تقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية لآليات إدارة أزمات العمل في ظل جائحة كورونا

د. مي محمود محمد توفيق محمود*

الملخص:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على تقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية لآليات إدارة أزمات العمل في ظل جائحة كورونا، وتحديدا إبان الموجة الأولى من الجائحة نظرا لتداعيات ظروف الحظر، وكذلك التعامل مع متغير جديد على المجتمع المصري، واختارت الباحثة مؤسسات: الأهرام، أخبار اليوم، دار التحرير للطبع والنشر"الجمهورية"؛ لأنها تقوم بتوزيع جميع الجرائد والمجلات القومية والخاصة والحزبية في مصر.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت استمارة الاستقصاء حيث تمثلت عينة الدراسة في عينة عمدية تتم عن طريق الاختبار العمدي لعينة قوامها(110) مفردات من العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية (التوزيع، الإعلان، العلاقات العامة، النقل والحركة، الصحة والسلامة المهنية) للمؤسسات الصحفية المصرية.

وأظهرت الدراسة عدة نتائج منها: الخوف من ملامسة الجرائد وكذلك النقود، من أهم أسباب تراجع توزيع الصحف فى تلك الفترة، واتفقت نسبة98.2 % من المبحوثين - عينة الدراسة -على نجاح مؤسساتهم الصحفية في آليات إدارة الأزمة إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا.

الكلمات الدالة المفتاحية: إدارة الأزمة- جائحة كورونا – القطاعات الإدارية والتجارية

* مدرس بقسم الصحافة - أكاديمية أخبار اليوم

Evaluation of Workers in the Administrative and Commercial Sectors in Egyptian Press Institutions for Mechanisms for Managing Work Crises under the Corona Pandemic

Summary:

The problem of the study is to identify the assessment of workers in the administrative and commercial sectors in the Egyptian press institutions for the mechanisms of managing work crises in light of the Corona pandemic, specifically during the first wave of the pandemic due to the repercussions of the conditions of the ban, as well as dealing with a new variable on Egyptian society, and the researcher chose institutions: Al-Ahram Akhbar Al-Youm, Al-Tahrir House for Printing and Publishing "Al-Gomhoria"; Because it distributes all national, private and partisan newspapers and magazines in Egypt.

This study belongs to the descriptive studies, and it relied on the media survey method and used the survey form, where the sample of the study was a deliberate sample, which is done by deliberate testing of a sample of 110 items from workers in the administrative and commercial sectors (distribution, advertising, public relations, transportation and movement, health and occupational safety) for Egyptian press institutions.

The study showed several results, including: the fear of touching newspapers as well as money is one of the most important reasons for the decline in newspaper distribution during that period, and 98.2% of the respondents in the study sample agreed on the success of their press institutions in crisis management mechanisms during the first wave of the Corona pandemic.

Key words: crisis management - Corona pandemic - administrative and commercial sectors

مقدمة :

لقد شهد العالم العديد من الأزمات والأوبئة منذ العصور القديمة وحتى الوقت الحاضر؛ مما أثر سلبا على جزء كبير من العالم على المستويين الاقتصادي والاجتماعي، وفي الوقت الراهن يواجه العالم أزمة تفشي وباء كورونا –كوفيد19، ورغم كثرة الكوارث التي تعرضت لها البشرية عبر التاريخ من صراعات وحروب وأمراض وغيرها؛ إلا أن التحديات التي تواجهها البشرية في صراعها للحفاظ على استمرارية الحياة من خلال مكافحة الأمراض والجوائح والأوبئة تستحق جهدا مستمرا أكثر فاعلية تجنبا لتكرار المآسي الناتجة عنها، حيث تسببت جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد19) والتداعيات المصاحبة لهذه الأزمة منذ بدايتها في تحديد مواعيد محددة للتنقل بين المحافظات، وتوقف حركة التنقل والطيران بين الدول وبعضها البعض، وإغلاق للمدارس والجامعات، وتشجيع أعداد متزايدة من الناس على العمل من المنزل، وصولا إلى فرض حظر التجوال من قبل الحكومات في مختلف بلدان العالم، لحدوث خسائر لأغلب القطاعات والمؤسسات في كافة دول العالم نظرا لقيام الحكومات باتخاذ التدابير الاحترازية لمنع تفشي فيروس كورونا؛ مما كان له عظيم الأثر على أرباح الشركات والمؤسسات، وتعرضها لعدد من المخاطر.

وتبعا لبيان نشرته جامعة "جونز هوبكينز الأمريكية"التي تتابع تفشي فيروس كورونا – كوفيد19 في العالم؛ ارتفع إجمالي عدد الوفيات بالفيروس حتى 2020/4/27 إلى 207431، فيما بلغ عدد الإصابات2989090 حالة، وذلك إبان الموجة الأولى فقط للجائحة.

ونظرًا لاستمرار انتشار وتمحور فيروس كورونا المستجد (كوفيد19) وتداعياته على الاقتصاد والمؤسسات الصحفية المصرية من تراجع أرقام توزيع الجرائد بشكل ملموس، وتراجع إيرادات الإعلانات؛ تعرضت هذه المؤسسات الصحفية للعديد من الأزمات شأنها شأن باقى قطاعات الدولة، فكان لزاما عليها محاولة إدارة هذه الأزمة ومواجهتها، فاتخذت العديد من الإجراءات، مثل: تطبيق نظم العمل عن بعد، التناوب في العمل، ومحاولة زيادة التوجه نحو الرقمنة وكذلك الإعلانات الإلكترونية.

لذلك تهتم الدراسة الراهنة بتقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية لآليات إدارة أزمات العمل في ظل جائحة كورونا، وكيفية التعامل مع إدارة هذه الأزمات، وخاصة في الموجة الأولى وأثناء تطبيق قرار حظر التجوال المطبق من قبل الحكومة المصرية بداية من "مارس 2020"، وما ترتب على ذلك من حجر منزلي، ووقف لوسائل النقل الجماعي، وإغلاق المطارات، ومنع الانتقال بين الدول وبعضها البعض، وإلغاء الفعاليات الرياضية والثقافية المحلية

والعالمية، وحث المواطنين على الالتزام بالإجراءات الوقائية، وصولا إلى تطبيق عقوبات على المخالفين.

وهذا لن يتأتى دون اهتمام وتكاتف مختلف الإدارات في المؤسسات الصحفية بكيفية التخطيط لاحتواء تداعيات هذه الأزمة وكيفية إدارتها.

مشكلة الدراسة:

انطلقت الدراسة الحالية من الحالة التي اجتاحت العالم بأسره ومازالت، وهي تفشي وباء فيروس كورونا-كوفيد19، ذلك الوباء الذي بدأ بعدد محدود من الأشخاص والوفيات، ثم انتشر سريعا عبر القارات؛ ليصبح جائحة أسفرت عن إجراءات وتدابير وصفها تقرير مشترك بين منظمة الصحة العالمية والصين بأنها من أكثر الجهود سرعة وقوة وصرامة اتخذت لاحتواء الوباء في التاريخ، وحيث إن مصادر دخل المؤسسات الصحفية تأثرت بشدة خلال الشهور الماضية من تطورات أزمة فيروس كورونا- وتحديدا فيما يتعلق بتراجع أرقام التوزيع ومعدلات الإعلان في الصحف المصرية- كان على المؤسسات الصحفية تحمل عبء مواجهة وإدارة الأزمة، وبالتالي تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على تقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية لآليات إدارة أزمات العمل في ظل جائحة كورونا بداية من الموجة الأولى وما فرضته على الدولة من تدابير وقائية وتطبيق قرار حظر التجوال، وكذلك التعامل مع متغير جديد على المجتمع المصري، واختارت الباحثة مؤسسات: الأهرام، أخبار اليوم، دار التحريرللطبع والنشر"الجمهورية"؛ لأنها تقوم بتوزيع جميع الجرائد والمجلات القومية والخاصة والحزبية في مصر.

فقد رأت الباحثة ضرورة دراسة ورصد تقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية (التوزيع ، الإعلان، الصحة والسلامة المهنية، العلاقات العامة، النقل والحركة) في المؤسسات الصحفية المصرية لآليات إدارة أزمات العمل في ظل جائحة كورونا للمؤسسات الصحفية السابق ذكرها لآليات إدارة هذه الأزمة، ومدى نجاح هذه المؤسسات- من وجهة نظرهم- في التعامل معها.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من تناولها تقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية لآليات إدارة أزمات العمل في ظل جائحة كورونا، ومدى نجاح هذه المؤسسات- من وجهة نظرهم- في تأدية مهامهم على أكمل وجه أثناء الموجة الأولى من جائحة كورونا، وخاصة إبان تطبيق الحظرمن قبل الحكومة المصرية؛ حيث ظهر ضرورة التركيز على إبراز الدور الذي تقوم به هذه القطاعات

في التعامل مع تلك الأزمة، والمقارنة والتكامل بين أداء كل منها- ومن هنا يمكن توضيح أهمية الدراسة من خلال بعدين:

أولا- الأهمية العلمية:

1- تتضح أهمية الدراسة في أنها تُشكل إضافة معرفية لمجال الدراسات الإعلامية التي تناولت إدارة الأزمة إبان جائحة كورونا في ظل تنامي هذه الأزمة بشكل متسارع.

2- تكتسب الدراسة أهمية خاصة نظرًا لزيادة الانتقادات لدور المؤسسات الصحفية في تناول الأزمات ومعالجتها.

3- تعد هذه الدراسة هي الأولى من نوعها في مجال الدراسات الإعلامية المنشورة باللغة العربية التي تناولت أزمة تفشي فيروس كورونا من الناحية الإدارية.

ثانيا- الأهمية المجتمعية:

1- تعد هذه الدراسة محاولة عملية لوضع العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية آليات للتحقق من كيفية إدارة الأزمات في مؤسساتهم الصحفية.

2- معرفة الإطار الذي وضعه العاملون في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية لجوانب إدارة الأزمة- موضوع الدراسة- والتأكيد على دور هذه المؤسسات في الإعلام والتوعية لمعطيات الأزمات.

3- تساعد الدراسة الإدارات المختلفة بالمؤسسات الصحفية في التعرف على دورها في إدارة الأزمات.

الإطار النظرى للدراسة:

- **مدخل تحليل النظم**

تتبنى الباحثة هذا المدخل لمعرفة تقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية لآليات إدارة أزمات العمل في ظل جائحة كورونا- وتحديدا إبان الموجة الأولى- وقرار حظر التجوال المعلن من قبل الحكومة المصرية "مارس 2020" سواء في تحقيق واقعها الحالي أو في البحث عن مستقبلها، باعتبار أن ذلك المدخل النظري هو أنسب المداخل التي تسمح بتحقيق الرؤية الكلية، ويتكون النظام من مجموعة من الأهداف والأجزاء والعناصر والمتغيرات المتفاعلة في إطار ذلك النظام، وذلك من خلال عدد من العلاقات المتشابكة بما يحقق أهداف ذلك النظام[1].

وتحليل النظم هو عبارة عن منهج استدلالي يقوم بداية على فكرة عزل العناصر والمكونات عن بعضها، ومحاولة وصفها وصفاً جزئياً دقيقاً لتحديد معالم التفاعلات والعلاقات بين هذه العناصر وبعضها التي تؤدي إلى وجود الظاهرة أو المشكلة، ثم اقتراح الحلول والبدائل التي تتفق وخصائص هذه التفاعلات والعلاقات.

وتأتى نظرية النظم فى إطار النظريات الحديثة التى تقوم على أساس نقد النظريات السابقة، وباعتبار أن التنظيم نظام مقفل، بينما يرى التنظيم فى نظرية النظم أنه نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة المحيطة به، وذلك ضمانا لاستمرارية التنظيم[2]،ولذا فإن دراسة أى تنظيم لا بد أن تكون من منطقى النظم، بمعنى تحليل المتغيرات وتأثيراتها المتبادلة، فالنظم البشرية تحتوى على عدد كبير من المتغيرات المرتبطة ببعضها.وبالتالي فإن نظرية النظم نقلت منهج التحليل إلى مستوى أعلى؛ حيث تقوم هذه النظرية على أجزاء يتكون منها النظام لها علاقة وثيقة ببعضها البعض، وهذه الأجزاء هي:

1- الفرد (قائدا أو منفذا) وبصفة أساسية التركيب السيكولوجي أو هيكل الشخصية الذي يحضره معه في المنظمة.

2- لذا فمن أهم الأمور التي تعالجها النظرية حوافز الفرد واتجاهاته عن الناس والعاملين، والترتيب الرسمي للعمل أو الهيكل التنظيمي وما يتبعه من مناصب.

3- يركز على تنظيم بين المجموعات وأنماط تفاعلهم مع بعضهم وعملية تكيف التوقعات المتبادلة.

4- الجزء الأساسي الرابع في النظام هو تكنولوجيا العمل، ومتطلباتها الرسمية، فالآلات والعمليات يجب تصميمها بحيث تتمشى مع التركيب السيكولوجي والفسيولوجي للبشر.

يطبق هذا المدخل في دراسة النظام الإعلامي ككل في المجتمع، أو دراسة المؤسسات الإعلامية ذاتها كنظام اجتماعي أيضا في المجتمع يعمل في إطار البنائية الوظيفية لتحقيق التغيير والتطوير،ويعتبر مدخل تحليل النظم محاولة لتطبيق الطريقة العلمية في تقييم الأداء من خلال تحديد المشكلة، والنظر إليها في إطارها الكلي بحيث تؤخذ جميع الظروف في الاعتبار، حيث إن وسائل الإعلام تعتبر في الفكر التنظيمي نظاما مفتوحا يتفاعل مع البيئة المحيطة به،كما أن حدود توظيف تحليل النظم في دراسة المؤسسات الإعلامية لا تقتصر على وصف العناصر والمكونات فقط، ولكنها تمتد إلى وصف علاقات المؤسسات الإعلامية بالنظم الاجتماعية الأخرى والبيئة الكلية لهذه النظم.

وستتناول الدراسة تقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية لآليات إدارة أزمة كورونا التي تتأثر بضغوط النظام الصحفي الذي تخضع له مؤسسات الدراسة، ويتوافق في الوقت

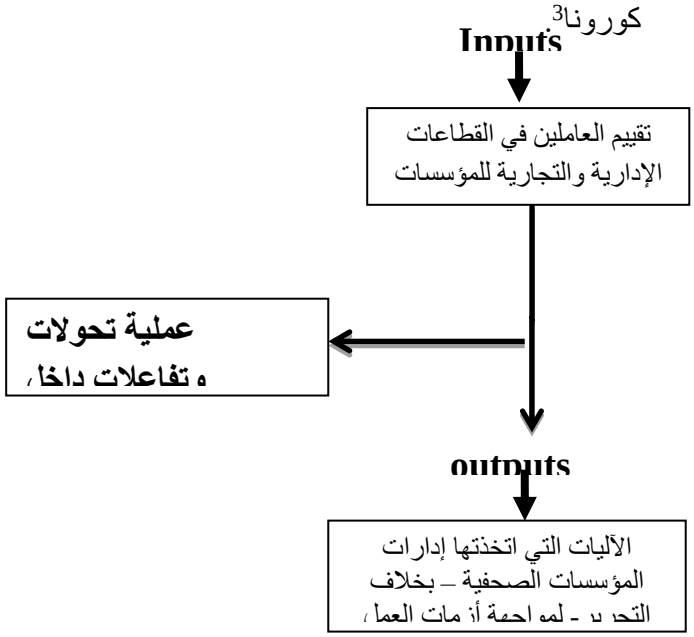
نفسه مع متطلبات جماعات الضغط والمصالح، سواء كانت جماعات إدارية أوتجارية في ضوء بروز التوزيع والإعلانات كعوامل رئيسية من عوامل إيرادات الصحف؛ للمساهمة بشكل أساسي في دخل الصحيفة، وقد تهدد بقاء الصحف المطبوعة.

ويركز مدخل تحليل النظم بصفة عامة على ثلاث عمليات رئيسية يمكن توظيفها في ضوء موضوع الدراسة على النحو التالي:

أ- المدخلات (Inputs): وتتمثل في تقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة.

ب- عملية التحول (Conversion Process): وهي العملية التي تشهد تحولات وتفاعلات داخل المؤسسات الصحفية بفعل ما تواجهه الصحف من تحديات جراء أزمة كورونا.

جـ- المخرجات (Outputs): وتتمثل في الآليات التي اتخذتها إدارات المؤسسات الصحفية – بخلاف التحرير- لمواجهة أزمات العمل إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا[3]



- **مدخل إدارة الأزمات:**

يقوم هذا المدخل على تأصيل نظري لعلاقة الإعلام بالأزمات من خلال طرح مجموعة من المحاور التي تساهم في توضيح مراحل أزمة الدراسة، ودور المؤسسات الصحفية عينة الدراسة في كل مرحلة من مراحل الأزمة، وذلك بغية تقديم

رؤيـة تـدفع نحـو التعامـل بشـكل أفضـل مـع الأزمـات، وتسـاعد العـاملين بالقطاعـات الإدارية في المؤسسات الصحفية على مواجهة الأزمات وحسن إدارتها.

دورة حياة الأزمة - The Crisis Life

يُشير تحليل الأزمات إلى تشابهٍ كبيرٍ مع النموذج البيولوجي في دورة الحياة، حيث يمر الكائن الحي بمراحل مختلفة من الميلاد، ثم مرحلة النمو والنضج وصولاً إلى مرحلة الانحدار والموت، ويمكن أن تُستخدم دورة حياة الأزمة لتعبر عن كل مرحلةٍ من مراحل دورة الحياة.

