

**تقييم قادة الرأي العام في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي لجائحة
كوفيد 19 "كورونا" - دراسة مسحية**

**The Evaluation of Jordanian Opinion Leaders' To
Digital Media's Coverage COVID-19 Pandemic
A Survey Study**

إعداد:

سهم محمد مفضي السعايدة

إشراف:

الأستاذ الدكتور عزت محمد حجاب

قدمت هذه الخطة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2021

تفويض

أنا سهم محمد ماضي السعيدة، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً
والكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث العلمية عند طلبها.

الاسم: سهم محمد ماضي السعيدة.

التاريخ: 06 / 06 / 2021.

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

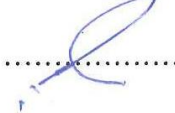
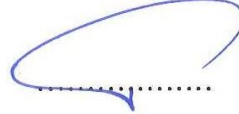
نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: تقييم قادة الرأي العام في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي لجائحة

كوفيد 19 " كورونا " دراسة مسحية".

للباحث: سهم محمد مفضي السعيدة.

وأجيزت بتاريخ: 06 / 06 / 2021.

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
د. هاني أحمد البدري	عضواً من داخل الجامعة ورئيساً	جامعة الشرق الأوسط	
أ. د. عزت محمد حجاب	مشرفاً	جامعة الشرق الأوسط	
د. أشرف محمد المناصير	عضواً من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
أ. د. موسى مفضي شتيوي	عضواً من خارج الجامعة	الجامعة الأردنية	

شكر وتقدير

الشكر أولاً لله تعالى ... أن منّ عليّ بإتمام هذا العمل، فله الحمد وله الفضل وله الشكر ...
ثم أشكر جامعتي جامعة الشرق الأوسط التي كانت منصّة لانطلاق الحلم في إنجاز هدفي لإتمام
الماجستير، فالشكر للجامعة ممثلة برئيس مجلس الأمناء وبرئيسها وأعضاء وأساتذة وإداريين ...
والى جميع العاملين فيها.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى مشرفي الفاضل الأستاذ الدكتور عزت محمد حجاب على تفضله
بالإشراف على رسالتي ... شاكرًا له دعمه وملاحظاته ... فقد كانت نعم العون والسند.

كما أتقدم بالشكر لأعضاء لجنة المناقشة، ولجميع أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة الشرق
الأوسط لما قدموه لي من مشورة ودعم أثناء دراستي وتحضيرى لرسالة الماجستير وأخص بالذكر
الدكتورة حنان الشيخ عميد كلية الإعلام، والدكتور كامل خورشيد.

الباحث

الإهداء

بعد الحمد لله،

إلى من ربط الله سبحانه وتعالى رضاه برضاهم، إلى خالد الذكر المعلم والقُدوة والسند والذي محمد

مفضي السعادة رحمه الله الذي لم يكمل معي هذا المشوار الذي كان ينتظره بشوق.

إلى من وضع الجنة تحت أقدامها أُمي الغالية (أم سهم) أطال الله عمرها ورزقنا برها.

إلى رفيقة الدرب زوجتي وأبنائي ميريّام ومحمد، وإلى أشقائي وشقيقاتي.

إلى المحاربين القدامى وشهداء الجيش العربي الأردني والأجهزة الأمنية. إلى أبناء العسكر

والحراثين، إلى الرمز الكبير الشهيد وصفي التل رحمه الله. إلى الشهيد خالد صدام حسين المجيد

رحمه الله.

إلى شهداء فلسطين والمرابطين في القدس، إلى اسرتي الواحدة من أبناء الأردن وفلسطين والأمة

العربية جمعاء.

أهديكم جميعاً هذا العمل

سهم محمد العبادي

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان	أ
تفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
شكر وتقدير	د
الإهداء	هـ
فهرس المحتويات	و
قائمة الجداول	ح
قائمة الأشكال	ي
قائمة الملحقات	ك
الملخص باللغة العربية	ل
الملخص باللغة الإنجليزية	ن

الفصل الأول: خلفيات الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة	1
ثانياً: مشكلة الدراسة	3
ثالثاً: أهداف الدراسة	4
رابعاً: أسئلة الدراسة	5
خامساً: فرضيات الدراسة	6
سادساً: أهمية الدراسة	6
سابعاً: حدود الدراسة	7
ثامناً: محددات الدراسة	7
تاسعاً: مصطلحات الدراسة	8

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: النظرية المستخدمة: نظرية الاعتماد	10
ثانياً: الأدب النظري	19
ثالثاً: الدراسات السابقة ذات الصلة	32
ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة	46

الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات

48	 منهج الدراسة
48	 مجتمع الدراسة
49	 عينة الدراسة
52	 أداة الدراسة
53	 صدق الأداة
54	 ثبات الأداة
54	 متغيرات الدراسة
55	 المعالجة الإحصائية
56	 إجراءات الدراسة

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

57	 أولاً: الإجابة عن أسئلة الدراسة
65	 ثانياً: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

69	 أولاً: مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
73	 ثانياً: مناقشة نتائج فرضيات الدراسة
75	 ثالثاً: أهم نتائج الدراسة
76	 رابعاً: التوصيات

قائمة المراجع

78	 المراجع العربية
80	 المراجع الأجنبية
82	 الملحقات

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1-3	توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيري الجنس وفئة قادة الرأي العام.	49
2-3	درجة الاهتمام بالشأن العام.	50
3-3	درجة الاهتمام بأخبار جائحة كورونا.	51
4-3	معاملات كرونباخ ألفا لاختبار ثبات أداة الدراسة.	54
5-3	مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في أداة الدراسة.	55
6-3	المعيار الإحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة.	55
1-4	وسائل الاعلام والإعلام الرقمي التي اعتمدها قادة الرأي العام في الأردن كمصدرا للمعلومات حول جائحة كوفيد -19.	57
2-4	مستوى اداء وسائل الإعلام الرقمي في تقديم تغطية شاملة لجائحة كوفيد 19.	59
3-4	دور الإعلام الرقمي في إرشاد وتوعية المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة بالفيروس.	61
4-4	دور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم اتجاه الإجراءات الإدارية التي اتخذتها الحكومة خلال مواجهة الجائحة.	62
5-4	دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة.	64
6-4	تحليل التباين لدرجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعاً لمتغير الجنس.	65
7-4	تحليل التباين لتقييم درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعاً لمتغير فئات قادة الرأي العام.	66
8-4	تحليل التباين لتقييم دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعاً لمتغير الجنس.	66
9-4	تحليل التباين لتقييم دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعاً لمتغير فئات قادة الرأي العام.	67

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
67	تحليل التباين لتقييم دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعا لمتغير الجنس.	10-4
68	تحليل التباين لتقييم دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعا لمتغير فئات قادة الرأي العام.	11-4

قائمة الأشكال

الرقم	المحتوى	الصفحة
1	توزيع أفراد العينة من حيث الجنس وفئات قادة الرأي العام	50
2	درجة الاهتمام بالشأن العام	51
3	درجة الاهتمام بجائحة كورونا	52

قائمة الملحقات

الرقم	المحتوى	الصفحة
1	استبانة الدراسة النهائية	83
2	محكمي استبانة الدراسة	90
3	كتاب تسهيل المهمة	91

تقييم قادة الرأي العام في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي لجائحة

كوفيد 19 " كورونا " - دراسة مسحية -

إعداد:

سهم محمد مفضي السعايدة

إشراف:

الأستاذ الدكتور عزت محمد حجاب

الملخص

هدفت الدراسة إلى تقييم قادة الرأي العام في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد 19 "كورونا"، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبانة لجمع المعلومات من عينة قوامها (214) مفردة من قادة الرأي العام في الأردن توزعوا على ثلاثة شرائح هي: الصحفيون، قادة النقابات المهنية، قيادات سياسية وإدارية في القطاع الحكومي.

بينت نتائج الدراسة أن أكثر وسائل الاعلام الرقمي التي اعتمدها قادة الرأي العام من عينة الدراسة مصدراً للمعلومات حول جائحة كوفيد -19 كانت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (87.4%)، ثم المواقع الإلكترونية الأردنية بنسبة (83.4%)، ثم محطات التلفزة المحلية بنسبة (80.2%). وبينت أن درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا جاءت متوسطة بنسبة (72.9%)، وهذا عائد إلى أن المبحوثين اتفقوا في الرأي بأنهم حصلوا على أخبار شاملة مع بعض التباين في وسائل الإعلام الرقمي.

كما بينت النتائج أن قادة الرأي العام يرون أن لوسائل الإعلام الرقمي دوراً إيجابياً في إرشاد المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة بعدوى الفيروس وفي التوعية بالطرق والإجراءات المناسبة في حالة الإصابة بنسبة (78.4%)، في حين ظهر أن دور الصحافة الرقمية من وجهة نظر قادة الرأي العام كان فعالاً وكبيراً في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم من ناحية الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة خلال مواجهة الجائحة بنسبة (74.2%).

وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير شرائح قادة الرأي العام في تقييم دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس وفي تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية المترتبة على الجائحة. وكانت الفروقات ما بين القطاع الرسمي الحكومي والاعلاميين وقادة النقابات المهنية لصالح قادة النقابات المهنية.

قدمت الدراسة عددا من التوصيات منها أن تهتم وسائل الإعلام الرقمي أكثر باستبعاد الأخبار غير المؤكدة والتي لا تستند إلى مصدر موثوق. وكذا التوسع في عملية الإرشاد الصحي بالتعاون مع الجهات الصحية والطبية المعنية.

كذلك، أن تقوم بعض الجهات المعنية مثل نقابة الصحفيين وكلليات الإعلام في الجامعات بعقد دورات تدريبية للعاملين في الإعلام الرقمي بما يحسن من قدراتهم في تحرير الأخبار وكشف الأخبار الزائفة والمعلومات غير الموثوقة.

الكلمات المفتاحية: قادة الرأي العام في الأردن، الإعلام الرقمي، جائحة كوفيد 19.

The Evaluation of Jordanian Public Opinion Leaders' To Digital Media's Coverage COVID-19 Pandemic: A Survey Study

Prepared by: Sahem Mohammad Mufadi Al Sa'idah

Supervised by: Prof. Ezzat Moh'd Hijab

Abstract

The study aimed to evaluate digital media coverage of the COVID-19 pandemic from the viewpoint of Jordanian public opinion leaders.

The study adopted the descriptive approach and the questionnaire tool to collect information from a sample of (214) individual Jordanian public opinion leaders, who were divided into three groups of opinion leaders: journalists, professional unions, and political and administrative leaders in the government sector. Among the most important results of the study were the following:

The most popular digital media that the Jordanian public leader's relied on as a source of information about the Covid-19 pandemic were the social media with a percentage of (87.4%), then Electronic Jordanian websites with a percentage of (83.4%), then local TV stations with a percentage of (80.2%). The public opinion leaders agree that Jordanian digital media provide comprehensive coverage of the Corona pandemic reached a medium degree (72.9%), and this is because the respondents agreed in the opinion that they obtained comprehensive news with some variation in the digital media.

The results showed that digital media has a positive role in guiding citizens to take measures to prevent infection with the virus and in raising awareness of the appropriate methods and procedures in case of infection, at a rate of (78.4%).

The results showed that the role of electronic website played an effective and significant role in expressing the concerns of citizens regarding misunderstanding the administrative orders taken by the government during the pandemic, at a rate of (74.2%).

The results of the study showed that there were statistically significant differences according to the variables of the public opinion leaders' segments in evaluating the role of the indicative and preventive digital media to limit the spread of the virus and in covering the effects and economic claims resulting from the pandemic. The differences between the official government sector and the media and the leaders of professional unions were in favor of the leaders of professional unions.

The study made a number of recommendations are as follows:

1. Digital media should pay more attention to fake news that is not based on a reliable source.
2. Expanding the health guidance process based on the concerned health and medical authorities.
3. That some concerned parties, such as the Journalists Syndicate and media colleges in universities, hold training courses for digital media workers to improve their abilities in editing news and exposing false news and misinformation.

Keywords: Public Opinion Leaders' in Jordn, Digital Media's, COVID-19 Pandemic.

الفصل الأول

خلفيات الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

مثلّ وباء كوفيد -19 حدثاً استثنائياً حينما انطلق من الصين ثم انتشر بسرعة كبيرة ليشمل العالم بأسره، بدأت الأخبار تتوالى من مصادر مختلفة حول خطورة انتشار هذا الفيروس حول العالم، فإن ردود الفعل، والاستجابات لهذه الأخبار ظلت متباينة، ومتغيرة من يوم لآخر، ومن بلد لآخر.

على مستوى الأردن فإن ردود الفعل، والاستجابات لهذه الجائحة تطورت عبر مراحل مختلفة، نلخصها في أربع مراحل وذلك من خلال قراءة ردود فعل المجتمع وأجهزة الدولة التي غالباً ما انعكست عبر وسائل الإعلام الرقمي، وذلك نظراً لغياب وسائل الإعلام الأخرى نتيجة لفرض الحكومة الأردنية قوانين الدفاع التي حظرت الأعمال والتجوال والحركة.

المرحلة الأولى تمثلت في عدم الاهتمام الحكومي الكافي بالجائحة باعتبارها ظاهرة بعيدة عن الأردن، وصاحبها حالة من الترقب والتشكيك من قبل المجتمع، ولوحظ انتشار نظرية المؤامرة التي تنفي وجود هذا الفيروس أو تقلل من شأنه ومن مخاطره، وقد انعكس ذلك في تغطيات ومعالجات الإعلام الرقمي نفسه، إذ شهدت هذه المرحلة الكثير من الفيديوهات والصور المتعلقة بالجائحة والتي ظهر أن معظمها غير صحيح أو صادر من جهات غير علمية أو غير مسؤولة. تناولت التغطية الإعلامية في هذه المرحلة قصص عن نشأة الفيروس وطرق علاجه وبعض آثاره الجانبية، وبعض الفتاوي الدينية المشوشة، والكثير من التصاريح الطبية المغلوطة عن الجائحة، وكل ذلك تسرب عبر وسائل الإعلام الرقمي.

المرحلة الثانية بدأت مع بداية ظهور بعض الحالات في المجتمع، وفرض الحكومة قوانين الدفاع التي حظرت الأعمال والتجوال والحركة منذ الحادي والعشرين من آذار/ مارس 2020. استمرت نظرية المؤامرة، لكن الخوف والقلق بدأ ينتشر بين الناس، على الرغم اتخاذ الحكومة التدابير الإجرائية لمعالجة الآثار الاقتصادية للجائحة. خلال هذه المرحلة توالى النصائح والتوجيهات الصحية من وزارة الصحة وخلية أزمة كورونا، وقامت الحكومة بعقد مؤتمر صحفي يومي في ساعات المساء لإعلان المعطيات المتوفرة حول الحالة الوبائية. نشطت خلال هذه المرحلة، وسائل الإعلام عموماً والإعلام الرقمي خصوصاً، في تداول ما يصدر عن المؤتمر الصحفي، ومواد أخرى تصدر من أفراد وجماعات لا علاقة لها بالأمر. ومع سريان الحظر الشامل منذ الحادي والعشرين من آذار 2021، فقد توقفت الصحافة الورقية عن الصدور، ما شكل فرصة لوسائل الإعلام الرقمي والتلفزيون بالعمل والبروز، فانتشرت المعلومات والأخبار في وسائل الإعلام الرقمي، عبر المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي والتي كانت تعتمد على ما تنتجه المؤسسات الإعلامية الجماهيرية، خصوصاً عبر مواقعها الإلكترونية، كقناة المملكة، والتلفزيون الأردني وقناة رؤيا ووسائل إعلام أخرى منها الإذاعات التي أتيح لبعض مراسليها الحركة وحضور المؤتمرات الصحفية. تواصل في هذه المرحلة نشر الإشاعات وتهويل آثار الجائحة، وتسابقت وسائل الاتصال على نشر الأخبار الصحيحة والكاذبة من خلال "استباق القرارات الرسمية ومن خلال نسب المعلومات إلى "مصادر مطلعة" وغيرها من فنون انتهاك الأخلاقيات المهنية.

وبدأت المرحلة الإعلامية الثالثة مع شهر حزيران 2020 مع انحسار الموجة الأولى للفيروس وانتهاء الحظر الشامل، وهنا أصبح الناس منقسمين بين فخور بما تحقق وبين فئة أخرى ظلت

متمسكة بعدم الفناعة بوجود الوباء ونظرية المؤامرة، وقد انعكس كل ذلك في وسائل الإعلام الرقمي من خلال تصريحات المسؤولين والجهات ذات العلاقة وجمهور المواطنين بما فيهم قادة الرأي العام. بدأت المرحلة الرابعة من مراحل التغطية الإعلامية مع بدء الموجة الثانية من الوباء أواخر شهر آب/ أغسطس 2020، وحتى تاريخ البدء بكتابة هذه الاطروحة مع بداية شهر نيسان 2021، إذ بدأ الوضع الوبائي يتعقد، وأصبحت الأخبار تتوارد عن تضاعف عدد حالات الإصابة والوفيات، فأصبح المشهد الإعلامي أكثر تشويشاً واضطراباً.

في هذه المرحلة طغت الفوضى الإعلامية مرة أخرى، ولم يكن من السهل تقييم استجابة الإعلام الرقمي الأردني وتغطيته لهذه الجائحة، بسبب أن التشويش شمل مصادر الأخبار نفسها، بما في ذلك الجهات العلمية والطبية، التي كانت وما زالت تصدر معلومات وتوجيهات متضاربة، أو متغيرة من يوم لآخر، كما كان هناك تضارب في التوجيهات والإجراءات الحكومية والذي انعكس في وسائل التواصل الاجتماعي.

وعليه فقد سعت هذه الدراسة على التعرف على تقييم قادة الرأي العام في الأردن للدور الذي قام به الإعلام الرقمي في تغطية جائحة كوفيد 19 وتطوراتها وما تبعها من اجراءات ادارية واقتصادية أثرت على حياة المواطن الأردني.

ثانياً: مشكلة الدراسة

إن المشهد الوبائي وما ترتب عليه من آثار في الأردن، فرض نفسه على الإعلام الرقمي، وفرض حظر التجول في الشهور الست الاولى للجائحة، أتاح للإعلام الرقمي من القيام بدوره من خلال التغطية المكثفة للأخبار والمعلومات والمعطيات المستجدة أولاً بأول، وأصبح هذا الإعلام مصدراً رئيساً لتغطية تطورات هذا الوباء محلياً وعالمياً.

غير أن الصورة أو المعلومات والأخبار عن الحالة الوبائية بقيت في تضارب واختلاف وتناقضاً في أحيانٍ كثيرة حول الوباء وكيفية التعامل معه، وهو ما زاد من قلق المواطن وحيرته إزاء السلوك الأنسب للوقاية من هذا الوباء.

وعليه اهتمت هذه الدراسة بالتعرف على تقييم تقييم مجموعة من قادة الرأي العام في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد 19 وما رافقها من تداعيات مختلفة على مستوى الأردن ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: **ما تقييم قادة الرأي العام في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد 19 " كورونا "؟**

ثالثاً: أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على تغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد-19 "كورونا" من وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن، وذلك من خلال الأهداف التالية:

1. التعرف على وسائل الإعلام الرقمي التي اعتمدها قادة الرأي العام في الأردن كمصدراً للمعلومات حول جائحة كوفيد 19.

2. التعرف على وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن في مستوى اداء وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كوفيد 19.

3. التعرف على تقييم قادة الرأي العام في الأردن للدور الذي قام به الإعلام الرقمي في إرشاد وتوعية المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة بعدوى الفيروس والإجراءات المناسبة في حالة الإصابة.

4. التعرف على تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين جراء الإجراءات الإدارية التي اتخذتها الحكومة خلال مواجهة الجائحة.

5. التعرف على تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة.

