

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 على 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 عمام 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 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 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 والأنسنج
جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا مجد السنوسى

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. مجدى حسن العامرى

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 - jpr@epra.org.eg

موقع ويب: www.apr.agency - www.jpr.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 جزئين 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، بحثاًعنوان: "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، بحثاًعنوان: "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، بحثاًعنوان: "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، بحثاًعنوان: "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، بحثاًعنوان: "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، بحثاًعنوان: "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 للترقي 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

التفطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية

إعداد

د. حسين خليفة حسن خليفة (*)

(*) مدرس الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية

د. حسين خليفة حسن خليفة

h-khalifa@cu.edu.eg

جامعة القاهرة

الملخص:

حاولت هذه الدراسة تقصي الدور الذي قامت به التغطية الإعلامية لجائحة كورونا (كوفيد-١٩) في تشكيل الأنساق المعرفية والوجدانية للرأي العام البحريني، نحو أداء المؤسسات الصحية بالمملكة في مواجهتها لآثار الجائحة والحد من خطورة انتشارها؛ إنطلاقاً من كون وسائل الإعلام - ليست فقط أدوات للتواصل - إنما - يمكن أن تقوم بدور مهم في التغيير السياسي والاجتماعي وتشكيل الاتجاهات والميول.

اعتمدت الدراسة على فرض نظرية التهيئة المعرفية، والتي تؤكد على أن التغطية الإعلامية من خلال تركيزها على بعض الجوانب وتجاهلها جوانب أخرى تؤثر على المعايير التي يبني على أساسها الأفراد تقييماتهم وأحكامهم حول المؤسسات الحكومية والقيادة، واستخدمت استمار الاستقصاء كأدلة لجمع بيانات الدراسة، وتم تطبيقها على عينة حصصية قوامها (٥٨٨) من الرأي العام البحريني.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة، ومنها: أن نسبة التقييمات الإيجابية لأداء المؤسسات الصحية في التعامل مع جائحة كورونا بمملكة البحرين بلغت (٦٩.٣٪)، وأن الرأي العام البحريني يحرص على متابعة الجائحة في مختلف وسائل الإعلام وأداء المؤسسات الصحية بالمملكة بنسبة بلغت (٦٨.٧٪)، وجاءت موقع التواصل الاجتماعي في مقدمة هذه الوسائل بنسبة بلغت (٨٨.٧٪)، وجاء في المرتبة الثانية التليفزيون بنسبة بلغت (٨١٪)، فيما جاء في المرتبة الأخيرة الصحف المطبوعة بنسبة بلغت (٥٤.٣٪). كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الرأي العام البحريني لديه مصداقية بنسبة (٧٤.٣٪) في تغطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال الجائحة، وجاء موقع وزارة الصحة كأكثر وسائل الإعلام مصداقية بنسبة بلغت (٨٩.٣٪)، ثم في المرتبة الثانية حسابات وزارة الصحة على موقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٨٧.٣٪)، وجاء في المرتبة الثالثة التليفزيون بنسبة بلغت (٨٦٪)، بينما جاءت في المراتب الأخيرة كل من المواقع الإخبارية في المرتبة السابعة بنسبة بلغت (٦٥.٧٪)، وموقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت (٥٤.٣٪)، ومجموعات الواتساب في المرتبة التاسعة كأقل وسائل الإعلام مصداقية في تغطية أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا، بنسبة بلغت (٤٧.٧٪).

كلمات مفتاحية: التغطية الإعلامية، جائحة كورونا، المؤسسات الصحية، الرأي العام، البحرين.

المقدمة:

ظهر فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) في مدينة ووهان الصينية في أوائل شهر ديسمبر ٢٠١٩م، وأعلنت منظمة الصحة العالمية بشكل رسمي في ٣٠ يناير ٢٠٢٠م أن الفيروس يشكل حالة طوارئ صحية عامة تبعث على القلق الدولي، وفي ١١ مارس ٢٠٢٠م أكدت تحول الفيروس إلى جائحة وحتى ٦ يوليو ٢٠٢٠م بلغ عدد الحالات المصابة بالفيروس ما يقارب (١١٠.٥) مليون حالة مصابة بكوفيد-١٩ في أكثر من ١٨٨ دولة، تتضمن أكثر من نصف مليون حالة وفاة (worldometers.info, 2020).

ومع انتشار جائحة كورونا، أضحت وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وموقع التواصل الاجتماعي بمستويات تمايزها وتتنوعها من أكثر الوسائل فعالية وتأثيراً في تصورات وتوجهات الرأي العام؛ إذ أنها تملك قدرات هائلة في مجال إنتاج المعلومات وتشكيل الوعي الثقافي والصحي الذي يشكل أساس الاستجابات المعرفية والوجدانية للرأي العام.

وفي ظل جائحة كورونا، تشكل معلومات وسائل الإعلام مورداً لا غنى عنه؛ فهي المنطلق الأساسي الذي يمكن الرأي العام امتلاك المعرفة الكافية المتعلقة بأبعاد الجائحة، مسبباتها، نتائجها، كيفية الوقاية منها، وأطرافها الفاعلة في إيجاد علاج لها من خلال المعالجات الإعلامية والإيضاحات التي يقدمها الخبراء وصانعو القرار، وانتهاء بدور وقائي لوسائل الإعلام من خلال طرح رؤى إعلامية تجنب وتشجع تكرار حدوث مثل هذا الأمر.

ولعل ما يشهده العالم حالياً من تغيرات علي كافة الأصعدة وفي كل المجالات الصحية والتعليمية والترفيهية والاجتماعية نتيجة استمرار انتشار الجائحة وعدم الوصول إلى علاج فعال لإيقافه، قد أثر على طبيعة وجودة الترابط الاجتماعي والتكتونين البشري المعتمد عليه، إذ اتجه العالم إلى سياسة التباعد الاجتماعي والتواصل عبر تطبيقات التكنولوجيا (الإعلام الجديد) بهدف توفير أعلى درجات الوقاية من الإصابة بالفيروس القاتل، كما وأن لوسائل الإعلام دورها الأهم في بناء التوجهات المجتمعية وتشكيل الرأي العام نحو الإجراءات السليمة والأمنة التي يجب إتخاذها من أجل الوقاية من مخاطر تفشي الجائحة عالمياً ومحلياً (المغير، ٢٠٢٠م).

المشكلة البحثية:

تشير عملية تشكيل الرأي العام إلى الاتجاه العلني للأغلبية الوعية من الجماعة في فترة معينة نحو قضية مهمة أثيرت حولها مناقشات عامة وواافية عن طريق وسائل الإعلام والجهات والجماعات المختلفة في المجتمع، سواء الرسمية أو الشعبية (خليفة ح.، ٢٠١٨م).

تعد وسائل الإعلام من أبرز وسائل الخبرة غير المباشرة بالأحداث والقضايا التي تحدث في بيئات بعيدة عن متناول الجمهور، وقد عَبَّر عن ذلك "والتر ليبيان" بقوله إن وسائل الإعلام تشكل الصور الذهنية عن العالم الخارجي بعيد عن متناولنا، كما تشير المداخل النظرية ومنها الاستخدامات

والإشاعات إلى أن الجمهور بحاجة إلى التوجيه وذلك سعياً منهم إلى فهم الواقع المحيط بهم والتكيّف معه، وتزايد أهمية هذا الدافع عندما تتسم الأحداث المثارة من قبل وسائل الإعلام بالغموض والأهمية البالغة (على، ٢٠٠٣) كما هو الحال في جائحة كورونا المستجد كوفيد-١٩.

وفي ضوء ذلك، فإنه كلما زاد تركيز وتكيّف وسائل الإعلام على قضايا معينة زادت التهيئة العامة للرأي العام بشأنها، وأيضاً ازداد اعتماد الجمهور على ما يعرفونه من معلومات بشأنها في بناء تصوراتهم عن أداء المؤسسات والقيادات ذات الصلة، حيث إن وسائل الإعلام تقدم الأطر الإخبارية والتحليلية التي تشكل أساس الاستجابات المعرفية والوجدانية والسلوكية للرأي العام بشأن تلك القضايا.

ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية، في تقصي ورصد طبيعة وحدود الدور الذي قامت به التغطية الإعلامية لجائحة كورونا (كوفيد-١٩) في تشكيل الأسواق المعرفية والوجدانية للرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية في مواجهتها لآثار الجائحة والحد من خطورة انتشارها.

أهمية الدراسة، تأتي أهمية الدراسة من:

١. تعد جائحة كورونا إحدى القضايا الآنية المؤثرة في عملية صنع القرارات ليست في مجال الصحة فحسب بل في كل المجالات وعلى كافة المستويات المحلية والعالمية؛ وهو ما يستوجب الرصد والتحليل والتفسير والوقوف على أبعادها كما هي في الواقع الفعلي.

٢. أهمية القضية البحثية للدراسة والمتمثلة في تقصي أثر التغطية الإعلامية لجائحة كورونا في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية؛ وهو ما يوفر معلومات دقيقة وموضوعية تفسر ظاهرة تشكل الرأي العام حيال القضايا والأحداث البارزة.

٣. إمكانية التنبؤ بالعملية التي يتم من خلالها تشكيل الرأي العام من قبل وسائل الإعلام في فترات زمنية معينة من خلال الدراسة والفهم العميق للعلاقة الوظيفية للإعلام والرأي العام.

٤. أهمية دراسة الرأي العام والوقوف على تصوراته وتوجهاته بشأن أداء الحكومة والقيادة البحرينية تجاه هذه الجائحة العالمية بغية التحسين والتطوير وتعزيز الإجراءات الوقائية بما يسهم في تفعيل دور الرأي العام في صناعة القرار، وهو ما يوفر الثقة في القيادة كأدلة للاستقرار السياسي والاجتماعي.

أهداف الدراسة:

١. تحديد مصادر معلومات المبحوثين عن أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.
٢. رصد التصورات السائدة لدى المبحوثين بشأن التغطية الإعلامية لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.
٣. قياس درجة تفاعلية المبحوثين مع الأخبار والمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا.
٤. قياس دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات وتقييمات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

الدراسات والأدبيات العلمية السابقة.

يقدم التراث العلمي والأدبيات السابقة الكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات والاختبارات التي يمكن الاستفادة منها في دراسة المشكلة البحثية، وتجنب الباحث الأخطاء التي وقع فيها الباحثون الآخرون، وتعرفه بالصعوبات التي واجهها هؤلاء الباحثين، وكذلك تساعده على معرفة جوانب القوة في الدراسات التي تم إجراؤها والاستفادة منها، ومعرفة جوانب الضعف ومحاولته تقاديمها. كما توفر الأدبيات العلمية الكثير من المصادر والمراجع المهمة في مجال الدراسة، وتهيئة المناخ المناسب، حتى يبدأ الباحثون من حيث انتهي الآخرون(Warrens, 2008) وفي ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها نستعرض هذه الدراسات في سياق زمني من الأحدث إلى الأقدم.

(١) دراسة (Karasneh, et al., 2020)

استهدفت الدراسة معرفة أثر وسائل الإعلام على تشكيل معارف ووعي الصيادلة بأضرار التواصل أثناء جائحة كورونا بين الصيادلة؛ حيث إن مرض فيروس كورونا (مرض كوفيد-١٩) يمثل تحدياً حقيقياً للرعاية الصحية في جميع أنحاء العالم. كما هدفت الدراسة أيضاً إلى تقييم مستويات المعرفة بالمرض وعوامل الت Bias بمخاطره ودور وسائل الإعلام في ذلك. ووظفت الدراسة استمرارة الاستبانة كأدلة لجمع بيانات الدراسة، وقد تم توزيعها إلكترونياً على عينة من الصيادلة بلغ قوامها (٤٨٦) باستخدام موقع التواصل الاجتماعي. وأشارت النتائج إلى أن (٤٠٠.٤٪) من المبحوثين أظهروا معرفة بالمعلومات الأساسية للمرض، وأن أكثر من نصفهم قادرون على تحديد وسائل انتشار مرض (كوفيد-١٩) (Karasneh & et al., 2020).

(٢) دراسة (Ouaidat& Mohamed, 2020)

استهدفت الدراسة التعرف على تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "فرنسا-٢٤"، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأدلة لجمع البيانات، وتكونت العينة الميدانية من (٤٠٠) مفردة من طلاب جامعي "القاهرة، والمنيا من متبعي طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر بصفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "فرنسا-٢٤"، وتوصلت إلى وجود فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفحتي قناة "المملكة الأردنية، وقناة فرنسا-٢٤"، في اتجاه صفحة قناة "فرنسا-٢٤" & "٢٤" (Ouaidat & Mohamed, 2020).

(٣) دراسة (Kira E. Riehm, et al., 2020)

استهدفت الدراسة معرفة العلاقة الارتباطية بين التعرض لوسائل الإعلام الاجتماعية والتقليدية والاضطراب العقلي بين البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية خلال بداية جائحة (كوفيد-١٩)؛ إنطلاقاً

من أنه قد يكون التعرض لوسائل الإعلام أثناء المخاطر عامل في ظاهرة الاضطراب العقلي. اعتمدت الدراسة على استمار الاستبانة وتم توزيعها إلكترونياً على عينة قوامها (٦٣٢٩) مبحوثاً من البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة من ٣١ - ١٠ مارس ٢٠٢٠م. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يقضون وقتاً أكبر على موقع التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وأن معرفتهم بالمرض قد تشكلت من خلال موقع التواصل الاجتماعي وأن موقع التواصل الاجتماعي قد سببت لهم اضطراباً عقلياً وضغطًا نفسياً بشكل أكبر من وسائل الإعلام التقليدية (Riehm & et al., 2020).

(٤) دراسة (محمد الأمين موسى، ٢٠٢٠م)

تناولت الدراسة المحدّدات التي تقوم عليها تغطية القنوات الفضائية الإخبارية لجائحة كورونا، والتعرف على استراتيجيات الفضائيات الإخبارية وأساليب تغطية الأزمة في سياق جائحة كورونا، واعتمد على عينة قصيدة شملت أربع قنوات وهي: (CNN)، (Fox News)، (العربية)، و(سكاي نيوز عربية). وتوصلت الدراسة إلى أن التغطيات الإخبارية لجائحة كورونا، في بعض القنوات الفضائية، كشفت مدى اهتمام الإعلام المعاصر بالجانب الصحي للمجتمع، وأهليته لكي يتتصدر الأجندة الإعلامية. ونبهت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام المعاصرة يجب أن تأخذ العبرة من تجربة تغطيتها لجائحة فيروس كورونا، وتعيد النظر في فهمها وتعاطيها مع الإعلام الصحي حتى لا تتكرر مثل هذه الجائحة. وعلى وسائل الإعلام المعاصرة أن تتبه المجتمعات وقياداتها إلى أهمية الإعلام الصحي والفوائد المطلقة التي تأتي من قبله، وأن ما ينفق عليه لا يقاس بما قد ينتج عن غيابه أو إهماله. كما أن الفضائيات الإخبارية وغيرها من وسائل الإعلام مدعوة للاستثمار في مجال الإعلام الصحي، من خلال تعزيز مواردها البشرية بأفضل الكوادر الفاعلة في المجالين الصحي والطبي، وتتوفر لهم الإمكانيات الضرورية لتقديم إعلام صحي يقود البشرية إلى مستقبل خال من الجواح والأوبئة التي يجني بها الإنسان على نفسه جهلاً أو تجاهلاً للسلوك الصحي القوي (موسى، ٢٠٢٠م).

(٥) دراسة (عيشة علة، ٢٠٢٠م)

حاولت الدراسة التحقق من إمكانية التأثير بدور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) في الجزائر، وأيضاً طبيعة الفروق حسب الخصائص الديموغرافية: النوع، العمر، المهنة، وتكونت العينة من ١٤٠ مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه يمكن التأثير بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار جائحة كورونا في الجزائر، وأن هناك فروقاً دالة إحصائياً في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية في الجزائر لصالح متغير المجال المهني (علة، ٢٠٢٠م).

