجية في مجال علم نفس الصحة. مجلة دراسات في علم نفس الصحة، ٦(٣)، ٣٦-٤٥.

قنشوبة، عبد الرحمن ورعاش، كمال. (٢٠٢١). أزمة كوفيد- ١٩ "الحاجة إلى الإعلام العلمي". مجلة العلوم الإنسانية، ٢١(١)، ٨٢٤-٨٤٠.

قوجيل، نور الدين ومدفوني، جمال الدين. (٢٠٢٢). برامج التوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا عبر الفضائيات الجزائرية الخاصة. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، ٧(٣)، ٣٩٨-٤٠٧.

كامل، رأفت وليم. (٢٠٢٣). الكفاءة الذاتية لدى مستهلكي خدمات الرعاية الصحية المجتمعية ودورها في تعزيز السلوكيات الصحية الوقائية والصحة النفسية أثناء جائحة كورونا "المعتقد الصحي كمتغير معدل". المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، ٤(١)، الجزء الثالث، ٩٦٣-١٠٣١.

كزيز، أمال. (٢٠٢١). التربية الصحية ودورها في محو الأمية الصحية في ظل انتشار وباء كورونا "دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة بسكرة". مجلة العلوم الاجتماعية، ٧(١)، ١٠٧-١٢٢.

كشك، أشرف محمد عبد الحميد. (٢٠٢٠). دول الخليج وإدارة أزمة كورونا. مجلة دراسات، ٧(١)، ١٧-٣٤.

كوفر، روب. (٢٠٢٢). الهوية في زمن كورونا المضطرب "الأدائية والأزمة والتنقل والأخلاق" (حجاج أبو جبر، مترجم). مجلة تبين للدراسات الفكرية والثقافية، ١١(٤١)، ٢٠١-٢٢٠.

لكحل، سعاد. (٢٠٢٢). تأثير المضامين الإعلامية على الثقافة الصحية "دراسة ميدانية على عينة من سكان البلدة". مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٨، ١٦٢-١٧٧.

لكريني، إدريس. (٢٠٢١). إدارة الأزمات العابرة للحدود "مداخل استراتيجية لتحويل المخاطر إلى فرص". الإمارات العربية المتحدة: مركز تريندز للبحوث والاستشارات.

محمد، إبراهيم علي بسويوني. (٢٠٢٠). الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية. مجلة البحوث الإعلامية، (٥٥)، الجزء الرابع، ٢١٣٣-٢٢٢٤.

محمد، سارة نصر. (٢٠٢٠). مؤسسة الرئاسة والبرامج الحوارية "المعالجة الإعلامية وعلاقتها باتجاهات الجمهور". القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

محمد، عمرو محمد جلال. (٢٠١٩). المتطلبات التصميمية والتكنولوجية لإنتاج التقارير الإعلامية التليفزيونية بتقنية ٣٦٠. مجلة التصميم الدولية، ٩(٤)، ١٥٥-١٦٤.

محمدي، خيرة. (٢٠٢٠). الإعلام الصحي وإدارة أزمة كوفيد - ١٩ في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية. مجلة التمكين الاجتماعي، ٢(٣)، ٣٤-٥٦.

محمود، خالد صلاح حنفي. (٢٠٢٠). الإعلام التفاعلي خلال أزمة كورونا من الإخبار إلى تقصي الحقائق. المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، (١٢)، ٢٠٣-٢١٨.

محمود، خالد صلاح حنفي. (٢٠٢٢). تعزيز الصحة النفسية للأطفال وحمايتهم ورعايتهم. مجلة الطفولة والتنمية، (٤٤)، ٢٠٣-٢٠٧.

محمود، يوسف حسن، ولبيب، منى سفيان. (٢٠٢٢). أولويات الاهتمام في الخطاب الإعلامي الصحي حول جائحة كورونا. مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، ٢٩(١١)، الجزء الأول، ٣٦٨-٣٥٠.

مرعي، مثنى فائق ومجموعة مؤلفين. (٢٠٢١). أزمة جائحة كورونا والنظام العالمي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

مزارى، نصر الدين. (٢٠٢٢). الأزمة الصحية العالمية "كورونا كوفيد-١٩" في وسائل الإعلام. مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، ١٤(٢)، ١٧٥-١٩٥.

مصطفى، عبد الحفيظ عبد الجواد. (٢٠٢٠). دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا. *مجلة بحوث العلاقات العامة "الشرق الأوسط"*، (٢٩)، ٦٤١-٦٩٥.