رابعاً: أسئلة الدراسة

السؤال الرئيس الذي تحاول الدراسة الاجابة عليه هو: التعرف على تغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد-19 "كورونا" من وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن. كما تحاول الدراسة الاجابة على الاسئلة الفرعية التالية:

1 ما وسائل الإعلام الرقمي التي اعتمدها قادة الرأي العام في الأردن كمصدرا للمعلومات حول جائحة كوفيد 19؟

2. ما وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن في مستوى اداء وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كوفيد 19؟

3. ما تقييم قادة الرأي العام في الأردن للدور الذي قام به الإعلام الرقمي في إرشاد وتوعية المواطنين لاتخاذ إجراءات لتجنب الإصابة بعدوى الفيروس والطرق والإجراءات المناسبة في حالة الإصابة؟

4. ما تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين جراء الإجراءات الإدارية التي اتخذتها الحكومة خلال مواجهة الجائحة؟

5. ما تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة؟

خامسا: فرضيات الدراسة

فرضية الدراسة الأولى: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند الدلالة ($a \leq 0.05$) بين قادة الرأي العام في تقييم درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعاً لعوامل (الجنس، شريحة قادة الرأي العام)؟

فرضية الدراسة الثانية: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند الدلالة ($a \leq 0.05$) بين قادة الرأي العام في تقييم دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعاً لعوامل (الجنس، شريحة قادة الرأي العام)؟

فرضية الدراسة الثالثة: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند الدلالة ($a \leq 0.05$) بين قادة الرأي العام في تقييم دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعاً لعوامل (الجنس، شريحة قادة الرأي العام).

سادسا: أهمية الدراسة

الأهمية التطبيقية

جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على أداء الإعلام الرقمي في معالجة أزمة إنسانية صحية وطبية عالمية كبيرة تمثلت في جائحة كوفيد-19 أو ما يسمى كورونا، وهو الفيروس الذي تسبب بمئات آلاف الوفيات حول العالم وملايين الإصابات، ولأن الجائحة ضخمة وفي غاية الخطورة، فإنه من الضروري دراسة دور الإعلام عموماً، والإعلام الرقمي خصوصاً في التعاطي مع هذه الجائحة بما يفيد المعنيين الحكوميين والمخططين والإعلاميين ورجال السياسة في وضع خارطة طريق للتعامل مع الازمات، والدروس والممارسات الفضلى التي يجب أن تتبع في مثل هذه الحالة.

كذلك، يمكن أن تفيد هذه الدراسة بعض الجهات الطبية والجهات الإدارية المسؤولة في الدولة من ناحية اتخاذ الإجراءات المناسبة لبث الأخبار والمعلومات الصحيحة، والتعليق على الأخبار والمعلومات المغلوطة أو غير المؤكدة، وكثير منها يتم تداوله في الإعلام الرقمي بعد أن يصدر من جهات طبية أو علمية ويربط بها.

الأهمية العلمية

يمكن أن تكون الدراسة محطة أو لبنة جديدة للدارسين ومراكز البحث الإعلامي لإجراء المزيد من الدراسات في مجال تقييم أداء الإعلام الرقمي، خصوصاً في أوقات الأزمات. كما يمكن أيضاً أن تلقي الدراسة ضوءاً جديداً على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال اختبار مقولة النظرية أن اعتمادية المواطنين (بما فيهم قادة الرأي العام) سوف تزداد على وسائل الإعلام في خلال الأزمات، وهي النظرية المؤطرة للدراسة الحالية.

سابعاً: حدود الدراسة

الحدود الزمنية: تم إجراء هذه الدراسة في الفترة الممتدة بين شهر 2020/11/1 إلى 2021/4/30. وهي فترة الدراسة على مدى فصلين دراسيين.

الحدود التطبيقية: عينة من قادة الرأي العام في الأردن.

الحدود المكانية: المملكة الأردنية الهاشمية، عمان.

ثامناً: محددات الدراسة

لا توجد أية محددات لتعميم نتائج هذه الدراسة، كون الدراسة استخدمت الأسلوب والإجراءات العلمية في تنفيذ هذه الدراسة، والوصول إلى نتائجها.

تاسعا: مصطلحات الدراسة

• كوفيد 19

فيروس ينحدر من سلالة فيروسات تُسمى الكورونا أو الفيروسات التاجية، يسبب بالإصابة بالفيروس، وقد تحصل لبعض الأشخاص الذين يصابون بكوفيد-19 مضاعفات، فيصابون بالتهاب رئوي قد يؤدي للوفاة. تم تطوير عدة مطاعيم للوقاية من الفيروس، حالياً تجرى حملة عالمية لتوفير اللقاح وتطعيم أكبر عدد من الأشخاص (منظمة الصحة العالمية، 2020).

• الإعلام الرقمي

هو الإعلام الذي يستخدم كل الأدوات الإلكترونية المتاحة عبر شبكة الإنترنت، ويطلق على الإعلام الرقمي العديد من المسميات منها (الإعلام التفاعلي، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال، Media Online، الإعلام السيبراني Media Cyber، الإعلام التشعبي Media Hyper).

يشمل الإعلام الرقمي المحطات التلفزيونية التفاعلية، والتلفزيون الأرضي الرقمي وتلفزيون الـ بي وتلفزيون الانترنت والفيديو عند الطلب، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار، المدونات، المواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، الإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، الهواتف الجوال التي تنقل الإذاعات الرقمية، البث التلفزيون التفاعلي، مواقع الانترنت، الخرائط الرقمية، مجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة (مركز هردو، 2016، 5-6).

وإجرائياً فقد عرف الإعلام الرقمي لغايات هذه الدراسة بأنه: مواقع الصحافة الإلكترونية، ومواقع الشبكات الاجتماعية في الأردن، والتطبيقات الإخبارية.

• قادة الرأي العام في الأردن

قادة الرأي العام (Opinion Leaders) أشخاص طبيعيون أو اعتباريون يملكون القدرة على التأثير في سلوك الآخرين وتكوين آرائهم، يكون قادة الرأي العام امتداداً طبيعياً للجماعات المرجعية مثل رجال السياسة، ورواد الفكر والأدب، والأطباء، ورجال الأعمال، والصحفيين، والمشاهير، وعلماء الدين (هارفارد بزنس ريفيو، 2020).

إجرائياً ولغايات هذه الدراسة فقد تم تعريف قادة الرأي العام بأنهم الأشخاص المؤثرون في الرأي العام من خلال وظائفهم أو من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال والإعلام وهم ثلاث شرائح أساسية كالتالي:

1. الإعلاميون من العاملين في المؤسسات الإعلامية الأردنية المختلفة.
2. القادة النقابيون الذي يمثلون النقابات المهنية المختلفة.
3. السياسيون وكبار الموظفين الإداريين في القطاع الحكومي الرسمي.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

في هذا الفصل تقدم الدراسة عرضاً مفصلاً للإطار النظري، ويشمل ذلك عرضاً للنظرية التي اعتمدها الباحث وهي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وكما تم تخصيص مباحث تناولت موضوعات محورية في الدراسة وهي: موضوع كوفيد-19 وتطورات انتشاره وبعض الآثار المترتبة على العدوى. ومفهوم قادة الرأي العام، ومفهوم التغطية الإخبارية، ثم تضمن الفصل عرضاً لعدد من الدراسات السابقة التي لها علاقة بالموضوع.

أولاً: النظرية المستخدمة: نظرية الاعتماد

1-نشأة النظرية

ظهرت نظرية الاعتماد في البداية تحت عنوان "نظرية تبعية أنظمة الوسائط" عام 1989 من قبل Rokeach و De Fleur حينما حاولا شرح سبب اختلاف الوسائط المعرفية، والآثار العاطفية والسلوكية على مختلف الناس. مع مرور الوقت، تطور الطرح إلى نظرية أكثر تعقيداً تتناول العلاقة بين الإعلام والأفراد على المستوى الجزئي، وعلاقة المؤسسات الإعلامية والاجتماعية والاقتصادية على مستوى الكلي (Daniel et all, 2008).

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أثارا قوية ومباشرة أحيانا، وفي أحيان أخرى تكون الآثار ضعيفة وغير مباشرة (مكاوي والسيد، 2012، 314).

وتقوم هذه النظرية على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبي حاجاته وتساعد في تحقيق ثلاثة تأثيرات: معرفية، وعاطفية، وسلوكية. إذ إن ما يشعر به الفرد من

غموض تجاه بعض القضايا يدفعه إلى البحث عن معلومات جديدة تلبيها وسائل الإعلام عادة. وفي المرحلة الثانية تتشكل المواقف وفيها تلعب العوامل الوسيطة والانتقائية دوراً مهماً تجاه قضية ما، ثم يبدأ الإعلام من خلال التخطيط المدروس لطرح القضايا بدفع الأفراد إلى اختيار المعلومات وتحليلها بالشكل الذي يناسب احتياجاتهم النفسية والاجتماعية، ومن ثم التأثير على المخزون المعرفي لديهم وتحديد مواقفهم النهائية من المواضيع المختلفة (الموسى، 2003، 164).

وتتلخص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي: إن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزداد قوته في ظروف الأزمات أو عدم وجود استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع (مزاخرة، 2012، 208). بمعنى أن اهتمامات الجمهور أيضاً تؤدي إلى التأثير في أداء وسائل الإعلام من حيث ترتيب الأجندة ومن حيث الوقت الذي تخصصه وسائل الإعلام لمضمون معين.

وحسب هذه النظرية فإن قوة نظام وسائل الإعلام تكمن في سيطرته على مصادر معلومات نادرة يعتمد عليها الأفراد، والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية والمجتمعات لتحقيق أهدافهم، وعلاقة التبعية للأهداف/ المصادر، تحدد القدر المناسب من سلطة وسائل الإعلام في أي موقف معين، ثم إن علاقة التبعية هذه ليست في اتجاه واحد، بمعنى أن وسائل الإعلام نفسها تعتمد على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون لأن لنظام وسائل الإعلام أهدافاً أيضاً (ديفلير، وتقوم علاقة الاعتماد

للأفراد على وسائل الإعلام حسب النظرية لثلاثة أهداف رئيسية هي: الفهم، والتوجيه، والتسلية (ديفلير، 1989، 418).

والفهم يشمل معرفة الذات ومعرفة أشياء من العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها، أما التوجيه فيعني مساعدة الفرد على اتخاذ قراراته في مشترياته وخطته، في حين أن التسلية ذات نطاق واسع مثل مشاهدة الأفلام أو كل ما يتوفر من أساليب متجددة في وسائل الإعلام.

وحسب هذه النظرية فإن طريقة أو درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام تختلف من مجتمع لآخر، ومن وقت لآخر، لأن ثقافة المجتمعات متنوعة ومختلفة، والتنوع والاختلاف يبدو في العادات والتقاليد والقيم والأديان، وهذه كلها يكون لها تأثير في الاعتماد وفي التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام.

يزداد اعتماد الناس على وسائل الإعلام مع الوقت، ويتضاعف هذا الاعتماد أوقات الأزمات والأحداث الكبرى أو الخطيرة، نلاحظ مثلاً اعتماد كثير من الناس على نشرات الطقس اليومية لتقرير خططهم اليومية من سفر أو عمل، ونلاحظ أن البلاد الساحلية تحرص على رصد اتجاهات الرياح والإعلان عنها في نشرات الأخبار أولاً بأول لأن فئات من الناس تنتظر هذه المعلومات خصوصاً الصيادين والبحارة والسياح وغيرهم. أما في حالات الكوارث الطبيعية أو الجوائح والأوبئة فإن اعتماد الناس يتضاعف لأن كل الناس يزداد اعتمادها على وسائل الإعلام بقدر قربها من منطقة الكارثة أو بقدر احتمالية إصابتهم بالإصابة كما في حالة فيروس كورونا مثلاً، وهو ما سنفرد له عنواناً خاصاً في نهاية هذا المحور.

وهناك حالة أخرى يزيد فيها اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وهي الحالة التي ترتفع فيها درجات الصراع أو التغيير الذي يحدث في المجتمع (عبد الحميد، 2004، 234). وهذا ما نلاحظه

في حالات الحوادث الكبيرة والأحداث السياسية والأمنية حينما يصبح البحث عن الأخبار هدفاً رئيساً لفئات كبيرة من الجمهور.

من ناحية أخرى، فإن وسائل الإعلام ليست قوية بشكل مطلق لأنها هي نفسها تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى ما يجعلها تحت رحمة أو تحت تأثير تلك النظم، وهذا هو المعنى المبسط لمفهوم الاعتماد المتبادل، فالنظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بحاجة ملحة ومستمرة لوسائل الإعلام، بالمقابل، فإن وسائل الإعلام بحاجة إلى تلك النظم سواء كمصادر للمعلومات، أو التمويل، أو الترويج. (مكاوي والسيد، 2012، 317).

2- فرضيات النظرية

أشارت مراجع عديدة إلى فرضيات النظرية منها ما ورد في (مزاهرة، 2012) كالتالي:

1. يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة، والخبرات السابقة.
2. نظام وسائل الإعلام جزء من البناء الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
3. استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.
4. استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.
5. كلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات، أي تغيير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي، وتختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار.

6. يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور، وفي هذه الحالة ينبغي على النظام الإعلامي أن يتطور.

7. يختلف الجمهور من جهة اعتماده على وسائل الإعلام فالصفوة قمة الهرم قد يكون لها وسائل إعلام خاصة بهم غير الوسائل التقليدية، بمعنى أن للصفوة مصادرها في الحصول على المعلومات كالبرقيات أو وكالات أنباء وغيرها والتي ليست متاحة لكل الناس.

ويوضح ساري (2016, 121) طبيعة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ففيما يتصل بعلاقة النظام السياسي بالمؤسسة الإعلامية، فهذا النظام يلجأ إلى وسائل الإعلام لتساعده في نشر سلطته، وفرض هيمنته، ونشر أفكاره ومبادئه في المجتمع... وتدعيم الشعور بالمواطنة، وتحقيق التكامل الاجتماعي، في المقابل فإن وسائل الإعلام تعتمد على النظام السياسي لاكتساب الحماية التشريعية والقضائية والتنفيذية، والحصول على معلومات رسمية وغير رسمية لتغطية الأخبار، وتحقيق عائد من الإعلانات السياسية في أوقات الانتخابات.

أما أسباب اعتماد النظام الاقتصادي على المؤسسة الإعلامية فهو من أجل الترويج لمشاريع هذا النظام والإعلان عنها، وتدعيم القيم الخاصة بالمشروعات الحرة الرأسمالية، وتحفيز المستهلكين على الشراء، بالمقابل فإن وسائل الإعلام تعتمد على النظام الاقتصادي من أجل تحقيق الربح من عائد الإعلانات، والتوسع في مشروعاتها الإعلامية للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير من خلال حوزتها أو امتلاكها لمنتجات متطورة ومتقدمة.

وفيما يتصل باعتماد الجمهور على المؤسسة الإعلامية، فيرى ديفلور أن الجمهور يعتمد عليها اعتماداً كبيراً إلى الحد الذي يجعله لا يستطيع الاستغناء عنها، فهي التي تزوده بالمعرفة والمعلومات والأخبار بكافة أشكالها المحلية منها والخارجية، وهي أيضاً توفر له سبل التسلية والترويح عن النفس.

3-الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تورد المراجع عددا من الانتقادات والملاحظات على هذه النظرية ومفاهيمها وتطبيقاتها، ومن

ذلك ما سجله أحمد (2020) في أربع نقاط كما يلي:

1-مثل العديد من النظريات الأخرى التي تدور حول التأثيرات طويلة المدى على وسائل الإعلام، فهي كانت تتناقض بشكل كبير مع نظرية الإقناع، إذ تشير إلى أنه على المدى القصير، لا يمكن أن تقوم وسائل الإعلام بالتأثير على سلوك الأفراد، إذ إن التأثيرات التي تقوم بها الإعلانات على الأفراد تثبت أن هذا البيان لا يمكن أن يكون صحيحاً بشكل كبير.

2-نظراً لأن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تم اختبارها بشكل مباشر على بيانات الفرد، فمن الممكن أن يتم تحريف هذه البيانات من قبل الأفراد نظراً لأن الناس من الممكن أن لا يدركوا القوة الحقيقية لوسائل الإعلام في التأثير ويميلوا للتقليل من شأنها.

3- في هذه النظرية تعتبر الجماهير نشطة أو غير نشطة ولا يتم ذكر المنطقة الرمادية، ففي الواقع يتم صنع الجماهير من الأفراد ومواقفهم مختلفة عن بعضها البعض، في حين يمكن أن يكون بعض الأفراد نشطين أكثر من غيرهم.

4-لا يوجد أي ذكر للسلوكيات المتكررة للأفراد، ففي الواقع أن كثير من الناس يشاهدون بعض وسائل الإعلام لأنها أصبحت عادة قد اعتادوا عليها، ومن الممكن أن تولد العادات سلوكيات متكررة. (أحمد، 2020).

وتسجل منال مزاهرة (2012) عددا من الانتقادات أيضاً كما يلي:

1- هناك مبالغة في نموذج الاعتماد حول حجم الاعتماد الفعلي، لأن هناك غالباً محتوى محايد في وسائل الإعلام.

2- لا تعطي النظرية أهمية للتأثيرات الحاصلة من خارج وسائل الإعلام كالأصدقاء والمعارف، وقادة الرأي العام.

3- رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساساً الاعتماد على مستوى النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على مستوى الأفراد.

4- إن معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائياً بالتعرض، رغم أنه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها، فعلى سبيل المثال قد يتعرض الفرد للتلفزيون لفترة طويلة، لكنه يختار الاعتماد على معلومات وسيلة أخرى كالصحف في اكتسابه للمعلومات السياسية أو في موضوع ما (مزاورة، 2012، 233).

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تطبيقها على جائحة كورونا

لعله لم يسبق أن مرت البشرية بمثل هذه الحالة في علاقة وسائل الإعلام والاتصال بكارثة وبائية مثل الحالة التي يعيشها العالم منذ بداية العام (2020)، صحيح أن المجتمعات العالمية سبق أن شهدت انتشار أوبئة شديدة الخطورة وسريعة الانتشار، مثل الإنفلونزا الإسبانية التي انتشرت أولاً عام 1918 حسب بعض المؤرخين وفي الأشهر الأخيرة من الحرب العالمية الأولى. وتختلف التقديرات للعدد الدقيق لوفيات تلك الإنفلونزا، لكن يعتقد بعض المؤرخين أنها قتلت نحو 50 مليون إنسان على الأقل، أي ما يعادل (10%) من إجمالي الذين أصيبوا بها، مما جعلها الوباء الأكثر فتكاً في التاريخ المعاصر. أما موقع السيطرة على الأمراض والوقاية منها في الولايات المتحدة، فيقول إن نحو 500 مليون شخص أصيبوا بـ "الإنفلونزا الإسبانية"، أو ما يعادل ثلث سكان الكرة الأرضية آنذاك.

وعلى الرغم من أن هذا الوباء حمل اسم " الإنفلونزا الإسبانية "، فإنه من المرجح أنها بدأت في مكان آخر غير إسبانيا، وربطها البعض بالصين (سكاي نيوز، 2020).

إن ما يميز الجائحة الحالية، هو ارتباطها مع ثورة الإعلام الرقمي التي نشأت في العقود الأخيرة، وجاءت الجائحة لتوسع من انتشارها وتغلغلها في حياة الناس وفي مختلف مجالات الحياة. وهو ما أدى إلى درجة كبيرة من الاعتمادية للناس على هذه الوسائل للحصول على المعلومات والأخبار بشأن الجائحة أسبابها، طبيعتها، أخطارها، طرق الوقاية والعلاج والإجراءات الحكومية وغير ذلك الكثير مما يتصل بهذه الجائحة.

وقد كان للإقبال المفرط على بعض وسائل الإعلام الرقمي نتائج مختلفة على سير الجائحة في معظم المجتمعات العالمية، وتراوح ذلك بين زيادة الوعي بطبيعة الفيروس ومخاطره وطرق الوقاية منه، إلى نشر سيل من الأخبار الزائفة التي تشوه الوعي وتغير الحقائق وتشوش اتجاهات الناس، وتشوش على الحكومات في إجراءاتها لمكافحة انتشار الفيروس، ومن ذلك على سبيل المثال ضعف إقبال الناس على تلقي المطعم بسبب ما بثته بعض وسائل الإعلام الرقمي حول أخطار محتملة لهذا المطعم على الصحة. وقبل ذلك، شاهدنا مبالغة في إقبال الناس على شراء المستلزمات الغذائية استجابة للتهويل الذي تم ممارسته في بعض وسائل التواصل الاجتماعي وربما في بعض المواقع الإلكترونية أيضاً بشأن الوضع الغذائي للدولة أو لحركة البضائع بين الدول.

أشارت دراسات سابقة عديدة إلى تغيير جوهر في خارطة اعتماد الناس على وسائل الإعلام أثناء الجائحة وبسببها، من ذلك مثلاً إعادة الاعتبار للتلفزيون مثلاً أشارت دراسة كاسيرو ريبوليس (2020)، كذلك دراسة روبرت (2020) التي أشارت أن الاعتماد على القنوات التلفزيونية كمصدر

للأخبار ارتفع بما نسبته (5%) في ست دول أوروبية من دول مجتمع الدراسة، بينما وصلت في بريطانيا إلى (15%).

