

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠١٩ م = ١٣٢١ . دورية علمية محكمة يشرف على من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثامنة - العدد التاسع والعشرون - الجزء الأول - ١٠ أكتوبر ٢٠٢٠ م

(الإعلام وجائحة كورونا .. مصداقية أم أزمات وسائلات؟)

- كوفيد_١٩، الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة: تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة
أ.د. علي قسايسية (جامعة الجزائر^٣) ... ص ١١
- التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية، وعلاقتها بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا)
أ.م.د. مروى ياسين بسيوني (جامعة بنى سويف) ... ص ٢٩
- اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية وموقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا
د. سارة سعيد عبد الجود دسوقي (جامعة قناة السويس) ... ص ٩٥
- دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي الصورة نحو قرار الملكة بتعليقها مع بداية جائحة كورونا وعلاقتها بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية
د. آلاء بنت بكر علي الشيخ (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ١٣١
- دور موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩)
د. إيناس منصور كامل شرف (جامعة كفر الشيخ) ... ص ١٩٣
- مصداقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات: جامعة كورونا (كوفيد-١٩) نموذجاً
د. فاطمة سعود عبد العزيز السالم (جامعة الكويت) ... ص ٤٧
- التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية
د. حسين خليفة حسن خليفة (جامعة القاهرة) ... ص ٢٧٩
- توظيف تطبيقات الانترنت في الحد من تفشي وباء كوفيد-١٩: دراسة حالة التجربة اليمنية
حاتم علي حيدر الصالحي (جامعة صنعاء) ... ص ٣١٩
- اتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا: دراسة تعلقيات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الافتراضية على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية
أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد (جامعة سوهاج) ... ص ٣٥٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

تصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإبداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٦٤٨٢٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٠ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

المهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضرير البياتي (العراق)

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

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معرض إبراهيم (مصر)

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

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

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

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

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

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

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

أ.د. سامي عبد الرووف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبناني (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 الشريفي (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 والدعائية، كلية الصحافة، جامعة ميرزا اولوغ بيك القومية الاوزبكية

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 زكرياء (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا



**مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)**

دورية علمية محكمة

العدد التاسع والعشرون / الجزء الأول - السنة الثامنة - ١٠ - أكتوبر ٢٠٢٠

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معرض 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 والأنسان
جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا مجد السنوسى

أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. مجد 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 الميهى

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى
بين السرايات - ١ شارع مجد الرغبي

اصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٢٢١١١ صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

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



جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطى من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كليًّا أو جزئيًّا، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبيق 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: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

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

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

فاكس : (+2) 048-231-00 -73

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 قبل 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 الترقىات 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 ٢٠١٩ م 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 مهرجانات 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 تهم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكademie المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه، ويراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحث العربية، ونوع الخط في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢٥٤)، Times New Roman

- و مسافة (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 جزرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له .
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر ، وبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية زمالة 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 لحكمه ونشره في مجلة أخرى .
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4 - في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهًا مصرىً للمصريين داخل مصر والمقيمين بالخارج والأجانب \$١٠ .
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه ، وعدد (٥) مسئلة من البحث الخاص به .
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠ .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠ . على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات .
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشتراك 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 يشتراك 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 جنيهًا ومن خارج مصر \$٤٥٠ . بدون حد أقصى لعدد الصفحات .
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبّر عن أصحاب البحث 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 صبرى أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك .

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثمانية وعشرون عدداً متتابعين، تضم بحوثاً 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 ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصلت 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" المتوقعة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معياراً، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى.

كما صنفت 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 اعتمدتها في الدورة الحالية للجنة الترقىات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حالياً 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 عدداً خاصاً على جزأين حول: "الإعلام وجائحة كورونا .. مصداقية أم أزمات وشائعات؟" يضم بحوثاً ورؤى علمية للأساتذة وللأساتذة 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 على صعيد البحوث الواردة في الجزء الأول بالعدد "الناتس والعشرين" من المجلة، ومن جامعة الجزائر^٣، نجد بحثاً تحت عنوان: "كوفيد_١٩، الاتصال الجماهيري والوسائل الجديدة: تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة"، وهو مقدم من: أ.د. علي قسايسية، من الجزائر.

ومن جامعةبني سويف، قدمت: أ.م.د. مروى 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 الجود دسوقي، من مصر، بحثاً بعنوان: "اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية وموقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا".

وقدمت: 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 وعلاقتها بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية".

ومن جامعة كفر الشيخ، قدمت: د. إيناس منصور كامل شرف، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور موقع 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: "صدقانية الإعلام الكويتي الرسمي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد-١٩) نموذجاً".

ومن جامعة القاهرة، قدم: 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 قدم بحثاً تحت عنوان: "توظيف تطبيقات الإنترنت في الحد من تفشي وباء كوفيد-١٩: دراسة حالة التجربة اليمنية".

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

أما الجزء الثاني من العدد الناتس 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 مهد عمر، من مصر، بحثاً بعنوان: "استخدام الجمهور المصري للتليفزيون والفيسبوك للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي".

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

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

ومن مصر من جامعة عين شمس، قدمت: د. إيمان صادق صابر شاهين، دراسة ميدانية بعنوان: "العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالى للجمهور المصرى فى أثناء أزمة فيروس كورونا". ومن الجامعة ذاتها، قدم: د. محمود محمد عبد الحليم، من مصر، بحثاً بعنوان: "اعتماد المراهقين المصريين وال سعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية : جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) (أنموذجا)".

وأخيراً من جامعة دمنهور، قدمت: شيماء محمد عبد الرحيم زيان، من مصر، دراسة تطبيقية على ملقي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية تحت عنوان: "استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على الواقع 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 في التقدم للترقى للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبّر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدّد المحكمين وتقدّم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

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

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**كوفيد_١٩، الاتصال الجماهيري والوسائل الجديدة:
تغيرات عميقية في الممارسة وأساليب الدراسة**

إعداد

أ.د. علي قسايسية (*)

(*) أستاذ دراسات الجمهور والتشریعات الإعلامية في كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر.^٣

كوفيد_١٩، الاتصال الجماهيري والوسائل الجديدة: تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة

أ.د. علي قسايسية

ali_kessaissia@yahoo.co.uk

جامعة الجزائر^٣

الملخص:

تحاول هذه الورقة البحثية، كما يوحي به عنوانها، مقاربة تداعيات فيروس الكورونا المسمى كوفيد_١٩، على جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية ومستخدمي الوسائل الجديدة. إذ يسود الاعتقاد أن تغيرات عميقة في سلوك الجمهور المستخدم قد حدثت تبعاً للحجر المنزلي والتبعاد الاجتماعي كإجراءات أمنية وقائية من أجل الحيلولة دون انتشار الفيروس على نطاق واسع.

إن أول تأثير لأزمة كوفيد_١٩ يكون قد وقع على عملية الاتصال نفسها، فقد تم استبدال أشكال الاتصال التقليدية مثل الاتصال وجهاً لوجه، والاتصال الجماعي، والاتصال الجماهيري عبر الوسائل القديمة بالاتصالات الرقمية والافتراضية؛ وحتى عن طريق التواصل الذاتي. كما حدثت تغيرات في مكانة وأدوار وسائل الإعلام والاتصال ذاتها. فقد احتلت الوسائل الجديدة، وخاصة استخدام وسائل المواطننة أو موقع التواصل الاجتماعي، الصدارة، وأصبحت تشكل المصادر الرئيسية للمعلومات، حتى فيما يسمى بالأخبار المزيفة والدعائية والتضليل الإعلامي.

لقد أدت هيمنة الوسائل الرقمية بفضل المبتكرات التكنولوجية الدقيقة، إلى تدعيم وتوسيع المجتمعات الافتراضية التي أوجتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة منذ تسعينيات القرن الماضي، وإلى تغيير أنماط وأشكال التفاعلات الاجتماعية والعلاقات بين الفرد والجماعة. ففي هذه المجتمعات الافتراضية، أعيد الاعتبار لمكانة الفرد والأدوار الاجتماعية التي يمكنه أن يقوم بها كموضوع اجتماعي وكذلك فردية بالإضافة إلى ذاتيته المشتركة مع الأفراد الآخرين والجماعة.