مصطفى، هويدا. (٢٠١٨). *الإعلام ومواجهة الإرهاب*. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
مطواع، إسلام محمد. (٢٠٢٠). التقنيات الحديثة المستخدمة في تحرير التقرير الصحفي في المواقع الإخبارية. *مجلة كلية الآداب بجامعة سوهاج*، (٥٦)، الجزء الثاني، ٢٩١-٣١٦.

مقيدش، إيمان هاجر ومحمد كريم. (٢٠٢١). دور الحملات الإعلامية في التوعية والوقاية ضد وباء كورونا "دراسة ميدانية بديوان مؤسسات الشباب بولاية سطيف". *مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة*، ٢(١)، ٥٩-٧٢.

مهري، شفيقة ودرير، جمال. (٢٠٢٢). أثر المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كوفيد-١٩ في تشكيل الوعي الصحي لدى المواطن الجزائري. *مجلة آفاق للعلوم*، ٢(٢)، ٧٣١-٧٥٣.

ميرزا، جاسم خليل. (٢٠٢٠). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي والمعرفة لدى أفراد المجتمع حول أزمة فيروس كوفيد-١٩ المُستجد. *مجلة شؤون اجتماعية*، ٣٧(١٤٨)، ٩-٤٤.

نصر الدين، مزارى. (٢٠٢٢). الأزمة الصحية العالمية "كوفيد-١٩" في وسائل الإعلام. *مجلة تطوير العلوم الاجتماعية*، ١٤(٢)، ١٧٥-١٩٥.

هاشم، داليا رشاد محمد وشمس، نعيمة جمال وبخيت، نوال شرقاوي. (٢٠٢٣). فاعلية برنامج تدريبي لتحسين الوعي الذاتي لدى الأطفال ذوي التوحد. *مجلة كلية التربية*، ٣٨(٢)، ٣٨٣-٤٢٠.

هاشم، رضا محمد حسن. (٢٠٢١). الآثار الاجتماعية والنفسية لجائحة كورونا على الأسرة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بعمادة السنة التحضيرية بجامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل بالدمام. *مجلة البحث العلمي في التربية*، ٢٢(٦)، ١٢١-١٦٠.

يسري، أفنان محمد عمر. (٢٠٢١). قياس مدى وعي الأسرة السعودية وانعكاسه على إدارة الأزمة في ظل جائحة كورونا. *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، ٧(٣٤)، ١٥١١-١٥٦٤.

يوسف، زينب صلاح محمود. (٢٠٢٠). قلق الإصابة بفيروس كورونا المُستجد وعلاقته بإدارة ربة الأسرة للسلوكيات الوقائية اليومية من الفيروس أثناء الجائحة. *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، (٣١)، ٥٤٥-٦٠١.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

A.K.M.Najmul Islam; Samuli Laato; Shamim Talukder, & Erkki Sutinen. (2020). Misinformation sharing and social media fatigue during COVID-19: An affordance and cognitive load perspective.

Technological Forecasting and Social Change, 159, 1-14,
[https://DOI: 10.1016/j.techfore.2020.120201](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120201).

- Ainal Fitri, Almukarramah & Fitri Melia Sari. (2021). the Role of Mass Media in the New Normal Era Pandemic Time COVID-19 in Banda Aceh City. **THE PROCEEDING BOOK OF THE 4TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON MULTIDISCIPLINARY RESEARCH**, 4 (1), 187–196.
- Amare Zewdie, Ayenew Mose, and Ali Yimer. (2022). the health belief model's ability to predict COVID-19 preventive behavior: A systematic review. *SAGE*, 10, <https://doi.org/10.1177/20503121221113668>.
- Ammara Malik, Faiza Bashir, Khalid Mahmood. (2023). Antecedents and Consequences of Misinformation Sharing Behavior among Adults on Social Media during COVID-19. *SAGE Journals*, 1–14, <https://doi.org/10.1177/21582440221147022>.
- Anne Namatsi Lutomia, Jeremy W. Bohonos, and Julia Bello- Bravo. (2022). Using music and animations for COVID- 19 prevention: The case of a scientific program. *New Horizons in Adult Education and Human Resource Development*, 34(2), 27–36, doi: 10.1002/nha3.20347.
- Ayesha Anwar, Meryem Malik, Vaneeza Raees, and Anjum Anwar (2020). Role of Mass Media and Public Health Communications in the COVID-19 Pandemic. *Cureus*, 12(9), 1–13, DOI: 10.7759/cureus.10453.
- Barnett, W. Steven; Grafwallner, Rolf; Weisenfeld, Georgette G.(2021). Corona Pandemic in the United States Shapes New Normal for Young Children and Their Families. *European Early Childhood Education Research Journal*, 29(1), 109-124.
- Cliff Yung-Chi Chen, Elena Byrne, and Tanya Vélez. (2022). Impact of the 2020 pandemic of COVID-19 on Families with School-aged Children in the United States: Roles of Income Level and