(٦) دراسة (عرين عمر الزعبي، ٢٠٢٠م)

هدفت الدراسة إلى معرفة طبيعة تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية، حيث استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج المسحي، ومن خلاله تم توظيف أسلوب مسح الجمهور بالعينة، وقد تم توزيع الاستبانة على عينة قوامها (٢٢٨) مفردة من النخب العربية (سياسيون، أكاديميون، إعلاميون) وفق أسلوب العينة المتاحة. وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يتبعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة، دلت النتائج على أن أفراد النخبة العربية يفضلون متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية المحلية، كما أشارت النتائج إلى أن التغطية الإخبارية الخاصة تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية (الزعبي، ٢٠٢٠م).

(٧) دراسة (حسين خليفة، محمد شكري، ٢٠٢٠م)

تناولت الدراسة رصد وتحليل أبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التليفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بغية تحليل بنية الموضوع وتوسيع سماته ومكوناته، كما وظفت أيضا التحليل الكيفي من خلال التحليل المعمق لمحتوى البرامج الحوارية (حديث اليوم، في المجلسين) بما يوضح الأطروحات الرئيسية والمقولات التفصيلية، وهو ما يتيح الوصف والتفسير والاستنتاج والاستدلال على أسس موضوعية. وتكونت عينة الدراسة من (٤٤) حلقة، واستخدمت الدراسة استمارا تحليل المضمون، تحليل الأطروحات، مسار البرهنة، الكلمات الرئيسية كأدوات لجمع بيانات الدراسة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن البرامج الحوارية كان لديها التزام كبير بمسؤولياتها الاجتماعية عند تناول الأداء التشريعي، وذلك على كافة أبعاد مقاييس المسؤولية الاجتماعية، كما أشارت النتائج أيضا إلى النهضة التشريعية التي تعيشها مملكة البحرين عبر سلسلة القوانين التي أدت إلى النهوض في كافة المجالات، ورسّخت مفهوم دولة المؤسسات واحترام سيادة القانون واستقلال القضاء بجانب الحفاظ على سيادة المملكة وحماية منجزاتها ومكتسباتها الوطنية، وعزّزت من المشاركة السياسية وفعّلت دور المجتمع المدني وتمكين المرأة، وساهمت في حماية الحقوق والحريات والتعايش السلمي، ودعمت بيئة العمل في البحرين بما يضمن تسوية المنازعات وحماية المنافسة والمستهلك، بالإضافة إلى تشريعات حماية البيئة والحفاظ عليها بما يضمن استدامتها (خليفة و أحمد، ٢٠٢٠م).

(٨) دراسة (فلاح الدهمشي، ٢٠١٩م)

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول عاصفة الحزم، كذلك رصد العوامل المؤثرة في اعتماد الشباب على هذه الوسائل، بالإضافة إلى مدى رضى الشباب السعودي عن تناول وسائل التواصل الاجتماعي لعاصفة الحزم. وظفت الدراسة منهج المسح، والاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وتم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها (١٥١)

مفردة. وتوصلت إلى تصدر وسائل التواصل الاجتماعي مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب السعودي في متابعته لعاصفة الحزم (٦٤٪)، حيث إنها تعرض ما لا تبرزه وسائل الإعلام التقليدية (٦٩٪)، وكذلك توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين المستوى التعليمي والاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، فكلما ارتفع المستوى التعليمي؛ قل الاعتماد عليها كمصدر للأخبار، بالإضافة إلى أن انطباع المبحوثين كان سلبيا نحو ما تقدمه موقع التواصل الاجتماعي من معلومات وأخبار، كونها معلومات مغلوطة وأخبار زائفة (الدهمشي، ٢٠١٩).

(٩) دراسة (حسين خليفة، ٢٠١٨)

رصدت الدراسة طبيعة وحدود الدور الذي قام به الخطاب الإعلامي للقنوات الفضائية وصحافة الإنترنت في تشكيل الأنساق المعرفية والوجدانية للرأي العام المصري نحو أداء المؤسسات السياسية والتشريعية، بالتطبيق على أزمة اتفاقية ترسيم الحدود البحرية بين مصر وال Saudia والمعروفةإعلامياً باسم "أزمة هوية جزيرتي تيران وصنافير". وتم تطبيق الدراسة على عينة حصصية قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض للخطاب الإعلامي ومستوىوعي الرأي العام بها واتجاهاته نحو أداء المؤسسات السياسية والتشريعية بشأنها (خليفة ح.، ٢٠١٨).

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

إنطلاقاً من الأدبيات العلمية التي تم استعراضها يمكن تحديد أوجه الاستفادة منها في هذه الدراسة في النقاط التالية:

- تحديد أبعاد الموضوع تحديداً دقيقاً، وإثراء المشكلة البحثية والتأكد على أهمية دراستها.
- اختيار الإطار النظري المناسب بالاعتماد على نظرية التهيئة المعرفية.
- الاعتماد على منهج المسح الإعلامي، وفي إطاره فقد تم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة، والاعتماد على العينات الحصصية لدراسة الرأي العام البحريني.
- الاعتماد على استمارنة الاستبانة الإلكترونية كأداة مناسبة لجمع بيانات الدراسة، كما ساعدت الدراسات السابقة في تطوير مقاييس متغيرات الدراسة ومنهجية قياسها.

Cognitive Priming Theory: نظرية التهيئة المعرفية للدراسة

تعني التهيئة في معناها اللغوي "جعل شيء ما بارزاً" (Make Salient)، أو "تشييط حافر" (مثير) مرتبطة بحدث ما، على هذا فالتهيئة لا تعني خلق اتجاه غير موجود، ولا إبراز شيء غير كائن، ولا إيجاد حافر غائب، ولكنها تعني "إبراز" شيء ما وإعطاءه أولوية على ما دونه في لحظة معينة، و"تفعيل" مثير ما من المثيرات الكامنة وجعله أكثر نشاطاً مقارنة بغيره من المثيرات، وهذا "الإبراز" و"إعطاء الأولوية" و"التفعيل" هو ما يعتقد "إنجارد وكابيندر" في كونه أهم تأثيرات وسائل الإعلام لاسيما في المجال السياسي (ندا، ٢٠١٠).

وبصورة عامة، تعرف نظرية التهيئة المعرفية على أنها "تأثير المباشر للتعرض لوسائل الإعلام على السلوك" (Marina Krcmar, 2016) فالبروز (Salience) هو أن تشغل قضية ما النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة (Public Arena)، وهي إجمالي الفنوات والبرامج والأجهزة التي يتم من خلالها التناول العام للقضايا السياسية العامة والأحداث المتعلقة بصنع السياسة، خلال فترة زمنية محددة وتسمى هذه القضية (Issue Regime) أي القضية المسيطرة، وهناك معياران إجرائيان يجب توفرهما في القضية لتكون قضية مسيطرة وهما:

- أ- أن تشغل القضية النصيب الأكبر من التغطية الإعلامية مقارنة بغيرها من القضايا.
- ب- أن تعتبرها نسبة الكثري من الجماهير أنها القضية الأكثر أهمية التي تواجه الدولة مقارنة بغيرها من القضايا (ندا و زغيب، دراسات في نظريات الرأي العام، ٤٢٠٠٤).

وتعتبر نظرية التهيئة المعرفية امتداداً وتطوراً لأدبيات وضع الأولويات (Agenda Setting)، وبينما يركز نموذج وضع الأولويات على التأثيرات المعرفية يتجاوز نموذج التهيئة المعرفية ذلك إلى التأثيرات الوجودانية، حيث يقول بتأثير الوسائل الإعلامية على اتجاهات الجمهور، ويذهب بعض الباحثين إلى أن وضع الأولويات يُعد وسيطاً معرفياً في عملية التهيئة المعرفية، فيما أن تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة يؤدي إلى وضعها في أولويات الجمهور، فإنه يتربّع على ذلك أن يولي أفراد الجمهور هذه القضية أهمية أكبر عند تقييمهم لأداء الحكومة (ندا و زغيب، دراسات في نظريات الرأي العام، ٤٢٠٠٤).

وتقوم نظرية التهيئة، كما قدمها إينجار وكابيندر (١٩٨٧م)، على بعض الأسس التي تم اشتقاقها من علم النفس المعرفي، ومنها (ندا، ٢٠١٠م)

١. الأفراد لا ينتبهون لكل المثيرات في البيئة المعلوماتية المحيطة بهم، فالانتباه انتقائي للغاية.
٢. الأفراد يفضلون استخدام المسارات المعرفية المختصرة (Cognitive Shortcuts) عن الاستغراف في التفاصيل.
٣. الأفراد لا يصدرون قراراتهم وأحكامهم ولا يكونون تقييماتهم وفق كل المعلومات التي لديهم، وإنما يصدرونها ويكونونها في ضوء المعلومات الأكثر بروزاً (Salient) لهم من ناحية والأكثر قابلية للاسترجاع (Accessible) عندهم من ناحية أخرى.
٤. لمعلومات الأكثر قابلية للاسترجاع لا يحكمها قانون عام وتخضع لظروف البيئة المعلوماتية المحيطة.

ترتبط التهيئة المعرفية بالتنشيط المنتشر (Spreading Activation) من خلال تنشيط عنصر من عناصر التفكير أو استحضاره إلى مركز الاهتمام مما يؤدي إلى انتشار التنشيط من هذه العقدة العصبية على طول الممرات المترابطة في الشبكة المعرفية ليصل إلى العقد الأخرى. ولذلك فكلما زاد عدد الروابط داخل بناء معرفي معين بالذاكرة زاد احتمال تنشيطها بشكل غير مباشر بسبب وجود علاقة ضمنية بينها (شاھین، ٢٠١٠م).

ترتبط سهولة الوصول (الاسترجاع) (Accessibility) بمدى الاستعداد لاسترجاع الأبنية المعرفية المخزنة في الذاكرة ومدى احتمال استخدامها لمعالجة المعلومات وإصدار التقييمات. عادة ما يتبع الأفراد طرقاً مختصرة في التفكير (Short Cuts) لتبسيط عملية التقييم وهو ما يعرف بمدخل الاختزال أي أن المعلومات تتواجد إلى العقل بشكل تلقائي أثناء عملية التقييم، وتمثل هذه المعلومات أكثر المعلومات التي يمكن استرجاعها في موقف التقييمي. لأن الأفراد نادراً ما يعتمدون على كل الأدلة المتاحة لديهم والمرتبطة بالقضية محل التقييم وإنما يستمدون أحکامهم من أنظمة المعرفة المحدودة والجزئية ومن كم المعلومات الموجودة بالفعل في الذاكرة بدون بذل مزيد من الجهد، فالأشخاص يفهمون السياسات من خلال تصنيفها في حزم معرفية غالباً ما تكون سهلة الاسترجاع ويبنون عليها تقييماتهم السياسية لسهولة تواردها إلى الذهن (شاھین، ٢٠١٠م).

ويمكن تصور الذاكرة البشرية بوصفها شبكة تتكون من بناءات معرفية متربطة (Associative Network) يرتبط فيها أي مفهوم ببناءات أخرى عندما يتم ترميزه (وضع الكود) في الذاكرة الإنسانية. ويتم تعزيز الروابط بين البناءات في كل مرة يتم فيها تنشيط مرادفاتها. عندما يتم تنشيط الفكرة أو إحضارها إلى الوعي البؤري من خلال بعض الرموز، يشع التنشيط من تلك العقدة المحددة عبر المسارات المرتبطة إلى العقد الأخرى، مما يزيد من احتمال استحضار البناءات المشابهة إلى الذهن لتحفز قواعد التقييمات اللاحقة وتشكل الانطباعات الفردية حول القضايا المختلفة. وبذلك يبرز دور الوسيلة الاتصالية كمرشد للأفراد في تشكيل معايير الحكم على الأحداث من خلال الأفكار التي تم تأكيدها في الخطاب الإعلامي، بوصفها إشارات تنشط البناءات المعرفية المتعلقة في ذاكرة الأفراد والتي تعمل بدورها كمعايير للحكم في تقييم القضايا المختلفة (شاھین، ٢٠١٠م).

ويقوم الإفتراض الرئيسي للنظرية على أن "التغطية الإعلامية من خلال تركيزها على بعض القضايا وتجاهلها للبعض الآخر تؤثر في المعايير التي يستخدمها الجمهور في تقييم الحكومات والرؤساء والسياسات والمرشحين (عقل، ٢٠٠٦م)، ومن الفرضيات الفرعية ذات الأهمية في هذه النظرية "فرضية ثبات معايير التقييم"، فمعايير التقييم ثابتة، والتغير إنما يكون في تعديل الأوزان النسبية ودرجات الأهمية التي تعطى لهذه المعايير، بحيث يجعل معياراً معيناً هو الأكثر بروزاً في لحظة معينة مقارنة بغيره من المعايير. ومن الفرضيات الفرعية ذات الأهمية أيضاً في هذه النظرية "فرضية التعميم" حيث تشير النظرية إلى "أن الأفراد يأخذون من حكمهم المحدد على قضية معينة معياراً للحكم على الأداء العام"، وهذه الفرضية أشبه بالمنطق الاستدلالي؛ حيث تستدل بالجزء على الكل وبالأعراض على الماهيات (ندا، ٢٠١٠م)، ووفقاً لنظرية التهيئة المعرفية، فإنه عندما تسيطر قضية معينة (Big Issue) على وسائل الإعلام وتحتل مساحة (زمنية ومكانية) كبيرة فيه، يحدث شيئاً :

١. تصبح الأطر والمفاتيح المعرفية (Cues) (المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في تحديد جوانب معينة في القضية) التي يستخدمها السياسيون والصحفيون البارزون مشاعة ومتداولة في كل التغطية الإعلامية

المتعلقة بالموضوع. (النجمة أو التيمة الغالبة The Big Message) وهي الرسالة الأساسية المسائدة في القضية المسيطرة- من وجهة النظر الإقناعية- ويميل الجمهور إلى التقاط النجمة التقييمية الغالبة بدلاً من التحري الدقيق للقضية).

٢. يستخدم الأفراد العاديون هذه الأطر والمفاتيح في تكوين تقييماتهم وإصدار أحكامهم عن القضية موضوع التغطية.

وتحددت أوجه الاستفادة من الإطار النظري في العديد من الجوانب الخاصة بتلك الدراسة، منها على سبيل المثال: تحديد المتغيرات وبناء الفروض الأساسية، والاختبارات الإحصائية الملائمة لها، وكذلك تحديد منهج الدراسة وأسلوب جمع البيانات.

الإطار المعرفي للدراسة: الرأي العام في ظل الإنترن特 وموقع التواصل الاجتماعي:

أفضى التطور الكبير لنكنولوجيا الإنترنط إلى بزوع جيل جديد من الويب، يعتمد على الطفرة الكبيرة لسرعة إرسال البيانات، مهما كان حجمها أو نوعيتها، الأمر الذي ساهم في جعل التواصل المستمر والآنِ أمراً هيناً متاحاً للجميع، من هنا بدأ نسج خيوط شبكات التواصل الاجتماعي وتكون مجتمعات افتراضية أصبح لها ثقل في قضايا كثيرة، بل وصارت سوقاً جديداً للفاعلين السياسيين والإقتصاديين (المغربي، ٢٠١٦م).

لقد أصبح للمستخدم دور حيوي في إنتاج المعلومات وصياغة الرسالة الإعلامية، وهو ما كشفت عن بيئه إعلامية جاذبة يستخدمها العديد من النشطاء بعد أن اتسع عدد المشاركين وحجم القضايا والاهتمامات، حيث وصل عدد مستخدمي الإنترنط في يناير ٢٠٢٠م نحو (٤٠.٥) مليار مستخدم بنسبة (٥٩٪) من سكان العالم منهم (٣٠.٨) مليار مستخدم نشط لموقع التواصل الاجتماعي بنسبة تصل إلى (٤٩٪) من سكان العالم (Wearesocial.com, 2020).