فحين تظهر بوادر الأزمة أو ميلادها يمكن أن تتدخل فنون الإدارة لتَحولَ دون أن تصل الأزمة إلى مرحلة النمو والنضج، وفي هذه الحالة تستطيع الإدارة الرشيدة أن تُنهي الأزمة في مهدها، وقد تنجح الإدارة الجيدة في تجنب الأزمة قبل أن تُولد بما يمكن أن يُطلق عليه " إجهاض الأزمة " Crisis Abortion
وحين تتجاهل الإدارة معالجة الأزمة في مهدها تكون الظروفُ مهيأةً لميلاد الأزمة ونموها ووصولها إلى مرحلة النضج التي تُشكِّل تهديداً كبيراً لسمعة المنظمة.
وإذا استطاعت المنظمة التصدي للمشكلات قبل أن تستفحل وتنمو وتتحول إلى أزمات، فإنها سوف تتجنب التغطية السلبية التي تُقدمها وسائل الإعلام نتيجة نقص المعلومات وزيادة الغموض، ورغم ذلك يجب أن ندرك أن بعض الأزمات لا يمكن تجنبها واحتواؤها في مهدها.

تصنيف دورة حياة الأزمة:

يرى العلماء أن دورة حياة الأزمة تمر بثلاثِ مراحل:

1- ما قبل وقوع الأزمة: وهو ما يُعرف باستثمار الأزمة واتخاذ الإجراءات الوقائية Proactive حتى يُمكن تلافيها.

2- مواجهة الأزمة حال وقوعها: من خلال اتخاذ الإجراءات التي تُحد من الآثار الضارة والعمل على تضييق نطاقها.

3- إجراءات ما بعد الأزمة: من خلال دراسة وتقييم ماذا حدث؟ وكيف حدث؟ وعدم تكرار أزمات متشابهة.

- يرى علماء آخرون أن دورة حياة الأزمة تمر **بخمس مراحل رئيسة على النحو الآتي:**

- **مرحلة إشارات الإنذار Signal Direction:** فغالباً ما يسبق الأزمة بعض علامات الإنذار المبكر التي تُنبئ باحتمال نشوب الأزمة، وعادةً ما تحدث الأزمات نتيجة عدم الانتباه إلى تلك الإشارات.

- **مرحلة الاستعداد والوقاية Preparation – Prevention:** تعتمد هذه المرحلة على رسم سيناريوهات مختلفة لمواجهة الأزمات المُحتملة وكيفية التعامل معها، والعمل على الحد من مخاطرها.
- **مرحلة احتواء الأضرار Reactive:** وهي مرحلة حدوث الأزمة، حيث تتم مراجعة الخطط الوقائية وإدخال التعديلات عليها في ضوء الموقف الفعلي للأزمة، وحجم التأثيرات الناجمة عنها والعمل على استعادة النشاط.
- **مرحلة استعادة النشاط Recovery:** تشتمل على إعداد وتنفيذ برامج تستهدف استعادة الصور الذهنية الإيجابية عن المنظمة من خلال استمرار الأنشطة الاتصالية التي تساعد على ذلك.
- **مرحلة استيعاب الدروس المُستفادة Learning:** وتتضمن رصد وتقييم حصيلة الخبرات التي اكتسبتها المنظمة نتيجة وقوع الأزمة وكيفية التعامل معها.

وقد أدى التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال وانتشار القنوات الفضائية، وقواعد البيانات، وشبكات المعلومات مثل شبكة الإنترنت بما تحققه من تدفقٍ سريع للأخبار والمعلومات وما تنطوي عليه من معلومات دقيقة وغير دقيقة عن المنظمة تنشرها وسائل الإعلام على نطاقٍ واسع؛ إلى ضرورة حرص المنظمات على مراقبة هذه الوسائل الجديدة الواسعةِ الانتشار بأن تعمل على إقامة روابط إيجابية معها وإمدادها بالمعلومات الدقيقة أولاً بأول فيما يُعرف باتصالات الأزمة.

الاتصالات ودورها في المراحل المختلفة للأزمة:

تعرف اتصالات الأزمة بأنها "كافة الأنشطة الاتصالية التي تُمَارس أثناء المراحل المختلفة للأزمة، بغض النظر عن الوسائل والمَضامين المُستخدمة فيها، بما في ذلك أنشطة العلاقات العامة والأدوار الاتصالية التي تقوم بها المنظمات أثناء مراحل الأزمة، وكذلك الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها وسائل الإعلام".

- يمكن حصر دوافع الاهتمام باتصالات الأزمة في الدوافع الآتية:

- تزايد أعداد الأزمات التي تُعاني منها المنظمات والمؤسسات المختلفة في المجتمع في السنواتِ الأخيرة.
- تزايد اهتمام وسائل الإعلام بتغطية أخبار الأزمات والأخطار الصناعية والبيئية والسياسية المحدقة بالجماهير، واللجوء إلى تغطيتها بعمقٍ من خلال تقارير تقصّي الحقائق.
- التأثير العميق للأزمات على المجتمع ومؤسساته وهيئاته.

- تحظى الأزمات والكوارث بتغطية واسعة من قِبَل وسائل الإعلام باعتبارها من الأخبار السلبية التي تُحقق الانتشار لوسائل الإعلام وتُلبي حاجة الناس إلى المعرفة.
- تستقطب الأزمات اهتمام السياسيين وجماعات المصالح الخاصة.
- تأثير الأزمة لا يقف مردوده السلبي عند حدٍ مختصٍ بعينه، بل قد يتجاوز إلى التأثير في قطاعات كاملة في المجتمع.

دور الإعلام والاتصالات في المراحل المختلفة للأزمة:

ينطلق دور الإعلام والاتصالات في المراحل المختلفة للأزمة أو ما يُطلق عليه دورة حياة الأزمة من ثلاثة مبادئ رئيسة هي:

- إدارة القضايا التي تثيرها الأزمة Issues Management.
- التخطيط لمنع الأزمة Planning Prevention.
- الإنجاز والعمل على انحسار الأزمة Implementation.

المرحلة الأولى: دور الإعلام والاتصال في إدارة القضايا المتعلقة بالأزمة:

- مراقبة البيئة والبحث في الأفكار السائدة والاتجاهات المتعلقة بالمشكلات أو العناصر التي تُنبئ بوقوعِ الأزمة.
- تجميع معلومات عن القضايا التي يُحتمل أن تُسبب مشكلات أو أزمات بالنسبة للمنظمة.
- تطوير استراتيجية اتصال تستهدف منع حدوث الأزمة أو إعادة توجيه القضايا وأطراف الأزمة على النحو الذي يمنع وقوع الأزمة.

المرحلة الثانية: دور الإعلام والاتصال في المشاركة في التخطيط لمنع الأزمة:

1- وضع سياسة وقائية لمنع الأزمة من خلال تناول ومناقشة أبعاد المواقف والمشكلات التي تؤدي إلى احتمال وقوع الأزمات والتنبيه إليها.

2 - إيجاد قنوات من الاتصال بين وسائل الإعلام وفريق إدارة الأزمة في المنظمة.

3 - الوصول إلى ممثلي المنظمة للتعامل مع الإعلام وتوصيل الحقائق إلى الجماهير.

4- تصميم رسائل اتصالية للجمهور المُستهدف لتوضيح مواقف الأطراف المعنية من الأزمة والجهود المبذولة لاحتواء المشكلة وإبراز الحلول المطروحة.

المرحلة الثالثة: إدارة الأزمة:

- العمل على استمرار التدفق السريع للمعلومات والبيانات المتعلقة بالأزمة.
- تقييم استجابة المنظمة للأزمة من خلال رؤية الخبراء والمتخصصين في سيناريوهات مواجهة الأزمة وفعاليات التعامل معها من جانب المنظمة.
- إبراز أسباب تطور الأزمة وأبعادها وأبعاد التأثيرات التي يمكن أن تُحدثها.
- توعية الجمهور بأساليب مواجهة الأزمة وتداعياتها والأدوار والوظائف المطلوبة منه للإسهام في احتواء آثار الأزمة.
- إعداد وتنفيذ رسائل اتصالية وإعلامية تقيم الأزمة وتعرض طرق مواجهتها والأنشطة المبذولة من قِبَل الجهات المعنية بالأزمة لاحتواء آثارها.

المرحلة الرابعة: دور الإعلام والاتصال بعد انحسار الأزمة:

- الاستمرار في جذب اهتمام الجمهور نحو الجهود والأنشطة المبذولة لاحتواء الأزمة.
- الاستمرار في رصد ومتابعة تداعيات الأزمة حتى تقل حدتُها أو تختفي.
- الاستمرار في تزويد الجمهور بالمعلومات حول إجراءات مواجهة الأزمة وتحليل مدى ملاءمة هذه الإجراءات وقدرتها على عدم تكرار الأزمة في المستقبل من خلال الخدمات التفسيرية والتحليلية من جانب الخبراء والمتخصصين.
- رصد ردود الأفعال الرسمية والشعبية واتجاهاتهم لتجنب أزمات مستقبلية.
- تطوير استراتيجية اتصال تستفيد من الخبرة الحالية في مواجهة الأزمة للاستعانة بها والبناء عليها في مواجهة أزمات مشابهة لتحديد النقاط السلبية والإيجابية للأنشطة الاتصالية والإعلامية المستخدمة.
- طرح بعض الأسئلة المهمة لتقييم الأداء الإعلامي في مراحل الأزمة، **ومن أهمها:**
- هل تمت الاستجابة الإعلامية للأزمة بالسرعة والفعالية المطلوبة؟
- هل تم العمل وفق خطة اتصالية منظَّمة؟
- ما نوعية الفئات التي استهدفتها الرسائل الإعلامية والاتصالية، وهل وصلت إليهم وكانت ملائمة لهم؟
- هل تم تجاهل فئة معينة من الجمهور؟

- ما نوعية الرسائل الإعلامية والأساليب المنطقية التي تم توجيهها للجمهور، وهل تتلاءم مع المراحل المختلفة للأزمة؟
- ما حجم التغطية الإعلامية للأزمة، وهل كان كافياً لتلبية احتياجات الجمهور للمعرفة والتوعية بأبعاد الأزمة وتداعياتها؟
- هل تم عرض أخبار غير دقيقة أو شائعات، وما الوسائل التي استُخدمت لمعالجة هذا الأمر لمنع عدم تكراره؟
- هل كانت الكوادر الإعلامية على دراية بالأزمة وأبعادها والقدرة على التعامل معها.

مهام الإعلام في المراحل المختلفة للأزمة:

يختلف التداول الإعلامي للأزمات باختلاف المراحل التي تمر بها الأزمة، حيث يقوم الإعلام بمهام ووظائف وأدوار تختلف باختلاف هذه المراحل كما يأتي:

- **مرحلة نشر المعلومات:** وهي المرحلة التي تبدأ مع ظهور الأزمة، حيث يقوم الإعلام بدورٍ حيويٍ في التعريف بالأزمة وإمداد الجمهور بالمعلومات والبيانات عنها ليواكب رغبة الجماهير في مزيدٍ من المعرفة واستجلاء المواقف عن الأزمة وأبعادها.
- **مرحلة تفسير المعلومات:** حيث تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأزمات مماثلة، وهنا تُفسِح وسائل الإعلام المجال أمام كل ما يساعد على استجلاء الحقائق وتوضيحها، سواء مواد إيضاحية مفسرة، أو تحليلات وآراء الخبراء والمحللين طبقاً لطبيعة الأزمة ومجالها وحدود آثارها، كذلك تتعرض وسائل الإعلام لموقف المسؤولين وصانعي القرار تجاه الأزمة وسبل التعامل معها لاحتواء آثارها.
- **المرحلة الوقائية:** وهي مرحلة ما بعد انحسار الأزمة، حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها وتطوراتها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البُعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية وأسلوب التعامل مع أزمات مشابهة.

وهذه المهام والأدوار التي يقوم بها الإعلام خلال المراحل المختلفة للأزمة تتطلب الالتزام ببعض الضوابط والمحددات التي تزيد من فعالية الرسالة الإعلامية في مواجهة الأزمات.

مُحددات وضوابط دور الإعلام في مواجهة الأزمات في مراحلها المختلفة:

- الدقة وإمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية عن الأزمة.

- الاهتمام بالتصريحات ذات الطبيعة الرسمية والسياسية التي تساعد على تشكيل اتجاهات الرأي العام تجاه الأزمة.
- الاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء عمليات الإنذار والإغاثة، وذلك بالنسبة للأزمات والكوارث الطبيعية لكسب المصداقية.
- القدرة على التعامل بموضوعية وعدم الانفعال مع الأحداث.
- سرعة نشر الحقائق لخلق مناخٍ صحيٍ يحتوي آثار الأزمة ويواجه الشائعات التي تنشطُ أثناء الأزمات.
- الاهتمام بفورية نقل الحدث من موقعه، والتواجد في مناطق الأحداث والاهتمام بالمادة المُصورة.
- الاهتمام بالتقارير والتحليلات والتعليقات الإخبارية عن الأزمة وتطوراتها.
- الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية التليفزيونية، بما يفسر أسباب الأزمة وأبعادها وتحديد كيفية التعامل معها.
- البعد عن مبدأ حجب المعلومات أو إخفائها، بحيث تكون وسائل الإعلام هي الرابطة بين صانعي القرار في الأزمة والمسؤولين عن التعامل معها والرأي العام.
- الاهتمام بالوصول إلى موقع الأحداث، وإجراء الحوارات مع الشهود والمسؤولين، وكذلك مع الخبراء والسياسيين والمفكرين؛ لمساعدة الرأي العام في تكوين رأي تجاه الأزمة.
- الاهتمام بعنصر التكامل في المعلومات المُقدمة حول الأزمة بتناول الأبعاد المختلفة لها.
- الاهتمام بعنصر المتابعة المستمرة للأزمة وتداعياتها في المراحل المختلفة.
- فتح قنوات اتصال مباشرة بين وسائل الإعلام والجمهور لتلبية حاجاتهم إلى الفهم والمعرفة عن الأزمة وتطوراتها.
- الالتزام بتدفق المعلومات دون وضع ما يعيقها من رقابة أو سيطرة مُسبقة؛ مما يتطلب من الإعلاميين أنفسهم تجنب الرقابة الذاتية في التعامل مع الأحداث.
- العمل على الحفاظ على الأمن الداخلي وسلامة المواطنين ومصالحهم الحيوية.
- التأكد من وصول المعلومات والبيانات اللازمة إلى الجمهور بالقدرٍ المناسب ودون آراءٍ مُسبقة.
- التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة حول الأزمة، وإتاحة فرص للحوار والنقاش حولها.
- أن يلتزم الإعلام وقت الأزمات بتحقيق وظيفتين:
- أن يكون الإعلام انعكاساً لمجتمع الأزمة، بمعنى أن يكون معبراً عن احتياجات الجمهور لتساؤلاته واحتياجاته وقت الأزمة.

- أن يكون الإعلام موجّهاً لمجتمع الأزمة، بحيث يُحوّل كل فردٍ من أفرادِ المجتمع من مجرد متلقٍ سلبيٍ للرسالة الإعلامية إلى متفاعلٍ معها ومُتجاوبٍ مع عناصرها ومحققٍ لأهدافها، ومن خلال القيام بسلوكٍ معين يتطلبهُ التعامل مع الأزمة، فضلاً عن إحداث وحدة في الفكر العام للمجتمع وصياغة اتجاه عام مُتوافق عليه إزاء الأزمة.[4]

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي، وهو التعرف على تقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية لآليات إدارة أزمات العمل في ظل جائحة كورونا، وينبثق عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية، وهي:

1- رصد اهتمام العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية بمتابعة تداعيات الجائحة.

2- التعرف على الدور الذي تقوم به قطاعات: التوزيع، النقل والحركة، الإعلان، العلاقات العامة، الصحة والسلامة المهنية- في مراحل الأزمة.

3- التعرف على إسهامات الإدارات المختلفة في المؤسسات الصحفية المصرية – بخلاف التحرير- في تنمية الوعي بفيروس كورونا المستجد.

4- التعرف على دور الإدارات المختلفة في المؤسسات الصحفية المصرية – بخلاف التحرير- في كيفية إدارة أزمة الموجة الأولى من فيروس كورونا المستجد.

5- التعرف على التغيرات التي طرأت على شكل الرسالة الإعلانية أثناء الجائحة.

6- رصد تطبيق إجراءات الصحة والسلامة المهنية داخل المؤسسات الصحفية المصرية.

7- التعرف على أساليب إدارة المؤسسات الصحفية لأزمات العمل في ظل جائحة كورونا، ومعرفة الاختلاف بين هذه المؤسسات في كيفية إدارة هذه الأزمة.

8- محاولة تقييم أداء القطاعات الإدارية للمؤسسات الصحفية - محل الدراسة- لآليات إدارة أزمات العمل في ظل الجائحة.

9- الاستفادة من نتائج الدراسة في وضع خطة مقترحة لاحتواء تداعيات الموجات المتتالية لأزمة فيروس كورونا من قبل المؤسسات الصحفية المصرية.

الدراسات السابقة:

المحور الأول- دراسات متعلقة بأزمات صناعة الصحافة في العالم :

- انتهت دراسة **أحمد فتحي2021**[5] إلى وضع خطة تمويلية مستقبلية للمؤسسات الصحفية في مصر، في إطار الوضع الراهن لتلك المؤسسات والمتغيرات المرتبطة بها على المستوى الاقتصادي والتكنولوجي وتأثيرات فيروس جائحة كورونا المستجد.

- توصلت دراسة **شيماء فريد 2021**[6]إلى أن الصحف لم تتمكن من تطبيق إدارة الجودة الشاملة بنجاح حيث كانت دائما الإدارة العليا بمثابة محرك ممارسات إدارة الجودة الشاملة لإرضاء العملاء وتحسين أداء المنظمة.

