

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
- **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.jprrepra.org.eg

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

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والمتفرغ 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 والمتفرغ 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 الدنان (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

الإفترضية 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

استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية

إعداد

شيماء محمد عبد الرحيم زيان^(*)

^(*)محاضر منتدب بكلية التربية النوعية - جامعة دمنهور.

استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية

شيماء محمد عبد الرحيم زيان

shimazayan31@gmail.com

جامعة دمنهور

ملخص:

يعالج البحث موضوع استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية، واستهدف تحديد مضمون الشائعة ومعرفة أنواعها وأغراضها والمستهدفين منها من خلال ما قامت به المواقع الإلكترونية الرسمية من تكذيب الشائعات والرد عليها، وينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية وقد استخدم منهج المسح الإعلامي، وتم تحليل مضمون ٣٣ من الشائعات التي قامت المواقع الرسمية بمواجهتها عن طريق نفيها بصفحاتها وتقديم الحقائق وذلك في الفترة من ١ مارس حتى ٣١ مايو ٢٠٢٠م.

وتوصلت الباحثة إلى أن الشائعات استهدفت المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٤٢.٤% من خلال الشائعات التي تنشر الخرافة والتضليل العلمي وصلت إلى نسبة ٤٨.٤%، وتم استخدام الأسلوب التوعوي بنسبة ٣٣.٣% لجذب المواطنين لتصديق هذه الشائعات، كما أن مضمون الشائعة يأخذ أشكالاً، وأنواعاً متعددة، ترتبط غالباً بطبيعة الظروف والمواقف التي تظهر فيها، وتكون موجهة إلى أفراد ورموز مجتمعية أو جماعات أو حركات أو تنظيمات أو مجتمعات تربطهم عوامل معينة كعامل العرق أو الدين أو حتى قضية تمثل رابطاً بينهم.

واتضح أيضاً أن المواقع الرسمية الإلكترونية واجهت الشائعات من خلال قيامها بدور كبير: تكذيب الشائعات وإظهار حقائق هذه الشائعات التي تروجها مواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال مواقعها المواقع الرسمية الإلكترونية، تسعى لتوفير المعلومات الصحيحة للجمهور وتنمية وعيه، كما قامت منظمة الصحة العالمية بالتعاون مع وسائط التواصل الاجتماعي لمحاربة الشائعات، وتوفير المعلومات الصحيحة بشأن فيروس كورونا إذ إن نفي المعلومات الخطأ، قد أخفق في الحد من التصورات غير الصحيحة.

واتضح أيضاً أن المواقع الإلكترونية الرسمية أثبتت مهارتها ونجاحها في تعاملها مع الأزمات، وخاصة أزمة وباء فيروس كورونا المنتشر في كافة أنحاء العالم.

كما اتضح من النتائج أن هناك شفافية مطلقة في التعامل مع فيروس كورونا من الحكومة المصرية، وهذه الشفافية متواجدة مع منظمة الصحة العالمية، ويتم إتاحة المعلومات لمنظمة الصحة العالمية بما يساعدها على تشخيص علاج لفيروس كورونا.

كلمات مفتاحية: فيروس كورونا، مواقع التواصل الاجتماعي، مواجهة الشائعات.

مقدمة:

الانتشار السريع لسلح الأكاذيب فى العالم الافتراضى أصبح له تأثير كبير فى أى مجتمع، لما يثيره من البلبلة بين جموع الناس، وهو ما يجعل المسئولين ينشغلون بكيفية الرد على تلك الشائعات والبحث عن مسببات ومصادر هذا الوباء وطبيعة انتقاله السريع من خلال وسائل التواصل الاجتماعى، ومحاولة التوصل إلى حلول وإجراءات صحيحة جذرية لصد تأثيرها كأى خطر يهدد الأمن المجتمعى، بدلاً من التفرغ والتركيز فى الأزمة المصاحب لها الشائعة.

الأمثلة كثيرة ولا حصر لها، ولعل آخرها ما يتعرض له العالم حالياً من جرأ فيروس كورونا الذى يشكل خطراً كبيراً يهدد كل البلدان بلا استثناء، فنحن هنا فى مصر على سبيل المثال، منذ بدء الحديث على هذا الفيروس تحولت منصات "السوشيال ميديا" إلى مادة خصبة لمروجى الشائعات، لدرجة أنه أصبح كل دقيقة يظهر شائعة جديدة فى هذا الاتجاه، مما أثار حالة من البلبلة بين جميع الأوساط، وهذا ما يعد أخطر ما نتعرض له الآن، لأن الوصول إلى مرحلة الرعب نفسه يصل بنا إلى نتائج سلبية بدلاً من العمل بجدية على مواجهة هذا الخطر، وتعلم كيفية نقاديه ومواجهته فى نشر الأكاذيب والشائعات المغرضة.

فعلياً، هذا ما نراه حالياً، فكمية المشاهد التى تتكرر بشكل يومى على مواقع التواصل الاجتماعى بين شائعات مغرضة فى كل المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفنية والرياضية، حتى سقطنا فريسة للمخططات الخارجية، التى تستهدف تدميرنا نفسياً ومعنوياً قبل أن نتمكن من الوقوف ضدهم والوصول إلى أهداف النهوض بأنفسنا وبلادنا، وللأسف الشديد نحن من يساعدهم بأيدينا، وهذا ما رأيناه فى مشاهد سابقة، كم الشائعات التى استهدفت مصر من التابعين للجماعات الإرهابية بهدف التأثير على التقدم الاقتصادى وعودة الاستقرار الأمنى والمجتمعى فى الفترة الماضية.

نفس المشهد يتكرر اليوم مع أزمة فيروس كورونا، حيث تنتشر الشائعات المتداولة حوله على مواقع التواصل الاجتماعى "، وهو ما جعل المؤسسات الحكومية تتشغل بالرد يومياً على كل شائعة، حتى يوضحون الحقيقة للمواطنين منعاً للذعر، ورغم ذلك فإن الدولة تحاول عدم التأثير وتحرص على التوعية الدورية بكيفية مواجهة أخطار هذا الفيروس.

لكن هناك أزمة تواجه المؤسسات الحكومية، وهى أن تأثير "السوشيال ميديا" أصبح أقوى من مجهوداتهم للرد على هذه الشائعات أو محاولات التوعية للتعامل مع المخاطر الناتجة عن انتشار الفيروس، ومن هنا يجب التركيز على إيجاد حلول جذرية لإنهاء سطوة مواقع التواصل الاجتماعى.

وهناك عوامل كثيرة أثرت فى انتشار تلك الشائعات، على رأسها غياب الوعى الإعلامى، بل وسقوط بعض المواقع الإلكترونية والصحف فريسة لنشرها، فالإعلام يجب أن تقع عليه المسئولية الأكبر ومن هنا تكمن خطورة استغلال الإقبال المتزايد من قبل جمهور التلفزيون والصحف على مواقع التواصل الاجتماعى التى وصلت لأكثر من ٣ مليارات مواطن، حيث أصبحت الشائعة من أخطر

الوسائل المعاصرة التي انتشرت وغزت العالم كله، وذلك بفضل وسائل الاتصالات الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة في ثورة المعلومات في عصر أصبح العالم فيه قرية صغيرة ومن ناحية أخرى تشير الإحصاءات إلى أن أكثر من ٤٩ مليوناً مصرياً يستخدمون الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، فيما يوجد ٦٤ مليون جهاز هاتف محمول له القدرة على الدخول على الإنترنت. ويحل فيس بوك على رأس ترتيب استخدام المصريين لوسائل التواصل الاجتماعي يليه «يوتيوب»، ثم «واتس أب» ف«ماسنجر»، ثم «إنستجرام» و«تويتر»، وأخيراً «جوجل بلس».

وبين معالم الواقع الجديد، الذي أفرزته أزمة تفشي وباء كورونا في أنحاء العالم، كان ذلك الاختبار القوي لوسائل التواصل الاجتماعي، التي باتت سمة واضحة لا ينفكها أحد في العالم المعاصر وبقدر ما أسهمت تلك الوسائل الجديدة، في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين البشر، بفعل المخاوف من تفشي الفيروس، بقدر ما بدا من وجهة نظر كثيرين أنها فشلت في اختبار المصداقية.

ولأن آفة الأخبار هم رواتها، فإن جمهور وسائل التواصل الاجتماعي يتحمل جانباً كبيراً من المسؤولية فيما يجري الحديث عنه من جوانب سلبية، أفرزها استخدام تلك الوسائل خلال الأزمة، من نشر أخبار مفبركة، إلى نشر شائعات، إلى سعي لبث الخوف والذعر في نفوس الناس، الذين وضعتهم الأزمة في حالة من القلق، يدفعهم للتشبث بأية معلومة ربما تكون في أساسها غير صحيحة.

تقدر أحدث الإحصاءات عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الناشطين حول العالم بنحو ٣.٨ مليارات شخص، أي ما يقارب نصف سكان العالم وبعد انتشار فيروس كورونا، زاد هذا العدد إلى حوالي الأربعة مليارات شخص، وفي زمن كورونا تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً إنقاذياً لأشخاص كثيرين من الذين يعانون خلال الحجر بسبب العزلة.

وتوفر منصات التواصل الاجتماعي محتوىً متنوعاً من الترفيه إلى التعليم والتوعية والأخبار وغيرها. وأصبحت تطبيقات التواصل الاجتماعي في كثير من الأحيان بديلاً عن شاشات التلفزيون والراديو وغيرهما من الوسائل الإعلامية، لذلك قامت كبرى وسائل الإعلام المحلية والعالمية بالتعويل كثيراً على هذه المنصات لإيصال المحتوى الذي تقدمه لجمهور أوسع، خاصة في ما يتعلق بأخبار فيروس كورونا وعدد الإصابات وكيفية الانتشار، كون أغلب الأشخاص يعتمدون على هذه المواقع للوصول إلى المعلومة بجوانبها المختلفة، كما زاد عدد المؤسسات الرسمية والمسؤولين والسياسيين والصحافيين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لبث تصريحاتهم حول كورونا، وتفسير بعض المواقف والأمور وإعلان القرارات المهمة عبر حسابات رسمية بالإضافة إلى ذلك، سمحت وسائل التواصل الاجتماعي للأشخاص ببث الفيديوهات والأحداث لحظة حصولها، لم تخل مشاركات وسائل التواصل الاجتماعي من الأخبار المزيفة، التي تحتاج جهداً ومعرفة للتمييز بينها وبين الحقيقة، فالحاجة إلى المعرفة دافع قوي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، بحيث تزيد هذه الحاجة وقت الأحداث الكبرى العامة والأزمات، مثل أزمة فيروس كورونا. (تم متابعة الأخبار بموقع اليوم السابع - المصري اليوم - bbc news)

مشكلة الدراسة:

بعد انتشار الشائعات حول تفشي حالات الإصابة بفيروس كورونا بأنحاء الجمهورية، والتي تسببت في نشر الذعر بين المواطنين تلك الشائعات تضمنت الكثير من المعلومات المغلوطة حول الفيروس، ما يؤثر بشكل كبير على انتشار العادات الخاطئة بين المواطنين.

وفي ظل التزاحم الإعلامي على كل ما يتعلق بتغطية ونشر أخبار الوباء، نجد أن الكثير من الإشاعات التي تطلق بقصد أو بدون قصد والتي تتعلق بهذا الفيروس بشكل أو بآخر، تجد مكاناً خصباً لها على شبكات التواصل الاجتماعي، التي تشهد تناقلاً غير مسبوق للكثير من الإشاعات المتعلقة بهذا الفيروس الخطير، مما يثير المزيد من التوتر والقلق ونشر البلبلة والخوف في صفوف المواطنين.

وتتباين مستويات الإشاعة التي يتم تداولها بخصوص فيروس كورونا تبعاً للعديد من المقاصد والأهداف والاعتبارات السياسية والخلفيات الثقافية والمعتقدات الدينية.... إلخ، مما يزيد من غرابة الكثير مما ينشر، كما يزيد من خطورته، فضلاً عن تأثيراته الآنية والمستقبلية على توجهات الأفراد في كافة أماكن إنتشارهم، فهناك من يروج بأن الفيروس تم تصنيعه بمصانع بيولوجية، وهناك من يردد بأن بعض الشخصيات العالمية وراء تصنيعه، وفي إشاعات أخرى بأن هذا الفيروس عقاب رباني لبعض الدول التي تضطهد المسلمين، كما تناقل النشطاء نصائح بأن شرب "المبيضات" يساعد في الوقاية من المرض، في حين نصح آخرون بالإكثار من أكل الثوم والفلفل الحار جداً.

وفي ظل تزاحم شبكات التواصل الاجتماعي بنشر الكثير من الروايات المتعلقة بفيروس كورونا دون أن تركز على مصدر موثوق يؤكد صحتها، تبرز خطورة نشر هذه الإشاعة أو استغلالها من قبل جهات معينة، وذلك على اعتبار أن مثل هذه الأنواع من الإشاعة تعتبر واحدة من أدوات الحرب النفسية الخطرة التي تستخدم في أوقات السلم والحرب على حد سواء باستخدام أساليب متعددة من أجل تحقيق أهدافها، التي منها تحطيم معنويات المجتمع، وتحطيم الثقة بمصادره الإخبارية، وتستخدم لمعرفة ردود الفعل ومعرفة معنويات المجتمع وقواته العسكرية، وتزدهر في الأوساط المجتمعية الأقل تعليماً والأكثر سناً، ومن غاياتها إضعاف إيمان الشعب بعقيدته وأفكاره ومبادئه القومية والوطنية.

والأخطر من الشائعات الخاصة بفيروس كورونا في حد ذاته، تلك الشائعات التي تتمحور حول بعض القضايا الخاصة بانتشار هذا الفيروس، والتحليلات غير المنطقية بذلك وربطها بأمور لا أساس لها من الصحة، ونظراً لكون شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لنشر الشائعات و"المعلومات المغلوطة"، خاصة ما يتعلق بفيروس كورونا، دون أي محاولة للتدقيق أو التحري في صحة تلك المعلومات، فقد قررت العديد من هذه الشبكات الاجتماعية أن الأزمة لا تحتل التساهل مع الإشاعات والأكاذيب والمعلومات الخاطئة، لذلك سعت للحد من نشر كل هذا المحتوى السيئ، كما عملت على الترويج للبديل الذي يمكن الاعتماد عليه، والموثوق من صحته، والصادر من جهات يمكن الثقة بها كمنظمة الصحة العالمية ووزارة الصحة والسكان.

