

مركز العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٩م = ١.٥٠

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠١٩م = ٠.١٣٢١

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثامنة - العدد التاسع والعشرون - الجزء الثاني - ١٠ أكتوبر ٢٠٢٠م

(الاعلام وجائحة كورونا .. مصداقية أم أزمات وشائعات؟)

- **توظيف الصحف الالكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا (كوفيد - ١٩)**
د. محمد عبد الحميد أحمد (جامعة الأزهر) ... ص ٣٧٧
- **تقييم الأساليب الاتصالية المستخدمة في التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا، ومدى فاعليتها لدى الطلاب:**
د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي (جامعة فاروس) ... ص ٤٣١
- **دراسة حالة**
استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي
- **د. هاجر محمود محمد عمر (جامعة ٦ أكتوبر) ... ص ٤٦٥**
- **العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالي للجمهور المصري في أثناء أزمة فيروس كورونا: دراسة ميدانية**
د. إيمان صابر صادق شاهين (جامعة عين شمس) ... ص ٥١٣
- **أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد-١٩) في المواقع الاخبارية الالكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الاخبارية المصرية**
د. محمد عثمان حسن علي (معهد الإسكندرية العالي للإعلام) ... ص ٥٥٧
- **اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الاعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية : جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩) أنموذجاً**
د. محمود محمد محمد عبد الحليم (جامعة عين شمس) ... ص ٥٨٩
- **دور المواقع الاخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩"**
د. عبد الحفيظ عبد الجواد درويش مصطفى (جامعة طيبة) ... ص ٦٤١
- **استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الالكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية**
شيماء محمد عبد الرحيم زيان (جامعة دمنهور) ... ص ٦٩٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإبداع بدار الكتب: ٣٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٠ © APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jpr.epra.org.eg

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام

لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزعبي

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٣١١١ صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

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

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

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

أ.د. حسن عماد مكاي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

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

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

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

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

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

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

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

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

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

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

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

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

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة العين - أبو ظبي

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

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

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

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

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

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

APRA Publications

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

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

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

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

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

فاكس : 73- 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

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

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٥٠ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٩م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢.٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥%) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥%) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأى عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$١٠.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠ ، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

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

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ١.٥٠ في عام ٢٠١٩م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى. كما صُنفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية Q2" وهي الفئة الوسطى المرتفعة، كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقّيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة").

وفي العدد التاسع والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا خاصًا على جزأين حول: "الإعلام وجائحة كورونا .. مصداقية أم أزمات وشائعات؟" يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة في الجزء الأول بالعدد "التاسع والعشرين" من المجلة،

ومن جامعة الجزائر ٣، نجد بحثاً تحت عنوان: "كوفيد-١٩، الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة: تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة"، وهو مقدم من: أ.د. علي قسايسية، من الجزائر.

ومن جامعة بني سويف، قدمت: أ.م.د. مروي ياسين بسيوني، من مصر، بحثاً بعنوان: "التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية، وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا)".

ومن جامعة قناة السويس، قدمت: د. سارة سعيد عبد الجواد دسوقي، من مصر، بحثاً بعنوان: "اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا".

وقدّمت: د. آلاء بنت علي بكر آل شيخ، من جامعة الملك عبد العزيز، من السعودية، بحثاً بعنوان: "دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي العمرة نحو قرار المملكة بتعليقها مع بداية جائحة كورونا وعلاقته بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية".

ومن جامعة كفر الشيخ، قدمت: د. إيناس منصور كامل شرف، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩)".

ومن الكويت من جامعة الكويت، قدمت: د. فاطمة سعود عبد العزيز السالم، بحثاً تحت عنوان: "مصادقية الإعلام الكويتي الرسمي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد-١٩) نموذجاً".

ومن جامعة القاهرة، قدّم: د. حسين خليفة حسن خليفة، من مصر، بحثاً بعنوان: "التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية".

أما حاتم حيدر علي الصالحي، من جامعة صنعاء، من اليمن، فقد قدّم بحثاً تحت عنوان: "توظيف تطبيقات الإنترنت في الحد من تفشي وباء كوفيد-١٩: دراسة حالة التجربة اليمنية".

وأخيراً من جامعة سوهاج، قدمت: أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد، من مصر، بحثاً تحت عنوان: "اتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا: دراسة تعليقات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الإفتراضية على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية".

أما الجزء الثاني من العدد التاسع والعشرين فضم عدداً من البحوث في ذات الموضوع، ومن جامعة الأزهر، نجد بحثاً تحت عنوان: "توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا (كوفيد - ١٩)"، وهو مقدم من: د. محمد عبد الحميد أحمد، من مصر.

ومن جامعة فاروس بالإسكندرية، قدمت: د. ميرهان محمد السيد طنطاوي، من مصر، دراسة حالة بعنوان: "تقييم الأساليب الإتصالية المستخدمة في التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا، ومدى فاعليتها لدى الطلاب".

ومن جامعة ٦ أكتوبر، قدمت: د. هاجر محمود محمد عمر، من مصر، بحثاً بعنوان: "استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي".

وقدّم: د. محمد عثمان حسن علي، من معهد الإسكندرية العالي للإعلام، من مصر، بحثاً بعنوان: " أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد-١٩) فى المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية".

ومن جامعة طيبة بالسعودية، قدّم: د. عبد الحفيظ عبد الجواد درويش مصطفى، من مصر، بحثاً بعنوان: " دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩".

ومن مصر من جامعة عين شمس، قدّمت: د. إيمان صادق صابر شاهين، دراسة ميدانية بعنوان: "العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالي للجمهور المصري في أثناء أزمة فيروس كورونا".

ومن الجامعة ذاتها، قدّم: د. محمود محمد عبد الحليم، من مصر، بحثاً بعنوان: " اعتماد المراهقين المصريين والسعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية : جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد -١٩) أنموذجاً".

وأخيراً من جامعة دمنهور، قدّمت: شيماء محمد عبد الرحيم زيان، من مصر، دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية تحت عنوان: " استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية".

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

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

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

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عوجة

دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء

جائحة كورونا (كوفيد-١٩)

إعداد

د. عبد الحفيظ عبدالجواد درويش مصطفى (*)

(*) أستاذ التحرير الصحفي المساعد بقسم الاتصال والإعلام في كلية الآداب والعلوم الإنسانية - جامعة طيبة.

دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا (كوفيد-١٩)

د. عبد الحفيظ عبدالجواد درويش مصطفى

abdelhafizd@gmail.com

جامعة طيبة

ملخص:

استهدفت الدراسة رصد دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩" وذلك في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، في محاولة لتقييم المواقع الإخبارية السعودية فيما تقدمه من محتوى إعلامي لاستبانة مدى النجاح في إدارة الأزمة الصحية من عدمه. سعت الدراسة للإجابة عن عدة تساؤلات منها: ما المواقع الإخبارية التي يتعرض لها المبحوثون في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا؟ ولماذا اختارها المبحوثون؟ وما المضامين التي اهتم بها الجمهور خلال الأزمة؟ وإلى أي مدى يقيم المبحوثون أنشطة المواقع الإخبارية السعودية في التوعية وتغطية الأزمة؟

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وذلك باستخدام منهج المسح على عينة من ٤٠٠ مفردة من الجمهور السعودي من متابعي الأزمة في وسائل الاعلام لشهر مايو ٢٠٢٠م واعتمد الباحث على استمارة الاستبيان.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تنوعت العينة بين الذكور والإناث، فقد جاء الذكور بنسبة (54.5%)، بينما جاءت الإناث بنسبة «45.5%»، كما عكست العينة مستويات مختلفة للتعليم، فقد جاء التعليم المتوسط بنسبة (18.8%)، ثم التعليم الجامعي (76.5%)، ثم «دبلومة ودراسات عليا» (4.8%).
- جاء موقع «عاجل» في المرتبة الأولى التي اعتمد عليها المبحوثون في استقاء معلوماتهم عن كورونا، ثم موقع «سبق» ثم موقع «عكاظ» ثم الموقع الإخباري لجريدة الرياض ثم موقع «الوطن» ثم الموقع الإخباري لجريدة الشرق الأوسط ثم موقع «المواطن» ثم موقع «المرصد» ثم موقع «صدى» ثم أخيراً موقع «تواصل» .
- أوضح غالبية المبحوثين أن من أولى أسباب متابعتهم للمواقع الإخبارية هو «متابعة التطورات المتصلة بأزمة فيروس كورونا أول بأول».
- وافق غالبية المبحوثين على أن المواقع الإخبارية السعودية «تتحرى صحة المعلومات ودقتها حول أزمة كورونا وكل ما يتصل بها من أحداث»، وأنها «تحرص غالباً على نسبة الأخبار إلى مصادرها ونادراً ما تقدم الأخبار مجهولة المصدر» و«تلتزم الأمانة والصدق في نقل وكتابة أخبار فيروس كورونا».

- أكد المبحوثون أن «المملكة تعمل جاهدة للحد من زيادة انتشار الوباء بين أبنائها» وذلك بموافقة (90.0%). وافق غالبية المبحوثين على عبارة: «أشعر بالفخر بدور المملكة ومساعدتها للدول الأخرى في الأزمة» وذلك بنسبة (86.3%)،
- أشار المبحوثون إلى أن «تكرار تقديم المعلومات يدفع الجمهور للملل في المتابعة (عدم التجديد في الشكل والمحتوى» وذلك بنسبة موافقة (59.0) .

الكلمات المفتاحية: المواقع الإخبارية السعودية - التوعية الصحية - جائحة كورونا.

مقدمة:

تقوم وسائل الإعلام بدور بارز وجوهري في بناء صور الواقع لدى الجمهور من خلال ما تقدمه من معلومات، حيث تُعد وسائل الإعلام أحد المصادر الأساسية التي يعتمد عليها الأفراد في الحصول على المعلومات لفهم العالم وما يجري من أحداث، خاصة أنه من الصعب على الأفراد الحصول على صورة حقيقية عن الواقع من خلال الاحتكاك المباشر بهذه الأحداث والمجتمعات، وحاجة الفرد إلي المعلومات لفهم العالم المحيط هي من العوامل الأساسية التي تربط الفرد بوسائل الإعلام، والتي تساهم من خلال تقديمها للمعلومات عن أحداث المجتمع والمجتمعات الأخرى في بناء صور المنظمات والمؤسسات والأنظمة الدولية لدى جمهورها (Melvin & Sandra, 1982, P: 240-241)

مع بداية هذا العام ٢٠٢٠م شهد العالم أجمع أزمة صحية خطيرة، من حيث خسائرها وما خلفته وراءها من مشكلات؛ ألا وهي جائحة "كورونا كوفيد ١٩"، فقد تسببت هذه الجائحة في إصابة أكثر من ثلاثة عشر مليون شخص حول العالم، ونحو ما يقرب من مليون متوفى حتى هذه اللحظة (منظمة الصحة العالمية، ٢٠٢٠م) حيث بدأت هذه الأزمة مع نهاية شهر ديسمبر لعام ٢٠١٩م حينما أعلنت الصين عن ظهور نوع جديد من الفيروسات في مدينة "ووهان" من سلالة فيروسات "كورونا" أو ما يعرف بمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية أطلق عليه "كوفيد ١٩ COVID19"، وسرعان ما انتشر الفيروس في مختلف أنحاء الصين حتى اضطرت إلى إعلان حالة الطوارئ في البلاد، وعزل مدينة "ووهان" -بؤرة ظهور الفيروس- عن بقية المدن الصينية.

وفي أعقاب تفشي الجائحة انتاب الاقتصاد العالمي حالة غير مسبوقة من الكساد، حيث تسبب انتشار الفيروس في إعاقة حركة التجارة العالمية، وضعف الطلب العالمي، لا سيما الطلب على النفط، وإصابة قطاعات اقتصادية وإنتاجية بالشلل التام، فضلاً عن الإثارة الكبيرة التي خلفها الفيروس بالنسبة لقطاع الصحة، حيث تأثرت النظم الصحية في العالم أجمع بتلك الجائحة، الأمر الذي عجزت معه بعض الدول في احتواء الفيروس مما أدى إلى خسائر بشرية فادحة تعد الأكثر خسارة حتى الآن، ولم

يكن يتوقع أحد ما حدث في بعض البلدان المتقدمة من العجز أمام أحد الأوبئة مثلما حدث في إيطاليا وأسبانيا والصين.

ولم تكن المملكة العربية السعودية بمأمن من خطر الإصابة بهذا الفيروس، فقد انتشرت حالات الإصابات في المملكة العربية السعودية، واتخذت المملكة إجراءات لتوفير الحماية لسلامة المواطنين والمقيمين وكل من ينوي أن يقد لأراضي المملكة، لأداء مناسك العمرة أو زيارة المسجد النبوي أو لغرض السياحة، وبناءً على توصيات الجهات الصحية المختصة، لاتخاذ إجراءات وقائية استباقية لمنع وصول فيروس كورونا الجديد (COVID-19) إلى المملكة وانتشاره، ولهذا قررت حكومة المملكة متمثلة في وزارة الحج والعمرة تعليق الدخول إلى المملكة لأغراض العمرة وزيارة المسجد النبوي الشريف مؤقتاً، كما قررت تعليق الدخول إلى المملكة بالتأشيرات السياحية للقادمين من الدول التي يشكّل انتشار فيروس كورونا الجديد (DCOVI-19) منها خطراً.

وهنا يأتي دور وسائل الإعلام في الإسهام في تكوين الوعي لدى الجماهير للتعاطي والتعامل مع هذه القرارات، فوسائل الإعلام تؤدي دوراً أساسياً خلال الكوارث والأزمات، إذ تعمل على توصيل المعلومات الضرورية إلى الجمهور وعامة الناس، كما تقوم بتفسير الأحداث، وتقديم الدعم المعنوي للمجتمعات المنكوبة^(١)، كما تسهم في التغطية الإخبارية الصحفية والإذاعية والتلفزيونية للكوارث والأزمات بدور بالغ الأهمية في تحديد وتشكيل الاتجاهات نحو ما يحدث (Nimmo & James, 1985, P:12)

وتعتبر عملية الاعتماد على وسائل الإعلام في أوقات عدم الاستقرار مثل أوقات الكوارث والأزمات مجالا مناسباً لتحقيق الأفراد لأهدافهم، وقد أشارت العديد من الدراسات في مجال الاعتماد على وسائل الإعلام أن الفرد يزداد اعتماده على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والكوارث وعدم الاستقرار للحصول على المعلومات وكذلك الإرشاد.

ولهذا تهدف هذه الدراسة لمعرفة دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-19" وذلك في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام.

مشكلة الدراسة:

تُعد المملكة العربية السعودية من أوائل الدول التي استشعرت خطورة فيروس كورونا، ومن أوائل الدول التي بذلت جهوداً استباقية واحترازية للوقاية من الفيروس والحد من انتشاره في مرحلة مبكرة، حيث تعاملت مع المرض بجدية، فقد بدأت بمنع التجمعات في الأماكن العامة والخاصة، مروراً بإغلاق المطاعم، ثم تعليق الدراسة والعمل، وإغلاق الأسواق والمجمعات التجارية، وإغلاق المطارات وتعليق الرحلات الداخلية والخارجية، إلى إغلاق المساجد وإيقاف صلاة الجمعة وتعليق العمرة.

ونظرًا لخطورة الوضع استحوذت أزمة جائحة كورونا على اهتمام الرأي العام المحلي والدولي، وهو ما دفع وسائل الإعلام كافة لفرد مساحات واسعة من التغطية لهذه الجائحة، والاهتمام بها بشكل كبير، وتناولها من كافة جوانبها، ويُعد فيروس كورونا من أخطر الصدمات التي يتعرض لها كافة المجتمعات في الوقت الحالي، فهي تهدد المورد البشري بصورة واضحة ومباشرة، ومن ثم فإن تداعياتها تعد الأخطر على المستوى العالمي وتتطلب سياسات مختلفة لمواجهتها.

وجهود العالم في مكافحة الوباء لن تكتمل وتؤدي هدفها إلا بقيام وسائل الإعلام بدورها المنوط بها في التوعية، واستشعار المسؤولية الاجتماعية، وأن لها دوراً كبيراً في مكافحة المرض، من خلال المحتوى الإعلامي المقدم للمواطن السعودي، وتأهيل الرأي العام للتعاون مع جهود المملكة، واتباع الطرق الوقائية... وغيرها، وبهذا الدور والمسؤولية الاجتماعية يكون له نتائج إيجابية في حصر الوباء وانتهاء خطره.

تأسيساً على ما سبق فإن مشكلة الدراسة تتلخص في رصد دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩"، وذلك في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام.

أهمية الدراسة:

يمكن تقسيم أهمية الدراسة إلى:

١- الأهمية النظرية للدراسة:

- تتبع أهمية هذه الدراسة من أنها تلقى الضوء على موضوع له درجة كبيرة من الأهمية، لأنه يتعلق بأمن وصحة الإنسان وهي أعلى ما يمكن أن تمتلكه الدول، خاصة وأن خطورة الوباء فاقت كل الحدود المعهودة في مثل هذه الحالات.
- تتمثل أهمية البحث أيضاً في محاولته لإعادة اختبار الفروض الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وما يترتب عليها من تأثيرات بالتطبيق على التناول الإعلامي لهذه الجائحة، وكيفية تقييم الجمهور السعودي لدور المواقع الإخبارية في هذه الأزمة.
- تتبع أهمية الدراسة من أهمية الوقوف على دور المواقع الإخبارية السعودية لنشر الوعي الصحي في هذه الأزمة، وبهذا فهي تسهم في تقييم الخدمة الإعلامية الموجهة للجمهور، وذلك من خلال التعرف على أوجه التمييز والقصور فيما تقدمه من محتوى إعلامي لاستبانة مدى النجاح في إدارة الأزمة الصحية أو إثارة حالة من الذعر والهلع بين المواطنين.

٢- الأهمية المجتمعية:

- أدى فيروس كورونا إلى إصابة نحو عشرين مليون حتى اجراء البحث ومئات الآلاف من الوفيات حول العالم منها، فالأمر ذو خطورة كبيرة لو لم تتمكن المملكة من السيطرة الكاملة عليه، وحيث إن

وسائل الإعلام هي مصدر المعرفة الوحيد لمتابعة الأزمة فإن فهم دور المواقع الإخبارية في التوعية الصحية يعد من الأمور المهمة.