وأصبح للشبكات الاجتماعية دور في التعبير عن الإتجاهات والأفكار كافة داخل المجتمع في ظل حوار تكون ركيزته التدائية بين الفرد والنخبة والجماهير، ولم تعد النخبة تمارس دورها المعتمد في صياغة الرأي العام وتشكيله وتعبيته بعد التطور في عملية تدفق المعلومات (إبراهيم، ٢٠١٤م)، وإنما تأثيرها من خلال موقع التواصل الاجتماعي وغيرها من أشكال صحافة الإنترنط التفاعلية. غير أن تأثير الواقع الإلكترونية على الرأي العام لم يظهر إلا بداية الألفية الثالثة، ويستدل الباحث الأميركي في الإعلام الجديد "دان جيلمور" في كتابه "نحن الإعلام"، بواقعة بث الصحفي "دان راثر" في شبكة "سي.بي.أس" عام (٢٠٠٤م)، تقريراً عن سجل الحرس الوطني المتنازع عليه في عهد "جورج دبليو بوش"، وهو التقرير الذي شك فيه أصحاب المدونات، خاصة فيما يتعلق بصحة المذكرات التي استند إليها جانب كبير مما تم بنائه، تحت تأثير انتقاد كتاب المدونات، اضطرت الشبكة المذكورة للتراجع (عزام، ٢٠١٦م).

إن القوة المتزايدة وغير المسبوقة لهذه المجتمعات الإفتراضية، أصبح لها وزن ثقيل في القضايا المطروحة على طاولة النقاشات الدائرة كل يوم بعالمنا الواقعي، حيث أضحت الرأي الجماعي واتجاهات سكان الفضاءات الإلكترونية مسموعاً بل مدوياً في بعض الأحيان، وهذه التوجهات لرواد العالم الإفتراضي هو ما يسمى بالرأي العام الإلكتروني (المغربي، ٢٠١٦م).

ويعبر الرأي العام الإلكتروني عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الإنترنت والتأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول لها، ويرتبط تكوين الرأي العام الإلكتروني بمتغيرين أساسيين هما: مستوى التعليم، وتواجد شبكة للاتصالات وخدمات الإنترنت. ويمكن أن نتبين التأثير القوي للصحافة الإلكترونية في ما يتعلق بالانتخابات، فقد فاز مرشح الحزب الديمقراطي "بن شاندلر" في انتخابات خاصة في الكونغرس الأميركي عام (٢٠٠٤م)، مستخدماً في ذلك الواقع الإلكتروني بشكل كبير، وقد استمر أموالاً بسيطة للظهور في إعلانات مدونات، كان لها أثر إيجابي أفضل من حملات مدفوعة الأجر في قنوات فضائية، وفق ما يؤكده "جيلمور" (عزم، ٢٠١٦م).

والرأي العام الإلكتروني في هذا العالم المتخيّل هو كل (فكرة، اقتراح، رأي، ومشاركة) أو حتى لفظ اعتراف غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تدافع عن أيديولوجية بعينها أو تتبع من تجربة شخصية، سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة (الإنترنت)؛ لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قبل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والإطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليكون ما نعرفه بـ"الرأي الإلكتروني"، وفي هذه الحالة فالرأي الإلكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش (إبراهيم، ٢٠١٤م).

رغم أن نشاط هذه الشريحة من الجماهير التي تمثل الرأي العام الإلكتروني ينحصر داخل هذا العالم التخيّلي، فالامر لا يتعدى وسيلة جيدة للتواصل والنقاش وتبادل الآراء أو لعمليات التثقيف ونشر الوعي ووسيلة من وسائل نشر مبادئ العولمة ومناهضتها وتحديها في الوقت نفسه، إلى غير ذلك مما يمكن أن نسميه "معارك الأدلة"، كل حسب رؤيته ومصالحه وأهدافه، إلا أن الأمر تعدى مؤخراً ذلك الواقع التخيّلي بتحول الشبكة إلى ساحة للفعل المدني والتعبوى في أرض الواقع من خلال التشبيك بين الناشطين والتنسيق بينهم (حسان، ٢٠١٤م).

وتعد التعليقات التي تلي أي مقال أو مقطع فيديو أو صورة واحدة من أدوات قياس اتجاهات الرأي العام الإلكتروني وخطورتها لم تغب عن بعض الفاعلين المعنيين بالأخبار المتداولة، كما أن أزرار الإعجاب والمشاركة من الأدوات المهمة لقياس توجهات الرأي العام الإفتراضي، والتي ما فتئت تتطور إلى أن أضيف إليها أزرار عدم الإعجاب والغضب والإعجاب الشديد كما فعل فيسبوك مؤخراً، كل هذه الأيقونات هدفها سبر أغوار اتجاهات الرأي العام للمجتمعات الإفتراضية وتحديدها بشكل أوضح (المغربي، ٢٠١٦م).

وفي سياق الجدل بين الإفتراضي والواقعي، نجد أن حركة "تمرد" المصرية استغلت نجاحها في العالم الواقعي والوصول إلى شرائح خارج "العالم الإفتراضي"، فقد جاءت هذه الحركة تعبيراً عن الإحباط الشعبي من قدرة التظاهرات المتلاحقة في إنهاء حكم "الإخوان" رغم تزايد وتيرة الرفض لإدارة "محمد مرسي" للبلاد، ويمكن القول أن لجوء حملة "تمرد" للشارع المصري يكمن في طبيعة الجمهور المستهدف، فالحملة تستهدف الكثير من المصريين الذين لا يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي كأداة للضغط على النظام الحاكم المصري للتأكد على أن جمهورها ليس افتراضياً وبخاصة أن فيسبوك وتويتر لا زالا يمثلان بؤرة للمعارضة المصرية ضد الأنظمة الحاكمة على اختلافها، بالإضافة إلى إدراك "تمرد" لضرورة تغيير الإستراتيجية التي أدت إلى تحدي الرئيس مبارك بعد (١٨) يوماً من الإعتصام في ميدان التحرير، وفي النهاية فإننا يمكننا أن نعتبر حركة "تمرد" نموذجاً جديداً للحركات الاحتجاجية، وهو النموذج القائم على الجمع بين الواقعي والإفتراضي، ولكنه يوسع حركته على أساس النجاح في تعزيز الغضب في الواقع عبر الملموس (مثلاً التوقعيات) وصولاً لحشد احتجاج التواصل الاجتماعي (إبراهيم، ٢٠١٤).

إن دراسة وسبر الرأي العام الإلكتروني، أنتج لنا تخصصاً علمياً جديداً تحت مسمى "سوسيولوجيا مجتمعات التواصل"، فكل شخص أو بروفايل على موقع التواصل يعتبر عقدة داخل شبكة مرتبطة عبر علاقات الصداقة، شكل الشبكة يختلف من شخص لآخر حسب تأثيره ونفوذه داخل المجتمع الإفتراضي، وبعض الواقع الاجتماعية تعتمد على حساب نسبة التأثير بطريقة رياضية، تجعل من شبكة علاقات كل فرد دائرة لها قطر ممتد بحسب عدد الأشخاص الملتفين حوله، وبالتالي أمكن لها تحديد قوة تأثير كل فرد من خلال قياس قطر دائرة نفوذه، لقد صار الرأي العام الإلكتروني قوة هائلة لا يستهان بها، حتى أن الجميع أصبح يعي تأثيره الكبير، فأصبحت أبسط القضايا تتصل إلى مرمى المجتمعات الإفتراضية، فتقاذفها جدران موقع التواصل ككرة ثلج إلى أن تصبح قضية رأي عام كبيرة (المغربي، ٢٠١٦).

إن عملية تكوين الرأي العام المستثير ليست عملية عشوائية، وإنما عملية معقدة ومركبة وتطوّي على أكثر من خطوة، وتعتمد بالدرجة الأولى على الجهود الإعلامية والأنشطة الاتصالية الموجهة والمركزة على مجموعة القضايا المطلوب تكوين رأي عام بشأنها، والتأثير في الرأي العام الحالي تجاهها (حسين، ١٩٩٧)، إن الطريقة التي يكتب بها الأفراد اتجاهاتهم وأرائهم هي إلى حد كبير معقدة وشاملة، حيث التداخل المستمر بين المصادر التي توُسّس هذا الرأي وسبل الإقناع والاتصالات الشخصية غير المباشرة والعوامل الفكرية والشخصية للأفراد (مجاهد، ٢٠٠٨).

وتشير عملية تكوين وتشكيل الرأي العام إلى الاتجاه العلني للأغلبية الوعية من الجماعة في فترة معينة نحو قضية خلافية مهمة، أثرت حولها مناقشات عامة ووافيّة عن طريق وسائل الإعلام والجهات والجماعات المختلفة في المجتمع سواء الرسمية أو الشعبية، وتؤدي مجموعة من العوامل والمقومات المتعددة والمتشابكة والمترادفة مع بعضها البعض دوراً مهماً ومؤثراً في تكوين الرأي العام.

حيث يتأثر الرأي العام بمجموعة من العناصر والعوامل والمحددات التي تسهم في تكوينه، ويؤكد الباحثون أن هذه العوامل كثيرة ومتباينة، كما أنها تتفاعل مع بعضها البعض تفاعلاً ديناميكياً، بمعنى أن كل عنصر منها يؤثر في الآخر ويتأثر به، كما يؤكدون على أن هذه العناصر والعوامل ليست عناصر نظرية منعزلة، ولكنها قوى فعالة في مجال نابض بالحركة، ولا يمكن فهمها إلا باعتبارها مؤشرات متكاملة (حسين، ١٩٩٧م).

عملية تكوين الرأي العام في أمة من الأمم عملية من العمليات المعقّدة يصعب تحليلها إلى أجزائها تحليلاً بسيطاً، حيث إنها تمتد بجذورها في مجالات مختلفة، ويكون الرأي العام في بلد ما نتيجة التفاعل بين مجموعة من العوامل والمؤشرات المختلفة في طبيعتها وتكونيتها، فرأي الفرد في المجتمع يتأثر بالأوضاع الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، وكذلك الأوضاع الثقافية والإعلامية. بحيث يمارس كل عنصر من هذه العناصر دوره وأثره في تكوين وتشكيل اتجاهات الرأي العام.

تبرز مكانة الإعلام وأهميته في تأثيره الكبير على توجهات الناس وآرائهم في الحياة، سواء بالسلب أو بالإيجاب، فوسائل الإعلام قادرة على فرض رأي أو توجّه معين بحسب توجهات وسياسة المؤسسة الإعلامية، إنه لا يخفى على أحد الدور الذي يمارسه الإعلام في تنمية وتطوير فكر الشعوب، فهي إما أن تسمو بهم للقمة أو تحطّ بهم إلى الحضيض، ويبقى فكر المجتمع مرهوناً بما يقدمه الإعلام ويضخه في عقول الأفراد، ويتجلّى هذا التأثير في معرفة مدى وعي الشعوب من عدمه، من خلال ما يبديه الأفراد من ردّات فعل تجاه الرسالة الإعلامية، أو ما يسمى بالتغذية الراجعة (Feed Back) ويتحقق ذلك مع قول وزير إعلام "هتلر"، "جوزيف غوبنلز": "أعطي إعلاماً بلا ضمير أعطيك شعباً بلا وعي"، فهو يشير إلى ما يحمله الإعلام من رسالة سامية- في حالة الإعلام المهني - يكمن وراءها رقيُّ الشعوب وتنمية مجتمعها لينعكس ذلك على وعيها، وإلى ما يحمله الإعلام من رسالة مضليلة- في حالة الإعلام غير المهني - يكمن وراءها تخلف وجهل الشعوب (نعم، ٢٠١٢م).

وسائل الإعلام تؤثر في تكوين وعي ومعارف وآراء المواطنين باعتبار الخبر مادتها الرئيسية إلى جانب المعلومات والأراء والأفكار التي تساعد المجتمع على تكوين الرأي في المشكلات التي تخص حياتهم السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، وأشارت الدراسات التقليدية التي قام بها "بول لازرسفيلد" وغيره لإكتشاف آثار وسائل الإعلام على الرأي العام، حيث وجد أن السياسة تتأثر بوسائل الإعلام بطرق يصعب ملاحظتها أحياناً؛ فما تقدمه وسائل الإعلام للمجتمع هو عبارة عن رسائل إعلامية موجهة للأفراد يتم من خلالها شرح وتوضيح السياسات مما يجعل أفراد المجتمع يتبنّوا مواقف معينة يمكن أن تؤثر بالسلب أو بالإيجاب على السياسة، كما وجد أن للتقارير الإخبارية المتلفزة وغيرها من النشرات الإعلامية (آثاراً عديدة تتركها على وجهة النظر والموقف اتجاه السياسة) (حنان، ٢٠١٤م).

كما تمكن الباحثون من تحديد أربعة طرق مختلفة تترك وسائل الإعلام عبرها آثاراً على الرأي العام، وتعمل هذه الأساليب الأربع من التأثيرات ضمن إطار أشبه ما يكون بالسلسلة، أي أن كل عنصر مكمّل

لآخر، فلا يمكن تقديم عنصر عن الآخر؛ فهي تبدأ بتوسيع الأحداث ثم تحديدتها، بعدها تحديد المسؤولين من خلال الأخبار أو المادة الإعلامية المقدمة، تنتهي بعدها بالإقناع والتأثير على المجتمع، وتتمثل هذه الطرق في التالي (حنان، ٢٠١٤م):

١. تمكين الناس من الإحاطة بما يجري في العالم.
٢. تحديد القضايا والأحداث السياسية المهمة أو مشاكل الساعة (أسلوب ترتيب الأحداث).
٣. تحديد أبرز السياسيين الذين ينبغي لومهم أو مكافأتهم بشأن المواقف والأحداث التي توردها الأخبار (أسلوب تحديد المسؤولية).
٤. هناك أسلوب التأثير على الخيارات والميول السياسية للناس (أسلوب الاقتناع).

تساؤلات الدراسة:

١. ما مصادر معلومات المبحوثين عن أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا؟
٢. ما اتجاهات المبحوثين نحو التعطية الإعلامية لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا؟
٣. ما مدى تفاعل المبحوثين مع الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: يوجد ارتباط بين كثافة التعرض للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا؛ ومستوىوعي المبحوثين بالجائحة.

الفرض الثاني: تؤثر المتغيرات الاتصالية على اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

الفرض الثالث: تؤثر الخصائص الديموغرافية على اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

نوع الدراسة:

تدرج هذه الدراسة من حيث مستوى المعرفة والهدف ضمن البحوث الوصفية (Descriptive Study) التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة البحثية، ولا تقتصر البحوث الوصفية على معرفة خصائص الظاهرة، بل تتجاوز ذلك إلى معرفة المتغيرات والعوامل التي تتسبب في وجود الظاهرة (غرابية و آخرون، ٢٠١١م). ومن حيث طبيعة البيانات وأسلوب تحليلها إلى الدراسات الكمية التي توظف البيانات الرقمية بغرض القياس الموضوعي غير المتحيز لأبعاد الظاهرة البحثية دون الانطباعات الشخصية للباحث؛ وبذلك تسعى الدراسة لرصد وتحليل طبيعة وحدود الدور الذي قامت به التعطية الإعلامية لجائحة كورونا (كوفيد-١٩) في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية، واستكشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة للدراسة مع الوقوف على تأثير بعض المتغيرات الوسيطة على هذه العلاقة.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي (Survey Method) لوصف الظاهرة البحثية المدروسة، وتصنيف وتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بها (الإمام، ٢٠١٠م)؛ وذلك من خلال جهد علمي منظم يتضمن جمع بيانات كافية عن الموضوع خلال فترة زمنية معينة وسياق مكاني معين، ثم تنظيم تلك البيانات ومعالجتها والوصول إلى إجابة حاسمة على تساؤلات أو التحقق من فروض معينة، بما يفيد في التطوير وتحقيق فهم أفضل وأقرب إلى الدقة لهذه الظاهرة، وفي إطاره يعتمد الباحث على أسلوب المسح بالعينة، وذلك من خلال مسح عينة من الرأي العام البحريني؛ وتستخدمه الدراسة لرصد معارف واتجاهات عينة ممثلة للرأي العام في المجتمع البحريني حول أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

مجتمع الدراسة:

يعد الرأي العام البحريني ذو العلاقة بمشكلة الدراسة المتمثلة في رصد أثر التغطية الإعلامية لجائحة كورونا في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام بشأن أداء المؤسسات الصحية هو مجتمع الدراسة الميدانية، والإطار العام "إطار المعاينة" الذي تسحب منه العينة وهو أيضاً المجتمع العامل الذي يعتمد عليه العمل الإجرائي. فمجتمع الدراسة يتمثل في جميع المفردات التي يسعى الباحث إلى أن يعمّ عليها النتائج ذات العلاقة بمشكلة البحثية المدروسة.