- ركزت الدراسة الجماعية لـ **Villi et Al.2020**[7]على الابتكار الإعلامى بين ناشرى الصحف الكبرى لعواصم الولايات فى أمريكا " Metropoliltian Newspaper"، فى مدن مثل سان دييفو وبوسطن وميامى وفيلادلفيا ودالاس، حيث إن الوضع الاقتصادى لتلك الصحف فى أسوأ مراحله، لأنها تقع بين الصحف الوطنية National Newspaper، التى يمكن أن تهدف إلى توسيع نطاق وصولها على الصعيدين الوطنى (الولايات المتحدة بالكامل) والعالمى، والصحف المحلية، التى لديها هيكل تكلفة أصغر ويمكن أن تلبى احتياجات محددة أكثر وأكثر مشاركة لجمهورها.

- واتخذت دراسة **معتز عبد الفتاح2020**[8]عينة من المواقع الصحفية (المصرى اليوم، واليوم السابع، ومؤسسة ولاد البلد، وموقع بوابة المندرة، وموقع الشرقية توادى، وموقع منصورة نيوز)، حيث تم توصيف بنائها الاقتصادى وطرق تمويلها، والتعرف على تأثير العوامل الاقتصادية على حجم طاقة العمل بها، وإعداده وتدريبه، ورصد الطرق التى يتم تيسيير العمل داخل هذه المواقع.

- وفى رؤية تحليلية نقدية، سعت دراسة **محرز غالى 2019**[9]إلى تقديم رؤية للدراسات المعنية بتمويل الصحافة المطبوعة والرقمية على مستوى أجندة القضايا التى اهتمت بها، والمجالات البحثية وعلى مستوى الأطر النظرية والمنهجية، فى ضوء المقارنة بين التوجهات البحثية بمختلف دول العالم، مع وضع رؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية عن مسار البحوث والدراسات فى مجال التمويل.

- وتوصلت الدراسة التحليلية إلى أن الأزمات الاقتصادية والسياسية التى تشهدها العديد من الدول العربية، وانخفاض معدلات النمو الاقتصادى بها؛ قد ألقى بظلاله على صناعتى الصحافة التقليدية والنشر الإلكترونى، حيث تراجعت معدلات الاتفاق على الإعلان على المستوى القومى، وتراجعت معدلات أرباح المؤسسات والمواقع، نتيجة الزيادة الهائلة فى أعداد هذه المشروعات، دون وجود دراسات جدوى حقيقية،

الأمر الذى أدى إلى تفاقم أزمات هذه المشروعات وإلى تزايد خسائرها، حيث أشارت نتائج تحليل الدراسات والقضايا التى طرحتها إلى أن الدراسات -عينة التحليل- قد شهدت تطوراً كبيراً من حيث أجندة أولوياتها البحثية، كما أنها قد تطرقت لكافة القضايا ذات الطابع الاقتصادى المرتبطة بصناعة الصحافة.

- ركز **Borelli 2019**[10] على دراسة اقتصاديات التجارب الصحفية الناشئة فى إسبانيا وفرنسا، وعلى رأسها تجربة مؤسسة"Eldiaro" الإسبانية و Mediapart الفرنسية باستخدام أداة دراسة الحالة، حيث أبرزت نتائج الدراسة مؤشرات إيجابية فى الاعتماد على نظم تمويلية أساسها الجمهور عن طريق تطبيق نظام العضوية والتمويل الجامعى بعيداً عن النظم التمويلية التقليدية مثل الإعلانات.

- وتوصلت دراسة **مى محمود توفيق 2019**[11] إلى أن الصحافة المصرية المطبوعة شأن الصحف الورقية فى بلدان العالم، تواجهها تحديات عديدة، وعلى رأسها تراجع أرقام التوزيع الذى يؤثر بدوره على عائدات الإعلانات، وإن كانت هناك اختلافات طفيفة تعود لاختلاف طبيعة المجتمع وافتقار الصحف الورقية للابتكار والإبداع وعوامل الجذب لمختلف القطاعات، وندرة الكفاءات فى مجال التوزيع، والعلاقة الوثيقة بين التحرير والتوزيع والبحث عن الميزة التنافسية لكل صحيفة.

- وانتقدت دراسة **محمد حسن البنا 2018** [12] التوسع فى إصدارات صحفية دون دراسة جدوى اقتصادية، والتوسع فى التعيينات دون مراعاة مدى الحاجة إليها، أو مدى كفاءتها، وعدم النظر إلى قوة المنافسة مع ظهور الصحف الخاصة التى تناولت موضوعات جاذبة للقراء بحرية أكثر من الصحف القومية الملتزمة بخطوط حمراء، وأيضاً ظهور وسائل إعلام حديثة كالقنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعى وصحافة المواطن والصحافة الإلكترونية.

- وعلى مستوى الأطر النظرية والمنهجية، أشارت نتائج دراسة **محرز غالى 2018**[13]إلى أن دراسات إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها قد استخدمت مدخل التحليل الجزئى والكلى بدرجات شديدة التباين، حيث جاءت الدراسات والبحوث التى تندرج فى إطار مستوى تحليل الظواهر الإدارية والاقتصادية على مستوى الجزئى، لتحليل المرتبة الأولى بنسبة كبيرة بلغت 79.16 % ، تلتها الدراسات التى تندرج فى إطار مستوى التحليل الكلى لهذه الظواهر بنسبة 14.58 %.

- وتوقعت دراسة **عادل مبروك 2017**[14]أن الدولة والمجالس المحلية والبلدية ستستمر فى التمويل بشكل أساسى، ولكن يبقى النمط المشترك (الحكومة والأحزاب السياسية) هو النمط المرغوب فيه لدى الخبراء فى تلك الدراسة، بجانب تنويع مصادر التمويل من الإعلانات ورعاية البرامج وبيع الإنتاج الإبداعى التليفزيونى والصحفى.

- أضافت دراسة **محرز حسين غالى2017** [15] أنه كلما زاد التعقيد بإدارة المؤسسات بعلاقتها الإدارية المتداخلة مع الجوانب الاقتصادية الأخرى المتعلقة بأنشطتها؛ كانت ضوابط الإدارة المطلوبة أكثر تشابكاً وتعقيداً، واستطردت الدراسة إلى أن الضوابط الإدارية فى هذا الصدد تعتمد على ضرورة متابعة الإجراءات والسياسات الأساسية والفرعية فى العملية الإدارية؛ مما يشكل عملية حيوية فى إدارة المؤسسات وفى هيكل صانعى القرار فيها.

- وبالاتجاه شمالاً، حاولت دراسة **Castuluskolo 2016**[16]تقييم النموذج الاقتصادى لنشر الصحف فى ألمانيا، عن طريق التحليل الكمى المقارن بين الوضع فى ألمانيا، و12 دولة أخرى، بجانب تحليل التقارير المالية الخاصة بالصحافة الألمانية فى ظل العائدات من الإعلانات ووضع سيناريوهات محتملة لها.

- أما دراسة **Ed Madison&Ben Dejarnette 2016** [17] فبحثت تنظيم المؤسسات الصحفية للفعاليات، سواء التى تتعلق بالسياسات العامة أو التجارية كمصدر واعد للإيرادات بعيدا عن مصادر التمويل التقليدية المتعارف عليها مثل الإعلانات، حيث استخدمت الدراسة أداة "دراسة الحالة" فى تحليل تجربة الموقع الاستقصائى الصحفى غير الهادف للربح lnvestigatewest، والذى يعتمد على تنظيم الفعاليات الصحفية كمصدر أساسى للتمويل، بجانب ربطها بمحتوى الموقع والاستفادة منها صحفياً.

- واتفقت معها دراسة **Andrea Hunter2015** [18] في الحاجة إلى مصادر جديدة للتمويل بعيداً عن المصادر التقليدية، حيث استهدفت بحث "التمويل الجماعى Crowdfunding كمصدر تمويل واعد للصحافة المستقلة، وتوصلت الدراسة من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع 21 صحفياً مستقلاً فى الولايات المتحدة وكندا، إلى ظهور منصات إلكترونية للتمويل الجماعى مثل Kickstarter, indiegogo and Spo4.us ساعدتهم على الحصول على تمويل، دون أن يكون للممولين تأثير على السياسة التحريرية لضمان الاستقلالية.

- بينما قامت دراسة **محمود علم الدين2015** [19] فى طرحها لرؤية مستقبلية للمؤسسات الصحفية القومية بعمل تحليل الرباعى (SWOT)، الذى تضمن أبرز نقاط القوة والضعف بها والفرص والمخاطر المحتملة للمؤسسات الصحفية القومية، وقد خرجت الدراسة بعشر مبادرات عاجلة للهيئة الوطنية للصحافة، لمواجهة المشكلات المزمنة للصحافة المصرية، بشكل يجعلها قادرة على العمل، ويخلصها من القيود التى حولتها إلى مؤسسات حكومية أفقدتها مصداقيها وفاعليتها وتأثيرها.

- أما دراسة **You Li&EstherThorson 2015**[20] فأثبتت وجود علاقة طردية إحصائيا بين نشر المحتوى الإخبارى المتنوع للصحف المطبوعة وإيرادات التوزيع والإعلانات، حيث نشر محتوى إخباري يتسم بالتنوع فى المجالات، وموضوعات

مختلفة فى شكل مقالى قصير، يعزز من إيرادات التوزيع والإعلانات، وجاء ذلك عبر تحليل محتوى صحيفة أمريكية لمدة 10 سنوات وعلاقتها ببياناتها المالية، عبر أسلوب التحليل الإحصائى SPSS.

- وانضمت دراسة **Marc Edge2014**[21] إلى الاختلاف مع طرح موت الصحافة الورقية بسبب نقص التكنولوجيا والأوضاع الاقتصادية، حيث أثبت الباحث أنه على الرغم من الخسائر فى الأرباح والإيرادات التى تعرضت لها الصحف الأمريكية والكندية نتيجة الركود الاقتصادى فى عامى 2008 و2009، فإن جميع الكيانات الصحفية- محل الدراسة- ظلت تحقق هامش ربح ولم تنخفض حتى إلى نقطة التعادل، جاء ذلك خلال تحليل التقارير المالية السنوية لشركات أكبر إحدى عشرة صحفية أمريكية فى البورصة، وأكبر 5شركات صحف كندية خلال 8 أعوام (2006-2013).

- وفى السياق نفسه، بحثت دراسة **Tennant&Chyi 2014**[22] العلاقة بين تقليص دورية الصدور والإيرادات فى الصحف الجماعية، كإحدى الأدوات التى يتم اللجوء إليها لتقليل النفقات، حيث أشارت نتائج الدراسة- من خلال صحيفة استقصاء إلكترونية على 486 مفردة من مستشارى صحف جامعية أمريكية- إلى أن إجراء تقليص دورية صدور الصحف الجماعية يؤدى إلى خسائر جوهرية فى إيرادات الإعلانات والتوزيع تحول دون تحقيق أرباح.

- وعلى مستوى القيمة، حاولت دراسة**Edgar C. Simpson 2011**[23]الإجابة عن القيمة الاقتصادية لنموذجين من القراء (زوار المواقع الإخبارية المجانية ومشتركى الصحف المدفوعة)، حيث أسفرت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة بين القيمة الدولارية لزوار المواقع الإخبارية المجانية الأمريكية، عن أن القيمة الاقتصادية لزائر الإنترنت لموقع إخبارى مجانى أكبر فى البيئة الإلكترونية من مشترك الصحيفة المدفوعة.

- وسعت دراسة**Victor Pickard & Josh Stearns 2011**[24]إلى بحث نماذج اقتصادية جديدة Business Models"خاصة بالصحافة المحلية تساعدها في الخروج من أزمتها، وأبرز ما طرحته الدراسة على مستوى النماذج التجارية هو تشجيع اعتماد الصحافة المحلية على نموذج "Freemium" ، وهو نموذج شائع فى الألعاب والبرمجيات، يعتمد على توفير محتوى أساسى مجانى للمستخدم، مع الإبقاء على بعض الخصائص والخدمات الإضافية بمقابل مادى.

المحور الثاني- دراسات تناولت تأثير أزمة كورونا على أساليب العمل في المؤسسات الصحفية والإعلامية:

- ركزت مقالة **Harare2021**[25]المنشورة عبر الإنترنت على أن جائحة كورونا قد أضرت بالقدرة المالية لوسائل الإعلام في جنوب إفريقيا، وكانت وسائل الإعلام المطبوعة هي الأكثر تضررًا، لا سيما أن عمليات الإغلاق والقيود المفروضة من قبل الأنظمة؛ أجبرت الجماهير على اللجوء إلى الإنترنت، وتضررت الصحف والمجلات بشدة، وبالطبع مع انخفاض التوزيع، جاء انخفاض كبير في الإيرادات، وتقليص عدد الموظفين، وإعادة هيكلة كبيرة لصناعة الصحف في جميع أنحاء المنطقة.

- تهدف دراسة **Marina Sheresheva&Helen Shitikova 2021** [26] إلى تحليل سوق وسائل الإعلام المطبوعة الروسية من قبل وأثناء جائحة كورونا، وتأثير مخاطر جائحة كورونا على وسائل الإعلام المطبوعة الروسية، وتؤكد النتائج أنه في العقود الأولى من القرن الحادي والعشرين، أولت وسائل الإعلام المطبوعة الروسية اهتمامًا أقل حتى قبل الوباء، كما تظهر النتائج عدم وجود تدابير لتحسين الوضع العام في سوق الإعلام الوطني الذي يواجه أوقاتًا صعبة، والحاجة إلى مراعاة مخاطر الوباء في أنشطة إدارة وسائل الإعلام المطبوعة.

- وعلى عكس غالبية الدول الأوروبية- في بداية جائحة (كوفيد19)- لم تضع السلطات السويدية البلاد في حالة إغلاق؛ لكنها قدمت بشكل أساسي توصيات معتدلة نسبيًا للعمل من المنزل وعدم التجمع في مجموعات تضم أكثر من 50 شخصًا، وبالتالي فإن الكثير من عمليات صنع القرار والقيود لمنع انتشار الفيروس يجب أن تتم على المستوى التنظيمي، أي داخل الشركات، وهو ما أشارت إليه مقالة **Media Management During COVID- 19:Behavior of Swedish Media Leaders in Times of Crises "2021"** [27] المنشورة عبر الإنترنت حيث توصلت إلى نتائج استطلاع عبر الإنترنت تم إجراؤه في الفترة من يونيو إلى سبتمبر 2020 (العدد = 196) ، حيث طُلب من مديري وسائل الإعلام السويديين التركيز على القيادة الإعلامية أثناء أزمة كورونا. وتوصلت إلى أن مديري وسائل الإعلام السويدية تصرفوا بثقة في قيادتهم عن بعد وانخرطوا في مهام قائد إدارة الأزمات بما يتماشى مع أبحاث إدارة الأزمات السابقة. بينما تعلم المديرون تقدير العمل عن بُعد ، وأكدوا صعوبة أن يكونوا قادة ملهمين في بيئة بعيدة، وهو التحدي المتمثل في تحفيز الإبداع، وهو أحد أهم المكونات في إدارة العمل الصحفي والإعلامي.

- وانضمت كذلك مقالة **Print Media Global Market Report 2021:COVID-19 Impact& Recovery to 2030 "2121"** [28] المنشورة عبر الإنترنت إلى تأكيد تأثير تفشي مرض فيروس كورونا على بعض أسواق وسائل الإعلام المطبوعة في عام 2020 حيث تعطلت الشركات بسبب الإغلاق الذي فرضته الحكومات على مستوى العالم، ونمت مبيعات الكتب الإلكترونية بسرعة في الأسواق القائمة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، حيث حققت الكتب الإلكترونية نصيبًا

من الإيرادات أكبر من نصيب الطباعة المادية في الأسواق المتقدمة، مثل: الولايات المتحدة والمملكة المتحدة.

- وفي السياق نفسه ومع انتشار فيروس كورونا، واجهت وسائل الإعلام المطبوعة في دولة الهند العديد من التحديات من الناحية الاقتصادية وتحديدا التوزيع والإعلان،وهذا ما بحثته دراسة**SaxenaVivek2021**[29] فلجأت وسائل الإعلام إلى تخفيض العمالة وتكاليف الإنتاج حيث تواجه وسائل الإعلام المطبوعة مشاكل مالية ضخمة بسبب نقص الدخل الناتج عن الإعلانات والتوزيع.

- تبحث دراسة**Teri Finneman&Ryan Thomas 2021**[30] في تأثير جائحة كورونا على الروتين الصحفي للصحف المجتمعية الأمريكية خلال الأشهر الأولى للوباء، وتشير المقابلات الشفوية مع 22 صحفيًا ومديرا لاتحادات الصحف الحكومية إلى أن الصحفيين الأسبوعيين يتجاهلون الروتين الصحفي الراسخ لخدمة مجتمعاتهم بشكل أفضل أثناء الأزمات، ومع ذلك فإن القضايا الهيكلية المتعلقة بنماذج الأعمال والوصول إلى الإنترنت والتعريفات القانونية للصحف تعيق الصحف الأسبوعية عن احتضان العصر الرقمي بشكل كامل أثناء الأزمة وعلى المدى الطويل.

- واتفق الخبراء على إن هناك القليل من الأدلة على أن الصحف ناقلة بالفعل لفيروس كورونا (كوفيد19)، حيث توصلت المقالة **COVID- 19:Impact on Newspaper Industry 2020** [31] المنشورة عبر الإنترنت إلى أن فيروس كورونا يفقد نصف قوته كل 66 دقيقة، وتنخفض هذه الفاعلية إلى 2٪ بعد ست ساعات وتشير الدراسة كذلك إلى أن الفيروس لا يستمر على الورق المقوى بعد 24 ساعة ويستمر فترة على ورق الصحف، وهو أكثر مسامية من الورق المقوى.