- من خلال سعى الباحث للتعرف على المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية، يمكن الخروج بمؤشرات مهمة قد تساعد صناع القرار في المملكة العربية السعودية وخارجها، وكذلك الدوائر المعنية بالأزمة، كما أنها تساعد الإعلاميين للتعرف على أوجه القصور والقوة في معالجة الوسائل لتلك الأزمة مما يسهم في تحسين الخدمات الإعلامية.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمراجعة التراث العلمي السابق المرتبط بموضوع الدراسة وذلك من خلال عرض النتائج العلمي من الدراسات السابقة، وتم حصر هذه الدراسات وترتيبها ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وقد تم تقسيم عرض هذه الدراسات في محورين على النحو الآتي:

المحور الأول: دراسات اهتمت بعلاقة الإعلام بالوعي الصحي.

المحور الثاني: دراسات اهتمت بعلاقة الإعلام بأزمة كورونا.

أولاً: الدراسات التي تناولت علاقة الإعلام بالوعي الصحي:

- قامت دراسة (Koustuv Saha, et al, 2019) بتحليل محتوى الشبكات الاجتماعية فيما يتعلق بالنصائح الطبية والحملات التي تعنى بالصحة النفسية والعقلية للمرأة، من خلال تحليل اللغات الطبيعية والخوارزميات، حيث استهدفت الدراسة الكشف عن طبيعة مشاركة المحتوى الطبي المتداول على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وعلى تويتر بصفة خاصة #MyTipsForMentalHealth خلال اليوم العالمي للتوعية بالصحة العقلية في عام ٢٠١٧م، فقد قام الباحثون بجمع بيانات عينة من محتوى مشاركات المستخدمين بلغت ١٤.٧١٢ مشاركة على موقع تويتر في الفترة بين سبتمبر وأكتوبر ٢٠١٧م التي تحتوي على الهاشتاج #MyTipsForMentalHealth مع إشراك الخبراء بالمجال، وتوصلت النتائج إلى أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي في دعم المجال الصحي بجميع نواحيه وليس فقط لتوجيه طالبي المعلومات إلى محتوى مفيد والموارد المحلية، ولكن أيضاً إلقاء الضوء على الجوانب الاجتماعية المنعزلة للوسم، كما أظهرت النتائج أيضاً تحديات عدم تجانس محتوى الصحة العقلية على وسائل التواصل الاجتماعي والحاجة إلى طرق التعلم الآلي حسب المجال.

- هدفت دراسة (إيمان فتحي وسلوى الجيار، ٢٠١٨م) إلى معرفة المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية لطفل ما قبل المدرسة، وذلك من خلال رصد أهم القضايا الصحية والبيئية التي تتناولها الحملات الإعلامية محل الدراسة، والتعرف على الأهداف التي تسعى رسائل هذه الحملات إلى تحقيقها، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقه التحليلي لمسح محتوى ١٩ حملة إعلامية تم بثها عبر قنوات (المحور - الحياة - الفضائية المصرية الأولى) في

الفترة من ٢٠١٧/٧/١م حتى ٢٠١٧/٩/٣٠م، واعتمدت الدراسة على تحليل المضمون لوصف المحتوى الظاهر للحملات الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى تنوع القضايا الصحية التي ناقشتها الحملات الإعلامية، واحتلت قضية التدخين السلبي وآثاره السلبية على صحة الطفل مقدمة القضايا الصحية تلاها الوزن الزائد وقلة الحركة، وجاء في مقدمة القضايا البيئية تلوث المياه بالخزانات الخاصة بالشرب، تلاها سوء استخدام المزارعين للمبيدات الحشرية.

- أجريت دراسة (UK of Great Britain Northern Ireland, 2018) لقياس مدى فاعلية استخدام الحملات الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي لرفع الوعي الصحي بين النساء، وأكدت أن هناك ٦٨ مليون شخص مستخدم لشبكة الإنترنت لأول مرة في الفترة من يوليو إلى سبتمبر ٢٠١٨م، وهو ما يُترجم إلى نمو أكثر من ١.٥% في ثلاثة أشهر فقط، كما تم الوصول إلى ٢٨٤ مليون مستخدم جديد على الإنترنت منذ سبتمبر ٢٠١٧م، أي ما يعادل نمو ما يقرب من ٧%، وأظهرت الدراسة أن النمو في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عبر الأجهزة المحمولة يتطور ويزداد بسرعة فائقة، مع ما يقرب من مليون شخص بدأوا في استخدام الهاتف المحمول الاجتماعي لأول مرة كل يوم عن السنة الماضية، حيث يمتلك الآن كل شخص من أكثر من ثلثي سكان العالم ثلاثة هواتف محمولة، مما يعني سهولة وصول حملات التوعية الصحية لشرائح أكبر من جمهور المستخدمين.

- استهدفت (دراسة محمد فاضل، ٢٠١٧م) معرفة الدور الذي تؤديه شبكة الفيسبوك في نشر التوعية الصحية لدى الجمهور، حيث بحثت في طبيعة هذا الدور من خلال وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة كونهم من المتخصصين في تقييم مستوى نوعية وجودة المعلومات الصحية من جهة فاعليتها وأصالتها، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمدخل نظري للدراسة، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت صحيفة الاستبيان والتي طبقت على عينة عشوائية قوامها ٢٧٣ مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يرون أن المعلومات الصحية التي تنشر عن طريق الفيسبوك متنوعة وتقدم وصفاً واضحاً عن مختلف مواضيع التوعية الصحية، وأكدت الدراسة أن أكثر المواضيع جذباً للانتباه هي تخفيف الوزن والرشاقة وجاءت زيادة الثقافة الصحية كأهم الإشباعات المتحققة من شبكة الفيسبوك.

- حاولت (دراسة حنان حسن صالح، ٢٠١٦م) رصد وتحليل القضايا الصحية التي تعتمد عليها الصحف اليومية الأردنية وعلاقتها بأولويات الجمهور إزاء هذه القضايا، وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من هذه الصحف والتعرف على حجم التغطية الصحفية التي تفرد بها للقضايا العلمية بشكل عام وموضوعات الصحة بشكل خاص، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات واستخدمت المنهج الوصفي، كما استخدمت أداة تحليل المضمون، وقد خلصت الدراسة إلى أن الصحف تركز على الأهداف الوقائية من وراء النشر، وتستخدم الاستمالات العقلية في المادة الصحفية أكثر من العاطفية، واحتلت المضامين

التي تتحدث عن الأمراض غير السارية المرتبة الأولى، كما أكدت الدراسة على أن الصحف الأردنية لا تعتمد خطة منهجية واضحة ضمن أجندتها الإعلامية لنشر القضايا الصحية.

- هدفت (دراسة عثمان بكر عثمان، ٢٠١٥م) إلى التعرف على دور حملات التوعية الصحية المقدمة من وزارة الصحة السعودية في إمداد الحجاج بالمعلومات الصحية واعتمادهم على هذه الحملات لتزويدهم بالمعلومات الصحيحة، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت على منهج المسح واستخدمت استمارة الاستبيان التي طبقت على عينة قوامها ١٩٧٧ حاجًا من جنسيات العالم الإسلامي المختلفة، وتوصلت الدراسة إلى أن ٤٢.٤% من أفراد العينة يتابعون حملات التوعية الصحية المقدمة بوزارة الصحة السعودية، وأكد ٤٩.٥% من أفراد العينة البحثية أنهم يتابعون حملات التوعية الصحية للاستفادة من الإرشادات المقدمة بها، كما أكد ٥٢% من أفراد العينة أنهم يتابعون الحملات على مواقع التواصل الاجتماعي وأنهم يثقون في المعلومات المقدمة في هذه الحملات.

- قامت دراسة (Abdulaziz ALrukban, 2014) بوصف وتقييم استخدامات السعوديين المتعلقة بالصحة العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد المصادر والمعلومات الصحية الأكثر موثوقية، حيث تم الاعتماد على منهج المسح بإجراء دراسة مستعرضة على عينة قوامها ٨١٦ من المستخدمين السعوديين لموقع تويتر وعبر رسائل SMS داخل المملكة السعودية، وخرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها أن ثلثي العينة تقريبًا من النساء، وبلغت نسبة غالبية المستخدمين ٨٣.١% كانوا أقل من ٣٤ سنة، وأبلغ أكثر من ٦٠% من المستخدمين عن حساباتهم المتعلقة بالصحة، واستفاد ٨١.٤% منهم من المعلومات الصحية التي تم الاطلاع عليها، كما اتضح أن ما يقرب من ثلث المستخدمين تلقوا معلومات صحية خاطئة، وأن غالبية المستخدمين ٨٦.٤% يثقون في المعلومات الصحية فقط إذا كانت من مصادر موثوقة، و ٧٢.١% منهم يلجأون للتحقق من المعلومات من مصادر أخرى، كان أثبتت الدراسة أن مقدمي الرعاية الصحية هم الأكثر ثقة في مصادر المعلومات الصحية، وارتبطت بين الجنسين الإناث وذوي المستوى التعليمي الأعلى مع الاستخدامات المرتبطة بالصحة.

- استهدفت دراسة (Catherine King et.al, 2010) التعرف على كيفية انتقاء القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الاسترالية للأخبار المتعلقة بالقضايا الصحية، واعتمدت الدراسة على أداتي تحليل المضمون والمقابلات المتعمقة في الفترة بين أكتوبر ٢٠٠٦م حتى أغسطس ٢٠٠٧م على عينة قوامها ١٦٠ صحفيًا من كبرى المنظمات الإعلامية المطبوعة والإذاعية والتلفزيونية الأسترالية التي تنشر تقارير عن أنفلونزا الطيور والتخطيط لمواجهة تفشي الأوبئة، وأكدت الدراسة أن لدى وسائل الإعلام إمكانات كبيرة للتأثير على السلوكيات والتصورات المتعلقة بالصحة وتعديل هذه السلوكيات وتغييرها والتحكم فيها فترة الأزمات، كما أكدت الدراسة أن الصحفيين والإعلاميين الأستراليين يدركون أن أكثر المصادر الموثوقة في القضايا الصحية هم الأطباء المستقلون، كما أوضحت الدراسة أن الصحفيين المتخصصين في المجال الطبي والصحي يتمتعون بمعرفة علمية صحية أكثر من الصحفيين والإعلاميين غير

المتخصصين، كما أنهم يمتلكون مصادر طبية وصحية أكثر من غير المتخصصين وأن لهم سلطة ومكانة داخل مؤسساتهم الصحفية والإعلامية أكثر من زملائهم الإعلاميين غير المتخصصين بسبب جودة تغطيتهم للموضوعات الصحية.

المحور الثاني: دراسات اهتمت بعلاقة الإعلام بأزمة كورونا:

- هدفت دراسة (وليد محمد، ٢٠٢٠م) إلى معرفة مستوى تأثير وسائل الإعلام في التوعية الأسرية لمواجهة فيروس "كوفيد ١٩"، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح على عينة عمدية قوامها (٥٠٠) مفردة من الأسر المصرية، وتوصلت الدراسة لنتائج أهمها: وجود تأثير حقيقي وفعال لوسائل الإعلام في توعية الأسرة بالفيروس وانتشاره وطرق مقاومته، كما أشارت النتائج إلى وجود فروق غير دالة في تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية تعزى لمتغير الجنس، كما أوضحت النتائج أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط اتصالي معرفي ساهم في تشكيل معارف الأفراد بشكل كبير في هذه الأزمة.
- رصدت دراسة (محمد الأمين موسى، ٢٠٢٠م) محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة"، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات الفضائيات الإخبارية وأساليب تغطية الأزمة في سياق جائحة كورونا، وهي دراسة وصفية استعان فيها الباحث بمنهج المسح، واعتمدت الدراسة على عينة قصدية تشمل أربع قنوات، وهي: قناة (CNN و Fox News الأمريكيتين)؛ وقناة (العربية، وقناة سكاى نيوز عربية العربيتين)، وتوصلت الدراسة إلى: أن التغطيات الإخبارية لجائحة كورونا في القنوات الفضائية عينة الدراسة كشفت عن مدى اهتمام الإعلام المعاصر بالجانب الصحي للمجتمع، وأهليته لكي يتصدر الأجندة الإعلامية. كما أكدت الدراسة على أن القنوات عينة الدراسة اعتمدت على بيانات منظمة الصحة العالمية كمصدر أصيل في تناولها للأخبار المتعلقة بالجوانب الصحية، بعكس اعتمادها على مصادرها الخاصة وضيوفها في الفنون الإعلامية الأخرى.
- سعت دراسة (Lisa Sing, 2020) لرصد الخطاب الإعلامي المستخدم في Twitter لنشر المعلومات والشائعات بين الجمهور فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا COVID-19 . وحجم المناقشات التي تحدث على Twitter فيما يتعلق بتلك الجائحة، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام بالاستعانة باستمارة تحليل المضمون لتحليل عينة قوامها ٦٤٤٨٧ تغريدة، إضافة إلى استخدام استمارة الاستقصاء للحصول على بيانات من ٣٥٠ من الجمهور في مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث توصل الباحث لمجموعة من النتائج كان أهمها كالاتي:
أن التغريدات التي تكون دوماً متصلة بروابط ومصادر معلومات **URL links** تحظى بدرجة مصداقية عالية **sources credible** بين الجماهير نظراً لاعتمادها على روابط تدعم صحة التغريدات المنشورة مثل روابط مثل منظمة الصحة العالمية **WHO**.

أن هناك علاقة بين العوامل الزمانية والمكانية **spatio-temporal relationship** وبين استخدام **Twitter** للكشف والاعلان عن الحالات الجديدة، حيث وجدت الدراسة أن الاعلان على الحالات الجديدة على **Twitter** يتم بصورة كبيرة في ولايات مثل مناهاتن خاصة مدينة نيويورك والتي تحتل النسبة الأكبر بين المدن الأمريكية في نسبة الإصابات.

- جاءت دراسة (Rajvikram Madurai Elavarasan, 2020) لترصد الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع جائحة فيروس كورونا COVID-19. حيث استهدفت الدراسة التعرف على التقنيات التكنولوجية التي تمت الاستعانة بها في التواصل مع الجماهير المتنوعة للوقاية من انتشار فيروس كورونا COVID-19.

وأهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج هو أن منظمة الصحة العالمية **WHO** هي المسؤول الأول عن الصحة في العالم، ويقع على عاتقها محاربة الأمراض والأوبئة المتوطنة مثل فيروس كورونا COVID-19 والذي اجتاح العالم في الأشهر القليلة الماضية، كما أكدت الدراسة أن منظمة الصحة العالمية اعتمدت على استراتيجية تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس، بغرض وضع قضية تفشي الفيروس في مقدمة أجندة أولويات الجمهور على مستوى العالم.

- هدفت دراسة (Marc.-André. Kaufhold, 2020) إلى التعرف على الخطاب الإعلامي المستخدم في مواجهة الأزمات الصحية العالمية والدور الذي تقوم به المنظمات الطبية العالمية في مواجهة الفيروسات الحديثة مثل فيروس كورونا COVID-19، إضافة إلى التعرف على التحديات التي واجهت تلك المنظمات الطبية في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بالفيروسات الحديثة، والتعرف على دور وسائل الاعلام فيما يتعلق بتوظيفها للحملات الإعلامية التي تساهم في الحد من انتشار تلك الفيروسات أو الأوبئة.

وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن من بين الاستراتيجيات المتبعة في محاربة الأزمات والأمراض والفيروسات سريعة الانتشار هو ضرورة التكامل والتنسيق **Coordination** بين وسائل الاعلام المختلفة فيما يتعلق بنشر الوعي وزيادة معلومات الجمهور فيما يتعلق بتلك الأمراض، خاصة الفيروسات الحديثة التي لا يعلم عنها الكثير من الجماهير، كما بينت الدراسة أهمية قيام وسائل الاعلام، بدور كبير في الحد من انتشار تلك الفيروسات من خلال نشر فيديوهات تعليمية وقائية للحفاظ على صحة الجماهير وحمايتهم من خلال التعرف على سبل الوقاية وكيفية الحماية من وصول العدوي إليهم، أو نشرها أو نقل العدوى للآخرين في حالة الإصابة، مما يقلل بؤرة انتشار تلك الفيروسات، وبالتالي القضاء عليها في أقرب وقت.

- كشفت دراسة (نورة حمدي محمد أبو سنة، ٢٠١٥م)، العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وبين تعرضه للصحف الورقية والإلكترونية، ودرجة الاختلافات المعرفية لدى فئات هذا الجمهور طبقاً للمتغيرات الديموغرافية المختلفة، وهي دراسة ميدانية في ضوء نظرية فجوة المعرفة، وقد جرت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية غير منتظمة بواقع ٢٠٠ مفردة بالتساوي بين الذكور والإناث من الجمهور السعودي المراجعين للمراكز الصحية بمدينة الطائف والباحة بالسعودية، تم تطبيق الاستبيان أثناء شهري أغسطس - سبتمبر ٢٠١٥م، ويُعد هذا البحث وصفيًا تم في إطار منهج المسح بالعينة باستخدام استمارة استبيان، ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- ارتفاع اهتمام المبحوثين بمرض كورونا وذلك يُعد انعكاسًا لمدى خطورة المرض وتفشيهِ.
- حرص الجمهور على الحصول على معلومات عن المرض بكل مستوياته؛ المعرفة السطحية والمعرفة المتعمقة.

- وفي السياق ذاته جاءت دراسة (خالد فيصل الفرم، ٢٠١٤م) لتقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في التوعية حيال مرض كورونا، من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة توعوية في ظل وجود خطر وبائي متمثل في فيروس كورونا، من خلال "دراسة تطبيقية" على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة "الرياض" السعودية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح وتكونت عينة الدراسة من (٥) مدن طبية ومستشفياتها الكبرى المعروفة في مدينة "الرياض"، والتي تمثل قطاعات كبرى في المنظومة الإدارية/ الصحية، والتي تناولت الرسائل التوعوية حول فيروس "كورونا". وتمثلت أداة الدراسة في تحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية للمدن الطبية الخمس ومستشفياتها محل الدراسة في الشبكات الاجتماعية الثلاث (يوتيوب، فيسبوك، تويتر).

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه برغم انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، فإن (٧٣%) من المدن الطبية بمدينة "الرياض" ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب - فيسبوك-تويتر) لاستخدامها في برامج التوعية الصحية. كما أوضحت النتائج أن (٦٠%) من المدن الطبية بمدينة "الرياض" لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة في التوعية حيال مرض "كورونا"، ما يعني عدم وجود استراتيجية صحية وطنية متماسكة، تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي. وأوصت الدراسة بضرورة تصميم استراتيجية توعية صحية وطنية، تسهم فيها كافة مكونات المنظومة الصحية، من القطاعات الحكومية المختلفة وكذلك من قبل القطاع الصحي الخاص.