من جهة أخرى، أدخلت الافتراضية الواقعية في هذا العالم الإلكتروني طرقاً وأساليب دراسة وبحث وتحليل ملائمة لسلوك الأفراد والجماعات في ظل ظروف الأزمات. فالحجر المنزلي والتبعاد الاجتماعي كإجراءات وقائية من الوباء، دفعت الباحثين المهتمين بدراسات جمهور وسائل الإعلام القديمة ومستخدمي الوسائل الجديدة، إلى البحث عن أساليب دراسة وبحث نوعية مكيفة مع ظروف الأزمات، وفي مقدمتها المقاربة الإثنوغرافية، ولا سيما الإثنوغرافيا القائمة على البداهة الذاتية وأيضاً الإثنوغرافيا الذاتية كمقاربات منهجية تتطور بسرعة فائقة في ظل الأوضاع التي تخلقها تكنولوجيات الإعلام والآزمات الطبيعية والإنسانية.

الكلمات المفتاحية: الوسائل القديمة، الوسائل الجديدة، وسائل المواطننة الشبكية، الإثنوغرافيا، الإثنوغرافيا القائمة على البداهة الذاتية، الإثنوغرافيا الذاتية، الإثنوغرافيا الرقمية الذاتية.

المقدمة:

إن سنة ٢٠٢٠م، هي سنة فريدة في تاريخ البشرية المعاصر، حيث أن فيروس كورونا الذي أخذ تسميته من أواخر أيام السنة السابقة (كوفيد_١٩) تم اكتشافه في مدينة ووهان الصينية أواخر ديسمبر ٢٠١٩م). هذا الفيروس الذي سيحمد جميع النشاطات البشرية بكل أشكالها في أكثر الدول حيوية ويشل حركاتها الداعبة المعهودة ويحول حواضرها إلى مدن وقرى أشباح خالية من المظاهر الحية الإنسانية. قلب كوفيد_١٩، الفيروس الأكثر شراسة وخطورة، قلب حياة ملايين البشر، رأساً على عقب، ليس لأنه أكثر فتكاً بحياة الناس، ولكن نظراً لسرعة انتشاره كالنار في الهشيم رغم اقتصار مداخله على المنافذ التنفسية المعهودة، الفم والأنف، وكذلك بالنظر لحداثة العهد به وبالتالي انعدام اللقاحات الخاصة به وغياب العقاقير الشافية منه ومن آثاره غير المعروفة طبياً.

لقد سجل التاريخ العديد من الأوبئة القاتلة التي تتكرر بانتظام كل قرن تقريباً لاسيما منذ العام ١٧٧٠م، وقد سجل المتابعون لتاريخ الأوبئة أن مؤرخي الاقتصاد الأوروبيين يخشون من أن يتكرر شبح مأساة الموت الأسود (Black Death) التي اجتاحت القارة وأدت إلى وفاة نسبة الثلث من السكان (محمد الشرقاوي، ٢٠٢٠م، ص. ٣٠).

ولكن وباء كوفيد_١٩ لسنة ٢٠٢٠م، شل جميع نشاطات البشر وفرض على الجميع حبراً صحيحاً شاملاً وعزلة اجتماعية طوعية أو إجبارية، بعد أن تمكنت الصين من التغلب على انتشار الفيروس وحصر آثاره الفتاكه في مقاطعة ووهان وبعض المدن والقرى الأخرى، ولو أنه عاود الكرة في أشكال ومكونات مختلفة نظراً لقدرتها الفائقة على التحول والتحوير أو الطفرة الجينية والتكيف مع البيئات المتغيرة التي ينتقل إليها ويعيش فيها.

هذا الاهتمام المركز والاتساع الكبير الذي رافق ظهور وتطور ورصد ودراسة ومحاولة معالجة فيروس الكورونا، ما كان له ليأخذ هذا الحجم الكبير والمساعي الحثيثة للحد من قدراته القاتلة الفتاكه مقارنة بالضحايا التي تخلفها عادة الفيروسات والأوبئة التي تتربص بالبشر. ما كان ليحدث ذلك كله، لو لا مساهمة وتجنيد وسائل الاتصال القديمة والجديدة من وسائل إعلام عمومية، تحت رقابة الحكومات في الغالب، ووسائل اتصال إلكترونية جديدة حرة في مقدمتها وسائل المواطننة الشبكية ومنصات التواصل الاجتماعي الافتراضية (علي قسمايسية، ٢٠٢٠م).

هذه الورقة هي أولاً، محاولة بحثية ترمي إلى البحث في عملية تجنيد وصيرورة استخدام أنظمة الاتصال المختلفة والبحث في الأدوار التي أنيطت بها والتي قامت أو حاولت القيام بها وسائل الاتصال الجماهيري والوسائل الجديدة ولاسيما وسائل المواطننة الشبكية ومنصات التواصل الاجتماعي الإليكترونية.

قامت هذه الوسائل القديمة والجديدة مجتمعة وبسرعة فائقة لم تعهدنا من قبل، بالتعريف بالفيروس وطبيعة تركيبته وتطوره وسرعة انتقاله، وأشكال تحولاته وتحويراته وتکاثره في بيئات طبيعية وجغرافية

ونقافية واجتماعية، واقتراحات طرق الوقاية منه وتعيم نشر المعلومات المتعلقة بانتقاله وانتشاره عبر العالم، جعل الناس يتغاضون عن الانشغالات الأخرى ويركزون اهتماماتهم اليومية على الحاجيات الطبيعية لضمان أمنهم وبقائهم الفسيولوجي الجسدي (غريزي)، وتكييف سعيهم الدءوب للوقاية والحماية من أخطار الفيروس المحتملة والمتحيرة باستمرار مما يعيق مساعي السرعة في إيجاد لقاح فعال أو دواء شامل لداء يتكاثر انتشاره كلما اقتربت من الدورة بهزات عنيفة تسمى أحياناً موجة ثانية، كما حدث مع حلول فصل الصيف حيث كان الاعتقاد سائداً في كثير من البلدان أن ارتفاع الحرارة واحد من العوامل المساعدة على القضاء عليه أو على الأقل الحد من انتشاره لكون هذه العائلة الفيروسية المعروفة موسمية.

كما ستحاول هذه الورقة البحثية، من جهة أخرى، النظر في الآثار المترتبة عن التباعد الاجتماعي والحجر المنزلي الصحي الإختياري والإيجاري والعزلة الاجتماعية واللاتواصل الواجهي (وجهها لوجه F2F) وصعوبة دراستها سوسنولوجياً وثقافياً وسيكلولوجياً وفقاً لأساليب وأدوات البحث والمعالجة المنهجية المعهودة في ظل نظام الاتصال الجماعي والجماهيري.

من هذا المنطلق، ستحاول هذه الدراسة في البداية، مسألة الظواهر الاتصالية المستجدة الطاغية في العلاقات الاجتماعية المستجدة وأنماط التفاعلات الجماعية والفردية ووسائلها وأدواتها التي فرضتها الدواعي الأمنية المرافقة لفيروس كورونا على البشرية قاطبة.

و سنحاول في مرحلة لاحقة التأمل في أساليب التفكير وممارسة تجربة الحياة اليومية في معزل مادي عن الآخر، ولكن في نفس الوقت، في تواصل افتراضي دائم مع المجتمع أفراداً وجماعات.

1-تغيرات عميقة في أنماط الاتصال وسيادة وسائل المواطن:

Deep changes in communication & Netizen Media Dominance

بدون الخوض في تفاصيل التعريف الإجرائية والأكاديمية المتعلقة بالمساءلات المطروحة حول الاتصال الجماهيري ووسائله القديمة، قد يكون من الأفيد في ظل هذه الظروف الويبائية الاستثنائية أن نستعرض هذه الإشكاليات الجديرة بالتفكير التأملي النظري والأمريقي الميداني للعناصر التي تتضمنها طيات إشكالية موضوع البحث.