إن وسائل الإعلام لها دور مهم لتوعية المواطنين لمواجهة فيروس كورونا، وأن الشائعات أخطر من الفيروس لأنها تؤدي إلى استهلاك موارد الدولة والنظم الصحية. يتم تنسيق بين وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية في متابعة الأوضاع لفيروس كورونا داخل مصر وإصدار البيانات المشتركة، والعمل على عدم انتشار الفيروس في مصر. وهنا تأتي إشكالية الدراسة من خلال التعرف على الشائعات ومحتواها على مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة كيف قامت المواقع الرسمية الإلكترونية في الرد على الشائعات وتحقيق المصداقية لدى الجمهور لمتابعة هذه المواقع والتعرف على أهم أساليب مواجهة الشائعات على هذه المواقع الرسمية.

أهمية الدراسة:

جاءت أهمية الدراسة من خلال توعية الجمهور في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا من المواقع الرسمية منعاً لنقش الشائعات، ومنذ انتشار الفيروس انتشرت الأخبار الكاذبة في المواقع الإلكترونية الرسمية، وتساهم هذه الدراسة في الارتقاء بالإجراءات الوقائية والعلاجية والتصحيحية لمواجهة الشائعات.

ومع ظهور الفيروس الجديد تعاملت وسائل الإعلام العالمية والمحلية وفق عدة مسارات كالآتي:

المسار الأول: نقل الحقائق عن الفيروس من مصادرها الفعلية، مثل المستشفيات والمؤسسات المختصة، ومنظمة الصحة العالمية، فضلاً عن نشر الأبحاث العلمية السابقة عن الفيروسات وطبيعة حياتها وسبل انتقالها إلى الإنسان، وما يجب أن يقوم به الإنسان من إجراءات وقائية لحماية نفسه والآخرين من تلك الفيروسات غير القابلة للعلاج.

المسار الثاني: أخبار مواقع التواصل الاجتماعي، وأود التنبيه إلى مسألة مهمة وهي أن المعلومات على مواقع التواصل غير صالحة للتداول لأسباب عديدة، لعدم وجود جهات متخصصة بنقل الأخبار، وغياب السيطرة على تدفق المعلومات وضعف الجمهور في التحقق من الأخبار، لذلك فهي البيئة المناسبة لنشر كل شيء غير صحيح، أما بالنسبة لفيروس كورونا على مواقع التواصل.

فقد انقسم إلى عدة أقسام:

١. معلومات توعوية وقد أخذ الكثير من المواطنين على عاتقهم نشر التوعية الصحية ونشر المعلومات الصحيحة للتعامل مع الفيروس.
٢. التهويل، بعض الناشرين نسخوا التهويل المنشور عبر القنوات الفضائية إلى حساباتهم الشخصية، واستخدموا معلومات غير دقيقة من القنوات تلك، وبعض المعلومات المغلوطة التي لا تحمل أي مصدر سليم.

٣. **التهوين**، هناك صفحات أخذت على عاتقها التهوين من الفيروس، وتنتشر قضايا تاريخية تربط بين ما يحدث الآن، وأوبئة أخرى.

إن خطر فيروس كورونا هو غياب الطريقة السليمة للتعامل معه، لأننا لا نعرف العلاج، والخطر الذي يواجه البشرية في التعامل مع المعلومات المتداولة عن الفيروس، وخاصة المعلومات المغلوطة والمتضاربة يزيد من صعوبة مواجهته. (عباس، ٢٠٢٠م، الصفحات ٣-٤)

- بسبب إقحام سياسيين في مناقشة القضية، تحولت تغطيات إعلامية إلى منابر لتسقيط سياسي عبر انتقاد المؤسسات الصحية والقائمين عليها أو انتقاد الجهات الحكومية والوزارية، فيما سمحت وسائل الاعلام الترويج لتصريحات غير موفقة تتناول مفاهيم نظرية المؤامرة وغيرها مثل اتهام جهات دولية بالوقوف وراء الوباء، أو التحجيم من الأرقام المعلنة في دول أو التهويل منها، فيما ساهمت وسائل الإعلام بالترويج لرجال دين يتحدثون عن الروحانيات لمواجهة المرض، ورفض القرارات الرسمية لمنع التجمعات الدينية. (العراقي، ٢٠٢٠م، الصفحات ١-٢)

أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي، وهو التعرف على: كيف تساهم هذه المواقع الإلكترونية الرسمية في نشر الأخبار الحقيقية وتكذيب الشائعات عن فيروس كورونا وتقديم التعليمات والإرشادات الحية الصحيحة من خلال المواقع الرسمية الموثوقة ومواجهة الشائعات؟

وقامت الباحثة بعرض عدة أهداف من خلال تسليط الضوء على النقاط الآتية للتعرف على الأساليب التي تتبعها المواقع الرسمية الإلكترونية في مواجهة الشائعات.

- أن تكون المصادر الرسمية، والأخبار الصادرة عن المؤسسات الصحية المعنية، هي المرجع الوحيد لمتابعة الأمر، فالشائعات تمثل عبئاً على الحكومة والجهات الرسمية، التي لا تدخر جهداً في نشر الحقيقة على جميع وسائل الإعلام، بسبب السرعة الرهيبة التي تحملها وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات.

- التصدي للشائعات، تتم عبر استقاء المعلومات من مصادرها الرسمية، نظراً للآثار السلبية التي قد تتسبب بها الأخبار المغلوطة من تهديد لأمن الدولة وأفرادها.

- الكشف عن مصداقية ما ينشر والتصدي لها عبر التوعية والإرشاد والتأكد من مصدر الخبر وعدم الاستناد إلى معلومات مضللة، حيث أن الشائعات تعد من أقوى العوامل التي تخل بالأمن المعنوي والنفسي والاجتماعي والمادي والفكري في المجتمعات، وعليه ينبغي:

- معرفة أنواع الشائعات الأكثر انتشاراً على مواقع التواصل الاجتماعي ومضمونها.

- التحلي بروح المسؤولية وإذا كان القلق من هذا فيروس كورونا أو غيره أمراً مشروعاً، فإن من اللا مشروع أبداً، أن نصغي لهذه الشائعة أو تلك، التي يطلقها البعض، ولا سيما عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التي تشكل فضاءً واسعاً بلا رقابة أحياناً.

تساؤلات الدراسة:

السؤال الرئيسي :

- كيف قامت المواقع الإلكترونية الرسمية بنشر الوعي وتكذيب الشائعات حول فيروس كورونا المستجد؟

الأسئلة الفرعية :

- إلى أى مدى واجهت وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية الشائعات وقامت بالرد على الشائعات عن فيروس كورونا ؟

- هل هناك استجابة من متابعي المواقع الرسمية الإلكترونية بالاعتماد على هذه المواقع فى متابعة الردود على الشائعات؟

فإن هذه الدراسة إنما هي رد فعل لما يعاني منه معظم دول العالم من جائحة فيروس كورونا الحالي (١٩ - COVID)، فمنذ اشتعال هذا الوباء بمدينة ووهان الصينية في نهاية العام ٢٠١٩م، وأسقط ما أسقط من أرواح بشرية بالصين وغيرها من دول العالم، هو التيقن التام بأن جميع التدابير الاحترازية للحد من انتشار هذا الوباء من الحجر الصحي، والتباعد الاجتماعي، ووضع الكف على الفم عند العطس، وغيرها.

إن ظاهرة تفشي فيروس كورونا (١٩ - COVID) في العام الجاري التي تجتاح العالم وما سبقها من الأوبئة العالمية مثل الموت الأسود (Black death)، والكوليرا، والإيدز، والمرض التنفسي الخيم الذي يسببه فيروس كورونا وما إلى ذلك، تذكرنا بجائحة الطاعون التي نزلت على الشام وغيرها من بلدان المسلمين على مر التاريخ. (ويدوس، ٢٠٢٠م، الصفحات ٣-٤)

يشار إلى أن جائحة فيروس كورونا ورافقها انتشار أخبار كاذبة ومزيفة كثيرة، أغلبها انتشر على مواقع التواصل الاجتماعي، وبينها صور وفيديوهات قديمة نشرت على أنها جديدة التواصل "يتأكد" أيضاً، بدورها أعلنت شركات وسائل التواصل مراراً عن محاولاتها العديدة للحد من الأخبار الكاذبة على منصاتها، فقد حدثت توتر، سياساتها للأمان. من أجل حظر التغريدات المخادعة التي يمكن أن تعرض الأشخاص لخطر الإصابة بفيروس كورونا المستجد، وفيما يتعلق بإزالة المستخدمين للتعليقات المسيئة، فقد أوضحت الشركة أن الإرشادات الحالية تطلب من المنتهك إزالة التغريدة التي تنتهك قوانينها قبل أن يتمكن من التغريد مرة أخرى، ويتم تنبيه المستخدم عبر البريد الإلكتروني ويعطى فرصة لحذف التغريدة أو تقديم التماس، ويتم إخفاء التغريدة أثناء حدوث ذلك كما قرر موقع فيسبوك أن يشارك بالحملة العالمية لمكافحة فيروس كورونا المستجد بشكل إيجابي وعلى طريقته، إذ أعلن موقع التواصل الاجتماعي الأبرز أنه

بصدد تشريع تحذير للمستخدمين الذين تفاعلوا مع المنشورات المضللة عن الوباء، من خلال الإعجاب أو التعليق أو إعادة . (العربية، ٢٠٢٠م، صفحة ١)

الدراسات السابقة:

١ - دراسة Jinling Hua and Rajib Shaw 2020 :

ناقشت هذه الدراسة الفيروس التاجي (COVID-19) وهو حالة طوارئ إنسانية، بدأت في ووهان في الصين عام أوائل ديسمبر ٢٠١٩م، تم إخطار السلطات بها في أواخر ديسمبر أوائل يناير ٢٠٢٠م، وبعد التحقيق تم إعلان حالة الطوارئ في الأسبوع الثالث من يناير ٢٠٢٠م ومنظمة الصحة العالمية أعلنت هذا كطوارئ الصحة العامة ذات الاهتمام الدولي (PHEIC) في ٣١ يناير ٢٠٢٠م، وأخيراً جائحة في ١١ مارس ٢٠٢٠م. اعتباراً من ٢٤ مارس ٢٠٢٠م، تسبب الفيروس في إصابة أكثر من ١٦٦٠٠ شخص في جميع أنحاء العالم مع أكثر من ٣٨٠.٠٠٠ شخص مصابون بها ، منها أكثر من ١٠٠٠٠ حالة خطيرة.

يعتمد بشكل رئيسي على الصحف الصينية ووسائل التواصل الاجتماعي وبيانات المنصة الرقمية الأخرى، تحلل هذه الورقة الجدول الزمني للإجراءات الرئيسية التي اتخذتها الحكومة والناس على مدى ثلاثة أشهر في خمس مراحل مختلفة. وجدت أنه على الرغم من وجود تأخير أولي في الاستجابة، مزيج فريد من الحوكمة القوية، التنظيم الصارم، القوي يقظة المجتمع ومشاركة المواطنين والاستخدام الحكيم للبيانات الضخمة والتقنيات الرقمية بعض العوامل الرئيسية في جهود الصين لمكافحة هذا الفيروس. كونها غير قابلة للاختراق وغير قابلة للقياس (بخلاف التعرض للإشاعات)، تعتبر المعلومات المناسبة وفي الوقت المناسب مهمة جداً لتكوين المعلومات الأساسية. وتناولت النتائج أسس التخفيف والتدابير العلاجية. Infodemic، كما يطلق عليه منظمة الصحة العالمية، هي كلمة رئيسية، لاثارة الشائعات حيث مشاركة أصحاب المصلحة المختلفة، إلى جانب التنظيم الأكثر صرامة، مطلوب للحد من تأثير الأخبار المزيفة في عصر المعلومات هذا ووسائل التواصل الاجتماعي. على الرغم من أن بلداناً مختلفة ستحتاج نهجاً مختلفاً، مع التركيز على طبيعتها الإنسانية ومعالجة القضايا الوبائية وهما عاملان حاسمان لجهود التخفيف العالمية في المستقبل (Shaw)، (ISSN 1660-4601, 2020)

٢ - دراسة Shadi Shahsavari, Pavan Holur&others 2020 :

تزدهر الشائعات ونظريات المؤامرة في بيئات منخفضة الثقة ونقص الثقة. بناءً على ذلك، ليس من الغريب أن تتكاثر الشائعات ذات الصلة بـ Covid-19 ونظريات المؤامرة. هذه الظاهرة حادة بشكل

خاص نظرًا لعدم وجود أي إجماع علمي موثوق على الفيروس، وعلى انتشاره، أو على المدى الطويل للتداعيات الاجتماعية والاقتصادية للجائحة.