التعليق العام على الدراسات السابقة:

- ركزت معظم الدراسات السابقة من حيث الأهداف على أشكال المعالجة والتغطية الإعلامية للجائحة ومحدداتها، والتعرف على مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديد في زيادة الوعي الصحي لمتابعتها حيال هذه الجائحة.
- اتفقت غالبية الدراسات في استخدام منهج المسح، بشقيه التحليلي والميداني، وإن كان الغالب هو منهج المسح الميداني.
- تباينت أهداف الدراسات السابقة حيث جاء معظمها للتعرف على الخطاب الإعلامي المستخدم لمواجهة تداعيات فيروس كورونا المستجد، وهدفت بعضها للتعرف على دور الإعلام سواءً التقليدي والحديث في التعريف بالفيروس، واهتمت بعض الدراسات بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالأزمة وسبل الوقاية منها، وتختلف هذه الدراسة مع ما هدفت إليه الدراسات الأخرى في التعرف على دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩" وذلك في ضوء المسؤولية الاجتماعية، حيث لم يتطرق أي من الدراسات سواءً العربية أو الأجنبية لهذه الجزئية.
- ركزت الدراسات السابقة على تحليل الخطاب الإعلامي في الصحف والمواقع الأجنبية ولم يتطرق أي منها للمواقع الإخبارية السعودية وهو ما يعنى أهمية إجراء مثل هذه الدراسة.
- أن الدراسات التي سبق عرضها ارتكزت من حيث الموضوع على تناول الإعلامي لجائحة كورونا "كوفيد ١٩" باعتبارها حدثاً هو الأبرز في الآونة الأخيرة والتتابع المرتبطة بهذا الأمر على الجمهور، كما ركز بعضها على المشكلات النفسية والاجتماعية والطرق الوقائية التي قد تترتب على متابعة هذه الجائحة عبر وسائل الإعلام.
- أظهر العرض السابق عدم تطرق الدراسات السابقة -فيما وقع تحت يد الباحث- لموضوع الدراسة الحالي وهو دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩" - دراسة في ضوء المسؤولية الاجتماعية.
- وفي ضوء ما سبق عرضه من دراسات وتعقيب عام على ما جاء فيها، يتبين أن هناك حاجة إلى المزيد من الدراسات - على المدى القريب والبعيد- عن جائحة كورونا "كوفيد ١٩" وتوابعها على مختلف الأصعدة، وتقييم دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية وتغطيتها لهذه الأزمة.

حدود الإفادة من الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات السابقة يتضح إنها ساعدت الباحث في:

- ١- تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية من حيث تحديدها وصياغتها والإطار العام لها.
- ٢- المساعدة في تحديد المنهج العلمي المناسب لموضوع الدراسة وتحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات.
- ٣- صياغة فروض الدراسة وتساؤلاتها بشكل علمي يحقق أهداف الدراسة وذلك بناءً على ما جاء بها من نتائج.
- ٤- مثلت الدراسات السابقة رصيداً علمياً زاخراً استمد منه الباحث الرؤية العلمية السليمة لموضوع الدراسة.

المدخل النظري الذي تعتمد عليه الدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory:

تتطلق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory من مقولة رئيسية مفادها أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق حاجاته وإشباعاته، زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة هذا الفرد، وتنطبق هذه المقولة أيضاً على مستوى المجتمع ككل، حيث إنه كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام؛ زاد ذلك من حجم التأثير الكلي لهذه الوسائل على هذا المجتمع، ومن ثم تزداد أهمية الوظائف التي يمكن أن تؤديها لهذا المجتمع (Baran.Davis,2003,P:320)

كما أن الفرض الرئيس لنظرية الاعتماد يتمثل في أن الاعتماد على وسائل الإعلام يزداد بزيادة تحجيم القدرة على استقبال المعلومات المطلوبة من خلال المصادر الشخصية مع مراعاة وفرة المعلومات المطلوبة وتقييمها ومقارنتها بالمصادر الشخصية لدى الجمهور، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً؛ ازداد اعتماد الناس على وسائل الإعلام خارج مجموعاتهم (الراقي، ٢٠٠٥م، ص:٤١).

وتتلخص الفكرة الرئيسة التي تتبلور حولها هذه النظرية في أن المتلقي يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات بحيث تسهم في تكوين معارفه واتجاهاته ومدرجاته إزاء ما يقع في المجتمع، وبناءً على ذلك يمكن تعريف الاعتماد على وسائل الإعلام على أنه: العلاقة التي تكون فيها قدرة الأفراد على تحقيق أهدافهم متوقفة على مصدر المعلومات في النظام الإعلامي وقدرته على إيجاد المعلومات جميعها ومعالجتها وتنسيقها ونشرها وتوزيعها (Macoil Devis & Windal,1998,P:68)

وبذلك يمكن تلخيص مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في العبارة الآتية: «إن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم

هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير (المنفي ، ٢٠٠٧م، ص:٤٠)

وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف (كنعان ، ٢٠١٧م، ص: ١٢٦) كما أن الاعتماد على وسائل الإعلام يتزايد في الأوقات الاستثنائية التي تكون فيها المجتمعات في حالة عدم استقرار سواءً سياسي أو اجتماعي أو صحي كما هو الحال الآن بسبب جائحة كورونا

مفهوم النظرية:

من خلال اسم النظرية ورؤية واضعها "ميلفن ديفلير، وساندرا بول روكيتش" يتضح مفهومها، وهو الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور (الطرابيشي، السيد ، ٢٠٠٧م، ص:٤٠) وبالتالي **فمعنى الاعتماد على وسائل الإعلام** يقوم على أن المتلقي يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات التي تسهم في تكوين معارفه وتوجهاته حيال ما يحدث في المجتمع (كنعان ، ٢٠١٧م، ص:١٢٦) كما أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال تتأثر بما نتعلمه من المجتمع ويشمل هذا أيضًا ما تعلمناه من وسائل الاتصال (كنعان ، ٢٠١٧م، ص:١٢٦)

ومن ثم يمكن تلخيص جوهر تلك النظرية في أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف (النجار ، ٢٠٠٤م، ص:٢٨٥) وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار في المجتمع بسبب صراع ما أو أي عارض استثنائي كالأزمات الصحية كما هو الحال الآن في ظل جائحة "كورونا كوفيد ١٩".

تأثيرات النظرية:

تُعرف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بنظرية التأثيرات والقوة الإعلامية، حيث تهتم بالشروط التي تزيد من قوة وسائل الإعلام والشروط التي تعيق قوة وسائل الإعلام وتستند قوة الاعتماد على العلاقات بين وسائل الإعلام والأفراد (Glade,2004,P:42) فالأفراد يستخدمون الوسيلة الإعلامية لأنهم يتوقعون أن محتوى الوسيلة يناسب كل واحد منهم ويشبع حاجاتهم، ومن ثمَّ فالاعتماد الأكبر على رسالة معينة لوسائل الإعلام يعني الاحتمال الأكبر أن هذه الرسالة ستعدل معارف الجمهور ومشاعره وسلوكه وقناعاته، وقد حدد واضعو النظرية الآثار الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام فيما يلي:

أولاً. التأثيرات المعرفية: تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد على: (كشف الغموض: وهو يحدث نتيجة نقص المعلومات حيال موضوع أو حدث يشغل الناس بما يدفع الناس للاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات لإزالة الغموض، وبالتالي يتحقق التأثير المعرفي)، ثم (تكوين الاتجاه: من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام، أنهم يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا والأحداث المثارة في المجتمع)، ثم (ترتيب الأولويات، واتساع المعتقدات والاهتمامات)، وكلاهما ينتجان مع الاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام حيث تبرز موضوعات ومحتويات إعلامية تحظى باهتمام أكبر وتصبح أولوية لدى الفرد، وبالتالي تتسع معتقداته واهتماماته بشأنها جرّاء كثافة متابعته للوسيلة الإعلامية (إسماعيل ٢٠٠٣م، ص: ٢٧٨)

ثانياً. التأثيرات الوجدانية (العاطفية): يذكر "ملفين دي فلور وساندرا بول روكيش" صاحباً النظرية أن المقصود بالآثار الوجدانية هو المشاعر التي قد يتأثر بها الفرد جرّاء تعرضه المكثف لوسائل الإعلام واعتماده عليها خاصة في أوقات الأزمات والأحداث الكبيرة والمهمة، وأبرز هذه الآثار هي: (الفتور العاطفي، والخوف والقلق، الدعم المعنوي).

ثالثاً. التأثيرات السلوكية: تنحصر التأثيرات السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام وفقاً لـ: Ball Rokeach and Defleur في سلوكين أساسيين هما (التنشيط، والخمول)؛ والتنشيط يعني قيام الفرد بعمل ما أو اتخاذ موقف مؤيد لحدث ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، بينما يعني الخمول عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وتعتبر التأثيرات السلوكية بمثابة المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية (حمادة ١٩٩٦م، ص: ٢٥)

فروض النظرية وأهدافها:

* يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دوراً مهماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية، فتزيد شدة اعتماد الأفراد عليها وبالتالي درجة تأثير الوسيلة في الأشخاص وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام (مكاوي ٢٠٠٤م، ص: ٢٠٠)

* كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت بالتالي التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لديهم (مكاوي ٢٠٠٤م، ص: ٢١٣-٢١٤)

* تؤثر درجة استقرار المجتمع على زيادة الاعتماد أو قلته؛ فكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع نتيجة وجود تهديد ما أو صراع أو حدث مؤثر كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، كما هو الحال الآن، فوفق النظرية المفترض أن الاعتماد على وسائل الإعلام في ظل جائحة كورونا يزداد عن أي وقت آخر، خاصة لما لهذا الحدث من أهمية وتأثير مباشر على حياة الفرد.

* يختلف أفراد الجمهور من حيث اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة لاختلافهم في الأهداف والحاجات الفردية (K.Davis, Stanly, J.Baran Dennis, 2003, P:320)

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

- **الفهم:** مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، والفهم الاجتماعي وهو اعتماد الفرد على معلومات النظام الإعلامي حول البيئة الاجتماعية التي يعيش بها وأحداثها.
- **التوجيه:** ويشتمل على توجيه العمل أو الفعل؛ يعتمد الفرد فيها على وسائل الإعلام للحصول على معلومات حول الخدمات والسلع والتسلية والسلوك اليومي مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشاقتك؟ توجيه التفاعل التبادلي؛ فتشير إلى معلومات أجهزة الإعلام التي توضح كيف يتم التفاعل مع الآخرين في مجتمعنا مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة^(٢).

مدى ملائمة النظرية للبحث الحالي:

- * تؤكد نظرية الاعتماد على العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور، وتولي أهمية كبيرة للأحداث وللأزمات وحالة عدم الاستقرار التي ربما يعيشها مجتمع ما في وقت ما، والتي تؤدي بشكل مباشر إلى زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام كما هو الحال الآن.
- * توضح النظرية درجة اعتماد الأفراد على بعض أشكال وسائل الإعلام للحصول على المعلومات في كل يوم من الحياة اليومية وفي حالات الأزمات، وكيف تصبح وسائل الإعلام أكثر أهمية وتفضيلاً لدى الجمهور عن بقية الأشكال؟.
- * تسلط النظرية الضوء على الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لمتابعة وسائل الإعلام وتوضيحها.
- * هناك متغيرات ديموجرافية تؤثر على طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وهي متغيرات ركّز عليها البحث الحالي وأعاد اختبارها.

الإطار المعرفي للدراسة:

الإعلام وإدارة الأزمات:

بات للإعلام دورٌ متزايدٌ وأهمية خطيرة كأحد أسلحة العصر الحاضر في تغطيته لإدارة الأزمات، نظرًا لما يتوفر له من قدرات هائلة تمثلت في انتقاله بسرعة كبيرة، واجتيازه للحدود، وتخطيه العوائق بما يملكه من وسائل مقروءة ومسموعة ومرئية، ولما له من قدرات هائلة على التأثير النفسي على الأفراد والسيطرة الفكرية والإقناع للجمهور في المجتمعات المختلفة، ومن ثمَّ إمكانية التحكم في سلوكياتهم وتوجيههم (رضا، ٢٠٠٤م، ص: ٩٠).

وعندما تكون الأزمة المتوقعة عامة وعالمية، يتعاضد دور الإعلام في القيام بمهامه الإخبارية والتعليمية والإقناعية؛ من خلال التوعية والإرشاد والتوجيه عن طريق الاتصال المباشر بين غرف العمليات الخاصة بمواجهة الأزمات وبين جمهور المشاهدين والمستمعين والقراء لتحذيرهم من الأخطار المحدقة التي تم التنبؤ بها، ومتى وأين ومكان وقوعها ومساراتها؟

وتكمن أهمية وسائل الإعلام الجديد في التخفيف من حدة الأزمات بتزويد الجمهور بالحقائق للحد من انتشار الشائعات، وتزويد الأفراد بما يساعدهم على تكوين رأي عام صحيح، لكن أحياناً يكون تأثير الإعلام في الأزمات "سلبياً"، بدل أن يوضح الحقائق وينشر الوعي ويوصل الأخبار، يكون ممراً للشائعات ومصدراً للمغالطات، خاصة في الوقت الحالي الذي تصدرت فيها وسائل الإعلام الجديد بمختلف أشكالها والشبكات الاجتماعية المشهد الإعلامي وأصبحت هي الوسائل الأكثر قرباً للجمهور، وبات ما هو مقبول في شبكات التواصل الاجتماعي مقبولاً في المجتمع الواقعي. (Rokeach, Melvin, 1976, P:7

فكما أن وسائل الإعلام تستطيع أن تنتشر الطمأنينة بين الناس أثناء الأزمات عبر نشر الحقائق وتقديم المعالجات المتوازنة، يمكن أيضاً أن تساهم في زيادة معدلات القلق والتوتر وضبابية الرؤية لدى الجمهور، الأمر الذي ينعكس سلباً على مختلف القطاعات، ولعل ما يساعد في ذلك هو طبيعة وسائل الإعلام الجديد نفسها من حيث كونها وسائل مفتوحة يصعب السيطرة عليها، وتنتشر فيها الشائعات والمعلومات على حد سواء بشكل كبير ومتسارع يصعب معه الرصد والتتبع لكل ما يتم تداوله بين الناس؛ لذا فإن معالجة الأزمة إعلامياً تتطلب تكامل الجهود الإعلامية أهلية وحكومية؛ مؤسسات وأفراد ضمن رؤية عامة لحماية البلد وتحصينه من المؤثرات الناتجة عنها.

(أ) - تحديد مظاهر وأوجه الخلل في المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث:

إذا كان علم إدارة الأزمات والكوارث يؤكد على ضرورة تحقيق المدخل التكاملي والرؤية الشاملة في معالجة الأزمات والكوارث، والتي تتأسس على تعاون كامل وتفاعل كل العلوم ذات العلاقة بالأزمة وما تطرحه من تحديات اجتماعية وسياسية واقتصادية ونفسية معنوية ورمزية وإعلامية وثقافية. وأصبح الإعلام واحداً من العلوم ذات الأهمية البالغة في إدارة الأزمات والكوارث. ويوضح هذا العلم أن إدارة الكارثة تتضمن وضع أهداف الخطط المسبقة والتي تشمل عدة خطوات هي أولاً: خطة الإعداد (ما قبل الكارثة)، ثانياً: خطة العمليات (أثناء الكارثة) ثالثاً: خطة إزالة الآثار (ما بعد الكارثة) وأخيراً الخطط البديلة (إقليمياً وقومياً).

وهنا يجب أن تسير الخطة الإعلامية في ركب هذه المراحل الأربع حتي تستطيع أن تتعامل مع الكارثة بشكل إيجابي وفعال؛ ذلك لأن موقف الكارثة أو الأزمة " يستدعي نوعية مغايرة من المعالجات والتغطيات الإعلامية، وكذلك نوعية خاصة جداً من أنشطة العلاقات العامة تتجاوز خطاب الرطانة الرسمية والبيانات المنمقة القائمة على الأكاذيب الساذجة والمبالغات المفضوحة التي لا تصمد أمام

التدفق الحر للآراء والمعلومات وتعددية اختيار المتلقي التي تتيحها عولمة الإعلام، وعدم التزام هذه الحرفية في الأداء الإعلامي أثناء الأزمات والكوارث هو ما يؤدي إلى عدم التوازن بين أدوار الصحافة ووسائل الإعلام بشكل عام وبين المراحل المختلفة في حدوث وتطور الكارثة أو الأزمة، فبينما يقل الاهتمام ببقية مراحل وأطوار الكارثة، يقل الاهتمام ببقية مراحل وأطوار الكارثة خاصة مرحلة استعادة النشاط والتعلم^(٣).

من هنا يمكن تحديد أهم مظاهر الخلل وأوجه القصور التي يتسم بها الأداء والخطاب الإعلامي أثناء الكوارث والأزمات في عالمنا العربي في النقاط التالية (Glade,2004,P44)

التطفيف الإعلامي: والذي يشير إلى انتقائية مشبوهة ومعيبة في نقل الحقائق والموضوعات والمواقف حسب المصلحة.

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

التعتيم والحجر الإعلامي: سواءً على الآراء المخالفة أو الحقائق المتعارضة مع سياسات الدولة وذلك في سياق احتكار المعلومات لصالح جهات محددة، أو لتعم إخفاء الفشل والتقصير في التعامل مع الكارثة.

- ١- التبعية الإعلامية سواءً للسلطة أو لجهة معينة تمتلك السيطرة على مصادر المعلومات.
- ٢- التهوين أو التهويل. بمعنى التقليل من الخسائر والوقائع الحقيقية بزعم التخفيف عن المتلقين، أو المبالغة والتهويل بهدف إفزاع الجمهور المتلقي.

ونظرًا لكون الإعلام يستمد أهميته الكبرى في أوقات حدوث الأزمات ووقوع الكوارث، هذه الأهمية التي تزيد من قدرته الهائلة على التأثير، وتوجيه الرأي العام، واحتواء تداعيات الكارثة أو الأزمة وتأثيراتها السلبية، ودعم المواقف، وتجلية الحقائق، وتهئية النفوس وتعبئة الصفوف، وحشد الطاقات باتجاه الخطط الموضوعية لضمان أسلم مخرج للأزمة وأقل خسائر ممكنة للكارثة، وبذلك يُعد الإعلام وسيطاً فعالاً بين بؤرة الأزمة أو الكارثة وبين الجماهير العريضة التي ينتابها شعور قوى بضرورة الحصول على المعلومات الكافية، فنتسابق إلى معرفة التفاصيل الدقيقة والتطورات المتلاحقة، وتتضاعف الأوقات التي يخصصها الجمهور للتعرض لمختلف وسائل الإعلام التي تتحول إلى المصدر الوحيد الذي يستمد منه الناس معلوماتهم حول الأزمة أو الكارثة.

