معالجة البرامج الطبية للقضايا المتعلقة بجائحة كورونا على الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة

سارة طارق أحمد أمين حماد*

ملخص البحث

يقوم التلفزيون بدور مهم في تحديد اهتمامات الجمهور وتشكيل اتجاهاته وتنمية وعيه بشأن قضية أو مشكلة ما، وقد شهد العالم في الأونة الأخيرة مجموعة من الأزمات الصحية المرتبطة بجائحة كورونا والذي ظهر في أواخر عام 2019، والذي ما تزال تداعياته تخيم على الساحة العالمية خاصة مع ظهور سلالات وتحورات جديدة أكثر انتشاراً وعدوى، ما يجعل معالجة البرامج الطبية على الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة حاجة ملحة لإطلاع الجمهور بكافة المستجدات وطرق الوقاية والتعامل وتقديم كافة المعلومات اللازمة للجمهور ومساندة الدولة في مواجهة الأزمة.

تتمثل مشكلة الدراسة في رصد كيفية معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة كورونا، وذلك في إطار نظرية الأطر الإعلامية، وتعتمد الدراسة على المنهج المسحي حيث تقوم الباحثة بإجراء دراسة تحليلية باستخدام صحيفة تحليل المضمون على عينة من البرامج الطبية بالفضائيات المصرية وذلك بهدف الوقوف على اتجاهات المعالجة والأطر المستخدمة في معالجة البرامج الطبية على الفضائيات المصرية لأزمة كورونا.

Medical programs addressing issues related to the Corona pandemic on Egyptian public and private satellite channels

Abstract

Television plays an important role in defining the public's interests, shaping its trends, and developing its awareness about an issue or problem, and the world has recently witnessed a group of health crises related to the Corona pandemic, which appeared in late 2019, whose repercussions are still hanging over the global arena, especially with the emergence of strains and new mutations are more widespread and contagious, which makes the treatment of medical programs on the Egyptian public and private satellite channels an urgent need to inform the public of all developments, methods

* المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة فاروس بالإسكندرية

of prevention and treatment, provide all the necessary information to the public and support the state in facing the crisis.

The problem of the study is to monitor how medical programs on the Egyptian public and private satellite channels deal with the Corona crisis, within the framework of the theory of media frameworks, and the study relies on the survey method, where the researcher conducts an analytical study on a sample of Egyptian medical programs using content analysis in order to reveal treatment and detect frameworks used to treat medical programs on Egyptian satellite channels for the Corona crisis.

مقدمة:

شهد العالم في الآونة الأخيرة أزمة فيروس COVID 19 المعروف بفيروس (كورونا)، وهو أحد المستجدات الطارئة على الساحة العالمية، والذي لا تزال تداعياته قائمة في العالم حتى وقتنا هذا بل إن الوضع أخذ عدة مناح جعلت منه أكثر انتشاراً مع ظهور سلالة دلتا في بريطانيا ديسمبر 2020 وهي أكثر عدوى بنسبة 70% مقارنة بالسلالة الأصلية ثم ظهور المتحور أوميكرون مع نهاية عام 2021. (1)

وتعد الأزمات الصحية من أهم وأخطر ما يمكن أن يتعرض له أي مجتمع، فالأمر متعلق بصحة الإنسان وأمنه في الحياة، هذا علاوة على التأثيرات الاقتصادية والتداعيات الاجتماعية الناجمة عن مثل هذه الأزمات، حيث أدت تلك الأزمة الأخيرة إلى تغيرات اقتصادية واجتماعية ليس فقط على المستوى المحلي بل الإقليمي والعالمي، وأصبح ترتيب الدول فجأة يؤخذ بعدد الإصابات وحالات الوفاة، ونسب النجاح في التصدى للأزمة، هذا خلاف تأثيراته النفسية على الأفراد. (2)

وفي ظل ما فرضته هذه الأزمة، أصبحت وسائل الإعلام على اختلافها مصدرًا أساسيًا للأخبار والمعلومات، لمتابعة تطورات الوضع الصحي والاقتصادي الناجم عن الأزمة، ومن ثم يكون الأفراد أكثر عرضة للوقوع تحت تأثير الشائعات، لذا كان على وسائل الإعلام أن تقوم بأداء وظيفتها في نقل الصورة الحقيقية والصحيحة عن أهم وآخر المستجدات، ونشر الوعي بين المواطنين، ونقل المعلومات المتعلقة بالمرض وكيفية التعامل معه ومتابعة تطوراته المختلفة وتأثيرات انتشاره على الصعيدين المحلي والعالمي، وتقديم الدعم المعنوي وبث روح المسؤولية والمشاركة المجتمعية في مجابهة الأزمة. وقد قامت وسائل الإعلام المصرية بمتابعة تداعيات تلك الأزمة منذ ظهورها الأول، فعمدت إلى حملات التوعية

الصحية والبرامج والمبادرات للتوعية من خطر هذا الوباء، وقد فرضت أخبار فيروس كورونا نفسها على العديد من برامج الفضائيات، ومنها البرامج الطبية.

أولاً: مشكلة الدراسة

تعد جائحة كورونا من أبرز الأزمات العالمية التي حظيت باهتمام وسائل الإعلام المصرية والعالمية، ومنذ اللحظة الأولى لظهور الفيروس في مصر، سعى التلفزيون المصري الحكومي والخاص، إلى تقديم تغطيات ومتابعات دورية ومستمرة للتطورات والأحداث المرتبطة بظهور فيروس كورونا، الذي بات الأكثر اهتمامًا للرأي العام.

تعتبر إشكالية القضايا المرتبطة بالصحة من أهم أولويات الفضائيات بشكل عام ولا سيما وقت الأزمات الصحية حيث تمثل المنبر الذي يشكل الأراء والاتجاهات، ويقدم معلومات، وحقائق، وآراء، واستشارات طبية تتعلق بالقضية وكيفية التعامل معها.

هذه الدراسة تحاول كشف أطر معالجة البرامج الطبية لأزمة جائحة كورونا في الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة، وتقييم مدى نجاح هذه البرامج على اختلاف أنماط ملكيتهم في تقديم تغطية شاملة ومعلومات طبية متكاملة عن كافة جوانب الموضوع، وكذلك تقديم التوعية والتحذير والمشورة خاصة وأن الأزمة في طور الاندثار، ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في: **"رصد كيفية معالجة البرامج الطبية للقضايا المتعلقة بجائحة كورونا على الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة** وتتحدد متغيرات الدراسة كالتالي:

المتغير المستقل هو ملكية القناة (حكومية- خاصة) والمتغير التابع هو معالجة البرامج الطبية تبعاً لنمط الملكية.

ثانياً: أهداف الدراسة

1- رصد أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا بالبرامج الطبية على الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة.

2- الكشف عن الاستمالات المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا بالبرامج الطبية على الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة.

3- التعرف على اتجاه معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا بالبرامج الطبية على الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة.

4- الكشف عن الأطر المستخدمة في عرض الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا بالبرامج الطبية على الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة.

5- الكشف عن أهداف معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا بالبرامج الطبية على الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة.

ثالثاً: أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة من **الناحية النظرية**، لتناولها واحدة من أهم القضايا التي استحوذت على اهتمام الرأي العام المحلي والدولي في الفترة الأخيرة، وهي أزمة كورونا.