- Race. **Journal of Family Issues**, 43(3), 719–740, <https://doi:10.1177/0192513X21994153>.
- Dake Wang, Jaffar Abbas, Zhaohui Su & Arash Ziapour. (2021). the Role of Social Media in the Advent of COVID-19 Pandemic: Crisis Management, Mental Health Challenges and Implications. **Risk Manag Healthc Policy**, 14, 1917–1932, DOI: 10.2147/RMHP.S284313.
- Devi Yulianti& Intan Fitri Meutia. (2021). Family Coping Strategies in the Midst of Corona Crisis. **Journal of Social Sciences**, 4(4), 25–35, <https://doi.org/10.52326/jss.utm>.
- Diadjeng Setya Wardani& Syamsul Arifin. (2021). the Role of Family Support in the Recovery of Corona Virus Disease-19 Patients. **Scientific Foundation SPIROSKI, Skopje, Republic of Macedonia** , 9(E), 1005–1009, <https://doi.org/10.3889/oamjms.2021.6025>.
- Eman Arafa Badr, Maha Ebrahim Fouda , Maha Hosny Elshater, Noha Mohamed Arafa. (2021). Mothers' Protective Measures toward their Children against COVID-19 Pandemic. **Egyptian Journal of Health Care**, 12(3), 1807–1824.
- Emeka Williams Etumnu& Cynthia Jumbo. (2021). Influence of COVID-19 Broadcast Media Campaigns on the Health Consciousness of Owerri Residents. **SAU Journal of Management and Social Sciences**, 6(2), 82–92, <https:journals.sau.edu.ng/index.php/sjmas>.
- Erfei Zhao, Qiao Wu, Eileen M Crimmins& Jennifer A Ailshire. (2020). Media trust and infection mitigating behaviors during the COVID-19 pandemic in the USA. **BMJ Global Health Journal**", 5(10), 1–10, <https://gh.bmj.com/content/5/10/e003323>.
- Gugulethu Tarakini, Tongayi Mwedzi, Tatenda Manyuchi, and Tawanda Tarakini. (2021). the Role of Media during COVID-19 Global Outbreak: A Conservation Perspective. **SAGE Journals**, 14, 1–13, DOI: <https://doi.org/10.1177/19400829211008088>.

- Hanson, Carl L.; Crandall, Ali; Barnes, Michael D.; Novilla, M. Lelinneth. (2021). Protection Motivation during COVID-19: A Cross-Sectional Study of Family Health, Media, and Economic Influences. **Health Education & Behavior**, 48(4), 434–445, <http://dx.doi.org/10.1177/10901981211000318>.
- Harry R. Leen. (2019). **the Respiratory Therapist as Disease Manager**. Burlington, Massachusetts: Jones & Bartlett Learning, LLC.
- Hesham Almomani & Wael Al-Qur'an. (2020). the extent of people's response to rumors and false news in light of the crisis of the Corona virus. **Annales Médico-psychologiques, revue psychiatrique**, 178(7), 684-689, <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110962>.
- Irina Milutinović. (2021). Media framing of COVID-19 pandemic in the transitional regime of Serbia: **Exploring discourses and strategies**. **Media, Culture & Society**, 43(7), 1311–1327, <https://doi.org/10.1177/0163443720986003>.
- Jabali, Safia M. (2021). The Impact of the Corona Pandemic on the Psychological and Social Resilience of Kindergarten Children from the Point of View of Parents. **International Education Studies**, 14 (4), 21–34.
- Jiao, W. Y., Wang, L. N., Liu, J., Fang, S. F., Jiao, F. Y., Pettoello-Mantovani, M., & Somekh, E. (2020). Behavioral and Emotional Disorders in Children during the COVID-19 Epidemic. **The Journal of pediatrics**, <https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2020.03.013>.
- Joann G. Elmore, Dorothea Wild, David L. Katz & Heidi D. Nelson. (2020). **Jekel's Epidemiology, Biostatistics and Preventive Medicine E-Book**. Fifth Edition. Philadelphia, St. Louis and New York: Elsevier Health Sciences.
- Johannes Alfons Kar, Ronald Fischer, Elena Druică, Fabio Musso, and Anastasia Stan. (2022). Testing the Effectiveness of the Health Belief Model in Predicting Preventive Behavior During the