هناك جملة من الملاحظات الظاهرة والمستترة يسمح رصدها والتعامل معها واختبارها كعناصر قابلة للدراسة وإعادة الدراسات التأمليه والأمريكية، قد تأتي في مقدمتها العودة القوية لممارسة الاتصال الشخصي (P2P Communication) والاتصال الذاتي (self-communication) إلى جانب الاتصال المؤسساتي الافتراضي (Institutional Virtual Communication) وخاصة الاتصال الرقمي الشامل (Digital Global Communication) وتعيميه وانتشاره على نطاق واسع من خلال اكتساب أعداد كبيرة من مستخدمي الوسائل الجديدة، وتسابق وسائل الإعلام القديمة على ركوب وسائل التواصل الاجتماعي لملاحة الجمهور الهارب منها ومطاردته أينما حل وارتحل، في محاولة لاستعادته وكسب رضاه من جديد

استعداداً لعالم ما بعد الكورونا الذي سيفرض أنماطاً جديدة من الاتصال. لم يعد بمقدور الحكومات وجماعات الضغط والمصالح الاقتصادية والسياسية والإيديولوجية والحالة هذه، أن تواصل رقابتها والتحكم في توجيه سلوكيات واتجاهات الجمهور وتحديد احتياجاته وأولوياتها استخداماً وإشاعاً، كما هو الشأن في ظل أنظمة الاتصال القديمة، أي السابقة للحدث ولما بعد الحدثة. يلاحظ هذا الوضع بصفة خاصة في الاتصال الجماهيري الممارس عبر وسائل الإعلام القديمة (Old Media) والذي بدأ يتراجع بشكل محسوس منذ ظهور الوسائط الجديدة (New Media) في بداية التسعينيات من القرن الماضي بفضل تشبیك العالم وخلق المجتمعات الافتراضية على الخط (Online Virtual societies)، وتراجع الاتصال الجماهيري وتغير أشكاله وأنماطه بتغير وتتنوع أدوات ممارسته من حيث حجم ونوع الجماهير المستهدفة وطبيعة العلاقة القائمة وأو المفترضة بين القائم بالاتصال والجمهور، بظهور وانتشار وتوسيع صحفة المواطن والتلوين من خلال المدونات والحسابات والصفحات الشخصية على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تطورت إلى ما أصبح يسمى بوسائل إعلام المواطن أو وسائل المواطننة الشبكية (Setizen Media).

المساءلة الثانية التي تدرج ضمن إشكالية هذه المحاولة البحثية، تخص استخدام وسائل الإعلام القديمة لشبكات التواصل الاجتماعية وبخاصة الفايسبوك والتويتر واليوتيوب والانستغرام، حيث تمكنت من العودة وبقوة أيضاً لممارسة وظائفها التقليدية على جمهورها المكتسب والجمهور المتابع عبر الشبكات الاجتماعية، ولكن بدرجات متفاوتة حسب الوسيلة واعتبارات الزمان والمكان وطبيعة الرسائل الإعلامية. فمن خلال استراتيجيات التوغل والانتشار هذه، وبخاصة الفيديوهات القصيرة المختصرة، عادت وسائل الإعلام القديمة للتكيف مع الوضع الجديد وابتكر طريقة سريعة وفعالة للفت انتباه الجمهور وتعريفه لأهم رسالة مختارة للتبلیغ الفوري، بانتظار العودة المأمولة لحضن الوسيلة الإعلامية المهجورة.

ملاحظة ثالثة تتعلق بهذا الواقع الجديد الذي فرضه فيروس الكورونا على الحكومات والمنظمات والجماعات والأفراد، فرض بدوره مفاهيم ومصطلحات جديدة في علاقة تأثير متبدال بين الكورونا والعالمين الواقعي والافتراضي والافتراضية الواقعية (Real Virtuality)، التي فرضته تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة وشجعت تموّعها وامتداها في الزمان والمكان، إجراءات الوقاية من مخاطر الفيروس والحد من انتشاره.

العنصر الرابع في إشكالية هذه الدراسة، أن وسائل الإعلام بشكلها القديم والجديد، أصبحت في ظل الكورونا فيروس تشكل مصدراً مهماً للمعلومة ولتناولها عبر الفضاء العمومي الافتراضي مجسدة مقوله من يمتلك المعلومة يمتلك السلطة، وبالتالي فقدت السلطات العمومية التقليدية وخاصة في البلدان غير الديمقراطية، الكثير من سلطانها وهيمنتها على الرأي العام وتوجيهه الوجهة التي تستوجبها أجندها الداخلية والإقليمية والدولية.

هذه الواقعة الأخيرة مستمدّة من قرينة قائمة سائدة في الأدبيات الإعلامية خارج البلدان الديمocrاطية، مفادها أنّ أغلبية وسائل الإعلام الجماهيرية السمعية البصرية تمتلكها أو تشرف عليها الحكومات، وبالتالي فهي أدوات دعاية أكثر منها وسائل إعلام تعمل في سبيل تمكين المواطن من ممارسة حقه في الإعلام وفقاً للمادة ١٩ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والمادة نفسها من المعاهدة الدولية للحقوق المدنية والسياسية إلى جانب المعاهدة الدولية للحقوق الاقتصادية والاجتماعية للإنسان المصادق عليها سنة ١٩٦٦ م من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة (Ali Kessaissia, 1986, pp.148-165)

١.١ - الوسائل القديمة والاتصال الجماهيري : Old Media & Mass Communication

يتقاسم الناس أخبار فيروس كوفيد-١٩ والفيديوهات والتعليقات والملتقيات والمحاضرات والنقاشات والقراءات المرتبطة به عبر منصات التواصل الاجتماعي أساساً الفايسبوك الذي أصبح وسيلة إعلامية واتصالية مفضلة لعدد متزايد من الناس. وبالتالي، أصبحت الوسائل والوسائل الجديدة عموماً، أداة مفضلة لبث ونشر المعلومات والقصص الإخبارية الحقيقة منها وأيضاً المزيفة والإشاعة المضللة والدعائية الملفقة. أطراف متخاصمة وحتى متنازعة على مكاسب ومقامات الوصول للسلطة والبقاء فيها، تتنافس بشراسة على بذل جهود مضنية تتضليل الجماهير وإيقائها تحت الضغوطات والتهديدات المستمرة.

إن الأشكال الجديدة من وسائل التواصل الاجتماعي واستخداماتها والواسعة أصبحت تساعد المضللين المخادعين على الوصول إلى شرائح أوسع وفئات أكبر من الجمهور. ويسعون لذلك عبر مضاعفة ما يسمى بـ“الذباب الإلكتروني”， وتفعيل برمجيات ذكية “البوتات الاجتماعية”， “Social bots”， توهم المستخدم المفرد أنه، مع أقلية قليلة، على ضلال مبين، وأن الأغلبية غالباً لا تحيد عن الحقيقة. من الراجح عملياً ومنطقياً أن وسائل الاتصال الجماهيرية القديمة تحاول أن تتأي بنفسها عموماً عن نشر الأخبار الوهمية الكاذبة، حفاظاً على مصداقيتها التي من المفترض أنها تشكل رأسها الاجتماعي والمادي الأهم.

إن وسائل الاتصال الجماهيرية القديمة لم تنشأ طبيعياً وتاريخياً تلبية لاحتياجات الجمهور وإشباعاً لها، وإنما وجدت أساساً كوسائل لتقاسم المنافع وجسور للوصول أو على الأقل التقرب من مصادر السلطة وللدعاية لها. من هذا المنطلق يلجم مناصرو نظرية السلطة الخامسة إلى تمديد مفهومها ليشمل التدوين وصحافة المواطن ووسائل الإعلام الإلكتروني غير الرسمية (Dutton, 2009, PP.1-15)، عادة ما يلجم فلولها إلى المنافذ الإعلامية التقليدية لإضفاء نوع من وهم المصداقية على الأنباء الكاذبة. هذه ظاهرة كونية معولمة تغلغلت في الفضاء الجزائري الواقعي والافتراضي، كما في غيرها من المجتمعات المشابهة لها في الظروف التاريخية والحضارية والثقافية والاقتصادية والسياسية، تغلغلت بقوة

خارقة خارج السيطرة من شأنها أن تضفي إلى تشوّهات و تضييف عاهات جديدة في مجتمع إعلامي مشوه ومعتوه أساساً.

الحلول الجاهزة التي توصل إليها علماء السلوكيات والحواسيب في المجتمعات التي تسهر على إيجاد حلول فورية للمشاكل الطارئة في حينها، لن تكون ناجعة في بيئات متعددة على خلق معوقات أمام الحلول للبقاء على الوضع القائم.