وقد لاحظت الباحثة قلة الدراسات التي تناولت تقييم البرامج الطبية في تناولها للأزمة -على حد علم الباحثة- خاصة وأن الأزمة أوشكت على الانتهاء من العالم بأسره حيث انصبت معظم الأبحاث منذ بدء أزمة الوباء، حيث تقل الدراسات التي تناولت تحليل مضمون البرامج التليفزيونية المتخصصة في الطب، لذا تسهم الدراسة في تقييم هذه البرامج والتعرف على أوجه التميز والقصور بها.

أما من **الناحية التطبيقية**، تنبع أهمية الدراسة من أهمية البرامج الطبية، وعظم الدور الذي يمكن أن تؤديه حيال الأزمة- باعتبارها مصدرًا موثوقًا به للتوعية بالمرض حيث تقوم الدراسة على قياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية بهذه البرامج وتقييمها لتحديد مدى نجاحها وفعاليتها، وإلى أي مدى استطاعت تحقيق أهدافها، وتعزيز الوعي الصحي، وتقديم كافة المعلومات الصحية للتصدي للفيروس ومنع انتشاره، ومعرفة إيجابيات وسلبيات المعالجة.

رابعاً: الإطار النظري

نظرية الأطر الإعلامية

الإطار الإعلامي هو "عملية تفاعلية تتم بين مكونات العملية الاتصالية بهدف إبراز جوانب محددة من القضية المطروحة وإغفال جوانب أخرى، بما يتناسب مع أيديولوجية القائم بالاتصال، بهدف تفسير الأحداث، وتحديد المشكلات وتشخيص الأسباب، والبحث عن حلول، وتأطيرها بما يتوافق مع السياسية الإعلامية للوسيلة الإعلامية .[3] وهذا المفهوم ما أكده انتمان في دراسته التي أجراها عام 2003 وقد عرف الإطار بأنه: "عملية اختيار عناصر قليلة من الحقيقة المحسوسة، وإلقاء الضوء عليها لترويج وتفسير وتحقيق هدف معين" [4]، أي أن مفهوم الإطار يتضمن إبراز جوانب معينة في النص

الإعلامي تجاه حدث أو قضية معينة، أو استبعاد أو إغفال جوانب معينة، الأمر الذي من شأنه أن يضفى أهمية بالغة على الدور الذي تؤديه الأطر الإعلامية في تشكيل اتجاهات وأراء الجمهور نحو الأحداث والقضايا المهمة" (5).

مدى ملاءمة نظرية الإطار الإعلامي لتفسير الدراسة الحالية : تحظى عملية التأطير بأهمية كبرى على النحو التالي:

1-نظرية الأطر تقدم تفسير الأفكار والاتجاهات حيال القضايا المطروحة، وكذلك القدرة على تحديد المشكلات وصياغة أسبابها والحكم عليها.

2- تفيد نظرية الأطر الإعلامية في تحليل وتبين الأطر الرئيسية والفرعية التي يتم من خلالها معالجة القضايا المتعلقة بجائحة كورونا في البرامج محل الدراسة.

3- يعد مفهوم الإطار مؤثرًا أساسيًا في فهم دور البرامج الطبية في تشكيل الوعي حول الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا، وتبرز قوة الأطر في مدى قدرتها على بناء أو هدم معالم أي نص إعلامي من خلال استخدام مفردات ومصطلحات معينة.

ولذا فإن نظرية "الإطار الإعلامي" تتناسب مع موضوع وأهداف الدراسة الحالية، حيث يعد الإطار الإعلامي منطلقا فكريًا يمكن توظيفه لشرح وتفسير كيفية معالجة البرامج الطبية بالقنوات الفضائيةً (حكومية، خاصة) لأزمة فيروس كورونا من حيث أساليب المعالجة والأطر الإعلامية المختلفة.

خامساً: الدراسات السابقة

يستعرض البحث الدراسات السابقة في محورين:

المحور الأول: دراسات متعلقة بمعالجة وسائل الإعلام لأزمة كورونا

حيث هدفت دراسة نهلة حلمي (2021) لتحقيق بعض الأهداف، منها: تحديد الموضوعات المرتبطة بجائحة كورونا المستجد كوفيد 19 المثارة والتي يتم التركيز عليها في المواقع الإخبارية الإلكترونية للقنوات الفضائية محل الدراسة، والتعرف على السياسة التحريرية والقيم الإخبارية التي تناولتها مواقع القنوات الإخبارية على الإنترنت محل الدراسة تجاه تأطير أخبار جائحة كورونا المستجد كوفيد 19، وكذلك التعرف على الأطر الخبرية ووظائفها في التناول الإعلامي بالمواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية محل الدراسة، أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج تنوع موضوعات جائحة كورونا التي ناقشتها النشرات الإخبارية بالقنوات الفضائية الإخبارية، وإن جاء في المقدمة تصاعد المخاوف لعدم السيطرة

على المرض بنسبة % 30.2 ثم موضوع معاناة المواطنين في حياتهم اليومية بنسبة 21.6%، كما كشفت نتائج التحليل الإحصائي عن تصدر الاعتماد على الأخبار في المقدمة، تلاه التقارير الإخبارية، وكانت أقل الفنون الإخبارية اعتمادا عليها هي الإنفوجراف، وجاء التركيز على الشفافية في المقدمة من إجمالي السياسية التحريرية لموضوعات كورونا، تلاه سياسة الدقة ثم سياسة الشمولية، وكان أقل نمط من السياسة التحريرية المعتمد عليه هو الحيادية بنسبة % 7.2 [6]كما هدفت دراسة حبيب أبوبكر(2021) إلى التعرف على كيفية معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا، وذلك من خلال رصد مدى اهتمام صحف الدراسة بمعالجة الأزمة، ودرجة تفاعل الجمهور مع الموضوعات المتعلقة بهذه الأزمة عبر مواقع الصحف محل الدراسة وذلك من خلال تحليل وتفسير وسائل التفاعلية المختلفة المتاحة للجمهور عبر هذه المواقع، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي، واستخدم في ذلك صحيفة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة من موقع صحيفة اليوم السابع المصرية - وموقع صحيفة الرياض السعودية - وموقع صحيفة البيان الكويتية في الفترة من أول مارس 2020 وحتى نهاية أغسطس 2020 وهى الفترة التي تقابل الموجه الأولى لفيروس كورونا، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: الخبر الصحفي جاء في مقدمة الفنون التحريرية المستخدمة في معالجة أزمة كورونا في صحف الدراسة، جاء نص فقط في الترتيب الأول من أشكال عرض المواد المستخدمة في معالجة أزمة كورونا في صحف الدراسة، وعن أهم التأثيرات المصاحبة لمقدمات الموضوعات جاء ليست بارزة عن المتن في الترتيب الأول، وجاء هدف عرض الموضوعات ليثبت أن وعى الجماهير في الترتيب الأول، وجاء أهم أساليب الإقناع المنطقية إبراز تصريحات المسئولين، بينما جاء في مقدمة الأساليب العاطفية التكرار[7]، في حين استهدفت دراسة ريهام مرزوق(2020)، رصد كيفية معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة البحث في القناة الأولى المصرية وقناة ON TV، وذلك من خلال تحليل محتوى عينة من البرامج الحوارية وهي: برنامج "التاسعة" على القناة الأولى، وبرنامج "كل يوم" على قناة" ON TV"، وتوصلت الدراسة إلى أن القناة الأولى المصرية جاءت في الترتيب الأول من حيث إجمالي زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا، يليها قناة " ON TV"، وجاءت "الإجراءات الاحترازية" في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا، يليها "توجيهات وإرشادات"، ثم "دعم الطاقم الطبي،" يليه "دعم الأفراد والقطاعات المتضررة"، كما تصدرت فئة