- COVID-19 Pandemic: The Case of Romania and Italy. **Frontiers in psychology**, 12 Doi: 10.3389/fpsyg.2021.627575.
- Julia Carden, Rebecca J. Jones, & Jonathan Passmore. (2022). Defining Self-Awareness in the Context of Adult Development: A Systematic Literature Review. **Journal of Management Education**, 64 (1), 140–177.
- Kardes, Servet; Dokumaci, Cansu. (2021). the Effect of Media Communication Tools on Children during the COVID-19 Pandemic. **Research in Pedagogy**, 11(2), 625–638.
- Katharine J. Mach, Raúl Salas Reyes, Brian Pentz, Jennifer Taylor, Clarissa A. Costa, Sandip G. Cruz, Kerronia E. Thomas, James C. Arnott, Rosalind Donald, Kripa Jagannathan, Christine J. Kirchhoff, Laura C. Rosella & Nicole Klenk. (2021). News media coverage of COVID-19 public health and policy information. **Humanities and Social Sciences Communications**, volume 8, Article number: 220, <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00900-z>.
- Katharine J. Mach, Raúl Salas Reyes, Brian Pentz, Jennifer Taylor, Clarissa A. Costa, Sandip G. Cruz, Kerronia E. Thomas, James C. Arnott, Rosalind Donald, Kripa Jagannathan, Christine J. Kirchhoff, Laura C. Rosella & Nicole Klenk. (2021). News media coverage of COVID-19 public health and policy information. **Humanities and Social Sciences Communications**, 8, DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00900-z>.
- Malta Campos, Maria; Vieira, Lívia Fraga. (2021). COVID-19 and Early Childhood in Brazil: Impacts on Children's Well-Being, Education and Care. **European Early Childhood Education Research Journal**, 29(1), 125-140.
- Manash P. Goswami , R. Anjali , Adharsh Raj , Hashim Hamza Puthiyakath, and Jyoti Thanvi. (2022). Media During Pandemic Crisis in India: An Analysis of People's Perception During the First Wave of COVID-19. **Journal of Creative Communications "SAGE Journals"**, 1–22, <https://DOI: 10.1177/09732586221090750>.

- Maria Gayatri & Dian Kristiani. (2022). Family Resilience during COVID-19 Pandemic: A Literature Review. **SAGE Journals**, 30 (2), 132–138, DOI: 10.1177/10664807211023875.
- Mark W. Susmann, Mengran Xu, Jason K. Clark, Laura E. Wallace, Kevin L. Blankenship, Aviva Z. Philipp-Muller, Andrew Luttrell, Duane T. Wegener & Richard E. Petty. (2022). Persuasion amidst a pandemic: Insights from the Elaboration Likelihood Model. **European Review of Social Psychology**, volume 33, issue: 2, <https://doi.org/10.1080/10463283.2021.1964744>.
- Masek, Alias; Paimin@Abdul Halim, Aini Nazura; Hashim, Suhaizal; Abdullah, Nurhanim Saadah; Wan Muda, Wan Hanim Nadrah. (2022). **The Role of Knowledge, Emotion, and Intention in Influencing Students' Behaviors during COVID-19 Pandemic**. *SAGE*, 12(2), <http://dx.doi.org/10.1177/21582440221089954>.
- Mason Gross. (2017). **Planned Behavior: The Relationship between Human Thought and Action**. New York & Philadelphia: Taylor & Francis.
- Nguyen Xuan, Bui Hoang Ngoc, and Nguyen Thai Ha. (2022). the Impacts of Media Exposure on COVID-19 Preventive Behaviors among Vietnamese People: Evidence Using Expanded Protection Motivation Theory. **SAGE Journals**, Volume 12, Issue 2, DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440221096129>.
- Patrícia Arriaga, Nuno Guerreiro Piçarra, Marina A. Pavlova & Francisco Esteves . (2021). Coronavirus Disease (COVID-19): **The Impact and Role of Mass Media during the Pandemic**. Lausanne, Switzerland: Frontiers Research Foundation.
- Patrícia Arriaga1, Francisco Esteves , Marina A. Pavlova & Nuno Piçarra. (2021). Coronavirus Disease (COVID-19): The Impact and Role of Mass Media during the Pandemic. **Front. Psychol**, 12, DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.729238>.