(ب)- السمات والخصائص المطلوبة في إعلام الأزمات والكوارث.

إذا كان العلماء المهتمون بعلم إدارة الأزمات قد أكدوا على أن أي كارثة أو أزمة تتكون من ثلاثة عناصر رئيسية هي: التهديد، ضيق الوقت ومحدوديته، المفاجأة فإنهم أكدوا أيضاً أن هذه العناصر

الثلاثة هي التي تفرض على الإعلام أداءً خاصاً ومختلفاً ومتميزاً يتسم بتحمل المسؤولية وحسن التعامل مع هذه الكارثة والأزمة بما يساعد على رفع مستوى وعي الجمهور بها، وإدارتها على النحو الذي يقلص خسائرها إلى أقل مدي ممكن... ومن هنا خلصت الأدبيات في مجال إدارة الأزمات إلى عدد من السمات والخصائص المهمة التي يجب أن تتوفر في المعالجة الإعلامية والخطاب الإعلامي أثناء وبعد الأزمة أو الكارثة يمكن تلخيصها فيما يلي: (البحيري، ٢٠٠٨م، ص: ٢٥)

(١) **المصادقية:** ويقصد بها التزام الصدق والتوازن في عرض الرأي والرأي الآخر أثناء التغطية الإعلامية، والإحاطة بكل أبعاد الموضوع، والإشارة إلى الاتجاهات المطروحة حوله بطريقة متوازنة وصادقة.

(٢) **التوازن:** ويقصد بها توازن تناول الإعلامي في التعامل مع تهديدات الكارثة أو الأزمة، حيث إن الأزمة في حد ذاتها تتطوي على تهديد لكل ما هو مستقر في المجتمع، وبالتالي يحتاج الأداء الإعلامي إلى أن يتسم بالتوازن؛ فلا يميل إلى التهويل والتضخيم والتصعيد الذي يؤدي إلى مزيد من الأزمة على نحو غير واعي، قد يولد مزيداً من الأزمات والتداعيات سواءً على المدى القريب أو البعيد، وتوازن الأداء الإعلامي يرتبط بعدة محددات من أهمها: التوازن في تناول السلبيات والإيجابيات المرتبطة بالأزمة أو الكارثة، كذلك التوازن في تغطية الأزمة من وجهات نظر ورؤى مختلفة.

(٣) **احترام عقلية المتلقي:** وتعني احترام ذكاء الجمهور وعدم الاستهانة بقدراته على التمييز، وتقادي ترويج الأكاذيب والتستر على الحقائق، لأن احترام المتلقي واحترام عقله ومشاعره من أساسيات الجذب التي تعتمد عليها الوسائل الإعلامية الرصينة التي تطمح إلى أن تجد لها مكاناً لائقاً بين نظيراتها وسط حُمى المنافسة المستعرة بين وسائل الإعلام خاصة في زمن الوعي الجمعي والمعلومة المتاحة.

(٤) **شمول وتكامل التناول الإعلامي لأبعاد الأزمة أو الكارثة وخلفياتها وتداعياتها والأسباب الحقيقية المؤدية لحدوثها:** حيث إن محدودية الوقت الذي تتوالى فيه أحداث الأزمة أو الكارثة وتداعياتها يمثل تحدياً كبيراً أمام التناول الإعلامي لها، خاصة وأن الجماهير تحتاج من الإعلام في أوقات الأزمات والكوارث سرعة إمدادهم بالمعلومات ومتابعة التطورات والمستجدات.

(٥) **مراعاة أنواع الرسائل الإعلامية التي يتعين بثها أثناء الأزمة أو الكارثة:** فهناك رسائل موجهة للداخل وأخرى للخارج ورسائل موجهة إلى أطراف أخرى لها يد في تأزيم الأوضاع، ورسائل موجهة إلى الخصم أو أعداء الوطن، ولكل نوع من هذه الرسائل مهامها ووظائفها وتأثيرها.

(٦) **مراعاة اختلاف خصائص الوسائل الإعلامية حيث إن لكل وسيلة إعلامية مقروءة أو مسموعة أو مرئية خصائصها ومميزاتها وجمهورها، لذلك يتعين على وسائل الإعلام أثناء الأزمات أن تراعي هذه الفروق والاختلافات، وأن تصاغ الرسائل الإعلامية بالشكل الذي يناسب كل وسيلة بحيث تضمن تحقيق أهدافها.**

(٧) **الحيادية وتوظيف المعلومات توظيفاً أميناً ودقيقاً** والتصدي للإشاعات بنشر الأخبار الصادقة والصحيحة وبأقصى سرعة ممكنة، والبعد عن تخويف الجمهور أو إفزاعهم.

(٨) **مواكبة التغطية الإعلامية لمراحل تطور الأزمة أو الكارثة**.. حيث تشير الدراسات السابقة إلى أن التناول الإعلامي للأزمات والكوارث يفترض أن يمر بثلاث مراحل رئيسية مواكبة لتطور الأزمة أو الكارثة وهي:

(أ) مرحلة نشر المعلومات في بداية الأزمة أو الكارثة؛ وهنا يجب أن يواكب الإعلام رغبة الجماهير في الحصول على كل المعلومات الممكنة حول الأزمة أو الكارثة واستجلاء الموقف وأبعاده وأثاره.

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

(ج) المرحلة الوقائية: حيث لا يتوقف دور الإعلام على مجرد تفسير المشكلة والتعامل مع عناصرها بل يجب أن يتخطى هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام أسلوب التعامل مع الأزمات والكوارث المشابهة، وتركز على الآليات الإيجابية التي يمكن استغلالها وتطويرها مستقبلياً في التعامل مع هذه الأزمات والكوارث.

الإطار المنهجي للدراسة:

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس من الدراسة في التعرف على دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩"، وينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية منها:

١- التعرف على المضامين التي يهتم المبحوثون بمتابعتها عبر المواقع الإخبارية السعودية خلال الأزمة.

٢- رصد تقييم المبحوثين لأنشطة المواقع الإخبارية السعودية في التوعية وتغطية الأزمة.

٣- الكشف عن آراء المبحوثين في التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية التي يتابعونها.

تساؤلات الدراسة:

١- إلى أي مدى يعتمد المبحوثون على المواقع الإخبارية السعودية في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا، وأسباب ذلك؟

٢- ما المضامين التي يهتم المبحوثون بمتابعتها، ورؤيتهم للتغطية الصحفية لهذه الأزمة في المواقع الإخبارية السعودية؟

٣- هل أثرت التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية السعودية على المبحوثين أو اتجاهاتهم نحو المملكة في إدارة أزمة وباء كورونا؟

٤- إلى أي مدى يرى المبحوثون أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بدور إيجابي مهني في تغطية هذه الأزمة؟

٥- هل قامت المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا وكل من:

- رأي المبحوثين في التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية.
- اتجاهات المبحوثين نحو إدارة المملكة لأزمة وباء كورونا.
- تأثير التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية السعودية لتلك الجائحة على المبحوثين.
- مدى قيام المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية.
- مدى التزام المواقع الإخبارية السعودية بالمهنية الإعلامية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين؛ من حيث الخصائص الديموغرافية في اتجاهاتهم نحو رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا (النوع/ العمر/ التعليم/ الدخل).

نوع الدراسة:

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف طبيعة وخصائص مجتمع ما، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة ما، والحصول على بيانات كافية عنها إضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها واستخلاص نتائج منها (طابع، ٢٠٠١م، ص: ٣٤) وذلك من خلال محاولة هذه الدراسة الخروج بمؤشرات أساسية لدور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩" وذلك في ضوء المسؤولية الاجتماعية للإعلام.

منهج الدراسة:

يُعد المنهج الذي يعتمد عليه الباحث في دراسة موضوع ما بمثابة المرشد أو الدليل الذي يسترشد به الباحث للوصول إلى النتائج والأهداف المرجوة، وهو خطة أساسية و ضرورية يلجأ إليها لتحديد أساليب وأدوات البحث والطريقة المثلى التي يتعامل بها مع موضوع الدراسة (الجندي، ٢٠١٠م، ص: ١٤)

ونظرًا لطبيعة هذه الدراسة، والرغبة في الحصول على أكبر قدر من الدقة العلمية، فقد استخدم الباحث **منهج المسح (Survey) الذي يُعد** جهدًا علميًا منظمًا للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة (محسن، ٢٠١١م، ص: ٢٩٠) واعتمدت الدراسة في ذلك على منهج المسح بالعينة، وذلك من خلال رصد دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩".

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في الجمهور السعودي المتعلم، والذي يتابع وسائل الإعلام بصفة عامة، ومن خلاله يتابع الأخبار الخاصة بجائحة كورونا.

عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة في ٤٠٠ مفردة من الجمهور السعودي العام من متابعي الأزمة في وسائل الإعلام المختلفة، ويمكن توضيح خصائص عينة الدراسة في الجدول الآتي:

جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة

خصائص العينة ن = ٤٠٠					
النوع	الذكور	النسبة	العدد	النسبة المئوية	الإجمالي
النوع	ذكر	54.5%	218	54.5%	400
	أنثى	45.5%	182	45.5%	400
العمر	أقل من ٣٠ سنة	50.0%	200	50.0%	400
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	25.0%	100	25.0%	400
	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	14.3%	57	14.3%	400
	50 سنة فأكثر	10.8%	43	10.8%	400
التعليم	تعليم متوسط	18.8%	75	18.8%	400
	تعليم جامعي	76.5%	306	76.5%	400
	دبلومة ودراسات عليا	4.8%	19	4.8%	400
متوسط الدخل الشهري	أقل من ٣٠٠٠ ريال	49.3%	197	49.3%	400
	من ٣٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ ريال	24.8%	99	24.8%	400
	من ٦٠٠٠ ريال فأكثر	26.0%	104	26.0%	400

تشير بيانات الجدول السابق إلى الخصائص الديموجرافية للمبحوثين، والتي جاءت كالآتي:

- تنوعت العينة بين الذكور والإناث، فقد جاء الذكور بنسبة (54.5%) و 218 تكررًا، بينما جاءت الإناث بنسبة «45.5%»، كما عكست العينة الفئات العمرية المختلفة، فقد جاءت الفئة العمرية «أقل من ٣٠ سنة» بنسبة (50.0%)، بينما جاءت الفئة العمرية «من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة» بنسبة (25.0%)، كما جاءت الفئة العمرية «من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة» بنسبة (14.3%)، وأخيرًا جاءت الفئة العمرية «50 سنة فأكثر» بنسبة (10.8%).

- كما عكست العينة مستويات مختلفة للتعليم؛ فقد جاء التعليم المتوسط بنسبة (18.8%)، في حين جاء التعليم الجامعي بنسبة (76.5%)، فيما جاء «دبلومة ودراسات عليا» بنسبة (4.8%).
- كما عكست العينة مستويات مختلفة لمتوسط الدخل الشهري، فقد جاء متوسط الدخل المنخفض «أقل من ٣٠٠٠ ريال» بنسبة (49.3%)، في حين جاء الدخل المتوسط «من ٣٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ ريال» بنسبة (24.8%)، فيما جاء متوسط الدخل المرتفع «من ٦٠٠٠ ريال فأكثر» بنسبة (26.0%).

الحدود الزمنية للدراسة:

تم إجراء الدراسة الميدانية في شهر مايو ٢٠٢٠م، وقد شهد هذا الشهر ذروة انتشار الفيروس في المملكة العربية السعودية.

أداة جمع البيانات:

اعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة الميدانية على استخدام استمارة الاستبيان Questionnaire وهي من أنسب الوسائل المستخدمة في جمع البيانات، وذلك لتطبيقها على عينة من الجمهور السعودي بهدف التعرف على دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩".

وقد قام الباحث بتصميم استمارة استبيان تضمنت عدة محاور لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، وقد تضمنت المحاور ما يأتي:

- وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار انتشار الفيروس.
- المواقع الإخبارية السعودية التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار انتشار الفيروس.
- أسباب اختيار المبحوثين للمواقع الإخبارية السعودية في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا.
- أهم المضامين التي يهتم المبحوثون بمتابعتها عبر المواقع الإخبارية السعودية خلال الأزمة.
- تقييم المبحوثين لأنشطة المواقع الإخبارية السعودية في التوعية وتغطية الأزمة.
- رأي المبحوثين في التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية.
- تأثير التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية السعودية لتلك الجائحة على اتجاهات المبحوثين نحو المملكة العربية السعودية.
- تأثير التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية السعودية لتلك الجائحة على المبحوثين.
- مدى فاعلية الوظائف التي قامت بها المواقع الإخبارية السعودية في معالجة الأزمة.

- مدى التزام المواقع الإخبارية السعودية بمعايير الأداء الإعلامي في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا.
- مدى قيام المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية.

اختبار الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختبائي الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

أ. **اختبار الصدق (Validity):** ويعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، قام الباحث بعرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين^(٤) ممن لهم خبرة في مجال البحث، لإبداء الرأي حول مناسبة وكفاية المحاور والعبارات ومناسبة صياغتها لعينة البحث، وفي ضوء آراء هؤلاء الخبراء تم تعديل صياغة بعض العبارات وحذف عدد آخر.

ب. **اختبار الثبات (Reliability):** ويُقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحث تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو الآتي: (قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل ١٠% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم أعاد تطبيق الاختبار مرة ثانية بعد أسبوعين من الاختبار الأول، والذي وصل إلى ٨٩.٢%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج).

المصطلحات والمفاهيم الإجرائية:

- **المواقع الإخبارية:** المقصود بها مجموعة من الصفحات المرتبطة ببعضها والتي تعمل بشكل رقمي تفاعلي والتي صنعتها الثورة التكنولوجية وبيئة الإنترنت، وهي قادرة على إنتاج ونشر المحتوى إلكترونياً بقصد توفير معلوماتٍ عن الأحداث الجارية.
- **جائحة:** تعرّف منظمة الصحة العالمية الجائحة بأنها أعلى درجات انتشار المرض وفق الطبيعة الجغرافية، بحيث أنه لا تكاد تخلو منطقة من التأثير المباشر له؛ مما يتطلب تدخلات مباشرة من قبل المنظمات الدولية وخاصة منظمة الصحة العالمية لمتابعة الإجراءات الوقائية وتحديد السياسات الصحية العالمية.
- **كورونا كوفيد ١٩:** وفقاً لمنظمة الصحة العالمية ففيروس كورونا كوفيد ١٩ COVID19 هو أحد أنواع سلالة الفيروسات التاجية المعروفة علمياً باسم كورونا والتي تستهدف الجهاز التنفسي،

ومصطلح COVID19 يتكون من عدة أجزاء، ويحمل كل جزء معنى؛ فـ "CO" هو اختصار كورونا، و"VI" اختصار فيروس، و"D" اختصار مرض، ورقم "19" نسبة إلى السنة التي تم الإعلان فيها عن ظهور المرض.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة؛ قام الباحث بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" SPSS (Statistical Package for Social Science)، وتم تطبيق المعاملات الإحصائية الآتية:

- اختبار كاي^٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (Nominal).
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كاي^٢ (Chi Square Test)، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٣٣، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠.٣٣٣ : ٠.٦٦٦، وقوية إذا كانت أكثر من ٠.٦٦٦.
- معامل فاي (Phi) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار (Chi Square Test)، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين إسميين في جدول ٢×٢. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٣٣، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠.٣٣٣ : ٠.٦٦٦، وقوية إذا كانت أكثر من ٠.٦٦٦.

نتائج الدراسة:

من خلال قيام الباحث بدراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور السعودي؛ وذلك للتعرف على دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا ٢٠١٩م، وبعد قيام الباحث بالمعالجة الإحصائية للبيانات سيتم عرض نتائج الدراسة في محورين، هما:

المحور الأول: نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة.

المحور الثاني: نتائج اختبار فروض الدراسة.

أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة.

التساؤل الأول: إلى أي مدى يعتمد المبحوثون على المواقع الإخبارية السعودية في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا، وأسباب ذلك؟

وسيتم الإجابة عنه من خلال الجداول رقم (٢) و (٣) و (٤) و (٥).

وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا بالمملكة العربية السعودية

مستوى الدلالة Sig	Chi-Square ٢٤	الإجمالي/ ن=٤٠٠	إناث/ ن=١٨٢	ذكور/ ن=٢١٨	وسائل الإعلام	
.866	.029 ^a	34	15	19	ك	الصحف الورقية
		8.5	8.2	8.7	%	
.003	8.551 ^a	223	87	136	ك	الصحف الإلكترونية
		55.8	47.8	62.4	%	
.926	.009 ^a	212	96	116	ك	القنوات الفضائية
		53.0	52.7	53.2	%	
.462	.542 ^a	295	131	164	ك	المواقع الإخبارية السعودية
		73.8	72.0	75.2	%	
.044	4.046 ^a	371	174	197	ك	مواقع التواصل الاجتماعي
		92.8	95.6	90.4	%	
.646	.211 ^a	63	27	36	ك	المحطات الإذاعية
		15.8	14.8	16.5	%	
		٤٠٠	182	218	ك	الإجمالي
		١٠٠	45.5	54.5	%	

توضح بيانات الجدول السابق وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا بالمملكة العربية السعودية والتي جاءت كالآتي:

جاءت «مواقع التواصل الاجتماعي» في المرتبة الأولى بنسبة (92.8%)، بينما جاءت «المواقع الإخبارية السعودية» في المرتبة الثانية بنسبة (73.8%)، في حين جاءت «الصحف الإلكترونية» في المرتبة الثالثة بنسبة (55.8%)، فيما جاءت «القنوات الفضائية» في المرتبة الرابعة بنسبة (55.8%)، ثم جاءت «محطات الإذاعات» في المرتبة الخامسة بنسبة (15.8%).

وتشير نتائج اختبار كا² Chi-Square إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في التعرض لوسائل الإعلام، وذلك فيما يتعلق بالصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة -146.، عند مستوى معنوية 0.003، وهي علاقة دالة إحصائيًا لصالح الذكور، أيضًا فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كا² 101.، عند مستوى معنوية 0.044، وهي علاقة دالة إحصائيًا لصالح الإناث.