يبدو أن وسائل الإعلام القديمة عامة مكنها الواقع الكوروني من ممارسة فعلية لأدوارها التقليدية ووظائفها الإعلامية التجنبية والبيداخوجية والتوعية التثقيفية، مجمدة خلاصات نظريات الصحافة والتغيير الاجتماعي ودورها في التنمية الاجتماعية والبشرية المستدامة. ولكنها أيضاً استعادت أدوارها في التعتميم الإعلامي والتضليل والتلاعب، وفقاً لنظرية (المتلاعبون بالعقل) التي أسست لسلطة الخامسة' Spin (Frank Esser, 2008) 'Doctor theory

المنظرون الأوائل لمكانة دور ووظيفة الصحافة في المجتمع من مثل فراد سيررت وويلبور شرام وتيدور بيترسون (Four Theories of the Press, 1956) ومناصروهم المعاصرون واللاحقون من مثل دونيس ماك كايل وكفورد وكريستيان وتيدور ونوردسترونغ (Normative Theories of the Media, 2009) واصلوا الجهود التطويرية وتكيفها مع التطورات الاجتماعية والتكنولوجية والاقتصادية والسياسية التي شهدتها النصف الثاني من القرن العشرين. يبدو أنهم وضعوا نظريات تجسدت ميدانياً عبر حقب زمنية لاحقة تمتد على مسافة زمنية تقدر بحوالي 70 سنة من التبشير بالقوى التجنبية للصحافة وتعديلاتها وإضافاتها اللاحقة وكذلك تجسيد مضامين نظرية نشر المستحدث المثير للفضول الإنساني بصفة والشباكي بصفة أخص (E.M. Rogers, Diffusion of Innovation Theory, 1962).

لازال خلاصات تلك النظريات آمنت بدعواتها الطموحة الدول الحديثة الاستقلال في بداية النصف الثاني من القرن العشرين، ترافق الاكتشافات وتأثر الأبحاث التي تتجسد مضامينها ميدانياً مع تطور المبتكرات التكنولوجية وجعلها في متناول فئات عريضة من جمهور المتلقين للرسائل الإعلامية التي تحملها الصحافة ووسائل الاتصال الجماهيرية.

إن الصحافة ووسائل الإعلام الجماهيرية التي أصبح يطلق عليها في الأدباء الأنجلوسكسونية ، الوسائل القديمة، خاصة الصحافة والإذاعة والتلفزيون، لم تعد بمفهومها القديم قادرة على استيعاب الواقع الجديد الذي أفقدها القدرة على ممارسة الاتصال الجماهيري على أوسع جمهور متحمل، أي أنها فقدت تلك القدرة المفترضة على تبليغ الرسائل الإشهارية والإخبارية العامة إلى أكبر عدد من الجمهور غير المنسجم وغير المتجانس المتباعد مكانياً وغير المحدد في الزمان، إذ أصبحت أقرب إلى وسائل الاتصال بالجماهير البعثرة عبر مئات الآلاف من الوسائل والوسائل الجديدة التي تصله وهو ماكث في بيته أو مسافر في سيارته أو عامل في مكتبه (علي قسايسية، 2012، ص ٣٢).

ولوج عصر الحضارة الإلكترونية، وما نجم عنه من تغيرات جذرية منها مفهوم وسائل الاعلام وأو الاتصال الجماهيرية الذي ساد لعقود طويلة أدبيات المدارس الإعلامية والثقافية النقدية التي اهتمت بالدور الثقافي لهذه الوسائل، وبالعلاقات المتبادلة والمتغيرات المستقلة والتابعة، دور القيم الاجتماعية والمعتقدات في صناعة القرارات (مدرسة كونستانتس وفرانكفورت وشيكاغو وبيرمنغهام...).

الاتصال الجماهيري (Mass Communication) باعتباره عملية نقل رسالة من قائم بالاتصال (فرد، جماعة أو منظمة) إلى عدد غير محدود في الزمان والمكان من جمهور واسع غير متاجنس وغير منسجم، لتحقيق غاية محددة ومستهدفة مسبقاً، وأيضاً كصيرونة يتم من خلالها نقل رسائل إلى جمهور ذي حجم واسع مجهول لدى القائم بالاتصال سواء كان فرداً أو جماعة أو منظمة، من مثل الإشهار والإعلانات والقصص الخبرية ووسائل العلاقات العامة والحملات السياسية، لم تعد وسائله القديمة أنجح أدوات نشر وبث ونقل المعلومات المختلفة والمتنوعة التي قد تهم هذا الجمهور ذي الحجم الواسع غير المنسجم والمتميز اجتماعياً وثقافياً ومعرفياً وديموغرافياً (علي قيساوية، ٢٠١٢م، ص ٣٢-٣٣)

فقد أثبتت الوسائل الجديدة خلال العقود الثلاثة الأخيرة قدرتها الفائقة على الاختبار والثبات من صحة جملة من الفرضيات النظرية التي تم استشرافها في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي إلى جانب التعديلات التي أدخلت على أنماط وأشكال الاتصال بالجماهير عبر الوسائل الجديدة.

"دونيس ماييل" أحد مشاهير المنظرين في مجال الاتصال الجماهيري وجمهور وسائل الإعلام، يتساءل في نهاية العشرينية الأولى من هذا القرن في كتابه الجديد، (نظرية الاتصال الجماهيري)، عما إذا كانت نهاية وسائل الاتصال القديمة (D.McQuail, Mass Communication Theory, 2010) بعد أن لاحظ أن ثمة تطورات هائلة في ممارسة الاتصال الجماهيري تستدعي الانتقال لمرحلة جديدة من التطوير والممارسة.

في مقابل ذلك تراجع حجم الجمهور من قراء الصحافة المطبوعة ومشاهدي التلفزيون ومستمعي الإذاعة، أي الوسائل المسماة تقليدية، وسائل الاتصال الجماهيرية، يتزايد حجم مستخدمي الوسائل الجديدة التي صارت تؤدي وظائف متعددة ولكنها مختلفة في جزئياتها عن وظائف الاتصال الجماهيري التقليدية، وتتمثل بصفة خاصة في كونها لا تقتصر على التواصل فيما بين الجماهير (Communication of Mass) والاتصال بالجماهير (Communication with Mass)، فقد بينت دراسات جامعية عديدة أن الوسائل الجديدة التي، تسمى تجنياً في الفضاء المغاربي الواقع تحت التأثير السالب للأدباء الفرانكوفونية: "الميديا الجديدة"، ترجمة للترجمة الفرنسية (Nouveaux Medias) للمصطلح الأنجلوسكسوني الأصلي (New Media)، تمارس فيها وعليها جميع أشكال الاتصال من الاتصال الذاتي إلى الاتصال الجماعي والجماهيري ويتبادل عليها أنواع الجمهور المتلقى من الحشد والجماعة إلى الجمهور العام (علي قيساوية، ٢٠١٢م، ص ٢٨-٢٩). غير أن المصطلح المفضل للإشارة إلى جمهور الوسائل الجديدة هو المستخدمين سواء من حيث النظرة للجانب التقني (User) أو من حيث الطبيعة العلاقتية المتلقى والرسالة

والوسيلة في حد ذاتها. ولكن يبدو أن الاكتفاء بالتعريف التقني للمصطلح يطرح إشكاليات جمة أمام علم اجتماع المستخدم الناشئ، حيث أنه لا يتضمن بالضرورة تلك السمات السوسيو_ثقافية والديموغرافية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام الجماهيرية عن المستخدمين. جمهور المستخدمين قد يسمح بتجاوز الإشكال في هذه المرحلة الانتقالية بين القديم والجديد في حقل علوم الإعلام والاتصال.

مهما تكن نتائج الدراسات التي ستعالج هذه الإشكاليات، فإن وسائل الاتصال بقديمها وجديدها ستبقى مجالاً مفضلاً لممارسة ميكانيزمات الدفاع السيكولوجي من الحالات النفسية، سيما حالات التوتر والقلق التي تثيرها التغطيات الإعلامية المهنية، والمواطنة وأثارها على الحالة السيكولوجية للجمهور والمستخدمين المسلمين لقوى خارقة قد تتشكلهم وتتقذهم من مخالب كائن مجهرى طبيعى أو مخبرى أو معدل جينياً غزا العالم، وأوقف دواليب الحياة فيه ورمى بالبشرية في مخالب حرب مدمرة اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً ونفسياً.

غير أن السمات المميزة للوسائل الجديدة عن وسائل الإعلام القديمة، تجعل من الأولى أقل وطأة على نفسية المتلقى إذ يمكنه التخفيف من حدة الشحنات المتواترة بفضل خاصية التغذية العكسية الفورية التي توفرها للجمهور المتلقى التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال. الوسائل الجديدة تسمح بتدفق المعلومات عبرها في اتجاهين أفقيين (Two ways flow of information) في حين تتميز الوسائل القديمة بتدفق المعلومات في اتجاه أحادي عمودي (One way flow of Information).

ومع ذلك فقد برزت إشكال جديدة من ممارسات التعليم الإعلامي والتلاعيب والتضليل والتوجيه والتهويل، وتتوافق مصادر المعلومات الخاصة بالأوضاع الوبائية في الكثير من الدول، والتهم المتبادلة بين الحكومات ومنظمة الصحة العالمية ودوائر سياسية وتجارية بإخفاء طبيعة الفيروس وتطوراته والحقائق الميدانية، وتتطور الأبحاث المخبرية والسريرية حول الأ Mits الامصال والأدوية.