وحسب المسح الذي أجرته رويتر (2020) فرغم ارتفاع رصيد القنوات التلفزيونية كمرجع للأخبار في جائحة كورونا، إلا أن وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، هي الأخرى، حققت ارتفاعاً في استخدامها كمرجع للأخبار؛ إذ إن تطبيق المراسلات واتساب WhatsApp، حقق أكبر ارتفاع فيما يتعلق بالاعتماد عليه كمصدر للأخبار بعد جائحة كورونا، بنسبة (7%) في الدول التي أجريت عليها الدراسة. واستخدمت (24%) من العينة تطبيق واتساب لمعرفة الأخبار المتعلقة بفيروس كوفيد-19 ونشرها والنقاش حولها.

على مستوى الأردن، لا يختلف الأمر كثيراً عن المجتمعات والدول الأخرى، فقد لوحظ الإقبال المفرط على وسائل التواصل الاجتماعي والمنابر الرقمية لمتابعة تطورات الجائحة وآثارها سواء من الناحية الصحية أو من ناحية الإجراءات الحكومية، في الوقت نفسه، فقد أعيد الاعتبار للقنوات التلفزيونية خصوصاً وقد أصبح لدى الناس وقتٌ أطول للمشاهدة بسبب فترات الحظر الطويلة مع بداية الجائحة خصوصاً، كذلك، فقد تميزت القنوات التلفزيونية بأن شبكة مراسليها توفرت لهم حرية الحركة وتغطية المؤتمرات الصحفية والتصوير في مواقع الحدث في معظم الأحيان وهذا ما منحها ميزة إضافية بخلاف الصحف الورقية مثلاً، التي توقفت عن الصدور لأن إجراءات طباعتها وتوزيعها تختلف عن الصحافة التلفزيونية والرقمية بشكل عام.

في خلاصة هذا المحور يمكن التأكيد على:

1- لقد زادت اعتمادية الناس على وسائل الإعلام عموماً خلال هذه الجائحة، باستثناء الصحافة

الورقية، وشمل ذلك أيضاً زيادة النشاط على وسائل التواصل الاجتماعي.

- 2- استعاد التلفزيون نسبة من قوته التي فقدتها إثر انتشار الصحافة الرقمية.
- 3- كان لزيادة الاعتمادية على وسائل الإعلام الرقمية في الأردن، خصوصاً وسائل التواصل الاجتماعي إيجابياتها وسلبياتها مثل المجتمعات الأخرى.
- 4- أثارت الجائحة حالة من الفوضى الإعلامية في بداية الجائحة، ومع الوقت وتراكم التجربة، أصبح الناس أكثر دراية في مصادر الأخبار الموثوقة، مثل عدد الاصابات والوفيات التي بات المؤتمر الصحفي الحكومي مصدرها الوحيد، بعد أن كانت مصادر متعددة تنشر أخباراً زائفة أو غير دقيقة حول هذا المحور في وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً: الأدب النظري

1- فيروس كورونا أو COVID-19

فيروسات كورونا هي مجموعة من الفيروسات التي يمكنها أن تسبب أمراضاً مثل الزكام والالتهاب التنفسي الحاد الوخيم (السارز) ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرز). تم اكتشاف نوع جديد من فيروسات كورونا بعد أن تم التعرف عليه كمسبب لانتشار أحد الأمراض التي بدأت في الصين في 2019.

يُعرف الفيروس الآن باسم فيروس المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة كوفيد 19 (سارز كوف 2). ويسمى المرض الناتج عنه مرض فيروس كوفيد 19. في مارس/آذار 2020، أعلنت منظمة الصحة العالمية أنها صنفت مرض فيروس كوفيد 19 كجائحة.

تقوم المجموعات المختصة بالصحة العامة، مثل مراكز مكافحة الأمراض والوقاية منها في الولايات المتحدة (CDC) ومنظمة الصحة العالمية (WHO)، بمراقبة الجائحة ونشر التحديثات على مواقعها على الإنترنت. كما أصدرت هذه المجموعات توصيات حول الوقاية من المرض وعلاجه.

وقد تظهر علامات وأعراض كوفيد 19 بعد يومين إلى 14 يومًا من التعرض له. وتسمى الفترة التالية للتعرض والسابقة لظهور الأعراض "فترة الحضانة". يمكن أن تتضمن العلامات والأعراض الشائعة ما يلي: الحمى، السعال، التعب، قد تشمل أعراض كوفيد 19 المبكرة فقدان حاستي الذوق أو الشم. ويمكن أن تشمل أعراض أخرى مثل ضيق النفس أو صعوبة في التنفس وآلام العضلات وآلام الصدر وغير ذلك.

يمكن أن تتراوح شدة أعراض كوفيد 19 بين خفيفة جدًا إلى حادة. قد يُصاب بعض الأشخاص بأعراض قليلة فقط، وقد لا تكون لدى بعض الناس أي أعراض على الإطلاق. قد يعاني بعض الأشخاص من تأزم الأعراض، مثل تفاقم ضيق النفس وتفاقم الالتهاب الرئوي، بعد حوالي أسبوع من بدء الأعراض (Mayo Clinic, 2020).

وإثر ما نتج عن الجائحة مع انتشار للمعلومات المضللة والزائفة والاشاعات عبر مختلف تكنولوجيا الاتصال الرقمية، أعلنت منظمة الصحة العالمية في منتصف فبراير/ شباط أن جائحة فيروس كورونا الجديد كان مصحوبًا بـ "معلومات مضللة" (منظمة الصحة العالمية، 2020)، وبناءً على ذلك أصدرت منظمة الصحة العالمية والأمم المتحدة واليونسيف وغيرها من المنظمات الدولية بياناً دعت فيه جميع أصحاب المصلحة – بما في ذلك وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي التي تنتشر من خلالها المعلومات الخاطئة والمضللة – والباحثين وأخصائي التكنولوجيا الذين يمكنهم تصميم وبناء استراتيجيات وأدوات فعالة من أجل التصدي للوباء المعلوماتي، وقادة المجتمع المدني والشخصيات المؤثرة – إلى التعاون مع منظومة الأمم المتحدة والدول الأعضاء ومع بعضها البعض، وإلى مواصلة تعزيز إجراءاتها الرامية إلى نشر المعلومات الدقيقة ومنع انتشار المعلومات الخاطئة والمضللة (منظمة الصحة العالمية، 2020-9-23).

2-كوفيد -19 في الأردن

ظهرت أولى الاصابات في الأردن في أواسط شهر آذار 2020، وبلغ عددها ذلك الحين حوالي 15 حالة، ووصلت إلى 153 حالة بتاريخ 24 آذار، وبعد شهر من هذا التاريخ وصل عدد الاصابات إلى 441 إضافة إلى (7) حالات وفاة، وظل الرقم يتضاعف كل أسبوعين تقريباً، ومن خلال سياسة الإغلاق الشامل الذي استمرت حتى أواخر شهر أيار 2020، نجح الأردن في وقف عدوى الحالات تقريباً، إلا أنه تبين أن بعض الأخطاء في المعابر وغيرها قد أدى إلى تسرب بعض الحالات والاصابات وبالتالي مخالطة أعداد أخرى ليعاود مؤشر الحالات بالارتفاع بطريقة القفزات بدءاً من بداية شهر أيلول/سبتمبر، ليصل عدد الإصابات إلى أكثر من 2000 حالة و(16) وفاة.

مع أواخر شهر أيلول بدأت الأعداد تتضاعف وبدأ الأردن يدخل مرحلة التفشي المجتمعي للمرض، فأصبح يسجل أعداداً بالآلاف يومياً بعد أن كانت تحسب بالعشرات القليلة في الشهرين الأول والثاني، ووصل الرقم اليومي إلى مستويات قياسية حينما زاد عن الستة آلاف إصابة وعشرات الوفيات، ومع نهاية سنة 2020 فقد بلغ عدد الإصابات حوالي 300 ألف حالة، إضافة إلى حوالي (4) آلاف حالة وفاة (موقع وزارة الصحة الأردنية، 2020-12-7-2020).

في وقت لاحق من نهاية العام 2020، تراجع المنحنى الوبائي ليصل إلى بضعة مئات من الحالات، ولكن الشهور الأولى من سنة 2021 شهدت عودة انتشار الوباء، حيث سجلت في هذه المرحلة أرقام قياسية ناهزت (9500) إصابة، وعشرات الوفيات، وبنسبة فحوصات إيجابية زادت عن (20%). كما شهدت هذه المرحلة وصول المطعم الخاص بمعالجة كوفيد 19، وبدأت الحملة الوطنية لتشجيع المواطنين على اخذ المطعم. أما المعالجة الإعلامية لهذه المرحلة فقد شهدت المزيد من الارتباك الإعلامي، من خلال التعامل مع تغطية أخبار الحالة الوبائية، وقدرة المنظومة الصحية

على التعامل مع زيادة الحالات المصابة بالفيروس، وحملات التشجيع على اخذ المطعم من جهة، وحديث وحوار موسع حول نجاعة المطعم والآثار التي يخلفها.

منذ بداية السنة الجديدة 2021، ظل منحنى الإصابات وأعداد الوفيات في ارتفاع إلى أن وصل قريبا من عشرة آلاف إصابة في أواسط شهر مارس/ آذار مع نسبة تفوق (20%) للفحوصات الايجابية، وهو ما يرفع إجمالي الإصابات إلى أكثر من نصف مليون إصابة، وحوالي 5500 حالة وفاة. بينما وصل عدد الإصابات لحوالي 680 ألفا أواسط شهر ابريل/ نيسان، وهو رقم مرتفع بكل المقاييس. أما نسبة إشغال أسرة العزل للمرضى في المستشفيات فقد بلغت قريبا من (50%)، ونسبة إشغال أسرة العناية الحثيثة ما بين (29%-78) أعلاها في إقليم الوسط، أما نسبة إشغال أجهزة التنفس فقد تراوحت هي الأخرى بين (30%-46) (موقع وزارة الصحة الأردنية، 2021).

ظل المنحنى لأعداد الإصابات مرتفعاً حتى أواخر شهر نيسان 2021، حينما بدأ المنحنى بالهبوط نتيجة إعادة الحظر الليلي وحظر يوم الجمعة وربما المزيد من الالتزام من قبل الناس بالإجراءات الوقائية، وظل المنحنى في هبوط إلى أن وصل إلى بضعة مئات مع أواسط شهر أيار، وحيث تراجع نسبة الاصابات الإيجابية إلى أقل من 5% في هذا الوقت، جنبا إلى جنب مع استقرار أو تحسن التغطيات الإعلامية، التي أصبحت أكثر موضوعية واثزاناً وموضوعية، خصوصا وقد تزايدت قناعة الناس بأهمية التطعيم ضد الفيروس.

وشهد الأردن مثله مثل غيره من دول العالم حالة من الفوضى الإعلامية سواء في الإعلام الرقمي أو الإعلام الجماهيري مثلما أشرنا في مقدمة البحث في الفصل الأول، وتعزى بعض أسباب هذا الاضطراب إلى مصادر متعددة منها عدم وضوح وثبات الأبحاث العلمية حول الفيروس وطرق انتشاره وعدم اكتشاف لقاح أو علاج لهذا الفيروس، كذلك، فإن بعض التصريحات التي كانت تصدر

عن المسؤولين في الدولة تتناقض بين الحين والآخر، أضف إلى ذلك ما تم نشره من أخبار ومعلومات زائفة ومضللة عبر وسائل التواصل الاجتماعي خصوصاً والإعلام الرقمي عموماً.

3- قادة الرأي العام

لعل حقيقة قادة الرأي العام في المجتمع كانت معروفة منذ وجود الاجتماع البشري في فجر التاريخ، وتكشف لنا الأساطير والقصص وحتى التاريخ القديم أن قادة الرأي العام كانوا هم الفاعلين الرئيسيين للأحداث التاريخية الكبرى مثل الحروب وبناء المدن والاكتشافات والاختراعات، واتخاذ القرارات المصيرية بحياة الجماعة، مثل قرارات التنقل من مكان لآخر، وقرارات الحرب والسلام، وفي حالات كثيرة قرارات تتعلق بحياة الأفراد كالزواج أو العمل، وهذه الخصائص طالما عرفت في المجتمعات العربية القديمة منها والحديثة، إذ يتمتع كبير العائلة أو شيخ العشيرة بسلطة التأثير في الجماعة، على اعتبار أنه يمتلك معرفة أكثر من غيره بحكم بعض الخصائص كالسن، أو راحة العقل والحكمة والتجربة وربما التميز بالتعليم وأحياناً بالوراثة.

وفي عصرنا الحديث ظل مفهوم قادة الرأي العام حاضراً، رغم أن خصائص قادة الرأي العام قد تعرضت لتغيير كبير، فمفهوم قيادة الرأي أصبح أكثر تخصيصاً بسبب زيادة التخصصات في الحياة المتطورة، فإذا كان شيخ العشيرة قديماً يتقدم برأيه في شتى المسائل المطروحة أمام الجماعة، فإنه اليوم لا يستطيع فعل ذلك مثلاً في كثير من المسائل التي أفرزتها الحياة المعاصرة، فهو مضطر لاستشارة أصحاب الرأي في مسألة أي المدارس والجامعات المناسبة لتدريس ابنائه، وهو مضطر ليسأل المختصين في جوانب القانون حينما يتعلق الأمر بمسائل لها بعد قانوني في الدولة التي يعيش فيها، وهو أيضاً سيعتمد على ما ستقدمه وسائل الإعلام فيما يتعلق بأحداث عديدة خصوصاً تلك التي تقع بعيداً عن منطقة نفوذه.

يجدر بنا الإشارة إلى بعض التعريفات الرائجة لمفهوم الرأي العام، وقد أورد عددا منها الدكتور كامل خورشيد (2011، 54) في كتابه "مدخل إلى الرأي العام"، ونورد بعضها كتوطئة للحديث عن قادة الرأي العام.

عرف الباحث الأمريكي (دوب) الرأي العام بأنه ميول الناس تجاه قضية معينة عندما يكونون أعضاء في المجموعة الاجتماعية نفسها بحيث يقوم المجموع بتكوين رأي الجماعة عن طريق النقاش ليصبح الرأي العام هو حاصل ضرب الآراء الفردية ببعضها.

وعرف (هينس) الرأي العام بأنه وجهات نظر المجموع من الأفراد يمكن قياسها تجاه قضية ما. وعرفه (ألبورت) بأنه الموضوعات التي يصف بها الأفراد آراءهم نحو قضية ما تأييداً أو معارضة.

نستخلص من التعريفات السابقة تقارب جوهر المفهوم من عالم لآخر، فالرأي العام ينطلق أولاً من الفرد، ولا يصبح رأياً عاماً إلا إذا تبنته أغلبية في الجماعة، وهو أيضاً يقوم على ميول ومواقف تجاه قضية أو مشكلة ما تهتم المجموعة، ويمكن التعرف على الرأي العام من خلال النقاش الذي يدور حوله في وسائل الإعلام، ومن هنا فإن وسائل الإعلام تصبح وسيطاً ومشاركاً في صناعة الرأي العام.

أما مفهوم قادة الرأي العام فله تعريفات متعددة أيضاً، لكنها تجمع غالباً على أنهم أفراد يمتلكون معلومات وقدرات على التواصل مع الآخرين والتأثير فيهم بحكم المعلومات التي يمتلكونها والثقة في آرائهم ومواقفهم، وهم أكثر الناس اتصالاً بوسائل الإعلام.

يعرف روجرز قادة الرأي العام بأنهم الأشخاص من ذوي النفوذ في مجال استحسان أو استهجان الأفكار، كما يعرفون بأنهم الأشخاص ذوو التأثير الكبير على معلومات وآراء ومواقف وسلوك

أشخاص آخرين في مجتمع ما، ولهم دورهم في تشكيل الرأي العام في الجماعة التي ينتمون إليها، إذ يمكنهم أن يوصلوا لأعضاء الجماعة المعلومات التي تؤثر على اتجاهات الأفراد وتشكيل الرأي العام للجماعة (روجرز، 1962، 259).

ويعرف بوجاردوس Bogardos القائد بأنه الشخص الذي يمارس نفوذه على عدد من الناس. أما لندمان فيعرفه بأنه الشخص الذي يتقبل الناس أحكامه ومشاعره باعتباره أساس العقيدة والسلوك (عاشور، 1990، 258).

إن قادة الرأي يمثلون عددا قليلا من الناس ويتواجدون في كل مجتمع، ويصنعون قراراتهم الحاسمة، وهؤلاء الذين إذا تم إقناعهم فهم مفاتيح اتصالية لإقناع غيرهم من أتباعهم.

ويتمتع قادة الرأي العام في مختلف المواقع بمنزلة اجتماعية أرفع من منزلة التابعين لهم، وعادة ما يأخذون زمام المبادرة في رفض أو قبول الأفكار الجديدة، وهم في العادة أكثر قابلية لابتكار الأفكار المستحدثة وتبنيها من تابعيهم، وقد أكدت الدراسات العالمية على التأثير الهام الذي يمارسه هؤلاء القادة في المجتمع؛ وفي هذا يقول (Klapper, 1960,76): " إن الناس يتأثرون بقادة الرأي العام والفكر في مجتمعاتهم تأثرا عميقا بصورة تفوق تأثيرهم بوسائل الاتصال الجماهيرية، فقادة الرأي العام يعتبرون عناصر نموذجية مميزة وسط الجماعات التابعة لهم، ونظرا لأنهم بمثابة وكلاء لنقل المعلومات إلى هذه الجماعات، فينجذب إليهم الناس للرأي أو البحث عن النصيحة والمشورة، ويمارسون تأثيرهم على الجماهير بشكل متكرر بما يسهم في تحقيق الاستقرار داخل الجماعة"، كما لهم قدرات في التحكم في اتجاهات الآراء الجماعية نحو مختلف القضايا وكذلك الإمساك بمفتاح الاتصال بين الجماعات التي ينتمون إليها وبين العالم الخارجي. كما أنهم أكثر كفاءة في نطاق تخصصاتهم من

تابعهم، كما أنهم أكثر تعرضاً لروافد المعرفة المختلفة، ويقومون بنقل الرسائل التي تعرضوا لها واقتنعوا بها إلى جماهيرهم.

ويصنف قادة الرأي العام على أصناف متنوعة في كل البيئات وتتمثل في:

- رجال وعلماء الدين: من خطباء وأئمة ووعاظ ومشايخ، وهم على رأس القادة خاصة في المجتمعات المتدينة والمحافظة. فالدين أهم عناصر الحياة عند الكثير من الأمم. فرجل الدين يتمتع بنفوذ كبير وله هيئته وتقديره الاجتماعي وكلمته مسموعة وهو مفتاح العلاقات الاجتماعية.
- رجال العلم على اختلاف نوعياتهم ومناصبهم.
- الفنانون والأدباء من شعراء وقصاصين وكتاب.
- الموظفون في المناصب العليا في الدولة (الوزراء، المدراء العامون....).
- قادة الأحزاب السياسية الناشطة على الساحة.
- أعضاء مجلسي الأعيان والنواب.
- قادة النقابات العمالية وقادة مؤسسات المجتمع المدني.
- الإعلاميون.

ويستمد قائد الفكر قوته من فهمه لرغبات الجماهير ومطالبهم حتى يستطيع أن يبلور اتجاهات الرأي العام ويفصح عنها ويمثلها، فهو تجسيد واقعي لمشاعر الجماهير، والرأي العام بدوره يتأثر بقيادة الفكر في مختلف المجالات، ذلك أن هؤلاء القادة قادرون على تحويل الاتجاهات السلبية للجماهير إلى اتجاهات إيجابية لما يتميزون به من ملكات خاصة كقوة الشخصية والذكاء الحاد وسعة الاطلاع والقدرة على تحليل المعلومات التي يتلقونها، وحسن التصرف ورجاحة الرأي والسيرة الحسنة والسمعة الطيبة.

4-التغطية الإخبارية

تعرف عملية التغطية Coverage بأنها عملية الحصول على بيانات وتفاصيل حدث معين، والمعلومات المتعلقة به، والاحاطة بأسبابه ومكان وقوعه، وأسماء المشاركين فيه، وكيف وقع؟ ومتى وقع؟ وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر، فهناك فارق بين الحدث وبين الخبر، فالحياة مليئة بملايين الأحداث التي تقع كل يوم وكل حين، ولكن القليل من بينها هو ذلك الذي يتحول إلى أخبار صالحة للنشر (فاروق أبو زيد، نقلا عن: معوض وإمام، 2012، 136).