- أما مقالة **Milne2020**[32] فقد توصلت إلى أنه على الرغم من إغلاق العديد من الصحف حول العالم أو تكاد تغلق أبوابها بسبب فيروس كورونا، فإن الصحيفة اليومية الأعرق في السويد Dagens Nyheter حققت المعجزة كأفضل أداء مالي للقرن21، بفضل ارتفاع الاشتراكات الرقمية منذ بداية الجائحة حيث حققت زيادة في أرباح التشغيل بنحو 50% لتصل إلى نحو 25 مليون يورو حتى سبتمبر 2020.

- وانتهت كذلك مقالة **Newspaper Publishing Industry in China 2020**[33] إلى تعرض صناعة الصحف المطبوعة في الصين إلى التراجع الملحوظ على مدى السنوات الخمس الماضية حتى مطلع 2020، مع توقعات بانخفاض الإيرادات بنسبة3.9 % خلال عامي 2020-2021، فيما يعرف بتأثير ما بعد كورونا.

- أسفرت نتائج دراسة **Niaz Zafri,SadiaArfoj,ImtiazNafi&Md Musleh 2020**[34]عن وجود أدلة واضحة لظهور جائحة كورونا وتداعيتها ليس

على قطاع الصحة العالمي فحسب؛ بل على قطاعات اخرى عديدة بما في ذلك قطاعا الاقتصاد والتعليم، تلعب الصحف دورًا مهمًا من خلال إبراز أخبار الجائحة منذ بدايتها، وتم الحصول على نتائج يمكن أن تقدم درسًا فعالًا في التعامل مع الأوبئة في المستقبل .

- وفي نفس السياق أكدت دراسة **Femanda, Laura, Santiago, 2020 &Margarita Marta** [35] على أن أسبانيا وإيطاليا من بين الدول الأوروبية التي أحدثت فيها جائحة كورونا – كوفيد 19 تأثيرات كبيرة؛ حيث كانت إجراءات الإغلاق هي الأشد قسوة، حيث يهدف هذا البحث إلى فهم كيفية تمثيل أزمة كورونا في وسائل الإعلام الإسبانية والإيطالية، مع التركيز على الصحف المرجعية. تحلل الدراسة 72 صفحة أولية من

El País و El Mundo في أسبانيا و Corriere della Sera و La Repubblica الإيطالية.

- انتهت دراسة **Supadiyanto Supadiyanto 2020** [36] إلى دخول صناعة الصحف في أندونيسيا إلى حالة الطوارئ، وذلك بعد تفشي فيروس كورونا حيث انخفض عدد القراء وتراجع المعلنون وتقلص عدد النسخ المطبوعة وأصبحت تكلفة إنتاج الصحف باهظة الثمن بشكل متزايد؛ مما تسبب في إغلاق شركات الصحف المختلفة، وهو ما سيؤدي حتما إلى موت صناعة الإعلام المطبوع.

- وحاولت السويد جاهدة التعامل مع أزمة كورونا وتداعيتها على الصحف السويدية، وذلك ما أكدته مقالة **"2020" Support to Media in Response to The Spread of The COVID- 19** [37] المنشورة عبر الإنترنت حيث إنها كانت الأزمة الأكثر حدة في الألفية الجديدة، وانتهت هذه المقالة إلى فقد الصحف التي تعتمد على التوزيع والإعلانات حصة كبيرة من دخلها، خاصة مع ارتفاع أعداد الإصابات وانتشار رقعة الوباء جغرافيا.

- وعلى الرغم من تعهد الحكومة الفيدرالية الكندية بدعم المؤسسات الإعلامية في 2018 فإن صرف الدعم لم يدخل حيز التنفيذ حتى مطلع 2020، وهو ما أكدته المقالة المنشورة **Wechsler- 2020**[38]حيث شهد هذا العام ظهور فيروس –كوفيد19 والمتداول إعلاميا بفيروس كورونا المستجد، الذي أعلنته منظمة الصحة العالمية كجائحة عالمية أجبرت دول العالم على اتخاذ إجراءات وتدابير وقائية واحترازية تراوحت بين الإغلاق الكلي والجزئي لبعض المدن وحظر الانتقال الدولي وتخفيف العمالة، وهو ما أثر بشكل حاد على صناعة الإعلام الكندية من تسارع تراجع الإعلانات منذ بداية جائحة فيروس كورونا، وإقرار بعض المؤسسات إعانات طوارئ للعمال وكذلك تعزيز الاعتماد على نموذج الدفع مقابل المحتوى.

حدود استفادة الباحثة من التراث العلمي في موضوع الدراسة:

1- حاولت الباحثة الاستفادة من التراث العلمي في فهم الأبعاد المختلفة لموضوع الدراسة المتمثل في إدارة أزمات العمل، حيث وجدت الباحثة ندرة في البحوث والدراسات التي أجريت في مجال إدارة أزمات المؤسسات الإعلامية واقتصادياتها، وقد يرجع ذلك لصعوبة مجال الدراسة ذاته، أو للصعوبات التي تواجه الباحثين في هذا المجال، خاصة أن المؤسسات الصحفية تعتبر تداول مثل هذه المعلومات يضر بمصالحها فترفض الإفصاح عنه.

2- اطلعت الباحثة على الدراسات السابقة التي تناولت موضوعات قريبة- قدرالإمكان- من موضوع الدراسة الحالية للوصول إلى فهم أعمق لموضوع الدراسة، الأمر الذي أثر في عرض مشكلة الدراسة الحالية وأسس لصياغة أهدافها وفروضها.

3- استفادت الباحثة من المناهج المستخدمة فيها، وانتقت الباحثة أداة الاستبيان لتوافقها مع طبيعة الدراسة، واستندت كذلك إلى الدراسات المشابهة لتجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات، ومن ثم الوصول إلى أدق وأشمل نتائج ممكنة تساعد الباحثة في موضوع الدراسة.

4- التأكد من أن مشكلة الدراسة التي وقع الاختيار عليها لم يتم تناولها من قبل، فعلى الرغم من وجود محاولات عربية في مجال إدارة الأزمات أودراسات عديدة تتعلق بفيروس كورونا المستجد وتناول الصحف تحريريا له، إلا أنه لم تتناول هذه الدراسات التأثيرات السلبية على القطاعات الإدارية والتجارية التي لحقت بالمؤسسات الصحفية نتاج هذه الأزمة.

5- بدا واضحا للباحثة عدم وجود دراسات عربية في مجال تداعيات أزمة كورونا على القطاعات الإدارية للمؤسسات الصحفية، مع الأخذ في الاعتبار أن هذه المؤسسات تأزمت بشكل واضح وتأثرت اقتصاديا، وهو الأمر الذي يستحق التدقيق ومحاولة إيجاد حلول لهذه الأزمة.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الراهنة للإجابة على تساؤل رئيسي: كيف يقيم العاملون في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية آليات إدارة أزمات العمل في ظل جائحة كورونا؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

1- ما حجم اهتمام العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية بمتابعة تداعيات الجائحة؟

2- ما الدور الذي تقوم به قطاعات التوزيع، النقل والحركة، الإعلان، العلاقات العامة، الصحة والسلامة المهنية في مراحل الأزمة؟

3- ما نوعية إسهامات الإدارات المختلفة في المؤسسات الصحفية المصرية – بخلاف التحرير- في تنمية الوعي بفيروس كورونا المستجد؟

4- ما طبيعة أدوار الإدارات المختلفة في المؤسسات الصحفية المصرية – بخلاف التحرير- في كيفية إدارة أزمة الموجة الأولى من فيروس كورونا المستجد؟

5- هل اختلف شكل الرسالة الإعلانية أثناء الجائحة؟

6- كيف طبقت إجراءات الصحة والسلامة المهنية داخل المؤسسات الصحفية المصرية؟

7- هل اختلفت أساليب إدارة المؤسسات الصحفية الثلاث لأزمة كورونا؟

8- هل تباين أداء القطاعات الإدارية للمؤسسات الصحفية- محل الدراسة- لآليات إدارة أزمات العمل في ظل الجائحة؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا ورأيهم في مدى تناول الصحف المصرية الورقية للجائحة أثناء الموجة الأولى.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا ومدى إسهامهم في إدارة الأزمة المتعلقة بجائحة كورونا.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تراجع توزيع الصحف أثناء تطبيق قرار حظر التجوال مارس 2020 وتراجع نسبة الإعلانات عن معدلها.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمدى إسهامهم في إدارة الأزمة وفق المتغيرات الديموجرافية.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات -عينة الدراسة- في اهتمامهم بمتابعة تداعيات جائحة كورونا.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات- عينة الدراسة- في مساهمة إدارتي العلاقات العامة والصحة والسلامة المهنية بالمؤسسة بالتوعية الكافية بفيروس كورونا.

الإطار المنهجي للدراسة:

1- نوع الدراسة:

تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى رصد وتقييم العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية لآليات إدارة أزمات العمل إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا على مستوى المؤسسات محل الدراسة.

2- منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة على استخدام منهج "المسح الإعلامي" بشقيه الوصفي والتحليلي في مسح الجمهور، من خلال استمارة استبيان على عينة من العاملين في القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية، وفي مسح العلاقات الارتباطية بين متغيرات البحث والربط بينها؛ لتحليلها وتفسيرها والخروج برؤية واضحة حول موضوع الدراسة.

الجوانب الإجرائية للدراسة:

1- مجتمع الدراسة وعينتها:

تتمثل عينة الدراسة في عينة عمدية تتم عن طريق الاختبار العمدي لعينة قوامها (110) مفردات من العاملين في القطاعات والتجارية (التوزيع، الإعلان، العلاقات العامة، النقل والحركة، الصحة والسلامة المهنية) للمؤسسات الصحفية المصرية، وقد اختارت الباحثة مؤسسات: الأهرام، أخبار اليوم، دار التحريرللطبع والنشر"الجمهورية"؛ حيث إن جميع الصحف من جرائد ومجلات (قومية، حزبية، خاصة) توزع من خلال هذه المؤسسات فقط.

2- أدوات جمع البيانات:

تتحدد أدوات جمع البيانات التى اعتمدت عليها الدراسة -محل البحث- فى استمارة الاستبيان للعاملين في القطاعات الإدارية والتجارية للمؤسسات الصحفية المصرية باعتبارها إحدى أدوات جمع البيانات في إطار منهج المسح، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق أهداف الدراسة كافة, والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها, وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة.

اختبارا الصدق والثبات: تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان فى جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها, وذلك على النحو التالى:

اختبار الصدق (Validity): ويعني الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته فى قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه, وللتحقق من صدق المقياس

المستخدم فى البحث؛ تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين فى مناهج البحث والإعلام والإحصاء†.

اختبار الثبات (Reliability): ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن فى النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أى محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التى تؤدى لظهوره فى كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالى:

قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة الدراسة بعد تحكيم صحيفة الاستبيان, والذى وصل إلى 86,45%؛ مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

التحليل الإحصائي للبيانات:

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة التحليلية والميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة فى الدراسة الحالية فى كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار فى قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أى عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً:المقاييس الوصفية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري, وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- الوزن النسبى

ثانيا- الاختبارات الإحصائية:

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) .
- كا2 (Chi square) اختبار استقلالية العبارة، ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية.
- تحليل التباين ذى البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA

† أسماء السادة المحكمين لدليل استمارة استبيان عينة الدراسة (مرتبة هجائيا وفقا للدرجة العلمية)
1-أ.م.د/ محمد عمارة،أستاذ الإذاعة المساعد -بجامعة جنوب الوادي.
2-أ.م.د/ نشوى يوسف اللواتي،أستاذ الصحافة المساعد ورئيس قسم الصحافة بأكاديمية أخبار اليوم.
3- د/أميرة ناجي، مدرس بقسم الصحافة –بأكاديمية أخبار اليوم.

ثالثاً- معاملات الارتباط:

- معامل ارتباط بيرسون

مفاهيم الدراسة:[39]

- **الأزمة:** حدث يقع فجأة دون توقع، أو يكون توقعه قد تم قبل وقوعه بوقت قصير جداً، مما يجعل الأمر لا يسمح باتخاذ الإجراءات المناسبة لمواجهته، ويتسبب فى وقوع خسائر مالية ومادية أو بشرية أو نفسية، كما يتسبب فى خلق مشكلات جديدة لا تملك المؤسسات الخبرة اللازمة لمواجهتها، أى أن الأزمة تمزق النظام الاجتماعى الحقيقي أو المدرك؛ إذ يستخدم هذا التعريف للإشارة إلى نقطة التحول الحاسمة فى مجرى الأحداث إلى حالة يكون فيها التغيير الحاسم للأفضل أو الأسوأ وشيكاً، ويطبق هذا التعريف على وجه الخصوص فى الأوقات الصعبة، وعدم استتاب الأمن، وتوقف العمل فى السياسة أوالتجارة. ويمكن اعتبار الأزمة نقطة تحول موقف مفاجئ، يؤدى إلى أوضاع غير مستقرة، مما يهدد المصالح والبنية الأساسية، وتنتج عنها نتائج غير مرغوب فيها، وكل ذلك فى وقت قصير يلزم معه اتخاذ قرار موحد للمواجهة، تكون فيه الأطراف المعنية غير مستعدة أو قادرة على المواجهة، فالأزمة موقف طارئ يحدث ارتباكاً فى تسلسل الأحداث اليومية للمنظمة؛ مما يستلزم اتخاذ قرارات سريعة فى وقت محدد، وفى ظروف يسودها التوتر نتيجة لنقص المعلومات وحالة عدم التيقن التى تحيط بأحداث الأزمة. ولكى يتحول الموقف العادى إلى أزمة لابد من تحقق ثلاثة عناصر أساسية، هى: وقوع حدث يسبب تغيراً مهما للأسوأ، عدم قدرة المنظمة على التوافق مع هذا التغير، وأن يشكل هذا التغير تهديداً لبقاء المنظمة.

- **إدارة الأزمات** باعتبار أنها تلك القرارات الاستراتيجية التى يجب اتخاذها من أجل تجنب أو تخفيف حدة التطورات غير المرغوبة، والوصول إلى حلول مناسبة للمشاكل، أو أنها تلك الوظيفة المتعلقة بالعمل على تقليص آثار الأزمات ومساعدة المنظمة على التحكم فى موقفها، كما أنها تحاول الاستفادة من المزايا التى تحققها الأزمة، وجميع القرارات التى يتم اتخاذها أثناء الكوارث، وهى بذلك تركز فى المقام الأول على الأفراد، وفى المقام الثانى على مرونة الأعمال، فهى تشمل اتخاذ إجراءات طارئة تحت ضغوط متنوعة ومتعددة وتوتر داخلى لحل مشكلات سببتها الأزمة نفسها، إما بفعل أو تصدير جانب آخر، وإما بتراكم آثار وسلبيات البيروقراطية والإهمال، مروراً بعواقب الأزمة أو خسائر الكوارث، وتهدف إلى التخلص من الفشل الفنى، وكذلك تطوير أنظمة اتصال جيدة تعمل على إدارة الأزمات من خلال التدريب على المهارات والأساليب اللازمة للتنبؤ وفهم المواقف الخطيرة والتركيز عليها.

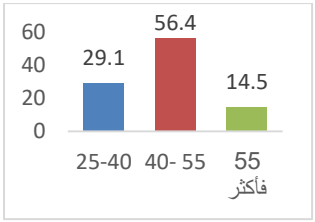
النتائج العامة للدراسة

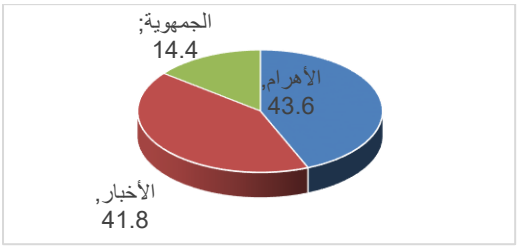
أولاً- وصف عينة الدراسة:

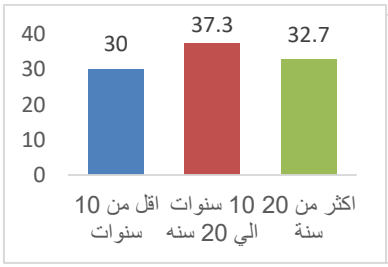
جدول رقم (1)

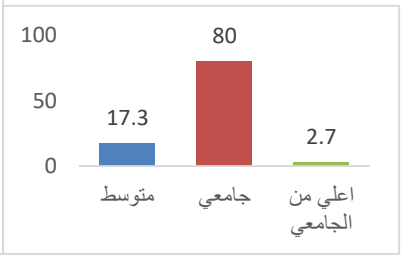
البيانات الشخصية		ك	%
النوع	ذكور	93	84.5
	إناث	17	15.5
	الإجمالي	110	100.0
العمر	40-25	32	29.1
	55 -40	62	56.4
	55 فأكثر	16	14.5
	الإجمالي	110	100.0
المؤهل التعليمي	متوسط	19	17.3
	جامعي	88	80.0
	أعلى من الجامعي	3	2.7
	الإجمالي	110	100.0
سنوات الخبرة	اقل من 10 سنوات	33	30.0
	10 سنوات إلى 20 سنة	41	37.3
	أكثر من 20 سنة	36	32.7
	الإجمالي	110	100.0
المؤسسة	الأهرام	48	43.6
	الأخبار	46	41.8
	الجمهورية	16	14.4
	الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموجرافية لأفراد عينة الدراسة: حول النوع بلغت نسبة الذكور (84.5%), في مقابل نسبة (15.5%) للإناث. وحول العمر كان أغلب المبحوثين ممن تتراوح أعمارهم بين "40-55 عامًا" بنسبة (56.4%), وبلغت نسبة من تتراوح أعمارهم بين "25-40 عامًا" (29.1%), وجاء في المرتبة الأخيرة من تزيد أعمارهم عن "55 عامًا" بنسبة (14.5%). وفيما يتعلق بالمؤهل الجامعي كان أغلب المبحوثين "جامعيين" بنسبة (80%), ثم "حاصلين على تعليم متوسط" بنسبة (17.3%), وأخيرًا "حاصلين على تعليم فوق جامعي" بنسبة (2.7%). وحول سنوات الخبرة بلغت نسبة من تتراوح سنوات خبرتهم بين "10 و20 عامًا" (37.3%), وبلغت نسبة من تزيد سنوات خبرتهم عن "20 عامًا" (32.7%), ومن تقل سنوات خبرتهم عن "10 أعوام" (30%). وبالنسبة للمؤسسة التي يعمل بها المبحوثون فكانت "مؤسسة الأهرام" في المقدمة بنسبة (43.6%), ثم "مؤسسة الأخبار" بنسبة (41.8%), وأخيرًا "مؤسسة الجمهورية" بنسبة (14.4%).