١.٢ - وسائل المواطننة الشبكية الجديدة (New Netizenship Media)

يمكن اعتبار العالم الافتراضي (Virtual World) الوجه المستتر للعالم الإلكتروني (e-World) الذي أوجده تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، وهو من وجهة نظر أخرى، بعد ما بعد الحديث لعالم مستقبلي منظور تطرق أبوابه بإلحاح وبعنف ناعم وأحياناً صلب. في هذا العالم القائم بذاته تدرج بسرعة فائقة هيمنة الوسائل الجديدة على الممارسات الاتصالية والإعلامية والترفيهية والتنقية وحتى التضليلية التي يعيشها العالم الواقعي (Real World). فقد ظهرت هذه الوسائل وتطورت وتتوسع باضطراد منذ نهاية الحرب الباردة بين المعسكر الليبرالي بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية ومشاركة أوروبا الغربية، والمعسكر الشيوعي بقيادة الاتحاد السوفيتي ومشاركة أوروبا الشرقية. حيث شجع سقوط الاتحاد السوفيتي وإنهيار جدار برلين، شجع أمريكا على التنازل على شبكة الإنترنت وتحويلها من المجال العسكري إلى مجال الخدمة المدنية التجارية، تماماً كما حدث مع تحويل الأقمار الصناعية من التجسس والرقابة إلى الاتصالات المدنية التجارية في سبعينيات القرن الماضي.

تعاونت بسرعة فاقعة تكنولوجيا الستيلات مع تكنولوجيا الإنترنت وتكنولوجيا الحاسوب وعملت مجتمعة على تشبّك العالم والمشروع في تحويله إلى قرية كونية متناهية في الصغر من حيث سرعة الاتصالات وتدالُّ المعلومة تجسِّداً (النظرية ماكلوهان) التي وضعها من خلال مجموعة استشرافات ضمنها مجموعة من الكتب لاسيما مجرة غوتبرغ (The Gutenberg Galaxy, 1962) وخاصة أطروحت القرية الكونية (McLuhan, Global Village, 1968).

إضافة إلى الأدوار المتميزة التي تقوم وسائل إعلام المواطن في تداول المعلومات الوبائية حول فيروس الكورونا، كوفيد_١٩، فقد تمكنت المبتكرات التكنولوجية الجديدة والمتقدمة (الهواتف الذكية، اللوحات الإلكترونية، الحواسب المحمولة) أيضاً من تسهيل استخدام هذه الوسائل في نشر الخرافات والأساطير والشائعات والأنباء المزيفة والمضللة. فقد ظهر جلياً أن وسائل الاتصال الإلكترونية قد استعادت نوعاً من تلك الهيمنة التي فرضتها وسائل الإعلام القديمة في الفترة ما بين الأزمة الاقتصادية الكبرى (١٩٢٩م) ونهاية الحرب العالمية الثانية (الصحافة المكتوبة، الإذاعة والسينما والمسرح)، حيث ظلت تشكل مصدراً رئيسياً للمعلومة المتتفقة عبر مراحل متعددة لفترة زمنية طويلة.

فعلى سبيل المثال ومن حيث التطور الكمي للتعرض والاستخدام، بينت دراسة أجريت مؤخراً - فقط - أن استخدام الوسائل الاجتماعية في ظل حجر الكورونا فيروس، قد ارتفع بنسبة ٢١ في المائة خلال الأشهر الأولى من السنة، في حين ارتفعت قراءة الصحف بنسبة ١٤ في المائة فقط (٢٠٢٠م)، في حين ارتفع الطلب على الإنترنٌت بنسبة ٥٠ و ٦٠ بالمائة زيادة على النسب العادلة، و ٨٠ في المائة من مشتركي الإنترنٌت يستخدمون الوسائل الجديدة لاسيما منصات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايسبوك العملاق ويليه التويتر (فيليب أبو زيد، ٢٠٢٠م)

ومن الملاحظ أن وسائل إعلام واتصال المواطن أصبحت مصدراً مهماً وفضاءً واسعاً لنشر المعلومات الوبائية وتدالُّها بسرعة على نطاق واسع، سواء كانت هذه المعلومات صادقة أو مزيفة أمام ميول الحكومات والجهات المؤثرة في السياسات الإعلامية، في كل مكان، لأسباب سياسية تكتيكية وإستراتيجية، لإخفاء الحقائق والتستر على الأوضاع الحقيقية في ميادين الحرب الدائرة ضد هذا الفيروس الذي مرّغ جبروت الإنسان في الوحل (علي قيسية، ٢٠٢٠م)

٢- بعض آثار الحجر المنزلي والتبعات الاجتماعية

Some Impacts of Home confinement and Social distancing

طرح فيروس كوفيد_١٩ تحديات كبرى شاملة مست آثارها مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية وبخاصة الصحة الطبية والسوسيولوجية السيكولوجية، واجهت أكثر من نصف سكان المعمورة عبر الجهات الأربع للعالم. وإن كانت مظاهر الحياة قد شلت كلياً أو جزئياً، فإن أكثر القطاعات تعرضها لهذه التحديات قطاع الصحة والبحث في المجال الطبي وكذلك قطاع

الاتصال من حيث الممارسة والبحث أيضاً، إذ أصبح الاتصال الذي يعتبر عصب الحياة، شرياناً لها مرتبطاً بها ارتباطاً وثيقاً في ظل الظروف التي فرضها تفشي الفيروس، بل ظهر الاتصال بجميع أشكاله كقضية وجودية تعتمد عليها نجاعة وفعالية كل القطاعات الأخرى في مواجهة الفناء الذي يهدد البشرية من وراء هذا الفيروس المجهري، فبدون اتصال وتواصل فوري تبقى كل المبادرات التي تقوم السلطات الطبية والسياسية والأمنية والحكومية غير موجودة بالنسبة للمواطن المعنى الأول والأخير بكل النشاطات العاملة، أي السبب والهدف من النشاطات الصحية والطبية والإعلامية والاتصالية على وجه الخصوص. ولعل أول وأكبر هذه التحديات تخص التجنيد الضروري الواسع لمستخدمي الصحة العمومية من أطباء وممرضين وإداريين وعمال، إذ هم الجيش الأبيض المرابط على الجبهة الأولى في الحرب القائمة ضد هذا الفيروس الشرس، وبالتالي كانوا هم من أوائل الضحايا المعرضين للإصابة بالعدوى والخضوع لإجراءات العزل والحجر والتبعاع الاجتماعي، ومتعرضين حتى للموت. ولكن التحدي الأكبر يخص الأطباء الباحثين وعلماء البيولوجيا والأوبئة والفيروسات الذين يتحمّل عليهم مواجهة الفيروس على المدىين المتوسط والبعيد من خلال اكتشاف اللقاحات والأدوية.

في هذا السياق تشير الدراسات أن العلماء والباحثين في الميدان يشتغلون معاً في مخابر الأبحاث والمستشفيات وعن بعد لفهم كنه الوباء والمسارات التي يتذبذبها الفيروس في تطوره وتحويراته، فهو "حقد تحدي كبير بلا حدود تحاصره، إذ أن ٨٠ في المائة من العلماء يشتغلون في منازلهم، نصفهم في كل العالم تقريباً يقولون أنهم تأثروا جداً وبقوة بكوفيد_١٩ (Dave Hora, 2020) حيث أن عملهم بالمنزل يتأثر بوجود أبنائهم محجر عليهم معهم بسبب غلق المدارس والجامعات وتوقف الدروس والمحاضرات الحضورية، وأن التعليم الإلكتروني لا يشتغل في جل الدول الانتقالية الدائمة، كما هو الشأن في الدول المختلفة تكنولوجياً من مثل الجزائر (علي قسمايسية، ٢٠٢٠)

إن الحجر المنزلي الإجباري أو الاختياري، حسب المقاربات المعتمدة من قبل كل دولة من دول العالم المصدوم، يستهدف إبقاء أفراد الأسر في منازلهم وعزلهم عن محيط المجتمع لمنع الفيروس من الانتقال بين الناس بسرعة تعجز مؤسسات الاستقبال الاستشفائية عن استقبال أعدادهم المتزايدة تبعاً لوتيرة تطور انتشار المرض، خاصة وأن العديد من الدول الضعيفة لا تتوفر على قدرات اكتشاف الفيروس وإجراء التحاليل الوبائية والعلاجات السريرية الخاصة سوى لعدد محدود من المواطنين. ولئن كانت الأبحاث الطبية المخبرية والسريرية قد سجلت تقدماً ملحوظاً في الدول الرائدة من مثل روسيا الاتحادية والصين في الشرق، وبريطانيا وألمانيا والولايات المتحدة في الغرب، فإن الأبحاث العلمية في المجالات الأخرى وخاصة في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية قد أصيبت بنوع من الشلل بسبب الحجر الصحي التي تبنته مختلف حكومات العالم الموبوء والذي شمل المدارس والجامعات ومراكز الدراسات والأبحاث التابعة لها. خلاصات ونتائج الأبحاث الطبية قد أعادت الأمل والطمأنينة لنفوس الناس المرهقة، وشجعت الحكومات على رفع الحجر الصحي تدريجياً، واستئناف نشاطات الحياة اليومية

العادية مع إجبارية مراعاة احتياطات أمنية خاصة بعالم ما قبل الكورونا مباشرةً وقبل اعتماد لقاح قد يغطي عن ارتداء الكمامات الوقائية والتبعاع الاجتماعي.