عينة الدراسة:

تمثل العينة جزءاً من المجتمع المدروس وتمثله تمثيلاً صادقاً وبذلك يمكن تعليم نتائجها على المجتمع بأكمله؛ وفي مجال العينات، قام الباحث باختيار عينة حصصيه (Quota Sample) من المجتمع البحريني قوامها (٥٨٨) مفردة من تعرضاً للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا بشأن أداء المؤسسات الصحية؛ لكونها تلبي متطلبات الدراسة المنهجية وتساعد على تحقيق أهدافها البحثية، وفي إطارها تم إجراء المسح الرقمي باستخدام برنامج Google Forms) والحصول على المعلومات من مفردات العينة.

جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة الميدانية

خصائص عينة الدراسة الميدانية		
%	ن	النوع
٥٠	٢٩٤	ذكر
٥٠	٢٩٤	أنثى
٤٣.٥	٢٥٦	من (١٨) لأقل من (٣٥) عاماً
٣٦.٤	٢١٤	من (٣٥) لأقل من (٥٠) عاماً
٢٠.١	١١٨	(٥١) عاماً فأكثر
١٥.١	٨٩	مؤهل أقل من المتوسط
٢١.٣	١٢٥	مؤهل متوسط أو فوق المتوسط
٥١	٣٠٠	مؤهل جامعي
١٢.٦	٧٤	دراسات عليا
٢٩.٤	١٧٣	نعم
٧٠.٦	٤١٥	لا
٥٨٨		مجموع العينة

الحدود الزمنية لتطبيق الدراسة الميدانية:

تم تطبيق الدراسة الميدانية خلال شهري يونيو - يوليو، وبذلك فقد استغرق تطبيق استمار الاستبانة من خلال برنامج (Google Forms) مدة تصل إلى شهرين، وذلك حتى يتم الوصول إلى عينة مماثلة للرأي العام البحريني.

أداة جمع بيانات الدراسة:

تم تصميم استمار الاستقصاء (Questionnaire) وتم توزيعها إلكترونياً، واشتملت على مجموعة من المقاييس حول دور التغطية الإعلامية لجائحة كورونا في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية بالمملكة.

متغيرات الدراسة ومنهجية قياسها:

(١) مقياس كثافة التعرض للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا:

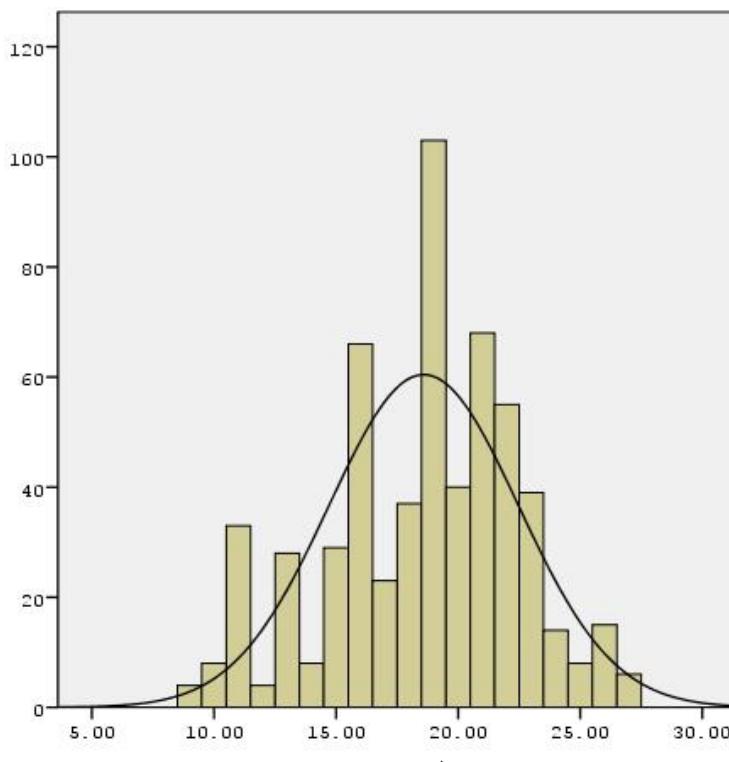
يتكون هذا المقياس من تسعه أبعاد لقياس حجم تعرض المبحوثين للتغطية الإعلامية بشأن جائحة كورونا، وذلك على النحو التالي:

معدل قراءة الصحف المطبوعة، معدل الاستماع إلى الراديو، حجم التعرض للتلفزيون، معدل استخدام الواقع الإخبارية، معدل استخدام موقع التواصل الاجتماعي، معدل استخدام موقع وزارة الصحة، معدل استخدام حسابات وزارة الصحة على موقع التواصل الاجتماعي، معدل استخدام موقع وكالة أنباء البحرين، معدل استخدام مجموعات الواتساب.

وتم سؤال المبحوثين عن مدى حرصهم على متابعة الأخبار والمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا في كل وسيلة من الوسائل التسعة، وطلب من المبحوثين أن يستجيبوا على كل وسيلة بالاختيار بين ثلاثة خيارات: دائماً (٣ درجات)، أحياناً (درجتان)، نادراً (درجة واحدة). ويوضح الجدول التالي الخصائص الاحصائية للمقياس:

جدول رقم (٢) الخصائص الإحصائية لمقاييس كثافة التعرض للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا

المنوال	المدى			معامل التفريط		معامل الإنثناء		الانحراف المعياري	الخطأ المعياري للمتوسط	متوسط درجات المبحوثين	مجموع درجات المقياس
	الحد الأقصى	الحد الأدنى	القيمة	الخطأ المعياري	القيمة	الخطأ المعياري	القيمة				
١٩	٢٧	٩	١٨	٠.٢٠١	-٠.٢٩٤	٠.١١	-٠.٣٤٦	٣.٨٨١	٠.١٦٠	١٨.٥٩	٢٧



شكل رقم (١)

الخصائص الإحصائية لمقياس كثافة التعرض للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا

وقد تم تقسيم متوسط درجات المبحوثين على هذا المقياس إلى ثلاثة مستويات من التعرض وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (٣)

معيار تقديرى لمقياس كثافة التعرض للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا

المستوى	طول الفترة	القيمة الوزنية/ المتوسط المرجح		الدرجة	الاستجابة/ القيمة الاسمية
		الحد الأعلى	الحد الأدنى		
مستوى تعرض منخفض	٠.٦٦	١.٦٦	١	١	نادرًا
مستوى تعرض متوسط	٠.٦٦	٢.٣٣	١.٦٧	٢	أحياناً
مستوى تعرض مرتفع	٠.٦٦	٣	٢.٣٤	٣	دائماً

(٢) مقياس اتجاهات الرأي العام نحو أداء المؤسسات الصحية:

يتكون هذا المقياس من ثمانية بنود بأسلوب ليكرت الثلاثي التي تبدأ من موافق (٣ درجات)، ثم محابيد (درجتان)، وتنتهي بمعارض (درجة واحدة)، وذلك على النحو التالي:

- قامت المؤسسات الصحية بالتروعية الالزمة عن طرق انتقال الفيروس وأعراض الإصابة به.
- بذلت المؤسسات الصحية الجهود الكافية للتروعية بطرق مكافحة فيروس كورونا المستجد.
- أجرت المستشفيات والمراكز الصحية الفحوصات الطبية الالزمة.
- تابعت وزارة الصحة الحالات المصابة بالفيروس ووفرت الرعاية الالزمة لها.

قامت المؤسسات الصحية بالتروعية اللازمة عن أهمية العزل الصحي المنزلي للحالات التي لا تظهر عليها أعراض الإصابة.

-وضعت المؤسسات الصحية الاشتراطات السليمة والواجب توافرها عند الخروج من المنزل.

-نشرت المؤسسات الصحية التعليمات التوجيهية للتطهير المنزلي والأماكن العامة بشكل كافي.

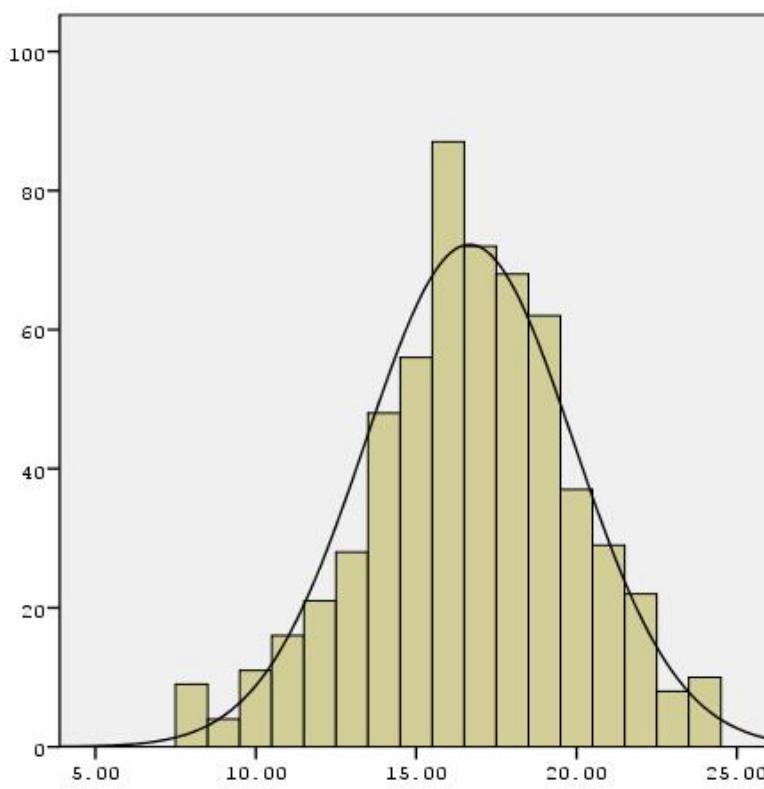
-قامت وزارة الصحة بالرصد الفوري للشائعات والأخبار الكاذبة عن فيروس كورونا المستجد والرد عليها.

ويوضح الجدول التالي الخصائص الإحصائية للمقياس:

جدول رقم (٤)

الخصائص الإحصائية لمقياس اتجاهات الرأي العام نحو أداء المؤسسات الصحية

المنوال	المدى			معامل التفريغ		معامل الإنماء		الانحراف المعياري	الخطأ المعياري للمتوسط	متوسط درجات المبحوثين	مجموع درجات المقياس
	الحد الأقصى	الحد الأدنى	القيمة	الخطأ المعياري	القيمة	الخطأ المعياري	القيمة				
١٦	٢٤	٨	١٦	٠.٢٠١	٠.٠٣٥	٠.١٠١	-٠.٢٢٢	٣.٢٤٧	٠.١٣٣	١٦.٦٦١	٢٤



شكل رقم (٢)
الخصائص الإحصائية لمقياس اتجاهات الرأي العام نحو أداء المؤسسات الصحية

جدول رقم (٥)

معيار تقديری لمقياس اتجاهات الرأي العام نحو أداء المؤسسات الصحية

المستوى	طول الفترة	القيمة الوزنية/ المتوسط المرجع		الدرجة	الاستجابة/ القيمة الاسمية
		الحد الأعلى	الحد الأدنى		
اتجاه سلبي	٠.٦٦	١.٦٦	١	١	معارض
اتجاه محيد	٠.٦٦	٢.٣٣	١.٧٧	٢	محيد
اتجاه إيجابي	٠.٦٦	٣	٢.٣٤	٣	موافق

اختبارات صدق وثبات المقياس:

بالإضافة إلى الصدق الطاهري (صدق المحكمين)، تم استخدام التحليل العاملی لقياس مدى مصداقية البناء الداخلي للمقياس بأسلوب المكونات الأساسية لهوتلنیج، وبعد الحصول على التشبعات الأصلية للبنود على العوامل، تم إجراء التدوير العاملی المتعامد بطريقة الفاریماکس باستخدام اختبار (کایزر - مایر - أولیکن) لکفاءة التحليل العاملی، واختبار (بارتیلت) لکفاءة المعاینة والتدویر وذلك وفق الشروط التالية:

- يتم اعتبار المتغير متشبع على العامل إذا كانت درجة تشبّعه (٠٠٣٠) فأكثر.

- يتم قبول العوامل التي جذّرها الكامن- التباين الكلي الذي يفسّره العامل- أكبر من واحد صحيح. وبإجراء ذلك على مقياس اتجاهات الرأي العام نحو أداء المؤسسات الصحية بلغت قيمة مقياس (کایز- مایر - أولیکن) لکفاءة التحليل العاملی (٠٠٧١٩)، كما بلغت قيمة (کا٢١) باختبار (بارتیلت) (٣٠٨٠٢٨٢) بدرجة حرية (٢٨) وبقيمة احتمالية تساوي (٠٠٠٠)، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (٠٠٠٥)، كما تم الحصول على عاملين يفسران (٤٠٪) من الظاهرة. ويمكن توضيح ذلك على النحو التالي:

العامل الأول: الخدمة الطبية: ويبلغ عدد البنود على هذا العامل ستة بنود، ويفسر هذا العامل (٢٣٪) من الظاهرة.

العامل الثاني: الدور التوعوي: ويبلغ عدد البنود على هذا العامل بنددين، ويفسر هذا العامل (١٦٪) من الظاهرة.

جدول رقم (٦)

يوضح الجدول التالي تشبّع كل بند على العاملين

العامل الثاني	العامل الأول	البند
-	٠.٦٣٩	وضع المؤسسات الصحية الاشتراطات السليمة والواجب توافرها عند الخروج من المنزل
-	٠.٦٢٨	قامت وزارة الصحة بالرصد الفوری للشائعات والأخبار الكاذبة عن فيروس كورونا المستجد والرد عليها
-	٠.٥٨١	نشرت المؤسسات الصحية التعليمات التوجيهية للتطهير المنزلي والأماكن العامة بشكل كافي
٠.٣٥٩	٠.٥٣٠	بذل المؤسسات الصحية الجهود الكافية للتوعية بطرق مكافحة فيروس كورونا المستجد
-	٠.٥١٦	تابعت وزارة الصحة الحالات المصابة بالفيروس ووفرت الرعاية اللازمة لها
-	٠.٣٨٣	أجرت المستشفيات والمراكز الصحية الفحوصات الطبية اللازمة
٠.٧٩٧	-	قامت المؤسسات الصحية بالتوعية اللازمة عن طرق انتقال الفيروس وأعراض الإصابة به
٠.٦٣٧	-	قامت المؤسسات الصحية بالتوعية اللازمة عن أهمية العزل الصحي المنزلي للحالات التي لا تظهر عليها أعراض الإصابة

ثبات المقياس:

تم حساب قيمة معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاتساق الداخلي لمجموعة بنود المقياس، وقد بلغت قيمته (٠٠.٦٥٧) بمتوسط حسابي (١٦.٦٦) وبانحراف معياري قدره (٣.٢٤٧) درجة، مما يعكس قيمة جيدة ومقبولة من ثبات المقياس.