ثانيا- نتائج الدراسة الميدانية:

باعتبارك قائما بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية أثناء جائحة كورونا، من فضلك أجب عن الأسئلة التالية:

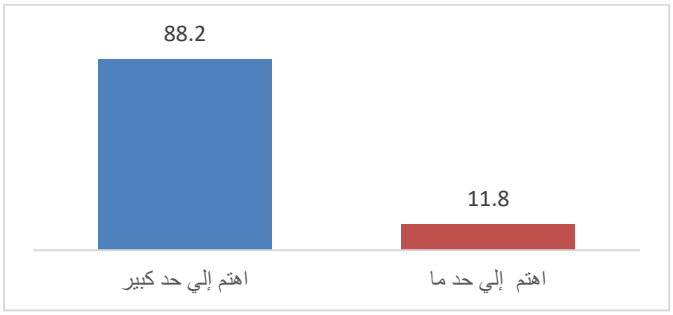
1- ما مدى اهتمامك بمتابعة تداعيات جائحة كورونا؟

جدول رقم (2)

مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا	ك	%
اهتم إلى حد كبير	97	88.2
اهتم إلى حد ما	13	11.8
الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا؛ فذكر أغلبهم أنهم اهتموا بذلك "إلى حد كبير" بنسبة (88.2%), في مقابل (11.8%) عبروا عن اهتمامهم "إلى حد ما".

ممـا يعنـي أن الاهتمـام بمتابعـة الجائحـة وتطوراتهـا كـان محـل اهتمـام أغلـب عينـة الدراسة، وهو ما يتوافق مع تصاعد الاهتمام بجائحة كورونا وتداعيتها على المستوى العالمي.



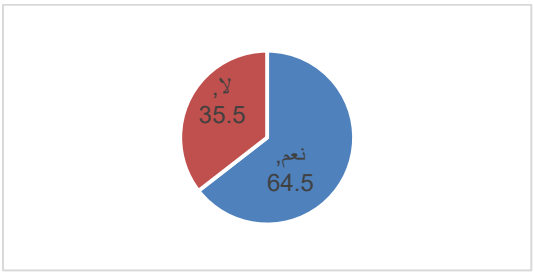
2- هل كنت من المساهمين في إدارة هذه الأزمة؟

جدول رقم (3)

مدى إسهام المبحوثين في إدارة الأزمة	ك	%
نعم	71	64.5
لا	39	35.5
الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق مدى إسهام المبحوثين في إدارة الأزمة؛ فذكر أغلبهم أنهم "ساهموا في إدارتها" بنسبة (64.5%), في مقابل (35.5%) لم يساهموا في ذلك.

وتشير نتائج هذا الجدول إلى أن أغلب عينة الدراسة كانت على قدر من الوعي في تشكيل لجان لإدارة أزمات العمل الناتجة عن تفشي فيروس كورونا (كوفيد19)، وإلى مدى حرصهم على محاولة تجاوز هذه الأزمة.



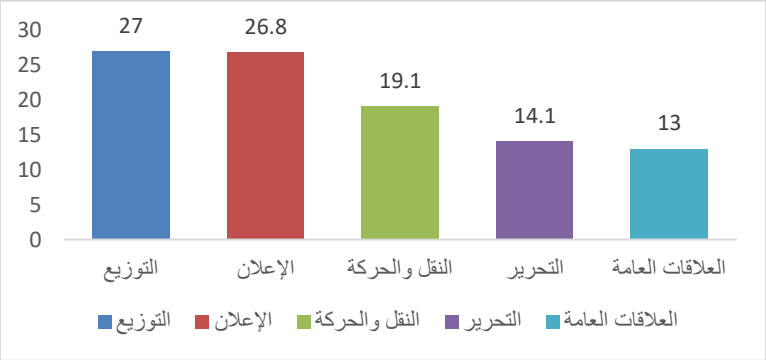
3- من وجهة نظرك ما أكثر الإدارات تأثرا بقرار الحظر المطبق من قبل الحكومة المصرية 2020 إبان الموجة الأولى من الجائحة؟ (برجاء الترتيب من حيث الأهمية على أن يكون رقم (1) الأكثر أهمية)

جدول رقم (4)

الإدارات	الترتيب							الوزن المرجح		الترتيب
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	الوزن	النسبة			
التوزيع	45	40	15	6	4	446	27			1
الإعلان	49	28	22	8	3	442	26,8			2
النقل والحركة	8	33	34	6	29	315	19,1			3
التحرير	1	5	27	49	28	232	14,1			4
العلاقات العامة	7	4	12	41	46	215	13			5
جملة الأوزان المرجحة						1650	100			-

تشير البيانات السابق عرضها إلى أكثر الإدارات تأثرا بقرار حظر التجوال المطبق من قبل الحكومة المصرية مارس 2020 إبان الموجة الأولى من الجائحة من وجهة نظر مبحوثي الدراسة؛ فذكروا "إدارة التوزيع" في المرتبة الأولى بنسبة (27%), ثم "إدارة الإعلان" بنسبة (26.8%) ,ثم"النقل والحركة بنسبة(19.1%), وتلاها "إدارة التحرير" بنسبة(14.1%), وأخيرًا "إدارة العلاقات العامة" بنسبة (13%), ولاحظت الباحثة عدم ذكر عينة الدراسة "الصحة والسلامة المهنية".

وتشير هذه النتائج في تحليلها الأخير إلى تقارب النسبة بين إدارتي التوزيع والإعلان، وهو ما يعني أن قرار الحظر أثر بشكل كبير على هاتين الإدارتين في المقام الأول، وهو ما أثر سلبا على دخل المؤسسات الصحفية وعزز من أزماتها الاقتصادية.



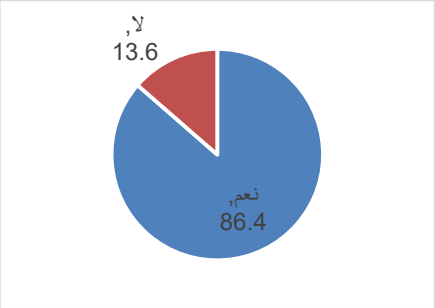
4- هل تراجع توزيع الصحف أثناء تطبيق قرار الحظر2020؟

جدول رقم (5)

مدى تراجع توزيع الصحف أثناء تطبيق قرار الحظر2020م	ك	%
نعم	95	86.4
لا	15	13.6
الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق رأي المبحوثين في مدى تراجع توزيع الصحف أثناء تطبيق قرار الحظر2020؛ فأوضح أغلبهم "حدوث تراجع في التوزيع" بنسبة (86.4%), في مقابل (13.6%) أوضحوا "عدم حدوث تراجع في التوزيع".

ويمكن الاستدلال من نتائج الجدول السابق على تزايد معدلات خسائر المؤسسات الصحفية، حيث إن أزمة كورونا وما نتج عنها من تطبيق قرار حظر التجوال أدى إلى تراجع توزيع الصحف؛ مما جعل الهيئة الوطنية للصحافة تصدر توجيهاتها بتخفيض الكميات المطبوعة، وكذلك عدد الصفحات المطبوعة.



5- في رأيك ما الأسباب التي أدت إلى تراجع توزيع الصحف أثناء هذه الفترة؟(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

جدول رقم (6)

رأي المبحوثين في الأسباب التي أدت إلى تراجع توزيع الصحف أثناء هذه الفترة	ك	%
الخوف من ملامسة الجرائد وكذلك النقود	63	57.3
تقنين موعد المواصلات (القطارات وما إلى غير ذلك ...)	57	51.8
معرفة الأخبار مسبقا من وسائل الإعلام الأخرى	55	50.0
صعوبة الوصول إلى الأماكن الأكثر تفشيا لفيروس كورونا (كوفيد19)	41	37.3
إصابة عدد كبير من القائمين على عملية التوزيع مما أثر على سير العملية التوزيعية	18	16.4
عدم صدور الصحف في وقتها	13	11.8
عزوف كثير من القراء عن متابعة أخبار الجائحة	12	10.9
الإجمالي	110	

تشير البيانات السابق عرضها إلى رأي المبحوثين في الأسباب التي أدت إلى تراجع توزيع الصحف أثناء هذه الفترة؛ فذكروا "الخوف من ملامسة الجرائد وكذلك النقود" في المرتبة الأولى بنسبة (57.3%), ثم "تقنين موعد المواصلات (القطارات وما إلى غير ذلك ...)" بنسبة (51.8%), وجاء في المركز الثالث"معرفة الأخبار مسبقا من

وسائل الإعلام الأخرى" بنسبة (50%)، ثم"صعوبة الوصول إلى الأماكن الأكثر تفشيا لفيروس كورونا" بنسبة (37.3%)، ثم "تأثر العملية التوزيعية بإصابة عدد كبير من القائمين على العملية التوزيعية" بنسبة (16.4%)، و"عدم صدور الصحف في أوقاتها" بنسبة (11.8%)، وأخيرًا "عزوف كثير من القراء عن متابعة أخبار الجائحة" بنسبة (10.9%).

وترى الباحثة أن نتائج الجدول السابق تشير إلى تعدد الأزمات والتحديات التي واجهتها المؤسسات الصحفية أثناء إدارتها لأزمات العمل في ضوء تفشي فيروس كورونا، وأكدت النتائج السابق ذكرها أن ما تردد بشأن نقل الصحف الورقية وملامسة النقود لعدوى كورونا كان من أكثر الأسباب التي أدت إلى تراجع توزيع الصحف، وهو مؤشر على حرص المواطن على اتخاذ التدابير الوقائية لحماية صحته وصحة أسرته، ثم تتابعت الأسباب من تقنين موعد المواصلات، وصعوبة الوصول إلى الأماكن الأكثر تفشيا لفيروس كورونا وغيرها على التوالي.

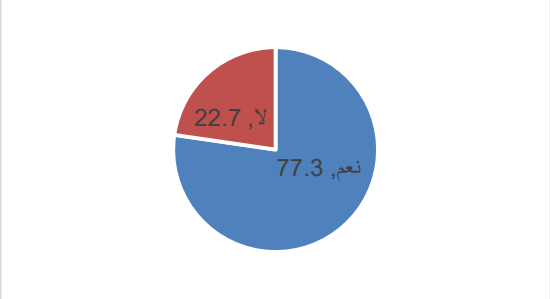
6- هل تراجعت نسبة الإعلانات عن معدلها أثناء تطبيق قرار الحظر 2020؟

جدول رقم (7)

مدى تراجع نسبة الإعلانات عن معدلها أثناء تطبيق قرار الحظر 2020م	ك	%
نعم	85	77.3
لا	25	22.7
الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق رأي المبحوثين في مدى تراجع نسبة الإعلانات عن معدلها أثناء تطبيق قرار حظر التجوال 2020؛ فأوضح أغلبهم "حدوث تراجع" بنسبة (77.3%), في مقابل (22.7%) أوضحوا "عدم حدوث تراجع".

ويمكن الاستدلال من نتائج الجدول السابق على تزايد معدلات خسائر المؤسسات الصحفية حيث إن أزمة كورونا وما نتج عنها من تطبيق قرار حظر التجوال أدى إلى تراجع توزيع الصحف، وبالتالي أدى ذلك إلى تراجع نسبة الإعلانات عن معدلها أثناء تطبيق الحظر، وهو ما أفقد المؤسسات الصحفية أهم مصادر دخلها من حيث انصراف القراء والمعلنين عنها على حد سواء.



7- في رأيك ما أسباب إحجام المعلنين عن الإعلان في الصحف إبان الموجة الأولى من الجائحة؟

جدول رقم (8)

أسباب إحجام المعلنين عن الإعلان في الصحف إبان الموجة الأولى من الجائحة	ك	%
انخفاض نسبة المبيعات	46	42
عدم إقبال القراء على الشراء خوفا من ملامسة الصحف و النقود	31	28
الأزمة الاقتصادية للمؤسسات والشركات	19	17
الاتجاه إلى السوشيال ميديا	6	5
التناوب بين الموظفين وعزوف الأشخاص عن الخروج من المنزل	3	3
نسبة الأوقات القليلة في ساعات العمل	2	2
الاهتمام بنشر وسائل الإعلان الوقائية للفيروس	1	1
حظر التجوال وعدم شراء إلا المستلزمات الضرورية	1	1
ضعف القوة الشرائية لدى الجمهور	1	1
الإجمالي	110	

تشير البيانات السابق عرضها إلى رأي المبحوثين في أسباب إحجام المعلنين عن الإعلان في الصحف إبان الموجة الأولى من الجائحة؛ فذكروا "انخفاض نسبة المبيعات" في المرتبة الأولى بنسبة (42%), ثم "عدم إقبال القراء على الشراء خوفا من ملامسة الصحف والنقود" بنسبة (28%)، "والأزمة الاقتصادية للشركات والمؤسسات"بنسبة (17%)،و جاء بعد ذلك "الاتجاه إلى السوشيال ميديا" بنسبة (5%)، ثم "التناوب بين الموظفين وعزوف الأشخاص عن الخروج من المنزل" بنسبة (3%)، "ونسبة الأوقات القليلة في ساعات العمل" بنسبة (2%), وأخيرًا كلٌ من "الاهتمام بنشر وسائل الإعلان الوقائية للفيروس" و"حظر التجوال وعدم شراء إلا المستلزمات الضرورية" و"ضعف القوة الشرائية لدى الجمهور" بنسبة (1%).

وتؤكد نتائج الجدول السابق ما ذكرته الباحثة سالفا أن إحجام المعلنين عن الإعلان في الصحف يرجع في المقام الأول إلى تراجع معدلات التوزيع، فالعلاقة طردية بين التوزيع والإعلان.

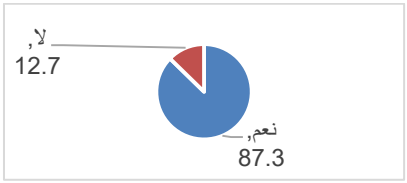
8- هل تزايدت الإعلانات التوعوية (بالتدابير الوقائية للحماية من كوفيد19) في الصحف خلال تلك الفترة؟

جدول رقم (9)

مدى تزايد الإعلانات التوعوية (بالتدابير الوقائية للحماية من كوفيد19) في الصحف خلال تلك الفترة	ك	%
نعم	96	87.3
لا	14	12.7
الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق رأي المبحوثين في مدى تزايد الإعلانات التوعوية (بالتدابير الوقائية للحماية من كوفيد(19) في الصحف خلال تلك الفترة؛ فأوضح أغلبهم "حدوث تزايد" بنسبة (87.3%), في مقابل (12.7%) أوضحوا "عدم حدوث تزايد".

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن إدارات الإعلان في المؤسسات الثلاث- عينة الدراسة- عملت على استقطاب مؤسسات المجتمع المدني والجهات المعنية من أجل المزيد من الإعلانات التوعوية لتحذير المواطنين وتوعيتهم باتخاذ كافة الإجراءات الوقائية.



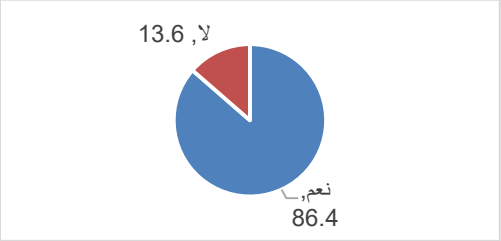
8- في رأيك هل هناك تغييرات طرأت على شكل أو مضمون الرسالة الإعلانية أثناء الموجة الأولى من جائحة كورونا؟

جدول رقم (10)

مدى وجود تغييرات طرأت على شكل أو مضمون الرسالة الإعلانية أثناء الموجة الأولى من جائحة كورونا	ك	%
نعم	95	86.4
لا	15	13.6
الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق رأي المبحوثين في مدى وجود تغييرات طرأت على شكل أو مضمون الرسالة الإعلانية أثناء الموجة الأولى من جائحة كورونا؛ فأوضح أغلبهم "حدوث تغييرات" بنسبة (86.4%), في مقابل (13.6%) أوضحوا "عدم حدوث تغييرات".

وتتفق نتيجة الجدول السابق مع رأي المبحوثين -عينة الدراسة- بزيادة الإعلانات التوعوية بالتدابير الوقائية للحماية من فيروس كورونا المستجد- كوفيد19-من قبل المؤسسات الصحفية عينة الدراسة.