٢٠.١ - تفعيل الدراسات الإثنوغرافية: Activated Ethnographical studies

على العكس من البحث العلمي في ميادين البيولوجيا وعلوم الوباء والأمراض المعدية والفيروسات، البحث الذي تعلق عليه البشرية آمالاً عريضة، فإن البحث في مجال الاتصال وتفرعاته المخبرية والميدانية، قد استفاد في جانبه التظيري من غلق الجامعات وتوقف الدراسة في جميع مستوياتها والحجر الصحي والعزل المنزلي، حيث تم تشيط البحث في بعده التأملي وكذلك البحث المكتبي والتوثيقى، ولكن أيضاً في شقه الحقى المتلائم مع ظروف الأوضاع الكورونية المستجدة.

فبصرف النظر عما تتطلبه الدراسات الأمريكية من التنقل وإجراء التحقيقات الميدانية والمقابلات المباشرة وجهاً لوجه بين الباحث والباحثين، فإن الباحثين المهتمين بالاتصال الجماهيري ودراسات الجمهور ومستخدمي الوسائل الجديدة بصفة خاصة، حاولوا استغلال هذه الفرصة المتاحة لتفعيل توجه بحثي نوعي قديم يتم تكييفه منذ عقد الثمانينيات مع مستلزمات المجتمعات الافتراضية الناجمة عن التغيرات الاجتماعية العميقه التي تحدثها التطبيقات التكنولوجية المتتسارعة. هذا الأمر يهم التوجه الإثنوغرافي وتطوراته اللاحقة، كمقاربة منهجهية نوعية لدراسة السلوكيات والتفاعلات الاجتماعية، بمناسبة التعرض المشترك لمضامين إعلامية في سياقات تقنيـ ثقافية فرضتها أنظمة الاتصال بوسائل الإعلام القديمة والجديدة على حد سواء.

يسود الاعتقاد في هذا السياق، أن الإثنوغرافيا بكل أشكالها التقليدية وال الرقمية الافتراضية والذاتية حان الوقت لتتبؤ مكانتها، كمقاربة نووية مكملة وبديلة في دراسات الاتصال الجماهيري وجمهور وسائل الإعلام القديمة ومستخدمي الوسائل الجديدة (علي قاسيية، ٢٠٢٠م، ص ١١-٢٠).

إن الإثنوغرافيا، كمقاربة إثنوـ منهجهية (Ethnomethodology) تتطور بكيفية سريعة منذ أن اعتمدتها "دافيد مورلي" في دراسته لجمهور القرفة العائلية في ثمانينات القرن الماضي (David Morley, 1986)، ويتوسّع استعمالها وتكلاف الدعوات لاستعمالها كمقاربة بديلة لدراسات الجمهور في الدول الانتقالية العاجزة عن إنتاج و/أو إيجاد أساليب وأدوات منهجهية تتلاءم مع طبيعة وخصوصية مجتمعاتها، إلى جانب القصور في تأسيس بناء نظري خاص بالكيانات الاجتماعية المختلفة السياقات التاريخية والسوسيـ ثقافية والاقتصادية والسياسية (Ali Kessaissia, 2010).

فقد دعت دراسات عدّة، منها دراسة الباحث، إلى ضرورة إعادة الاعتبار للمنهج الإثنوغرافي ولأدوات الملاحظة بالمشاركة، وتفعيل الأبحاث الميدانية بالإكثار منها في دراسة مختلف الظواهر الاجتماعية ومنها فعل التلقي والمشاهدة التلفزيونية ضمن العائلة العربية والجزائرية بصفة خاصة في

مختلف المناطق والمجتمعات المحلية، أي في بيئات تكنو-إثنوغرافية ثقافية متعددة ناجمة عن تفاعلات الأصول الثقافية المتعددة والمستحدثات التكنولوجية واستعمالاتها لأغراض متعددة.

غير أن تطبيق المنهج الإثنوغرافي يحتاج في شكله التقليدي والافتراضي الإلكتروني، إلى مشاركة كلية للباحث وانفتاح ذهني ومهارات وتدريبات على تقنيات الملاحظة بالمشاركة واستخدامها في مختلف التحقيقات الاجتماعية، كما يحتاج إلى إجراء تحريات علمية حول أنظمة التأويل والعمليات التي يقوم بها المتلقون، وتستند خطوات البحث إلى مختلف وحدات التحليل: الفرد باعتباره موضوعاً اجتماعياً وذاتاً فردية في نفس الوقت (Social Subject and Individual Dubjectivity)، والجماعة والعلاقة مابين الذات المشتركة (Intersubjectivity) في تجربة الحياة اليومية للفرد والجماعة (علي قسيسي، ٢٠١١، ص. ٢٠٠، ٢٠٤).

قد تتفق المنطلقات النظرية لهذا التوجه النوعي في أبحاث جمهور وسائل الإعلام ودراسات الاتصال الجماهيري ومستخدمي الوسائط الجديدة، مع مضمون مدرسة التفاعلات الرمزية التي تعتبر امتداداً أمريكياً لمدرسة فرانكفورت الألمانية، تأسست في العالم الجديدة على إثر هجرة العلماء الألمان هروباً من الفكر والممارسة النازية التي تقّدس الفرد على حساب الجماعة. في الفلسفة الاجتماعية للأمريكي "جورج هبرت ميد" (G.H. Mead) أحد مؤسسي مدرسة التفاعلات الرمزية يعتبر "الأنـا" (The I)، الجانب الفاعل في شخصية الفرد و"الذات" (The Me)، الجانب المفعول فيه في نفس الشخصية، يعتبران ركيزتين أساسيتين في شخصية الفرد المندرج في المجتمع السليم، يمثل الأول السمات التي تميز الفرد عن بقية أفراد المجتمع، وتمثل الثانية انعكاس صورة المجتمع في شخصية الفرد، أي القيم والضوابط والسلوكيات والمعارف التي يكتسبها الفرد في سياق تنشئته الاجتماعية (Aboulafia, M, 2008). أطروحة ميد في شق "الأنـا" تتقاطع مع الأنـا(Ego) في التحليل النفسي للطبيب النفسي النمساوي "سيموند فرويد" (S. Freud) ومع مدارس سيكولوجية أخرى حديثة تهتم بالتأثيرات النفسية لسلوكيات الأفراد في علاقتها بضوابط الجماعية وإملاءاتها وقيمها، وبخاصة دراسات آثار الاستخدام المفرط للمبتكرات التكنولوجية المستجدة على الفرد وعلى علاقاته بالأخر الفرد و/أو الجماعة.

من هذا المنطلق أصبحت دراسات جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة في ظل أنظمة الاتصال الجديدة تولي أهمية خاصة لشخصية وطبع الفرد، باعتباره خزانـاً حاملاً لقيم وضوابط المجتمع المنعكسة في سلوكياته اليومية، وفي علاقة ذاته وعلاقاته الواقعية والافتراضية بالأخر المنفصل أو المتصل مباشرةً أو افتراضياً.

٢٠٢ - الإثنوغرافيا القائمة على البداهة الذاتية:

Subjective Evidence Based Ethnography-SEBE

ومن بين التوجهات الراهنة في الدراسات السلوكية الفردية والجماعية، ما يمكن تسميته بالإثنوغرافيا القائمة على البداهة الذاتية، وهي أسلوب بحث ودراسة إثنوغرافية يتضمن إجراءات منهجية وتطبيقات ميدانية، تستهدف تمييز نشاطات الحياة اليومية ووصف الممارسات الجيدة والسيئة، وتعريف مخاطر الوضعيات المختلفة على ضوء الوعي الذاتي والإدراك الشخصي، والاستئناس بمعارف الخبراء في الاندماج السيكولوجي وعلم السلوك (Integrate Psychology and Behavior Science).