(٣) مقياس اتجاه الرأي العام نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا:

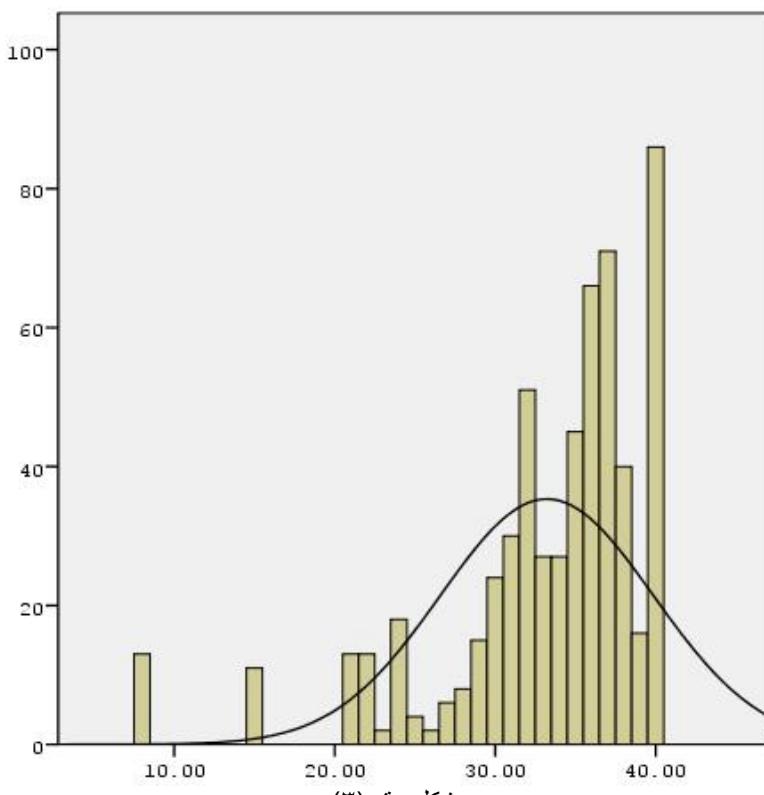
يتكون هذا المقياس من ثمانية بنود بأسلوب ليكرت الخماسي التي تبدأ من موافق بشدة (٥ درجات)، موافق (٤ درجات)، محайд (٣ درجات)، لا أوفق (درجتان)، لا أوفق بشدة (درجة واحدة)، وذلك على النحو التالي:

- قدمت وسائل الإعلام معلومات كافية وواافية عن جائحة كورونا وسباباتها وطرق الوقاية منها.
- استعانت وسائل الإعلام بالخبراء والمتخصصين أثناء الحديث عن جائحة كورونا.
- استخدمت وسائل الإعلام المصطلحات الطبية والمتخصصة بطريقة سهلة الفهم على الجمهور العادي.
- تميزت وسائل الإعلام بالغورية وعرض آخر التطورات الخاصة بجائحة كورونا.
- تميزت وسائل الإعلام بالموضوعية والمصداقية في تناول جائحة كورونا بعيداً عن نظرية المؤامرة.
- شجعت وسائل الإعلام المواطنين على الالتزام بالتعليمات والتوجيهات الصحية حفاظاً على المصلحة العامة.

- ركزت وسائل الإعلام على الرد الآني على الأخبار الكاذبة والشائعات ودحضها بالأدلة والبراهين.
- أبرزت وسائل الإعلام الواجهة الحضارية لمملكة البحرين في التعامل مع جائحة كورونا والمصابين سواء مواطنين أو مقيمين. ويوضح الجدول التالي الخصائص الإحصائية للمقياس:

جدول رقم (٧)
الخصائص الإحصائية لمقياس اتجاه الرأي العام نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا

المنوال	المدى		معامل التفرطح	معامل الالتواء		الانحراف المعياري	الخطأ المعياري للمتوسط	متوسط درجات المبحوثين	مجموع درجات المقياس		
	الحد الأقصى	الحد الأدنى		القيمة	الخطأ المعياري						
٤٠	٤٠	٨	٣٢	٠.٢٠١	٣.٥٣٥	٠.١٠١	-١.٧٥٩	٦.٦٤١	٠.٢٧٣	٣٣.٢٢	٤٠



الخصائص الإحصائية لمقياس اتجاه الرأي العام نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا

وقد تم تقسيم متوسط درجات المبحوثين على هذا المقياس إلى ثلاثة مستويات من الاتجاه نحو التغطية الإعلامية لجائحة، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (٨)

معيار تقديرى لمقياس اتجاهات الرأي العام نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا

المستوى	طول الفترة	القيمة الوزنية/المتوسط المرجح		الدرجة	الاستجابة/القيمة الاسمية
		الحد الأعلى	الحد الأدنى		
درجة موافقة منخفضة	٠.٧٩	١.٧٩	١	١	لا أوافق بشدة
	٠.٧٩	٢.٥٩	١.٨٠	٢	لا أوافق
درجة موافقة متوسطة	٠.٧٩	٣.٣٩	٢.٦٠	٣	محايد
درجة موافقة مرتفعة	٠.٧٩	٤.١٩	٣.٤٠	٤	أوافق
	٠.٨٠	٥	٤.٢٠	٥	أوافق بشدة

اختبارات صدق وثبات المقياس:

بالإضافة إلى الصدق الظاهري (صدق المحكمين)، تم استخدام التحليل العاملى لقياس مدى مصداقية البناء الداخلى للمقياس بأسلوب المكونات الأساسية لهوتلنج، وبعد الحصول على التشبعات الأصلية للبنود على العامل، تم إجراء التدوير العاملى المتعارض بطريقة الفاريماكس باستخدام اختبار (كايزر - ماير - أول يكن) لكفاءة التحليل العاملى، واختبار (بارتليت) لكفاءة المعاینة والتدوير وذلك وفق الشروط التالية:

- يتم اعتبار المتغير متتشبعاً على العامل إذا كانت درجة تشبعه (٠٠٣٠) فأكثر.

- يتم قبول العوامل التي جذرها الكامن- التباين الكلى الذى يفسره العامل- أكبر من واحد صحيح.

وبإجراء ذلك على مقياس اتجاه الرأي العام نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا بلغت قيمة مقياس (كايز- ماير - أول يكن) لكفاءة التحليل العامل (٠٠٩١١)، كما بلغت قيمة (كا^٢) باختبار (بارتليت) (٤٢٠٦.١٧٥) بدرجة حرية (٢٨) وبقيمة احتمالية تساوي (٠٠٠٠)، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (٠٠٠٥)، كما تم الحصول على عامل يفسر (٧٣٠.٦١٦٪) من الظاهرة. وتبلغ درجات تشبع العبارات على العامل كالتالي: (٠٠٩١٢) للعبارة الأولى، (٠٠٨٧٧) للعبارة الثانية، (٠٠٨٧٦) للعبارة الثالثة، (٠٠٨٥٩) للعبارة الرابعة، (٠٠٨٤٨) للعبارة الخامسة، (٠٠٨٣١) للعبارة السادسة، (٠٠٨١٢) للعبارة السابعة، (٠٠٧٩٨) للعبارة الثامنة، وجمعها تشبعات مرتفعة.

جدول رقم (٩)

مصفوفة الارتباطات لمقياس اتجاه الرأي العام نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا

العبارة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	الارتباط بالمقياس الكلي
١	-	٠.٧١٦	٠.٧٧٦	٠.٦٥٥	٠.٦٤٠	٠.٧٤٩	٠.٦٩٢	٠.٧٣٢	٠.٨٧٠
٢	-	-	٠.٧٣٦	٠.٧٣٠	٠.٦٦٢	٠.٦٦٣	٠.٥٤٣	٠.٨٣١	٠.٨٣١
٣	-	-	-	٠.٨١٦	٠.٧٤٩	٠.٧٠٧	٠.٦٩١	٠.٧٢٣	٠.٩٠٩
٤	-	-	-	-	٠.٧٣٤	٠.٧١٣	٠.٧٣٢	٠.٥٨٥	٠.٨٧٧
٥	-	-	-	-	-	٠.٥٦٧	٠.٥٨٥	٠.٥٦٧	٠.٨٠٤
٦	-	-	-	-	-	٠.٧٣٥	٠.٧١٣	٠.٧١٣	٠.٨٥٧
٧	-	-	-	-	-	-	٠.٦٨٢	-	٠.٨٥١
٨	-	-	-	-	-	-	-	-	٠.٨١٣
جميع الارتباطات دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥									

ثبات المقياس:

تم حساب قيمة معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاتساق الداخلي لمجموعة بنود المقياس، وقد بلغت قيمته (٠.٩٤٥) بمتوسط حسابي (٣٣.٢٢) وبانحراف معياري قدره (٦.٦٤١) درجة، مما يعكس قيمة مرتفعة من ثبات المقياس.

كما تم إجراء الاختبار المنشطر لجوتمان لقياس ثبات الاتساق الداخلي للمقياس، حيث تم تقسيم بنود المقياس إلى جزئين وتم قياس الارتباط بينهما، ثم إجراء تصحيح للطول بمعادلة (سبيرمان - براون) وحساب معامل (ألفا) لكل جزء، وبإجراء ذلك تم الحصول على النتائج التالية:

جدول رقم (١٠)

نتائج اختبار ثبات مقياس اتجاه الرأي العام نحو التغطية الإعلامية لجائحة كورونا بطريقة الاختبار المنشطر

النتيجة	المعامل الإحصائي	المتوسط	الانحراف المعياري
٠.٩١٧	قيمة معامل ألفا كرونباخ للجزء الأول	١٦.٥٨	٣.٣٧٦
٠.٨٧٦	معامل معامل ألفا كرونباخ للجزء الثاني	١٦.٦٣	٣.٤٥٧
٠.٨٨٩	قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الجزئين	٣٣.٢٢	٦.٦٤١
٠.٩٤١	قيمة معامل سبيرمان براون لتساوي الطول	-	-
٠.٩٤١	قيمة معامل سبيرمان براون لعدم تساوي الطول	-	-
٠.٩٤١	قيمة معامل جوتمان للتجزئة النصفية	-	-

مفاهيم الدراسة:

التغطية الإعلامية: ويقصد بها كافة المضامين والمواد التي تقدم في كافة وسائل الإعلام وتتناول جائحة كورونا في مملكة البحرين، مشتملاً بذلك على كافة الأشكال الإعلامية والإخبارية.

دور: ويقصد به في هذه الدراسة مدى قدرة التغطية الإعلامية لجائحة كورونا على التأثير في الأسواق المعرفية والوجدانية للرأي العام البحريني بشأن أداء المؤسسات الصحية، وكذلك تقييم أداء القيادة السياسية.

الاتجاه: التقييمات التي تمثل خلاصة الخبرات المعرفية والوجدانية السلوكية للجمهور (Chaiken, Duckworth, & Drake, 1999).

الجائحة: تعرف الجائحة بأنها تحدث في جميع أنحاء العالم، أو على مساحات جغرافية واسعة عابرة للحدود وتؤثر على عدد كبير من الناس (who.int, 2020)، وبذلك فهي تمثل أعلى درجات انتشار المرض وتحتاج إلى تعاون دولي من أجل السيطرة عليها ومكافحتها.

فيروس كورونا: فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراضًا تنفسية، تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخاصة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) والممتلأة التنفسية الحادة الوبائية (سارس) (who.int, 2020).

مرض كوفيد-١٩: مرض معدي يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا. ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشي في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر ٢٠١٩، أعلنت منظمة الصحة العالمية رسمياً في يناير ٢٠٢٠ م تفشي الفيروس بشكل حالة طوارئ صحية عامة تبعث على القلق الدولي، وأكّدت تحول كوفيد-١٩ إلى جائحة في ١١ مارس ٢٠٢٠ م تؤثر على العديد من بلدان العالم (who.int, 2020).

المبحث الرابع:

نتائج الدراسة:

١- المصادر التي اعتمد عليها المبحوثين لاستقاء معلوماتهم عن أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

جدول رقم (١١)

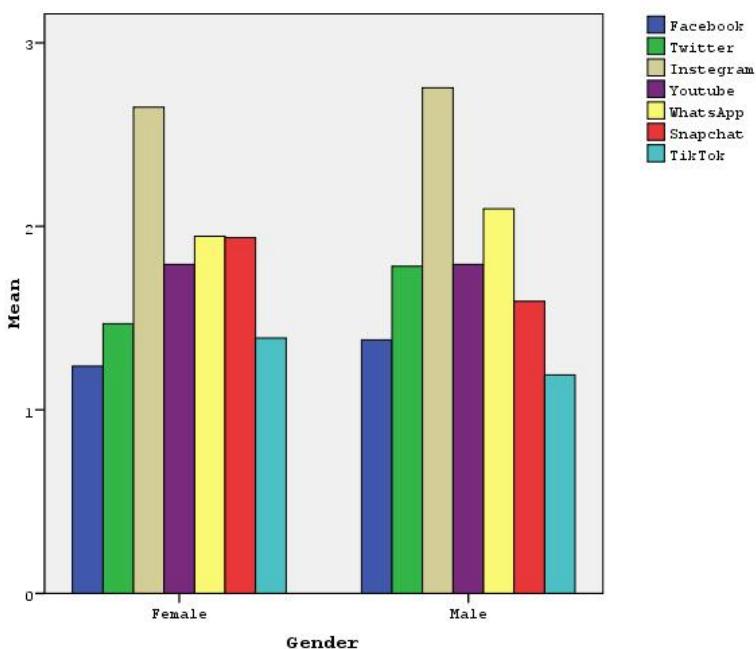
المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون لاستقاء معلوماتهم عن أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا

الاتجاه العام	الترتيب	الوزن المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	مدى المتابعة			الوسائل الإعلامية	الرقم
					نادرًا	أحياناً	دائماً		
					ك	ك	ك		
					%	%	%		
متوسط	٩	٥٤.٣	٠.٧٤٣	١.٦٣	٣١٣	١٨٢	٩٣	الصحافة المطبوعة	١
					٥٣.٢	٣١	١٥.٨		
متوسط	٨	٦١	٠.٧٣٦	١.٨٣	٢١٦	٢٥٤	١١٨	الراديو	٢
					٣٦.٧	٤٣.٢	٢٠.١		
مرتفع	٢	٨١	٠.٦٩٨	٢.٤٣	٧١	١٩٤	٣٢٣	التليفزيون	٣
					١٢.١	٣٣	٥٤.٩		
متوسط	٤	٦٦.٣	٠.٧٥٨	١.٩٩	١٧٢	٢٥١	١٦٥	الموقع الإخبارية	٤
					٢٩.٣	٤٢.٧	٢٨.١		
مرتفع	١	٨٨.٧	٠.٦٥٣	٢.٦٦	٥٩	٨٤	٤٤٥	موقع التواصل الاجتماعي	٥
					١٠	١٤.٣	٧٥.٧		
متوسط	٦	٦٥.٧	٠.٧٩٧	١.٩٧	١٩٥	٢١٥	١٧٨	موقع وزارة الصحة	٦
					٣٣.٢	٣٦.٦	٣٠.٣		
متوسط	٣	٧٤.٣	٠.٨٢٤	٢.٢٣	١٤٧	١٥٨	٢٨٣	حسابات وزارة الصحة على موقع التواصل الاجتماعي	٧
					٢٥	٢٦.٩	٤٨.١		
متوسط	٧	٦٢.٧	٠.٧٩٩	١.٨٨	٢٢٧	٢٠٥	١٥٦	وكالة أنباء البحرين	٨
					٣٨.٦	٣٤.٩	٢٦.٥		
متوسط	٥	٦٦	٠.٨١٥	١.٩٨	٢٠٢	١٩٨	١٨٨	مجموعات الواتساب	٩
					٣٤.٤	٣٣.٧	٣٢		
متوسط				٢.٠٦٥٦				المتوسط المرجح	

يتضح من الجدول رقم (١١) حول مصادر متابعة الرأي العام للمعلومات المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا، أن المتوسط المرجح للأوزان المتعلقة بمتابعة الرأي العام للمعلومات بلغت قيمته (٢٠٦)، بوزن مرجح وقدره (٦٨.٧)، وبانحراف معياري قدره (٠٠٤٣١)، وهو ما يقابل مستوى متابعة متوسط لمصادر الأخبار والمعلومات المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

كما يشير الجدول رقم (١١) أن موقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٨٨.٧٪)، وبمتوسط حسابي قدره (٢٠٦٦)، وانحراف معياري قدره (٠٠٦٥٣)، وجاء في المرتبة الثانية التليفزيون بنسبة بلغت (٨١٪)، وبمتوسط حسابي قدره (٢٠٤٣)، وانحراف معياري قدره (٠٠٦٩٨)، فيما جاء في المرتبة الأخيرة الصحفة المطبوعة بنسبة بلغت (٥٤.٣٪)، وبمتوسط حسابي قدره (١.٦٣)، وانحراف معياري قدره (٠٠٧٤٣).