ولو أردنا أن نبسط معنى التغطية الإخبارية، فهي تعني الحديث عن كل شيء مهم حول حدث يهمّ عدداً كبيراً من الناس. وهو الذي يقدم إجابات كافية أو مقبولة عن الأسئلة التي قد تدور في ذهن القارئ أو المستمع أو المشاهد، من مثل ماذا حدث؟ ومن الذي شارك في الحدث؟ وأين وقع الحدث؟ والتغطية الخبرية هي التي تجيب عن (الأسئلة الخمسة + كيف) المعروفة في عالم الصحافة 5Ws & How.

والأسئلة الخمسة هي أسئلة، عند الإجابة عليها، تعطي جميع المعلومات المطلوبة حول موضوع معين، وغالباً ما تستخدم في البحث والكتابة والتحقيقات. وهي: من وماذا وأين ومتى ولماذا. وغالباً ما يتم تضمين " كيف How" بالإضافة إلى "5 W"، ولكن ليست هناك حاجة دائمة لها بالضرورة وعادة ما تقع في نطاق واحد أو أكثر من الأسئلة الخمسة (أيوب، 2020).

يشير أحد الصحفيين، إذا كنت تريد التأكد من عدم نسيان التفاصيل الهامة في اتصالاتك؟ فكر في 5Ws & How لضمان التقاط منظور مهم ومشاركة السياق المهم للغاية وجعله مناسباً لجمهورك (أيوب، 2020).

والأسئلة الخمسة هي:

- 1-ماذا: What ماذا حدث؟ ويكشف تفاصيل الحدث.
- 2-من: Who من هي الأطراف المرتبطة بالحدث؟ المشاركون.
- 3-متى: When متى وقع الحدث؟ الزمان.
- 4-أين: Where أين وقع الحدث؟ المكان.
- 5-لماذا: Why لماذا وقع هذا الحدث؟ تفسير أسباب وملابسات الحدث.
- 6-كيف: How كيف وقع الحدث؟ بيان خلفيات الحدث ومقدماته.

والحقيقة أن الإجابة على الأسئلة الخمسة من شأنه أن يحقق للجمهور الخبر الصحيح والدقيق والشامل، ثم يحقق له الفهم عن طريق السؤال (كيف؟)، لكن ذلك لا يتأتى بغير تأهيل مناسب للصحفي ليجيب عن الأسئلة بأقل قدر من الكلمات، وبالصيغة التي تناسب الجمهور أو فئات الجمهور المستهدف، ولهذا، فإن التغطية هي عملية منظمة ومخططة، وتقوم على التأهيل المهني والتدريب والممارسة. من هنا يشير بعضهم إلى أن التحدي الأكبر للصحفي اليوم ليس امتلاك الأدوات والوسائل فمعظمها متوفر، وإنما في إنتاج محتوى إعلامي متميز ينافس به ويمكنه من وضع تقريره ومادته الإعلامية بقوة على خارطة اهتمامات الجمهور (الافرنجي، 2016).

ولو نظرنا إلى مصادر التغطية الإخبارية في جميع وسائل الإعلام لوجدناها لا تزيد عن هذه

المصادر: (الضبع، 2011، 174).

1. المندوب الصحفي: ويعتبر أهم مصادر الأخبار بالنسبة للوسيلة الإعلامية، وهو الذي يزود الوسيلة الإعلامية بالقدر الأكبر من الأخبار داخل حدود الوطن، أو الولاية أو المحافظة التي يقيم بها.

2. المراسل: يختلف المراسل عن المندوب في كون المندوب هو الذي يقوم بتغطية الأخبار الداخلية التي تقع داخل حدود الوطن، بينما يقوم المراسل بإمداد الوسيلة الإعلامية بالأخبار العالمية، وقد يكون مقيماً، أو مراسلاً في مهمة زمنية أو مكانية محددة لتغطية حدث محدد.

3. وكالات الأنباء: وهذه تقوم بمهمتها الاعتيادية وتوزع على وسائل الإعلام خدماتها مقابل عائد مالي.

4. الصحف ووسائل الإعلام الأجنبية والمحلية: تتقل وسائل الإعلام عن بعضها بعضاً في حالات كثيرة، إذ قد تستأثر بعضها في الوصول إلى المصدر دون الأخرى بسبب البعد الجغرافي أو لأسباب أخرى كثيرة.

5. النشرات والوثائق المختلفة: وقد تتضمن وثائق تصدر بشكل رسمي، أو وثائق تسربت بطريقة أو بأخرى.

6. المتطوعون (صحافة المواطن): ويكتسب المواطن أهميته حينما يكون قريباً من مصدر الأخبار والأحداث، وحين لا يكون للوسيلة الإعلامية مندوباً أو مراسلاً في المنطقة.

7. المؤتمرات الصحفية والعامة: التي تقوم بها الجهات الرسمية أو الأهلية أو غير الحكومية.

8. شبكة الإنترنت: بما فيها من مواقع للمؤسسات والأفراد والحكومات ومراكز البحوث إضافة إلى شبكة مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت اليوم أحد أهم مصادر الأخبار لأن معظم صناعات القرارات في العام باتوا يستخدمونها بشكل مستمر.

9. الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية:

التغطية أثناء الأزمات

تعد التغطية الصحفية أثناء الأزمات من أكثر العمليات حساسية وصعوبة لأنها تؤثر في سير الأزمة سلباً أو إيجاباً، ففي الأزمات تتسارع التطورات، وتتلاحق الأحداث، ويزداد عدد الفاعلين أو المشاركين في الحدث، وقد تقع أضرار كبيرة في الأرواح والممتلكات أو في مستوى العلاقات الداخلية للمجتمع أو الخارجية للدولة مع الدول الأخرى.

وتعد جائحة كوفيد 19 واحدة من الأزمات الحساسة التي اتصفت بطول المدة، وتعقيداتها الاقتصادية والاجتماعية إلى جانب مخاطرها وآثارها الصحية التي مست مليارات البشر، أو لنقل إنها لم تستثنى أحداً في مجتمعات العالم، من هنا تصبح التغطية الصحفية أمراً صعباً وفي غاية الحساسية، خصوصاً وأن الأزمات عادة تصاحبها الشائعات والغموض والأخبار المفترقة.

ويهتم العلماء وصانعو السياسات بالتغطية الإعلامية للمخاطر العلمية والتكنولوجية لأنهم يفترضون في المقام الأول أن مثل هذه التغطية لها تأثيرات واضحة على الجماهير. وبشكل أكثر تحديداً، فإنهم يفترضون أنه ليس فقط التأثيرات القوية بل الآثار السلبية أيضاً. على سبيل المثال، يدعي العالم النووي برنارد كوهين أن الطاقة النووية لديها الصورة العامة السلبية غير المبررة ويلقي باللوم على تلك الصورة على الصحافة: فالجمهور تحصل على جميع معلوماتها تقريباً من خلال الوسائط الإلكترونية والمطبوعة، لذا إذا كان الجمهور مضلل، فيجب أن يلوم الصحافة ". يجادل كوهين بأن وسائل الإعلام تنقل وجهة نظر من خلال استخدام " لغة تحريضية " باستخدام عبارات مثل " إشعاع مميت " أو " نشاط إشعاعي مميت "، عن طريق اختيار المصادر بطريقة تشوه آراء معظم العلماء، من خلال استخلاص استنتاجاتهم الخاصة عندما يجب أن تعتمد على العلماء

للقيام بذلك، ومن خلال الفشل في "وضع المخاطر في نصابها الصحيح"؟
(Dunwoody & Peters, 1992, 202).

تبدو مسألة التغطية لأخبار الجائحة الوبائية أكثر حساسية من المسألة النووية لأن الجائحة الوبائية تشكل خطراً على جميع الأفراد دون استثناء، وهي تؤدي إلى الوفيات والمعاناة الشديدة للمصابين، وتسبب معاناة كبيرة لذوي المصابين ليصبح نقل الأخبار مسألة شديدة الحساسية لأنها قد تثير مشاعر الخوف، أو قد تخترق حواجز الخصوصية، في الوقت نفسه تظل وسائل الإعلام مطالبة بإعلام الجمهور بكل تفاصيل وتطورات الأزمة وبشكل مستمر، وهذا ما يؤدي إلى وجود محددات وشروط أخلاقية واجتماعية إضافة إلى المحددات والشروط القانونية والمهنية في نقل الأخبار وإنجاز التغطية.

إن قرارات المراسل بشأن ما الموضوعات التي يجب تغطيتها وكيفية إنشاء القصص اللاحقة يتم تحديدها اجتماعياً بقدر ما يتم تحديدها بشكل فردي. وهذا يعيدنا إلى ذلك الفضاء متعدد الأبعاد بداخله الذي يعمل فيه المراسل. قرار كتابة قصة عن خطر معين لن يكون انعكاساً جزئياً للمعرفة الشخصية للصحفي واهتماماته فحسب. بل هو كذلك يعكس قصة معقدة نوعاً ما بين احتياجات مؤسسته الإعلامية، وجهود المصادر لإدراج معلوماتهم في جدول أعماله، وتصوره لاحتياجات جمهوره، أو بوصف آخر فإن التغطية ستكون نتائج شبكة العلاقات المعقدة بين المراسل / المصدر والأبعاد التنظيمية والجمهور (Dunwoody & Peters, 1992, 209).

لقد شهد المواطن خلال تغطية جائحة كوفيد 19 "كورونا" على مستوى الإعلام العالمي والأردني أن بعض وسائل الإعلام أدت دورها بارتباك كبير، والسبب الرئيس في ذلك، هو قلة مصادر المعلومات الطبية الصحيحة حول المرض باستثناء النزر اليسير من تصريحات منظمة الصحة

العالمية، التي كانت تبدو متناقضة أحياناً، أو يلغي الجديد منها القديم، ذلك أن أحداً من الجهات الوبائية أو العلمية ذات الاختصاص لم يصل إلى نتائج نهائية بخصوص فيروس كورونا من طبيعته ومنشأه، ومدة حضائته التي قيل فيها أكثر من طرح، وطرق العدوى بين الأفراد، والآثار النهائية والأعراض، والعقارات والأدوية المناسبة لعلاجها أو الوقاية منه، والزمن المتوقع لاستمرار الجائحة، ومواعيد انتاج مطاعيم للوقاية من الإصابة، فضلاً عن العلاج للمصابين، الآثار الاقتصادية والاجتماعية وغير ذلك الكثير من المحاور والأبعاد.

إن حالة الغموض، وعدم توافر معلومات علمية وطبية كافية ونهائية، أتاح الفرصة أمام الاجتهادات التي كانت تجد في الصحافة الرقمية، خصوصاً وسائل التواصل الاجتماعي طريقاً سهلاً. وقد وقعت بعض المواقع الإلكترونية في الخطأ نفسه حينما ساهمت بنشر بعض الأخبار والمعلومات عن بعض جوانب الحالة الوبائية دون تحقق كاف من المضمون أو المصدر. ويبدو أن حافزي السبق الصحفي وزيادة المقروئية كانت من أهم الأسباب في مثل ذلك النشر.

ثالثاً: الدراسات السابقة ذات الصلة

– علة، عيشة (2020) دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19) "دراسة ميدانية".

هدفت الدراسة التحقق من إمكانية التنبؤ بدور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر، وأيضاً طبيعة الفروق حسب المتغيرات الديموغرافية التالية: (النوع؛ الفئات العمرية، المهنة). تمّ اعتماد المنهج الوصفي، وتكونت العينة من (140) فرداً؛ وقد اشتملت أدوات الدراسة على مقياس دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي في ظل انتشار فيروس كوفيد 19 (إعداد الباحثة).

وقد أسفرت النتائج عن: أنه يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد وسائل في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر، هناك فروق دالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.5)$ في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر تعزى لمتغير المجال المهني، وليس هناك فروق دالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.5)$ في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر تعزى لمتغيري الجنس والفئات العمرية.

تشبه الدراسة السابقة الدراسة الحالية من جهة اهتمام كل منهما في: دور وسائل الإعلام، جائحة كورونا، مكافحة الأزمة. لكنهما يختلفان في أن الأولى رصدت النتائج من خلال الجمهور وما يعتقد أنه أثر في الوعي الصحي، مقابل اختلاف الدراسة الحالية في: التغطية بمفهومها المهني، قياس التغطية عن طريق قادة الرأي العام.

- دراسة عاشور (2020) بعنوان تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا Covid-19 دراسة ميدانية.

هدفت الدراسة معرفة تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا Covid-19. وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي بالاستبيان، وعينة عمدية من مدينة سوهاج بمصر قوامها عينة 470 مفردة من أرباب الأسر.

وأظهرت النتائج وجود تأثير لوسائل الإعلام من ناحية التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا Covid-19، كما أوضحت الدراسة الأهمية التي يمكن أن تحققها شبكات التواصل الاجتماعي للتوعية بفيروس كورونا.

تشبه الدراسة السابقة الدراسة الحالية من جهة اهتمام كل منهما في: فيروس كورونا، والاعتماد على عينة من الجمهور (الأسر)، وتختلف معها في كون السابقة تركز على التوعية الأسرية فحسب، وتهتم بوسائل الإعلام عامة، مقابل اهتمام الدراسة الحالية بالتغطية بمفهومها المهني الشامل، والتخصص في وسائل الإعلام الرقمية، والاعتماد على عينة من قادة الرأي العام في المجتمع.

- كاسيرو ريبوليس (2020) تأثير Covid-19 على نظام الوسائط الاتصالية والديمقراطية وعواقب استهلاك الأخبار أثناء تفشي المرض.

- Casero-Ripollés, Andreu (2020). "Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak".

يعد Covid-19 ظاهرة ذات حجم وأهمية هائلين، وقد ألقى آثاره على مختلف المجالات الاجتماعية، بما في ذلك وسائل الإعلام والصحافة. منذ بداية هذه الأزمة الصحية، أصبحت الأخبار موردا قيما للمواطنين. الهدف من الدراسة هو معرفة مدى تأثير فيروس كورونا الجديد على استهلاك الأخبار، وعلى المصادقية التي يمنحها المواطنون لوسائل الإعلام، فضلاً عن قدرتهم على اكتشاف الأخبار المزيفة.

للتحقق من هذه الأهداف، أجرى الباحث تحليلاً استكشافياً بناءً على البيانات الثانوية من الإنترنت مثل استطلاعات الرأي الخاصة بلوحة الاتجاهات الأمريكية التابعة لمركز بيو للأبحاث في الولايات المتحدة، ومقارنة البيانات قبل وبعد التفشي.

تؤكد نتائج الدراسة تأثير Covid-19 على نظام الوسائط. وتشير إلى ظهور تطورات مهمة في النظام الإعلامي مثل عودة دور الإعلام التقليدي، وخاصة التلفزيون، وحقيقة أن المواطنين الذين عادة ما يظنون بعيدين عن المعلومات قد أعادوا الاتصال بالأخبار. لذلك، تم تقليل التفاوتات الحالية

فيما يتعلق باستهلاك الأخبار بين المواطنين جزئياً. هذا يولد فوائد محتملة للديمقراطية في شروط المساواة وإمكانية الوصول فيما يتعلق بالشؤون العامة.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من جهة الاهتمام بعلاقة وسائل الإعلام بجائحة كورونا وتأثير ذلك على استهلاك المعلومات والأخبار المتعلقة بالجائحة، وتختلف معها في أن الدراسة السابقة تهتم بتأثير الجائحة على وسائل الإعلام مقابل اهتمام الدراسة الحالية بتغطية وسائل الإعلام وأثرها في نتائج الجائحة، وتعتمد الدراسة السابقة على بيانات منشورة في الانترنت، بالمقابل تعتمد الدراسة الحالية على عينة متنوعة من قادة الرأي العام.

- دراسة عويدات (2020). تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيسبوك دراسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة عربي France 24.

هدفت الدراسة التعرف على تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "24France عربي"، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة الميدانية من (400) مفردة من طلبة جامعتي "القاهرة، والمنيا".

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "24 France عربي" تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمام كل منهما بعلاقة وسائل الإعلام بجائحة كورونا، وتختلف معها في الهدف باعتبار سعي الدراسة السابقة إلى البحث في أشكال التفاعل الاتصالي فقط، مقابل اهتمام الحالية بالتغطية المهنية لوسائل الإعلام الرقمي عموماً، وتختلف معها في اعتماد السابقة على حسابات الفيس بوك ومستخدميها مقابل اعتماد الحالية على قادة الرأي العام والإعلام الرقمي بشكل عام.

- دراسة الزعبي (2020). تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية: دراسة ميدانية.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية، واستخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج المسحي، ومن خلاله تم توظيف أسلوب مسح الجمهور بالعينة، وقد تم توزيع الاستبانة على عينة قوامها (228) مفردة من النخب العربية: سياسيون، أكاديميون، وعلاميون وفق أسلوب العينة المتاحة.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يفضلون ويتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة. كما أشارت النتائج إلى أن التغطية الإخبارية الخاصة تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية لأنها اهتمت بتغطية وسائل الإعلام لجائحة كورونا، وتختلف معها في اختيار السابقة للفضائيات العربية مقابل وسائل الإعلام الرقمي عموماً في الدراسة الحالية. وتتشابه كلا الدراستين في محور قادة الرأي العام من حيث الاعتماد عليها في تقييم التغطية وهو ما يجعل الدراسة السابقة قريبة جداً من الدراسة الحالية.

- ليو (2020). البحث عن معلومات COVID-19 عبر الوسائط الرقمية والسلوك الوقائي: دور الوساطة في القلق.

- Liu (2020). COVID-19 Information Seeking on Digital Media and Preventive Behavior's: The Mediation Role of Worry.

يعد الانتشار المرتفع لفيروس كورونا المستجد (COVID-19) والتدابير الوقائية غير الفعالة المتخذة للحد من المرض من مخاوف الصحة العامة الكبيرة. تقدم التطورات السريعة والمبتكرة في الوسائط الرقمية فرصاً للتنقيف الصحي، مما قد يؤدي إلى زيادة السلوكيات الوقائية. هدفت هذه

الدراسة تقييم السلوكيات الوقائية ضد الإصابة بـ COVID-19 ومسارات الوساطة المختبرة التي تربط بين أربعة أنواع من استهلاك الوسائط الرقمية (وسائل التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الشبكات الاجتماعية على الهاتف المحمول MSN، ووسائل الإعلام الإخبارية عبر الإنترنت، وخدمات البث المباشر على الشبكات الاجتماعية SLSSs المختصة بالسلوكيات الوقائية، ووساطة القلق. تعد الدراسة من الدراسات المسحية التي اعتمدت استطلاع رأي الجمهور عبر الإنترنت على عينة من (511) مفردة.

كشفت النتائج أن الغالبية العظمى (90%) من المستجيبين مارسوا في كثير من الأحيان أو دائماً سلوكيات وقائية ضد الإصابة بـ COVID-19 مثل غسل أيديهم بانتظام بالماء والصابون، والابتعاد عن الأماكن المزدحمة، وارتداء أقنعة الوجه في الأماكن العامة. معلومات COVID-19 المقدمة من الوسائط الرقمية الأربعة شجعت الناس على ممارسة السلوكيات الوقائية إما بشكل مباشر أو غير مباشر. وبينت الدراسة أن توصيل المعلومات الصحية من خلال الوسائط الرقمية فعال أثناء الأزمة الصحية، وأن احتمالية انخراط الناس في السلوكيات الاحترازية تتناسب مع التعرض للمعلومات المتعلقة بـ COVID-19 على وسائط رقمية مختلفة.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من جهة الاهتمام بتغطية وسائل الإعلام الرقمية تحديداً لجائحة كورونا، وتختلف معها في اهتمام السابقة بالآثار المرتبطة في التوعية مقابل اهتمام الحالية بمدى موضوعية التغطية وفعاليتها وشمولها، وتختلف عنها أيضاً من ناحية اعتماد السابقة على عينة من المجتمع بينما اعتمدت الحالية على عينة من قادة الرأي العام الذي يعدون أكثر دقة في تقييم دور وسائل الإعلام.

- راهول وآخرون (2020). تأثير الطفرة الرقمية أثناء جائحة Covid-19: وجهة نظر حول البحث والممارسة.

Rahul De & others (2020). Impact of digital surge during Covid-19 pandemic: A viewpoint on research and practice.