من بين القصص التي يتم تداولها حاليًا على وسائل التواصل الاجتماعي والأخبار هي تلك التي تشير إلى ذلك تنشيط شبكة G٥ الفيروس أو تسبب تغييرًا فيسيولوجيًا يمكن أن يقتل هذا الوباء هو خدعة ارتكبتها عصابة عالمية، أن الفيروس هو سلاح بيولوجي صدر عمدًا من قبل صيني، أو أن "بيل جيتس" يستخدم الوباء لإطلاق نظام مراقبة عالمي تحت غطاء التطعيم، في حين أن البعض قد يكون سريعًا في رفض هذه القصص لأنها لا تؤثر عليها كثيرًا السلوك في العالم الحقيقي، والأحداث الأخيرة بما في ذلك تدمير الممتلكات، وأثارت الهجمات ضد العنصرية، والمظاهرات التي تتبنى مقاومة لأوامر الصحة العامة، مقابل ذلك تناولت الاستنتاجات أن الشائعات ونظريات المؤامرة حول الوباء تشكل تهديدًا كبيرًا ليس فقط المؤسسات الديمقراطية مثل الصحافة الحرة والمفتوحة والموثوقة، ومستوحاة من نظرية السرد، نقوم بالزحف إلى مواقع التواصل الاجتماعي والتقارير الإخبارية، من خلال تطبيق أساليب التعلم الآلي، واكتشاف أطر السرد الكامنة دعم توليد هذه القصص. نظهر كيف تأجج الأطر السردية المختلفة تعتمد الشائعات ونظريات المؤامرة على مواءمة مجالات المعرفة المختلفة، والنظر في كيفية ارتباطها بالإبلاغ الأوسع عن الوباء. هذه المحاذاة والمرفقات، التي يمكن مراقبتها في الوقت الفعلي تقريبًا، قد تكون مفيدة لتحديد المناطق في الأخبار التي تكون عرضة بشكل خاص لإعادة التفسير من قبل منظري المؤامرة فهم ديناميات رواية القصص على وسائل التواصل الاجتماعي والأطر السردية التي توفر المولدات، قد يكون أساس هذه القصص مفيدًا أيضًا في ابتكار طرق لتعطيل انتشارها. (Shadi Shahsavari,2020)

٣- دراسة 2020 Nikhil Kumar Rajput, Bhavya Ahuja Grover&others

لقد تسبب جائحة الفيروس التاجي بالعالم في اجتياح العالم وكذلك وسائل التواصل الاجتماعي. كالوعي حول المرض زاد، وكذلك الرسائل ومقاطع الفيديو والمشاركات التي تعترف بوجوده الاجتماعي أظهر موقع التواصل، تويتر، تأثيرًا مشابهًا لعدد المنشورات المتعلقة بالفيروس التاجي تظهر نموًا غير مسبوق في فترة زمنية قصيرة جدًا. تقدم هذه الورقة الإحصائية تحليل رسائل تويتر المتعلقة بهذا المرض نشرت منذ يناير ٢٠٢٠م نوعان من تم إجراء دراسات تجريبية الأولى على تردد الكلمة والثاني على المشاعر من رسائل التغريدات الفردية يفيد فحص تردد الكلمة في وصف أنماط أو اتجاهات الكلمات المستخدمة في الموقع. هذا سيعكس أيضًا على علم النفس من مستخدمي تويتر في هذه المرحلة الحرجة وتم تصميم نماذج ترددات Unigram و bigram و trigram بواسطة توزيع قانون القوى. تم التحقق من صحة النتائج بواسطة مجموع الأخطاء المربعة (SSE)، R^2 والجذر يعني خطأ مربع. (RMSE) قيم R^2 عالية والقيم المنخفضة لـ SSE و RMSE تضع الأساس لصالح هذا النموذج. تم إجراء تحليل المشاعر لفهم العام مواقف مستخدمي تويتر في هذا الوقت. كانت كل من

التغريدات من قبل الجمهور العام ومنظمة الصحة العالمية جزءًا من جسم، واتضح من النتائج أن غالبية التغريدات لها قطبية إيجابية ونحو ١٥٪ فقط كانت سلبية (Nikhil Kumar Rajput, 2020)

٤- دراسة Nikhil Kumar Rajput, Bhavya Ahuja Grover & others 2020:

اهتمت هذه الدراسة بفحص توزيع الأخبار والمعلومات المتعلقة بالصحة على وسائل التواصل الاجتماعي منافذ إخبارية باللغة الإنجليزية مدعومة من حكومات الصين وإيران وروسيا وتركيا. نحن نفيس أو نحسب شبكات التوزيع الاجتماعي المستخدمة على Twitter و Facebook ومستويات التفاعل مع المحتوى المتعلقة بجائحة فيروسات التاجية. على مدى أسبوعين من هذه الدراسة ومن خلال النتائج فإن وسائل الإعلام التي تدعمها الدولة في الصين وإيران وروسيا وتركيا لديها جمهور عالمي كبير، مع مشاركة المحتوى عبر الشبكات التي تضم عشرات الملايين من الأعضاء الذين يتفاعلون مع المحتوى ملايين المرات؛ وأنها تنتج محتوى أقل من غيرها من مصادر الأخبار المستقلة والعالمية، لكنها يمكن أن تحقق الكثير عشرة أضعاف المشاركة الفعالة في المواد التي ينتجونها، ويسيسون الأخبار والمعلومات الصحية عن طريق انتقاد الديمقراطية على أنها فاسدة وغير كفؤة، الإشادة بقيادتهم العالمية في البحث الطبي وتوزيع المساعدات تعزيز نظريات المؤامرة حول أصول الفيروس التاجي وخيارات السياسة وكالات الصحة العامة الدولية. (Jonathan Bright, 2020)

٥- دراسة (2Svenja Boberg, Thorsten Quandt & others 2020)

لم يكن لوباء COVID-19 آثار سياسية واقتصادية واجتماعية شديدة فحسب، بل أيضًا تأثرت أنظمة الإعلام والاتصالات بطرق غير مسبوقة. بينما الصحافة التقليدية حاولت وسائل الإعلام التكيف مع الوضع المتطور بسرعة، وسائل الإعلام الإخبارية البديلة على الإنترنت أعطت الأحداث تدور حول أيديولوجيتهم. وقد تم انتقاد مثل هذه الأصوات لأنها تعزز الارتباك المجتمعي ونشر "أخبار وهمية" يحتمل أن تكون خطيرة أو نظريات المؤامرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وسائل الإعلام والقنوات الأخرى عبر الإنترنت. تحلل الدراسة الحالية الأساس الواقعي لمثل هذه المخاوف في تحليل المحتوى الحسابي الأولي لمخرجات وسائل الإعلام البديلة على Facebook خلال أزمة كورونا المبكرة، بناءً على مجموعة بيانات ألمانية كبيرة من يناير إلى النصف الثاني من مارس ٢٠٢٠م، استخدام طرق تحليل المحتوى الحسابي والوصول، والتفاعلات، والجهات الفاعلة، وموضوعات تم فحص الرسائل، وكذلك استخدام الأخبار الملفقة ونظريات المؤامرة، وكشفت نتائج التحليل أن وسائل الإعلام الإخبارية البديلة تبقى وفيه لأنماط الرسائل والأسس الأيديولوجية المحددة في البحث السابق. في حين أنهم لا ينشرون الأكاذيب الواضحة، إلا أنهم يشاركون في الغالب انتقادًا مفرطًا، حتى رسائل مناهضة للنظام، تعارض وجهة نظر

وسائل الإعلام الإخبارية الرئيسية ومؤسسة سياسية. مع هذه الشعبية الوبائية، يساهمون في تهديد متناقض، وعدم الثقة في الرؤية العالمية .. (Svenja Boberg, 2020)

٦- دراسة عصام محمد الجوهري ٢٠٢٠م:

مع بداية عام ٢٠٢٠م ظهرت الأزمة العالمية الناتجة عن فيروس كورونا المستجد، والتي أثرت على القطاعات الاقتصادية على مستوى العالم، ويختلف تأثيرها من دولة إلى أخرى على حسب قوة النظام الاقتصادي للدولة وقدرته على تحمل الأزمة والتعافي منها، وكان لتكنولوجيا المعلومات دور كبير في مواجهة تداعيات الأزمة من خلال تفعيل العمل والتعلم عن بُعد وكذلك شراء المنتجات عبر الإنترنت وغيرها من الممارسات الإلكترونية كما كان لها دور في مساعدة القطاع الصحي على اكتشاف الحالات والتتبع والتعامل مع الحالات عن بُعد وغيرها.

يقدم هذا البحث تحليلاً للفرص والتهديدات التي تواجه صناعة تكنولوجيا المعلومات في ظل أزمة كورونا في مصر من خلال الوقوف على وضع الصناعة الحالي في مصر والعالم وتأثير الأزمة عليه والفرص المتاحة، ثم وضع مقترحات للأخذ بها لتحسين الصناعة ومحاولة استغلالها للتغلب على الأزمة الحالية، هذا مع العلم بأن محور صناعة تكنولوجيا المعلومات يعني تطوير البرمجيات والتطبيقات وخدمات التعهيد والأجهزة والتدريب المرتبط بها، وذلك للفصل بينه وبين الاتصالات والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، وهما محوران آخران تحت مظلة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بمصر ويمثلان النسبة الأكبر من الاستثمارات والاهتمام من الدولة. (الجوهري، ٢٠٢٠م)

٧- دراسة محمود درويش ٢٠٢٠م:

أدى الاستخدام المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي إلى ظهور حالة من الخلل المعلوماتي أثرت بدورها على انتشار الشائعات والأخبار الزائفة داخل الدولة المصرية، ومن ثم فقد أثرت تلك الحالة على استقرار الدولة المصرية وثقة المواطنين في مؤسساتها، لذا تسعى الدولة من خلال مؤسساتها إلى مواجهة تلك الشائعات بتقديم المعلومات الصحيحة وتكذيب المعلومات الخاطئة بالاستناد إلى توظيف مبادرات البيانات المفتوحة كأداة لمواجهة الشائعات، إن إتاحة البيانات الحكومية على شبكة الإنترنت بموجب رخصة مفتوحة تسمح لأي شخص أن يقوم باستخدامها، وإعادة استخدامها، وإعادة توزيعها دون قيود قانونية أو تقنية.

لذا يسعى البحث إلى تقديم تحليل واضح للشائعات التي واجهتها الدولة المصرية خلال الفترة محل الدراسة وتصنيفها وتحليلها لتحديد أكثر المؤسسات الحكومية تناولاً، ثم تحليل المواقع الإلكترونية الخاصة بتلك المؤسسات للوقوف على مدى التزامها بتقديم البيانات والمعلومات الخاصة بها بشكل ممنهج، في

محاولة لمواجهة الشائعات والتصدي لها، كما ترصد الدراسة مدى توظيف تلك المؤسسات مبادرات البيانات الحكومية المفتوحة كآلية لمواجهة الشائعات. وقد خلصت الدراسة إلى أن:

- تعرضت الدولة المصرية لـ ١٥٧ شائعة خلال أربعة أشهر ارتبطت بقضايا وموضوعات تمس الحياة اليومية للمواطن المصري وتحدت.
- اعتمد في نشر الشائعات عبر مواقع التواصل على أساليب التخويف واستغلال العاطفة وأسلوب السخرية وأسلوب الاستفزاز وأخيراً أسلوب التشويق.
- ارتبطت الشائعات في تلك الفترة بوزارات الصحة والسكان، والزراعة واستصلاح الأراضي، المالية، والتربية والتعليم.
- خلصت الدراسة إلى أن البوابات الحكومية المصرية تقتقد لاستخدام البرمجيات مفتوحة المصدر في إتاحة الوصول إلى البيانات المفتوحة، على الرغم من إعلانها تبنيها مبادرات البيانات المفتوحة، إلا أنها لم تحاول توظيف سياسات تلك المبادرات من خلال مواقعها الإلكترونية الرسمية، للحد من انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة التي تهدد أمن الدولة واستقرارها. (درويش، ٢٠٢٠م)

التعليق على الدراسات السابقة:

حاولت العديد من الدراسات تحليل الشائعات وترويجها ومعرفة الأسباب الرئيسية لانتشار الشائعات، وتحديد الآليات المناسبة للتعامل مع الشائعات، وازدادت الشائعات بسبب مشاركة الجمهور المحتوى من خلال تحليل التغريدات والرسائل ومقاطع الفيديو والمشاركات، وتسبب ذلك في انتشار الشائعات على هذه المواقع.

تعددت الجوانب التي من خلالها دراسة الشائعات من حيث درجة تأثيرها على الجوانب الاقتصادية والسياسية والصحية أو الأمنية والاجتماعية.

تعددت المناهج البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة حيث اعتمدت على المنهج التجريبي وتحليل المضمون واعتمدت على التحليل الكمي والكيفي بشكل أساسي.

وتنوعت أدوات جمع البيانات التي استخدمتها الدراسات السابقة بين استخدام أسلوب تحليل المضمون للشائعات والتغريدات والتعليقات على وسائل التواصل الاجتماعي وأداة الاستبيان، لمعرفة مدى تأثير الشائعات على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

- البحث الحالي يختلف عن الدراسات السابقة الأخرى في طرق مواجهة المواقع الإلكترونية الرسمية من خلال رصد سرعة التعامل معها وتوضيح الحقائق على هذه الصفحات ورصد أشكال ومضمون الشائعات في هذه الفترة الزمنية.