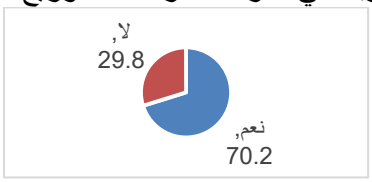
9- هل تلقيتم شكاوى بشأن اشتراكات التوزيع أثناء فترة الحظر؟

جدول رقم (11)

مدى **تلقي المبحوثين** شكاوى بشأن اشتراكات التوزيع أثناء فترة الحظر	ك	%
نعم	33	70.2
لا	14	29.8
الإجمالي	47	100.00

تكشف بيانات الجدول السابق عن **مدى تلقي المبحوثين** شكاوى بشأن اشتراكات التوزيع أثناء فترة الحظر؛ فأوضح أغلبهم "أنهم تلقوا شكاوى" بنسبة (70.2%), في حين من أوضحوا "عدم تلقيهم شكاوى" بنسبة (29.8%)، (هذا السؤال لم يتمكن من إجابته سوى قطاع محدد من عينة الدراسة).

وتشير نتائج هذا الجدول في تحليلها الأخير إلى أن تقنين موعد المواصلات بسبب الحظر وصعوبة الوصول إلى الأماكن الأكثر تفشيا لفيروس كورونا وإصابة عدد كبير من القائمين على عملية التوزيع؛ أثر سلبا على سير العملية التوزيعية للمؤسسات الصحفية عينة الدراسة، وبالتالي تأثرت اشتراكات التوزيع.



10-من فضلك اذكرها:

جدول رقم (12)

أسباب الشكاوى	ك	%
صعوبة الوصول إلى المشتركين بسبب الحظر	20	61
الخوف من ملامسة الصحف الورقية	13	39
الإجمالي	33	100

توضح بيانات الجدول السابق أسباب الشكاوى؛ فذكر المبحوثون "صعوبة الوصول إلى المشتركين بسبب الحظر" بنسبة (61%), ثم "الخوف من ملامسة الصحف الورقية" بنسبة (39%).

أكدت نتائج الجدول السابق اتفاق العاملين في قطاعات التوزيع بالمؤسسات الصحفية الثلاث على أن صعوبة الوصول إلى المشتركين بسبب ظروف حظر التجوال المطبق من قبل الحكومة المصرية 2020 صعب مهام مندوبي التوزيع في الوصول إلى المشتركين؛ مما أدى إلى زيادة شكاوى اشتراكات التوزيع أثناء الموجة الأولى من أزمة كورونا.

●أساليب التغلب على هذه المشكلات:

جدول رقم (13)

أساليب التغلب على هذه المشكلات	ك	%
تغليف الصحف	23	70
أن تتحرك سيارات التوزيع في مواعيدها لتوصيل الجرائد في المواعيد المحددة	6	18
ارتداء الموزعين الكمامة	4	12
الإجمالي	33	100

توضح بيانات الجدول السابق أساليب التغلب على هذه المشكلات؛ فذكر المبحوثون "تغليف الصحف" بنسبة (70%), ثم "تحرك سيارات التوزيع في مواعيدها لتوصيل الجرائد في المواعيد المحددة" بنسبة (18%), وأخيرًا "ارتداء الموزعين الكمامات الطبية" بنسبة (12%).

وتشير نتائج الجدول السابق في تحليلها الأخير إلى محاولات إدارة التوزيع في مؤسسات (الأهرام، أخبار اليوم ، دار التحرير للطبع والنشر "الجمهورية" لإدارة هذه الأزمة وإيجاد حلول للتغلب عليها، فلجأت إلى تغليف الصحف وذلك للتغلب على الخوف من ملامستها، وسعت إدارات التوزيع إلى أن تتحرك سيارات التوزيع في مواعيدها حتى تصل قبل مواعيد الحظر، وأخيرا ألزمت الموزعين بارتداء الكمامات.

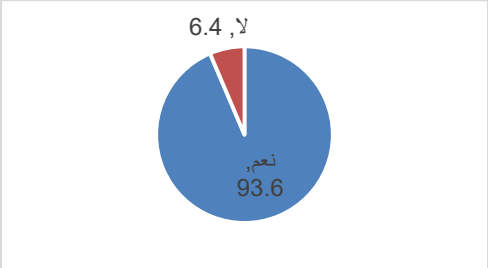
11-من وجهة نظرك هل طبقت الإدارات المختلفة في مؤسستك الإجراءات الوقائية كما ينبغي؟

جدول (رقم 14)

رأي المبحوثين في مدى تطبيق الإدارات المختلفة في مؤسساتهم للإجراءات الوقائية	ك	%
نعم	103	93.6
لا	7	6.4
الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق رأي المبحوثين في مدى تطبيق الإدارات المختلفة في مؤسساتهم للإجراءات الوقائية؛ فأوضح أغلبهم "أنه تم تطبيقها" بنسبة (93.6%), في مقابل (6.4%) أوضحوا "عدم تطبيقها".

ترى الباحثة أنه بالرغم من اتفاق الغالبية العظمي من المبحوثين- عينة الدراسة- على تطبيق الإدارات المختلفة في مؤسساتهم للإجراءات الوقائية؛ إلا أن أزمة كورونا وتداعيتها تسببت في خسائر مادية كبيرة للمؤسسات- عينة الدراسة- نتيجة لتراجع أرقام التوزيع ومعدل الإعلانات في المقام الأول.



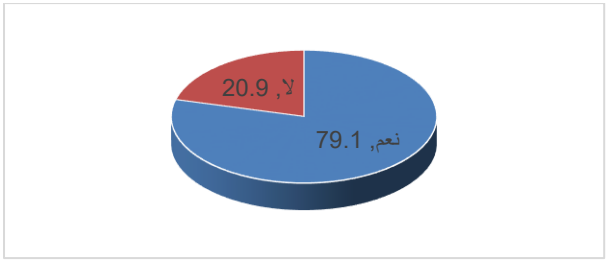
12-هل ساهمت إدارة العلاقات العامة بالتعاون مع الصحة والسلامة المهنية بمؤسستك بالتوعية الكافية بفيروس كورونا وكيفية الاحتراز منه؟

جدول رقم (15)

مدى إسهام إدارة العلاقات العامة بالتعاون مع الصحة والسلامة المهنية بالتوعية الكافية بفيروس كورونا وكيفية الاحتراز منه	ك	%
نعم	87	79.1
لا	23	20.9
الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق رأي المبحوثين في مدى إسهام إدارة العلاقات العامة بالتعاون مع الصحة والسلامة المهنية في مؤسساتهم بالتوعية الكافية بفيروس كورونا وكيفية الاحتراز منه؛ فأوضح أغلبهم "إسهامها بالتوعية" بنسبة (79.1%), في مقابل (20.9%) أوضحوا "عدم إسهامها".

مما يعني أن إدارة العلاقات العامة بالتعاون مع الصحة والسلامة المهنية - بالمؤسسات عينة الدراسة: الأهرام، أخبار اليوم، "الجمهورية"- كانت على قدر كاف من الوعي والمسئولية؛ فمارست مهامها في توعية العاملين بهذه المؤسسات ومحاولة حمايتهم وتجنبهم لكافة أشكال المخاطر التي تواجه المؤسسات الصحفية.



13-ما الطرق التي انتهجتها إدارة العلاقات العامة بالتعاون مع قطاع الصحة والسلامة المهنية للتوعية بفيروس كورونا المستجد حينذاك؟

جدول رقم (16)

الطرق التي انتهجتها إدارة العلاقات العامة بالتعاون مع قطاع الصحة والسلامة المهنية للتوعية بفيروس كورونا المستجد	ك	%
عقد ندوات توعية عن فيروس كورونا- كوفيد19- وطرق الوقاية	25	22.7
إلزام العاملين بالمؤسسة بارتداء القناع الطبي والحفاظ على مسافات التباعد الاجتماعي	85	77.3
وضع لوحات إرشادية بتعليمات وزارة الصحة	62	56.4
تعقيم المؤسسة بشكل يومي	76	69.1
التعاون مع الجهات المعنية المتمثلة في وزارة الصحة من أجل توفير العلاج للمصابين	54	49.1
إيجاد سبل للتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني	20	18.2
متابعة المستجدات المعلنة من لجنة إدارة الأزمة بالحكومة المصرية ونشرها للعاملين بالمؤسسة	41	37.3
الإجمالي	110	

تشير البيانات السابق عرضها إلى الطرق التي انتهجتها إدارة العلاقات العامة بالتعاون مع وحدة الصحة والسلامة المهنية في المؤسسات التي يعمل بها المبحوثون للتوعية بفيروس كورونا المستجد؛ فذكروا "إلزام العاملين بالمؤسسة بارتداء القناع الطبي والحفاظ على مسافات التباعد الاجتماعي"في المرتبة الأولى بنسبة (77.3%), ثم "تعقيم المؤسسة بشكل يومي" بنسبة (69.1%)، ثم جاء في المركز الثالث"وضع لوحات إرشادية بتعليمات وزارة الصحة" بنسبة(56.4%)، ثم "التعاون مع الجهات المعنية المتمثلة في وزارة الصحة من أجل توفير العلاج للمصابين" بنسبة (49.1%)، وكان"متابعة المستجدات المعلنة من لجنة إدارة الأزمة بالحكومة المصرية ونشرها للعاملين بالمؤسسة" بنسبة (37.3%)، وأكدت عينة الدراسة أن"عقد ندوات توعية عن فيروس كورونا- كوفيد19- وطرق الوقاية" تحقق بنسبة (22.7%), وأخيرًا "إيجاد سبل للتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني" بنسبة (18.2%).

تعرض بيانات الجدول السابق الطرق التي اتبعتها إدارة العلاقات العامة بالتعاون مع الصحة والسلامة المهنية في المؤسسات الصحفية- عينة الدراسة- لتسيير العمل وإدارة الأزمات الناتجة عن تفشي فيروس كورونا المستجد – كوفيد19، واتضح من إجابات المبحوثين التزام مؤسساتهم بتعليمات وإرشادات وزارة الصحة المصرية حفاظا على صحتهم، حيث ألزمت العاملين بالمؤسسة بارتداء القناع الطبي، والحفاظ على مسافات التباعد الاجتماعي، وتعقيم المؤسسات بشكل يومي وغيرها من مستجدات معلنة من قبل لجنة إدارة الأزمة بالحكومة المصرية، وهو ما يدل على فهم هذه المؤسسات لخطورة الموقف والأزمات المترتبة عليه.

14-في تقديرك أي من الإجراءات التالية أكثر صعوبة أثناء إدارة الأزمة؟ (من فضلك رتب الإجراءات على أن يكون رقم (1) الأكثر صعوبة وهكذا...)؟

جدول رقم (17)

الإجراءات	الترتيب								الوزن المرجح		الترتيب
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	الوزن	النسبة	
ساعات الحظر الطويلة	45	20	16	11	2	1	6	9	683	17,2	1
عدم الوعي الكافي بمخاطر الإصابة من قبل العاملين بالمؤسسة والمواطنين على حد سواء	20	24	36	6	13	4	3	4	648	16,4	2
حلول شهر رمضان المعظم أثناء تطبيق الحظر	12	27	25	13	11	4	11	7	585	14,8	3
الاضطرار لتبادل النقود من يد لِيد أخرى بشكل مستمر	9	6	2	35	27	21	7	3	489	12,3	4
عدم الالتزام بارتداء القناع الطبي	6	14	6	28	16	11	23	6	471	11,9	5
تأخر استيعاب المواطنين بوجود فيروس كورونا (كوفيد 19) كوباء عالمي	12	4	13	8	8	24	18	23	405	10,2	6
كثرة إصابات مندوبي التوزيع وخاصة في المحافظات	5	8	3	6	15	24	16	33	341	8,6	7
تفشي الفيروس في بعض المؤسسات الصحفية	1	7	9	3	18	21	26	25	338	8,5	8
جملة الأوزان المرجحة									3960	100	-

تشير البيانات السابق عرضها إلى رأي المبحوثين في الإجراءات الأكثر صعوبة أثناء إدارة الأزمة؛ فذكروا في المقدمة "ساعات الحظر الطويلة" بنسبة (17.2%), ثم "عدم الوعي الكافي بمخاطر الإصابة من قبل العاملين بالمؤسسة والمواطنين على حد سواء" بنسبة (16.4%), وبعد ذلك "حلول شهر رمضان المعظم أثناء تطبيق الحظر" بنسبة (14.8%)، ثم جاء في المرحلة التالية "الاضطرار لتبادل النقود من يد ليد أخرى بشكل مستمر" بنسبة (12.3%)، ثم ذكروا بعد ذلك "عدم الالتزام بارتداء القناع الطبي" بنسبة (11.9%)، ثم "تأخر استيعاب المواطنين بوجود فيروس كورونا (كوفيد 19) كوباء عالمي" بنسبة (10.2%)، "وجاءت كثرة إصابات مندوبي التوزيع وخاصة في المحافظات" بنسبة (8.6%), وأخيرًا "تفشي الفيروس في بعض المؤسسات الصحفية" بنسبة (8.5%).

وتشير نتائج الجدول السابق في تحليلها الأخير إلى تعدد وتنوع الإجراءات الأكثر صعوبة أثناء إدارة الأزمة والتي جاءت في مقدمتها "ساعات الحظر الطويلة"، وهوما يدل على وجود إجراءات صارمة من قبل الحكومة المصرية، وعلى الجانب الآخر جاء في المركز الثاني "عدم الوعي الكافي بمخاطر الإصابة من قبل العاملين بالمؤسسة والمواطنين على حد سواء" وما نتج عنه من زيادة الأزمة وصعوبة التحكم في إدارتها، وتزامن حلول شهر رمضان المعظم أثناء تطبيق الحظروما يصاحب الشهر الفضيل من عادات وتقاليد خاصة بالمجتمع المصري؛ مما عرقل بشكل أو بآخر إدارة أزمة كورونا من قبل المؤسسات الصحفية، وكان تبادل النقود من يد ليد أخرى يحدث بشكل اضطراري ومستمر، وجاء بعد ذلك عدم الالتزام بارتداء القناع الطبي لكونه مستجدا على المجتمع المصري، حيث لم يعتد المواطن ارتداء الأقنعة الطبية، ويأتي بعد ذلك صعوبة استيعاب المواطنين لفيروس كورونا كوباء عالمي؛ ويرجع ذلك لسببين: سجية المجتمع المصري، وعدم حدوث مثل هذه الأوبئة منذ فترات طويلة، ثم جاء بعد ذلك كثرة إصابات مندوبي التوزيع في المحافظات، وهو ما يدل على عدم الوعي الكافى من قبل المواطنين بمخاطر أزمة كورونا في هذه المحافظات، وأخيرا تفشي الفيروس في بعض المؤسسات الصحفية.

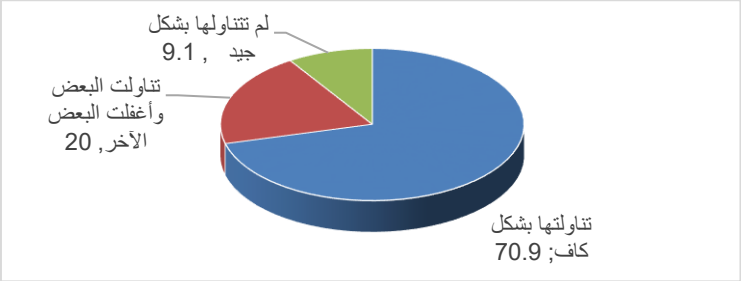
15-من وجهة نظرك ما مدى تناول الصحف المصرية الورقية لجائحة كورونا أثناء الموجة الأولى؟

جدول رقم (18)

مدى تناول الصحف المصرية الورقية لجائحة كورونا أثناء الموجة الأولى	ك	%
تناولتها بشكل كاف	78	70.9
تناولت البعض وأغفلت البعض الآخر	22	20.0
لم تتناولها بشكل جيد	10	9.1
الإجمالي	110	100.0

تكشف بيانات الجدول السابق عن مدى تناول الصحف المصرية الورقية لجائحة كورونا أثناء الموجة الأولى من وجهة نظر المبحوثين؛ فأوضح أغلبهم أنها "تناولتها بشكل كاف" بنسبة (70.9%), ثم "تناولت البعض وأغفلت البعض الآخر" بنسبة (20%), وأخيرًا "لم تتناولها بشكل جيد" بنسبة (9.1%).

تتفق نتائج هذا الجدول مع النتائج السابقة بأن الصحف المصرية الورقية والقائمين عليها كانت على قدر كاف من الوعي بأهمية دورها الإعلامي ومسؤوليتها الاجتماعية في تناول تطورات الجائحة.



16-ما أكثر المحافظات تراجعا في التوزيع في مؤسستك أثناء تطبيق قرار الحظر من قبل الحكومة المصرية؟

جدول رقم (19)

أكثر المحافظات تراجعا في التوزيع في المؤسسات الصحفية أثناء تطبيق قرار الحظر من قبل الحكومة المصرية	ك	%
الوجه القبلي	41	87,2
القاهرة	4	8,5
الغربية	3	6.4
المنوفية	3	6.4
المحافظات الحدودية	2	4.3
أسيوط	1	2.1
الشرقية	1	2.1
الدلتا	1	2.1
الإسكندرية	1	2.1
جنوب سيناء	1	2,1
بحري	1	2,1
الإجمالي	47	

تشير البيانات السابق عرضها إلى رأي المبحوثين في أكثر المحافظات تراجعا في التوزيع في المؤسسات الصحفية أثناء تطبيق قرار الحظر من قبل الحكومة المصرية؛ فذكروا "الوجه القبلي" في المرتبة الأولى بنسبة (87.2%), ثم "القاهرة" بنسبة (8.5%)، وتساوت "الغربية" و"المنوفية" بنسبة (6.4%)، ثم "المحافظات الحدودية" بنسبة (4.3%), وأخيرًا كلٌ من "أسيوط" و"الشرقية" و"الدلتا" و"الإسكندرية" و"جنوب سيناء" و"الوجه البحري" بنسبة (2.1%).