جدول رقم (٣)

مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي/ ن= ٤٠٠	مستوى التعليم			درجة الاعتماد	
			دبلومة ودراسات عليا	تعليم جامعي	تعليم متوسط		
.70727	2.3950	210	7	167	36	ك	درجة كبيرة
		52.5%	36.8%	54.6%	48.0%	%	
		138	8	100	30	ك	درجة متوسطة
		34.5%	42.1%	32.7%	40.0%	%	
		52	4	39	9	ك	درجة ضعيفة
		13.0%	21.1%	12.7%	12.0%	%	
		400	19	306	75	ك	الإجمالي
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	%	

قيمة كا^٢ = 3.718 درجات الحرية= 4 مستوى المعنوية = .445 غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا، حيث جاء الاعتماد على المواقع الإخبارية «بدرجة كبيرة» في المرتبة الأولى بنسبة (52.5%)، بينما جاء اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية «بدرجة متوسطة» في المرتبة الثانية بنسبة (34.5%)، في حين جاء الاعتماد «بدرجة ضعيفة» في المرتبة الثالثة بنسبة (13.0%).

وتشير نتائج اختبار Chi-Square إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في مدى هذا الاعتماد، حيث بلغت قيمة χ^2 10.586^a عند مستوى معنوية 0.005، وهي علاقة دالة إحصائياً.

جدول رقم (٤)

المواقع الإخبارية التي يتعرض لها المبحوثون في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا

مستوى الدلالة Sig	Chi-Square ٢كا	الإجمالي/ ن=٤٠٠	إناث/ ن=١٨٢	ذكور/ ن=٢١٨	المواقع الإخبارية
.851	.035 ^a	119	55	64	ك
		29.8	30.2	29.4	%
.085	2.975 ^a	74	27	47	ك
		18.5	14.8	21.6	%
.163	1.951 ^a	163	81	82	ك
		40.8	44.5	37.6	%
.666	.186 ^a	74	32	42	ك
		18.5	17.6	19.3	%
.149	2.080 ^a	50	18	32	ك
		12.5	9.9	14.7	%
.239	1.384 ^a	59	31	28	ك
		14.8	17.0	12.8	%
.955	.003 ^a	73	33	40	ك
		18.3	18.1	18.3	%
.838	.042 ^a	222	100	122	ك
		55.5	54.9	56.0	%
.844	.039 ^a	52	23	29	ك
		13.0	12.6	13.3	%
.418	.657 ^a	291	136	155	ك
		72.8	74.7	71.1	%
		٤٠٠	182	218	ك
		١٠٠	45.5	54.5	%

تشير بيانات الجدول السابق إلى المواقع الإخبارية التي يتعرض لها المبحوثون في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا والتي جاءت كالاتي:

جاء موقع «عاجل» في المرتبة الأولى بنسبة (72.8%)، بينما جاء موقع «سبق» في المرتبة الثانية بنسبة (55.5%)، في حين جاء موقع «عكاظ» في المرتبة الثالثة بنسبة (40.8%)، فيما جاء الموقع الإخباري لجريدة الرياض في المرتبة الرابعة بنسبة (29.8%)، ثم جاء موقع «الوطن» في المرتبة الخامسة بنسبة (18.5%)، كما جاء الموقع الإخباري لجريدة الشرق الأوسط في المرتبة السادسة بنسبة (18.5%)، وجاء في المرتبة السابعة موقع «المواطن» بنسبة (18.3%)، وفي المرتبة الثامنة جاء موقع «المرصد» بنسبة (14.8%)، بينما جاء موقع «صدى» في المرتبة التاسعة بنسبة (13.0%)، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة جاء موقع «تواصل» بنسبة (12.5%).

ومن خلال مراجعة نتائج اختبار Chi-Square يتبين عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في المواقع الإخبارية التي يتعرض لها المبحوثون في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا، حيث إن مستوى المعنوية أكبر من 0.05 ، وهي علاقة غير دالة إحصائياً.

جدول رقم (٥)

أسباب اختيار المبحوثين للمواقع الإخبارية السعودية في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا

العبارات	درجة الموافقة/ ن=٤٠٠									
	أوافق		محايد		أعارض		المتوسط الحسابي mean	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
متابعة التطورات المتصلة بأزمة فيروس كورونا أولاً بأول	326	81.5	63	15.8	11	2.8	2.788	0.472	92.82	الموافقة
التغطية الشاملة لأهم الاخبار المتعلقة بانتشار فيروس كورونا	302	75.5	89	22.3	9	2.3	2.733	0.491	90.99	الموافقة
استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة في التغطية الصحفية لانتشار فيروس كورونا	284	71.0	94	23.5	22	5.5	2.655	0.580	88.41	الموافقة
أساليب عرض و تقديم الأخبار حول انتشار فيروس كورونا	280	70.0	88	22.0	32	8.0	2.620	0.630	87.25	الموافقة
المصداقية العالية التي تتمتع بها المواقع الإخبارية السعودية في تغطية أخبار انتشار فيروس كورونا	263	65.8	110	27.5	27	6.8	2.590	0.615	86.25	الموافقة
تنوع التحليلات في تناول انتشار فيروس كورونا	214	53.5	140	35.0	46	11.5	2.420	0.689	80.59	الموافقة
الجرأة في الطرح فيما يتعلق بتغطية أخبار انتشار فيروس كورونا	208	52.0	146	36.5	46	11.5	2.405	0.687	80.09	الموافقة
التخلص من حالة التوتر التي يبيتها انتشار المرض	216	54.0	122	30.5	62	15.5	2.385	0.740	79.42	الموافقة
محاولة القضاء على وقت الفراغ بسبب الحجر الصحي	217	54.3	90	22.5	93	23.3	2.310	0.825	76.92	محايد
المتوسط المرجح للجدول = 2.6625 الاتجاه العام = الموافقة										

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب اختيار المبحوثين للمواقع الإخبارية السعودية في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا، والتي جاءت كالاتي:

- أوضح غالبية المبحوثين أن من أولى أسباب متابعتهم للمواقع الإخبارية هو «متابعة التطورات المتصلة بأزمة فيروس كورونا أولاً بأول» وذلك بموافقة (81.5%)، بينما أجاب نسبة (15.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (2.8%)، وجاء المستوى العام لهذا السبب في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.7875)، ووزن نسبي (92.82).

- وافقت غالبية المبحوثين على أن «التغطية الشاملة لأهم الأخبار المتعلقة بانتشار فيروس كورونا» من أولى أسباب متابعتهم للمواقع الإخبارية وذلك بنسبة (75.5%)، بينما أجاب نسبة (22.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (2.3%)، وجاء المستوى العام لهذا السبب في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.7325)، ووزن نسبي (90.99).
- بينما أشار المبحوثون إلى أن «استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة في التغطية الصحفية لانتشار فيروس كورونا» من أسباب متابعتهم للمواقع الإخبارية وذلك بموافقة (71.0%)، بينما أجاب نسبة (23.5%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.5%)، وجاء المستوى العام لهذا السبب في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (5.58036)، ووزن نسبي (88.41).
- وافقت غالبية المبحوثين على أن «أساليب عرض و تقديم الأخبار حول انتشار فيروس كورونا» من أسباب متابعتهم للمواقع الإخبارية وذلك بنسبة (70.0%)، بينما أجاب نسبة (22.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (8.0%)، وجاء المستوى العام لهذا السبب في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (6.2976)، ووزن نسبي (87.25).
- يرى غالبية المبحوثين أن «المصداقية العالية التي تتمتع بها المواقع الإخبارية السعودية في تغطية أخبار انتشار فيروس كورونا» من أسباب متابعتهم للمواقع الإخبارية وذلك بموافقة (65.8%)، بينما أجاب نسبة (27.5%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (6.8%)، وجاء المستوى العام لهذا السبب في المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (2.5900)، ووزن نسبي (86.25).
- وافقت غالبية المبحوثين على أن «تنوع التحليلات في تناول انتشار فيروس كورونا» من أسباب متابعتهم للمواقع الإخبارية وذلك بنسبة (53.5%)، بينما أجاب نسبة (35.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (11.5%)، وجاء المستوى العام لهذا السبب في المرتبة السادسة بالمتوسط الحسابي (2.4200)، ووزن نسبي (80.59).
- وجاء في المرتبة السابعة «الجرأة في الطرح فيما يتعلق بتغطية أخبار انتشار فيروس كورونا» من أسباب متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية وذلك بالمتوسط الحسابي (2.405)، ووزن نسبي (80.09).
- بينما جاء في المرتبة الثامنة «التخلص من حالة التوتر التي ييئها انتشار المرض» من أسباب متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية وذلك بالمتوسط الحسابي (2.385)، ووزن نسبي (79.42).
- وأخيراً وفي المرتبة التاسعة جاء «محاولة القضاء على وقت الفراغ بسبب الحجر الصحي» من أسباب متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية وذلك بالمتوسط الحسابي (2.3100)، ووزن نسبي (76.92).

التساؤل الثاني: ما المضامين التي يهتم المبحوثون بمتابعتها، ورؤيتهم للتغطية الصحفية لهذه الأزمة في المواقع الإخبارية السعودية؟

وسيتم الإجابة عنه من خلال الجداول رقم (٦)، و(٧)، و(٨).

جدول رقم (٦)

المضامين التي يهتم المبحوثون بمتابعتها عبر المواقع الإخبارية السعودية خلال الأزمة

المضامين	ذكور	إناث	الإجمالي	Chi-Square ٢٤	مستوى الدلالة Sig
قرارات المملكة لمكافحة الوباء	ك	203	171	374	.735
	%	93.1	94.0	93.5	
إحصائيات الإصابة بالفيروس فى المملكة ودول العالم بوجه علم	ك	165	141	306	.675
	%	75.7	77.5	76.5	
طرق الوقاية من الفيروس	ك	180	157	337	.312
	%	82.6	86.3	84.3	
طرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة	ك	186	170	356	.010
	%	85.3	93.4	89.0	
جهود الجهات الأمنية في تفعيل حظر التجوال وتطبيق الإجراءات الاحترازية	ك	174	136	310	.225
	%	79.8	74.7	77.5	
جهود وزارة الصحة في الكشف عن الحالات الإيجابية وتوفير الحجر الصحي لهم	ك	187	152	339	.531
	%	85.8	83.5	84.8	
محاولات مراكز البحث العلمي لإيجاد لقاح لذلك الوباء	ك	157	149	306	.021
	%	72.0	81.9	76.5	
أخبار مستشفيات الحجر الصحي وكيفية التعامل مع المصابين	ك	138	119	257	.665
	%	63.3	65.4	64.3	
جهود الدولة فى ملف عودة العالقين	ك	151	131	282	.554
	%	69.3	72.0	70.5	
جهود الدولة في توفير وسائل الإعاشة لإحياء الحجر الكلي	ك	179	136	315	.072
	%	82.1	74.7	78.8	
الإجمالي	ك	218	182	٤٠٠	
	%	54.5	45.5	١٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى المضامين التي يهتم المبحوثون بمتابعتها عبر المواقع الإخبارية

السعودية خلال الأزمة والتي جاءت كالآتي:

جاءت «قرارات المملكة لمكافحة الوباء» في المرتبة الأولى بنسبة (93.5%)، بينما جاءت «طرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة» بنسبة (89.0%)، في حين جاءت «جهود وزارة الصحة في الكشف عن الحالات الإيجابية وتوفير الحجر الصحي لهم» بنسبة (84.8%) ضمن المضامين التي يهتم المبحوثون بمتابعتها، فيما جاءت «طرق الوقاية من الفيروس» في المرتبة الرابعة بنسبة (89.0%)، ثم جاءت «جهود الدولة في توفير وسائل الإعاشة لإحياء الحجر الكلي» في المرتبة الخامسة بنسبة (78.8%)، كما جاءت «جهود الجهات الأمنية في تفعيل حظر التجوال وتطبيق الإجراءات الاحترازية» في المرتبة السادسة بنسبة (77.5%)، وجاءت في المرتبة السابعة «محاولات مراكز البحث العلمي لإيجاد لقاح لذلك الوباء» بنسبة (76.5%)، وفي المرتبة الثامنة جاءت «إحصائيات الإصابة بالفيروس في المملكة ودول العالم بوجه عام» بنسبة (76.5%)، بينما جاءت «جهود الدولة في ملف عودة العالقين» في

المرتبة التاسعة بنسبة (70.5%)، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة جاءت «أخبار مستشفيات الحجر الصحي وكيفية التعامل مع المصابين» بنسبة (64.3%).

وتشير نتائج اختبار Chi-Square إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في المضامين التي يهتم المبحوثون بمتابعتها عبر المواقع الإخبارية السعودية، وذلك بالنسبة لطرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة، حيث بلغت قيمة كا² 129. عند مستوى معنوية 0.010. ، وهي علاقة دالة إحصائياً، وذلك لصالح الإناث.

أيضاً توجد فروق بالنسبة لمحاولات مراكز البحث العلمي لإيجاد لقاح لذلك الوباء، حيث بلغت قيمة كا² 116. عند مستوى معنوية 0.021. ، وهي علاقة دالة إحصائياً، وذلك لصالح الإناث.

جدول رقم (٧)

تقييم المبحوثين لأنشطة المواقع الإخبارية السعودية في التوعية وتغطية الأزمة

العبارات	درجة الموافقة/ ن=٤٠٠								الاتجاه
	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك			
نشر التقرير اليومي لوزارة الصحة الخاص بأعداد المصابين والوفيات	82.8	331	15.0	60	2.3	9	2.805	0.450	93.41
تحديث أخبار الفيروس بشكل دائم على الموقع	80.8	323	16.8	67	2.5	10	2.783	0.470	92.66
متابعة تطورات الأزمة على المستوى الإقليمي والمحلي	71.8	287	23.0	92	5.3	21	2.665	0.573	88.74
تصحيح الشائعات المثارة بشكل دائم	71.5	286	22.0	88	6.5	26	2.650	0.599	88.25
توفر قواعد بيانات كمادة معرفية يمكن الاستفادة منها في التعامل مع فيروس كورونا	65.0	260	30.5	122	4.5	18	2.605	0.574	86.75
تنوع المصادر التي يتم الاعتماد عليها في تغطية جوانب الأزمة	66.8	267	25.8	103	7.5	30	2.593	0.626	86.33
الاهتمام بتحقيق مصلحة الجمهور وتلبية احتياجاته في هذه الأزمة	64.8	259	29.3	117	6.0	24	2.588	0.603	86.16
نشر معلومات صحيحة ودقيقة عن طبيعة المرض	65.5	262	26.0	104	8.5	34	2.570	0.645	85.58
متابعة ردود فعل المواطنين تجاه قرارات الحكومة لمكافحة الوباء	62.5	250	27.5	110	10.0	40	2.525	0.671	84.08
عرض تقارير إخبارية حية من موقع الأحداث	54.3	217	35.8	143	10.0	40	2.443	0.669	81.34
المتوسط المرجح للجدول = ٢.٦٩٧٥ الاتجاه العام = الموافقة									

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم المبحوثين لأنشطة المواقع الإخبارية السعودية في التوعية وتغطية الأزمة، والتي جاءت كالاتي:

- أوضح غالبية المبحوثين أن المواقع الإخبارية السعودية تقوم بـ «نشر التقرير اليومي لوزارة الصحة الخاص بأعداد المصابين والوفيات» وذلك لتفعيل دورها في التوعية وتغطية الأزمة، وذلك بموافقة (82.8%)، بينما أجاب نسبة (15.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (2.3%)، وجاء المستوى العام لهذا الدور في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.805)، ووزن نسبي (93.41).
- وافقت غالبية المبحوثين على أن المواقع الإخبارية السعودية تقوم بـ «تحديث أخبار الفيروس بشكل دائم على الموقع» لتفعيل دورها في التوعية وتغطية الأزمة، وذلك بموافقة (80.8%)، بينما أجاب نسبة (16.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (2.5%)، وجاء المستوى العام لهذا الدور في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.783)، ووزن نسبي (92.66).
- بينما أشار المبحوثون إلى أن المواقع الإخبارية السعودية تقوم بـ «متابعة تطورات الأزمة على المستوى الإقليمي والمحلي» لتفعيل دورها في التوعية وتغطية الأزمة، وذلك بموافقة (71.8%)، بينما أجاب نسبة (23.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.3%)، وجاء المستوى العام لهذا السبب في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2.665)، ووزن نسبي (88.74).
- وافقت غالبية المبحوثين على أن المواقع الإخبارية السعودية تقوم بـ «تصحيح الشائعات المثارة بشكل دائم» لتفعيل دورها في التوعية وتغطية الأزمة، وذلك بموافقة (71.5%)، بينما أجاب نسبة (22.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (6.5%)، وجاء المستوى العام لهذا السبب في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.650)، ووزن نسبي (88.25).
- يرى غالبية المبحوثين أن المواقع الإخبارية السعودية «توفر قواعد بيانات كمادة معرفية يمكن الاستفادة منها في التعامل مع فيروس كورونا» لتفعيل دورها في التوعية وتغطية الأزمة، وذلك بموافقة (65.0%)، بينما أجاب نسبة (30.5%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (4.5%)، وجاء المستوى العام لهذا السبب في المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (2.605)، ووزن نسبي (86.75).
- وافقت غالبية المبحوثين على أن المواقع الإخبارية السعودية تقوم بـ «تنوع المصادر التي يتم الاعتماد عليها في تغطية جوانب الأزمة» لتفعيل دورها في التوعية وتغطية الأزمة، وذلك بموافقة (66.8%)، بينما أجاب نسبة (25.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (7.5%)، وجاء المستوى العام لهذا السبب في المرتبة السادسة بالمتوسط الحسابي (2.593)، ووزن نسبي (86.33).
- وجاء في المرتبة السابعة أن المواقع الإخبارية السعودية تقوم بـ «الاهتمام بتحقيق مصلحة الجمهور وتلبية احتياجاته في هذه الأزمة» لتفعيل دورها في التوعية وتغطية الأزمة، وذلك بالمتوسط الحسابي (2.588)، ووزن نسبي (86.16).