نظرية الدراسة:

أصبحت نظريات المؤامرة، التي كانت موجودة في المجتمع الأمريكي منذ تأسيس الجمهورية، جزءًا من الحياة السياسية المعاصرة. في المجتمع الأمريكي المعاصر يمكن أن تشير إلى سرديات خفية، إن منطق هذه المؤامرات يكون أحيانًا مقنعًا وأحيانًا مثيرًا للسخرية ولكنه دائمًا ما يجد جمهورًا لقد وفرت شبكة الإنترنت لنمو مجتمعات المؤامرة عبر الإنترنت . (Staff, 2020, p. 7)

بنظريات المؤامرة، السبب الأول للقلق هو أن إحباط المؤامرات الحقيقية وفضحها ومنعها لها أهمية قصوى. إذا كانت نظرية المؤامرة صادقة، وكان هناك بالفعل احتيال واسع النطاق أو هجمات خطيرة على قواعدها الأساسية، فيجب توعية الجمهور بحيث تقل احتمالية حدوث مثل هذا الأذى في المستقبل. لا بد من إيقاف المتسببين، ومساءلتهم عن أخطائهم، وإذا أمكن، إجراء تعديلات (Uscinsk,2020,p.5)

فإن "نظرية المؤامرة" في الوقت الحاضر هي ما يميل إليه عقلية المؤامرة لإنتاجها وانجذابها، وهو تعريف دائري على ما يبدو يركز على العمل الجاري ولكنه يركز بقوة على الأبحاث البحثية ذات الصلة مثل علم الأوبئة المجتمعية، المتخصصة البناء والدراسات الثقافية المعرفية ويمكن صقلها أو دحضها بناءً على النتائج المستقبلية. (Matthew R. X. Dentith,2018,p.149)

وبالتالي، "نظرية المؤامرة": هي مجموعة من الأفكار، تستند جزئيًا إلى المنطق والحقائق. (Schlege,2003,p.5)

ما هو تأثير تكنولوجيات الاتصال الجديدة على انتشار نظريات المؤامرة؟ هل هناك حاجة للحكومات لتنظيم وسائل التواصل الاجتماعي لحماية الديمقراطية؟ في الولايات المتحدة، يبدو أن القلق المتجدد بشأن الإنترنت كان مدفوعًا بمزيج من الذعر الأخلاقي، وهي تشمل الخوف من التلاعب بالأخبار المزيفة والخوف من التطرف في وسائل التواصل الاجتماعي. أدى هذا الذعر الأخلاقي إلى نداءات من أجل التنظيم والرقابة وفي بعض الحالات، الاستيلاء الحكومي المباشر على منصات التواصل الاجتماعي حتى يتمكنوا من خدمة "مصالح المجتمع" بشكل أفضل. الاتجاه نحو تنظيم وسائل التواصل الاجتماعي هو نفسه في جميع أنحاء أوروبا، حيث تفكر الحكومات في بريطانيا وفرنسا في توظيف المنظمين لوسائل التواصل الاجتماعي، وقد صنفت ألمانيا الفيسبوك على أنه احتكار يتطلب التنظيم الحكومي. (Uscinsk,2020,p.120)

الاستراتيجية المنهجية:

نوع الدراسة:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية لوصف طبيعة الشائعات التي انتشرت منذ ظهور فيروس كورونا، وكيف واجهت المواقع الإلكترونية الرسمية هذه الشائعات فالغرض من البحث الوصفي هو

وصف خصائص العينة والعلاقات بين الظواهر والمواقف والأحداث التي يلاحظها الباحث، ويفعل الباحثون ذلك عن طريق فهم وقياس أفضل لكيفية توزيع المتغيرات بشكل طبيعي. والنتيجة هي توفير بيانات حول العينة التي تصف العلاقات الأساسية لزيادة فهمنا للأسئلة المطروحة ولهذه الغاية، غالبًا ما تستهدف البحوث الوصفية السكان و / أو الظاهرة وتهدف إلى الإجابة عن الأسئلة "من وماذا ومتى وأين وكيف؟"

إن المهمة الأساسية تهدف إلى وصف ظاهرة اجتماعية عندما تكون جديدة نسبيًا أو تحتاج إلى وصف. من المهم إدراك أنه لا توجد عمومًا فرضيات في البحث الوصفي، وفي مناسبات نادرة عندما يتم عمل الفرضيات، فإنها تتناول الارتباطات والارتباطات، وليس العلاقات السببية. في هذا الصدد، لا تفحص الدراسات الوصفية آثار ظاهرة أو تدخل ولا تشرح أو تؤكد العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة. (Thyer, 2010, p. 120)

الغرض من هذه الدراسة الوصفية هو الدراسة المكثفة لظاهرة لاكتشاف الأنماط والمواضيع المتعلقة بأحداث الحياة عندما يكون لدى الباحث أسئلة محددة حول الظاهرة. إنه بيان استقهام يتضمن فقط ظاهرة الاهتمام، وليس المجموعة المشاركة. (Parse, 2001, p. 57)

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي ويعتمد هذه البحث علي منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي باعتباره جهدًا علميًا منظمًا يساعد في الحصول علي المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراستها، يعتبر منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، وقد تم استخدام هذا المنهج لتوصيف وتحليل الشائعات وكيفية مواجهتها . (السباعي، ٢٠١٨م، صفحة ٤٣)

يستهدف هذا المنهج تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها. (نصار، ٢٠١٧م، صفحة ٥٠)

إن المحدد الأهم لأبحاث المسح المفيدة والناجحة هو التحديد الدقيق للمفاهيم الرئيسية قيد الدراسة، في الواقع تفسير المفهوم هو الإجراء الذي يوفر روابط بين المصطلحات أو المفاهيم المستخدمة في الدراسة والتدابير التي تم إنشاؤها تجريبيًا لقياس تلك المفاهيم. هناك نوعان من التعريفات ، وهما (المفاهيمي - التشغيلي).

نستخدم هذين النوعين من التعريفات لمحاولة فهم وإتقان المشكلة قيد التحقيق. في حين أن التعريف المفاهيمي مجرد، فإن التعريف التشغيلي ملموس. بشكل عام، التعريف التشغيلي هو مجموعة من

الإجراءات ينوي الباحث استخدامها لقياس مفهوم معين. مثال على شرح المفاهيم سيساعدنا على فهم عملية التصور في طرق البحث المسحية في الاتصال الجماهيري. (Tanjong,2002,p.109)

طرق وأداة الدراسة:

- أداة الدراسة:

استخدمت استمارة تحليل المضمون كأداة كمية لجمع بيانات الدراسة، حيث تعد استمارة تحليل المضمون أحد الأدوات الأساسية التي يستند إليها باحثو الإعلام في تحليل النصوص الإعلامية المختلفة وتتوقف نوعية الأدوات التي يعتمد عليها الباحث في إجراء دراسته على طبيعة الأهداف التي يسعى لتحقيقها، ووفقاً لأهداف هذه الدراسة؛ فقد تم تصميم استمارة تحليلية لمضمون مواقع الصحة ومنظمة الصحة العالمية (محل الدراسة)، وما تحتويه من معلومات عن القضايا المتصلة بالشأن الذي تقوم به هذه المواقع من نشر الأخبار والتوعية ومواجهة الشائعات

تحليل المحتوى هو تقنية بحث لجعل الاستنتاجات الصالحة القابلة للتكرار والصحيحة من النصوص (أو غيرها من المواد ذات مغزى) إلى سياقات استخدامها. كتقنية، يتضمن تحليل المحتوى إجراءات متخصصة قابل للتعليم والطلاق من السلطة الشخصية للباحث. كتقنية بحثية، يقدم تحليل المحتوى رؤية جديدة، أو يزيد من فهم الباحث لظواهر معينة، أو يعلم الإجراءات العملية وتحليل المحتوى هو أداة علمية من المتوقع أن تكون التقنيات موثوقة وبشكل أكثر تحديداً، يجب أن تؤدي تقنيات البحث إلى نتائج قابلة للتكرار أي أن الباحثين الذين يعملون في نقاط مختلفة في الوقت المناسب، وربما في ظروف مختلفة، يجب أن يحصلوا على نفس النتائج عند تطبيق نفس التقنية على نفس البيانات. التكرار هو أهم شكل من أشكال الموثوقية. يجب أن يسفر البحث العلمي أيضاً عن نتائج صحيحة، بمعنى أن جهد البحث مفتوح للتدقيق الدقيق ويمكن دعم الادعاءات الناتجة في مواجهة الأدلة المتاحة بشكل مستقل. المتطلبات المنهجية للموثوقية والصلاحية ليست فريدة من نوعها ولكنها تتطلب متطلبات خاصة على تحليل المحتوى. (Krippendorff,2004,p.18)

لذلك فإن تحليل المحتوى هو طريقة بحث قائمة على الملاحظة تُستخدم لتقييم النظام الفعلي والرمزي لجميع أشكال الاتصال المسجل بشكل منهجي (Palmer,2005,p.191)

مفاهيم الدراسة:

١- فيروس كورونا المستجد (NCoV2019) :

وفق منظمة الصحة العالمية يعتبر الفيروس سلالة جديدة لم يتم تحديدها من قبل في العالم من فصيلة الفيروسات التاجية والتي تصيب الجهاز التنفسي، والتي تتراوح نتائجها وحدتها بين نزلات البرد الشائعة إلى أمراض أشد خطورة مثل متلازمة الالتهاب التنفسي الحاد (SARS)، والذي كانت بداية ظهوره أيضاً الذي ضرب العالم بين عامي ٢٠٠٢-٢٠٠٣م في الصين، وهو فيروس حيواني

المنشأ. كما تجلت تلك الفيروسات في متلازمة الشرق الأوسط التنفسية الحادة (ميرس MERS)، والتي ظهرت في البداية في المملكة السعودية عام ٢٠١٢م، وانتشرت في بعض دول الشرق الأوسط على غرار السارس فانها أيضاً فيروس حيواني المنشأ مصدره الإبل.

ويمكن فهم المصطلح (nCoV2019) : في سياق تفكيك مكوناته كما تطرحها منظمة الصحة العالمية على النحو التالي:

CO : اختصار لكلمة كورونا (Corona)

VI - اختصار لكلمة فيروس (Virus)

D- : اختصار لكلمة مرض : (Disease)

-nCoV : اختصار لمصطلح فيروس كورونا المستجد (Virus Corona new)

-عام 2019 : ويشير إلى الحد الزمني لمولد المرض، الذي شرع في ضرب العالم في نياية عام ٢٠١٩م. وبالتالي فإن كوفيد-١٩ (COVID-١٩) - هو أحد الأمراض الوبائية المعدية التي يسببها فيروس كورونا الجديد المكتشف مؤخراً. (خشبة، ٢٠٢٠م، صفحة ٦)

• تعريف فيروس كورونا:

الفيروس التاجي من عائلة (Corona viridae) من فيروسات الحمض النووي الريبي أحادية الشريط التي تحتوي على غلاف دهني مرصع بإسقاطات على شكل النادي، والطيور المصابة والعديد من الثدييات بما في ذلك البشر، وتشمل العوامل المسببة لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية، والسارس، وCOVID-19 يمكن للفيروسات التاجية أن تسبب مجموعة متنوعة من الأمراض في الحيوانات، ولكن في البشر تسبب الفيروسات التاجية ثلث نزلات البرد الشائعة وأحياناً التهابات الجهاز التنفسي. (Books, 2020, p.5)

في العديد من البلدان، بما في ذلك الولايات المتحدة وكندا، لا يوجد اختبار معلمي دقيق يحدد COVID-19 كسبب لعدوى إيجابية. وفي الوقت نفسه، لن تقتبس وسائل الإعلام الإحصائيات غير الموثوقة فحسب، بل ستتوقع سيناريو يوم القيامة.

ما هو الفيروس التاجي البشري؟ "الفيروسات التاجية موجودة في كل مكان، فهي موجودة في كل مكان". يتم تصنيفها على أنها "السبب الرئيسي الثاني لنزلات البرد (بعد الفيروسات الأنفية)". منذ اندلاع عام ٢٠٠٣م من سارس (الفيروس التاجي الحاد المتلازمة التنفسية الحادة)، تم تحديد العديد من فيروسات الهالة (الجديدة). يصنف COVID-19 على أنه فيروس كورونا جديد أو جديد يسمى في البداية SARS-CoV-2.

وفقاً للدكتور فولفجانج ودارج، فإن التهاب الرئوي "يسببه أو يرافقه بانتظام فيروسات كورونا".

(Klööz, 2020, p.55)

٢-مواقع التواصل الاجتماعي:

فإن مواقع الشبكات الاجتماعية هي "خدمات قائمة على الويب تتيح للأفراد:

- (١) إنشاء ملف شخصي عام أو شبه عام داخل نظام محدود.
- (٢) توضيح قائمة بالمستخدمين الآخرين الذين يشتركون معهم في الاتصال.
- (٣) عرض وتتبع قائمة اتصالاتهم وتلك التي قام بها الآخرون داخل النظام.

من خلال تقسيم هذا التعريف والبناء عليه، يمكننا تحديد ما يشكل بالضبط بمواقع التواصل الاجتماعي ويسمح الوسط الاجتماعي للمستخدم بإنشاء ملف تعريف داخل الموقع؛ قد يتكون هذا من صورة شخصية أو اسم شاشة أو عنوان بريد إلكتروني أو صورة رمزية أو رمز أو تصوير آخر. يمنح الملف الشخصي المستخدمين تعريفًا محددًا وفريدًا بحيث يمكن للأعضاء الآخرين التعرف عليه من جميع الأعضاء الآخرين على النظام. بمجرد قيام المستخدمين بإنشاء ملف تعريف فريد، قد يجدون أعضاء آخرين ويتواصلون معهم. وهذا يشمل الأصدقاء أو المعارف من العالم الحقيقي، وقد يمتد إلى المستخدمين الذين التقوا من خلال الموقع نفسه. (Helenek,2013,p.1)

- **"يعرف مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي على أنه المنطقة التي يشارك فيها المستخدمون المعلومات والأفكار والاهتمامات الشخصية، وهذا يشمل أيضًا أدوات ومواقع الويب. وفي الوقت نفسه، وهو مفهوم شامل يجمع بين التكنولوجيا والاندماج الاجتماعي مع الصور ومقاطع الفيديو والملفات الصوتية (Ta?k?ran,2015,p201)**

• ما هي وسائل التواصل الاجتماعي؟

وسائل التواصل الاجتماعي هي تطبيقات تمكّن الناس من التفاعل مع بعضهم البعض وبناء شبكات اجتماعية تزيد رأس المال الاجتماعي، هذه الظاهرة الهائلة تغير طريقة إنشاء المحتوى واستخدامه كما اقترح، فإن تعريف وسائل الإعلام الاجتماعية غامض. بالمعنى الواسع، يصف شكلاً من أشكال النشر يتم فيه تبادل القصص بدلاً من نشرها داخل المجتمع "مثل الدردشة في مطعم". ولكن بالمعنى الضيق، تصف وسائل التواصل الاجتماعي كيف يمكن للناشرين توزيع رسائلهم على آلاف الأشخاص، وتشجيعهم على بناء روابط قوية ويصف (كاستيلز) مجتمع الشبكة بأنه ثقافة يتم بناؤها فعلياً "من خلال أنظمة إعلامية منتشرة ومتراصة ومتنوعة". (Huang,2013,p.9)

يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "مواقع تتشكل من خلال الإنترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر"، ولعل من أبرز هذه المواقع ال "فيس بوك" و "تويتر" و "جوجل بلس" و "لينكد إن"، وغيرها من المواقع المتخصصة مثل "يوتيوب" و "إنستغرام". (خليفة، ٢٠١٦م، ص٤٢)

٣- الاستراتيجية:

العناصر والتقنيات إلى منتج ملموس إلى ما يجب إن يكون عليه المجتمع، ويعرف نبيل حامد مرسي بالخطوة الاستراتيجية بأنها هي: "خطة إنمائية طويلة الأجل يحدد فيها فلسفة المنظمة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها والبرامج الزمنية لتحقيق هذه الأهداف".