هذه التقنية تهتم بجمع التجارب الذاتية، حيث أن سلوك الإنسان، حسب المدارس السيكولوجية المشار إليها، له مظاهران: مظهر جلي مفتوح يمكن ملاحظته وتصوير تمظهراته من خارج الذات، موضوع الدراسة، تتعكس في الحركات الجسدية والكلمات، ولكن أيضاً تتأثر بالسياق الذي تجري فيه وكذلك بالمحيط الذي تتفاعل معه. المظهر الثاني خفي وهو السلوك المستتر أو "المغطى": الانفعالات، الأهداف، الحواجز، التفسيرات والنوايا؛ وعموماً كل التفاعلات النفسية التي لا يمكن الوصول إليها دون تعاون الشخص محل الدراسة الذاتية (Saadi Lagkou, 2015). وإلى جانب هذه التقنية التي ترمي إلى قراءة وفهم وتفسير السلوك الفردي في السياق الجماعي الخاص والعام، يعكف الباحثون في هذا المجال على تطوير مقاربة أخرى تهتم بالسلوك الشخصي وبالمعنى الذي يعطيه الفرد لنفسه وللآخر وللعلاقة القائمة بينهما، تسمى الإثنوغرافيا الذاتية (Autoethnography).

وتعد المقاربة الإثنوغرافية الذاتية محاولة لبحث في الخبرات الشخصية (الذاتية / Auto) للأفراد لتفسير وتأويل مختلف النصوص، والتجارب والظواهر الاجتماعية، والمعتقدات، والممارسات الثقافية للجماعات الإثنية (Ethno)، حيث يذهب الباحثون في الإثنوغرافيا الذاتية إلى القول بأن التجربة الشخصية تحتوي على مبادئ وتوقعات سياسية-ثقافية عديدة، فهم يهتمون بالتفكير والتأمل الذاتي للأفراد من أجل تحديد واستنطاق العلاقة الموجودة بين الذات والحياة الاجتماعية، كما يؤكد كل من الكاتبين "بوشنر وإيليس" بأن الإثنوغرافيا الذاتية هي عملية كشف للسيطرة التي يعتمد عليها الأفراد في وضع وتحديد المهام التي يجب عليهم أن يقوموا بها، بالإضافة إلى تفسير طريقة عيشهم ومعاني التي يجسدونها في سلوكياتهم اليومية ووعيهم بوظائفها الفردية والاجتماعية (Bochner Ellis, 2006, p 111).

فقد كسبت الإثنوغرافيا الذاتية شرعيتها من خلال قدرتها على ربط الثقافة بالتجارب الشخصية، وهذا إلى جانب التطور الهائل الذي عرفه مجال الاتصال مع بروز التكنولوجيات الجديدة التي ضاعت التفاعل بين المستخدمين، هذا الارتباط الوثيق الذي أصبحنا نعيشها اليوم مع تكنولوجيا المعلومات (IT) أفرز لنا ما يسمى بالاثنوجرافيا الذاتية الرقمية (Digital Autoethnography)، التي تقترح الاعتماد على الخبرات الشخصية لتقدير المعاني المكونة بين المستخدمين الذين يشغلون الأماكن الرقمية ويتواصلون عبرها، كما ترى الباحثة ناسيليا رياحي (ناسيليا، ر. ٢٠٢٠م)

يمكن أن نميز الإثنوغرافيا الذاتية الرقمية عن الإثنوغرافيا الذاتية التقليدية في طبيعة الثقافة المعالجة، فهي تهتم بالثقافة الرقمية المتواجدة في المساحات الافتراضية، والتجارب الحية والتفاعلات التي تشكل معنى داخل هذه السياقات الافتراضية.

يفعّلنا هذا التوجه إلى التفكير في التغيير الذي أصبحنا نعيشه مع انتشار التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، من خلال وضع منهجية تعتمد على المقاربة الإثنوغرافية الذاتية لفهم التجارب الشخصية المتزايدة في الفضاء الافتراضي الذي انغمس في حياتنا اليومية.

وأوضحت الباحثة "حذير رزقة" أنه "سرعان ما أصبحت الإثنوغرافيا الذاتية أحد الأساليب المنهجية في البحث العلمي النوعي لأنها تعمل بالانعكاسية (Reflexivity) التي تعتبر من بين أهم ميزاتها الأساسية، حيث تكون وجهة نظر الفاعل في البحث هي النواة المركزية في هذا النوع من التحقيقات العلمية الإثنوغرافية (Denzin, Norman k., 2006, P.419-428).

هذا النوع من الأبحاث يعتمد إذن على ثلاثة أبعاد رئيسية: بعد الذات، وبعد الثقافة، وبعد صيروحة البحث. وهي أبعاد تتعكس جلياً على نتائج البحث التي ستحتاج باختلاف البعد المعتمد عليه في جمع البيانات سواء على مستوى الهيكل، أو النية، أو الصرامة. وتعتبر هذه الأبعاد الثقافية السوسيو-تاريخية مكونات أساسية لحياة الفرد، ما يسمح بدراسة أعمق لواقع الاجتماعي من منظور تفاعله. كما يعاد تأويل جدلية الذات/ الثقافة في هذا النوع من البحوث الإثنوغرافية التي يعتبر فيها الباحث النواة المركزية للمعلومات والبيانات العلمية (Gabrielle, Dube, 2006, PP.3-23.).

من جهتها تذهب الباحثة "ساكر آسيا" من جامعة مستغانم بالغرب الجزائري "أن وباء الكورونا خلق ظروفاً استثنائية في العالم مع أنه ليس أول وباء عرفته الإنسانية، إلا أن مقتضيات العالم الحديث فرضت على المجتمعات إحداث تغيرات على حياة الأفراد والجماعات، حيث طالت الأزمة الصحية بقية مجالات حياة الإنسان الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والنفسيّة بفعل ظاهرة العولمة" (Saker A. 2020) تجربة فريدة من نوعها يعيشها العالم المعاصر على المستوى الجماعي والفردي معاً، ما أدى بهم إلى حجر أنفسهم وتقليل نشاطاتهم اليومية، لاسيما الاتصال المباشر حيث اقتصرت اتصالاتهم على المحيط المباشر كأفراد العائلة الذين يتقاسمون الماضي والحاضر، والتجارب الأولى التي ساهمت في تكوين شخصية الفرد ورؤيته للعالم ووعيه بالمحيط الذي يعيش فيه، كما خلق تباطؤً لإيقاع النشاطات حالة من الاسترجاع النفسي التي قلما يسألها، لتستحضر مواقف الفرد في خضم الحياة العملية وذكريات من الماضي في ظل التقلص المؤقت للأفق المستقبلي لاستعادة السيطرة على الحياة الاجتماعية.

يتعلق البحث بسرد تجربة حياة الباحثة الشخصية مع الذات ومع المجتمع، ورؤيتها للعالم من حولها في ظل الظروف الاستثنائية لمدة شهرين من الحجر للاحظت تغيراً مهماً في طريقة العيش أبرزها إقامة اتصال مع الذات بأثر رجعي، واستدعاء التصورات والذكريات ومواقف ومحطات الحياة الماضية،

وعلاقاتها بما يحدث في الحياة الاجتماعية المباشرة والاتصالات الافتراضية مع الأصدقاء وزملاء العمل والطلبة.

هذه الأبحاث الميدانية المنجزة والتي يجري إنجازها في جامعات أخرى في شرق الجزائر ووسطها وغربها وجنوبها وخاصة (جامعات عنابة والمسيلة والشلف) استجابة لدعوة من تخصص الاتصال الجماهيري والوسائل الجديدة بجامعة الجزائر^٣، قد تسفر عن خلاصات تدعم التوجه الإثنوغرافي في دراسات جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائل الجديدة، ومدى صلاحيته في الوصول لنتائج تعكس الواقع المعيش في المجتمعات الانتقالية، بانتظار تجاوز العجز في إنتاج معارف نظرية ومنهجية خاصة بها.

بقي أن نشير إلى أن كوفيد_١٩ لم يشل الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية لفترات زمنية قاربت الخمسة أشهر في أغلبية الدول الموبوءة، ولم يقتل الناس ويرعبهم - فقط -، ولم يغير سلوكياتهم وعاداتهم وطقوسهم وحسب، ولكنه سرعَ بناء وتعيم المجتمع الافتراضي الذي تم فيه التعاملات عن بعد... أي أنه أعاد الاعتبار للعزلة الاجتماعية، كفضاء للتفاعلات وتعاملات الحياة اليومية في المجتمعات الإلكترونية/ال الرقمية، أو مجتمعات ما بعد الحادثة الصناعية.