- جدول رقم (٨)

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن=٤٠٠						العبارات
				معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	92.99	0.469	2.793	2.8	11	15.3	61	82.0	328	نشر الإحصائيات الخاصة بعدد الوفيات والمصابين بشكل يومي.
الموافقة	90.66	0.516	2.723	3.3	13	21.3	85	75.5	302	عرض دائم لتقرير منظمة الصحة عن الوضع بالمملكة
الموافقة	89.99	0.510	2.703	2.5	10	24.8	99	72.8	291	متابعة الأزمة بشكل دائم وبشفافية
الموافقة	89.99	0.552	2.703	4.8	19	20.3	81	75.0	300	تغطية جهود المملكة في ضبط المحتكرين وتوفير بدائل للمنتجات الصحية
الموافقة	89.16	0.591	2.678	6.5	26	19.3	77	74.3	297	متابعة تطورات الأزمة على المستوى الإقليمي والعالمي
الموافقة	88.58	0.579	2.660	5.5	22	23.0	92	71.5	286	تصحيح الشائعات بشكل دائم بما يدعو لطمأنة المواطنين.
الموافقة	88.00	0.571	2.643	4.8	19	26.3	105	69.0	276	نشر معلومات صحيحة ودقيقة عن طبيعة المرض
الموافقة	87.75	0.606	2.635	6.8	27	23.0	92	70.3	281	عمل تقرير إخباري يومي حي عن الفيروس ومستجداته
الموافقة	86.25	0.639	2.590	8.3	33	24.5	98	67.3	269	عرض تقارير عن مستجدات المرض من موقع الأحداث
الموافقة	85.50	0.664	2.568	9.8	39	23.8	95	66.5	266	وضع روابط لكافة الأخبار التي يتم عرضها

- تشير بيانات الجدول السابق إلى رأي المبحوثين في التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية التي يتابعونها، والتي جاءت كالآتي:
- يرى غالبية المبحوثين أن التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «نشر الإحصائيات الخاصة بعدد الوفيات والمصابين بشكل يومي» وذلك بموافقة (82.0%)، بينما أجاز نسبة (15.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (2.8%)، وجاء المستوى العام لهذا الرأي في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.793)، ووزن نسبي (92.99).
 - وافقت غالبية المبحوثين على أن التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «عرض دائم لتقرير منظمة الصحة عن الوضع بالمملكة» وذلك بموافقة (75.5%)، بينما أجاز نسبة (21.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (3.3%)، وجاء المستوى العام لهذا الرأي في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.723)، ووزن نسبي (90.66).
 - بينما أشار المبحوثون إلى أن التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «متابعة الأزمة بشكل دائم وبشفافية» وذلك بموافقة (72.8%)، بينما أجاز نسبة (24.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (2.5%)، وجاء المستوى العام لهذا الرأي في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2.703)، ووزن نسبي (89.99).
 - يرى غالبية المبحوثين أن التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «تغطية جهود المملكة في ضبط المحتكرين وتوفير بدائل للمنتجات الصحية» وذلك بموافقة (75.0%)، بينما أجاز نسبة (20.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (4.8%)، وجاء المستوى العام لهذا الرأي في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.703)، ووزن نسبي (89.99).
 - وافقت غالبية المبحوثين على أن التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «متابعة تطورات الأزمة على المستوى الإقليمي والعالمي» وذلك بموافقة (74.3%)، بينما أجاز نسبة (19.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (6.5%)، وجاء المستوى العام لهذا الرأي في المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (2.678)، ووزن نسبي (89.16).
 - وافقت غالبية المبحوثين على أن التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «تصحيح الشائعات بشكل دائم بما يدعو لطمأننة المواطنين» وذلك بموافقة (71.5%)، بينما أجاز نسبة (23.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.5%)، وجاء المستوى العام لهذا الرأي في المرتبة السادسة بالمتوسط الحسابي (2.660)، ووزن نسبي (88.58).
 - وجاء في المرتبة السابعة أن التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «نشر معلومات صحيحة ودقيقة عن طبيعة المرض» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.643)، ووزن نسبي (88.00).

- بينما جاء في المرتبة الثامنة أن التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «عمل تقرير إخباري يومي حي عن الفيروس ومستجداته» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.635)، ووزن نسبي (87.75).

- كما جاء في المرتبة التاسعة أن التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «عرض تقارير عن مستجدات المرض من موقع الأحداث» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.590)، ووزن نسبي (86.25).

وأخيراً وفي المرتبة العاشرة جاء أن التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «وضع روابط لكافة الأخبار التي يتم عرضها» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.568)، ووزن نسبي (85.50).

التساؤل الثالث: هل أثرت التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية السعودية على المبحوثين أو اتجاهاتهم نحو المملكة في إدارة أزمة وباء كورونا؟

وسيتم الإجابة عنه من خلال الجداول رقم (٩)، و(١٠).

جدول رقم (٩)

أثر متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية السعودية على اتجاهاتهم نحو المملكة في إدارة أزمة وباء كورونا

العبارة	درجة الموافقة/ن=٤٠٠								المتوسط الحسابي mean	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
	أوافق		إلى حد ما		لا أوافق							
	ك	%	ك	%	ك	%						
تعمل المملكة العربية السعودية جاهدة للحد من زيادة انتشار الوباء بين أبنائها.	360	90.0	19	4.8	21	5.3	2.848	0.485	94.82	الموافقة		
صحة أبناء الوطن من أهم توجهات المملكة والهدف الأساسي من الإجراءات الاحترازية والقرارات التي تم اتخاذها.	345	86.3	44	11.0	11	2.8	2.835	0.440	94.41	الموافقة		
اهتمام المملكة بعودة العالقين ومخالفي الإقامة إلى بلادهم.	339	84.8	47	11.8	14	3.5	2.813	0.472	93.66	الموافقة		
توفر المملكة العربية السعودية كل الإجراءات الممكنة للحد من النتائج السلبية المترتبة على انتشار فيروس كورونا.	337	84.3	49	12.3	14	3.5	2.808	0.475	93.49	الموافقة		
أوفت المملكة بوعودها في التسهيلات المقدمة للمعتمرين بعد قرار حظر العمرة مع بداية انتشار فيروس كورونا.	330	82.5	50	12.5	20	5.0	2.775	0.524	92.41	الموافقة		
تستخدم المملكة العربية السعودية وسائل الإعلام الجديد لإعلام المواطنين بالقرارات والإجراءات الاحترازية لمواجهة انتشار	324	81.0	60	15.0	16	4.0	2.770	0.508	92.24	الموافقة		

311	77.8	70	17.5	19	4.8	2.730	0.541	90.91	الموافقة	فيروس كورونا. يختلف أداء المملكة في الأزمة الحالية عن أزمات مضت بشكل إيجابي
291	72.8	70	17.5	39	9.8	2.630	0.655	87.58	الموافقة	تستخدم المملكة العربية السعودية وسائل الإعلام التقليدية لإعلام المواطنين بالقرارات والإجراءات الاحترازية لمواجهة انتشار فيروس كورونا.
المتوسط المرجح للجدول = ٢.٨٤٥٠ الاتجاه العام = الموافقة										

- تشير بيانات الجدول السابق إلى اتجاهات المبحوثين - المتكونة من متابعة المواقع الإخبارية- نحو إدارة المملكة لأزمة جائحة كورونا، والتي جاءت كالآتي:
- يرى غالبية المبحوثين من خلال متابعتهم للمواقع الإخبارية السعودية أن «المملكة العربية السعودية تعمل جاهدة للحد من زيادة انتشار الوباء بين أبنائها» وذلك بموافقة (90.0%)، بينما أجاب نسبة (4.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.3%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.848)، ووزن نسبي (94.82).
 - بينما أشار المبحوثون من خلال متابعتهم للمواقع الإخبارية السعودية أن «صحة أبناء الوطن من أهم توجهات المملكة والهدف الأساسي من الإجراءات الاحترازية والقرارات التي تم اتخاذها.» وذلك بموافقة (86.3%)، بينما أجاب نسبة (11.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (2.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.835)، ووزن نسبي (94.41).
 - كما يرى غالبية المبحوثين من خلال متابعتهم للمواقع الإخبارية السعودية «اهتمام المملكة بعودة العالقين ومخالفتي الإقامة إلى بلادهم.» وذلك بموافقة (84.8%)، بينما أجاب نسبة (11.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (3.5%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2.813)، ووزن نسبي (93.66).
 - وافق غالبية المبحوثين من خلال متابعتهم للمواقع الإخبارية السعودية على أن «المملكة العربية السعودية توفر كل الإجراءات الممكنة للحد من النتائج السلبية المترتبة على انتشار فيروس كورونا.» وذلك بموافقة (84.3%)، بينما أجاب نسبة (12.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (3.5%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.808)، ووزن نسبي (93.49).
 - أشار المبحوثون من خلال متابعتهم للمواقع الإخبارية السعودية أن «المملكة أوفت بوعودها في التسهيلات المقدمة للمعتمدين بعد قرار حظر العمرة مع بداية انتشار فيروس كورونا.» وذلك بموافقة

- بينما جاء في المرتبة الثامنة من خلال متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية السعودية أن «ا لمملكة العربية السعودية تستخدم وسائل الإعلام الجديد لإعلام المواطنين بالقرارات والإجراءات الاحترازية لمواجهة انتشار فيروس كورونا» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.770)، ووزن نسبي (92.24).

تأثير التغطية الاعلامية للمواقع الاخبارية السعودية لتلك الجائحة على المبحوثين

العبارات	درجة الموافقة/ ن=٤٠٠									
	أوافق		محايد		أعارض		المتوسط الحسابي mean	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
	%	ك	%	ك	%	ك				
أشعر بالفخر بدور المملكة ومساعدتها للدول الأخرى في الأزمة	86.3	345	10.0	40	3.8	15	2.825	0.469	94.07	الموافقة
أدركت أن العالم كله مليء بالمخاطر والمشكلات وليست المملكة فقط	85.8	343	9.0	36	5.3	21	2.805	0.512	93.41	الموافقة
تعمل على بث الطمأنينة بين الجمهور ورفع معنوياتهم من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية	75.3	301	19.3	77	5.5	22	2.698	0.567	89.83	الموافقة
أشارك وأدعو غيرى للمشاركة فى الأعمال التطوعية	57.0	228	35.3	141	7.8	31	2.493	0.637	83.00	الموافقة
تكرار تقديم المعلومات يدفع الجمهور للملل في المتابعة (عدم التجديد في الشكل والمحتوى)	59.0	236	21.8	87	19.3	77	2.398	0.791	79.84	الموافقة
عرض بعض الآراء غير العلمية وبعض الصفات أثر بالسلب على معلوماتي عن تلك الجائحة	50.0	200	29.8	119	20.3	81	2.298	0.785	76.51	الموافقة
التغطية الإعلامية السيئة لبعض وسائل الإعلام تدفع الجمهور إلى الخوف من فيروس كورونا	49.0	196	25.3	101	25.8	103	2.233	0.834	74.34	الموافقة
اصبحت مشتتاً لكثرة وتضارب المعلومات حول هذه الجائحة	46.0	184	28.8	115	25.3	101	2.208	0.819	73.51	الموافقة
يصعب على المملكة مواجهة تلك الجائحة فكبرى الدول فشلت فيها	24.0	96	15.5	62	60.5	242	1.635	0.845	54.45	محايد
المتوسط المرجح للجدول = 2.4625 الاتجاه العام = الموافقة										

- تشير بيانات الجدول السابق إلى تأثير التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية السعودية لتلك الجائحة على المبحوثين، والتي جاءت كالاتي:
- وافق غالبية المبحوثين على عبارة «أشعر بالفخر بدور المملكة ومساعدتها للدول الأخرى في الأزمة» وذلك بنسبة (86.3%)، بينما أجاب نسبة (10.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (3.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.825)، ووزن نسبي (94.07).
 - بينما وافق المبحوثون على عبارة «أدركت أن العالم كله مليء بالمخاطر والمشكلات وليست المملكة فقط» وذلك بنسبة (85.8%)، بينما أجاب نسبة (9.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.3%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.805)، ووزن نسبي (93.41).
 - كما يرى غالبية المبحوثين أن المواقع الإخبارية السعودية «تعمل على بث الطمأنينة بين الجمهور ورفع معنوياتهم من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية» وذلك بنسبة (75.3%)، بينما أجاب نسبة (19.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.5%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2.698)، ووزن نسبي (89.83).
 - وافق المبحوثون على أنه من خلال متابعتهم للمواقع الإخبارية السعودية تكون لديهم دافع أن «أشارك وأدعو غيري للمشاركة في الأعمال التطوعية» وذلك بنسبة (57.0%)، بينما أجاب نسبة (35.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (7.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.493)، ووزن نسبي (83.00).
 - أشار المبحوثون إلى أن «تكرار تقديم المعلومات يدفع الجمهور للملل في المتابعة (عدم التجديد في الشكل والمحتوى» وذلك بنسبة موافقة (59.0%)، بينما أجاب نسبة (21.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (19.3%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (2.398)، ووزن نسبي (79.84).
 - وافق المبحوثون على عبارة أن «عرض بعض الآراء غير العلمية وبعض الصفات أثار بالسلب على معلوماتي عن تلك الجائحة» وذلك بنسبة (50.0%)، بينما أجاب نسبة (29.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (20.3%)، وجاء المستوى العام في المرتبة السادسة بالمتوسط الحسابي (2.298)، ووزن نسبي (76.51).
 - وجاء في المرتبة السابعة من خلال متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية السعودية أن «التغطية الإعلامية السيئة لبعض وسائل الإعلام تدفع الجمهور إلى الخوف من فيروس كورونا» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.233)، ووزن نسبي (74.34).

- بينما جاء في المرتبة الثامنة أن المبحوث يرى أنه «أصبح مشتتاً لكثرة وتضارب المعلومات حول هذه الجائحة» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.208)، ووزن نسبي (73.51).
- كما جاء في المرتبة التاسعة أن يرى أنه «يصعب على المملكة مواجهة تلك الجائحة فكبرى الدول فشلت فيها» وذلك بالمتوسط الحسابي (1.635)، ووزن نسبي (54.45).

التساؤل الرابع: إلى أي مدى يرى المبحوثون أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بدور إيجابي مهني في تغطية هذه الأزمة؟

وسيتم الإجابة عنه من خلال الجداول رقم (١١)، و(١٢).

جدول رقم (١١)

مدى فاعلية الوظائف التي قامت بها المواقع الإخبارية السعودية في معالجة الأزمة، من وجهة نظر المبحوثين

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن=٤٠٠						العبارات
				إلى حد ضعيف		إلى حد متوسط		إلى حد كبير		
				%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	93.66	0.461	2.813	3.0	12	12.8	51	84.3	337	التوعية بخطورة الوباء وكيفية الوقاية
الموافقة	91.82	0.514	2.758	4.0	16	16.3	65	79.8	319	بث روح المسؤولية المجتمعية لمكافحة الوباء
الموافقة	91.24	0.541	2.740	5.0	20	16.0	64	79.0	316	تفعيل الدور الرقابي ورصد السلوكيات السلبية لاستغلال البعض للأزمة
الموافقة	91.16	0.538	2.738	4.8	19	16.8	67	78.5	314	طمأنة الجمهور بتجاوز الحالة الراهنة اذا ما تم تضافر الجهود والأخذ بالأسباب
الموافقة	90.83	0.560	2.728	5.8	23	15.8	63	78.5	314	كسب التأييد لجهود الدولة في مكافحة الوباء وخلق وعي الجمهور بها
الموافقة	90.83	0.523	2.728	3.8	15	19.8	79	76.5	306	محاربة الشائعات بالمصادر الموثوقة
الموافقة	89.16	0.533	2.678	3.3	13	25.8	103	71.0	284	الإخبار الفوري والدقيق بتطورات الوضع
الموافقة	88.83	0.577	2.668	5.5	22	22.3	89	72.3	289	مناقشة وتقييم جهود الدولة في إدارة الأزمة
المتوسط المرجح للجدول = 2.7900 الاتجاه العام = الموافقة										

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى فاعلية الوظائف التي قامت بها المواقع الإخبارية السعودية في معالجة الأزمة، من وجهة نظر المبحوثين، والتي جاءت كالاتي:

- وافق غالبية المبحوثين على أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «التوعية بخطورة الوباء وكيفية الوقاية» وذلك بنسبة (84.3%)، بينما أجاب نسبة (12.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة

(3.0%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.813)، ووزن نسبي (93.66).

- بينما وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «بث روح المسؤولية المجتمعية لمكافحة الوباء» وذلك بنسبة (79.8%)، بينما أجاب نسبة (16.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (16.3%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.758)، ووزن نسبي (91.82).

- كما يرى غالبية المبحوثين أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «تفعيل الدور الرقابي ورصد السلوكيات السلبية لاستغلال البعض للأزمة» وذلك بنسبة (79.0%)، بينما أجاب نسبة (16.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.0%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2.740)، ووزن نسبي (91.24).

- وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «طمأنة الجمهور بتجاوز الحالة الراهنة إذا ما تم تضافر الجهود والأخذ بالأسباب» وذلك بنسبة (78.5%)، بينما أجاب نسبة (16.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (4.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.738)، ووزن نسبي (91.16).

- أشار المبحوثون إلى أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «كسب التأييد لجهود الدولة في مكافحة الوباء وخلق وعي الجمهور بها» وذلك بنسبة (78.5%)، بينما أجاب نسبة (15.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (2.728)، ووزن نسبي (90.83).

- وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «محاربة الشائعات بالمصادر الموثوقة» وذلك بنسبة (76.5%)، بينما أجاب نسبة (19.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (3.8%)، وجاء المستوى العام السادسة في المرتبة بالمتوسط الحسابي (2.728)، ووزن نسبي (90.83).

- وجاء في المرتبة السابعة أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «الإخبار الفوري والدقيق بتطورات الوضع» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.678)، ووزن نسبي (89.16).

- بينما جاء في المرتبة الثامنة أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بـ «مناقشة وتقييم جهود الدولة في إدارة الأزمة» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.668)، ووزن نسبي (88.83).

جدول رقم (١٢)

مدى رؤية المبحوثين أن المواقع الإخبارية السعودية التزمت بمعايير الأداء الإعلامي في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن=٤٠٠						المعايير
				معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	91.16	0.509	2.738	3.3	13	19.8	79	77.0	308	الدقة
الموافقة	90.74	0.520	2.725	3.5	14	20.5	82	76.0	304	الثقة
الموافقة	89.58	0.561	2.690	5.0	20	21.0	84	74.0	296	المصادقية
الموافقة	89.49	0.539	2.688	3.8	15	23.8	95	72.5	290	الموضوعية
الموافقة	89.49	0.571	2.688	5.5	22	20.3	81	74.3	297	المتابعة الإعلامية
الموافقة	88.41	0.563	2.655	4.5	18	25.5	102	70.0	280	نشر الطمأنينة
الموافقة	88.08	0.579	2.645	5.3	21	25.0	100	69.8	279	التوازن
الموافقة	85.91	0.644	2.580	8.5	34	25.0	100	66.5	266	السبق الإعلامي
الموافقة	84.50	0.644	2.538	8.3	33	29.8	119	62.0	248	التنوع
المتوسط المرجح للجدول = 2.7550 الاتجاه العام = الموافقة										

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى رؤية المبحوثين أن المواقع الإخبارية السعودية التزمت بمعايير الأداء الإعلامي في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، والتي جاءت كالاتي:

- وافق غالبية المبحوثين على أن المواقع الإخبارية السعودية التزمت بـ «الدقة» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (77.0%)، بينما أجاب نسبة (19.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (3.3%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.738)، ووزن نسبي (91.16).