ونرى في تعريف الاستراتيجية لغة واصطلاحاً: أنها مفهوم انتقل إلى الواقع المدني من الواقع العسكري، وقد جاء في تعريفها اصطلاحاً أنها تخطيط إلى ما يجب أن يكون عليه المجتمع، أي أنها رؤية مستقبلية،

أما تعريف نبيل حامد مرسي لها بالقول أنها الخطوة الاستراتيجية، فإن هذا التعريف خلط بين الخطوة والاستراتيجية وهو ما درج عليه الباحثون العرب، وبعد ذلك خطأ في تقديم المفهوم. (عبد الحافظ ٢٠١٤م، ص ٩٢)

٤- الشائعات:

إن القيام بذلك يتطلب أن نميز بين فعل الإشاعة والفعل الإشكالي في الترويج للشائعات، وهي عملية انتقال غير موثوقة وخبيثة. ثم سأقوم بمقارنة الشائعات ومقارنتها بنظريات المؤامرة، التي يُعتقد أحياناً أنها تعاني من عيوب مماثلة.

• تعريف الإشاعة على أنها:

اقترح لم يتم التحقق منه سمعه وكيل واحد، ثم يعبرون عنه إلى وكيل آخر. هذا تعريف يتماشى مع كيفية تعريفنا للإشاعة. الآن أعتقد أنه من المهم لأي تعريف للشائعات أن المستمع يجب أن يعتقد أن الشائعات التي يفكرون بها والتي نطق بها بعض المتحدثين مقبولة أي أن المستمع يعتقد أنه قد يكون صحيحاً. (Dalziel, 2013, p.46)

• الشائعات : هي عملية ومنتج، ومسرّع للسلوك الجماعي، وشكل من أشكال السلوك الجماعي

نفسه، آلية تنتشر في السلوك الجماعي ومثال للسلوك الجماعي.

يعتقد أن الشائعات هي قصص كاذبة. في الواقع، لا يعرف الخبراء الإشاعة ليس من خلال زيفها - ولا من محتواها على الإطلاق ولكن من خلال افتقارها إلى الأدلة. بحكم التعريف، يتم إخبار الشائعات بدون وثائق واقعية موثوقة؛ في مرحلة لاحقة من الوقت، يمكن أن يتبين أنهم قد تم التحقق منهم، أو ثبت أنهم زائفون - ما يهم هو أنه في وقت إخبارهم، لم يتم التحقق من صحتها. الشائعات هي الإشاعات. يتم إخبارهم وتصديقهم وتمريضهم ليس بسبب ثقل الأدلة ولكن بسبب توقعات القائلين بأنهم يقوسون الهدنة في المقام الأول.

• هناك أربعة عوامل تسهل عملية الترويج للشائعات:

الأهمية الموضوعية أو "المشاركة ذات الصلة بالنتائج"؛ عدم اليقين أو الغموض؛ القلق الشخصي؛ والمصادقية.

عندما تكون هذه العوامل الأربعة عالية، من المرجح أن تنتشر العديد من الشائعات. عندما تكون منخفضة، من غير المرجح أن يتم تداول الشائعات. كقاعدة عامة، فإن قصة عن موقف يُعتقد أنه غير مهم في آثاره ليست مصدرًا للمضاربة. الشائعات حول الأحداث التي يشعر المستمعون بأنها غير مهمة، أو ذات صلة ضئيلة أو غير ذات صلة بحياتهم، تقل احتمالية نقلها إلى حد كبير، ومن المرجح أن تكون ميتة إذا تم إخبارها عن الشائعات حول الأحداث التي شعرت بأنها عواقب مهمة، سواء كانت جيدة أو سيئة. (Ben-Yehuda, 2009, p.131)

• كما تم تعريف الشائعات في: قاموس التراث الأمريكي ...

هي "معلومات غير مؤكدة ذات أصل غير مؤكد تنتشر عادة عن طريق الكلام إشاعات" بحكم تعريفها يمكن للشائعات أن تأخذ "حياة خاصة بها"، بمعنى أنها يمكن أن تنمو، وتتوسع، وحتى تتغير في النطاق والاتجاه أثناء انتقالهم من خلال منظمة. للشائعات هو عدم اليقين! يتم تعريف القيل والقال على أنه "إشاعة أو حديث عن طبيعة شخصية أو مثيرة أو حميمية". (D.B.A, 2007, p.99)

• الإشاعة .. عبارة عن نبأ أو حدث قادر على الانتشار والانتقال من شخص لآخر من شأنه زعزعة الرأي العام أو تجميده دون التثبت منه. (إسماعيل، ٢٠٢٠م، ص ١٤٢)

٥- الاستراتيجيات الإعلامية لمواجهة الشائعات في المراحل المختلفة للأزمات:

واتفقت الباحثة مع الدكتورة (هويدا مصطفى) في تحديد السياسات الإعلامية للنظام الإعلامي أهداف وآليات عمل الإعلام للتصدي للشائعات التي تنشط وقت الأزمات. وهذه الاستراتيجيات تتحدد فيما يلي:

١- إستراتيجية التركيز: ويقصد بها استخدام وسائل إعلامية متعددة لتوصيل رسائل إلى جماهير

منتشرة في مناطق جغرافية بعيدة وهي الإستراتيجية التي تستخدم في مواجهة الأزمات والكوارث.

٢- الإستراتيجية الديناميكية النفسية: وتقترح هذه الإستراتيجية التركيز على عوامل إدراكية أو

عاطفية للتأثير في الفرد والجماعة باستخدام استمالات عاطفية أو إثارة انفعالات ومخاوف مع

التركيز على أهمية المعتقدات والاتجاهات والنوايا السلوكية.

٣- الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية: تقترح هذه الإستراتيجية تقديم رسائل إعلامية مقنعة تحدد أو

تعيد تحديد المتطلبات الثقافية وقواعد السلوك لدى الأفراد والجماعات داخل المجتمع، بحيث

يؤدي ذلك إلى تعديل في السلوك الاجتماعي، فإقناع الفرد يأتي عبر إحداث تعديل في الضوابط

الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع وإعادة صياغتها.

٤- **استراتيجية بناء المعاني:** تفترض هذه النظرية أن التأثير الإعلامي أو الإقناع يحدث عندما تنتج وسائل الإعلام في تعديل المعاني والصور والرموز المحيطة بالإنسان، وإكسابها معاني جديدة.

٥- **استراتيجية الاتصال الوقائي:** كشفت أغلب الدراسات أن الاستراتيجيات الإعلامية المستخدمة لمواجهة الشائعات تعمل بعد ظهور وتداول الشائعة، أي أن لها طابعاً دفاعياً، من هنا ظهرت الحاجة إلى تطوير إستراتيجية وقائية تستخدم كافة وسائل الإعلام من أجل توعية المواطنين بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر الناجمة عنها، وكيفية تحليلها للكشف عما تتضمنه من أكاذيب ومغالطات، وتعتمد هذه الإستراتيجية على التعاون والتنسيق بين وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية والتربوية وأجهزة وإدارات الإعلام الأمني وفريق إدارة الأزمة ولجان رصد ومتابعة الشائعات. وتسعى إستراتيجية الاتصال الوقائي إلى تحقيق أهداف تربوية على المدى البعيد، مع إبقاء المجتمع ومؤسساته في حالة وعي وبقظة بمناخ الشائعات وأساليب ووسائل ترويجها.

٦- **استراتيجية الموقف المشكل:** تقدم هذه الإستراتيجية طريقة منظمة العمل ووسائل الإعلام وتقييم مدى دقة المعلومات التي تقدمها حول الموقف المشكل.

- **والفرضية الأولى التي تقوم عليها هي:**

- دراسة الأزمة ذاتها.

- دراسة وظائف الإعلام في حل الأزمة.

- **أما الفرضية الثانية:**

فتقترح مخططاً من ثلاث نقاط للتعامل الإعلامي مع الأزمة يهتم بدراسة وعرض وتحليل الجوانب الثلاث التالية:

- نتائج المشكلة أو الأزمة.

- أسباب المشكلة أو الأزمة.

- الحلول المطروحة للمشكلة أو الأزمة.

وشدة الاستراتيجيات الست تستخدم كلها أو بعضها لمواجهة الشائعات التي تظهر خلال المراحل المختلفة للأزمة. (مصطفى، ٢٠١٨، ص ٩٢-٩٣)

٦- **التعريف الإجرائي للبحث:**

الشائعات الصحية: إن الشائعات هي شكل خاص من المعلومات الخاطئة التي لا أساس لها من الصحة - وتتميز بسمتين.

أولاً: الشائعات هي بيانات تفنر إلى معايير محددة من الأدلة.

ثانياً: الشائعات أكثر من مجرد معتقدات هامشية. تكتسب قوتها من خلال الانتقال الاجتماعي على نطاق واسع.

عرف [Sunstein].. المصطلح على أنه "ادعاءات الحقيقة - حول الأشخاص والمجموعات والأحداث والمؤسسات - التي لم يثبت أنها صحيحة، ولكن تلك الانتقال من شخص إلى آخر وبالتالي لها مصداقية ليس لأن الأدلة المباشرة هي معروف بدعمهم، ولكن لأن الآخرين يبدو أنهم يصدقونهم ". مع ظهور عصر الإنترنت، انخفضت تكلفة إنشاء المعلومات ونشرها بشكل حاد، كما ارتفع عدد الشائعات بشكل حاد. عندما تنتشر الشائعات المتعلقة بالصحة، فإنها لا تخلق الارتباك فحسب، بل تثير أيضًا القلق غير الضروري اعتمادًا على قدرتهم على خلق القلق، تصنف الشائعات عادة على أنها إما خائفة أو رغبة، عادة ما يتسبب النوع السابق من الشائعات في حالة من الذعر بشأن التهديدات الصحية، بينما يؤدي النوع الثاني إلى الاعتقاد بفوائد صحية خاطئة. (Salvendy, 2019, p.98)

عينة الدراسة:

لتحديد عينة الدراسة قامت الباحثة بإجراء دراسة تطبيقية على موقع وزارة الصحة والسكان ومنظمة الصحة العالمية كعينة للدراسة التحليلية.. استخدمت استمارة تحليل المضمون كأداة كمية.

الإطار الزمني:

امتدت الفترة الزمنية التي خضعت خلالها المواقع (عينة الدراسة) لعملية التحليل لمدة شهرين بدأت من ١ مارس إلى ٣١ مايو ٢٠٢٠م.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في جميع المنشورات التي تم نشرها على مواقع الإلكترونية الرسمية الموجودة على هذه المواقع التي وصلت لـ ٣٣ شائعة في الفترة من تاريخ ١ مارس ٢٠٢٠م إلى ٣٠ مايو ٢٠٢٠م.

الأسلوب الإحصائي المستخدم:

تم تحويل مضمون الشائعات من الأسلوب الكيفي إلى الأسلوب الكمي من خلال محاور، وقد تم استخدام الإحصاءات البسيطة وهي التكرارات والنسب المئوية والترتيب لمضمون الشائعات على المواقع الإلكترونية الرسمية في مواقع التواصل الاجتماعي.

أداة جمع البيانات:

اعتمد على استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات المرتبطة بموضوع البحث، تكونت الأداة من ستة محاور رئيسية: (مضمون الإشاعة، نوع الإشاعة، أسلوب الإشاعة، الغرض المتوقع من الإشاعة، المستهدفون من الشائعة، تاريخ النشر).

الدراسة التحليلية:

جدول (١)
يوضح مضمون الشائعات

منظمة الصحة العالمية			وزارة الصحة والسكان		
الترتيب	%	التكرار	الترتيب	%	التكرار
			٢	٣.٣	١
			٣	١.٦	٢
			٣م	١.٦	٢
			٣م	١.٦	٢
			٢	٣.٣	١
٢	١٢.١	٤	٤	١.١	٣
٤	١.١	٣	٣م	١.٦	٢
٣	١.٦	٢			
١	١٤.٥	١			
٣م	١.٦	٢	١	١٤.٥	١

يتضح من الجدول من خلال أنواع الشائعات حيث جاءت الشائعات التي قامت بمواجهتها موقع وزارة الصحة والسكان من خلال تحليل مضمون هذه الشائعات، أنه يستغل مضمون الشائعة أخبار تتضمن جزءاً من الحقيقة ويتم اختزالها وتوظيفها لمقاصد معينة وتقارير معينة وتصريحات لا أساس لها من الصحة، حيث جاء في المرتبة الأولى الشائعات؛ شائعات عن أدوية جديدة لعلاج فيروس كورونا بنسبة ١٤.٥% وجاء بالمرتبة الثانية الشائعات؛ شائعات بإجراء تحليل لفيروس كورونا المستجد بمقابل مادي في المنازل للكشف على المواطنين، وشائعات بإجراء تحليل لفيروس كورونا المستجد بمقابل مادي في المنازل للكشف على المواطنين بنسبة ٣.٣% تليها الشائعات بتصريحات مفبركة منسوبة للوزارة وشائعات نشر بيانات أو إحصائيات خاصة المتعلقة بفيروس كورونا دون الرجوع للمصادر الرسمية المعتمدة، وشائعات بروتوكولات علاج لفيروس كورونا متداولة على وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة ١.٦%، وتليها الشائعات شائعات مزيفة العادات الصحية لفيروس كورونا بنسبة ١.١%، أما الشائعات التي واجهتها منظمة الصحة العالمية على موقعها الرسمي جاء في المرتبة الأولى إشاعات لإصابة الناس بالخوف والقلق من خطر فيروس كورونا بنسبة ١٤.٥%، يليها شائعات مزيفة العادات الصحية

لفيرس كورونا بنسبة ١٢.١%، يليها شائعات عن استخدام الأشعة والشبكات في انتشار فيروس كورونا وشائعات عن أدوية جديدة لعلاج فيروس كورونا بنسبة ١.١%.