هدفت الدراسة إلى تحديد بعض الاتجاهات الرئيسية وقضايا البحث التي تحتاج إلى دراسة عاجلة

خلال فترة جائحة كورونا، وهي دراسة اعتمدت المنهج الكيفي ضمن الدراسات الاستكشافية.

يؤكد البحث أن جائحة Covid-19 أدت إلى زيادة حتمية في استخدام التقنيات الرقمية بسبب

معايير التباعد الاجتماعي وعمليات الإغلاق على مستوى البلاد. وكان على الأشخاص والمنظمات

في جميع أنحاء العالم التكيف مع طرق العمل والحياة الجديدة. واستكشف السيناريوهات المحتملة

للطفرة الرقمية وقضايا البحث التي تنشأ، إذ أدت الجائحة إلى الزيادة في اعتماد الرقمنة وإلى تحول

الشركات والمؤسسات التعليمية إلى العمل من المنزل، ومن المرجح أن يزداد الاحتيال عبر الإنترنت،

إلى جانب البحث عن إدارة الأمان. وسيكون تنظيم الإنترنت، وهو مورد رئيسي، أمرًا بالغ الأهمية

في مرحلة ما بعد الجائحة.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمام كل منهما بتغطية وسائل الإعلام الرقمية

تحديدا لجائحة كورونا، وتختلف معها في تركيز السابقة على الآثار المترتبة على الجائحة على

مستوى وسائل الإعلام وتكيف الجمهور وبعض الأعمال الاقتصادية مع واقع الجائحة، مقابل اهتمام

ينحصر في طبيعة التغطية من حيث شموليتها وفعاليتها في الدراسة الحالية بالاعتماد على تقييم قادة

الرأي العام.

- جابيداني وآخرون (2020) الدور المخفف لتقنيات الاتصالات الرقمية في التأثير السلبي أثناء تفشي COVID-19 في إيطاليا

Gabbiadini & others (2020). The Mitigating Role of Digital Communication Technologies on Negative Affect during the COVID-19 Outbreak in Italy.

هدفت هذه الدراسة التحقق فيما إذا كان مقدار استخدام تكنولوجيا الاتصالات الرقمية للاجتماعات الافتراضية (أي مكالمات الصوت والفيديو، وألعاب الطاولة عبر الإنترنت وألعاب الفيديو متعددة اللاعبين، أو مشاهدة الأفلام في وضع الحفلة) أثناء الإغلاق، قد عزز مفهوم الدعم الاجتماعي، الأمر الذي خفف في حد ذاته الآثار النفسية للإغلاق في إيطاليا. استخدمت الدراسة منهج بحوث الارتباط، وتم جمع البيانات في مارس/ آذار 2020 (العدد = 465)، خلال الإغلاق المفروض لتقليل انتشار جائحة كورونا.

أشارت النتائج إلى أن مقدار استخدام التكنولوجيا الرقمية قلل من الشعور بالوحدة والغضب/ التهيج والملل وزيادة الانتماء من خلال تصور الدعم الاجتماعي. دعمت الدراسة الحالية الدور الإيجابي للتقنيات الرقمية في الحفاظ على علاقات اجتماعية هادفة حتى أثناء المواقف المتطرفة مثل الإغلاق. واقترحت الدراسة مناقشة الآثار المترتبة على ذلك مثل الحاجة إلى تقليص الفجوة الرقمية والعواقب المحتملة للجائحة المستمرة.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في مستوى الاهتمام بتغطية وسائل الإعلام الرقمية تحديدا لجائحة كورونا، وتختلف معها في اهتمام السابقة بالآثار النفسية والاجتماعية لزيادة استخدام الوسائل الرقمية مقابل اهتمام الدراسة الحالية بالتغطية الاخبارية، اعتمدت الدراسة السابقة على عينة من الجمهور العام مقابل اعتماد الدراسة الحالية على عينة مختارة من قادة الرأي العام.

- سيليني وآخرون (2020) التغييرات في نمط النوم والشعور بالوقت واستخدام الوسائط الرقمية أثناء إغلاق COVID-19 في إيطاليا

Cellini & Others (2020). Changes in sleep pattern, sense of time and digital media use during COVID-19 lockdown in Italy.

هدفت الدراسة استطلاع التغييرات التي تحدث في نمط النوم والشعور بالوقت وتأثير استخدام

الوسائط الرقمية على ذلك أثناء إغلاق COVID-19 في إيطاليا.

واعتمدت الدراسة المنهج الاستكشافي والمسحي من بيانات من 1310 شخصاً، أكملوا استطلاعاً

عبر الإنترنت، طُلب من المشاركين التفكير في استخدامهم للوسائط الرقمية قبل الذهاب إلى الفراش،

ونمط نومهم وتجربتهم الذاتية للوقت في الأسبوع السابق (17-23 مارس، وهو الأسبوع الثاني من

الإغلاق) وحتى الأسبوع الأول من فبراير (3-10 فبراير، قبل أي قيود في أي منطقة إيطالية).

أثناء الإغلاق، زاد الأشخاص من استخدام الوسائط الرقمية بالقرب من وقت النوم، لكن هذا

التغيير لم يؤثر على عادات النوم. ومع ذلك، أثناء الحجز في المنزل، تغيرت توقيت النوم بشكل

ملحوظ، إذ يذهب الناس إلى الفراش ويستيقظون في وقت متأخر، ويقضون وقتاً أطول في السرير،

ولكن، على نحو متناقض، أبلغوا أيضاً عن انخفاض جودة النوم. كانت الزيادة في صعوبات النوم

أقوى لدى الأشخاص الذين يعانون من ارتفاع مستوى الاكتئاب والقلق وأعراض التوتر، ومرتبطة

بالشعور باستقالة الوقت.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في مستوى الاهتمام بالصحافة الرقمية، بينما تختلف

معها في كونها تبحث في الآثار النفسية للتعرض لها أثناء الحظر، وهو منظور نفسي للآثار، وهذا

يخالف الدراسة الحالية التي تستخدم منظور إعلامي مهني.

- جي سكوت برنت وآخرون (2020) "أنواع ومصادر ومزاعم المعلومات المضللة عن COVID-19".

J. Scott Brennen, Felix M. Simon, Philip N. Howard, and Rasmus Kleis Nielsen (2020). "Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation".

تحدد الورقة البحثية بعضاً من العناصر الأساسية وأنواع ومصادر ومزاعم المعلومات المضللة.

الخاصة بـ COVID-19 واستخدمت الدراسة المنهج المسحي من خلال تحليل عينة من 225 مادة، وتم تصنيف المعلومات كاذبة أو مضللة من قبل مدقي الحقائق بالاعتماد على مجموعة من حيث الأشكال الصحفية التي نشرت باللغة الإنجليزية بين يناير ونهاية مارس 2020.

بيّنت النتائج أن (59%) من المعلومات الخاطئة في العينة تتضمن العديد من معلومات تم إعادة تشكيلها، حيثما وجدت غالباً معلومات حقيقية تظهر ملتوية ومعاد صياغتها، وكانت المعلومات المضللة الملفقة بالكامل أقل (38%). وعلى الرغم من ذلك، لم تجد الدراسة أمثلة على التزييف العميق في العينة. بدلاً من ذلك، المحتوى الذي تم التلاعب به يتضمن "تزييف رخيص" تم إنتاجه باستخدام أدوات بسيطة، وبلغ المحتوى المصطنع 12% فقط.

من جهة المصادر، فإن المعلومات المضللة شملت عدد من السياسيين والمشاهير وغيرهم من الشخصيات البارزة وشكلت الشخصيات العامة 20% فقط من الاخبار المضللة، ولكنها شكلت 69% من إجمالي مشاركة وسائل التواصل الاجتماعي، بينما الغالبية من المعلومات المضللة على وسائل التواصل الاجتماعي كانت لأناس عاديين. ومع ذلك، تم الحصول على عدد قليل من الحالات من المعلومات المضللة، إذ تنتشر في مجموعات خاصة وعبر رسائل التطبيقات التي من المحتمل أن تكون منصات مهمة، وتشتمل على كميات من المعلومات المضللة حول إجراءات أو سياسات

السلطات العامة، بما في ذلك الهيئات الحكومية والدولية. وبينت الدراسة ان الغالبية من المعلومات المضللة على وسائل التواصل الاجتماعي جاءت من الناس العاديين.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمام كل منهما بالصحافة الرقمية عموماً لكنها اقتصرت في ذلك على وسائل التواصل الاجتماعي، وتشابه أيضاً في اهتمامها بطبيعة التغطيات لكنها تختلف عنها في تركيزها على المعلومات المضللة والزائفة، ومصادرها واتجاهات حركة هذه المعلومات.

- فيريرا وسوسانا (2020). وسائل الإعلام والمعلومات المضللة في أوقات COVID-19: كيف أبلغ الناس أنفسهم في الأيام التي أعقبت الإعلان البرتغالي لحالة الطوارئ

- Ferreira, Gil Baptista and Borges, Susana (2020). Media and Misinformation in Times of COVID-19: How People Informed Themselves in the Days Following the Portuguese Declaration of the State of Emergency

هدفت الدراسة إلى التحقيق في العلاقة بين اعتماد الأشخاص على نظام الإعلام (بما في ذلك الوسائط التقليدية) ووسائل التواصل الاجتماعي، والاختيارات التي يتخذونها داخل هذا النظام وبعض العواقب الناتجة عن هذه الخيارات. اعتمدت الدراسة منهج بحوث الارتباط من خلال تحليل كيفية ارتباط الاعتماد على وسائل الإعلام بالاختيار والثقة في وسائل الإعلام المختلفة (وسائل الإعلام التقليدية مقابل وسائل التواصل الاجتماعي) في أوقات الأزمات. من هنا نشأت عدة أسئلة. ما هي الثقة التي ينسبها الأفراد إلى وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات حول COVID-19؟ ما مدى معرفة الأفراد بهذه المصادر كمصادر رئيسية للمعلومات؟

تم جمع المعلومات من خلال استبيان تم تنفيذه على (244) فرداً في البرتغال، خلال الأسبوع الأول من حالة الطوارئ (مارس 2020). كشفت النتائج عن عدد من النتائج منها: وجود ظاهرة

الاعتماد على الإعلام، مع التعرض القوي (النشط والعرضي على حد سواء) لمحتوى إعلامي تقليدي بامتياز كمصدر رئيسي، وامتياز إيجابياً من حيث الثقة. وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية لعلامة إيجابية بين استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر رئيسي وقبول المعلومات المضللة.

تم تأكيد فرضية أن وسائل الإعلام الرئيسية هي المفضلة من قبل أولئك الذين يبحثون عن المعلومات، أي التلفزيون والصحف الرقمية. الشبكات الاجتماعية، على الرغم من استشارتها أو استخدامها بانتظام، إلا أن أقلية تثق بها. كذلك، طورت وسائل التواصل الاجتماعي نفسها للحصول على معلومات موثوقة آليات حول الجائحة، مدعومة بمعلومات دقيقة ويتم تسليط الضوء عليها تلقائياً في موجز كل مستخدم. في الوقت نفسه، قاموا بإنشاء آليات للتدقيق والإبلاغ بمعلومات كاذبة، والتعاون بنشاط في مكافحة مخاطر وباء المعلومات.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من حيث الاهتمام بسؤال مشترك حول مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام عامة بما في ذلك الإعلام الرقمي، غير أنها تختلف عنها في كونها تعقد مقارنات بين وسائل الإعلام التقليدية والأخرى الرقمية بينما تحصر الدراسة الحالية اهتمامها في الوسائل الرقمية.

- رودريغو (2020). عرض معلومات COVID-19 في الوسائط الرقمية والآثار المترتبة على الموظفين في قطاع الرعاية الصحية: نتائج مسح عبر الإنترنت

- Rodrigo Bazán, Paulo (2020). COVID-19 information exposure in digital media and implications for employees in the health care sector: findings from an online survey.

هدفت الدراسة تقدير استهلاك المعلومات المتعلقة بمرض فيروس كورونا 2019 والآثار ذات

الصلة على أخصائيي الرعاية الصحية (العاملين الطبيين وغير الطبيين) أثناء الجائحة.

اعتمدت الدراسة المنهج المسحي عبر الإنترنت على موظفي مؤسسة رعاية صحية كبرى تقع في ساو باولو São Paulo، البرازيل بين 3 أبريل و10 أبريل 2020. شملت العينة 2646 مستجيباً.

بيّنت أهم النتائج أن معظم المشاركين (44.4%) أبلغ عن وصول مفرط أو شبه مفرط إلى المعلومات حول فيروس كورونا الجديد، وأفاد (67.6%) بزيادة متوسط الوقت الذي يقضونه على وسائل التواصل الاجتماعي. كما أشارت الإجابات المتعلقة بالعلامات المحتملة لفرط المعلومات المرتبط بالوباء إلى أن 31% من المستجيبين شعروا بالتوتر بسبب كمية المعلومات التي يتعين عليهم مواكبتها كل يوم تقريباً أو دائماً. وإن (80%) من المستجيبين أكدوا أنهم عانوا من أحد الأعراض التالية على الأقل: الصداع، أو ارتعاش العين، أو الأرق، أو صعوبة النوم. وبالمثل، تم الإبلاغ عن الأعراض بشكل متكرر أكثر من قبل المشاركين الذين زادوا من وصولهم إلى وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة لأولئك الذين أبلغوا عن انخفاض الوصول أثناء الوباء.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية لاهتمامها بالصحافة الرقمية أثناء جائحة كورونا، غير أن الاختلاف الرئيس يتمثل في اعتمادها على منظور نفسي للتعرف على الآثار النفسية لاستخدام وسائل التواصل الرقمية أثناء الجائحة.

- محمدي، خيرة (2020). الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا كوفيد-19 في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية.

عملت الدراسة على تسليط الضوء على كيفية معالجة الإعلام الصحي (المتخصص) في الجزائر لأزمة جائحة كوفيد-19 في ظل تداول الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، التي أصبحت فضاء افتراضيا منافسا لوسائل الإعلام التقليدية تتداول من خلالها أنماط مختلفة من المعلومات

الزائفة والمضللة للجمهور. وتعد الدراسة من الدراسات الاستكشافية التي اعتمدت منهج تحليل المضمون للتعرف على المعالجة الإعلامية.

أهم ما خلصت إليه الدراسة أن هذا الوباء فرض عودة الإعلام الصحي إلى الواجهة من خلال العمل على بث برامج تعنى بالتوعية الصحية لدى أفراد المجتمع، وتحذيرهم من خطر الإصابة بالوباء وتربيتهم على القيم الصحية. وقد أدى الإعلام الصحي دوراً إيجابياً في نشر الوعي الصحي بالجائحة واعتمد على الأخصائيين والأطباء لشرح مخاطر المرض وكيفية الحماية من الإصابة. واستطاع الإعلام الصحي الرسمي على الخصوص من استقطاب الجمهور رغم منافسة الميديا الاجتماعية.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في الاهتمام بمعالجة أو تغطيات الصحافة لجائحة كورونا، غير أنها تختلف عنها في عدة محاور أهمها عدم التخصص في الصحافة الرقمية، واقتصار اهتمام الدراسة السابقة في نوع من الإعلام المتخصص هو الإعلام الصحي، وتختلف عنها في طبيعة الجمهور المدروس.

- شو فنج وآخرون (2021). ما أخبرتنا به وسائل التواصل الاجتماعي في وقت COVID-19: مراجعة مسحية.

Shu-Feng Tsao & et.all (2021). What social media told us in the time of COVID-19: a scoping review?

هدفت الدراسة لفحص الدراسات التجريبية التي تمت مراجعتها من قبل المختصين والمتعلقة بـ COVID-19 ووسائل التواصل الاجتماعي خلال الموجة الأولى من نوفمبر 2019 إلى نوفمبر 2020. حددت الدراسة خمسة موضوعات شاملة للصحة العامة بشأن دور منصات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت و COVID-19، ركزت هذه الموضوعات على: استقصاء المواقف العامة، وتحديد المعلومات، وتقييم الصحة العقلية، واكتشاف حالات COVID-19 أو التنبؤ بها، وتحليل

استجابات الحكومة للوباء، وتقييم جودة المعلومات الصحية في مقاطع الفيديو التثقيفية للوقاية. استخدمت الدراسة المنهج الكيفي من خلال تحليل (81) مقالة ذات صلة بموضوع الدراسة.

بينت أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن تويتر أصبح كمنصة تواصل اجتماعي رائدة، تليها سينا ويبو. Sina Weibo التي تضمنت دراسات قليلة حول طرق التعلم الآلي، في حين أن معظم الدراسات استخدمت الأساليب الإحصائية التقليدية. بينت الدراسات انه يمكن أن يكون للمعلومات الدقيقة والموثوقة عبر منصات التواصل الاجتماعي دور حاسم في معالجة المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة والشائعات. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تكون المراقبة في الوقت الفعلي من وسائل التواصل الاجتماعي حول COVID-19 أداة مهمة في التسلح من التدخلات من قبل وكالات ومنظمات الصحة العامة.

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في الاهتمام بالصحافة الرقمية أثناء الجائحة، غير أنها قامت بمسح للدراسات السابقة وقامت بتصنيفها بناء على طبيعة التغطية وجودتها واستجابات الحكومة تجاهها. وتختلف الدراسة السابقة عن الحالية أيضاً في طبيعة المنهج المعتمد.

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة عددا من الاتجاهات والموضوعات منها القريب جدا من الدراسة الحالية ومنها ما يشترك معها في جانب واحد أو أكثر، ولكنها جميعا تهتم بجائحة كوفيد-19 من نواحي مختلفة خصوصا دور الإعلام في هذه الجائحة.

ومن الدراسات القريبة جداً، دراسة عاشور (2020) بعنوان "تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا Covid-19" دراسة ميدانية"، والفارق هو أن هذه الدراسة اهتمت بوسائل الإعلام عامة ولم تقتصر على الإعلام الرقمي.

ومن الدراسات القريبة، دراسة عويدات (2020) بعنوان "تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيسبوك" دراسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة France24 "عربي".

ثم هناك تقارب مع دراسة الزعبي (2020) التي كان فيها تشابه كبير من الدراسة الحالية في اعتمادها على النخب (قادة الرأي العام) في تقييم تغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية.

أما الدراسات الأجنبية فقد أبدت اهتماماً كبيراً بالآثار النفسية أو الصحية للجائحة وعلاقة التكنولوجيا الرقمية في تلك الآثار، ومن ذلك دراسة باير بيبنغ ليو (2020) "البحث عن معلومات COVID-19 عبر الوسائط الرقمية والسلوك الوقائي: دور الوساطة في القلق". وتؤكد هذه الدراسة أن تأثير الطفرة الرقمية أثناء جائحة Covid-19 أدت إلى زيادة حتمية في استخدام التقنيات الرقمية بسبب معايير التباعد الاجتماعي وعمليات الإغلاق على مستوى البلاد، وأن دور تقنيات الاتصالات الرقمية كان مساعداً أو مخففاً في التأثير السلبي أثناء تفشي COVID-19 في إيطاليا، وتشكل التأثيرات التغييرات في نمط النوم والشعور بالوقت واستخدام الوسائط الرقمية أثناء إغلاق COVID-19 في إيطاليا.

وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها تتناول الإعلام الرقمي فقط في تغطيته للأخبار والمعلومات المتعلقة بكوفيد-19، ومن خلال هذا الحصر يمكن الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية من الدراسات السابقة التي تناولت جوانب واسعة سواء من حيث نوع الوسيلة الإعلامية أو من حيث الآثار المترتبة على الجائحة.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يشتمل هذا الفصل على منهج الدراسة ومجتمع الدراسة وعينته، وأداة الدراسة وأساليب التحقق من صدقها وثباتها، متغيرات الدراسة، وإجراءات الدراسة، المعالجة الإحصائية.

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وهو منهج يهدف إلى الوصف الموضوعي الدقيق للظواهر والأحداث، ويعتمد على أسلوب المسح من خلال أدوات جمع المعلومات خاصة الاستبانة. والمنهج الوصفي يهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها كمياً وكيفياً كما يساعد في الكشف عن حالة الظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وهو يسعى إلى التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل (إبراهيم، 2005: 40).

وبما أن الدراسة عملت على وصف وتقييم تغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد-19، فهي بذلك تصف وتحلل وتفسر، مما ساعد على التوصل إلى بعض النتائج التي قد تكون مفيدة للجهات المعنية من الإعلاميين والمسؤولين عن إدارة ملف أزمة كوفيد-19 في الأردن.