- بينما وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية اتسمت بـ «الثقة» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (76.0%)، بينما أجاب نسبة (20.5%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (3.5%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.725)، ووزن نسبي (90.74).

- كما يرى غالبية المبحوثين أن المواقع الإخبارية السعودية التزمت بـ «المصادقية» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (74.0%)، بينما أجاب نسبة (21.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.0%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2.690)، ووزن نسبي (89.58).

- وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية التزمت بـ «الموضوعية» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (72.5%)، بينما أجاب نسبة (8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (3.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.688)، ووزن نسبي (89.49).
- أشار المبحوثون إلى أن المواقع الإخبارية السعودية اتسمت بـ «المتابعة الإعلامية» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (74.3%)، بينما أجاب نسبة (20.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.5%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (2.688)، ووزن نسبي (89.49).
- وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية التزمت بـ «نشر الطمأنينة» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (70.0%)، بينما أجاب نسبة (25.5%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (4.5%)، وجاء المستوى العام في المرتبة السادسة بالمتوسط الحسابي (2.655)، ووزن نسبي (88.41).
- وجاء في المرتبة السابعة أن المواقع الإخبارية السعودية اتسمت بـ «التوازن» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بالمتوسط الحسابي (2.645)، ووزن نسبي (88.08).
- بينما جاء في المرتبة الثامنة أن المواقع الإخبارية السعودية اتسمت بـ «السبق الإعلامي» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بالمتوسط الحسابي (2.580)، ووزن نسبي (85.91).
- كما جاء بالمرتبة التاسعة أن المواقع الإخبارية السعودية اتسمت بـ «التنوع» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بالمتوسط الحسابي (2.538)، ووزن نسبي (84.50).

التساؤل الخامس: هل قامت المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين؟

وسيتم الإجابة عنه من خلال الجدول رقم (١٣) و(١٤).

جدول رقم (١٣)
مدى قيام المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين

العبارة	درجة الموافقة/ن=٤٠٠								المتوسط الحسابي mean	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه
	موافق		محايد		معارض							
	ك	%	ك	%	ك	%						
تدعم دور الحكومة في مواجهة فيروس كورونا	332	83.0	58	14.5	10	2.5	2.805	0.456	93.41	الموافقة		
ساهمت في نشر المعلومات بشأن الوباء وطرق الوقاية منه	322	80.5	67	16.8	11	2.8	2.778	0.478	92.49	الموافقة		
نجحت في تقديم صور إيجابية لوزارة الصحة بالمملكة في التعامل مع أزمة كورونا	323	80.8	64	16.0	13	3.3	2.775	0.490	92.41	الموافقة		
تغطيتها الإخبارية بوجه عام لأزمة فيروس كورونا أفادت الجمهور	315	78.8	74	18.5	11	2.8	2.760	0.488	91.91	الموافقة		
تظهر مشاركة الفئات المختلفة للجمهور في مواجهة فيروس كورونا	314	78.5	69	17.3	17	4.3	2.743	0.526	91.33	الموافقة		
سهلت التوعية والتواصل بين المسؤولين والمختصين، وبين الجمهور	298	74.5	87	21.8	15	3.8	2.708	0.532	90.16	الموافقة		
سهلت عملية التواصل، ومكنت من تطبيق القرارات الخاصة بالعمل من المنازل	306	76.5	65	16.3	29	7.3	2.693	0.599	89.66	الموافقة		
ركزت على دور الجيش الأبيض في التصدي لفيروس كورونا	218	54.5	142	35.5	40	10.0	2.445	0.669	81.42	الموافقة		
لم تنجح في جعل الجمهور يحس بمدى خطورة الأزمة مما ترتب عليه عدم التزام غالبية الجمهور بالإجراءات الاحترازية	133	33.3	109	27.3	158	39.5	1.938	0.852	64.52	محايد		
لا تراعي تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو الجمهور في التغطية الإخبارية لأحداث أزمة فيروس كورونا	111	27.8	124	31.0	165	41.3	1.865	0.821	62.10	الموافقة		
المتوسط المرجح للجدول = 2.7000 الاتجاه العام = الموافقة												

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى قيام المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين، والتي جاءت كالآتي:

- وافق غالبية المبحوثين على أن المواقع الإخبارية السعودية «تدعم دور الحكومة في مواجهة فيروس كورونا» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (83.0%)، بينما أجاب نسبة (14.5%)

- بأنه محايد، في حين عارض نسبة (2.5%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.805)، ووزن نسبي (93.41).
- بينما وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية «ساهمت في نشر المعلومات بشأن الوباء وطرق الوقاية منه» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (80.5%)، بينما أجاب نسبة (16.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (2.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.778)، ووزن نسبي (92.49).
 - كما يرى غالبية المبحوثين أن المواقع الإخبارية السعودية «نجحت في تقديم صور إيجابية لوزارة الصحة بالمملكة في التعامل مع أزمة كورونا» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (80.8%)، بينما أجاب نسبة (16.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (3.3%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2.775)، ووزن نسبي (92.41).
 - وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية «تغطيتها الإخبارية بوجه عام لأزمة فيروس كورونا إفادة للجمهور» وذلك بموافقة (78.8%)، بينما أجاب نسبة (18.5%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (2.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.760)، ووزن نسبي (91.91).
 - أشار المبحوثون إلى أن المواقع الإخبارية السعودية «تظهر مشاركة الفئات المختلفة للجمهور في مواجهة فيروس كورونا» وذلك بموافقة (78.5%)، بينما أجاب نسبة (17.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (4.3%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (2.743)، ووزن نسبي (91.33).
 - وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية «سهلت التوعية والتواصل بين المسؤولين والمختصين، وبين الجمهور» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (74.5%)، بينما أجاب نسبة (21.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (3.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.708)، ووزن نسبي (90.16).
 - وجاء في المرتبة السابعة أن المواقع الإخبارية السعودية «سهلت عملية التواصل، ومكنت من تطبيق القرارات الخاصة بالعمل من المنازل» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.693)، ووزن نسبي (89.66).
 - بينما جاء في المرتبة الثامنة أن المواقع الإخبارية السعودية «ركّزت على دور الجيش الأبيض في التصدي لفيروس كورونا» وذلك بالمتوسط الحسابي (2.445)، ووزن نسبي (81.42).
 - كما جاء في المرتبة التاسعة أن المواقع الإخبارية السعودية «لم تنجح في جعل الجمهور يحس بمدى خطورة الأزمة مما ترتب عليه عدم التزام غالبية الجمهور بالإجراءات الاحترازية» وذلك بالمتوسط الحسابي (1.938)، ووزن نسبي (64.52).

جدول رقم (١٤)
مدى التزام المواقع الإخبارية السعودية بالمهنية الإعلامية

العبارات	درجة الموافقة/ ن=٤٠٠								الاتجاه
	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي mean	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تتحرى صحة المعلومات ودقتها حول أزمة كورونا وكل ما يتصل بها من أحداث	300	75.0	77	19.3	23	5.8	2.693	0.573	الموافقة
تحرص غالبا على نسبة الأخبار إلى مصادرها ونادرا ما تقدم الأخبار مجهولة المصدر	275	68.8	104	26.0	21	5.3	2.635	0.581	الموافقة
تلتزم الأمانة والصدق في نقل وكتابة أخبار فيروس كورونا	283	70.8	88	22.0	29	7.3	2.635	0.615	الموافقة
تخلط بين الرأي والخبر في تغطيتها لأحداث الفيروس	153	38.3	113	28.3	134	33.5	2.048	0.847	محايد
لا تقدم تغطية شاملة	127	31.8	115	28.8	158	39.5	1.923	0.842	محايد
لا تحرص على الحياد والموضوعية في تغطيتها أخبار فيروس كورونا	116	29.0	133	33.3	151	37.8	1.913	0.813	محايد
تتعمد المبالغة والتهويل في تغطيتها لأخبار فيروس كورونا	118	29.5	113	28.3	169	42.3	1.873	0.838	محايد
تخلط بين الحقائق والتخمين في الأخبار التي تبثها عن فيروس كورونا	125	31.3	95	23.8	180	45.0	1.863	0.863	محايد
تبث معلومات مضللة أو مبتسرة وأحيانا مفبركة عن فيروس كورونا	107	26.8	95	23.8	198	49.5	1.773	0.844	محايد
المتوسط المرجح للجدول = 2.0350 الاتجاه العام = الموافقة									

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى التزام المواقع الإخبارية السعودية بالمهنية الإعلامية التي جاءت كالآتي:

- وافق غالبية المبحوثين على أن المواقع الإخبارية السعودية «تتحرى صحة المعلومات ودقتها حول أزمة كورونا وكل ما يتصل بها من أحداث» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (75.0%)، بينما أجاب نسبة (19.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الأولى بالمتوسط الحسابي (2.693)، ووزن نسبي (89.66).
- بينما وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية «تحرص غالبا على نسبة الأخبار إلى مصادرها ونادرا ما تقدم الأخبار مجهولة المصدر» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (68.8%)، بينما أجاب نسبة (26.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (5.3%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثانية بالمتوسط الحسابي (2.635)، ووزن نسبي (87.75).

- كما يرى غالبية المبحوثين أن المواقع الإخبارية السعودية «تلتزم الأمانة والصدق في نقل وكتابة أخبار فيروس كورونا» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (70.8%)، بينما أجاب نسبة (22.0%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (7.3%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الثالثة بالمتوسط الحسابي (2.635)، ووزن نسبي (87.75).
- وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية «تخلط بين الرأي والخبر في تغطيتها لأحداث الفيروس» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (38.3%)، بينما أجاب نسبة (28.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (33.5%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الرابعة بالمتوسط الحسابي (2.048)، ووزن نسبي (68.18).
- أشار المبحوثون إلى أن المواقع الإخبارية السعودية «لا تقدم تغطية شاملة» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (31.8%)، بينما أجاب نسبة (28.8%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (39.5%)، وجاء المستوى العام في المرتبة الخامسة بالمتوسط الحسابي (1.923)، ووزن نسبي (64.02).
- وافق المبحوثون على أن المواقع الإخبارية السعودية «لا تحرص على الحياد والموضوعية في تغطيتها أخبار فيروس كورونا» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بموافقة (29.0%)، بينما أجاب نسبة (33.3%) بأنه محايد، في حين عارض نسبة (37.8%)، وجاء المستوى العام في المرتبة السادسة بالمتوسط الحسابي (1.913)، ووزن نسبي (63.69).
- وجاء في المرتبة السابعة أن المواقع الإخبارية السعودية «تتعمد المبالغة والتحويل في تغطيتها لضحايا فيروس كورونا» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بالمتوسط الحسابي (1.873)، ووزن نسبي (62.35).
- بينما جاء في المرتبة الثامنة أن المواقع الإخبارية السعودية «تخلط بين الحقائق والتخمين في الأخبار التي تبثها عن فيروس كورونا» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بالمتوسط الحسابي (1.863)، ووزن نسبي (62.02).
- كما جاء في المرتبة التاسعة أن المواقع الإخبارية السعودية «تبث معلومات مضللة أو مبتسرة وأحيانا مفبركة عن فيروس كورونا» في تغطيتها لأزمة فيروس كورونا، وذلك بالمتوسط الحسابي (1.773)، ووزن نسبي (59.02).

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا وكل من:

- رأي المبحوثين في التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية.

- اتجاهات المبحوثين نحو إدارة المملكة لأزمة وباء كورونا.
- تأثير التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية السعودية لتلك الجائحة على المبحوثين.
- مدى قيام المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية.
- مدى التزام المواقع الإخبارية السعودية بالمهنية الإعلامية

جدول رقم (١٥)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho لاختبار الفرض الأول

رأي المبحوثين في التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية			
أخبار فيروس كورونا	مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا	معامل الارتباط Spearman's rho	.172**
		مستوى المعنوية Sig	.001
		الدلالة	دالة
		العدد	٤٠٠
اتجاهات المبحوثين نحو إدارة المملكة لأزمة وباء كورونا	مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية ...	معامل الارتباط Spearman's rho	.119*
		مستوى المعنوية Sig	.017
		الدلالة	دالة
		العدد	٤٠٠
تأثير التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية السعودية لتلك الجائحة على المبحوثين	مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية ...	معامل الارتباط Spearman's rho	.157**
		مستوى المعنوية Sig	.002
		الدلالة	دالة
		العدد	٤٠٠
مدى قيام المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية	مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية ...	معامل الارتباط Spearman's rho	.195**
		مستوى المعنوية Sig	.000
		الدلالة	دالة
		العدد	٤٠٠
مدى التزام المواقع الإخبارية السعودية بالمهنية الإعلامية	مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية ...	معامل الارتباط Spearman's rho	.201**
		مستوى المعنوية Sig	.000
		الدلالة	دالة
		العدد	٤٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

- وجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا، ورأي المبحوثين في التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع الإخبارية السعودية؛ إذ بلغ معامل ارتباط سبيرمان $^{*}172$. عند مستوى معنوية 0.001. وهي علاقة إيجابية طردية، وهو

ما يدعونا للقول أنه كلما زاد التعرض للمواقع الإخبارية السعودية زاد رأيهم الإيجابي في التغطية الإعلامية لتلك الجائحة على المواقع.

- وجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا و اتجاهاتهم نحو إدارة المملكة لأزمة وباء كورونا؛ إذ بلغ معامل ارتباط سبيرمان ^{119*} عند مستوى معنوية 0.17. وهي علاقة إيجابية طردية، وهو ما يدعونا للقول أنه كلما زاد التعرض للمواقع الإخبارية السعودية، زاد رأيهم الإيجابي في إدارة المملكة لأزمة وباء كورونا.

- وجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا، وتأثير التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية السعودية لتلك الجائحة على المبحوثين؛ إذ بلغ معامل ارتباط سبيرمان ^{157**} عند مستوى معنوية 0.02. وهي علاقة إيجابية طردية.

- وجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا، ومدى قيام المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية؛ إذ بلغ معامل ارتباط سبيرمان ^{195**} عند مستوى معنوية 0.00. وهي علاقة إيجابية طردية.

- وجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا، ومدى التزام المواقع الإخبارية السعودية بالمهنية الإعلامية؛ إذ بلغ معامل ارتباط سبيرمان ^{201**} عند مستوى معنوية 0.00. وهي علاقة إيجابية طردية.

مما سبق يمكن القول بصحة الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا ورأيهم في التغطية الإعلامية لتلك الجائحة، وإدارة المملكة لأزمة وباء كورونا، وتأثير التغطية الإعلامية لتلك المواقع على المبحوثين، ورؤيتهم لمدى قيام المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية، والتزامها بالمهنية الإعلامية.

وهذه النتيجة التي تحققت من اختبار الفرض الأول تتسق مع فروض نظرية الاعتماد، من حيث إن الاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام يسهم في زيادة فرص تحقيق المواقع الإخبارية السعودية لتأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الجمهور، وطبيعة الأزمة الحالية التي يدور حولها البحث؛ وهي جائحة كورونا أيضاً تجعل من المنطقي أن يحدث تأثير معرفي ووجداني وسلوكي نتيجة متابعة المواقع الإخبارية السعودية، حيث إن التأثير المعرفي والوجداني ارتبط به تأثير سلوكي؛ تمثل في التزام المبحوثين بالإجراءات الوقائية والحذر من انتشار هذا الفيروس والحذر من العدوى، وكل هذا ناتج للتأثير المعرفي والوجداني.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الخصائص الديموغرافية (النوع/ العمر/التعليم/الدخل) في اتجاهاتهم نحو رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا.

جدول رقم (١٦)

نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا تبعاً للنوع

مدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	اختبار t-test قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدالة
	ذكر	218	2.7202	.47968	-3.544-	398	.000	دالة
	أنثى	182	2.8736	.36485				

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين -عينة الدراسة- من حيث النوع في رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا، حيث بلغت قيمة T (-3.544-) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي دالة مما يشير إلى وجود اختلافات بين الذكور والإناث، وذلك لصالح الذكور بالمتوسط الحسابي (2.8736).

جدول رقم (١٧)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا تبعاً للعمر

مدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	اختبار ANOVA قيمة F	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
	أقل من ٣٠ سنة	200	2.7800	.41529	بين المجموعات	.723	3	.241	1.261	.287	غير دالة
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	100	2.8100	.44256							
	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	57	2.7193	.55916	داخل المجموعات	75.637	396	.191			
	50 سنة فأكثر	43	2.8837	.32435							
	المجموع	400	2.7900	.43747	المجموع	76.360	399				

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين -عينة الدراسة- من حيث العمر في رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا، حيث بلغت قيمة F (1.261) عند مستوى معنوية (0.287)، وهي علاقة غير دالة.

جدول رقم (١٨)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا تبعاً للتعليم

مدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا	التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	اختبار ANOVA قيمة F	مستوى المعنوية Sig	الدالة
	تعليم متوسط	75	2.8267	.38108	بين المجموعات	5.547	2	2.773	15.548	.000	دالة
	تعليم جامعي	306	2.8137	.38997	داخل المجموعات	70.813	397	.178			
	دبلومة ودراسات عليا	19	2.2632	.87191							
	المجموع	400	2.7900	.43747	المجموع	76.360	399				

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين -عينة الدراسة- من حيث مستوى التعليم في رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا، حيث بلغت قيمة F (15.548) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة دالة مما يشير إلى وجود اختلافات بين المستويات التعليمية، وذلك لصالح التعليم المتوسط الذي يرى أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بدورها أكثر من غيره مكن المستويات بالمتوسط الحسابي (2.8267).

جدول رقم (١٩)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا تبعاً لمتوسط الدخل

مدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا	الدخل	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	اختبار ANOVA قيمة F	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
	أقل من ٣٠٠٠ ريال	197	2.7868	.41061	بين المجموعات	.243	2	.122	.634	.531	غير دالة
	من ٣٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ ريال	99	2.8283	.37905	داخل المجموعات	76.117	397	.192			
	من ٦٠٠٠ ريال فأكثر	104	2.7596	.53053							
	المجموع	400	2.7900	.43747	المجموع	76.360	399				

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين -عينة الدراسة- من حيث متوسط الدخل في رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا، حيث بلغت قيمة F (.634) عند مستوى معنوية (.531)، وهي علاقة غير دالة.