جدول (٢)
يوضح (أنواع الشائعات)

م	أنواع الشائعات	التكرار	%	الترتيب
١	سياسية	٢	١.٦	م٣
٢	اقتصادية	١	٣.٣	٢
٣	اجتماعية	٣	١.١	٤
٤	دينية	١	م٣.٣	م٢
٥	علمية	٢٢	٦٦.٦	١
	امنية	٢	م١.٦	٣
	تجارية	٢	م١.٦	م٣

يتضح من الجدول السابق أنواع الشائعات فجاء في المرتبة الأولى الشائعات العلمية في المرتبة الأولى بنسبة ٦٦.٦% لأن الجمهور لازال إلى هذا الوقت يبحث عن سبل لحمايته نفسه من هذا الفيروس والتعرف على هذا الفيروس المستجد، فالشائعات العلمية كانت أقوى تأثير في هذه الفترة الزمنية يليها الشائعات الاقتصادية والدينية بنسبة ٣.٣%، يليها الشائعات السياسية والأمنية والتجارة بنسبة ١.٦% يليها الشائعات الاجتماعية بنسبة ١.١%.

جدول (٣)
(أسلوب الشائعات)

م	أسلوب الشائعات	التكرار	%	الترتيب
١	جذب الانتباه	٢	١.٦	٤
٢	إخباري	٥	١٦.٥	٢
٣	استغلال العاطفة	١	٣.٣	٣
٤	توعوي	١١	م٣٣.٣	١
٥	التخويف	٣	١.١	٥
٦	التشويق العلمي	٥	١٦.٥	م٢

تبين من الجدول السابق أسلوب الشائعات حيث جاء في المرتبة الأولى أسلوب التوعوي بنسبة ٣٣.٣% يليه أسلوب الإخباري وأسلوب التشويق العلمي ١٦.٥%، يليه أسلوب استغلال العاطفة ٣.٣%، يليه أسلوب جذب الانتباه ١.٦%، يليها أسلوب التخويف ١.١%.

جدول (٤)
(الغرض من الشائعات)

م	نوع الشائعة	التكرار	النسبة	%
١	زعزعة الأمن وإثارة القلق	٤	١٣.٢	٢
٢	نشر أخبار مغلوطة	٣	١.١	٤
٣	تقسيم الرأي العام	٢	١.٦	٣
٤	تأجيج المجتمع ضد الدولة	٢	١.٦	٣
٥	نشر الخرافة والتضليل العلمى	١٦	٤٨.٤	١

اتضح من الجدول السابق الغرض من الشائعات جاء نشر الخرافة والتضليل العلمى في المرتبة الأولى بنسبة ٤٨.٤%، يليها زعزعة الأمن وإثارة القلق ١٣.٢%، ويليهما تأجيج المجتمع ضد الدولة وتقسيم الرأي العام بنسبة ١.٦% ونشر أخبار مغلوطة ١.١%.

جدول (٥)
المستهدفين من الشائعة

م	المستهدفين من الشائعة	التكرار	%	الترتيب
١	الدولة	٧	٢١.٢	٢
٢	المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة كل جديد عن الفيروس المتسجد	١٤	٤٢.٤	١
٣	المتعافين من الكورونا	١	٣.٣	٣
٤	المصابين بحالات بسيطة من فيروس كورونا (العلاج المنزلى)	٢	١.٦	٤

تبين من الجدول السابق أن المستهدفين من الشائعات جاء فى المرتبة الأولى المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٤٢.٤% فى المرتبة الأولى وجاء الشائعات التى تستهدف الدولة فى المرتبة الثانية بنسبة يليها ٢١.٢% يليها الشائعات التى استهدفت المتعافين من الكورونا بنسبة ٣.٣% تليها الشائعات المرتبطة بالمصابين بحالات بسيطة من فيروس كورونا بنسبة ١.٦%. وتتفق هذه النتائج مع المضمون الذى احتواه هذه الشائعات.

جدول (٦)
يوضح توزيع الشائعات في الفترة الزمنية المختارة للتحليل

م	الشهر	التكرار	%	الترتيب
١	مارس	١١	٣٣.٣	١
٢	أبريل	٨	٢٤.٢	٢
٣	مايو	٨	٢٤.٢	٢م

اتضح من بيانات الجدول السابق توزيع الشائعات في الفترة الزمنية المختارة للتحليل حيث جاء شهر مارس في المرتبة الأولى بنسبة ٣٣.٣%، حيث أنه كان ذروة الشائعات في هذا الشهر يليها شهر إبريل ومايو بنسبة ٢٤.٢%.

نتائج الدراسة التحليلية:

١- مضمون الشائعة:

تظهر خطورة مضمون الشائعات فيما تبثه من مشاعر الإحباط والتشكيك وانعدام الثقة لدى المواطن فيما تعرضه هذه المواقع الإلكترونية الرسمية كموقع وزارة الصحة والسكان ومنظمة الصحة العالمية، وهذا ما يهدف إليه المتربصون بأمن واستقرار مصر، ويسعون لتحقيقه بشكل مستمر، وبما لديهم من وسائل وتقنيات وينفقون في سبيل ذلك أموالاً طائلة تمكنهم من النجاح فيما يهدفون إليه، ويساعدتهم في ذلك ضعف الوعي لدى البعض، وقلة المعلومات وغياب الرؤية لدى البعض، وكذلك الضعف في المواجهة والرد وغياب دور الإعلام المنوط به إزالة الغموض وتوضيح الحقائق بالأدلة والبراهين بما لا يدع مجالاً للشك لدى المواطنين، ويكون الرد على الشائعة بالحقيقة فينسفها من الأساس وازدادت الشائعات عن أدوية جديدة لعلاج فيروس كورونا بنسبة ١٤.٥% كما اتفقت دراسة (Svenja Boberg, 2020) مع الدراسة الحالية من حيث أن وسائل التواصل الاجتماعي جعلت الأحداث تدور حول أيديولوجية المواطنين. ونشر "أخبار وهمية" يحتمل أن تكون خطرة أو نظريات المؤامرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام والقنوات الأخرى عبر الإنترنت، و يساهمون في تهديد متناقض، وعدم الثقة في الرؤية العالمية.

فمنذ ظهور فيروس كورونا، والسوشيال ميديا تموج بالشائعات المتكررة عن الفيروس، الأمر الذي أصاب البعض بحالة من الفزع. واستغل بعض رواد السوشيال ميديا حالة الشغف عند المواطنين لمعرفة أخبار "كورونا"، وتحولوا إلى خبراء في كل شيء، يمتطرون الجميع بسيل من الأخبار المغلوطة والشائعات. واستغلال الأحداث لإثارة حالة من الفوضى بالبلاد بالرغم من كون الأمر حدث عالمي، إلا أن هؤلاء الأشخاص دأبوا على تزييف الحقائق عن مصر.

ونظراً لخطورة ما ينتشر على مواقع التواصل الاجتماعي من شائعات، كما حذر خبراء أمنيون من خطورة تداعي نشر الأخبار المغلوطة ودورها في خلق مناخ تشاؤمي، والاستناد فقط للبيانات الرسمية كما أن هذا المضمون قد يستخدم فيه عنصر المبالغة، كما تم توجيهها طبقاً للظروف التي تستغل فيها وتم فبركة الشائعات بطريقة يقبلها المنطق والعقل.

إنشغلت منصات التواصل الاجتماعي الكبرى في زمن كورونا بتسهيل التعامل بين الناس خلال فترات العزل الطويلة نسبياً عبر العالم، ولهذا السبب ازدادت بمواقع التواصل الاجتماعي الشائعات والأخبار المفبركة.

٢- أنواع الشائعات:

يتضح من الجدول السابق أنواع الشائعات، فجاء في المرتبة الأولى الشائعات العلمية في المرتبة الأولى بنسبة ٦٦.٦%، لأن الجمهور لازال إلى هذا الوقت يبحث عن سبل لحمايته نفسه من هذا الفيروس والتعرف على هذا الفيروس المستجد، فالشائعات العلمية كانت أقوى تأثيراً في هذه الفترة الزمنية، تلك الشائعات والتي باتت تعرف بـ"وباء المعلومات (Infodemic)"

مما قد يسبب الذعر والارتباك بين الناس، أو يهون من خطورة بعض الأمراض. لذلك لابد للجميع بتحري المعلومات من مصادرها الموثوقة، سواء من موقع وزارة الصحة أو من موقع منظمة الصحة العالمية. " يليها الشائعات الاقتصادية والدينية بنسبة ٣.٣%.

قيام "جهات فاعلة ذات أهداف" بـ"توظيف الرسائل الإخبارية عن طريق فرز وانتقاء الأدلة التي تحبذ موقفاً مفضلاً وأن تستخدم نواة من الحقيقة لخلق انطباع من عدم اليقين، أو حتى لإقناع الناس بدعوى مزيفة يليها الشائعات السياسية والأمنية والتجارة بنسبة ١.٦% وهذه الشائعات تسعى إلى زعزعة الأمن الوطني والقومي يليها الشائعات الاجتماعية بنسبة ١.١% فالغرض الأساسي من أي شائعة ديني أو سياسي، فهي تحمل في طياتها هذا النوع من الشائعات فتستخدم خوف الجمهور ومشاعرهم لتحقيق أغراضهم في هدم المجتمع.

٣- أسلوب الشائعة:

لا توجد شائعة إلا وتأخذ نوعاً معيناً وموجهاً وذلك لاحتامية مضمون الشائعة والبيئة التي تساعد على بث نوع معين، مستغلة بذلك طبيعة الظروف والأحداث حيث جاء في المرتبة الأولى أسلوب التوعوي بنسبة ٣٣.٣% لجذب المواطنين لتصديق هذه الشائعات ومن خلال عرض بروتوكولات العلاج المختلفة وترويج أنباء كاذبة وأخبار مشكوك في صحتها لأجل إضعاف الروح المعنوية. كل هذه الشائعات تستهدف إثارة القلق والرعب في نفوس الناس.. والشائعات المليئة بالخيالات والأمانى والأحلام لتحقيق أحلام الجمهور في إيجاد علاج لفيروس كورونا يليه أسلوب الإخباري وأسلوب التشويق العلمي ١٦.٥% فصناعة الأخبار وأساليب إعدادها وإخراجها قد شهدت تطوراً كبيراً، وقد امتد هذا التطور ليشمل لغة

الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوابله والشكل الذي يصل به إلى المتلقي لكي تجذب الجمهور لمتابعتها وتصديقها وزيادة التشويق للمتابعة. يليه أسلوب استغلال العاطفة ٣.٣%، يليه أسلوب جذب الانتباه ١.٦%، يليها أسلوب التخويف ١.١%. لذا أكدت دراسة Jinling Hua and Rajib Shaw 2020 على تنظيم عقوبات للحد من تأثير الأخبار المزيفة في عصر المعلومات هذا ووسائل التواصل الاجتماعي.

هذا، فإن الشائعات تؤدي إلى تعميم مشاعر الإحباط داخل المجتمع وخصوصاً عند انتشارها واستمرارها تحتاج لظهور مصدر رسمي يقوم بالنفي أو تصحيح المعلومات ..

٤ - الغرض من الشائعات:

الغرض من الشائعات كل شائعة لا بد لها من غرض مقصود سواء كان هذا الغرض مباشراً أو غير مباشر، ولقد تعددت أغراض الشائعات في هذه الدراسة، فقد بلغت الشائعات التي تنشر الخرافة والتضليل العلمي في المرتبة الأولى بنسبة ٤٨.٤% مسألة أن هناك أشخاصاً أو عائلات أو قوى أو حتى دول تقف وراء نشر الفيروس المسبب للوباء والخرافات التي تنتشر بين الفئات. ، أي تطور نظام اقتصادي عالمي جديد متسقاً مع استنتاجات أغلب الناس بأن "ما بعد وباء كورونا لن يكون كما قبله" واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة Shadi Shahsavari, Pavan Holur & others 2020 حيث أن الشائعات ونظريات المؤامرة حول الوباء تشكل تهديداً كبيراً ليس فقط المؤسسات الديمقراطية مثل: الصحافة الحرة والمفتوحة والموثوقة، بل قامت بالزحف إلى مواقع التواصل الاجتماعي والتقارير الإخبارية ويليها زعزعة الأمن وإثارة القلق ١٣.٢% فتعد الأزمات أرضاً خصبة لظهور الشائعات، وذلك يتضح جلياً في الأزمات المفاجئة والقوية مثل أزمة فيروس كورونا والشائعات التي تدور حوله في مواقع التواصل الاجتماعي بغرض زعزعة الأمن، والشائعات هي الأحاديث والأقوال والأخبار والروايات والقصص المنقولة بين الناس دون التأكد من صحتها، حيث تنقل بعض الحسابات أخباراً ومعلومات مغلوطة في وقت الأزمات والكوارث لإثارة الانتباه وجذب المتابعين والحصول على التفاعل .

ويليها تأجيج المجتمع ضد الدولة لتأجيج الأزمات ومحاولة بث الإحباط في نفوس المصريين والتي باتت تطل قطاعات حساسة للدولة كالقطاع الصحي والمناخي والاقتصادي، والأخطر هو انسياق أفراد المجتمع خلف هذه الأكاذيب، بل والمساهمة في نشرها وتداولها، عن عدم دراية ووعي في التعامل معها.. حيث نشرت بعض الصفحات الإخبارية على فيسبوك أخباراً زائفة حول أعداد المصابين بالفيروس قبل أيام مما تسبب في حدوث زعر بين المواطنين، أو شائعات حول انتشار فيروس كوفيد-١٩ في منطقة معينة لم ينتشر فيها الفيروس، أو حتى اختلاق أزمات وافتعال مشكلات أو نشر معلومات طبية ليس لها أساس من الصحة، وأيضاً تقسيم الرأي العام، فالمعلومات أو الأفكار التي يتناقلها الناس، دون أن تكون مستندة إلى مصدر موثوق به يشهد بصحتها، أو هي الترويج لخبر مخلق لا أساس له من

الواقع، أو يحتوي جزءاً ضئيلاً من الحقيقة بنسبة ١.٦%، ونشر أخبار مغلوطة ١.١%. الحروب الحديثة التي تستغل الأوضاع السياسية والصحية في البلاد لإثارة البلبلة وتزييف الحقائق وإحداث كوارث كبرى، فما يحدث على مواقع التواصل بشأن نشر بروتوكولات علاجية لفيروس كورونا متوقع وضمن مخطط حروب السوشيال ميديا التي تحتاج إلى مجابقتها ومواجهتها وتوعية الناس منها.