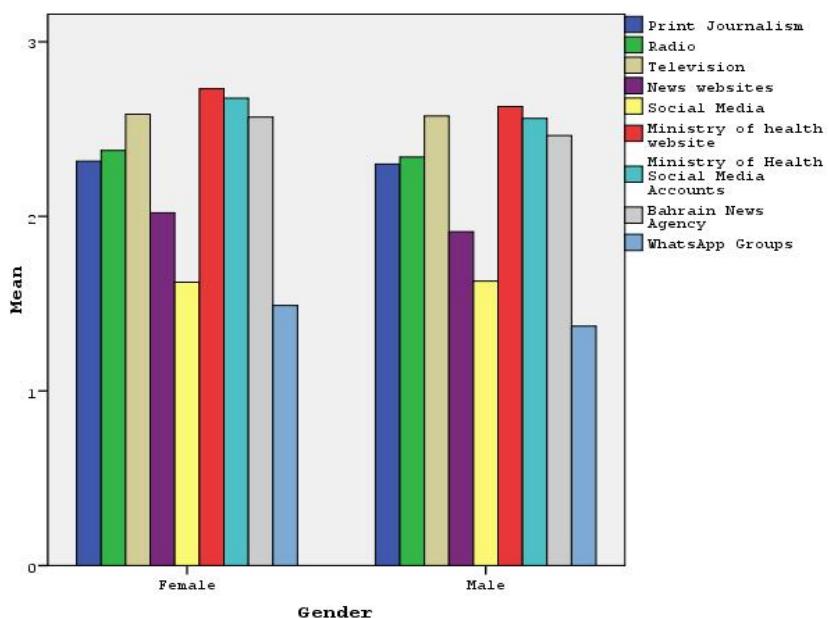
ويوضح الشكل التالي أكثر موقع التواصل الاجتماعي التي تابع من خلالها المبحوثون عينة الدراسة المعلومات والأخبار المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا



شكل رقم (٤)

موقع التواصل الاجتماعي التي يتبع من خلال المبحوثون أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا

٢. مدى إدراك المبحوثين لمصداقية التغطية الإعلامية لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا



شكل رقم (٥)

مدى إدراك المبحوثين لمصداقية التغطية الإعلامية لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا

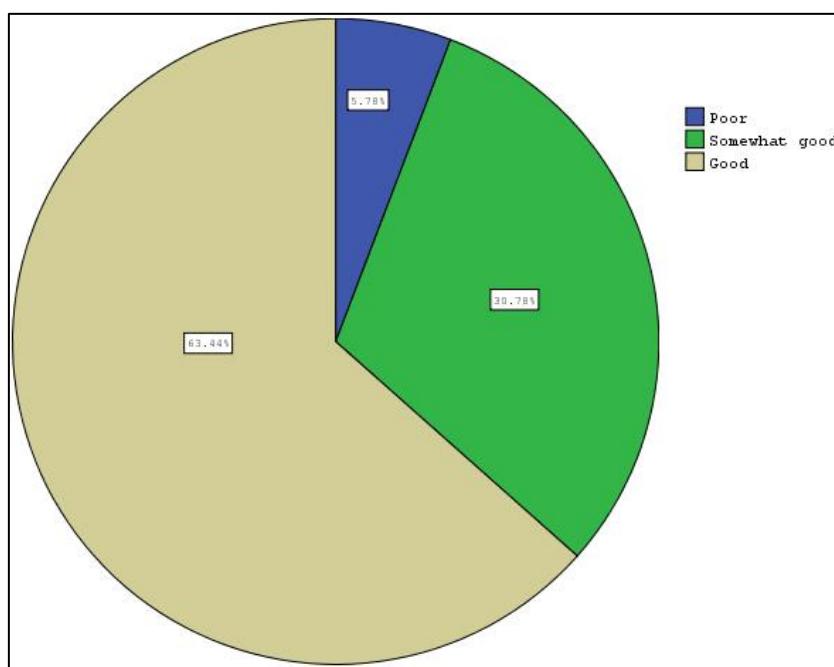
يشير الشكل رقم (٥) حول تقييم الرأي العام لمصداقية تغطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا إلى أن المتوسط المرجح للأوزان المتعلقة بمصداقية تغطية كافة وسائل الإعلام

بلغت قيمته (٢٠.٢٣) بوزن مرجح وقدره (٧٤.٣٪)، وبانحراف معياري قدره (٠٠.٤٠٥)، وهو ما يقابل مستوى مصداقية متوسط لتعطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

وتشير النتائج التفصيلية المتعلقة بالشكل رقم (٥) إلى أن موقع وزارة الصحة البحرينية جاء في المرتبة الأولى، بنسبة بلغت (٨٩.٣٪)، بمتوسط حسابي قدره (٢٠.٦٨)، وانحراف معياري قدره (٠٠.٥٦٩)، وجاء في المرتبة الثانية حسابات وزارة الصحة على موقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٨٧.٣٪)، وبمتوسط حسابي قدره (٢٠.٦٢)، وانحراف معياري قدره (٠٠.٦١٣)، وجاء في المرتبة الثالثة التليفزيون بنسبة بلغت (٨٦٪)، وبمتوسط حسابي قدره (٢٠.٥٨)، وانحراف معياري قدره (٠٠.٦١١)، وجاء في المرتبة الرابعة وكالة أنباء البحرين بنسبة بلغت (٨٤٪)، وبمتوسط حسابي قدره (٢٠.٥٢)، وانحراف معياري قدره (٠٠.٦٥٦)، بينما جاءت في المراتب الأخيرة كل من المواقع الإخبارية في المرتبة السابعة بمتوسط بلغت (٦٥.٧٪)، وبمتوسط حسابي قدره (١٠.٩٧)، وانحراف معياري قدره (٠٠.٧٨٥)، وموقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت (٥٤.٣٪)، وبمتوسط حسابي قدره (١٠.٦٣)، وانحراف معياري قدره (٠٠.٦٨٣)، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة مجموعات الواتساب كأقل وسائل الإعلام مصداقية في تعطية أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا، بنسبة بلغت (٤٧.٧٪)، وبمتوسط حسابي قدره (١٠.٤٣)، وانحراف معياري قدره (٠٠.٦٠١).

كما تشير النتائج التفصيلية أيضاً وباستخدام اختبار "ت" لمعرفة إذا كانت هناك فروق بين متوسط درجات المبحوثين على مقياس مصداقية التعطية الإعلامية لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا حسب النوع، يتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور (متوسط حسابي = ٢.١٩)، انحراف معياري = ٤١٤، والإإناث (متوسط حسابي = ٢.٢٦، انحراف معياري = ٠٠.٣٩٤) لصالح الإناث، حيث بلغت قيمة اختبار "ت" (٢٠٢٦) بقيمة احتمالية تساوي (٤٣)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠٠٥).

٣. مدى جودة التغطية الإعلامية لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا



شكل رقم (٦)
مدى جودة التغطية الإعلامية لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا

يشير الشكل رقم (٦) حول تقييم الرأي العام لجودة تغطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا إلى أن المتوسط المرجح للأوزان المتعلقة بجودة تغطية كافة وسائل الإعلام بلغت قيمته (٢٠٥٨) بوزن مرجح وقدره (٨٦٪)، وبانحراف معياري قدره (٦٠٠٠)، وهو ما يقابل مستوى جودة مرتفع لتغطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

وتشير النتائج التفصيلية المتعلقة بالشكل رقم (٦) إلى أن نسبة (٦٣.٤٪) من المبحوثين عينة الدراسة يرون أن تغطية وسائل الإعلام كانت جيدة، وأشارت نسبة (٣٠.٨٪) أنها كانت جيدة إلى حد ما، بينما أشارت نسبة (٥.٨٪) أن تغطية وسائل الإعلام في البحرين لأداء المؤسسات الصحية كان ضعيفاً.

كما تشير النتائج التفصيلية أيضاً وباستخدام اختبار "ت" لمعرفة إذا كانت هناك فروق بين متوسط درجات المبحوثين على مقاييس جودة التغطية الإعلامية لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا حسب النوع، يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور (متوسط حسابي = ٢٠.٥٣، انحراف معياري = ٠٠.٦٧٤) والإإناث (متوسط حسابي = ٢٠.٦٢، انحراف معياري = ٠٠.٥١٣)، حيث بلغت قيمة اختبار "ت" (١.٨٥٩) بقيمة احتمالية تساوي (٠٠٦٤)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠٠٥).

٤. اتجاهات المبحوثين بشأن التغطية الإعلامية لجائحة كورونا

جدول رقم (١٢)

اتجاهات المبحوثين بشأن التغطية الإعلامية لجائحة كورونا

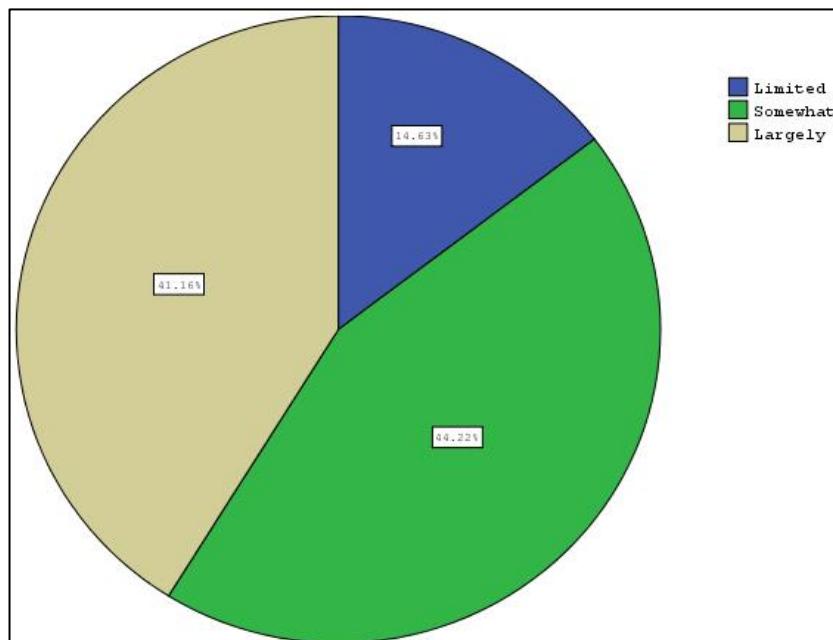
الاتجاه العام	الترتيب	الوزن المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	مدى الموافقة						العبارات الخاصة باللغة الإعلامية لجائحة كورونا
					أرفض بشدة	أرفض	محايد	أوافق	أوافق بشدة		
					ك	ك	ك	ك	ك		
مرتفع	٣	٨٥.٦	٠.٨٦٣	٤.٢٨	١٣	١١	٤٨	٢٤٠	٢٧٦	قدمت وسائل الإعلام معلومات كافية وواافية عن جائحة كورونا ومسبباتها وطرق الوقاية منها	١
					٢.٢	١.٩	٨.٢	٤٠.٨	٤٦.٩		
مرتفع	٧	٨٠.٦	١.٠١٣	٤.٠٣	٣٧	٢	٦٦	٢٨٧	١٩٦	استعانت وسائل الإعلام بالخبراء والمتخصصين إثبات الحديث عن جائحة كورونا	٢
					٦.٣	٠.٣	١١.٢	٤٨.٨	٣٣.٣		
مرتفع	٤	٨٤.٤	٠.٩٣٩	٤.٢٢	١٣	٢٣	٦١	٢١٥	٢٧٦	استخدمت وسائل الإعلام المصطلحات الطبية والمتخصصة بطريقة سهلة الفهم على الجمهور العادي	٣
					٢.٢	٣.٩	١٠.٤	٣٦.٦	٤٦.٩		
مرتفع	٦	٨١	٠.٩٥٠	٤.٠٥	١٣	٣٧	٦١	٢٧٢	٢٠٥	تميزت وسائل الإعلام بالفورية وعرض آخر التطورات الخاصة بجائحة كورونا	٤
					٢.٢	٦.٣	١٠.٤	٤٦.٣	٣٤.٩		
مرتفع	٥	٨١.٢	١.٠٥٦	٤.٠٦	٢٦	١٥	١٠.٩	١٨٤	٢٥٤	تميزت وسائل الإعلام بالموضوعية والمصداقية في تناول جائحة كورونا بعيداً عن نظرية المؤامرة	٥
					٤.٤	٢.٦	١٨.٥	٣١.٣	٤٣.٢		
مرتفع	٢	٨٥.٨	٠.٩٧٢	٤.٢٩	١٧	١٥	٧٠	١٦٦	٣٢٠	شجعت وسائل الإعلام المواطنين على الالتزام بالتعليمات والتوجيهات الصحية حفاظاً على المصلحة العامة	٦
					٢.٩	٢.٦	١١.٩	٢٨.٢	٥٤.٤		
مرتفع	٨	٧٩.٦	١.٠٣٨	٣.٩٨	٢٨	٢٤	٨٢	٢٥١	٢٠٣	ركزت وسائل الإعلام على رد الآني على الأخبار الكاذبة والشائعات ودحضها بالأدلة والبراهين	٧
					٤.٨	٤.١	١٣.٩	٤٢.٧	٣٤.٥		
مرتفع	١	٨٦	٠.٩٨٠	٤.٣٠	١٥	٢٦	٥٢	١٦٨	٣٢٧	أبرزت وسائل الإعلام الواجهة الحضارية لمملكة البحرين في التعامل مع جائحة كورونا والمصابين سواء مواطنين أو مقيمين	٨
					٢.٦	٤.٤	٨.٨	٢٨.٦	٥٥.٦		
مرتفع					٤.١٥٢						المتوسط المرجح

يتضح من الجدول رقم (١٢) حول اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة بشأن التغطية الإعلامية لجائحة كورونا أن المتوسط المرجح للأوزان المتعلقة بالتقديرات بلغت قيمته (٤.١٥٢)، بوزن مرجح وقدره (٤٪٨٣٠)، وبانحراف معياري قدره (٠.٠٨٣٠)، وهو ما يقابل مستوى تقييم مرتفع/ إيجابي للتغطية الإعلامية خلال جائحة كورونا.

كما يشير الجدول رقم (١٢) إلى أن العبارة التي تنص على: "أبرزت وسائل الإعلام الواجهة الحضارية لمملكة البحرين في التعامل مع جائحة كورونا والمصابين سواء مواطنين أو مقيمين" جاءت في المرتبة الأولى من حيث الحصول على التقييمات الإيجابية بنسبة بلغت (٪٨٦)، وبمتوسط حسابي قدره (٤.٣٠)، وانحراف معياري قدره (٠.٩٨٠)، وجاءت في المرتبة الثانية العبارة التي تنص على

"شجعت وسائل الإعلام المواطنين على الالتزام بالتعليمات والتوجيهات الصحية حفاظاً على المصلحة العامة" وزارة الصحة بنسبة بلغت (٨٥.٨٪)، وبمتوسط حسابي قدره (٤٠.٢٩)، وانحراف معياري قدره (٠٠.٩٧٢)، بينما جاءت العبارة التي تنص على "ركزت وسائل الإعلام على الرد الآني على الأخبار الكاذبة والشائعات ودحضها بالأدلة والبراهين" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (٧٩.٦٪)، وبمتوسط حسابي قدره (٣٠.٩٨)، وانحراف معياري قدره (١٠٠٣٨).