وقد يتربّع عن اكتمال قيام المجتمعات الافتراضية تغييرات عميقة تمس جميع مناحي الحياة؛ بما فيها الجوانب العلمية المتعلقة بالمقاربات النظرية والمنهجية التي قد تصلح لدراسة هذه المجتمعات الجديدة.

مراجع باللغة العربية:

أليغرين، م. (٢٠٢٠م)، إحصائيات وحقائق الفايسبوك، على الخط:

<https://www.websitehostingrating.com/ar/facebook-statistics/>

حizarer، ر. (٢٠٢٠م) تأملات باحثة تحت الحجر الصحي، بحث غير منشور، جامعة البليدة، الجزائر

- فيليب، أ. ز، (٢٠٢٠م)، نصائح للصحافيين ليستقينوا من مواقع التواصل الاجتماعي، على الخط:
<https://ijnet.org/ru/node/8031>

- ساكر، آ. (٢٠٢٠م)، تجربة حياة استثنائية مع الذات ومع الآخر، بحث غير منشور، جامعة مستغانم، الجزائر

- الشرقاوي، م. (٢٠٢٠م)، التحولات الحيوسياسية لفيروس كورونا وتأكل النيليليرالية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة

- ناسيليا، ر. (٢٠٢٠م)، الإثنوغرافيا الذاتية الرقمية، بحث غير منشور، جامعة الجزائر^٣، الجزائر

- قيساوية، ع. (٢٠٢٠م)، الإعلام في زمن فيروس كورونا، القدس العربي ١٦ مايو ٢٠٢٠م، لندن

<https://www.alquds.co.uk/%d8%a7%d9%84%d8%a5%d8%b9%d9%84%d8%a7%d9%85-%d9%81%d9%8a-%d8%b2%d9%85%d9%86-%d9%81%d9%8a%d8%b1%d9%88%d8%b3-%d9%83%d9%88%d8%b1%d9%88%d9%86%d8%a7/>

- قيساوية، ع. (٢٠١١م)، جمهور وسائل الاتصال ومستخدموها، دار الوسم، الجزائر

References:

- Aboulafia, M, (2008) *The 'I' and The Me in George Hebert Mead Philosophy*,
<https://plato.stanford.edu>> entries
- Dave, H.,(2020); *Scientific Progress and the Covid19 Pandemic*
<https://www.researchgate.net/blog/post/scientific-progress-and-the-covid-19-pandemic?fbclid=IwAR2-7uv5vVrvGyayShAxu5aTU7Vw2eVOjkLB1cDyCrRa0TJyKkJ>
- Denzin, N.k., *Analytic Autoethnography*. Journal of Contemporary Ethnography, volume 35,n° 4,Sage Publications, 2006,
<https://journals.sagepub.com>.
- Dutton, W. H. (2009), *The Fifth Estate Emerging through the Network of Networks*, Prometheus, Vol. 27, No. 1, March: pp. 1-15
- Frank E., (2008), *Spin Doctor*,
www.academia.edu/2907503/Esser_Frank_2008_Spin
- Gabrielle, Dubé, (2016) ; *L'auto-ethnographie, une méthode de recherche inclusive, Présences*, revue transdisciplinaire d'étude des pratiques psychosociales, Vol. 9, 23.
- Kessaissia, A.; (2010); *Toward an Alternative Appraoch to Study Audienc es in Transitional countries*, <http://alikspace.weebly.com/toward-an-alternative-approach-to-study-audiences-in-transitional-countries-the-case-of-algeria.html>
- McQuail, D.et all, (1984) *Normative Theories of the Media*, sage publications, London
- McQuail, D. (2009) Mass Communication Theory, 6th Ed.Sage Publication, New Delhi
- Rogers, E.M. (1962) *Diffusion of Innovations Theory*, University of Boston, USA
- Saadi, L.(2015); *Subjective Evidence Based Ethnography* online publication
<http://eprints.lse.ac.uk/60763/>
- Sebert, S. et all,(1956) *Four Theories of the Press*, University of Illinois Press, USA

Covid_19, Mass Communication & New Media : Deep Changes in Practice and Research Methods

Prof.Dr. Ali Kessaissia

ali_kessaissia@yahoo.co.uk

Professor of Mass Communication,

Mass Communication Department,

University of Algiers-3

Abstract

This piece of work is, as it is showed from the above title, about the implications of the Corona Virus called Covid-19 on the Audiences of the Mass Communication Media and on the Users of the New Media. It is actually believed that deeps changes in audience and user behavior have been happened due to home confinement and social distancing in order to stop the virus spread.

Covid_19 Crisis has a first impact on the communication process itself, traditional forms of communication such as face-to-face communication, group communication, and mass communication through the Old Media have been replaced by digital and virtual communication; and even by self-communication. The means of communication have also changed, New Media, especially Netizen or Social Media have occupied a first place and become the main sources of information, even in what it is called Fake News .

The dominance of digital media has empowered virtual societies emerged thanks to Information Technologies (IT) since the 1990s of the last century. In such forms of virtual societies, interaction and interactivity, reconsider individual place and roles, he becomes the social subject and individual subjectivity as well as Intersubjectivity.

The real virtuality taking place in the e-world has also affected the methods of studying, searching, and analyzing the behavior of individuals and groups under crisis circumstances such as Covid_19 .

Under Home Confinement and Social Distancing of the Pandemic, the researchers dealing with media audiences and users, have appealed the ethnographical methods, in particular the Subjective Evidence-Based Ethnography-SEBE, Auto ethnography, and Digital Auto ethnography.

Keywords: Old Media, New Media, Netizen Media, Ethnography, subjective evidence, Auto ethnography, Digital Auto ethnography.

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 - Shiben 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 - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.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, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
 And also to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

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

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

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitratative 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 Saddan (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 Alzoghpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

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

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

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

Advisory Board **

IPRR.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 Yousef (Egypt)

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

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

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

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

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

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

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

Prof. Dr. 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 & Televesion 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.



Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Eighth year - Twenty Ninth Issue / Part 1 - 10 October 2020

Arab Impact Factor 2019 = 1.5

Arcif Impact Factor 2019 = 0.1321

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

Abstracts of Arabic Researches:

- *Prof.Dr. Ali Kessaissia* - *University of Algiers-3*
Covid_19, Mass Communication & New Media: Deep Changes in Practice and Research Methods 7
- *Associate Prof. Dr. Marwa Yassin Bassiouni* - *Bani Sweif University*
Exposure to Opinion Programs on Satellite Television Channels and its Relationship with the Egyptian Youth Moral Level towards the Egyptian state Performance in Facing Corona Pandemic 8
- *Dr. Sarah Said Abd El-Gawad Dousouky* - *Suez Canal University*
Public's Dependence on Egyptian Satellite Channels and Social Media Sites As a Source for Promoting Awareness about the Corona Pandemic 9
- *Dr. Ala'a Bakur Alshaikh* - *King Abdulaziz University*
Role of Media in Shaping Umrah Seekers' Attitudes towards Saudi Arabia Decision of Umrah Suspending in the beginning of Corona Pandemic and its Relationship to the Image of Saudi Arabia 10
- *Dr. Enas Mansour Kamel Sharaf* - *Kafer El Sheikh University*
Role of Social Media Sites in Promoting Rumors and Presenting the Facts about the New Corona Virus (Covid-19) 11
- *Dr. Fatima Alsalem* - *Kuwait University*
Credibility of State Media in Times of Crisis: Case of Corona Pandemic (COVID-19) in Kuwait 12
- *Dr. Hussein Khalifa Hassan Khalifa* - *Cairo University*
Media Coverage of the COVID-19 Pandemic and its Impact on Shaping Bahraini Public Opinion Attitudes about the Performance of Health Institutions 13
- *Hatim Ali Hyder Al-salhi* - *Sana'a University*
Employing Internet Applications to Curb Covid-19 Outbreak: A case Study of Yemen 14
- *Asmaa Abdelaziz Mostafa* - *Sohag University*
Trust attitudes towards Processing of Corona Virus Crisis: Study public comments by ethnography methodology on the daily report of the Egyptian Ministry of Health and Population 15

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network

(ENSTINET)

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

Deposit number : 24380 /2019

Copyright 2020@APRA

 www.jprr.epra.org.eg