٥- المستهدفين من الشائعات:

بما أن للشائعات مجموعة من الأركان تتمثل في مصدر الشائعة ومضمونها ومتلقيها وهدفها، فهي حتماً لها مستهدفون تتمثل في التأثير على فئة أو شريحة أو مجتمع أو غيره. تبين من الجدول السابق أن المستهدفين من الشائعات جاء في المرتبة الأولى المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٤٢.٤% في المرتبة الأولى انتشار العديد من الشائعات التي تستهدف مشاعر المصريين، فهي تستهدف الشائعات جذب الأنظار والاهتمام إلى قضية معينة وتحويل الرأي العام، بهدف إثارة الاهتمام بهذه الشائعة الكاذبة.

فشبكات التواصل الاجتماعي هي الشائعات التي لها انعكاساتها الخطرة في ظل سرعة انتشار المعلومة وامتدادها عبر شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث هناك الكثير من الشائعات والأخبار الكاذبة والملفقة التي سرعان ما يجرى تداولها على نطاق واسع، في أكثر من منصة تواصل إلكتروني، وما تشهده تلك الأخبار من عبث ومتابعة مستمرة من جانب المستخدمين الذين يشاركون بالرأي أو بإضافة معلومة جديدة للخبر غير الصحيح من أساسه مما يؤدي إلى انتشاره. **واتفقت هذه الدراسة**

الحالة مع دراسة Nikhil Kumar Rajput, Bhavya Ahuja 2020 Grover&others: من

خلال أن مشاركة المحتوى عبر الشبكات التي تضم عشرات الملايين من الأعضاء الذين يتفاعلون مع المحتوى ملايين المرات؛ وأنها تنتج محتوى أقل من غيرها من مصادر الأخبار المستقلة والعالمية، لكنها يمكن أن تحقق الكثير عشرة أضعاف المشاركة الفعالة في المواد التي ينتجونها، ويسيسون الأخبار والمعلومات الصحية عن طريق انتقاد الديمقراطيات على أنها فاسدة، الإشادة بقيادتهم العالمية في البحث الطبي وتوزيع المساعدات، تعزيز نظريات المؤامرة حول أصول الفيروس التاجي وخيارات السياسة وكالات الصحة العامة الدولية.

وجاء الشائعات التي تستهدف الدولة في المرتبة الثانية بنسبة يليها ٢١.٢% وهدفها إسقاط الدولة المصرية، بعد انتشار فيروس كورونا، بالإضافة لترويع المصريين وبث الرعب في أنفسهم، إن الشائعات من شأنها أن تدمر وطنًا بأكمله، كما أن "الفييس بوك" يعتبر من أكثر المنصات التي تروج للشائعات في مصر، الهدف من هذه الشائعات هو إثارة البلبلة ونشر الفوضى، وعدم الاستقرار وصناعة الإحباط وفقدان الأمل بين الشعب، لشائعات هي إحدى أدوات الجيل الرابع والجيل الخامس من الحروب التي تستهدف مصر والمنطقة العربية بقصد تخريبها من الداخل، ونشرها من خلال وسائل التداول الاجتماعي

بقصد التشكيك لخلق البلبلة والتساؤل المتداول عن صحتها من عدمه، وأحياناً كثرة تغطية الإشاعة لخبر عادى متداول بشيء من المبالغة والتهويل وعرضه بشكل مغاير لصحته بقصد قلب الحقائق، استهدافاً نحو التأثير النفسى على المواطنين المتلقين لهذه الشائعة وتصديقها ومن ثم بثها ضمن هذه التقنية الحديثة المنتشرة فى المجتمعات المختلفة.

يليه الشائعات التى استهدفت المتعافين من الكورونا بنسبة ٣.٣% فالشائعات الكاذبة شككت فى علاج المتعافين وأوهمتهم بأنه لا يمكن التعافى من فيروس الكورونا وأنه سيظل مدى الحياة، وهذا يثير القلق والخوف فى نفوس الجمهور، تليها الشائعات المرتبطة بالمصابين بحالات بسيطة من فيروس كورونا بنسبة ١.٦%. فقد امتدت الشائعات للعلاج والإضرار بالجمهور من خلال بروتوكولات علاج فيروس كورونا المتداولة بشكل خاطئ على مواقع التواصل الاجتماعى، فمعظم الشائعات تستهدف إثارة البلبلة وإحداث الفتن بين الناس وإثارة الذعر والبلبله والتضليل وتتفق هذه النتائج مع المضمون الذى احتوته هذه الشائعات.

٦- توزيع الشائعات فى الفترة الزمنية المختارة للتحليل:

اتضح من بيانات الجدول السابق توزيع الشائعات فى الفترة الزمنية المختارة للتحليل حيث جاء شهر مارس فى المرتبة الأولى بنسبة ٣٣.٣%، حيث أنه كان ذروة الشائعات لتفشى فيروس كورونا فى هذا الشهر، فالشائعات والأكاذيب التى يطلقها المغرضون بغرض بث الرعب وزعزعة الأمن، فانتشرت الكثير من الشائعات والأقاويل الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعى وذلك لكثرة الأحداث الذى تمر بها البلاد والعالم فى هذه الفترة"، ومع انتشار فيروس كورونا الجديد على مستوى العالم، زادت الشائعات بشأنه، ما شكل قلقاً إضافياً للجمهور، خاصة أنها تزرع بذور الشك، وتتسبب بتكدير الرأي العام، وبث الرعب فى نفوس المواطنين، وتغيبب الوعى وتزييف الحقائق الراسخة فى الأذهان، يليها شهر إبريل ومايو بنسبة ٢٤.٢%. حيث قلّ تداول الشائعات بدأ يزداد وعى الجمهور من خلال تلقى الأخبار من المواقع الإلكترونية الرسمية، فالقاعدة الأساسية فى التعامل مع المحتوى الذى ينتجه مستخدمو التواصل الاجتماعى هي عدم إعادة النشر إلا فى حال التحقق من مصدر موثوق، وأن الاعتماد على مستخدمى التواصل الاجتماعى كمصدر للأخبار دون الأخذ بالاعتبار دقة هذه المعلومات من عدمها يتسبب فى نشر الكثير من الأخبار غير الصحيحة، وبالتالي ترويج الشائعات.

وبهذا السياق فإن مواقع التواصل الاجتماعى يوفر للمستخدمين منافذ يعبروا من خلالها عن استجاباتهم الفردية والجماعية لتفشي جائحة كورونا، كما أنه يشكل تفاعل المشتركين باتجاهين، إيجابي يحاول التعايش مع الأزمة وتخطيها، وسلبي يحاول توظيف الأزمة لنشر الشائعات والخرافات، وأحياناً لنشر توجهات عنصرية أو إجرامية أو حتى أيديولوجية مختلفة. كما ساهمت وسائل التواصل الاجتماعى بشعور الأشخاص بأن الأزمة جماعية وأنهم ليسوا وحدهم الذين يعانون منها، الأمر الذى خفف من وطأة الأزمة بشكل عام. إذ أتاح المحتوى المتوفر عبر وسائل التواصل الاجتماعى خلال أزمة انتشار وباء

كورونا بما احتوى من فيديوهات منزلية وأمور ترفيهية، في جعل الحجر المنزلي أخف وطأة، كون مشاركة هذا النوع من المحتوى يظهر للأشخاص أنهم ليسوا وحدهم والأمور ليست بالسوء الذي يتخيلونه. ومن هذه النتائج يمكننا الإجابة على التساؤلات الآتية:

١- كيف قامت المواقع الإلكترونية الرسمية بنشر الوعي وتكذيب الشائعات حول فيروس كورونا

المستجد ؟

إن مضمون الشائعة يأخذ أشكالاً وأنواعاً متعددة، ترتبط غالباً بطبيعة الظروف والمواقف التي تظهر فيها، وتكون موجهة إلى أفراد ورموز مجتمعية أو جماعات أو حركات أو تنظيمات أو مجتمعات تربطهم عوامل معينة كعامل العرق أو الدين، أو حتى قضية تمثل رابطاً بينهم، ومن النتائج السابقة اتضح أن المواقع الرسمية الإلكترونية قامت بدور كبير في تكذيب الشائعات وإظهار الحقائق، فكثرة الشائعات التي تُروجها مواقع التواصل الاجتماعي، دفع "المواقع الرسمية الإلكترونية لتوفير المعلومات الصحيحة للجمهور وتنمية وعيه، كما قامت منظمة الصحة العالمية بالتعاون مع وسائط التواصل الاجتماعي لمحاربة الشائعات وتوفير المعلومات الصحيحة بشأن فيروس كورونا، إذ إن نفي المعلومات الخاطئة، قد أخفق في الحد من التصورات غير الصحيحة، فالشائعة حرب نفسية، تدمر الإنسان في أفكاره وتحدث داخله نوعاً من أنواع الصراع، وتجعل المواطن لا يشعر بالاستقرار والأمان، ويصبح غير مستقر نفسياً ومعنوياً، كما تُصدر للمجتمع حالة من اليأس والإحباط"، ومن ضمن خطة وجهود وزارة الصحة والسكان المصرية لنشر الوعي الصحي بالإجراءات الوقائية ومحاربة الشائعات لمواجهة فيروس كورونا، قامت الوزارة بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية بإمداد "فيسبوك" بالمحتوى العلمي التوعوي، ويقوم "فيسبوك" بدوره بإيصاله إلى أكبر عدد من المصريين وغير المصريين داخل مصر بهدف زيادة الوعي عن طريق نشر الرسائل التوعوية المعتمدة من وزارة الصحة المصرية ومنظمة الصحة العالمية ويأتي ذلك في إطار حرص شركة فيسبوك على تسخير إمكاناتها التقنية لتعزيز جهود مختلف الحكومات في التعامل مع المرض العالمي كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية الدولية.

٢- إلى أي مدى واجهت وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية الشائعات وقامت بالرد على الشائعات

عن فيروس كورونا ؟

وزارة الصحة اعتبرت أن هناك الكثير من الشائعات التي يتم تداولها على السوشيال ميديا بانتشار فيروس كورونا في مصر، ورغم ذلك فهي تتعامل مع الفيروس بتعليمات وإرشادات منظمة الصحة العالمية حتى في تعريف الإصابة وتشخيص الأعراض، وإن المواقع الإلكترونية الرسمية أثبتت مهارتها ونجاحها في تعاملها مع الأزمات، وخاصة أزمة وباء فيروس كورونا المنتشر في كافة أنحاء العالم، كما أن وسائل الإعلام سواءً المقرؤة أو المسموعة أو المرئية لعبت دوراً كبيراً في توعية وإرشاد المواطنين، فضلاً عن تطهير كافة المنشآت المختلفة.

- كما اتضح من النتائج أن هناك شفافية مطلقة في التعامل مع فيروس كورونا من الحكومة المصرية، وهذه الشفافية متواجدة مع منظمة الصحة العالمية وتتم إتاحة المعلومات لمنظمة الصحة العالمية بما يساعدها على تشخيص علاج لفيروس كورونا، والرد على كل ما يثار في السوشيال ميديا، وتوضيح هذه الأخبار المغلوطة للناس بالمعلومات الحقيقية وبالصور والفيديوهات التي تنفيها، وهو ما يسفر عن تقرير أسبوعي للرد على الشائعات .

وقدمت المواقع الرسمية الإلكترونية باستمرار عبر بيانات رسمية موحدة الجهود المبذولة من كافة الجهات لمواجهة هذا المرض والشائعات، حتى يكون هناك اطمئنان لدى الناس وتخفيف حدة الخوف الموجود بين الناس حالياً.

والاعتماد على صفحات إلكترونية رسمية تتبع الحكومة وتكون هي التي تنشر البيانات الرسمية الصحيحة، وأخذ المعلومات الصحيحة من صفحة منظمة الصحة العالمية أو وزارة الصحة الرسمية وتكتفى الدولة بمصدر أو مصدرين لتناقل المعلومات والبيانات على السوشيال ميديا، حتى لا تحدث بلبلة وخطر للمواطنين بين المصادر الرسمية التي تأخذ منها المعلومات الصحيحة حول فيروس كورونا.