مجتمع الدراسة

تكوّن مجتمع الدراسة من مختلف النخب الأردنية وعلى النحو التالي:

1. الإعلاميون والصحفيون في المؤسسات الصحفية الأردنية.
2. قادة الرأي العام في المؤسسات غير الحكومية (النقابات المهنية الأردنية).
3. قادة الرأي العام في المؤسسات الحكومية (المسؤولون في الشأن العام، وزراء، أمناء عامون، إداريون في الديوان الملكي، مسؤولون في إدارة الامتات).

عينة الدراسة

نظراً لكبر حجم المجتمع وصعوبة حصره، فقد تم اختيار عينة متاحة من (214) من النخب الأردنية من المتواجدين في العاصمة عمان كونها مركز الجذب السياسي والاقتصادي والمجتمعي، وفيما يلي خصائص عينة الدراسة في ثلاثة محاور، الأول الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، والثاني خصائص عينة الدراسة في درجة الاهتمام بالشأن العام، والثالث خصائص أفراد عينة الدراسة في درجة الاهتمام بجائحة كورونا.

أ. خصائص عينة الدراسة حسب متغيرات الجنس وفئات قادة الرأي العام.

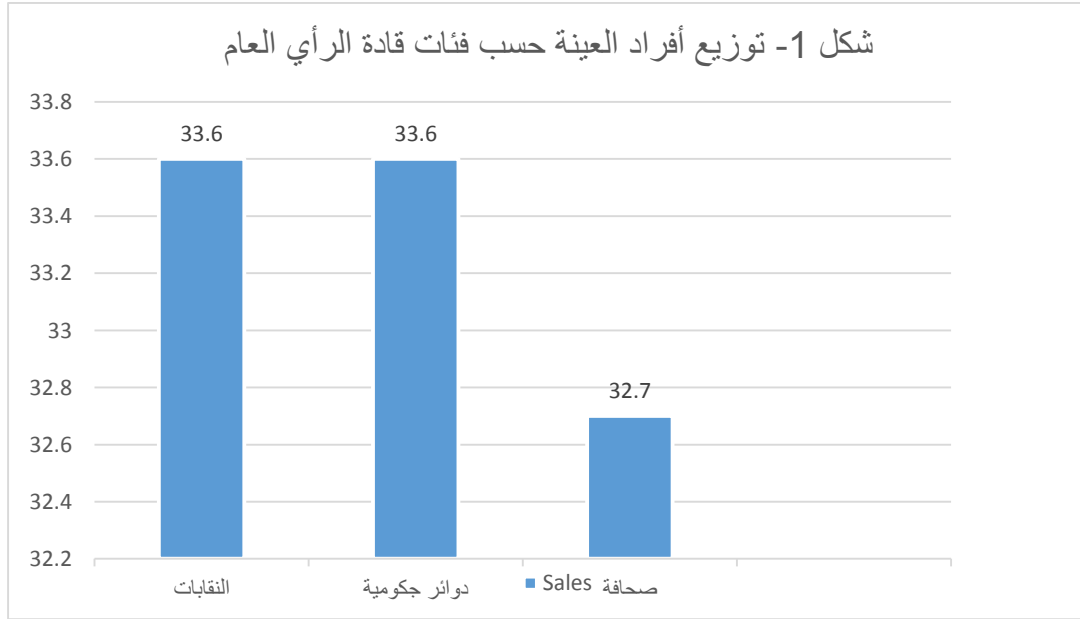
الجدول (3-1) توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغيرات الجنس وفئات قادة الرأي العام

المتغير	الفئة	العدد	%
الجنس	ذكر	134	62.6
	أنثى	80	37.4
فئات قادة الرأي العام	النقابات	72	33.6
	القطاع الحكومي/الرسمي	72	33.6
	اعلام	70	32.7
Total		214	100

- بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة العاملين من اعضاء النقابات المهنية (33.6%)، والعاملون

في القطاع الحكومي/الرسمي ما نسبته (33.6%)، والعاملون في المؤسسات الاعلامية

(32.7%) من أفراد عينة الدراسة (الشكل 1).



ب - خصائص عينة الدراسة حسب درجة الاهتمام بالشأن العام

لمعرفة درجة اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بالشأن العام، فقد تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية

والمتوسط الحسابي، والجدول (2-3) الآتي يبين ذلك:

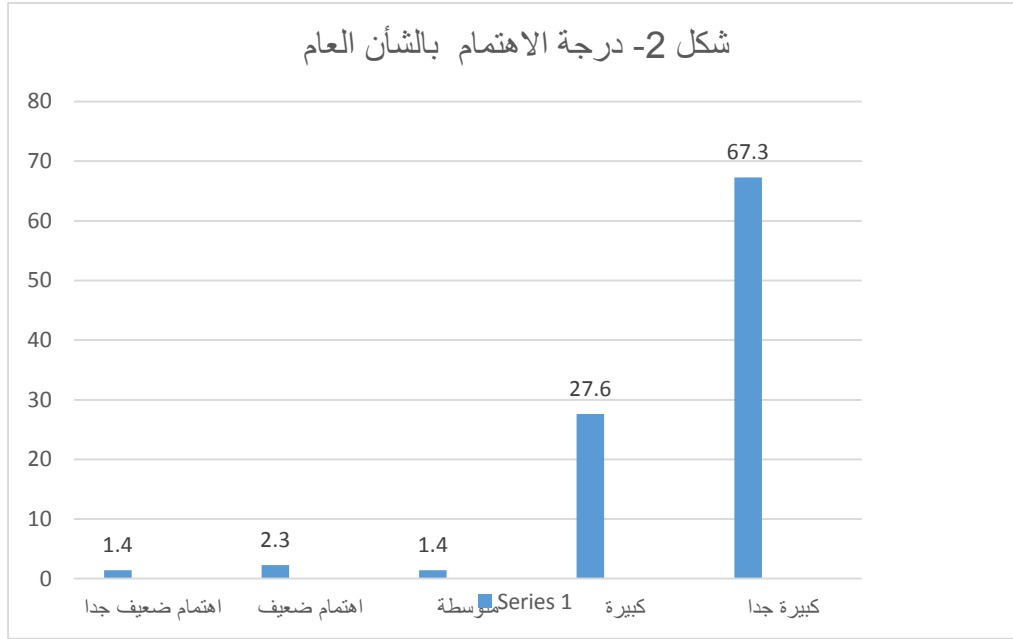
الجدول (2-3) درجة الاهتمام بالشأن العام

درجة الاهتمام بالشأن العام	التكرار	%
اهتمام ضعيف جدا	3	1.4
اهتمام ضعيف	5	2.3
متوسطة	3	1.4
كبيرة	59	27.6
كبيرة جدا	144	67.3
المتوسط الحسابي	4.57	

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ بأن درجة اهتمام المبحوثين بالشأن العام

جاءت بدرجة كبيرة جدا بنسبة بلغت (67.3%) وبمتوسط حسابي مرتفع بلغ (4.57). والرسم البياني

(2) التالي يوضح ذلك.



ج- خصائص عينة الدراسة حسب درجة الاهتمام بجائحة كورونا

لمعرفة درجة اهتمام المبحوثين عينة الدراسة بأخبار جائحة كورونا، فقد تم ايجاد التكرارات

والنسب المئوية والمتوسط الحسابي، والجدول (3-3) الآتي يبين ذلك:

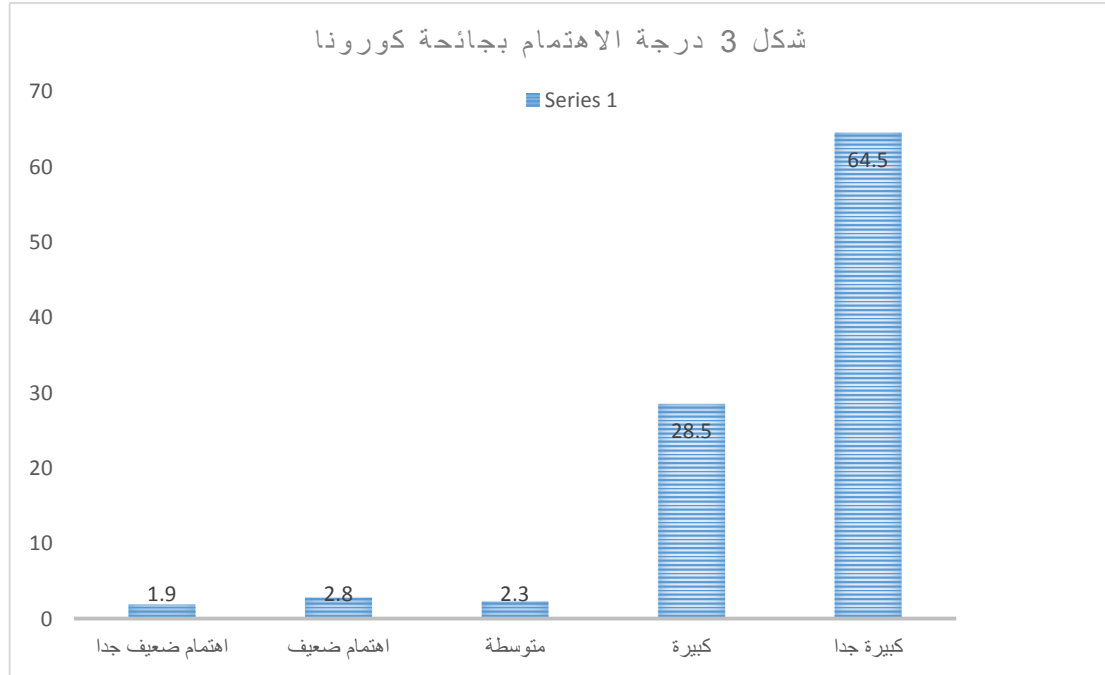
الجدول (3-3) الاهتمام بأخبار جائحة كورونا

الاهتمام بأخبار جائحة كورونا	التكرار	%
اهتمام ضعيف جدا	4	1.9
اهتمام ضعيف	6	2.8
متوسطة	5	2.3
كبيرة	61	28.5
كبيرة جدا	138	64.5
المتوسط الحسابي		4.51

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ بأن درجة اهتمام المبحوثين بأخبار جائحة

كورونا العام جاء بدرجة كبيرة جداً بنسبة (64.5%)، وبمتوسط حسابي مرتفع بلغ (4.51)، والرسم

البياني (3) التالي يوضح ذلك.



أداة الدراسة

تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتتكون الاستبانة من عدد من المحاور والفقرات والأسئلة التي تغطي أهداف الدراسة. وشملت الاستبانة عدة محاور: المحور الأول منها يهدف جمع البيانات الشخصية أو الديمغرافية. والمحاور الأخرى تتكون من فقرات تعبر عن أسئلة الدراسة وهي كالتالي (الملحق رقم 1 الاستبانة):

1. وسائل الإعلام التي اعتمدها قادة الرأي العام عينة الدراسة مصدرا للمعلومات حول جائحة كوفيد

19.

2. مستويات اداء وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كوفيد 19

من وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن من وجهة نظر قادة الرأي العام عينة الدراسة.

3. الدور الذي قام به الإعلام الرقمي في إرشاد المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة

بعدوى الفيروس ودوره في التوعية بالطرق والإجراءات المناسبة في حالة الإصابة من وجهة نظر

قادة الرأي العام عينة الدراسة.

4. دور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم من ناحية الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة خلال مواجهة الجائحة من وجهة نظر قادة الرأي العام عينة الدراسة.

5. دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية في هذا الاتجاه من وجهة نظر قادة الرأي العام عينة الدراسة.

صدق الأداة

هناك عدة طرق لتحقيق من صدق الأداة منها طريقة الصدق الظاهري (Face Validity) التي تم اعتمادها في التحقق من الاستبانة، وهي طريقة تعتمد أحد الأسلوبين التاليين أو كليهما: (النجار وآخرون، 2010، 141).

- 1- تطبيق الاستبيان على عينة استكشافية/ تجريبية للتأكد من الصدق الظاهري للأداة وأسئلتها، ومدى سلامة صياغة الأسئلة والفقرات بحيث تكون مفهومة للمبحوثين، وقد أخذ الباحث بعد ذلك بما ورد من ملاحظات مفيدة أبدأها بعض المبحوثين حول صياغة بعض الأسئلة حتى تكون أكثر فهما. وهذا ما ساعد على تحسين الأداة وتحقيق الأغراض التي وضعت من أجلها.
- 2- عرض الأداة على عدد من ذوي الاختصاص (المحكمين)، وقد تم في ضوء ملاحظاتهم وتوصياتهم إجراء بعض التعديلات المناسبة لبعض الفقرات، وتم اعتماد الفقرات إلى حصلت على تأييد غالبية المحكمين مما يجعل أداة الدراسة ذات صلاحية عالية للتطبيق على عينة الدراسة (ملحق رقم 2، قائمة المحكمين).

ثبات الأداة

قام الباحث بالتحقق من ثبات الأداة من خلال طريقة معامل (كرونباخ ألفا)، ويستعمل هذا المعامل للتأكد من صلاحية المقياس، إذ يقيس مدى الاتساق والتناسق في إجابة المستجوب على كل الأسئلة الموجودة بالمقياس، ومدى قياس كل سؤال للمفهوم، ويدل ارتفاع معامل الارتباط في المقياس على ارتفاع درجة الثبات (النجار وآخرون، 2010، 142).

تم التحقق من ثبات الاستبانة معامل كرونباخ ألفا، ويبين الجدول أدناه أن جميع المحاور صالحة لأغراض الدراسة.

للتأكد من ثبات أداة الدراسة تم إيجاد معاملات كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، وكانت النتائج كما في الجدول (3-4) الآتي:

الجدول (3-4) معاملات كرونباخ ألفا لاختبار ثبات أداة الدراسة

المعامل كرونباخ ألفا	البعد
0.86	الوسائل المعتمدة
0.80	درجة نجاح التغطية
0.81	إجراءات الوقاية
0.90	التعبير عن هموم الرأي العام
0.83	الجانب الاجتماعي والاقتصادي
0.86	المتغيرات ككل

من خلال قيم معاملات كرونباخ ألفا في الجدول أعلاه نلاحظ أن جميعها تزيد عن (0.6)

وبلغت (0.86)، مما يدل على ثبات أداة الدراسة (Sekaran & Bougie, 2016)

متغيرات الدراسة

المتغيرات المستقلة: تغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد-19 "كورونا".

المتغيرات الوسيطة: النوع الاجتماعي والمستوى التعليمي والتخصص ومدى الاهتمام بالقضايا السياسية ومدى التعرض لوسائل الإعلام من ناحية قادة الرأي العام في الأردن.

المتغيرات التابعة: تقييم قادة الرأي العام في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد-19 "كورونا".

وقد تم قياس المتغيرات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي المبين في الجدول الآتي:

الجدول (3-5) مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في أداة الدراسة

موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
5	4	3	2	1

المعالجة الإحصائية

تم استخدام الحزمة الإحصائية SPSS لإدخال البيانات بعد ترميزها تمت عملية تحليلها واستخراج النتائج، وتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1. مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistic Measures)، تم إيجاد المتوسطات

الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة درجة الموافقة على فقرات الاستبانة وتم تحديد درجة

الموافقة من خلال الصيغة الآتية:

طول الفترة =	الحد الأعلى - الحد الأدنى	=	5 - 1	1.33 =
	عدد المستويات		3	

ليكون عدد المستويات كالتالي:

الجدول (3-6) المعيار الإحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة

المستوى	الفترة
المنخفض	1 - 2.33
المتوسط	2.34 - 3.66
المرتفع	3.67 - 5

2. اختبار T للعينات المستقلة (Independent Samples T-test).

3. تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA.

4. معامل ثبات أداة الدراسة (Cronbach Alpha) لاختبار ثبات أداة الدراسة.

إجراءات الدراسة

قام الباحث بالاطلاع على الأدب النظري وعلى عدد كبير من الدراسات السابقة لانتقاء الدراسات

ذات الصلة بمحاور الدراسة الحالية، وقام بجمع معلومات ومصادر الأدب النظري.

وفي مرحلة لاحقة جرى تصميم الاستبانة وتحكيمها والتحقق من ثباتها حسب الإجراءات المشار

إليها، ثم باشر الباحث بالإجراءات الميدانية لتطبيق الاستبيان على عينة الدراسة، بعد ذلك قام الباحث

بتحليل نتائج الاستبيان بواسطة حزمة التحليل الإحصائي (spss) وبمساعدة محللين مختصين، بعد

ذلك قام الباحث بعرض نتائج الدراسة في جداول مناسبة، ثم تم عرض النتائج في الفصل الرابع

ومناقشتها في الفصل الخامس.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج تحليل أسئلة الدراسة، ثم نتائج اختبار فرضيات الدراسة مدعمة

بجداول التحليل، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الإجابة عن أسئلة الدراسة

1- سؤال الدراسة الأول: ما وسائل الاعلام والإعلام الرقمي التي اعتمدها قادة الرأي العام في الأردن كمصدراً للمعلومات حول جائحة كوفيد -19؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الأول تم ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول

الآتي يبين ذلك:

الجدول (4-1)

وسائل الاعلام والإعلام الرقمي التي اعتمدها قادة الرأي العام في الأردن مصدراً للمعلومات
حول جائحة كوفيد -19

الوسائل المعتمدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	درجة الاعتماد
مواقع التواصل الاجتماعي	4.37	0.974	87.4	مرتفعة
المواقع الإلكترونية الأردنية	4.17	1.028	83.4	مرتفعة
محطات التلفزة المحلية	4.01	1.086	80.2	مرتفعة
الرسائل التي تنتقل عبر التطبيقات البصرية أو الصوتية أو النصية	3.86	1.185	77.2	مرتفعة
المواقع الإلكترونية العالمية	3.63	1.144	72.6	متوسطة
محطات التلفزة الإقليمية والدولية	3.49	1.147	69.8	متوسطة
الإذاعات المحلية	3.29	1.150	65.8	متوسطة
الإذاعات الإقليمية والدولية	3.16	1.215	63.2	متوسطة
الصحف الورقية المحلية	2.53	1.213	50.6	متوسطة

تشير النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه أن أكثر وسائل الاعلام والإعلام الرقمي التي اعتمدها قادة الرأي العام من عينة الدراسة مصدرا للمعلومات حول جائحة كوفيد -19 كانت مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة بلغت (4.37)، ثم المواقع الإلكترونية الأردنية بدرجة مرتفعة بلغت (4.17)، محطات التلفزة المحلية، الرسائل التي تنتقل عبر التطبيقات البصرية أو الصوتية أو النصية بدرجتين مرتفعتين بلغتا (4.01، 3.86)، ثم المواقع الإلكترونية العالمية، محطات التلفزة الإقليمية والدولية، الإذاعات المحلية، الإذاعات الإقليمية والدولية، الصحف الورقية المحلية بدرجات متوسطة بلغت (3.63، 3.49، 3.29، 3.16، 2.53) على التوالي.

وملخص هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة وسائل الإعلام الرقمي في درجة اعتماد قادة الرأي العام عينة الدراسة على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حول جائحة كوفيد 19 بمتوسط مرتفع وبنسبة مئوية بلغت (87.4%)، تلاها في ذلك المواقع الإلكترونية الأردنية بنسبة (83.4%)، ثم محطات التلفزة المحلية بنسبة (80.2%). بينما جاءت الصحف الورقية في آخر قائمة هذه الوسائل بنسبة (50.6%).