ويرجع احتلال الوجه القبلي المرتبة الأولى من حيث تراجع توزيع الصحف أثناء أزمة كورونا إلى اعتماد المؤسسات الصحفية الثلاث على القطارات فقط في التوزيع لوجه قبلي- فبالتالي كان أكثر المحافظات تأثرا بتقنين موعد القطارات وتقليل ساعات العمل وتطبيق حظر التجوال.

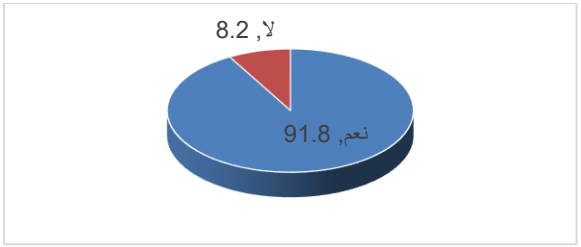
17- هل أنت راض عن توجهات السياسة التوزيعية لمؤسستك إبان مواجهة الأزمة؟

جدول رقم (20)

مدى رضا المبحوثين عن توجهات السياسة التوزيعية لمؤسساتهم إبان مواجهة الأزمة	ك	%
نعم	101	91.8
لا	9	8.2
الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق مدى رضا المبحوثين عن توجهات السياسة التوزيعية لمؤسساتهم إبان مواجهة الأزمة؛ فأوضح أغلبهم "رضاهم" بنسبة (91.8%), في مقابل (8.2%) أوضحوا "عدم رضاهم".

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أنه بالرغم من تراجع أرقام التوزيع بشكل واضح- وهو ما اتفقت عليه عينة الدراسة- إلا انهم اتفقوا على اقتناعهم بآليات إدارة أزمة العمل إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا، وهو ما يدل على أن إدارات التوزيع في المؤسسات الصحفية-عينة الدراسة- تعاملت مع أزمات العمل الناتجة عن تفشي فيروس كورونا المستجد بشكل لائق وراض للعاملين بالقطاعات الإدارية والتجارية بالمؤسسات الثلاث.



18-هل توقف توزيع الجرائد خارج جمهورية مصر العربية خلال تلك الفترة؟

جدول رقم (21)

مدى توقف توزيع الجرائد خارج جمهورية مصر العربية خلال تلك الفترة	ك	%
نعم	29	61,7
لا	18	38,3
الإجمالي	47	100,00

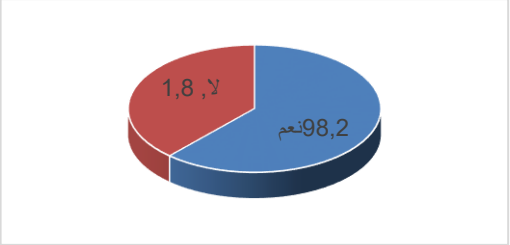
توضح بيانات الجدول السابق مدى توقف توزيع الجرائد خارج جمهورية مصر العربية خلال تلك الفترة؛ فذكر المبحوثون أنها "توقفت" بنسبة (61.7%), في مقابل (38.3%) أوضحوا "عدم توقفها"، ويرجع ذلك إلى توقف حركة الطيران بين بلدان العالم لفترات طويلة.

19-في تقديرك هل نجحت مؤسستك الصحفية في آليات إدارة الأزمة إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا 2020؟

جدول رقم (22)

مدى نجاح المؤسسات الصحفية في آليات إدارة الأزمة إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا 2020	ك	%
نعم	108	98.2
لا	2	1.8
الإجمالي	110	100.0

توضح بيانات الجدول السابق مدى نجاح المؤسسات الصحفية في آليات إدارة الأزمة إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا 2020؛ فذكر المبحوثون أنها "نجحت" بنسبة (98.2%), في مقابل (1.8%) أوضحوا "عدم نجاحها". وتشير نتائج الجدول السابق إلى محاولة المؤسسات الصحفية الاستفادة من علم إدارة الأزمات، وبالرغم مما تركته أزمة كورونا من تأثيرات سلبية عانت ومازالت تعاني منها هذه المؤسسات إداريا؛ إلا أن المبحوثين- عينة الدراسة- اتفقوا على أن هذه المؤسسات لم تدخر جهدا لإدارة الأزمة.



20-أسباب نجاح المؤسسات الصحفية في آليات إدارة الأزمة إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا 2020؟

جدول رقم (23)

الأسباب	ك	%
اتخاذ التدابير اللازمة من الالتزام بارتداء الكمامة وتطهير المباني باستمرارية والالتزام بمواعيد الحظر والتباعد الاجتماعي والتناوب بين الموظفين	50	46
نشر إعلانات للتوعية	30	28
الإدارة الطبية الجيدة	12	11
وجود كوادر مؤهلة للعمل تحت أي ظروف	8	7
الإحساس بالمسئولية	4	4
خطة للتوزيع بالتنسيق مع باقي المؤسسات الصحفية لإدارة الأزمة والتغلب على مشكلة الحظر	2	2
التعاون مع وزارة الصحة ووضع لوحات إرشادية بتعليمات وزارة الصحة	1	1
تشكيل لجنة برئاسة المدير العام لمناقشة كافة الأمور	1	1
الإجمالي	108	100

تشير البيانات السابق عرضها إلى رأي المبحوثين في أسباب نجاح المؤسسات الصحفية في آليات إدارة الأزمة إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا 2020؛ فذكروا في المقدمة "اتخاذ التدابير اللازمة من الالتزام بارتداء الكمامة وتطهير المباني باستمرارية والالتزام بمواعيد الحظر والتباعد الاجتماعي والتناوب بين الموظفين" بنسبة (46%), ثم "نشر إعلانات للتوعية" بنسبة (28%)، ثم "الإدارة الطبية الجيدة من قبل المؤسسات" بنسبة (11%)، ثم ذكروا وجود "كوادر مؤهلة للعمل تحت أي ظروف" بنسبة (7%)، وأكد المبحوثون أن" الإحساس بالمسئولية" مثل نسبة (4%)، ثم "خطة للتوزيع بالتنسيق مع باقي المؤسسات الصحفية لإدارة الأزمة والتغلب على مشكلة الحظر" بنسبة (2%), وأخيرًا "تشكيل لجنة برئاسة المدير العام لمناقشة كافة الأمور" و"التعاون مع وزارة الصحة ووضع لوحات إرشادية بتعليمات وزارة الصحة" بنسبة (1%).

ثالثا- نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا ورأيهم في مدى تناول الصحف المصرية الورقية للجائحة أثناء الموجة الأولى.

جدول رقم (24)

العلاقة بين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا ورأيهم في مدى تناول الصحف المصرية الورقية للجائحة أثناء الموجة الأولى	تناولتها بشكل كاف		تناولت البعض وأغفلت البعض الآخر		لم تتناولها بشكل جيد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اهتم إلى حد كبير	72	92,3	19	86,4	6	60	97	88,2
اهتم إلى حد ما	6	7,7	3	13,6	4	40	13	11,8
الإجمالي	78	100	22	100	10	100	110	100

جدول رقم (25)

Chi-squara	درجة الحرية	مستوي المعنوية	الدلالة	معامل التوافق
8,956	2	0,0011	دال	0,275

تشير البيانات السابق عرضها إلى مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا ورأيهم في مدى تناول الصحف المصرية الورقية للجائحة أثناء الموجة الأولى؛ فقد بلغت قيمة كا 2 (8.956) عند درجة حرية (2) ومستوى معنوية (0.0011) ومعامل توافق (0,275)؛ مما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا ورأيهم في مدى تناول الصحف المصرية الورقية للجائحة أثناء الموجة الأولى, وهي علاقة طردية، فكلما ارتفع اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا؛ ارتفع رأيهم الإيجابي في مدى تناول الصحف المصرية الورقية للجائحة أثناء الموجة الأولى. **وبذلك تثبت صحة الفرض الأول**.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا ومدى إسهامهم في إدارة الأزمة المتعلقة بجائحة كورونا.

جدول رقم (26)

اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا / ومدى إسهامهم في إدارة الأزمة المتعلقة بجائحة كورونا	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	0,258	0,000	دال
حجم العينة	110		

تشير البيانات السابق عرضها إلى مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا ومدى إسهامهم في إدارة الأزمة المتعلقة بجائحة كورونا؛ فقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (*0.258*) عند مستوى معنوية دال (0,000)؛ مما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا ومدى إسهامهم في إدارة الأزمة المتعلقة بجائحة كورونا, وهي علاقة طردية، فكلما ارتفع اهتمام المبحوثين بمتابعة تداعيات جائحة كورونا؛ ارتفع إسهامهم في إدارة الأزمة. وبذلك **تثبت صحة هذا الفرض**.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تراجع توزيع الصحف أثناء تطبيق قرار حظر التجوال مارس2020 وتراجع نسبة الإعلانات عن معدلها.

جدول رقم (27)

بين تراجع توزيع الصحف أثناء تطبيق قرار الحظر2020م / وتراجع نسبة الإعلانات عن معدلها	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	0.453**	**0.000**	**دال**
حجم العينة	**110**		

تشير البيانات السابق عرضها إلى مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تراجع توزيع الصحف أثناء تطبيق قرار حظر التجوال مارس 2020 وتراجع نسبة الإعلانات عن معدلها؛ فقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.453) عند مستوى معنوية دال (0,000)؛ مما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تراجع توزيع الصحف أثناء تطبيق قرار حظر التجوال المطبق من قبل الحكومة المصرية بداية من مارس 2020؛ وتراجع نسبة الإعلانات عن معدلها, وهي علاقة طردية، فكلما تراجع توزيع الصحف أثناء تطبيق قرار حظر التجوال 2020؛ تراجعت نسبة الإعلانات عن معدلها، وبذلك **تثبت صحة هذا الفرض**.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمدى إسهامهم في إدارة الأزمة وفق المتغيرات الديموجرافية.

جدول رقم (28)

مدى إسهامهم في إدارة الأزمة / المتغيرات الديموجرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكور	93	1.24	.427	ت = 7,339	108	0.000دال
	إناث	17	2.00	.000			
العمر	40-25	32	1.41	.499	ف= 0,276	2 107	0,759 غير دال
	40- 55	62	1.34	.477			
	55 فأكثر	16	1.31	.479			
	الإجمالي	110	1.35	.481			

مدى إسهامهم في إدارة الأزمة / المتغيرات الديموجرافية		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
المؤهل التعليمي	متوسط	19	1.00	.000	ف= 7,411	2 107	0.001دال
	جامعي	88	1.42	.496			
	أعلى من الجامعي	3	1.67	.577			
	الإجمالي	110	1.35	.481			
سنوات الخبرة	أقل من 10 سنوات	33	1.33	.479	ف= 0,535	2 107	0.587غير دال
	10 سنوات إلى 20 سنة	41	1.41	.499			
	أكثر من 20 سنة	36	1.31	.467			
	الإجمالي	110	1.35	.481			
المؤسسة	الأهرام	48	1.33	.476	ف= 0,0282	2 107	0.921غير دال
	الأخبار	46	1.37	.488			
	الجمهورية	16	1.38	.500			
	الإجمالي	110	1.35	.481			

توضح البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمدى إسهامهم في إدارة الأزمة وفق المتغيرات الديموجرافية: حول النوع بلغت قيمة ت (7.339) عند مستوى معنوية دال (0,000), وكانت الفروق لصالح الإناث ثم الذكور. وحول المرحلة العمرية بلغت قيمة ف (0.276) عند مستوى معنوية غير دال (0.759). وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي بلغت قيمة ف (7.411) عند مستوى معنوية دال (0,001), وكانت الفروق لصالح الحاصلين على مؤهل فوق جامعي ثم الحاصلين على مؤهل جامعي وأخيرًا الحاصلين على مؤهل متوسط. وحول سنوات الخبرة بلغت قيمة ف (0.535) عند مستوى معنوية غير دال (0.587). وبالنسبة للمؤسسة الصحفية بلغت قيمة ف (0.0282) عند مستوى معنوية غير دال (0.921). وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بمدى إسهامهم في إدارة الأزمة وفق المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع والمؤهل التعليمي فقط, وبذلك **تثبت صحة هذا الفرض جزئيًا.**

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات عينة الدراسة في اهتمامهم بمتابعة تداعيات جائحة كورونا

جدول رقم (29)

متابعة تداعيات جائحة كورونا / المؤسسة		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					الاختبار	درجة الحرية	مستوي المعنوية
المؤسسة	الأهرام	48	1.04	.202	ف= 3,924	2 107	0,023 دال
	الأخبار	46	1.22	.417			
	الجمهورية	16	1.06	.250			
	الإجمالي	110	1.12	.324			

توضح البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات -عينة الدراسة- في اهتمامهم بمتابعة تداعيات جائحة كورونا؛ فقد بلغت قيمة ف (3.924) عند مستوى معنوية دال (0.023), وكانت الفروق لصالح مؤسسة الأخبار ثم مؤسسة الجمهورية وأخيرا مؤسسة الأهرام. وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات عينة الدراسة في اهتمامهم بمتابعة تداعيات الجائحة.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات عينة الدراسة في مساهمة إدارات العلاقات العامة والصحة والسلامة المهنية بالمؤسسة بالتوعية الكافية بفيروس كورونا.

جدول رقم (30)

التوعية الكافية بفيروس كورونا

متابعة تداعيات جائحة كورونا / المؤسسة		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية: الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
المؤسسة	الأهرام	48	1.33	.476	ف= 4,178	2 107	0,018 دال
	الأخبار	46	1.11	.315			
	الجمهورية	16	1.13	.342			
	الإجمالي	110	1.21	.409			

توضح البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات عينة الدراسة في مساهمة إدارات العلاقات العامة والصحة والسلامة المهنية بها بالتوعية الكافية بفيروس كورونا؛ فقد بلغت قيمة ف (4.178) عند مستوى معنوية دال (0.018), وكانت الفروق لصالح مؤسسة الأهرام ثم مؤسسة الجمهورية وأخيرا مؤسسة الأخبار. وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات عينة الدراسة في مساهمة إدارتى العلاقات العامة، والصحة والسلامة المهنية بها بالتوعية الكافية بفيروس كورونا, **فتثبت صحة هذا الفرض.**

مناقشة نتائج الدراسة:

توصل البحث إلى مجموعة من النتائج جاءت كالآتي:

1- انتهت نتائج الدراسة إلى أن مؤسسات الدولة -بما فيها المؤسسات الصحفية- كانت على وعي كاف وقدر كبير من المسئولية المجتمعية لإدارة الأزمات المترتبة على تفشي فيروس كورونا – كوفيد 19 ومتحوراته، إلا أن سلوك المواطنين كان من أكثر العوامل التي أدت إلى تفاقم الأزمة.

2- أظهرت نتائج الدراسة اهتمام المبحوثين -عينة الدراسة- إلى حد كبير بتداعيات جائحة كورونا وخاصة إبان الموجة الأولى من الجائحة.

3- يرى العاملون بالقطاعات الإدارية والتجارية أن إدارة التوزيع بالمؤسسات الصحفية كانت أكثر الإدارات تأثرا بقرار الحظر المطبق من قبل الحكومة المصرية 2020.

4- أوضح أغلب المبحوثين -عينة الدراسة- حدوث تراجع في توزيع الصحف المصرية أثناء تطبيق قرار حظر التجوال 2020.

5- الخوف من ملامسة الجرائد والنقود من أكثر الأسباب التي أدت إلى تراجع توزيع الصحف في تلك الفترة.

6- أشارت نتائج الدراسة إلى أن تراجع التوزيع يعتبر من أهم الأسباب التي أدت إلى تراجع نسبة الإعلانات عن معدلها أثناء تطبيق قرار حظر التجوال 2020.

7- اتفق أغلب المبحوثين -عينة الدراسة- على تزايد الإعلانات التوعوية "بالتدابير الوقائية للحماية من كوفيد19" في الصحف تلك الفترة.

8- أكد العاملون في القطاعات الإدارية والتجارية للمؤسسات الصحفية على تلقيهم شكاوى بشأن اشتراكات التوزيع أثناء فترة الحظر، ولعل من أبرز أسباب هذه الشكاوى صعوبة الوصول إلى المشتركين بسبب ظروف حظر التجوال.

9- أجمعت الأغلبية العظمى من العاملين بالقطاعات الإدارية والتجارية -عينة الدراسة- في المؤسسات الصحفية على تطبيق مؤسساتهم للإجراءات الوقائية بشكل كاف.

10- تبنت "الصحة والسلامة المهنية" إلزام العاملين بالمؤسسات بارتداء القناع الطبي والحفاظ على مسافات التباعد الاجتماعي وكذلك تعقيم المؤسسات بشكل يومي.

11- رأى المبحوثون -عينة الدراسة- أن ساعات الحظر الطويلة، وحلول شهر رمضان المعظم، وتأخر استيعاب المواطنين بوجود فيروس كورونا (كوفيد19) كوباء عالمي، وكذلك كثرة إصابات مندوبي التوزيع ؛ من الأسباب التي أدت لصعوبة إدارة هذه الأزمة.

12- أكثر المحافظات تراجعا في توزيع الجرائد الوجه القبلي، وذلك لأن التوزيع في الوجه القبلي يعتمد على القطارات، وبالتالي تأثر كثيرا من تطبيق قرار الحظر وتقنين ساعات العمل.