٥. مدى تفاعل المبحوثين مع المعلومات المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا:



شكل رقم (٧)

مدى تفاعل المبحوثين مع المعلومات المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا

يشير الشكل رقم (٧) حول مدى تفاعلية المبحوثين مع الأخبار المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا إلى أن المتوسط المرجح للأوزان المتعلقة بالتفاعلية بلغت قيمته (٢٠.٢٧) بوزن مرجح وقدره (٧٥.٧٪)، وانحراف معياري قدره (٠٠.٦٩٩)، وهو ما يقابل مستوى تفاعلية متوسط مع تعطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

كما يشير الشكل رقم (٧) إلى وجود تفاوت في درجات التفاعلية بين المبحوثين، حيث أشارت نسبة (٤٠.٢٪) من العينة أنهم يتفاعلون بشكل كبير مع المعلومات والأخبار، وأشارت نسبة (٤٤.٢٪) أنهم يتفاعلون بشكل محدود/ أحياناً، بينما أشارت نسبة (١٤.٦٪) من المبحوثين أنهم نادراً ما يتفاعلون بشأن الأخبار المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

كما تشير النتائج التفصيلية أيضاً وباستخدام اختبار "ت" لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق بين متوسط درجات المبحوثين على مقاييس تفاعلية المبحوثين مع الأخبار المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا حسب النوع، يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور (متوسط حسابي = ٢٠.٣١، انحراف معياري = ٠٠.٦٧٣) والإإناث (متوسط حسابي = ٢٠.٢٢، انحراف معياري =

٠٠٧٢٢)، حيث بلغت قيمة اختبار "ت" (٠١٢٥-٠٥٣٦) بقيمة احتمالية تساوي (٠٠١)، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠٠٠٥).

٦. أساليب تفاعل المبحوثين مع المعلومات المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا:

جدول رقم (١٣)

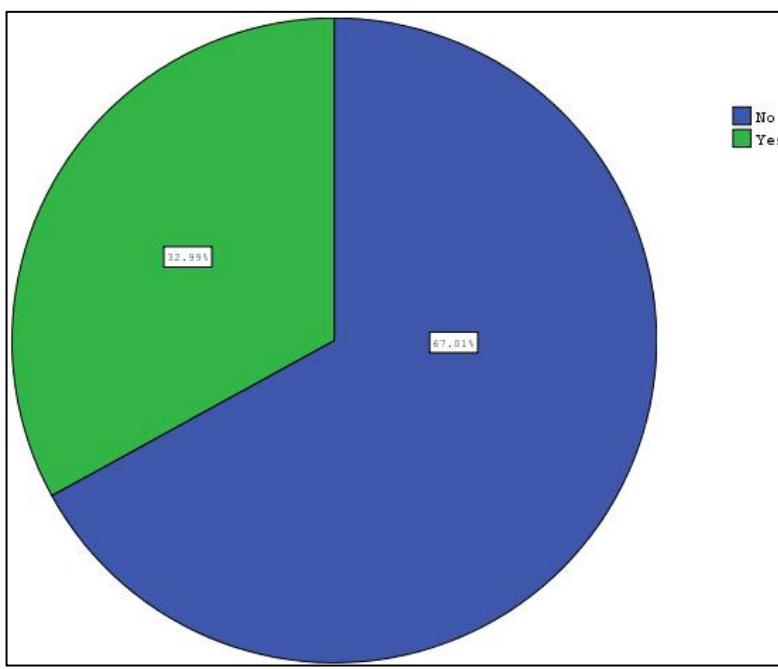
أساليب تفاعل المبحوثين مع المعلومات المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا

الاتجاه العام	الترتيب	الوزن المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	مستوى التفاعل			أسلوب التفاعل	رقم		
					نادرًا						
					دانما	أحياناً	نادرًا				
					%	%	%				
منخفض	٦	٥٠.٦	٠.٦٩٩	١.٥٢	٣٥٠ ٥٩.٥	١٦٨ ٢٨.٦	٧٠ ١١.٩	مراسلة الوسيلة الإعلامية	١		
منخفض	٥	٥٤.٦	٠.٧٦٢	١.٦٤	٣١٣ ٥٣.٢	١٧٢ ٢٩.٣	١٠٣ ١٧.٥	كتابة تعليق (Comment) على حسابي بموقع التواصل الاجتماعي بشأن الأخبار والمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا	٢		
متوسط	٣	٦٠.٣	٠.٧٨٠	١.٨١	٢٤٦ ٤١.٨	٢٠٩ ٣٥.٦	١٣٣ ٢٢.٦	مشاركة (Share) للأخبار والمعلومات الخاصة بجائحة كورونا على حسابي بموقع التواصل الاجتماعي	٣		
متوسط	١	٦٤	٠.٧٩٥	١.٩٢	٢١١ ٣٥.٩	٢١٣ ٣٦.٢	١٦٤ ٢٧.٩	تسجيل الإعجاب (Like) بشأن الأخبار والمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا	٤		
متوسط	٤	٥٨.٦	٠.٧٦٨	١.٧٦	٢٦٠ ٤٤.٢	٢٠٨ ٣٥.٤	١٢٠ ٢٠.٤	إضافة رابط (Link) لتصحيح أو تأكيد المعلومات المنشورة عن جائحة كورونا	٥		
متوسط	٢	٦١.٦	٠.٧٩٢	١.٨٥	٢٣٤ ٣٩.٨	٢٠٧ ٣٥.٢	١٤٧ ٢٥	التعليق على مشاركات وتعليقات الأصدقاء حول جائحة كورونا	٦		
متوسط		٠.٦٣٥	الانحراف المعياري		١.٧٥			المتوسط المرجح			

يتضح من الجدول رقم (١٣) حول أساليب تفاعل المبحوثين مع المعلومات المتعلقة بأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا أن المتوسط المرجح للأوزان المتعلقة بالقياس بلغت قيمته (١.٧٥)، بوزن مرجح وقدره (٥٨.٣٪)، وبانحراف معياري قدره (٠٠٦٣٥)، وهو ما يقابل مستوى متوسط من أساليب التفاعل.

كما يشير الجدول رقم (١٣) إلى أن العبارة التي تنص على "تسجيل الإعجاب (Like) بشأن الأخبار والمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٦٤٪)، وبمتوسط حسابي قدره (١.٩٢)، وانحراف معياري قدره (٠.٧٩٥)، وجاءت في المرتبة الثانية العبارة التي تنص على "التعليق على مشاركات وتعليقات الأصدقاء حول جائحة كورونا" بنسبة بلغت (٦١.٦٪)، وبمتوسط حسابي قدره (١.٨٥)، وانحراف معياري قدره (٠.٧٩٢)، بينما جاءت العبارة التي تنص على "مراسلة الوسيلة الإعلامية" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (٦٪)، وبمتوسط حسابي قدره (١.٥٢)، وانحراف معياري قدره (٠.٦٩٩).

٧. التطوع في الحملات الاجتماعية من أجل مكافحة جائحة كورونا:



شكل رقم (٨)
التطوع في الحملات الاجتماعية من أجل مكافحة جائحة كورونا

يشير الشكل رقم (٨) حول مدى التطوع في الحملات الاجتماعية من أجل مكافحة جائحة كورونا إلى أن المتوسط العام المتعلق بحجم التطوع بلغت قيمته (١.٣٣)، وبانحراف معياري قدره (٠٠٤٧١). كما يشير الشكل رقم (٨) إلى أن نسبة (%)٣٣ من العينة تطوعوا في حملات مجتمعية من أجل مكافحة الجائحة، بينما أشارت نسبة (%)٦٧ أنهم لم يشاركون في أي حملة لمكافحة جائحة كورونا. كما تشير النتائج التفصيلية أيضاً وباستخدام اختبار "ت" لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق بين متوسط درجات المبحوثين على مقياس التطوع في الحملات الاجتماعية لمكافحة كورونا حسب النوع، يتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور (متوسط حسابي = ١.٤١، انحراف معياري = ٠٠٤٩٢) والإإناث (متوسط حسابي = ١.٢٥، انحراف معياري = ٠٠٤٣٥) لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة اختبار "ت" (-٤.٠٨٥) بقيمة احتمالية تساوي (٠٠٠٠)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (٠٠٥).

٨. تقييم المبحوثين لأداء المؤسسات الصحية في التعامل مع جائحة كورونا:

جدول رقم (١٤)

تقييم المبحوثين لأداء المؤسسات الصحية في التعامل مع جائحة كورونا

الاتجاه العام	الترتيب	الوزن المرجع	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	درجة الموافقة			تقييم أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا
					معارض	محايد	موافق	
					ك	ك	ك	
					%	%	%	
متوسط	٢	٧٤.٣	٠.٧٨٩	٢.٢٣	١٣٠	١٩١	٢٦٧	١ قامت المؤسسات الصحية بالتنوعية الازمة عن طرق انتقال الفيروس وأعراض الإصابة به
					٢٢.١	٣٢.٥	٤٥.٤	
مرتفع	١	٧٨.٧	٠.٨١٠	٢.٣٦	١٢٥	١٢٩	٣٣٤	٢ بذل المؤسسات الصحية الجهد الكافي للتوعية بطرق مكافحة فيروس كورونا المستجد
					٢١.٣	٢١.٩	٥٦.٨	
متوسط	٤	٦٩.٧	٠.٨٣١	٢.٠٩	١٧٩	١٧٨	٢٣١	٣ أجرت المستشفيات والمراكز الصحية الفحوصات الطبية الازمة
					٣٠.٤	٣٠.٣	٣٩.٣	
متوسط	٦	٦٧	٠.٧٨٣	٢.٠١	١٧٦	٢٢٨	١٨٤	٤ تابعت وزارة الصحة الحالات المصابة بالفيروس ووفرت الرعاية الازمة لها
					٢٩.٩	٣٨.٨	٣١.٣	
متوسط	٣	٧٠	٠.٨٣١	٢.١٠	١٧٦	١٧٧	٢٣٥	٥ قامت المؤسسات الصحية بالتنوعية الازمة عن أهمية العزل الصحي المنزلي للحالات التي لا تظهر عليها أعراض الإصابة
					٢٩.٩	٣٠.١	٤٠	
متوسط	٧	٦٦.٧	٠.٨٢٨	٢.٠٠	٢٠٠	١٨٦	٢٠٢	٦ وضعت المؤسسات الصحية الاستراتطيات السليمة والواجب توافرها عند الخروج من المنزل
					٣٤	٣١.٦	٣٤.٤	
متوسط	٥	٦٩.٣	٠.٨١٦	٢.٠٨	١٧٣	١٩٣	٢٢٢	٧ نشرت المؤسسات الصحية التعليمات التوجيهية للتطهير المنزلي والأماكن العامة بشكل كافي
					٢٩.٤	٣٢.٨	٣٧.٨	
متوسط	٨	٥٩.٣	٠.٧٨٠	١.٧٨	٢٥٦	٢٠٣	١٢٩	٨ قامت وزارة الصحة بالرصد الفوري للشائعات والأخبار الكاذبة عن فيروس كورونا المستجد والرد عليها
					٤٣.٥	٣٤.٥	٢١.٩	
متوسط		٠.٤٠٥	الانحراف المعياري		٢٠٨			المتوسط المرجح

يتضح من الجدول رقم (١٤) حول تقييم المبحوثين لأداء المؤسسات الصحية في التعامل مع جائحة كورونا أن المتوسط المرجح للأوزان المتعلقة بالقياس بلغت قيمته (٢٠٠٨)، بوزن مرجح وقدره (٦٩.٣٪)، وبانحراف معياري قدره (٠٠٤٠٥)، وهو ما يقابل مستوىً متوسطًّا/ إيجابيًّا لحد ما من مستويات التقييم.

كما يشير الجدول رقم (١٤) إلى أن العبارة التي تنص على "بذل المؤسسات الصحية الجهد الكافي للتوعية بطرق مكافحة فيروس كورونا المستجد" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٧٨.٧٪)، وبمتوسط حسابي قدره (٢٠٣٦)، وانحراف معياري قدره (٠٠٨١٠)، وجاءت في المرتبة الثانية العبارة التي تنص على "قامت المؤسسات الصحية بالتنوعية الازمة عن طرق انتقال الفيروس وأعراض الإصابة به" بنسبة بلغت (٧٤.٣٪)، وبمتوسط حسابي قدره (٢٠٢٣)، وانحراف معياري قدره (٠٠٧٨٩)، بينما جاءت العبارة التي تنص على "قامت وزارة الصحة بالرصد الفوري للشائعات والأخبار الكاذبة عن فيروس كورونا المستجد والرد عليها" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (٥٩.٣٪)، وبمتوسط حسابي قدره (١.٧٨)، وانحراف معياري قدره (٠٠٧٨٠).

نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: يوجد ارتباط طريقي موجب بين كثافة التعرض للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا؛ ومستوىوعي المبحوثين بالجائحة.

لاختبار هذا الفرض، تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون، وقد بلغت شدة العلاقة (0.321^{***})، بقيمة احتمالية تساوي (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (0.01)، مما يعني وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة دالة إحصائية بين كثافة التعرض للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا ومستوىوعي المبحوثين بالجائحة، وهو ما يعني أنه كلما زاد معدل التعرض للخطاب الإعلامي بشأن جائحة كورونا ارتفعت معه مستويات المعرفة والوعي بها.

الفرض الثاني: تؤثر المتغيرات الاتصالية على اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

لاختبار هذا الفرض، تم إجراء تحليل الانحدار المتعدد بالطريقة القياسية "Enter"，وتم إدخال متغير اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا كمتغير تابع. وتم إدخال المتغيرات الاتصالية كمتغيرات مفسرة.

جدول رقم (١٥)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد على اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا

VIF factor	المتغيرات المستتبنة (المفسرة)							
	المتغيرات الاتصالية							
١.٣٣٣	٠.٤٩٣	٠.٦٨٥	٠.١٤١					
١.٤٥٩	٠.٠٦٢	-١.٨٧١	-٠.٤٠٧					
١.٣٥٢	٠.٦٦٢	-٠.٤٣٧	-٠.٠٩٧					
١.٧٢٣	٠.٤٥٧	٠.٧٤٤	٠.١٧١					
٢.١١٧	٠.٢٤٦	-١.١٦٢	-٠.٣٤٣					
١.٥٣٠	٠.٩٢٣	٠.٠٩٧	٠.٠٢٠					
١.٩١٨	٠.١٦٠	-١.٤٠٩	-٠.٣١٤					
١.٦٢٢	٠.٠٠١	٣.٣٤٧	٠.٧٠٨					
١.٤٨٨	٠.٧٨٧	٠.٢٧١	٠.٠٥٤					

يتضح من الجدول رقم (١٥) أن المتغير الاتصالى الذى له تأثير على درجات اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا هي معدل استخدام موقع وكالة أنباء البحرين حيث كانت قيمة "ت" تساوى (3.347) بقيمة احتمالية تساوى (0.001)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، أما بقية المتغيرات الاتصالية فلم يكن لها تأثير دال إحصائيا على درجات اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

الفرض الثالث: تؤثر الخصائص الديموغرافية على اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

لاختبار هذا الفرض، تم إجراء تحليل الانحدار المتعدد بالطريقة القياسية "Enter"، وتم إدخال متغير اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا كمتغير تابع. وتم إدخال الخصائص الديموغرافية كمتغيرات مفسرة.

جدول رقم (١٦)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد على اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا

VIF factor	Sig	t	Beta	Sig	F	R ²	R	المتغيرات المتتبعة (المفسرة)
الخصائص الديموغرافية								
١.٠٠٤	٠.٧٣٨	٠.٣٣٤	٠.٠١٤					النوع
١.٠٠٦	٠.٢٨٠	-١.٠٨٢	-٠.٠٤٤		٤.٤٧٠	٠.٠٢٢	٠.١٥٠	العمر
١.٠٠٣	٠.٠٠١	٣.٤٢٦	٠.١٤٠					التعليم

يتضح من الجدول رقم (١٦) أن المتغير الديموغرافي الذي له تأثير على درجات اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا هو مستوى التعليم، حيث كانت قيمة "ت" تساوي (٣.٤٢٦) بقيمة احتمالية تساوي (٠.٠٠١)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥)، أما بقية المتغيرات الديموغرافية فلم يكن لها تأثير دال إحصائي على درجات اتجاهات المبحوثين نحو أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا.