"إيجابي" المرتبة الأولى من حيث اتجاه معالجة الموضوعات المتعلقة بأزمة فيروس كورونا، يليها فئة "سلبي" ثم فئة "محايد"، وتصدر إطار "الاهتمامات الإنسانية" مقدمة الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا، يليه إطار "التحذير أو التخويف." [8]

وهدفت دراسة عرين عمر الزغبي (2020) إلى معرفة طبيعة تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية، حيث استخدمت الباحثة المنهج المسحي، وقد تم توزيع الاستبانة على عينة قوامها(228) مفردة من النخب العربية، وكشفت النتائج أن غالبية أفراد الجمهور يتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة، وأن التغطية الإخبارية الخاصة تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة "أزمة كورونا[9] هدفت دراسة Qiang Chen (2020) إلى تحديد كيفية توظيف الخطاب الإعلامي الرسمي لمواقع التواصل الاجتماعي لزيادة مشاركة الجمهور الصيني في تخطي أزمة فيروس كورونا، وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي، حيث قام باختيار موقع Weibo Sina وهو موقع تواصل اجتماعي تابع للجمهورية الصينية، خاصة صفحة China Healthy، وقام الباحث بتحليل 1411 منشورًا على تلك الصفحة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استراتيجية "عدم نشر الخوف والقلق بين الجماهير" هي أكثر الاستراتيجيات اتبا عًا على مواقع التواصل، [10] بينما تبين من دراسة Ahmad & Murad (2020) أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على نشر الخوف والذعر المرتبط بانتشار فيروس كورونا (COVID 19) على إقليم كردستان العراق، وذلك من خلال البحث الميداني الذي أجري عبر الإنترنت على عينة قوامها 516 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل [11]

كذلك أكدت دراسة(2020) Depoux A & others على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الذعر حول تفشي فيروس كورونا وترويج الشائعات المضللة والتأثير على المفاهيم والمواقف والسلوكيات العامة حول فيروس كورونا في المجتمع الأمريكي،[12] وأوضحت دراسة Azad Shokri and others(2020) أن تلقي الأخبار والمعلومات من الشبكات الاجتماعية عن فيروس كورونا - خاصة ارتفاع معدل الوفيات- أثار القلق والذعر بين المجتمع الإيراني. [13]

ورصدت دراسة Huong Thi,& et al (2020) اعتماد الجمهور الصيني على المواقع الرسمية وتطبيقات الجوال في الحصول على أحدث المعلومات الدقيقة ومواجهة الشائعات حول "كورونا"، وقامت الدراسة بتوظي ف منهج المسح بالعينة، وأجريت على عينةقوامها

341 مفردة ، وأشارت النتائج إلى أن آخر الأخبار فيما يتعلق بالجائحة كانت أكثرالمعلومات التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها، [14] وهدفت دراسة نادية حافظ (2020)، إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وأداة الاستبيان لجمع المعلومات، وتوصلت لعدد من النتائج أهمها أن موقع اليوم السابع في مقدمة المواقع الإخبارية التي حرصت عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك، [15] وتبين من دراسة حسام عبد الحي (2020)، على عينة عشوائية من 450 مفردة من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة والأزهر- أن نسبة 3.99% من عينة البحث تابعوا جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديد، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات عن جائحة كورونا والاندماج الأكاديمي لديهم، [16] وتوصلت دراسة Sang-Hwa, Seo Lee & Changhyun Han (2020) على عينة عشوائية من الجمهور بكوريا الجنوبية قوامها 400 مفردة إلى أن استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي يتزايد بشكل كبير في أوقات انتشار الأوبئة، وأن لتلك الوسائل أثر على النواحي النفسية لمتابعيها- خاصة المتعلقة بالخوف[17]. وتوصلت دراسة جاد عويدات (2020) على عينة قوامها 400 مفردة من الطلاب والطالبات من جامعتي "القاهرة، و"المنيا "- توصلت إلى وجود فروق دالة بين أشكال تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا بصفحتي قناة "المملكة الأردنية" و" France 24" لصالح صفحة قناة " France 24"، [18] وأظهرت نتائج دراسة (Lotus Ruan 2020) أن المعلومات حول فيروس كورونا بوسائل التواصل الاجتماعي الصينية خضعت لرقابة حكومية صارمة، وأن عدم الشفافية وتقييد المناقشات العامة والمعلومات الواقعية لها تأثير معاكس ويحد من الوعي العام والاستجابة،[19] وبحثت دراسة Singh Lisa(2020) في تأثير استخدام Twitter في نشر الشائعات بين الجمهور فيما يتعلق بجائحة بفيروس كورونا، وأشارت نتائج الدراسة أن التغريدات المتصلة بروابط ومصادر معلومات " linksURL" تحظى بدرجة مصداقية عالية بين الجماهير، نظرًا لاعتمادها على روابط تدعم صحة التغريدات المنشورة مثل روابط منظمة الصحة العالمية (WHO)، [20] وخلصت دراسة الخنساء تومي(2020) أن العديد من المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا تفتقد إلى الدقة والمصداقية، إضافة إلى أن برامج الوقاية والتوجيه والإرشاد التي تبثها وسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا منشأنها أن تقضي على الصحة النفسية للأفراد.[21]

وأوضحت دراسة إيمان عاشور(2020)، على عينة قوامها 358 مفردة من الجمهور المصري إلى أن "الواتس اب" قد جاء في الترتيب الأول بالنسبة للمواقع والشبكات التي تعرضت لها عينة الدراسة أثناء الأزمة، يليه "الفيس بوك"، ثم "اليوتيوب"، كذلك تبين وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور المصري لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات وأخبار حول فيروس كورونا والمناعة النفسية للجمهور.[22] فيما توصلت دراسة Toan Luu Duc (2020) إلى أن أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي على تصور المخاطر المتعلقة بفيروس لدى الفيتناميين، حيث أشارت النتائج إلى أن كلما زاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي زاد إدراك الفيتناميين لمخاطر الفيروس [23] وسعت دراسة Rama Kummitha(2020) إلى التعرف على كيفية توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعامل مع فيروس كورونا، بالإضافة إلى التعرف على الفروق الموجودة بين الصين والدول الغربية فيما يتعلق بطرق توظيف تلك التكنولوجيا، واعتمد الباحث على منهج المسح، حيث قام بتحليل137 مقالًا وخبرًا متعلقًا بفيروس كورونا تم نشره أو إذاعته في وسائل الإعلام المختلفة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع أزمة فيروس كورونا تختلف من مكان لآخر، وذلك نتيجة للنظام السياسي الموجود في كل دولة، [24] وهدفت دراسة أشرف سليم(2020) إلى رصد رسائل اللغة للجمهور المغربي في وسائل التواصل الاجتماعي عن أزمة فيروس كورونا، وأوضحت النتائج أن 77% من أفراد العينة يستخدمون الواتس اب وحده للحديث عن أزمة كورونا، يليه الفيس بوك بنسبة 49%، [25] وسعت دراسة نرمين علي عجوة(2020) إلى تحديد أهم استراتيجيات اتصال المخاطر، التي استخدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية في الاتصال بالجمهور المصري عبر موقع الفيس بوك أثناء أزمة كورونا في المراحل المختلفة للأزمة، وتوصلت إلى أنه تم استخدام استراتيجية "توضيح الإجراءات الحكومية" في غالبية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة بهدف توضيح إجراءات الاستعداد للتعامل مع الأزمة، يليها استراتيجية "الطمأنة" للتأكيد على عدم رصد أية حالات مصابة بمصر، ثم استراتيجية "التحذيرات من المخاطر."[26]