13- كشفت النتائج عن تقييم العاملين بالقطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية المصرية – عينة الدراسة- لنجاح آليات إدارة أزمات العمل إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا 2020.

خاتمة الدراسة:

1- آليات إدارة المؤسسات الصحفية لأزمة الموجة الأولى من جائحة كورونا 2020تنقسم إلى عدة مراحل، وتختلف بمرور الوقت، وتتأثر بقدر الاهتمام الإعلامي بالأزمة منذ بدايتها مرورًا بجميع مراحلها المستمرة ووصولا إلى وقتنا هذا، وفي جميع الأحوال فإن دور القطاعات الإدارية والتجارية بالمؤسسات الصحفية يعد أحد روافد هذه الأزمة؛ حيث اكتسبت بعض من هذه القطاعات أهمية نسبية، مثل الصحة والسلامة المهنية، ويرجع ذلك لحاجة العاملين بالمؤسسات الصحفية لإمدادهم بالأخبار باستمرار، وكذلك بالتدابير الوقائية وكيفية التعامل مع هذه الأزمة.

2- تمحورت أزمة الدراسة حول عدد من العوائق والصعوبات التي واجهتها القطاعات الإدارية والتجارية في المؤسسات الصحفية نتيجة لظهور فيروس كورونا المستجد حينذاك- كمتغير جديد طرأ على العالم بأسره، وبالتبعية على المجتمع المصري وما ترتب عليه من إجراءات وتدابير لمواجهة هذه الأزمة، حيث اهتمت الدراسة بالقطاعات الإدارية والتجارية دون قطاع التحرير؛ نظرا لأهمية مواجهة الأزمة إداريا بطرق آمنة، ولجأت إلى الإدارات المتمثلة في: التوزيع، الصحة والسلامة المهنية، النقل والحركة، الإعلان، العلاقات العامة.

3- حدد العاملون بالقطاعات الإدارية والتجارية بالمؤسسات الصحفية المصرية نقاطا واضحة أدت لنجاح إدارة الأزمة إبان الموجة الأولى من جائحة كورونا 2020 وما ترتب عليها من تداعيات – من وجهة نظرهم- وهي قيام المؤسسات الصحفية بنشر اعلانات داخلية للتوعية، وكذلك وضع لوحات إرشادية بتنويهات وزارة الصحة المصرية، ووجود كوادر مؤهلة للعمل تحت أي ظروف، والإحساس بالمسئولية، والتعاون والتنسيق بين إدارات التوزيع في المؤسسات الصحفية لإدارة الأزمة والتغلب على مشكلة الحظر.

4- تعرضت المؤسسات الصحفية المصرية لتأثيرات سلبية نتيجة جائحة "كورونا" وتداعياتها قد تُهدد مستقبل الصحافة المطبوعة، فإن تأثير كورونا على الصحافة المطبوعة هائل، فالتوزيع أصبح في أدنى مستوياته والإعلانات تتناسب طردياً مع التوزيع، وتغيرت عادات القراء لصالح شبكات التواصل الاجتماعي والتصفح عبر الهواتف الذكية، لذا فإن المؤسسات الصحفية عليها أن تستعيد نشاطها في تقديم محتوى يتجاوز الخبر إلى التحليل والتفسير.

5- أثرت جائحة كورونا على قطاعات عديدة، مثل السياحة والطيران والبترول، ولكن الفارق أن تلك القطاعات كانت تُحقق مكاسب إيجابية قبل الجائحة، لكن قطاع الصحافة دخل جائحة كورونا وهو يعاني من أزمات اقتصادية؛ لذلك تفاقمت الأزمة لديه.

6- كلما طال استمرار موجات جائحة فيروس "كورونا" المُستجَد ومتحوراته؛ قلَّت فرص الصحف المطبوعة من النجاة في المستقبل، فاليوم قُرّاء الصحف هم القُرَّاء القدامى الذين تعودوا على مطالعة الصحيفة كعادة يومية، وبمرور الوقت سينقرض العدد، المتغير الأهم هو تداعيات كورونا التي غيّرت جزءاً كبيراً من عاداتنا اليومية، وعلى رأسها قراءة الصحُف.

7- صار لزاما على المؤسسات الصحفية المصرية انتهاج سبل مبتكرة لمواجهة مثل هذه الأزمات، مثل: تفعيل الاشتراكات الرقمية، والدفع مقابل الحصول على المحتوى، وخلق عناصر جذب لمواقعها الإلكترونية، وتفعيل منصات جاذبة للقراء، وتحقيق التجاوب مع القراء بشكل فوري.

8- علم إدارة الأزمات من العلوم حديثة النشأة الذي برزت أهميته في الآونة الأخيرة، ولكنه يستوجب المزيد من الاهتمام والدراسة.

مقترحات الدراسة:

- اهتمام وسائل الإعلام بإعداد حملات إعلامية لاتتوقف للتوعية المستمرة بالتدابير الوقائية لفيروس كورونا ومتحوراته.
- طرح وسائل الإعلام للسياسات التي تنتهجها مؤسسات الدولة وتحديدا المؤسسات الصحفية للتعامل مع هذه الأزمة وخاصة مع الاستمرارية وطول الفترة الزمنية.
- طرح وسائل الإعلام لطرق مبتكرة لتشجيع الفئات المتكاسلة عن أخذ جرعات لقاح كورونا.

ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:

- إجراء مزيد من الأبحاث بشأن تصدي مؤسسات الدولة بشكل عام لتفشي فيروس كورونا وكيفية التعايش معه.

- ضرورة التوسع في إجراء مزيد من الدراسات والبحوث التي تتناول إدارة المؤسسات الصحفية للأزمات المختلفة التي تواجهها القطاعات الإدارية؛ من تراجع في التوزيع، وإحجام المعلنين عن الإعلان بها وغيرها،

ومحاولة إيجاد سبل لهذه الأزمات.

- التركيز على دراسات عن تقييم الأداء داخل إدارات المؤسسات الصحفية.

هوامش الدراسة ومراجعها:

1Stephen W. Little John, **Theories of Human Communication**, 7th ed (New Mexico: Clark Baxter, 2002)

2محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط5 (القاهرة: عالم الكتب، 2015) ص252.

3**رجعت الباحثة في هذه الجزئية إلى**:

عبد الجواد سعيد ربيع، العلاقة بين نمط ملكية الصحف المصرية وحرية التعبير عن الرأي، دراسة مقارنة للصحف القومية والخاصة، **المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الفترة من 1-2/7/2008.

محمد محمود عبد الفتاح نصر الدين، الصحف المصرية الصادرة عن شركات مساهمة: دراسة تقويمية للفن الصحفي والأداء المهني، **المؤتمر الخامس والعشرون للجمعية الدولية لبحوث الاتصال والإعلام- بعنوان: "مجتمع المعرفة للجميع"**، في الفترة من 23-28 يوليو 2006.

●Seven Windahl and Benno H. Signitzer: **Using Communication Theory**,2nd Ed., (Los Angels: Sage,2009), pp.108-115.

4**رجعت الباحثة في هذه الجزئية إلى**:

●أديب خضور،**الإعلام والأزمات** (الرياض:مركز الدراسات والبحوث،أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية،1999) ص74.

●محمد شومان،**الإعلام والأزمات:مدخل نظري وممارسات عملية**، ط2 (القاهرة:دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع،2006) ص ص67- 89.

●محمود يوسف،تخطيط برامج الأزمات،**مجلة الدراسات العليا**،كلية الدراسات العليا،أكاديمية مبارك للأمن،العدد9، يوليو2003،ص ص134- 136.

●هويدا مصطفى، **الإعلام والأزمات المعاصرة** (القاهرة:دار المحروسة للنشر،2010) ص33.

●هويدا مصطفى، **دورالإعلام في الأزمات الدولية** (القاهرة:مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، 2000)ص ص28- 34.

●Denis Macquail,The influence of Mass Media, Morris Janavitzand and Paul Hircsh (eds) Reader in Public Opinon and Mass Communication,3rd edition,New York, The Free Press,1981, pp 260- 265.

●محمد شومان، الإعلام والأزمات، **مرجع سابق**، ص ص 115- 120.

5أحمد فتحي، نظم تمويل المؤسسات الصحفية المصرية في ضوء المتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية:دراسة مستقبلية، **رسالة دكتوراه، غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة،2021).

6شيماء فريد،السياسات الإدارية المطبقة في قطاعي"الإعلان والمطابع وتأثيرها على جودة الأداء بالتطبيق على مؤسستي دار التحرير وأخبار اليوم":دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير،غير منشورة** (جامعة القاهرة:كلية الإعلام،قسم الصحافة،2021).

7Villi, M et al.Strategic Challenges for Innovation in US Metropolitan Nwespaper Organizations, **Journal of Media Buisness Studies,** Vol.17, No.1,2020.

8معتز أحمد عبد الفتاح، تأثير التطورات التكنولوجية في دعم تجارب المشروعات الإعلامية المحلية على شبكة الإنترنت ومدى قدرتها على منافسة المواقع الإخبارية الرئيسية، **رسالة دكتوراه، غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة،2020).

9محرز غالي،الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث تمويل الصحافة المطبوعة والرقمية:رؤية تحليلية نقدية،**المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**،كلية الإعلام،جامعة الأهرام الكندية،ع26،يوليو- سبتمبر2019.

10Borelli,J.,Rebooting Journalism:How Media Startups Overcame the Buisness Model Crisis,Reuters Institute Fellowship Paper,University of Oxford,Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-02/Rebooting_ Journalism_ Javier_ Borelli_ Jan_ 2020,pdf.

11مي محمود توفيق،الاستراتيجيات التحريرية والتوزيعية للصحف المطبوعة في مصر في مواجهة التحديات الرقمية :دراسة تحليلية ميدانية، **رسالة دكتوراه، غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2019).

11محمد حسن البنا،دور الحوكمة في تحسين كفاءة المؤسسات الصحفية القومية بالتطبيق على مؤسسة أخبار اليوم،(أكاديمية السادات للعلوم الإدارية: كلية العلوم الإدارية،2018.

11محرز غالي، الأطر النظرية والمنهجية المستخدمة في بحوث إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها وتطبيقاتها في البحوث والدراسات العربية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**،كلية الإعلام،جامعة الأهرام الكندية،ع13،ديسمبر2018.

11عادل مبروك،مستقبل وسائل الإعلام الليبية في ضوء التحديات الأمنية والتحولات السياسية، رسالة دكتوراه ،غيرمنشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2017).

11محرز غالي،تأثير التحولات الرقمية قي ثقافة غرف الأخبار والبيئة التنظيمية الجديدة على أجندة البحث العلمي في حقل دراسات إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها:رؤية تحليلية نقدية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال**،كلية الإعلام،جامعة الأهرام الكندية،ع17،يونيو2017.

11Kolo, C., A Long-Term View on the Business Model of Newspaper Publishing: International Comparison and Quantitative Modelling for Germany as Case in Point, Westminster Papers in Culture and Communication, Vol.11 ,No.1,2016.

11Dejarnette,B.&Madison,E.,Public Policy Events Offer New Revenue Source, **Newspaper Research Journal**,Vol.37,No.4,2016.

11Hunter, A., Crowdfunding Independent and Freelance Journalism: Negotiating Journalistic Norms of Autonomy and Objectivity, **New Media & Society**, Vol.17, No.2,2015.

11محمودعلم الدين،المؤسسات الصحفية القومية:رؤية مستقبلية،**المجلة العلمية لبحوث الصحافة**،كلية الإعلام،جامعة القاهرة،ع2، أبريل- يونيو2015.

11Li., Y., &Thorson,E.,Increasing News Content and Diversity Improves Revenue, **Newspaper Research Journal**,Vol.36,No.4,2015.

11Edge, M., Newspapers`Annual Reports Show Chains Profitable, **Newspaper Research Journal**,Vol.35, No.4,2014.

11Tennant , J.I.,&Chyi,H.I.,Reducing Publication Decreases U.S. College Newspaper Revenue, **Newspaper Research Journal**,Vol.35,No.4,2014.

11Simpson,E.C.,Print Subscribers Add Value to Newspaper Websites, **Newspaper Research Journal**,Vol.32,No.4,2011.

11Pickard,V.,&Stearns,J.,New Models Emerge for Community Press, **Newspaper Research Journal**,Vol.32,No.1,2011.

11Harare,COVID-19 Worsened Environment for Media in Southern Africa, Especially print Journalism,2021,Zimbabwe,Retrieved from https://.voanews.com/a/covid19-worsened-environment-for-media-in-SouthernAfrica-especially-print-journalism-teaser-researcher-newspapers-and-magazines

11Marina Sheresheva, Helen Shitikova, Lyudmila Skakovskaya, Elena Bryzgalova&Anton Antonov-Ovseenko, The Print Media Convergence: Overall Trends and The COVID-19 Pandemic Impact, **Journal of Risk and Financial Management**, Vol.14, 2021.

11Media Management During COVID-19:Behavior of Swedish Media Leaders in Times of Crisis,2021, Retrieved from http://dol.org/10.1080/1461670x.2021.1939106

11Print Media Global Market Report 2021:Covid 19 Impact& Recovery to 2030,2021, Retrieved from https://www.reportlinker.com/p06018830/?utm_source=GNW

11Saxena, ViveK, Impact of COVID-19 on Indian National Print Media, **International Journal of Research and Analytical Reviews**,2021. http://doi.one/10.1729/Journal.27113

11Teri Finneman, Ryan J.Thomas, You Had to be Reporting Constantly: COVID-19 's Impact on U.S. Weekly Newspapers'Journalistic Routines, **Newspaper Research Journal**,July 2021.

11COVID-19:Impact on Newspaper Industry,2021, Retrieved from http://www.taxaj.com

11Milne,R., 2020, Top Swedish Newspaper on Course For Best Results since 1990s, Financial Times, Retrieved from https://www.fit.com/content/aa1172b3-3479-470f-953e-44ce4f925884

11Newspaper Publishing Industry in China Report,2020, IBISWorld, Retrieved from http://www.ibisworld.com/china/market-research-reports/newspaper-publishing-industry.

11Niaz Mahmoud Zafri, Sadia Afroj, Imtiaz Mahmoud Nafi, Md. Musleh Uddin Hasan, A Content Analysis of Newspaper Coverage of COVID-19 Pandemic for Developing a Pandemic Management Framwork,**Heliyon**, Vol.7, No.3,March 2020.

11Santiago Tejedor,Laura Cervi,Femanda Tusa, Marta Portales& Margarita Zabotina, Information on the COVID-19 Pandemic in Daily Newspapers'Front Pages: Case Study of Spain and Italy, **International Journal of Environmental Research and Public Health**,2020.

11Supadiyanto Supadiyanto, (Opportunities) Death of Newspaper Industry in Digital Age and COVID-19 Pandemic, **Jurnal The Messenger**:Cultural Studies, IMC and Media, Vol.12, No.2, 2020.

11Support to Media in Response to the Spread of The COVID-19,2020, Government Officers of Sweden, Retrieved from https://www.government.se/support-to-media-in-response-to-the-spread-of-the-covid-19

11Wechsler,S.2020, All The Media Impacts of COVID-19 in Canada,Local News Research Project,Ryerson University, Retrieved from https://localnewsresearchproject.ca/all-the-media-impact-of-covid-19-in-canada

11**رجعت الباحثة في هذه الجزئية إلى**:

- بشير العلاف،**العلاقات العامة في الأزمات** (الأردن:دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع،2009) ص ص58- 60.
- جون كلير، **كيف تتعامل مع وسائل الإعلام: مهارات الإدارة الحديثة**،ترجمة خالد العامري،ط1 (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع،2006) ص306.
- سعد بن علي،**إدارة عمليات الأزمات الأمنية**،ط1 (الرياض:جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية،2005) ص ص19-20.
- علي عجوة، كريمان فريد، **إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات** (القاهرة:عالم الكتب،2005) ص175.
- محمود يوسف،**إدارة وتخطيط العلاقات العامة** (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع،2008) ص ص176-177.
- نجلاء رجب أحمد السيد،شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية وعي المرأة بأزمة فيروس كورونا المستجد كمتغير في التخطيط لإدارة الأزمة،**مجلة دراسات في الخدمة الإجتماعية والعلوم الانسانية**،كلية الخدمة الاجتماعية،جامعة الفيوم،ع 52،مجلد1، أكتوبر2020،ص15.
- Glaesser,D., **Crisis Management in The Toutism Industry**,2006,pp. 84-85.
- Goel, S., **Crisis Management: Master The Skills To Prevent Disasters**,2009, p.25.

- خالد زكي أبو الخير، التحليل النقدي لمقاييس تقييم الأداء في دراسات وبحوث الصحافة..نحو بناء دليل مؤشرات لقياس كفاءة الأداء الصحفي، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**،كلية الإعلام،جامعة الأهرام الكندية،ع23،أكتوبر-ديسمبر2018.
- لمياء محمد عبد العزيز، الصحافة الرقمية وتأثيرها على إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها،**المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام،جامعة القاهرة، ع10،يونيو2017.
- محمد عبد الوهاب،حسن عشماوي،**دور الصحف في إدارة الأزمات الأجنبية**(القاهرة:الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات،2009).
-Pfaltzgraff, R. L., Crisis Management: Looking Ahead,(**The Crisis Management Conference**: Athena, Organized by The Hellenic Ministry of National Defence,2008).
-Ramesh R. Rao, Jon Eisenberg&Ted Schmitt, **Improving Disaster Management-Preparedness, Response&Recovery**(Washington,D.C: The National Academy of Science,2007).
-W. Timothy Coombs,**On Going Crisis Communication**,2011.