مناقشة نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج يمكن الإشارة إلى أهمها، ومناقشتها، وتقديم تفسيرات لها على النحو التالي:

(١) أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة التقييمات الإيجابية لأداء المؤسسات الصحية في التعامل مع جائحة كورونا بمملكة البحرين متوسطة الإيجابية، حيث إنها بلغت (٦٩.٣٪)؛ ويرى الباحث أنها وفي إطار السياق العام الذي يعيشه العالم الآن ومعاناة بعض المؤسسات الصحية في أكثر دول العالم تقدماً بسبب الجائحة نسبة جيدة جداً. ومن خلال المعايشة الواقعية للباحث فقد استطاعت المملكة توفير الوعية اللازمة بالفيروس وطرق الإصابة به وكيفية الوقاية منه، كما أن المستشفيات والمرافق الصحية قدمت الفحوص والعلاج بشكل مجاني لكافة المواطنين والمقيمين دون تفرقة أو تمييز بين بحريني وغير بحريني.

(٢) أشارت نتائج الدراسة إلى حرص الرأي العام البحريني على متابعة الجائحة في مختلف وسائل الإعلام وأداء المؤسسات الصحية بالمملكة، وبلغت نسبة متابعته لكل وسائل الإعلام حوالي (٦٨.٧٪)، وجاءت موقع التواصل الاجتماعي في مقدمة هذه الوسائل بنسبة بلغت (٨٨.٧٪)، وجاء في المرتبة

الثانية التلفزيون بنسبة بلغت (٨١٪)، فيما جاء في المرتبة الأخيرة الصحف المطبوعة بنسبة بلغت (٥٤.٣٪)، وهو ما يؤكد على تحول موقع التواصل الاجتماعي إلى أداة إعلامية وإخبارية مهمة ليست فقط للتواصل وتكوين الصداقات، كما تشير النتائج إلى استعادة التلفزيون مكانته خلال هذه الجائحة كمصدر للمعلومات، بينما شهدت الصحف المطبوعة تراجعاً حاداً كمصدر للمعلومات خلال الجائحة واحتلت المرتبة الأخيرة، وقد يرجع ذلك إلى سرعة النشر والمتابعة الذي تتطلبها الجائحة بسبب تجدد الأحداث كل ثانية وهو ما لا يتوافر في الصحف المطبوعة.

(٣) أشارت نتائج الدراسة إلى أن الرأي العام البحريني لديه مصداقية بنسبة (٧٤.٣٪) في تغطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا، وجاء موقع وزارة الصحة أكثر وسائل الإعلام مصداقية بنسبة بلغت (٨٩.٣٪)، ثم في المرتبة الثانية حسابات وزارة الصحة على موقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٨٧.٣٪)، وجاء في المرتبة الثالثة التلفزيون بنسبة بلغت (٨٦٪)، بينما جاءت في المراتب الأخيرة كل من الموقع الإخباري في المرتبة السابعة بنسبة بلغت (٦٥.٧٪)، وموقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت (٥٤.٣٪)، ومجموعات الواتساب في المرتبة التاسعة كأقل وسائل الإعلام مصداقية في تغطية أداء المؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا، بنسبة بلغت (٤٧.٧٪). ويري الباحث أنه على الرغم من احتلال موقع التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى أكثر وسائل الإعلام متابعة خلال الجائحة إلا أنها ما زالت مصدراً للشائعات والأخبار الكاذبة وهو ما جعلها تأتي في المراتب الأخيرة على مقياس مصداقية التغطية الإعلامية، وعلى الرغم من توفر أدوات تكنولوجية وبرمجيات قادرة على كشف الواقع والأخبار والصور والحسابات الوهمية الكاذبة التي تتجدد وتنتشر وتزور للشائعات، إلا أن غالبية مستخدمي الموقع الإلكتروني لا تتوفر لديهم هذه الثقافة التكنولوجية في الوقت الراهن، إلا أنه وفي المستقبل القريب ومع كثرة ارتياد موقع التواصل الاجتماعي وغيرها من موقع الإنترنوت سوف تنتشر هذه الثقافة لا محالة.

(٤) أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض للتغطية الإعلامية لجائحة كورونا ومستوى وعي المبحوثين بالجائحة، وهو ما يعني أنه كلما زاد معدل التعرض للخطاب الإعلامي بشأن جائحة كورونا ارتفعت معه مستويات المعرفة والوعي بها.

خلاصة الدراسة وخاتمتها:

سعت هذه الدراسة إلى تقصي الدور الذي تقوم به التغطية الإعلامية لجائحة كورونا (كوفيد-١٩) في تشكيل الأسواق المعرفية والوجدانية للرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية في مواجهتها للجائحة وتقديم الرعاية الصحية، اعتمدت الدراسة على فروض نظرية التهيئة المعرفية، والتي تؤكد على أن تركيز وسائل الإعلام على قضايا بعينها تؤدي إلى أن يكون الجمهور متالفاً معرفياً وواعياً معها، وتم تطبيق الدراسة من خلال استماراة الاستقصاء تم توزيعها إلكترونياً من خلال برنامج (Google

(Forms على عينة حصصية قوامها ٥٨٨) من الرأي العام البحريني. وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام لديها قدرات كبيرة في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام خلال جائحة كورونا عن أداء المؤسسات الصحية في مملكة البحرين.

تعد هذه الدراسة خطوة مهمة نحو فهم أفضل وأعمق لدور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في التأثير وقت الأزمات الكبرى، وعلى الرغم من حرص الباحث على الالتزام بكافة ضوابط المنهج العلمي عند تصميم المقاييس وفي استخراج النتائج إلا أن عينة الدراسة عينة عمدية لا يجب تعليم نتائجها على كل الشعب البحريني من المواطنين والمقيمين، أو اتخاذ نتائج الدراسة لإصدار حكم قطعي اليقين على طبيعة أداء المؤسسات الصحية البحرينية خلال الجائحة، فلكي يتم تعليم النتائج لابد وأن تكون الدراسة على جميع السكان وأن يتم سحبها بشكل عشوائي، إلا أن نتائج هذه الدراسة تضفي مصداقية كبيرة جداً على أن وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أدوات فعالة في التأثير الاجتماعي والسياسي الذي يترك أثره على مواقف الجمهور واتجاهاته وسلوكياته.

وتثير هذه الدراسة العديد من المقتراحات البحثية الأخرى التي يمكن أن تمهد لدراسات وبحوث أخرى في ذات المجال، ومنها على سبيل المثال: الحملات التوعوية بجائحة كورونا ودورها في نشر الثقافة الصحية بالمرض، المتغيرات المؤثرة على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو أداء فريق البحرين الطبي... وغيرها من موضوعات البحث ذات الصلة، إضافة إلى تطبيق أدوات جمع بيانات من المبحوثين بطرق مختلفة تحتاج إلى بحوث مستقبلية لدراسة أثر أسلوب القياس على تشكيل توجهات الرأي العام نحو أداء المؤسسات الصحية.

قائمة المراجع:

- (2020, July 6). Retrieved from worldometers.info: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- (2020, January). Retrieved from Wearesocial.com: <https://wearesocial.com/digital-2020>
- (2020). Retrieved from who.int: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- (2020). Retrieved from who.int: <https://www.who.int/bulletin/volumes/89/7/11-088815/en/#:~:text=A%20pandemic%20is%20defined%20as,are%20not%20considered%20pandemics>
- Azzam, I. (2016, March 19). Retrieved from Aljazeera.net: <https://www.aljazeera.net>
- Chaiken, S., Duckworth, K., & Drake, P. (1999). When parsimony fails. *Psychological inquiry*, 10(2).
- Gharbi, A. A. (2016, May 11). Retrieved from Huffpost.com: <https://www.huffpost.com>
- Hassan, A. A. (2014, November 20). Retrieved from Event.sy: <http://event.sy/news-2273.html>
- Ibrahim, S. (2014, July 12). Retrieved from www.anntv.tv: <http://www.anntv.tv/new/showsubject.aspx?id=89124>
- Karasneh, R., & et al. (2020). Media's effect on shaping knowledge, awareness risk perceptions and communication practices of pandemic COVID-19 among pharmacists. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.04.027>.
- Marina Krcmar, D. R. (2016). *Communication Science Theory and Research: An Advanced Introduction*. New York: Routledge.

- Mohamed, J. O. (2020). 'University youth interact with crohn's virus prevention methods via Facebook.' 'A field study on the users of my page Channel "Kingdom of Jordan", and channel "France24 Arabic". *Journal of Media Studies*, 572-586.
- Ouaidat, J., & Mohamed, M. (2020). 'University youth interact with crohn's virus prevention methods via Facebook.' 'A field study on the users of my page Channel "Kingdom of Jordan", and channel "France24 Arabic". *Journal of Media Studies*(Issue 11), 572-586.
- Riehm, K. E., & et al. (2020). Associations Between Media Exposure and Mental Distress Among U.S. Adults at the Beginning of the COVID-19 Pandemic. *American Journal of Preventive Medicine*, <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2020.06.008>.
- Warrens, D. A. (2008). Eller-Writing A Literature Review: The Art of Scientific Literature. In K. Y. Miller, *Handbook of Research Methods in Public Administration* (p. P62). New York: Taylor& Francis Group.
- أحمد المغربي. (١١ May, 2016). تم الاسترداد من Huffpost.com: <https://www.huffpost.com>
- أحمد محمد العميري. (٢٠١٧ يونيو). دور الواقع الإخبارية التلفزيونية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الاقتصاد المصري. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*, المجلد ١٧ (العدد الثاني)، ٤٣٥٩-٤٣٦.
- إسماعيل عزام. (١٩ March, 2016). تم الاسترداد من Aljazeera.net: <https://www.aljazeera.net>
- آيات عادل حسان. (٢٠ November, 2014). تم الاسترداد من Event.sy: <http://event.sy/news-2273.html>
- أيمن منصور ندا. (٢٠١٠ م). تأثير التعرض للأخبار الإيجابية والسلبية على الحالة المزاجية العامة للجمهور المصري (الصفحات الـ ٥٦٩-٥٦٧). *الجيزة: كلية الإعلام- جامعة القاهرة*.
- أيمن منصور ندا، و شيماء ذوالفقار زغيب. (٢٠٠٤). دراسات في نظريات الرأي العام. القاهرة، مصر: المدينة برس.
- بركات عبدالعزيز. (٢٠١٢). *مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق*. القاهرة، مصر: دار الكتاب الحديث.
- تitiy Hanan. (٢٠١٤). سور وسائل الإعلام في تعديل قيم المواطننة لدى الرأي العام: حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية.
- بسكرة-الجزائر: رسالة ماجستير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خير.
- جمال مجاهد. (٢٠٠٨). *الرأي العام وطرق قياسه. الأسكندرية*. مصر: دار المعرفة الجامعية.
- حسين خليفه حسن خليفه. (٢٠١٨ فبراير). دور القنوات الفضائية والإنترنت في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو المؤسسات السياسية والشعبية. القاهرة- مصر، مصر: رسالة دكتوراه غير منشورة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- حسين خليفه حسن خليفه، و محمد شكري أحمد. (٢٠٢٠). المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني فيتناول أداء السلطة التشريعية. *مجلة البحوث الإعلامية*(٥٤).
- خالد صلاح الدين حسن علي. (٢٠٠٣ يوليو- سبتمبر). دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام المصري نحو الإذهاب- مدخل تكاملى. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*(العدد العشرون)، ٢١٣-٢٧٨.
- سمير محمد حسين. (١٩٩٧). *الرأي العام الأساس النظري والجوانب المنهجية* (الإصدار الطبعية الأولى). القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- سيد جابر عدنان نعمة. (٢٠١٢ نوفمبر). تم الاسترداد من Alwasatnews.com: <http://www.alwasatnews.com/news/716611.html>
- شيماء إبراهيم. (٢٠١٤ July). تم الاسترداد من www.anntv.tv:
- http://www.anntv.tv/new/showsubject.aspx?id=89124
- عربن عمر الزعبي. (مايو، ٢٠٢٠). *تقييم الخبرة العربية للتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية* (٢٠٢٠). دارسة ميدانية. *مجلة الدراسات الإعلامية*(العدد الحادي عشر)، ٥٦-٥٣.
- عيشة علة. (مايو، ٢٠٢٠). دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي وكافةحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-١٩) "دارسة ميدانية". *محلية الدراسات الإعلامية*(العدد الحادي عشر)، ٤٩٦-٤٥٦.
- فلاح الدهمشي. (٢٠١٩ يوليو). اعتماد الشباب السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول عاصفة الحزم. *محلية البحوث الإعلامية*(٥٢)، (العدد الثاني والخمسون)، ٢٠١-٢٢٦.
- فوزي غرابية، و آخرون. (٢٠١١). *أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية* (الإصدار الطبعية السادسة). عمان-الأردن، المملكة الأردنية الهاشمية: دار وائل للنشر والتوزيع.
- محمد الأمين موسى. (٢٠٢٠ April). تم الاسترداد من Studies.aljazeera.net: <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4642>
- محمد محمد عبدربه المغيري. (مايو، ٢٠٢٠). *السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا. مجلة الدراسات الإعلامية*(العدد الحادي عشر)، ٤٥٧-٤٦٧.
- نشوة سليمان محمد عقل. (٢٠٠٦). *المعالجة التلفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان*. الجيزة، مصر: رسالة دكتوراه غير منشورة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- هبة شاهين. (٢٠١٠). دور وسائل الإعلام في تهيئة الجمهور المصري نحو الثقة في الحكومة. *المؤتمر العلمي الدولي السادس عشر: الإعلام وقضايا الفقر والمهمنين- الواقع والتحديات في الفترة من ١٣-١٥ يوليو*. الجيزة: كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- وافي السيد الإمام. (٢٠١٠). *البحث العلمي: إعداد مشروع البحث وكتابة التقرير النهائي*. المنصورة، مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

Media Coverage of the COVID-19 Pandemic and its Impact on Shaping Bahraini Public Opinion Attitudes about the Performance of Health Institutions

Dr. Hussein Khalifa Hassan Khalifa

h-khalifa@cu.edu.eg

Assistant Professor of Radio & Television,
Radio & Television Department,
Faculty of Mass Communication,
Cairo University

Abstract

This study examined role of media coverage of the (Covid-19) pandemic in shaping the knowledge and attitudes of Bahraini public opinion towards the health institution's performance in facing the effects of the pandemic and limiting the risk of its spread. This study assumed that media are not only communication channels, but they can also be an essential tool in political change and formation of feelings and attitudes. This study relied on the assumptions of the cognitive priming theory, which emphasizes that media coverage by focusing on some aspects and ignoring others affects the criteria on which individuals form their assessments and judgments about governments and leaders. Based on an online survey of a quota sample ($N= 588$) from public opinion in Bahrain.

The study reached several significant results; the positive evaluations of health institutions performance in dealing with the COVID-19 pandemic in the Kingdom of Bahrain were (69.3%). Also, Bahraini public opinion was very keen to follow the pandemic news and information in various media formats with a rate of (68.7%). Social media came at the top of these media with a rate of (88.7%), then television with a rate of (81%), while the printed journalism came in the last rank with a rate of (54.3%).

In addition, the results indicated that the percentage of media coverage credibility among Bahraini public opinion was (74.3%). The Ministry of Health website was the most credible media with a rate of (89.3%), then social media accounts of the health ministry with a rate of (87.3), television with a rate of (86%), while news websites ranked seventh with a rate of (65.7%), and social media ranked eighth, with a rate of (54.3%). WhatsApp groups ranked as the least credible media in covering the performance of health institutions during the COVID-19 pandemic with a rate of (47.7%).

Keywords: Media coverage, COVID-19 pandemic, Health institutions, Public opinion, Bahrain.

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