المحور الثاني: دراسات تتعلق بتناول الفضائيات والبرامج التلفزيونية للقضايا الصحية

قام Park et al. (2019) بدراسة مسحية على عينة مكونة من 370 مفردة، لمعرفة مصادر المعلومات المفضلة خلال أزمة وباء "فيروس زيكا" بالولايات

المتحـــدة، وأشارت النتـائج إلى اختلافـات في تفضـيلات قنـوات المعلومـات، وكانـت الأخبـار التليفزيونية أهم المواد لاستقاء المعلومـات حـول زيكـا، [27] وتوصلت دراسة سوسن أبوزيد(2019) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة عينة الدراسة لفضائيات الطفل المتخصصة، ومستوى الوعي الصحي لديهم، واعتمدت الباحثة على منهج المسح لعينة من مجتمع الأطفال والآباء بمصر والجزائر، [28] وحاولت دراسة إيمان فتحي وسلوى الجيار(2018) التعرف على المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح التحليلي لمسح محتوى 19 حملة إعلامية تم بثها عبر قنوات (الحياة، الفضائية الأولى المصرية، المحور)، وتوصلت الدراسة إلى تنوع القضايا الصحية التي ناقشتها الحملات الإعلامية[29]

وتوصـلت دراسـة أميـرة جمـال الـدين(2017) إلـى أن الأهـداف العلاجيـة للبـرامج الطبية المقدمة بالفضائيات المصرية جاءت في الترتيب الأول، وجاءت الأهداف الوقائيـة في الترتيـب الثـانى، كذلك جاء استخدام الاستمالات (العقلانيـة والعاطفيـة معًـا) فـى الترتيـب الأول، يليهـا(الاستمالات العاطفيـة)، ثـم (الاستمالات المنطقية.)[30] وأكدت دراسة مبروكة سلوم (2017) نتائج الدراسة على إسهام الفضائيات الخاصة في تنمية الثقافة الصحية للأسرة الجزائرية، حيث قامت الباحثة بتوظيف المنهج الوصفي، واعتمدت على أداتي المقابلة والاستبيان في جمع البيانات من عينة الدراسة 216 أسرة، تم اختيارهم عشوائيًا، [31] وتوصـلت دراسـة رانيـا محمـد عبـد المقصـود (2016) إلـى أن أكثـر الوسـائل الإعلاميـة جـذبًا للجمهـور في اكتسـاب المعرفـة الصـحية هـي الفضـائيات، يليهـا الإنترنت بفارق كبير[32].

التعليق على الدراسات السابقة:

1. حظيت البحوث المتعلقة بفيروس كورونا باهتمام واضح في التراث العربي والأجنبي، مما يشير إلى اهتمام بحثي عالمي بالتوعية بفيروس كورونا.

2. ركـزت معظـم الدراسـات السـابقة في أهدافها على التعرف على مـدى إسـهام وسـائل الإعـلام في زيـادة الوعي الصـحي لمتابعيها حيال الأزمات الصحية بوجهٍ عامٍ، أو حيال أزمات بعينها، وتناولت تلك الدراسات تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والتليفزيون والفضائيات، والصحافة في معالجة الأزمات الصحية فيمناطق مختلفة، وانصبت معظم الدراسات على قياس اتجاهات الجمهور، وتقييمه للمعالجة الإعلامية بشأن الأزمات

الصحية المختلفة، وذهبت دراسات أخرى إلى قياس التأثير النفسي للمعالجة على الجمهور، في حين سعى القليل من الدراسات إلى تحليل مضمون الرسائل الإعلامية الخاصة بالأزمات الصحية بوجهٍ عامٍ، أو حيال أزمة بعينها.

3. تباينت البحوث والدراسات السابقة في استخدام المداخل النظرية المفسرة لها، ومن الأطر النظرية التي وظفتها بعض البحوث لخدمة أهدافها البحثية: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والأطر الإعلامية، ونظرية ثراء الوسيلة.

4. كان المنهج المسحي الأكثر استخدامًا في الدراسات العربية والأجنبية، والقليل من الدراسات التي اعتمدت على المنهج التجريبي، والعلاقات الارتباطية.

5. معظم الدراسات التي تتعلق بفيروس كورونا جاء أغلبها دراسات ميدانية، اعتمدت أغلبها على أداة الاستبانة والمقابلة، بينما الدراسات التحليلية جاءت منصبة على مواقع التواصل الاجتماعي والصحف والمواقع الإلكترونية.

6. اتسمت معظم الدراسات العربية -على حد علم الباحثة- بالاعتماد على عينات صغيرة، عكس الدراسات الأجنبية، التي اعتمد معظمها على عينات كبيرة.

سادساً: تساؤلات الدراسة

أ: تساؤلات خاصة بالشكل:

1- ما زمن الحلقة/ زمن الفقرة المخصصة لأزمة فيروس "كورونا"؟

2- ما عناصر الجذب المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا؟

3- ما نمط المواد المصورة؟

ب: تساؤلات خاصة بالمضمون:

1- ما الموضوعات الواردة المرتبطة بأزمة فيروس كورونا؟

2- ما أبعاد معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا؟

3- ما اتجاه معالجة الموضوعات الواردة المرتبطة بأزمة فيروس كورونا؟

4- ما أسلوب عرض الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا؟

5- ما الحلول المقترحة للمشكلات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا؟

6- ما أطر المعالجة المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس كورونا؟

7- ما طبيعة الاستمالات العقلانية والعاطفية المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس كورونا؟

سابعاً: مفاهيم الدراسة

1- فيروس كورونا (COVID 19):

هو وباء عالمي يعرف باسم(COVID 19) يصيب الجهاز التنفسي، وانتشر بشكلٍ كبيرٍ في جميع دول العالم، وتعرفه منظمة الصحة العالمية بأنه "نوع من الفيروسات يمكن أن تتسبب في مجموعة من الأسقام، تتراوح ما بين نزلة البرد العادية وبين المتلازمة التنفسية الحادة"، كما صنفته المنظمة بالوباء لسرعة انتشاره، وتعدد الإصابات والوفيات نتيجة الإصابة به، وتمثلت أهم أعراضه في الحمى والسعال الجاف المستمر، فضلًا عن فقدان حاسة الشم والتذوق. (33)

2- البرامج الطبية:

ويقصد بها تلك البرامج المعدة خصيصًا لأغراض التوعية الصحية، أي توعية الجمهور بمخاطر الأمراض الصحية وكيفية الوقاية منها(34)، بهدف المحافظة على صحة الأفراد برنامجه من مسائل تتعلق بالأمور الطبية والعادات والتقاليد والظروف المناخية التي لها علاقة بالمرض، (35) وفي بعض الأحيان يقدم تلك البرامج أحد الأطباء المتخصصين كما هو الحال في برنامج "الناس الحلوة"، الذي تبثه قناة "القاهرة والناس2".

ثامناً: الإجراءات المنهجية

- **نوع الدراسة ومنهجها**

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي ترصد وتحلل وتفسر كيفية معالجة البرامج الطبية على الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة "كورونا" في إطار منهج المسح الإعلامي.