- Pujiastuti, Sri Indah; Hartati, Sofia; Wang, Jun.(2022).Socioemotional Competencies of Indonesian Preschoolers: Comparisons between the Pre-Pandemic and Pandemic Periods and among DKI Jakarta, DI Yogyakarta and West Java Provinces. **Early Education and Development**, 33(5), 877-892.
- Sabina Mihelj, Katherine Kondor, and Václav Štětka. (2022). Establishing Trust in Experts During a Crisis: Expert Trustworthiness and Media Use During the COVID-19 Pandemic. **SAGE Journals**, 44(3), 292–319, DOI: <https://doi.org/10.1177/10755470221100558> .
- Sabina Mihelj, Katherine Kondor& Václav Štětka. (2022). Establishing Trust in Experts during a Crisis: Expert Trustworthiness and Media Use During the COVID-19 Pandemic. **SAGE Journals**, 44(3), 292–319, <https://doi.org/10.1177/10755470221100558>.
- Shakshi Priya Giri & Abhishek Kumar Maurya. (2021). A neglected reality of mass media during COVID-19: Effect of pandemic news on individual's positive and negative emotion and psychological resilience. **Personality and Individual Differences**, 180, 1–5, DOI: 10.1016/j.paid.2021.110962
- Shakshi Priya Giri & Abhishek Kumar Maurya. (2021). a neglected reality of mass media during COVID-19: Effect of pandemic news on individual's positive and negative emotion and psychological resilience. **Personality and Individual Differences**, 180, <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110962>.
- Shen, K.-L., Yang, Y.-H., Jiang, R.-M., Wang, T.-Y., Zhao, D.-C., Jiang, Y., Lu, X.-X., Jin, R.-M., Zheng, Y.-J., & Xu, B.-P. (2020). Updated diagnosis, treatment and prevention of COVID-19 in children: experts' consensus statement (condensed version of the second edition). **World Journal of Pediatrics**, 16(3), 232-239.
- Sookyung Cho& Ziyi Wang. (2021). towards media systems framework in Asia Chinese and Korean media on framing the initial COVID-19 pandemic. **SAGE Journals**, 83(5), 474–496, <https://doi.org/10.1177/17480485211029056>.

- Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss & John G. Oetzel. (2021). **Theories of Human Communication**. Fifth Edition. Illinois, United States: Waveland Press.
- Trevor Thomas, Annabelle Wilson, Emma Tonkin, Emma R. Miller and Paul R. Ward. (2020). How the Media Places Responsibility for the COVID-19 Pandemic—An Australian Media Analysis. **Public Health Education and Promotion**, Vol.8, Article.483, 1–14, <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.00483>.
- Wallace Chipidza, Elmira Akbaripourdibazar, Tendai Gwanzura, and Nicole M. Gatto. (2021). Topic Analysis of Traditional and Social Media News Coverage of the Early COVID-19 Pandemic and Implications for Public Health Communication. **Disaster Medicine and Public Health Preparedness**, 1–8, DOI: <https://doi.org/10.1017/dmp.2021.65>.
- Yi Wu & Fei Shen. (2021). Exploring the impacts of media use and media trust on health behaviors during the COVID-19 pandemic in China. **Journal of Health Psychology**", vol 27, issue 6, <https://doi.org/10.1177/1359105321995964>.
- Young-Eun Park. (2021). Developing a COVID-19 Crisis Management Strategy Using News Media and Social Media in Big Data Analytics. **SAGE Journals**, 40 (6), 1358-1375, DOI: <https://doi.org/10.1177/08944393211007314>.
- Yozi Aulia Rahman, Bayu Wiratama & Andryan Setyadharma. (2020). **Proceedings of the 3rd International Conference on Economics, Business and Economic Education Science**. Ghent, Belgium: EAI Publishing.

ثالثاً: مواقع عبر الشبكة العنكبوتية:

معجم المعاني الجامع، استرجع بتاريخ ٢٣/٧/٢٠٢٣ من الرابط

<https://www.almaany.com/>