٣- هل هناك استجابة من متابعي المواقع الرسمية الإلكترونية بالاعتماد على هذه المواقع في متابعه

الردود على الشائعات؟

اتضح من النتائج أن الشائعات استهدفت المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٤٢.٤% من خلال الشائعات التي تنشر الخرافة والتضليل العلمي وصلت إلى بنسبة ٤٨.٤% واستخدام الأسلوب التوعوي بنسبة ٣٣.٣% لجذب المواطنين لتصديق هذه الشائعات، كما أن هناك الكثير من اللجان والصفحات الممولة الإلكترونية الموجودة على الفيس بوك تستغل الأزمة بامتياز وتنشر يوميًا أخبارًا خاطئة بقصد إثارة التشويه والرأي العام حول مرض كورونا، وتهدف تلك الصفحات الممولة إلى التشكيك المستمر في الأرقام والإحصائيات والمعلومات التي تنشرها الدولة على مواقعها الرسمية والقيام بتكذيب تلك الأرقام على تلك الصفحات بقصد خلق حالة من الهلع والخوف داخل مصر وتصدير حالة من الفرع بين المواطنين في الخارج وأن الموضوع خارج عن السيطرة، إن الإعلام كان حريصًا على تنفيذ الشائعات المنتشرة على «السوشيال ميديا»، بشكل فوري وبحقائق وبالرجوع إلى المصادر الرسمية، جعل المواطن قادرًا على التمييز بين المعلومات المغلوطة وبين الحقيقة، فالإعلام يمثل انعكاسًا لحالة الرضاء الموجودة في الشارع، كما أن أحد العوامل التي تؤكد نجاح الإعلام هي القدرة على التعامل مع الأزمات، كونها كاشفة وتحكمها منظومة متكاملة من فكر ورؤية وقدرة إعلامية سواء كانت بشرية أو تكنولوجية، لذلك فالإعلام حقق نجاحًا كبيرًا مؤخرًا، وأن الجمهور صار يتفاعل مع مختلف الشاشات وبشكل ملحوظ، وخلق حلقة وصل بين المواطنين وأجهزة الدولة، لذا من الضروري على الإعلام الاستمرارية في تقديم التغطية الإخبارية وبشكل مكثف، والمواصلة في إطلاق حملات توعية، والمساهمة في رفع المعاناة

عن المواطنين، من خلال إزالة المعوقات وحل المشكلات التي يواجهونها، حتى يمكن الإبقاء على ثقة الجمهور بوسائل الإعلام الموثوقة، إن هذه المواقع أثرت في تشكيل معارف وإتجاهات الرأي العام تجاه الأزمات ومنها أزمة كورونا، وتزداد درجة اعتماد الجمهور على تلك الوسائل المهمة، من خلال تكامل الجهود الإعلامية الحكومية والخاصة ودعم رؤية الدولة لحماية الشعب المصري وتحصينه من المخاطر والتحديات المختلفة الذي يعبر عن فئات وقضايا المجتمع ومشكلاته، وأثره الإيجابي في الشخصية المصرية، وتشكيل وعي المواطن بالأساليب الوقائية وأعراض مرض كورونا، من خلال نشر الثقافة الصحية التي من شأنها تعزيز وتغيير سلوكيات الأفراد، وكذلك المساهمة في حل المشكلات المجتمعية القائمة، خاصة وأن الإعلام هو مرآة المجتمع والمحرك الأساسي لقضايا الإنسانية. وأن وسائل الإعلام لها الأثر الأكبر في نجاح الحملات والمبادرات التوعوية والتثقيفية وغرس السلوكيات الصحية السليمة وزيادة وعي كافة شرائح المجتمع، لأنها تتيح المعلومات للجمهور ويقطع الطريق أمام المتربصين الذين يحاولون إثارة الفتنة لذا فالإعلام جزء من الأمن القومي للدولة.

توصيات الدراسة:

- تشديد الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي، ووضع قوانين رادعة لمروجي الشائعات للحد من انتشارها ووضع آليات العمل في هذا المرصد على البحث عن أى إشاعة أو أخبار غير منطقية على وسائل الإعلام أو مواقع التواصل الاجتماعي، ويتم التحقق من مصادرها ومدى صحتها وانتشارها وتأثيرها، ومن ثم استجلاء الحقائق ومواجهة الأخبار المغرضة، ثم التواصل الفوري مع الجهة المختصة، لنفى أى أخبار مغلوطة، كما يصدر تقرير شبه يومي، يضم الإشاعات وتكذيبها وتنفيذها وتوضيح الحقائق كاملة للرأى العام.
- سرعة التعامل مع الشائعات، فمن الحلول الفاعلة لمعالجة التأثير من الشائعات أو الحد من انتشارها، هو تصدي المؤسسات والجهات التي توجه إليها الشائعات، فالخروج والتصريح بنفيها وبطلانها يساهم في إماتة الشائعات أو على الأقل الحد من انتشارها وتأثيرها.
- تنمية مهارات التفكير الناقد لدى أفراد المجتمع وتوعيتهم من خلال البرامج التوعوية.
- ضرورة إلزام الجهات المختصة عند حدوث قضية ما بالخروج والتصريح من المصدر من المسؤول وتوعية المجتمع - بحقيقة الحدث أو القضية، حتى لا يتم تصديق كل خبر مغرض أو شائع حول هذا الحدث.
- التوعية بأهمية التحقق من الخبر ونشره أو تصديقه وعدم الانسياق وراء الكثير من الأخبار المغرضة والهدامة للمجتمع.
- ضرورة زيادة وسائل تثقيف العاملين في مجال العدالة الجنائية، على التعامل مع جرائم وسائل التواصل الاجتماعي، سواء في مجال الضبط أو التحقيق أو المحاكمة.

- ضرورة إنشاء مركز علمي خاص لمكافحة ترويج الشائعات الإلكترونية التي تستهدف الأمن ونظام الدولة وطرق الوقاية منها.

مراجع الدراسة:

المراجع العربية:

- (١) عبد الحافظ، إسماعيل ،٢٠١٤م، إستراتيجية الاتصال الثقافي في دراما المسلسلات التلفزيونية العربية: نموذج (اليمن، الجزائر، مصر، سورية) : دراسة تحليلية مقارنة، دار غيداء ،عمان
- (٢) خليفة، إيهاب، ٢٠١٦م، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، العربي، القاهرة
- (٣) اسماعيل، على سيد، ٢٠٢٠م، مواقع التواصل الاجتماعي: بين التصرفات المرفوضة والاختلاقيات المفروضة، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية
- (٤) نصار، غادة، ٢٠١٧م، التربية الجنسية والفضائيات وأثرها على الشباب، ط١، العربي، القاهرة
- (٥) خشبة، محمد ماجد، ٢٠٢٠م، مفاهيم وسياقات في أزمة فيروس كورونا المستجد " COVID ١٩، رئيس قسم الدراسات المستقبلية مركز الاساليب التخطيطية معهد التخطيط القومي
- (٦) سيمبو، محمد ويدوس، ٢٠٢٠م، عواصف الأوبئة القاتلة من الطاعون إلى فيروس كورونا Covid 19، ط١، دار الكتب العلمية، لبنان
- (٧) السباعي، مهيبة عماد، ٢٠١٨م، القضايا الأفريقية (المنظور الاعلامي، الازمات، المعالجة)، ط١، العربي، القاهرة
- (٨) مصطفى، هويدا، ٢٠١٨م، الإعلام ومواجهة الإرهاب: إستراتيجية إعلامية ودليل ممارسة مهنية، العربي، ط١، القاهرة

المراجع الأجنبية:

- 1) W. Ritchie ,Brent ، Burns, Peter 2005,Catherine Palmer, Tourism Research Methods: Integrating Theory with Practice, CABI uk,
- 2) Thyer ,Bruce ,2010,The Handbook of Social Work Research Methods, SAGE,usa
- 3) Schlegel ,Christian,2003 ,The Rhetoric of Conspiracy - Theories of September 11th, GRIN Verlag,germeny
- 4) Klooz ,David, 2020,The Covid-19 Conundrum, IZA Institute of Labor Economics, Germany, Top of Form
- 5) D.B.A ,Dr. Robert E. Kasey,2007, The Parable of The Raven, , frist published ,AuthorHouse,usa
- 6) Goode ,Erich Ben-Yehuda ,2009, Nachman , Moral Panics: The Social Construction of Deviance, John Wiley & Sons ,usa
- 7) Eribo ,Festus ، Tanjong, Enoch, 2002,Journalism and Mass Communication in Africa: Cameroon,Lexington books,newyork
- 8) Dalziel ,Greg,2013, Rumor and Communication in Asia in the Internet Age,frist published, Routledge,usa
- 9) Huang, Hanyun ,2013,Social Media Generation in Urban China: A Study of Social Media Use and Addiction among Adolescents, Springer Science & Business Media,newyork
- 10) Books ,High Definition , 2020,CORONAVIRUS RESEARCH: KEYS TO DIAGNOSIS, TREATMENT, AND PREVENTION, High Definition Books ,new delhi
- 11) Zhou ,Jia ، Salvendy ,Gavriel , 2019,Human Aspects of IT for the Aged Population. Social Media, Games and Assistive Environments, Springer,usa
- 12) E. Uscinsk ,Joseph,2020, Conspiracy Theories: A Primer, Rowman & Littlefield,uk
- 13) Brunty,Joshua ، Helenek ,Katherine , 2013,Social Media Investigation for Law Enforcement, Routledge,usa

- 14) Krippendorff ,Klaus , 2004,Content Analysis: An Introduction to Its Methodology, SAGE,usa
- 15) Dentith,Matthew R. X.,2018 Taking Conspiracy Theories Seriously, Rowman & Littlefield,uk
- 16) Parse ,Rosemarie Rizzo,2001 , National League for Nursing, Qualitative Inquiry: The Path of Sciencing, Jones & Bartlett Learning, uk
- 17) Nurdan Öncel ,Ta?k?ran,2015 , Handbook of Research on Effective Advertising Strategies in the Social Media Age, IGI Global,usa
- 18) Staff ,The New York Times Editorial,2020 ,Conspiracy Theories: Real, Imagined and Manufactured, frist published,The Rosen Publishing Group, Inc

الدوريات العلمية:

- 1) Hua ,Jinling & Shaw ,Rajib,2020, Corona Virus (COVID-19) “Infodemic” and Emerging Issues through a Data Lens: The Case of China, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, (ISSN 1660-4601
- 2) Bright ,Jonathan, 2020,Hubert Au, Coronavirus Coverage by State-Backed English-Language News Sources Understanding Chinese, Iranian, Russian and Turkish Government Media, The Computational Propaganda Project Algorithms, Automation and Digital Politics, COVID-19 Series
- 3) Rajput,Nikhil Kumar, Grover ,Bhavya Ahuja &others,2020, WORD FREQUENCY AND SENTIMENT ANALYSIS OF TWITTER MESSAGES DURING CORONAVIRUS PANDEMIC, *arXiv preprint arXiv:2004.03925*
- 4) Shahsavari ,Shadi, Holur ,Pavan &others, 2020,CONSPIRACY IN THE TIME OF CORONA: AUTOMATIC DETECTION OF COVID-19 CONSPIRACY THEORIES IN SOCIAL MEDIA AND THE NEWS, *arXiv preprint arXiv:2004.13783*
- 5) Boberg ,Svenja, Quandt, Thorsten &others,2020, Pandemic Populism: FACEBOOK PAGES OF ALTERNATIVE NEWS MEDIA AND THE CORONA CRISIS – A COMPUTATIONAL CONTENT ANALYSIS, *arXiv preprint arXiv:2004.02566*

(٦) الجوهرى ،عصام محمد، ٢٠٢٠م، تأثير فيروس كورونا المستجد على صناعة تكنولوجيا المعلومات فى مصر الفرص والتحديات ، معهد التخطيط القومى

(٧) درويش محمود، ٢٠٢٠م، تعامل المواقع الإلكترونية الحكومية مع الشائعات فى ظل مبادرات البيانات المفتوحة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ٢٨، مدرس بقسم الإعلام، جامعة كفر الشيخ

المواقع الإلكترونية:

(١) عباس ،مسلم، ٢٠٢٠م، شبكة النبا المعلوماتية، (١٧، مارس، ٢٠٢٠،)

[file:///C:/Users/Az/Downloads/%D8%B1%D8%B5%D8%AF%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%BA%D8%B7%D9%8A%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%B3%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Az/Downloads/%D8%B1%D8%B5%D8%AF%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%BA%D8%B7%D9%8A%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%B3%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7%20(1).pdf)

٢) العراقى "بيت الاعلام، ٢٠٢٠م، كورونا" في العالم المحلي: اقحام السياسة.. وضعف التغطيات المتخصصة، <http://www.imhorg.com/file:///C:/Users/Az/Downloads/%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7%20%D9%81%D9%8A%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D9%84%D9%8A%20%D8%A7%D9%82%D8%AD%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A9..%20%D9%88%D8%B6%D8%B9%D9%81%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%BA%D8%B7%D9%8A%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%AE%D8%B5%D8%B5%D8%A9.pdf>

٣) العربية، قناة، ٢٠٢٠م، لا علاقة لها بكورونا صورة تشعل
التواصل، ١٢، مايو، ٢٠٢٠م، -aed7-494c-bc89-27e84d54
[file:///C:/Users/Az/Downloads/27e84d54-bc89-494c-aed7-15c4b86ea739%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Az/Downloads/27e84d54-bc89-494c-aed7-15c4b86ea739%20(2).pdf)

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

Shimaa Mohmed AbdlRehem Zayan

shimazayan31@gmail.com

Lecturer of Educational Media,
Educational Media Department,
Faculty of Specific Education,
Damanshur University

Abstract

The study handled strategies to confront rumors about the COVID-19 crisis and its repercussions on the websites, and explored definition of the content of the rumor and knowledge of its types, purposes, and its targets through what the websites have done to deny the rumors and respond to them, and the official affiliation to confront them by denying their pages and presenting facts that represent the period from March 1 to May 31, 2020.

- The research found from the analytical results that the rumors targeted followers on social networking sites by 42.4%, through rumors that spread myth and scientific misinformation reached 48.4% and the awareness method was used by 33.3% to attract citizens to believe these rumors as the content of the rumor takes multiple forms and types, it is often related to nature of the circumstances and situations in which it appears, and it is directed to individuals and societal symbols, groups, movements, organizations, or societies linked by certain factors such as race, religion, or even an issue that represents a link between them.

- It was also clear that the official electronic websites faced the rumors by playing a major role in denying the rumors and revealing the facts. These rumors are being promoted by social networking sites, and through "their official websites, they seek to provide the correct information to the public and develop their awareness, as the World Health Organization has cooperated with social media to fight the rumors and provide the correct information about the COVID 19 virus, as denying the wrong information, have failed to reduce incorrect perceptions.

- It was also apparent that the official websites faced the rumors by playing a major role by denying the rumors and showing the facts. These rumors; are being promoted by social media and through the rumors sites, are the correct information.

- It was also clear from the results that there is absolute transparency in dealing with the COVID 19 virus from the Egyptian government, and this transparency is present with the World Health Organization, and information is available to the World Health Organization to help it to diagnose a treatment for the COVID 19 virus.

Keywords: Virus COVID-19, Social Media, Rumors.

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