2- سؤال الدراسة الثاني: ما وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن في مستوى اداء وسائل الإعلام الرقمي في تقديم تغطية شاملة لجائحة كوفيد 19 ؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الثاني تم ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول

الآتي يبين ذلك:

الجدول (4-2)

وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن في مستوى اداء وسائل الإعلام الرقمي في تقديم تغطية شاملة لجائحة كوفيد 19

الدرجة الموافقة	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	84.6	0.806	4.23	حصلت على أخبار ومعلومات كافية عن جائحة كورونا من وسائل الإعلام الرقمي
مرتفعة	79.0	0.923	3.95	حصلت على أخبار موضوعية من وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا
مرتفعة	76.8	0.933	3.84	هناك تضارب في الأخبار والمعلومات التي تبث عبر وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا
مرتفعة	76.2	1.012	3.81	حصلت على أخبار دقيقة من وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا
متوسطة	71.2	1.032	3.56	مصادر الأخبار هي المسؤولة عن التضليل فيما يخص الاخبار والمواضيع المتعلقة بجائحة كورونا وليس الوسائل الإعلامية
متوسطة	67.6	1.143	3.38	كثير من المعلومات والأخبار عبر وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا كانت زائفة أو مشوشة.
متوسطة	65.8	1.051	3.29	كثير من المعلومات والأخبار عبر وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا كانت مضللة
متوسطة	61.8	1.147	3.09	وسائل الإعلام الرقمي كانت مسؤولة عن التضليل فيما يخص الاخبار والمواضيع المتعلقة بجائحة كورونا
متوسطة	72.9	0.576	3.65	المؤشر العام

تشير النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه أن المؤشر العام لدرجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي

الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا بلغ (3.65)، مما يدل على مستوى متوسط من

درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا، وقد حصلت الفقرات "حصلت على أخبار ومعلومات كافية عن جائحة كورونا من وسائل الإعلام الرقمي، حصلت على أخبار موضوعية من وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا، هناك تضارب في الأخبار والمعلومات التي تبث عبر وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا، حصلت على أخبار دقيقة من وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا" على درجات مرتفعة تراوحت ما بين (3.81-4.23)، بينما حصلت الفقرات "مصادر الأخبار هي المسؤولة عن التضليل فيما يخص الاخبار والمواضيع المتعلقة بجائحة كورونا وليس الوسائل الإعلامية، كثير من المعلومات والأخبار عبر وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا كانت زائفة أو مشوشة، كثير من المعلومات والأخبار عبر وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا كانت مضللة، وسائل الإعلام الرقمي كانت مسؤولة عن التضليل فيما يخص الاخبار والمواضيع المتعلقة بجائحة كورونا" على درجات متوسطة تراوحت ما بين (3.09-3.56).

وملخص هذه النتائج أن وسائل الإعلام الرقمي حققت درجات مرتفعة في بعض جوانب التغطية مثل كفاية المعلومات وموضوعيتها، لكنها أيضا أظهرت تضاربا في معلومات بعض وسائل الإعلام الرقمي، ومن حيث الإجمال، فقد جاء تقييم نجاح تغطية وسائل الإعلام الرقمي الأردنية لجائحة كورونا جاء بدرجة متوسطة من وجهة نظر قادة الرأي العام ونسبة إجمالية بلغت (72.9%).

3- سؤال الدراسة الثالث: ما تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في إرشاد وتوعية المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة بالفيروس ؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الثالث تم ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول

الآتي يبين ذلك:

الجدول (3-4)

تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في إرشاد وتوعية المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة بالفيروس

الدور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	درجة الموافقة
توعية الناس بشأن مخاطر فيروس كوفيد 19	4.25	0.808	85.0	مرتفعة
تحسين طرق الوقاية من فيروس كوفيد 19	4.14	0.841	82.8	مرتفعة
نشر رسائل عديدة للمختصين في الصحة والأوبئة	4.01	0.988	80.2	مرتفعة
يمكن وصف دور الاعلام الرقمي بشكل عام بأنه دور إيجابي في جائحة كورونا	4.00	0.864	80.0	مرتفعة
نقل شهادات وتجارب مصابين بالفيروس	3.91	1.028	78.2	مرتفعة
بث رسائل مضللة ما أسهم في زعزعة الثقة بالإجراءات الصحية	3.22	1.076	64.4	متوسطة
المؤشر العام	3.92	0.934	78.4	مرتفعة

تشير النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه أن الدور الذي قام به الإعلام الرقمي في إرشاد المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة بعدوى الفيروس وفي التوعية بالطرق والإجراءات المناسبة في حالة الإصابة به كان بدرجة مرتفعة من ناحية توعية الناس بشأن مخاطر فيروس كوفيد 19، وتحسين طرق الوقاية من فيروس كوفيد 19، ونشر رسائل عديدة للمختصين في الصحة والأوبئة، يمكن وصف دور الاعلام الرقمي بشكل عام بأنه دور إيجابي في جائحة كورونا، ونقل شهادات وتجارب مصابين بالفيروس، وبث رسائل مضللة ما أسهم في زعزعة الثقة بالإجراءات الصحية وقد بلغت الدرجات (4.25، 4.14، 4.01، 4، 3.91) على التوالي. وكان بدرجة متوسطة من ناحية بث رسائل مضللة ما أسهم في زعزعة الثقة بالإجراءات الصحية وبلغت تلك الدرجة (3.22). وبلغ المؤشر العام 3.92 وهو مؤشر ذو درجة مرتفعة مما يدل على أن الدور الذي قام به الإعلام الرقمي في إرشاد المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة بعدوى الفيروس وفي التوعية بالطرق والإجراءات المناسبة في حالة الإصابة به كان بدرجة مرتفعة.

وملخص هذه النتائج أن تقييم قادة الرأي العام لدور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي كان

إيجابيا بدرجة مرتفعة وبنسبة مئوية بلغت (78.4%).

4- سؤال الدراسة الرابع: ما تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم اتجاه الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة خلال مواجهة الجائحة؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الرابع تم ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول

الآتي يبين ذلك:

الجدول (4-4)

تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم اتجاه الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة خلال مواجهة الجائحة

الدرجة التقييم	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدور
مرتفعة	83.8	0.852	4.19	توعية الناس بمخاطر الفيروس
مرتفعة	81.8	0.945	4.09	التعبير عن هموم الناس ومشاكلهم الناتجة عن الإجراءات الإدارية المصاحبة للإجراءات الحكومية لمكافحة الفيروس
مرتفعة	80.8	0.882	4.04	مساعدة الدولة في نشر ثقافة احترام الإجراءات الوقائية
مرتفعة	78.8	0.897	3.94	كان الإعلام الرقمي ناقلا للأخبار والمعلومات أكثر منه منتجا له فيما يتعلق بفيروس كوفيد 19
متوسطة	70.2	1.129	3.51	مسؤولية الأخبار والمعلومات المضللة تقع على المصادر الطبية والسياسية وليس الإعلام الرقمي
متوسطة	69.2	1.124	3.46	اشتركت جميع الأطراف في مسؤولية الأخبار المضللة سواء السياسيين والإداريين والجهاز الطبي إضافة إلى الإعلام الرقمي
متوسطة	64.6	1.040	3.23	نشر الأخبار والمعلومات المضللة بين المواطنين حول فيروس كوفيد 19
متوسطة	64.2	1.119	3.21	نشر الخوف والفرع بين المواطنين من فيروس كوفيد 19
مرتفعة	74.2	0.604	3.71	المؤشر العام

تشير النتائج في الجدول أعلاه أن المؤشر العام لدور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم من ناحية الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة خلال مواجهة الجائحة قد بلغ (3.71)، مما يدل على درجة تقييم مرتفعة لدور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم من ناحية الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة خلال مواجهة الجائحة، كما ويلاحظ أن الفقرات التالية قد حصلت على أعلى الدرجات المرتفعة والتي تراوحت ما بين (3.94-4.19): "توعية الناس بمخاطر الفيروس، التعبير عن هموم الناس ومشاكلهم الناتجة عن الإجراءات الإدارية المصاحبة للإجراءات الحكومية لمكافحة الفيروس، مساعدة الدولة في نشر ثقافة احترام الإجراءات الوقائية، كان الإعلام الرقمي ناقلاً للأخبار والمعلومات أكثر منه منتجاً له فيما يتعلق بفيروس كوفيد 19"، بينما حصلت الفقرات التالية على درجات متوسطة تراوحت ما بين (3.21-3.51): "مسؤولية الأخبار والمعلومات المضللة تقع على المصادر الطبية والسياسية وليس الإعلام الرقمي، اشتركت جميع الأطراف في مسؤولية الأخبار المضللة سواء السياسيين والإداريين والجهاز الطبي إضافة إلى الإعلام الرقمي، نشر الأخبار والمعلومات المضللة بين المواطنين حول فيروس كوفيد 19، نشر الخوف والفزع بين المواطنين من فيروس كوفيد 19".

وملخص هذه النتائج أن تقييم قادة الرأي العام لدور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم من ناحية الإجراءات الإدارية التي اتخذتها الحكومة خلال مواجهة الجائحة جاءت بدرجة مرتفعة ونسبة (74.2%).

5- سؤال الدراسة الخامس: ما تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة ؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الخامس تم ايجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول

الآتي يبين ذلك:

الجدول (4-5)

تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة

الدور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	درجة التقييم
توعية الناس بالآثار الاقتصادية والمعيشية للجائحة	4.01	0.971	80.2	مرتفعة
التعبير عن شكاوى المواطنين	3.71	1.052	74.2	مرتفعة
تعريف المواطنين بالإجراءات الاقتصادية للجائحة وهبأهم لقبولها والتكيف معها	3.71	1.071	74.2	مرتفعة
التعبير عن شكاوى المنتجين والموزعين من التجار	3.70	0.972	74.0	مرتفعة
هيبء المواطنين لقبول الإجراءات الاقتصادية والتكيف معها	3.57	1.093	71.4	متوسطة
مراقبة حركة السلع في الأسواق	3.42	1.142	68.4	متوسطة
قدم المعلومات والتعليمات المناسبة للعمال العاطلين عن العمل وعرفهم بحقوقهم.	3.37	1.214	67.4	متوسطة
المؤشر العام	3.64	0.861	72.8	متوسطة

تشير النتائج في الجدول أعلاه أن المؤشر العام لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات

الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية في

هذا الاتجاه قد بلغ (3.64)، مما يدل على درجة متوسطة لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار

والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات

الحكومية في هذا الاتجاه، كما ويلاحظ أن الفقرات " في توعية الناس بالآثار الاقتصادية والمعيشية

للجائحة، قام بالتعبير عن شكاوى المواطنين، تعريف المواطنين بالإجراءات الاقتصادية للجائحة

وهبأهم لقبولها والتكيف معها، قام بالتعبير عن شكاوى المنتجين والموزعين من التجار" قد حصلت

على درجات مرتفعة تراوحت ما بين (3.70-4.01)، وحصلت الفقرات "هيبأ المواطنين لقبول الإجراءات

الاقتصادية والتكيف معها، قام بمراقبة حركة السلع في الأسواق، قدم المعلومات والتعليمات المناسبة

للعامل العاطلين عن العمل وعرفهم بحقوقهم." على درجات متوسطة تراوحت ما بين (3.37-3.57).

وملخص هذه النتائج أن تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة جاء بدرجة متوسطة وبنسبة (72.8%).

ثانياً: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

1-فرضية الدراسة الأولى: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين قادة الرأي العام في تقييم درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعاً لعوامل (الجنس، شريحة قادة الرأي العام).

(أ) تبعاً لمتغير الجنس

الجدول (4-6)

درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا
تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	134	3.60	0.572	-1.568	212	0.118
أنثى	80	3.73	0.577			

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة ت لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل

من (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قادة الرأي العام في تقييم درجة

نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعاً لمتغير الجنس.

(ب) تبعا لشريحة قادة الرأي العام في الأردن

الجدول (4-7)

درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعا لمتغير شرائح قادة الرأي العام

شريحة قادة الرأي العام	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
دوائر حكومية	55	3.66	.476	2	.015	.044	.956
صحفيين	87	3.64	.597				
نقابات مهنية	72	3.63	.625				
Total	214	3.65	.576				

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة ف لم تكن ذات دلالة إحصائية عن مستوى دلالة أقل

من (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم درجة نجاح وسائل الإعلام

الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعا لمتغير شرائح قادة الرأي العام.

2-فرضية الدراسة الثانية: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين قادة الرأي العام في تقييم دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعا لعوامل (الجنس، شريحة قادة الرأي العام).

(أ) تبعا لمتغير الجنس

الجدول (4-8)

دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعا لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	134	3.87	0.631	-1.696	212	0.091
أنثى	80	4.02	0.626			

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة ت لم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل

من (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قادة الرأي العام في تقييم دور

الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعا لمتغير الجنس.

(ب) تبعا لفئة شريحة قادة الرأي العام في الأردن

الجدول (4-9)

دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعا لمتغير شرائح قادة الرأي العام

شريحة قادة الرأي العام	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
دوائر حكومية	55	3.98	.593	2	1.699	4.392	.014*
صحفيين *	87	3.77	.639				
نقابات مهنية *	72	4.06	.622				
Total	214	3.92	.632				

* دال عند $(a \leq 0.05)$

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة ف كانت ذات دلالة إحصائية عن مستوى دلالة أقل

من (0.05)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم دور الإعلام الرقمي الإرشادي

والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعا لمتغير شرائح قادة الرأي العام. وكانت الفروقات لصالح

موظفي النقابات المهنية ما بين الصحفيين والموظفين العامين واعضاء النقابات المهنية.

3-فرضية الدراسة الثالثة: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين قادة الرأي العام في تقييم دور

الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات

المرتتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعا (للجنس، شريحة قادة الرأي العام).

(أ) تبعا لمتغير الجنس

الجدول (4-10)

دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات

المرتتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعا لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	134	3.62	0.859	-.462	212	0.645
أنثى	80	3.68	0.868			

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة t لم تكن ذات دلالة احصائية عن مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قادة الرأي العام في تقييم دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعاً لمتغير الجنس.

(د) شريحة قادة الرأي العام

الجدول (4-11)

دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعاً لمتغير شرائح قادة الرأي العام

شريحة قادة الرأي العام	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
دوائر حكومية	55	3.71	.772	2	3.703	5.191	.006*
صحفيين *	87	3.43	.789				
نقابات مهنية *	72	3.85	.955				
Total	214	3.64	.861				

* دال عند ($a \leq 0.05$)

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة F كانت ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعاً لمتغير شرائح قادة الرأي العام، وكانت الفروقات ما بين الصحفيين وقادة النقابات المهنية لصالح قادة النقابات المهنية بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.85).

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يستعرض هذا الفصل أهم نتائج التحليل الإحصائي ويقدم مناقشة لهذه النتائج بالمقارنة مع بعض نتائج الدراسات السابقة. وذلك على النحو الآتي:

أولاً: مناقشة النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

1- مناقشة نتائج سؤال الدراسة الأول: ما وسائل الإعلام الرقمي التي اعتمدها قادة الرأي العام في الأردن كمصدرا للمعلومات حول جائحة كوفيد -19؟

أظهرت النتائج أن أكثر وسائل الاعلام والإعلام الرقمي التي اعتمدها قادة الرأي العام أفراد عينة الدراسة مصدرا للمعلومات حول جائحة كوفيد -19 كانت مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة، ثم المواقع الإلكترونية الأردنية بدرجة مرتفعة، ثم محطات التلفزة المحلية، ثم الرسائل التي تنتقل عبر التطبيقات البصرية أو الصوتية أو النصية بدرجتين مرتفعتين، ثم المواقع الإلكترونية العالمية، ثم محطات التلفزة الإقليمية والدولية، والإذاعات المحلية، ثم الإذاعات الاقليمية والدولية، وأخيرا الصحف الورقية المحلية بدرجات متوسطة.

يستخلص من هذه النتائج أن الإعلام الرقمي، استحوذ على الرتبة الأولى في اعتمادية قادة الرأي العام في الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا-كوفيد-19، وكان من الملاحظ أن وسائل التواصل الاجتماعي جاءت في مركز الصدارة، بينما تلتها محطات التلفزة المحلية، التي أعيد لها بعض الاعتبار في ظل هذه الجائحة، نظرا لأسباب عديدة منها اعتمادها على الصورة والصوت والتغطية المباشرة وربما المهنية الأعلى قياسا إلى وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Casero-Ripollés, Andreu (2020) من حيث التأكيد على دور التلفزيون خصوصا، كذلك تتفق مع دراسة الزعبي (2020) في الأردن التي أظهرت اعتمادية مرتفعة على محطات التلفزة المختلفة. وتتفق مع دراسة رويتر (2020) التي أظهرت زيادة الاعتماد على التلفزيون بسبب جائحة كورونا في عدد من الدول الأوروبية، واعتمادية كبيرة في أخبار الجائحة على المواقع الإلكترونية.

وعموما فإن الاعتماد في الحصول على الأخبار والمعلومات شمل جميع وسائل الإعلام تقريبا بدرجات عالية باستثناء الصحف الورقية المحلية التي جاءت في آخر قائمة هذه الوسائل بدرجة متوسطة، ذلك ما يعني تنامي التعرض لوسائل الإعلام بسبب وجود أزمة متفاقمة، وهو ما يتفق مع ما أشارت إليه دراسة ديو وآخرون (De'a & others (2020، إذ تؤكد نتائج البحث أن جائحة Covid-19 أدت إلى زيادة حتمية في استخدام التقنيات الرقمية بسبب معايير التباعد الاجتماعي وعمليات الإغلاق على مستوى البلاد، كذلك أشارت دراسة سيليني وآخرون (2020) في إيطاليا زيادة استخدام الوسائط الرقمية أثناء الإغلاق.

2- مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثاني: ما وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن في مستوى اداء وسائل الإعلام الرقمي في تقديم تغطية شاملة لجائحة كوفيد 19 ؟

أظهرت النتائج مستوى متوسطا من درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا، وهذا عائد إلى أن المبحوثين اتفقوا في الرأي بأنهم حصلوا على أخبار ومعلومات كافية عن جائحة كورونا من وسائل الإعلام الرقمي، وحصلوا على أخبار موضوعية من وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا، مع ذلك، فقد وجد هناك تضارب في الأخبار والمعلومات التي تبث عبر وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا.

ولعل هذه النتائج تفسر بأن قادة الرأي العام على وعي جيد بالاختلاف والتباين في أداء مختلف وسائل الإعلام الرقمي، فمنه ما ينقل أخبارا ومعلومات موضوعية ومنها ما لا يرتقي إلى ذلك، وهنا يؤدي ذلك إلى تضارب في تلك الأخبار والمعلومات التي تتعلق بتغطية الجائحة. وهذا ما أشارت إليه دراسة جي سكوت برنت وآخرون (J. Scott Brennen, and all, 2020).

3- مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثالث: ما تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في إرشاد وتوعية المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة بالفيروس ؟

أظهرت النتائج أن الدور الذي قام به الإعلام الرقمي في إرشاد المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة بعدوى الفيروس وفي التوعية بالطرق والإجراءات المناسبة في حالة الإصابة به كان إيجابيا بدرجة مرتفعة.

كما أظهرت النتائج أن الدور الذي قام به الإعلام الرقمي في إرشاد المواطنين وفي التوعية بالطرق والإجراءات المناسبة في حالة الإصابة به كان بدرجة مرتفعة من ناحية توعية الناس بشأن مخاطر فيروس كوفيد 19، وتحسين طرق الوقاية من فيروس كوفيد 19، ونشر رسائل عديدة للمختصين في الصحة والأوبئة، يمكن وصف دور الاعلام الرقمي بشكل عام بأنه دور إيجابي في جائحة كورونا، ونقل شهادات وتجارب مصابين بالفيروس.

تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة علة (2020) التي أجريت في الجزائر، كذلك دراسة عاشور (2020)، وكذلك دراسة Liu (2020) في الصين التي أشارت نتائجها أن انخراط الناس في السلوكيات الاحترازية تتناسب مع التعرض للمعلومات المتعلقة بـ COVID-19 على وسائط رقمية مختلفة.

لكن بعض وسائل الإعلام الرقمي أسهم في بث رسائل مضللة ما أسهم في زعزعة الثقة بالإجراءات الصحية، وكان بدرجة متوسطة بينما تم تقييم الدور الإيجابي للإعلام الرقمي بدرجة مرتفعة. وقد أشارت بعض الدراسات السابقة إلى مشكلة الأخبار المضللة، إذ أشارت نتائج دراسة جي سكوت برنت وآخرون (J. Scott Brennen, and all, 2020) أن المعلومات المضللة الملفقة بالكامل في وسائل التواصل الاجتماعي كانت بحدود (38%)، بينما بلغ المحتوى المصطنع كلياً (12%).

4- مناقشة نتائج سؤال الدراسة الرابع: ما تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم اتجاه الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة خلال مواجهة الجائحة؟

أظهرت النتائج وجود درجة تقييم إيجابية مرتفعة لدور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم من ناحية الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة خلال مواجهة الجائحة، ويعود السبب وراء ذلك إلى أن قادة الرأي العام من أفراد عينة الدراسة اتفقوا على أن للإعلام الرقمي دور في توعية الناس بمخاطر الفيروس، والتعبير عن هموم الناس ومشاكلهم الناتجة عن الإجراءات الإدارية المصاحبة للإجراءات الحكومية لمكافحة انتشار عدوى الفيروس، ومساعدة الدولة في نشر ثقافة احترام الإجراءات الوقائية.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة ديو وآخرون (De'a & others (2020)، إذ دعمت نتائج الدراسة الدور الإيجابي للتقنيات الرقمية في الحفاظ على علاقات اجتماعية هادفة حتى أثناء المواقف المتطرفة مثل الإغلاق.