- **عينة الدراسة**

أ: عينة القنوات: تمثلت في: القناة (الأولى الفضائية المصرية)، وقناة (القاهرة والناس2) وذلك من خلال تحليل محتوى عينة من البرامج الطبية التي تعرض على شاشة هاتين القناتين، ويرجع اختيار القناتين إلى ما يلي:

- "القناة الأولى الفضائية المصرية": باعتبارها القناة الحكومية الرسمية التي تأخذ الطابع الرسمي، فهي إحدى القنوات التابعة لاتحاد الإذاعة والتليفزيون وتعد القناة الرسمية الرئيسة.

- قناة "القاهرة والناس2" تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة قوامها 40 مفردة للتعرف على أكثر البرامج الطبية التي تعرض من خلال القنوات الفضائية المصرية الخاصة التي يتابع من خلالها الجمهور أزمة فيروس كورونا وجاء برنامج (الناس الحلوة) الذي تعرضه قناة (القاهرة والناس2) في الترتيب الأول.

ب- عينة البرامج: لتحديد العينة بشكل علمي، قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية، للتعرف على أكثر البرامج الطبية مشاهدة من جانب الجمهور على الفضائيات المصرية الخاصة، وتبين تقدم برنامج "الناس الحلوة" على قناة القاهرة والناس2، أما بالنسبة للفضائية المصرية الأولى فيذاع عليها برنامج طبي واحد وهو برنامج "الجيش الأبيض" على الفضائية المصرية

برنامج "الجيش الأبيض" هو البرنامج الطبي الذي يعرض على شاشة الفضائية المصرية الأولى يوميًا، وقد تم إعداده خصيصًا لتغطية كل مايتعلق بأزمة "كورونا"، أما برنامج "الناس الحلوة"، فقد جاء في مقدمة البرامج الطبية المعروضة من خلال القنوات الفضائية المصرية الخاصة، والتي يفضل الجمهور متابعة الموضوعات المتعلقة بأزمة" كورونا" من خلالها كما تبين من الدراسة الاستطلاعية.

جدول رقم(1) خصائص عينة الدراسة

اسم القناة	نوع القناة	اسم البرنامج	عدد الحلقات
الفضائية المصرية الأولى	حكومي	الجيش الأبيض	30
القاهرة والناس2	خاص	الناس الحلوة	29

ج -الإطار الزمني للدراسة:

قامت الباحثة بإجراء الدراسة التحليلية في الفترة من 10 ديسمبر2021 إلى 10 يناير 2022، ويرجع ذلك لأن تلك الفترة شهدت بداية انتشار الموجة الخامسة من وباء فيروس كورونا وخاصة متحور أوميكرون في مصر والوطن العربي.

وكما يتضح من جدول رقم(1) -فإن عدد حلقات برنامج "الجيش الأبيض"30 حلقة، في مقابل 29 حلقة لبرنامج "الناس الحلوة"، فقد كان البرنامج الأول يعرض يوميًا ماعدا يوم

الإثنين من كل أسبوع، أما البرنامج الآخر فهو يومي أيضًا، ولكن لم يكن يتم إذاعته بشكلٍ منتظمٍ.

- **أداة جمع البيانات**

تمثلــت أداة الدراســة في اســتمارة تحليــل المضــمون، حيث إنها الأنسب لتحقيق هدف الدراسة، والذي يتمثل في الخروج بمؤشرات عن كيفية معالجة البرامج الطبية في الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة" كورونا"، ولذا قامت الباحثة بتصميم صحيفة لتحليل مضمون البرنامجين-عينة الدراسة- وحرصت الباحثة على أن تناسب فئات التحليل موضوع الدراسة، وتحقق أهدافها. كما تم إجراء اختبار قبلي على 10% من العينة، وبناءً عليه تم تعديل بعض فئات التحليل.

فئات التحليل:

أ- **فئات الشكل:**

1- زمن الحلقة/ زمن الفقرة المخصصة للموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا."

2- زمن الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا ."

3- عناصــر الجــذب المســتخدمة في معالجــة الموضــوعات المرتبطــة بالفيــروس.

ب- **فئات المضمون:**

4- الموضوعات والمشكلات المرتبطة بفيروس "كورونا ."

5- اتجاه معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا."

6- أبعاد معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا."

7- أطر معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا."

8- أسلوب معالجة الموضوعات المرتبطة بفيروس "كورونا."

9- الأساليب المنطقية، والاستمالات العاطفية المستخدمة.

وحدات التحليل: استخدمت الباحثة وحدات التحليل التالية:

1- الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، والمقصود بها وحدة العمل ككل، وهو هنا البرنامج، وذلك لتحديد اسم البرنامج، وعدد حلقاته، والقناة المعروض من خلالها.

2- وحدة الحلقة: وذلك لتحديد عدد الموضوعات المتعلقة بفيروس "كورونا".

3- وحدة الموضوع: لتحديد ماهية وطبيعة الموضوعات المتعلقة بفيروس "كورونا"، وكذلك اتجاه المعالجة، وأبعادها، وأسلوبها، وأطرها، ونطاق التغطية، إلى جانب الأساليب المنطقية، والاستمالات العاطفية المستخدمة.

4- وحدة الزمن: وهي الدقيقة والثانية لتحديد المدة الزمنية لكل حلقة من حلقات البرنامج، وإجمالي زمن موضوعات كل برنامج.

- **إجراءات الصدق**

إجراءات الصدق:

تم عرض الاستمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين، للحكم على مدى صلاحيتها وملاءمتها للدراسة (36)

- **المعالجة الإحصائية للدراسة**

تم جمع بيانات الدراسة التحليلية من خلال مشاهدة الحلقات - عينة الدراسة - وتدوين البيانات بصحيفة تحليل المضمون، وبعد الانتهاء من تدوين بيانات الحلقات، تم تحويلها إلى تكرارات و نسب بعد تفريغها في الجداول المعدة لاستخلاص النتائج والدلالات،ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية- SPSS

وقد تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- اختبار كا^2 (Chi square test)_لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

- اختبار (T-Test): لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين فى أحد متغيرات الفئة أو النسبة، وذلك لمعرفة مدى وجود فروق بين القناتين: **"الفضائية المصرية الأولى" و "قناة"القاهرة والناس2" في معالجتهما "لأزمة الكورونا".**

تاسعاً: نتائج الدراسة

فيما يلي عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة بما يجيب على التساؤلات التي تسعى للإجابة عليها، وتندرج النتائج تحت النقاط الآتية:

1-إجمالي زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا: جدول رقم(2)

اسم القناة	نوع القناة	اسم البرنامج	عدد الحلقات	إجمالي زمن موضوعات البرنامج		
				ق	س	%
الفضائية المصرية الأولى	حكومية	الجيش الأبيض	30	00	20	56.3
القاهرة والناس2	خاصة	الناس الحلوة	29	30	14	43.7
المجموع			59	30	34	100

كما يتضح من الجدول رقم(2) فإن إجمالي **زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا** (بالفضائية المصرية الأولى) بلغ 20 ساعة بنسبة56.3%، في مقابل14 ساعة ونصف لموضوعات (القاهرة والناس2) بنسبة 43.7%، الأمر الذي يمكن تفسيره بزيادة عدد حلقات برنامج "الجيش الأبيض" التي خضعت للتحليل في الإطار الزمني لعينة الدراسة-عن نظيره "الناس الحلوة"، علاوةً على أن زمن الحلقة للبرنامج الأول كان يتراوح من 25-40 ق، في مقابل 20-30 ق للفقرة الخاصة بكورونا من البرنامج الثاني.

2- الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا: جدول رقم(3)

القناة / الموضوعات	الفضائية المصرية		القاهرة والناس2		الإجمالي		الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	
توجيهات وإرشادات	30	13.8	29	23.9	59	17.5	1
عرض لأسباب ونتائج الأزمة	27	12.4	29	23.9	56	16.5	2
عرض للإجراءات الاحترازية	30	15.7	18	14.9	48	14.2	3
دعم الطاقم الطبي	28	14.3	12	10.7	40	11.8	4
دعم الفئات المتضررة	28	11.5	9	7.4	37	10.9	5
أعداد المتعافين	27	12.4	8	6.8	35	10.3	6
أعداد المصابين والوفيات	20	9.3	13	9.9	33	9.7	7
تفنيد شائعات	18	8.3	13	10.7	31	8.3	8
المجموع	**217**	**100**	**121**	**100**	**338**	**100**	

قيمة كا2 =9.405 درجة الحرية= 7 مستوى المعنوية=0.225 مستوى الدلالة= دالة

وتتمثل الإجراءات الاحترازية التي أوضحها برنامجا الدراسة في منع التجمعات والزحام ووقف حركة الطيران، وحظر التجوال، بالإضافة إلى تعليق الدراسة وغيرها من الإجراءات التي اتخذتها الدولة للحد من انتشار الوباء، كما أن "دعم الطاقم الطبي "جاء في المرتبة التالية لأن الأطباء هم من حملوا على عاتقهم مواجهة هذه الأزمة، وكونهم في الصفوف الأمامية لمواجهة هذا الوباء، الأمر الذي دفع الإعلام إلى إعطاء الطبيب والطب المكانة اللائقة، بالإضافة لتنفيذ مجموعة من الحملات المختلفة هدفها رفع الروح المعنوية للأطباء والمطالبة بدعمهم، وتقدير الجهد المبذول من قبلهم وبتطبيق اختبار **كا2** على بيانات الجدول تبين وجود علاقة دالة بين الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا(COVID 19) وقناتي الدراسة، وهو ما يتضح من بيانات الجدول رقم (3)، فقد كانت القناة الأولى المصرية أكثر دعمًا "للطاقم الطبي" وأكثر دعمًا للأفراد

والقطاعات المتضررة"، من قناة القاهرة والناس2، وهو ما يمكن تقسيره بأن القناة الأولى هي القناة الرسمية للدولة، والتي من شأنها إبراز تعاطف الدولة مع كل من وقع عليه الضرر من جراء الأزمة، علاوة على أن برنامج "الجيش الأبيض" كانت القناة الأولى قد أعدته خصيصًا لدعم القطاع الطبي، أما قناة "القاهرة والناس2" فقد كانت أكثر تركيزًا على عرض "أسباب ونتائج الأزمة"، وهو ما يتفق مع طبيعة البرنامج الذي تعرضه القناة، والذي يعتمد على استضافة أطباء متخصصين لشرح أسباب العدوى وكيفية انتقال الفيروس وانتشاره، والنتائج المترتبة.

3-عناصر الجذب في الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا: جدول رقم(4)

القناة / عناصر الجذب	الفضائية المصرية		القاهرة والناس2		الإجمالي		T.Test
	ك	%	ك	%	ك	%	
مقاطع مصورة	85	36.0	53	40.4	138	37.6	0.058
صور موضوعية	43	18.2	23	17.6	66	18.0	0.158
رسوم توضيحية	30	13.9	24	18.32	54	14	0.531
تسجيلات صوتية	23	9.7	12	9.1	35	9.5	0.183
عناوين مكتوبة	21	8.8	21	16.0	42	11.5	0.003
صور شخصية	21	8.9	11	8.4	32	8.7	0.163
المجموع	**236**	**100**	**131**	**100**	**367**	**100**	

تشير بيانات الجدول رقم(4) إلى تقارب نسب استخدام برنامجي الدراسة لعناصر الجذب في الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا، وهو ما يؤكده تطبيق اختبار" T.Test" الذي كشف عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين برنامجي الدراسة من حيث استخدام تلك العناصر. ويرجع مجيء الفيديو في المرتبة الأولى لطبيعة التليفزيون كوسيلة إعلامية، يعرض من خلال شاشته البرنامجين –عينة الدراسة- والتي تعتمد بشكل أساسي على المادة المسموعة والمرئية.

4-نمط المواد المصورة:جدول رقم(5)

القناة / نمط الصورة	الفضائية المصرية		القاهرة والناس2		الإجمالي		الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	
مادة مصورة أنية محلية	83	35.2	29	22.1	112	30.5	1
مادة ارشيفية	49	20.8	57	43.5	106	28.9	2
لا توجد مواد مصورة	50	21.2	27	20.6	77	21.0	3
مادة مصورة أنية عالمية	31	13.1	13	9.9	44	12.0	4
مادة مصورة أنية إقليمية	23	9.7	5	3.9	28	7.6	5
المجموع	**236**	**100**	**131**	**100**	**367**	**100**	

جاءت" مادة مصورة آنية من الداخل المصري" في الترتيب الأول، يليها مباشرة "مادة أرشيفية، وجاءت "مادة مصورة آنية عالمية"، و "مادة مصورة آنية إقليمية" بنسب أقل ،ويمكن تفسير ذلك بأن البرامج التي تم تحليلها-عينة الدراسة- تخاطب الداخل المصري،

ومن ثم فالصور المصاحبة لها تكون في الغالب إما آنية من الداخل المصري، أو من الصور الأرشيفية المرتبطة بالموضوع، ومن أمثلة النوع الأول – كما تبين من نتائج التحليل- صور للأفراد المصابين بالمرض من مستشفيات حكومية، وصور تبرز استعداد الأطباء، وفيديو يوضح الإجراءات الاحترازية من تعقيم وتطهير للطرق والميادين والمؤسسات العامة، وفيديو من داخل جامعة القاهرة يحث على البقاء فى المنزل ومن أمثلة المواد الأرشيفية العديد من الفيديوهات التي تصور كيفية الإصابة.

5- أبعاد المعالجة لأزمة كورونا: جدول رقم(6)

القناة / أبعاد المعالجة	الفضائية المصرية		القاهرة والناس2		الإجمالي		الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	
البعد الصحي	73	33.6	49	40.5	122	36.0	1
البعد الاجتماعي	55	25.4	28	23.2	83	24.6	2
البعد النفسي	33	15.2	17	14.0	50	14.8	3
البعد الاقتصادي	27	12.4	11	9.1	38	11.3	4
البعد الثقافي والتعليمي	19	8.8	13	10.7	32	9.5	5
البعد الديني	10	4.6	3	2.5	13	3.8	6
المجموع	**217**	**100**	**121**	**100**	**339**	**100**	

قيمة كا^2 =252.3 درجة الحرية= 5 مستوي المعنوية= 664.0 مستوي الدلالة = غير دالة تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى تقارب نسب أبعاد المعالجة لأزمة كورونا (COVID 19)

وهو ما يؤكده تطبيق اختبار" **كا^2" غير دالة** الذي كشف عن عدم وجـود علاقة ذات دلالــة إحصائية بــين برنامجي الدراسة وأبعاد المعالجة، حيث كانت قيمة **قيمة كا^2 =252.3**عند درجة الحرية (5) وهي غير دالة إحصائياً. ويأتي البعد "الصحي" في مقدمة الأبعاد التي تم من خلالها تناول الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا (COVID 19)، ويليه مباشرة البعد "الاجتماعي"، وجاء كلٌ من البعد "النفسي"، و"الثقافي"، و "الاقتصادي " بنسب متقاربة، أما البعد "الديني" فقد جاء بنسبة ضئيلة بلغت 3.8%، وهو ما يؤخذ على كلا البرنامجين، فالبعد "الديني" يمكن توظيفه ليسهم في معالجة الأزمة ومن المنطقي أن يتم توظيف البعدين "الصحي"، و"الاجتماعي" في مقدمة أبعاد معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا(COVID 19)، ومن أمثلة استخدام البعد "التثقيفي" ما جاء في العديد من الحلقات من توضيح طرق نقل عدوى الفيروس.