ومن خلال بيانات الجداول (١٦)، (١٧)، و(١٨)، و(١٩) يمكن القول بقبول الفرض العلمي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الخصائص الديموغرافية (النوع/العمر/التعليم/الدخل) في اتجاهاتهم نحو رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا قبولاً جزئياً.

خاتمة الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا "كوفيد-١٩"، ورصد تقييم المبحوثين لأنشطة المواقع الإخبارية السعودية في التوعية وتغطية الأزمة، وتوصلت إلى:

- تصدرت «مواقع التواصل الاجتماعي» وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار انتشار فيروس كورونا بالمملكة العربية السعودية، بينما جاءت «المواقع الإخبارية السعودية» في المرتبة الثانية، في حين جاءت «الصحف الإلكترونية» في المرتبة الثالثة.
- جاء اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا بدرجة كبيرة بنسبة (52.5%).
- أثبتت نتائج الدراسة أن أولى أسباب متابعة المبحوثين للمواقع الإخبارية هو «متابعة التطورات المتصلة بأزمة فيروس كورونا أولاً بأول»، ثم «التغطية الشاملة لأهم الأخبار المتعلقة بانتشار فيروس كورونا»، ثم «استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة في التغطية الصحفية لانتشار فيروس كورونا».
- أوضحت النتائج أن المبحوثين يهتمون بـ «قرارات المملكة لمكافحة الوباء» في المرتبة الأولى من المضامين التي يتابعونها على المواقع الإخبارية السعودية، ثم «طرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة»، ثم «جهود وزارة الصحة في الكشف عن الحالات الإيجابية وتوفير الحجر الصحي لهم».
- أشارت النتائج إلى أن المبحوثين يرون أن المواقع الإخبارية السعودية تقدم أنشطة متميزة في تغطيتها لتداعيات وباء كورونا، حيث إنها تقوم بنشر التقرير اليومي لوزارة الصحة الخاص بأعداد المصابين والوفيات، وتعمل على تحديث أخبار الفيروس بشكل دائم على الموقع، كما إنها تقوم بمتابعة تطورات الأزمة على المستوى الإقليمي والمحلي، وتقدم تصحيحاً للشائعات المثارة بشكل دائم.
- أكدت النتائج أن متابعة المواقع الإخبارية السعودية له تأثير في تكوين اتجاه المبحوثين نحو المملكة، حيث أشار المبحوثون إلى أن المملكة العربية السعودية تعمل جاهدة للحد من زيادة انتشار الوباء بين أبنائها، كما أكدوا أن صحة أبناء الوطن من أهم توجهات المملكة والهدف

الأساسي من الإجراءات الاحترازية والقرارات التي تم اتخاذها، وأن المملكة تبدي اهتمامًا كبيرًا بعودة العالقين ومخالفتي الإقامة إلى بلادهم، كما أنها توفر كل الإجراءات الممكنة للحد من النتائج السلبية المترتبة على انتشار فيروس كورونا.

- أشارت النتائج إلى أن التغطية الإعلامية للمواقع الإخبارية السعودية لها تأثير على المبحوثين؛ حيث وافق المبحوثون على عبارة «أشعر بالفخر بدور المملكة ومساعدتها للدول الأخرى في الأزمة» بالوزن النسبي (٩٤.٠٧)، كما وافق المبحوثون على عبارة «أدركت أن العالم كله مليء بالمخاطر والمشكلات وليست المملكة فقط» بالوزن النسبي (٩٣.٤١). بينما يرى المبحوثون أن المواقع الإخبارية السعودية «تعمل على بث الطمأنينة بين الجمهور ورفع معنوياتهم من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية» بالوزن النسبي (٨٩.٨٣).
- أشارت النتائج إلى أن المواقع الإخبارية السعودية قامت بدورها في معالجة الأزمة، حيث عملت على التوعية بخطورة الوباء وكيفية الوقاية، وبث روح المسؤولية المجتمعية لمكافحة الوباء، كما أنها عملت على تفعيل الدور الرقابي ورصد السلوكيات السلبية لاستغلال البعض للأزمة، وطمأنة الجمهور بتجاوز الحالة الراهنة إذا ما تم تضافر الجهود والأخذ بالأسباب.
- أوضحت النتائج أن المواقع الإخبارية السعودية ملتزمة بالمهنية الإعلامية، حيث أشار المبحوثون أن هذه المواقع تتحرى صحة المعلومات ودقتها حول أزمة كورونا وكل ما يتصل بها من أحداث وذلك بالوزن النسبي (٨٩.٦٦)، كما أنها تحرص غالبًا على نسبة الأخبار إلى مصادرها ونادرًا ما تقدم الأخبار مجهولة المصدر وذلك بالوزن النسبي (٨٧.٧٥)، أيضًا يرى المبحوثون أنها تلتزم الأمانة والصدق في نقل وكتابة أخبار فيروس كورونا وذلك بالوزن النسبي (٨٧.٧٥).
- تحقق إحصائيًا صحة الفرض العلمي القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية السعودية في معرفة أخبار فيروس كورونا ورأيهم في التغطية الإعلامية لتلك الجائحة، وإدارة المملكة لأزمة وباء كورونا، وتأثير التغطية الإعلامية لتلك المواقع على المبحوثين، ورؤيتهم لمدى قيام المواقع الإخبارية السعودية بدورها في المسؤولية الاجتماعية، والتزامها بالمهنية الإعلامية.
- قبول جزئي للفرض العلمي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الخصائص الديموغرافية (النوع/ العمر/ التعليم/ الدخل) في اتجاهاتهم نحو رؤيتهم لمدى فاعلية المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية لجائحة كورونا.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

١. إيمان فتحي عبد المحسن، سلوى إبراهيم الجبار، (يونيو ٢٠١٨م)، "المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحمولات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة"، المجلة المصرية للعلاقات العامة، ص: ١٢٣-١٦٦.
٢. بسيوني إبراهيم حمادة، (١٩٩٦م) "وسائل الإعلام والسياسة- دراسة في ترتيب الأولويات"، القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ص ٢٥.
٣. حسن عماد مكاي، (٢٠٠٤م)، نظريات الإعلام. ط١، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ص ٢٠٠.
٤. حنان حسن صالح الكسواني، (٢٠١٦م)، "دور الصحافة الأردنية اليومية في نشر التوعية الصحية: دراسة تحليلية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٥.
٥. خالد فيصل الفرغ، (٢٠١٤م) " إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا : دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية"، مجلة البحوث الإعلامية- كلية الإعلام – جامعة الأزهر، العدد الثالث والأربعون، ص ٣٧.
٦. سامي السعيد النجار (٢٠٠٤م)، "دور الصحافة في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية العولمة والهوية الثقافية. المؤتمر العلمي السنوي العاشر-الإعلام المعاصر والهوية العربية"، الجزء الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٤-٦ مايو ٢٠٠٤م، ص ٢٨٥.
٧. سلام أحمد، حسام فايز، (٢٠١٩م)، "الإعلام الجديد رؤية نظرية وتطبيقية"، ط١، مكتبة الرشد، ٢٠١٩م، ص ٢٥٢.
٨. علي عبد الفتاح كنعان (٢٠١٧م)، " نظريات الاتصال"، ط١. الأردن: اليازوري للنشر، ص ١٢٦.
٩. عثمان بكر عثمان قزاز، (٢٠١٥م)، " دور حملات التوعية الصحية المقدمة من وزارة الصحة السعودية في إمداد حجاج بيت الله الحرام بالمعلومات الصحية، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج والعمرة، أبحاث الملئقى العلمي الخامس عشر، ص: ٢٥٥ - ٣٢٤.
١٠. علي عبد الفتاح كنعان (٢٠١٧م)، مرجع سابق، ص ١٢٦.
١١. محمد الأمين موسى (أبريل ٢٠٢٠)، "محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة. دراسات إعلامية" قطر: مركز الجزيرة للدراسات، متاح عبر الرابط التالي:
https://drive.google.com/file/d/1nQ9saKy5dPD10VE0SNLynzjS_Gm3YVmg/view.
١٢. محمد سالم موسى المنفي (٢٠٠٧م)، "دور الصحافة الليبية في التوعية بقضايا التنمية البشرية: دراسة مسحية للمضمون والجمهور والقائم بالاتصال"، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٤٠.
١٣. محمد يحيى على الرقي، (٢٠٠٥م)، "علاقة النخب السياسية اليمنية بالصحافة المصرية"، رسالة ماجستير، القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، ص ٤١.
١٤. محمد فاضل علي، (٢٠١٧م)، "دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور: دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
١٥. محمود حسن إسماعيل (٢٠٠٣م)، " مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثي"، ط٣، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ص ٢٧٨.
١٦. ميرفت الطراييشي، عبد العزيز السيد، (٢٠٠٦م)، "نظريات الاتصال"، القاهرة، دار النهضة العربية، ص ١٢١.
١٧. نهلة محمود رضا (٢٠٠٤م)، " دور الصحافة المدرسية في إمداد المراهقين الصم بالمعلومات"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ص ٩٠.
١٨. نوره حمدي محمد أبو سنة، (٢٠١٥م)، "علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإلكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الثالث والأربعون، ص ٨٥ - ١٦٦.
١٩. وليد محمد عبد الحليم، (٢٠٢٠م)، "تأثير وسائل الإعلام علي التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا (كوفيد ١٩) دراسة ميدانية" مجلة الدراسات الإعلامية، برلين، المركز العربي الديمقراطي، ع ١١، ص ٥٣٥-٥٥١.
٢٠. عبد الباسط محمد حسن (٢٠١١م)، " أصول البحث الاجتماعي"، القاهرة، مكتبة وهبة، ص ٢٩٠.
٢١. عبد الناصر الجندي (٢٠١٠م)، " تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسية"، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص ١٤.
٢٢. ولاء البحيري (٢٠٠٨م)، "إدارة الأزمات"، سلسلة مفاهيم، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، ص ٢٥.
٢٣. قري علي (٢٠٠٢م)، " دور الاتصال في إدارة الأزمات : دراسة حالة علي حادث الأقصر الإرهابي عام ١٩٩٧"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٣٦٣.
٢٤. محمد علي شومان (٢٠٠٢م)، "الإعلام والأزمات"، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ص ٥٩.
٢٥. منظمة الصحة العالمية، الموقع الرسمي لمجلس الوزراء المصري، منشور في يونيو ٢٠٢٠.
٢٦. حسن عماد مكاي، (٢٠٠٤م)، مرجع سابق، ص ٢١٣: ٢١٤.
٢٧. سامي طابع (٢٠٠١م)، "بحوث الإعلام"، القاهرة، دار النهضة العربية، ط١، ص ٣٤.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

1. ¹ Lisa Singha(2020),"A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter" **a paper presented to University of Minnesota.**
 - Melvin L .Defleur& Sandra B.Rokeach(1982), Theories of Mass Communication , 4th Edition (Longman New York London)bb . 240 -241 .
2. Abdulaziz ALrukban (2014) : "The Health Related Uses Of Social Media Among Users In Saudi Arabia", *International Journal of Medical Science and Public Health*, Vol. 3, Issue 12, PP: 1492-1497, **Retrieved from:**
3. Catherine King , Julie Leask & Claire Hooker (2010): "Media coverage of health issues and how to work more effectively with journalists": A qualitative study. *BMC Public Health*, Vol. 10 (1), September, PP: 2-7, **Retrieved from :**
https://www.researchgate.net/publication/46169285_Media_coverage_of_health_issues_and_how_to_work_more_effectively_with_journalists_A_qualitative_study
4. Dan Nimmo& James E.Combs(1985) . Night y Horrors : Crisis, Coverage by Television Network News Knoxville: The University Of Tennessee, p. 12
5. Doris Graber(1980). Mass Media and Americanpolities.Washington,DC:Congressional Quarterly **Press.p.239.**
6. <https://pdfs.semanticscholar.org/e444/ca96423da92fc8cdb73d8a0eef11b1343a9a.pdf>
7. <https://www.care.gov.eg/EgyptCare/Index.aspx>
8. <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
9. Koustuv Saha ,et,(2019). "al: A computational study of mental health awareness campaigns on social media". *Society of Behavioral Medicine journal*, 2019, pp: 1-11, **Retrieved from:**
https://koustuv.com/papers/TBM_MHAC.pdf
10. Macoil Devis & Windal «Seven. (1988) , «**Communication Models the study of mass communication**» (London , Longman), p.68.
11. Marc.-André. Kaufhold.(2020)," Empirical insights for designing Information and Communication Technology for International Disaster Response" *International Journal of Disaster Risk Reduction*. pp.1-27.
12. Rajvikram Madurai Elavarasan.(2020)," Restructured society and environment: A review on potential technological strategies to control the COVID-19 pandemic" *Science of the Total Environment*, pp.1-18.
13. Sandra Ball-Rokeach, Melvin Defleur. (1976), A dependency model of mass-media effects. **Communication Research**, p7.
14. Stanley J «Baran & Dennis K «Davis «Op «Cit «p «226.
15. Stanly J.Baran Dennis K.Davis.(2003), **Mass Communication Theory**. Third Edition, United states, p320.
16. Tyrone H Glade, **Op. Cit**, p42: 44.
17. Tyrone H Glade. (2004), September 11/2001; Individual Media Dependency Perspective. **Master Thesis**. Young University, p42.
18. United Kingdom of Great Britain & Northern Ireland. (2018),: Assessing The Value Of Social Media For Raising Awareness Of Sf Medical Products, **Retrieved from:**
<https://www.who.int/medicines/regulation/ssffc/mechanism/assessing-social-media-forSFcomms.pdf?ua=1>

They have also shown honesty and truth in reporting and writing Corona virus news.

- Readers asserted "the study sample" that the Kingdom is working hard to limit the further spread of the epidemic among its people, with the approval of (90.0%).

The majority of readers agreed on the phrase "I feel proud of the Kingdom's role and its assistance to other countries in the crisis" at a rate of (86.3%).

- The readers' sample indicated that the repeated provision of information pushes the public into boredom in the follow-up “non-renewal in the form and content” with an approval rate of (59.0)%.

keywords: Saudi news websites- health education- Corona 'Covid-19' Pandemic.

Role of the Saudi News Websites in Health Education during the Corona 'Covid-19' Pandemic

Dr. AbdulHafiz AbdulJawad Darwish

Abdelhafizd@gmail.com

Assistant Professor of Journalism,
Faculty of Arts and Humanities,
Taibah University

Abstract

The study aimed to monitor role of the Saudi news websites in health education during the Corona 'Covid-19' pandemic through the social responsibility of the media, in an attempt to evaluate Saudi news websites in their media content to see the extent of success in managing the health crisis.

The study sought to answer several questions, including what news sites are exposed to the readers who have been studied; Follow the news of spread of the Corona virus? Why did readers choose it? What are the implications that the public cared about during the crisis? To what extent do readers rate the activities of Saudi news websites in raising awareness and covering the crisis?

This study belongs to descriptive studies using the survey methodology on a sample of 400 words from the Saudi audience who are following the crisis in the media for the month of May 2020. The researcher relied on the questionnaire form.

The study reached a set of results, the most important of which are:

The sample varied between males and females. Males came in at a rate of (54.5%), while females came in at a rate of (45.5%).

The sample also reflected different levels of education. Middle education came in at 18.8%, then university education (76.5%), then Diploma and Higher education (4.8%).

- "Ajel" website came in the first place that readers relied on to obtain information about Corona, then "Sabq" website, then "Okaz" website, then the news website for "AL Riyadh" newspaper, then "AlWatan" website, then the news website for AlSharq AlAwsat newspaper, then "Almowaten" website, then "Almarsd" website, then "Sada" website and finally "Twasul" website.
- The majority of readers indicated "the subject of research and study" that the first reasons for them follow-up to news websites is to follow the latest news related to the Corona virus crisis firsthand.
- Most of the readers agreed that the Saudi news websites follow the Professional rules of journalism regarding the correctness of information about the Corona crisis.

Those websites are concerned mostly with the ratio of news to its sources and rarely provide news of anonymous source.

All rights reserved.

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

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

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

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

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

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

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

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

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

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

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

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

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

The Journal is indexed within the following international digital databases:



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

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibeen El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

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

Journal of Public Relations Research Middle East

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

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

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.50 = 100% in the year of 2019G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

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

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

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

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

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

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

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

Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

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

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

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

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

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

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghby Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

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

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprrr.epra.org.eg

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

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

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

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

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

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

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

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

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

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

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

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

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

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

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

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

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

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice-Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

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

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

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

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

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

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

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

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

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

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

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

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

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



Media and the Corona pandemic: credibility or crises and rumors?

Abstracts of Arabic Researches:

- **Dr. Mohamed Abdel-Hamid Ahmed** - *Al-Azhar University*
Use of Electronic Newspapers for Infographics in Covering the Repercussions of the COVID 19 Pandemic 7
- **Dr. Merhan Mohsen Tantawi** - *Pharos University*
Evaluating the Communication Methods Used in E-Learning during the Corona Pandemic, and Extent of their Effectiveness for Students: Case Study 8
- **Dr. Hagar Mahmoud Mohamed Omar** - *6th October University*
Egyptian Public's Use of "Television" and "Facebook" to Get Information about the Corona Pandemic and their Attitudes towards Governmental Performance in the Infodemic 9
- **Dr. Eman Saber Sadek Shaheen** - *Ain Shams University*
Influential Factors on Egyptian Public's communication behavior during COVID-19 crisis: A field study 11
- **Dr. Mohamed Osman Hassan** - *Alexandria Media Higher Institute*
Media Framing of the Corona Virus Pandemic (covid-19) on the Electronic News Websites: An analytical Study on a Sample of Egyptian news Websites 12
- **Dr. Mahmoud Mohamed Mohamed Abdel Halim** - *Ain Shams University*
Egyptian and Saudi Teenagers' Dependence on Media to Obtain Information during Health Crises: New Corona Pandemic 'Covid-19' as a Model 13
- **Dr. AbdulHafiz AbdulJawad Darwish** - *Taibah University*
Role of the Saudi News Websites in Health Education during the Corona 'Covid-19' Pandemic Institutions 14
- **Shimaa Mohmed AbdlRehem Zayan** - *Damanhur University*
Strategies to Confront Rumors about the COVID 19 Crisis and Its Repercussions on Official Websites: An Applied Study on the Websites of the Ministry of Health and the World Health Organization 16

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019Copyright 2020@APRA 

www.jprr.epra.org.eg