من ناحية أخرى فقد تبين أن الإعلام الرقمي ناقلاً للأخبار والمعلومات أكثر منه منتجا لها فيما

يتعلق بفيروس كوفيد 19 بدرجات مرتفعة، وهذا ما أشارت له دراسة J. Scott Brennen, and

(all, 2020) السابق ذكرها، والتي وبينت الدراسة أن الغالبية من المعلومات المضللة على وسائل

التواصل الاجتماعي جاءت من الناس العاديين.

5- نتائج سؤال الدراسة الخامس: ما تقييم قادة الرأي العام في الأردن لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة ؟

أظهرت النتائج وجود درجة متوسطة لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية في هذا الاتجاه، ويعود السبب وراء ذلك إلى أن المبحوثين اتفقوا على أن هناك دور إيجابي للإعلام الرقمي في توعية الناس بالآثار الاقتصادية والمعيشية للجائحة، والتعبير عن شكاوى المواطنين، وتعريف المواطنين بالإجراءات الاقتصادية للجائحة وهبأهم لقبولها والتكيف معها، والتعبير عن شكاوى المنتجين والموزعين من التجار.

ثانياً: مناقشة نتائج فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) في تقييم درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعاً لعوامل (الجنس، شريحة قادة الرأي العام)؟

متغير الجنس

أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قادة الرأي العام في تقييم درجة نجاح

وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعاً لمتغير الجنس.

فئات قادة الرأي العام في الأردن

أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قادة الرأي العام في تقييم درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعاً لمتغير فئات قادة الرأي العام في الأردن.

الفرضية الثانية- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) بين قادة الرأي العام في تقييم دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعاً لعوامل (الجنس، شريحة قادة الرأي العام)؟
متغير الجنس

أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قادة الرأي العام في تقييم دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعاً بعاً لمتغير الجنس.

فئة قادة الرأي العام في الأردن

أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعاً لمتغير فئات قادة الرأي العام. وكانت الفروقات ما بين كبار موظفي القطاع العام والاعلاميين وقادة النقابات المهنية لصالح قادة النقابات المهنية.

الفرضية الثالثة- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) بين قادة الرأي العام في تقييم دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعاً لعوامل (الجنس، شريحة قادة الرأي العام).

متغير الجنس

أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قادة الرأي العام في تقييم دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعاً لمتغير.

متغير شرائح قادة الرأي العام

أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم دور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية تبعاً لمتغير شرائح قادة الرأي العام، وكانت الفروقات ما بين كبار موظفي القطاع العام والاعلاميين ووقادة النقابات المهنية لصالح قادة النقابات المهنية.

ثالثاً: أهم نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها في يلي:

1. إن أكثر وسائل الاعلام التي اعتمدها المواطن الأردني مصدراً للمعلومات حول جائحة كوفيد - 19 كانت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (87.4%)، ثم المواقع الإلكترونية الأردنية بنسبة (83.4%)، ثم محطات التلفزة المحلية بنسبة (80.2%).
2. بلغت درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا درجة متوسطة بنسبة (72.9%)، وهذا عائد إلى أن المبحوثين اتفقوا في الرأي بأنهم حصلوا على أخبار شاملة مع بعض التباين في وسائل الإعلام الرقمي.
- وقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق بين قادة الرأي في تقييم درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا تبعاً لمتغير فئات قادة الرأي العام (القطاع الرسمي الحكومي، الاعلاميين، قادة النقابات المهنية).
3. بينت النتائج أن لوسائل الإعلام الرقمي دور إيجابي في إرشاد المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من الإصابة بعدوى الفيروس وفي التوعية بالطرق والإجراءات المناسبة في حالة الإصابة وبنسبة (78.4%).

وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم دور الإعلام الرقمي الإرشادي والوقائي للحد من انتشار الفيروس تبعاً لمتغير فئات قادة الرأي العام. وكانت الفروقات ما بين القطاع الرسمي الحكومي والاعلاميين وقادة النقابات المهنية لصالح قادة النقابات المهنية.

4. كان دور الصحافة الرقمية فعالاً وكبيراً في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم من ناحية الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة خلال مواجهة الجائحة بنسبة (74.2%).

ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم دور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم من ناحية الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة تبعاً لمتغير قادة الرأي العام. وكانت الفروقات ما بين القطاع الرسمي الحكومي والاعلاميين وقادة النقابات المهنية لصالح قادة النقابات المهنية.

رابعاً: التوصيات

بعد ما تم التوصل اليه من نتائج، فإن الباحث يوصي بالآتي:

1- رغم أن درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا كانت مرتفعة، فإن الباحث يوصي بأن تهتم وسائل الإعلام الرقمي أكثر بفرز الأخبار غير المؤكدة والمزيفة والتي لا تستند إلى مصدر موثوق.

2- رغم الدور الإيجابي للإعلام الرقمي في الإرشاد والوقاية في الحد من انتشار الفيروس كورونا فإن الباحث يوصي بالتوسع في عملية الإرشاد الصحي بالاستناد إلى الجهات الصحية والطبية المعنية من خلال التواصل معها واستضافتها في هذه الوسائل.

3- كان تقييم قادة الرأي العام لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية بدرجة متوسطة

مما يدفع الباحث للتوصية بأن يبذل القائمون على الإعلام الرقمي دورا أكبر في تغطية تلك الآثار والتداعيات ليسهم في تشخيص المشكلات واقتراح الحلول المناسبة لكل منها.

5- يقترح الباحث أن تقوم بعض الجهات المعنية مثل نقابة الصحفيين وكليات الإعلام في الجامعات بعقد دورات تدريبية للعاملين في الإعلام الرقمي بما يحسن من قدراتهم في تحرير الأخبار وكشف الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة.

قائمة المراجع

المراجع العربية

إبراهيم، مروان عبد المجيد (2005) أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، عمان، دار
الوراق للنشر والتوزيع.

أبو أصبع، صالح خليل، (2010) الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط6، عمان، الأردن،
دار البركة للنشر والتوزيع.

أحمد، نشوى (2020) "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، موقع المرسال، بتاريخ 8-1-2020،
على الرابط: <https://2u.pw/aCiNm>

الإفرنجي، محسن (2016) قوالب متعددة لتغطية إخبارية واحدة (1-2). معهد الجزيرة للإعلام
(2016-7-26)، على الرابط: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/476>

أيوب، لورين (2020). 5Ws للدراسات الاجتماعية والتاريخ. موقع (storyboardthat)، تم الدخول
بتاريخ: 2020/10/12 على الرابط: <https://2u.pw/QH3Di>

دبي أيكونيك ليدي، نخبة من خبراء الإعلام العرب يناقشون مستقبل الإعلام الرقمي، 7-2020 على
الرابط: <https://2u.pw/B1iFG>

ديفلير، ملفين وروكيثش ساندر بول (1999). نظريات وسائل الإعلام، الطبعة العربية الثالثة، ترجمة:
عبد الرؤوف، كمال، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع.

الزعبي، عرين (2020) تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية:
دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية: العدد الحادي عشر أيار - مايو 2020 المجلد 3
-ألمانيا - برلين، المركز الديمقراطي العربي. ص 516 - 534.

ساري، حلمي (2016). التواصل الاجتماعي، عمان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.

سكاي نيوز عربية (2020) "الانفلونزا الإسبانية: الوباء الأكثر فتكا في تاريخ البشرية"، بتاريخ 20-
20-20. على الرابط: <https://2u.pw/gDNoy>

الضبع، عارف (2011) الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

عاشور، عبد الحليم وليد (2020) "تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا Covid- 19" دراسة ميدانية، **مجلة الدراسات الإعلامية: العدد الحادي عشر أيار - مايو 2020 المجلد 3 -ألمانيا - برلين، المركز الديمقراطي العربي.** ص 535- 551

عصام الموسى، (2003). الإعلام والمجتمع: دراسات في الإعلام الأردني والعربي والدولي. وزارة الثقافة، عمان 2003، ص 164.

عويطات، جواد (2020). " تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيسبوك "دراسة ميدانية لمستخدمي صحفني قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "France24عربي". **مجلة الدراسات الإعلامية: العدد الحادي عشر أيار - مايو 2020 المجلد 3 -ألمانيا - برلين، المركز الديمقراطي العربي.** ص 572-586

محمدي، خيرة (2020). الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا كوفيد- 19 في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية. **مجلة التمكين الاجتماعي، 2(3)، 34-56.**

مركز هردو (2016). الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي، القاهرة.

المزاهرة، منال هلال (2012). **نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة.**

معوض، محمد وإمام، عبد السلام (2012). **المدخل في فن الخبر الصحفي وتطبيقاته العملية، القاهرة، دار الكتاب الحديث.**

منظمة الصحة العالمية، " إدارة الوباء المعلوماتي بشأن كوفيد-19 ... " بتاريخ 23 أيلول/سبتمبر 2020 على الرابط: <https://2u.pw/9YRwr>

منظمة الصحة العالمية، على موقعها الإلكتروني، 12-11-2020 على الرابط: <https://2u.pw/9LIHo>

موقع مايو كلينك Mayo Clink، "مرض فيروس كورونا المستجد 2019 (كوفيد-19)، نشر بتاريخ: 2020/11/24 على الرابط: <https://2u.pw/JaveV>

موقع وزارة الصحة الأردنية، 2020 - 7-12-2020، الرسم البياني على الرابط: <https://corona.moh.gov.jo/ar>

النجار، فايز، النجار، نبيل، الزعبي، ماجد (2010). أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع.

هارفارد بزنس ريفيو Harvard Business Review، على الانترنت، 8-10-2020، على الرابط:
<https://2u.pw/XuTBM>

المراجع الأجنبية

Alessandro Gabbiadini 1, Cristina Baldissarri 2, Federica Durante 1, Roberta Rosa Valtorta 2, Maria De Rosa 2, Marcello Gallucci 2 (2020) Together Apart: The Mitigating Role of Digital Communication Technologies on Negative Affect During the COVID-19 Outbreak in Italy. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33192807/>

Cellini, Nicola, Natale Canale 5, Giovanna Mioni 1, and Sebastiano Costa (2020 May 15) Changes in sleep pattern, sense of time and digital media use during COVID-19 lockdown in Italy 2020Aug; 29(4): e13074. Doi: 10.1111/jsr.13074. Epub 2020 May 15. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32410272/>

Daniel, Riffe, Lacy, Stephen and Varouhakis, Miron. Media System Dependency Theory and Using the Internet for In-depth, Specialized Information. WJMCR 11 (January 2008). p2. Available at: <https://2u.pw/aL01s>.

Dunwoody ,Sharon and Peters, Hans Peter (1992) Mass media coverage of technological and environmental risks: a survey of research in the United States and Germany. Public Understand. Volume: 1 issue: 2, page(s): 199-230. Available on line: <https://2u.pw/2WRtl>

Ferreira, Gil Baptista and Borges, Susana (2020) Media and Misinformation in Times of COVID-19: How People Informed Themselves in the Days Following the Portuguese Declaration of the State of Emergency. Journal. Media 2020, 1, 108–121; doi: 10.3390/journalmedia1010008

J. Scott Brennen, Felix M. Simon, Philip N. Howard, and Rasmus Kleis Nielsen (2020) "Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation", - Oxford Martin School. (Fact sheet), April 2020, online: <https://2u.pw/34MHI>

- Liu, Piper Liping (7 Oct 2020) COVID-19 Information Seeking on Digital Media and Preventive Behaviors: The Mediation Role of Worry. Published Online: <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0250>
- Rahul De, Neena Pandey, and Abhipsa Pal (2020 Dec) Impact of digital surge during Covid-19 pandemic: A viewpoint on research and practice Manage. 2020 Dec; 55: 102171. Published online 2020 Jun 9. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2020.102171
- Sekaran, U & Bougie, R (2016) Research Methods for Business: A Skill –Building Approach, 6th, John Wiley & Sons.

الملحقات

الملحق رقم (1) استبانة الدراسة النهائية



النقابيين وقادة الرأي العام الكرام

تمثل الاستبانة المرفقة أداة دراسة لاستكمال درجة الماجستير في الإعلام من جامعة الشرق الأوسط بعنوان " تقييم قادة الرأي العام في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد 19 "كورونا". دراسة مسحية"، أرجو الاستجابة لأسئلتها حسب ما ترونه مناسباً، علماً أن المعلومات لن تستخدم لغير أغراض هذه الدراسة العلمية.

ولكم خالص التقدير والاحترام

الباحث: سهم محمد مفضي السعايدة

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
- 2-العمر: 18 - 28 ☐ 29-39 ☐ 40 سنة فأكثر ☐
- 3-المستوى التعليمي: - أقل من ثانوية عامة ☐ - ثانوية عامة ☐ - جامعة ☐
- دراسات عليا ☐

4-المهنة أو الوظيفة التي تنتمي إليها:

5-درجة اهتمامك بالشأن العام:

كبير جدا ☐ كبير ☐ متوسطة ☐ اهتمام ضعيف ☐ اهتمام ضعيف جدا ☐

6-درجة اهتمامك بأخبار جائحة كورونا:

كبير جدا ☐ كبير ☐ متوسطة ☐ اهتمام ضعيف ☐ اهتمام ضعيف جدا ☐

المحور الثاني: الوسائل المعتمدة

س 1: وسائل الاعلام والاعلام الرقمي التي اعتمدها قادة الرأي العام من عينة الدراسة مصدرا للمعلومات حول جائحة كوفيد -19 هي (يمكن اختيار أكثر من وسيلة):

	الوسيلة	اعتماد كبير جدا	اعتماد كبير	اعتماد متوسط	اعتماد ضعيف	اعتماد ضعيف جدا
7	الإذاعات المحلية					
8	الصحف الورقية المحلية					
9	محطات التلفزة المحلية					
10	المواقع الإلكترونية الأردنية					
11	الإذاعات الاقليمية والدولية					
12	محطات التلفزة الإقليمية والدولية					
13	المواقع الإلكترونية العالمية					
14	مواقع التواصل الاجتماعي					
15	الرسائل التي تنتقل عبر التطبيقات البصرية أو الصوتية أو النصية					

رقم-2-مستويات الاداء

س 2: درجة نجاح وسائل الإعلام الرقمي الأردني في تقديم تغطية شاملة حول جائحة كورونا من وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن.

ملاحظة: تعرف وسائل الإعلام الرقمي لغاية هذه الدراسة: هي (المواقع والصحف الإلكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات الإلكترونية الاخبارية).

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفئة: درجة نجاح التغطية	
					حصلت على أخبار ومعلومات كافية عن جائحة كورونا من وسائل الإعلام الرقمي	16
					حصلت على أخبار موضوعية من وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا	17
					حصلت على أخبار دقيقة من وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا	18
					هناك تضارب في الأخبار والمعلومات التي تنبث عبر وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا	19
					كثير من المعلومات والأخبار عبر وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا كانت زائفة أو مشوشة.	20
					كثير من المعلومات والأخبار عبر وسائل الإعلام الرقمي حول جائحة كورونا كانت مضللة	21
					وسائل الإعلام الرقمي كانت مسؤولة عن التضليل فيما يخص الاخبار والمواضيع المتعلقة بجائحة كورونا	22
					مصادر الأخبار هي المسؤولة عن التضليل فيما يخص الاخبار والمواضيع المتعلقة بجائحة كورونا وليس الوسائل الإعلامية	23

3-إجراءات الوقاية

س 3: ما الدور الذي قام به الإعلام الرقمي في إرشاد المواطنين لاتخاذ إجراءات الوقاية من

الإصابة بعدوى الفيروس وفي التوعية بالطرق والإجراءات المناسبة في حالة الإصابة به؟

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفئة: ساهم الاعلام الرقمي في:	
					توعية الناس بشأن مخاطر فيروس كوفيد 19	24
					تحسين طرق الوقاية من فيروس كوفيد 19	25
					نقل شهادات وتجارب مصابين بالفيروس	26
					نشر رسائل عديدة للمختصين في الصحة والأوبئة	27
					بث رسائل مضللة ما أسهم في زعزعة الثقة بالإجراءات الصحية	28
					يمكن وصف دور الاعلام الرقمي بشكل عام بأنه دور إيجابي في جائحة كورونا	29

4-التعبير عن هموم الرأي العام

س 4: ما تقييمك لدور الإعلام الرقمي في التعبير عن هموم المواطنين والمشكلات التي تواجههم

من ناحية الإجراءات الإدارية التي تتخذها الحكومة خلال مواجهة الجائحة؟

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفئة: أرى أن الإعلام الرقمي ساهم في:	
					توعية الناس بمخاطر الفيروس	30
					مساعدة الدولة في نشر ثقافة احترام الإجراءات الوقائية	31
					التعبير عن هموم الناس ومشاكلهم الناتجة عن الإجراءات الإدارية المصاحبة للإجراءات الحكومية لمكافحة الفيروس	32

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفئة أرى أن الإعلام الرقمي ساهم في:	
					نشر الأخبار والمعلومات المضللة بين المواطنين حول فيروس كوفيد 19	33
					نشر الخوف والفزع بين المواطنين من فيروس كوفيد 19	34
					كان الإعلام الرقمي ناقلاً للأخبار والمعلومات أكثر منه منتجا له فيما يتعلق بفيروس كوفيد 19	35
					مسؤولية الأخبار والمعلومات المضللة تقع على المصادر الطبية والسياسية وليس الإعلام الرقمي	36
					اشتركت جميع الأطراف في مسؤولية الأخبار المضللة سواء السياسيين والإداريين والجهاز الطبي إضافة إلى الإعلام الرقمي	37

5- الجانب الاجتماعي والاقتصادي

س 5: ما تقييمك لدور الإعلام الرقمي في تغطية الآثار والتداعيات الاقتصادية والمعيشية للمواطنين

والعاملين والشركات المترتبة على الجائحة والإجراءات الحكومية في هذا الاتجاه؟

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفئة: ساهم الاعلام الرقمي:	
					في توعية الناس بالآثار الاقتصادية والمعيشية للجائحة	38
					تعريف المواطنين بالإجراءات الاقتصادية للجائحة وهياهم لقبولها والتكيف معها	39

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفئة: ساهم الاعلام الرقمي:	
					هيا المواطنين لقبول الإجراءات الاقتصادية والتكيف معها	40
					قام بمراقبة حركة السلع في الأسواق	41
					قام بالتعبير عن شكاوى المواطنين	42
					قام بالتعبير عن شكاوى المنتجين والموزعين من التجار	43
					قدم المعلومات والتعليمات المناسبة للعمال العاطلين عن العمل وعرفهم بحقوقهم.	44

الملحق رقم (2) قائمة بأسماء السادة المحكمين

الرقم	الاسم	الدرجة العلمية	التخصص	الجامعة
1	د. كامل خورشيد	أستاذ مشارك	اعلام	الشرق الاوسط
2	د. عبدالكريم الدبيسي	أستاذ مشارك	صحافة	الشرق الاوسط
3	د. حنان الشيخ	أستاذ مساعد	اذاعة وتلفزيون	الشرق الاوسط
4	د. تيسير ابو عرجة	أستاذ	صحافة واعلام	البترا
5	د. مجذوب بخيت	أستاذ	صحافة واعلام	السودانية

الملحق رقم (3) كتاب تسهيل المهمة

MEU جامعة الشرق الأوسط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan
كلية الإعلام
Faculty Of Media

التاريخ: 2021/04/05

إلى من يهمه الأمر،،

تحية طيبة وبعد،،

أرجو التكرم بتسهيل مهمة الطالب (سهم محمد مفضي السعابدة) ورقمه الجامعي (401920067) والمسجل في برنامج الماجستير في كلية الإعلام /جامعة الشرق الأوسط، وذلك من خلال توزيع الاستبانة الخاصة بإتمام رسالته والموسومة ب (تقييم قادة الرأي في الأردن لتغطية الإعلام الرقمي لجائحة كوفيد 19 "كورونا" دراسة مسحية.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام،،،

ق.أ. عميد كلية الإعلام

كلية الإعلام

MEU

Amman - Jordan

د.حنان كامل الشيخ

MIDDLE EAST