6- اتجاه المعالجة للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا: جدول(7)

القناة / اتجاهات المعالجة	الفضائية المصرية		القاهرة والناس2		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابي	115	52.9	50	41.3	165	48.8
سلبي	15	6.9	11	9.09	26	7.6
محايد	87	40.4	60	49.6	147	43.4
المجموع	**217**	**100**	**121**	**100**	**338**	**100**

قيمة كا^2 6.572 درجة الحرية= 2 مستوي المعنوية= 037.0 مستوي الدلالة = دالة

تصدرت فئة "إيجابي" المرتبة الأولى من حيث اتجاه معالجة الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا، يليها فئة "سلبي"، ثم فئة "محايد"، وغلب الاتجاه الإيجابي فيما يتعلق بمعالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا(COVID 19) بالقناة (الأولى المصرية).

ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي القناتين- عينة الدراسة - فيما يتعلق بأ**بعاد المعالجة.**

7- أسلوب العرض للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا: جدول رقم(8)

القناة / أسلوب العرض	الفضائية المصرية		القاهرة والناس2		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عرض مع تقديم الحل	80	36.8	60	49.5	140	41.4
عرض المشكلة فقط	137	63.1	61	50.4	198	58.5
المجموع	**217**	**100**	**121**	**100**	**338**	**100**

قيمة كا^2 =1.894 درجة الحرية= 1 مستوي المعنوية= 0.172 مستوي الدلالة = غير دالة

جاء عرض المشكلة فقط" بنسبة 58.5، في حين كانت نسبة "عرض وتقديم الحلول"41.4 %، ويرجع ذلك إلى أن هناك موضوعات متعلقة بأزمة "كورونا" لا تعد من المشكلات، وإنما يكون الهدف منها إخباري، أو تقسيري، على سبيل المثال: "الإجراءات الاحترازية" التي اتخذتها الدولة، و"أعداد المصابين والوفيات والمتعافين"، وكذلك الرد على الشائعات.

ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي القناتين- عينة الدراسة - فيما يتعلق بأسلوب العرض

للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)، حيث بلغت **قيمة كا^2 =1.894، وهي غير دالة عند درجة حرية(1).**

8- الحلول المقترحة للمشكلات المتعلقة بأزمة كورونا: جدول رقم(9)

القناة / الحلول المقترحة	الفضائية المصرية		القاهرة والناس2		الإجمالي		الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	
توعية الجمهور	19	21.3	24	40.7	43	29.1	1
دعم القطاع الطبي	28	31.7	12	20.3	40	27.0	2
تقديم الدعم النفسي للمواطنين	10	11.2	9	15.2	19	12.8	3
التنسيق مع الجهات الداخلية والخارجية	13	14.6	5	5.1	18	12.2	4
تفعيل الإجراءات القانونية	12	13.3	4	6.8	16	10.8	5
الإفادة من تجارب الغير	7	7.9	5	8.5	12	8.1	6
المجموع	**89**	**100**	**59**	**100**	**148**	**100**	

قيمة كا^2 =9.221 درجة الحرية= 5 مستوي المعنوية= 0.101 مستوي الدلالة = دالة

ويشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين برنامجي القناتين- عينة الدراسة - فيما يتعلق **بأسلوب العرض للموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا (COVID 19)، حيث بلغت قيمة كا^2 =9.221، وهي دالة عند درجة حرية(5)**

حيث يكشف التحليل تفوق القناة الأولى المصرية فيما يتعلق بـ **"دعم القطاع الطبي"** وهو ما يتفق مع أهداف القناة التي أعدت برنامج "الجيش الأبيض" لدعم ذلك القطاع -إلى جانب التوعية بالأزمة، وغيرها من الأهداف المرتبطة بأزمة كورونا.

9- الأطر المستخدمة في تناول الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا:جدول(10)

القناة / الأطر المستخدمة	الفضائية المصرية		القاهرة والناس2		الإجمالي		T.Test
	ك	%	ك	%	ك	%	
التحذير/التخويف	93	42.9	34	28.1	127	37.6	4.265
التأييد/دعم القرارات	42	19.3	9	7.4	51	15.0	2.934
الاهتمامات الإنسانية	99	45.6	63	52.1	162	47.9	1.137
الحلول والمقترحات	89	41.0	59	48.8	148	43.8	1.376
النتائج المترتبة	30	13.8	24	19.8	54	15.9	1.446
المحاسبة والمسئولية	21	9.7	3	2.5	13	3.8	0.312
اللامبالاة	15	6.9	13	10.7	28	8.3	0.011
المجموع	**217**	**100**	**121**	**100**	**338**	**100**	

كما يتضح من بيانات جدول(10) تصدر إطار"**الاهتمامات الإنسانية**" مقدمة الأطر المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة كورونا(COVID 19)، وهو ما يمكن تفسيره بحرص برنامجي الدراسة على الاهتمام بالجانب الإنساني، والمحافظة على المواطن وحياته، وهي تأتي في مقدمة اهتمامات الدولة والحكومة وبتطبيق اختبار" T.Test" تبين وجود فروق دالة بين البرنامجين بشأن الأطر المستخدمة في عرض أزمة "كورونا".

10-الاستمالات المنطقية المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا

جدول رقم(11)

القناة / الاستمالات المنطقية	الفضائية المصرية		القاهرة والناس2		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أرقام وإحصاءات	95	38.0	54	36.0	149	37.2
عرض الإيجابيات والسلبيات	81	32.4	29	19.3	110	27.5
الربط بين الأسباب والنتائج	32	12.8	24	9.6	56	14.0
الاستناد إلى تقارير وأبحاث	20	8.0	20	13.3	40	10.0
الاستشهاد بمصادر متخصصة	22	8.8	23	15.3	45	11.25
المجموع	**250**	**100**	**150**	**100**	**400**	**100**

تشير بيانات الجدول رقم(11) إلى تصدر" **الأرقام والإحصائيات**" باعتبارها أكثر الاستمالات المنطقية التي اعتمد عليها برنامجا الدراسة، يليها ذكر" **الإيجابيات والسلبيات**"، وجاء" **الربط بين الأسباب والنتائج**" في المرتبة الثالثة، يليها" **الاستشهاد بمصادر متخصصة"، وأخيرًا الاستناد إلى دراسات وتقارير**".

ويمكن تفسير مجيء الأرقام والإحصائيات في المرتبة الأولى بأن: كلا برنامجي الدراسة كانا يعرضان باستمرار إحصائيات بأعداد المصابين والوفيات، بالإضافة إلى أعداد الحالات المرضية السيئة، والحالات التي تعافت. ومن أمثلة "الإيجابيات عرض للإجراءات الاحترازية، وتقديم الدعم النفسي للأطباء، والمصابين، وتقديم العديد من المبادرات، لتقليل فرص انتشار المرض، وتوفير المستشفيات الجامعية لأجهزة التنفس الصناعي، ووحدات وقاية الأطباء بالجامعة، وتجهيز أماكن عزل للمصابين، والكشف الطبي على المترددين على المستشفى، وإجراء التحاليل اللازمة، وذكر عدد الحالات التي تحولت من إيجابية إلى سلبية، **أما** السلبيات- **فمن أمثلتها:** سلوكيات المواطنين فيما يتعلق بالتجمعات أو عدم الالتزام بارتداء الكمامة، أو كسر حظر التجوال، وغيرها ومن أمثلة "الربط بين الأسباب والنتائج": الربط بين أسباب الإصابه بالمرض وعدم اتباع الإجراءات

الاحترازية، أما المصادر المتخصصة التي كان يتم الاستشهاد بها فمن أمثلتها "الرجوع إلى وزارة الصحة عند الإشارة إلى أعداد المصابين والمتوفين والمتعافين، ومن أمثلة التقارير والدراسات: الاستشهاد بتقارير أجنبية تتحدث عن أقل وأكثر الفئات عرضة للإصابة بالمرض.

11- الاستمالات العاطفية المستخدمة في عرض الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا

جدول رقم(12)

القناة / الاستمالات العاطفية	الفضائية المصرية		القاهرة والناس2		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الترهيب والتخويف	60	36.3	24	38.0	84	36.8
التركيز على الجوانب الإنسانية	70	42.5	31	49.2	101	44.3
الترغيب	25	15.2	5	7.9	30	13.2
الاستمالات الدينية	10	6.0	3	4.9	13	5.7
المجموع	**165**	**100**	**63**	**100**	**228**	**100**

تشير بيانات الجدول(12) إلى تصدر استمالة" **التركيز على الجوانب الإنسانية** " باعتبارها أكثر الاستمالات العاطفية التي اعتمد عليها برنامجا الدراسة، يليها" **الترهيب والتخويف**، ثم استخدام" **الترغيب**" ، وأخيرًا "الاستمالات الدينية" ، ومن أمثلة استخدام استمالة "التركيز على الجوانب الإنسانية" عرض فيديو من داخل المستشفى الجامعي ببنها يوضح جهود الأطباء في رفع الروح المعنوية للمصابين، ومن أمثلة استخدام استمالات الترهيب/ التخويف، التحذير الدائم للمواطنين من خطر التجمعات، والتشديد على الإجراءات الاحترازية، ومراعاة التباعد الاجتماعي، والتحذير من خرق قانون الحظر، ومن الانقياد وراء الشائعات، واختلفت تلك النتيجة مع دراسة أبوبكر حبيب(2021) في الجزئية الخاصة باستخدام استمالات الخوف، حيث استخدمت بنسبة 7.10% فقط من عينة التحليل.

الخلاصة ومناقشة النتائج:

بعد عرض النتائج يمكن أن نستخلص التالي:

- معالجة أزمة "فيروس كورونا (COVID 19)" اختلفت من قناة لأخرى من حيث زاوية عرض الموضوع في كثير من الجوانب، وفي هذا الصدد يمكن الإشارة إلى مايلي:

- من حيث الأطر التي استخدمتها كل قناة: نجد أنه بينما كانت "القناة الفضائية الأولى" الأكثر استخدامًا لأطر" **التحذير/ التخويف**" وذلك لتنبيهالمواطنين وتحذيرهم من

خطـورة المـرض، وخطـر التجمعات، والتشديد على الإجراءات الاحترازية، كذلك كانت تلك القناة هي الأكثر استخدامًا لإطـار" **التأييد/ الدعم للقرارات"،و"المحاسبة** ،"باعتبارها القناة الرسمية للدولة، بينما كانت "القاهرة والناس2" الأكثر استخدامًا لإطار"**الحلول والمقترحات"** والذي يتناسب مع طبيعة البرنامج (الناس الحلوة)، حيث يعتمد على استضافة طبيب في كل حلقة يتحدث عن أزمة كورونا وتداعياتها، ثميشرح طرق الوقاية وبروتوكولات للعلاج.

- وفي هذا السياق كانت القناة "الفضائية الأولى" الأكثر تركيزًا على "**دعم القطاع الطبي"**، وهو ما يتناسب مع هدف برنامجها (الجيش الأبيض)، كذلك تفوقت **في "إبراز دعم الفئات المتضررة "**، و " **حالات المتعافين"**، الأمر الذي يتناسب مع سياسة القناة الأولى- كونها القناة الرسمية للدولة، ومن ثم فهي تحرص على إبراز الدعم الذي تقدمه الدولة للفئات المتضررة، وإبراز جهد الدولة في تقديم الرعاية للحالات الموجبة حتى تشفى وتتحول إلى سلبية، بينما كانت "القاهرة والناس2" الأكثر تركيزًا على عرض" **أسباب ونتائج الأزمة"** من خلال استضافتها لطبيب في كل حلقة.

- يمكن إرجاع زيادة نسبة استخدام الاستمالات "المنطقية" بصورة واضحة في برنامج "الناس الحلوة" عن نظيره "الجيش الأبيض" نظرًا لطبيعة الأول الذي يعتمد على استضافة طبيب متخصص يتحدث معظم الوقت عن أسباب ونتائج الأزمة، والإجراءات الاحترازية، وإرشادات علاجية ووقائية.

- وكنتيجة لاختلاف الأطر المستخدمة في برنامجي الدراسة، يمكن القول بإن النتائج قد توافقت مع الفرض الأساسي لنظرية الأطر، ومفاده أن "الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى، وإنما تكتسب أهميتها من وضعها في إطار معين، يضفي عليها معاني إضافية، أو يوجه ذهن المتلقي إلى سياق بعينه، أو زاوية معينة يفهم الموضوع من خلالها.

توصيات الدراسة:

1-يمكن استطلاع اتجاهات الجمهور في دراسة ميدانية عما تقدمه البرامج الطبية من محتوى لبيان فعالياتها في توعية الجمهور والمساهمة في معالجة الأزمات الصحية.

2-يستلزم ضـرورة تكثيف الاهتمام الإعلامي، من خلال حملات وإعلانات للتوعية، مع ضرورة التنسيق بين كافة الوسائل الإعلامية التقليدية والإلكترونية لتقديم معالجة شاملة وفعالة للأزمات الصحية، وتوعيـة الجمهـور بالمخاطر والسلوكيات الفعالة والإجراءات الاحترازية للحد من انتشار المرض.

3-بالرغم من أهمية البعدين "الصحي" و" الاجتماعي" في تناول أزمة "كورونا"، وملاءمتهما لطبيعة الموضوع –إلا أنه من المهم أن يتم تناولها من خلال أكثر من بعد- خاصة "الإطار الديني"الذي يتناسب أيضًا مع الموضوع، حيث يمكن للقائم بالاتصال أن يحرك الوازع الديني لدى الأفراد، فالدين محركاً للسلوكيات إذا ما تم استخدامه بشكل صحيح في تناول الأزمات.

مراجع البحث ومصادره:

1) مركز المعلومات ودعم القرار، مجلس الوزراء المصري، خبر منشور علي الصفحة الرئيسية لرئاسة مجلس الوزراء بتاريخ 4 يناير،2022، متاح علي :

https://www.care.gov.eg/EgyptCare/News/Preview.aspx?cid=1&id=15434.

2) جيهان سعد عبده.أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19)، دراسة تحليلة، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، عدد 54،الجزء الرابع، يوليو، ص، ص3406-3351، 2020، القاهرة.

3) Robert M. Entman (2003), Framing Bias: Media in the Distribution of Power, **Journal of Communication**, Vol. 57, P 164.

4) رجاء يونس.الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية-دراسة وصفية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الجامعة الإسلامية بغزة:عمادة الدراسات العليا، كلية الآدب، قسم الصحافة، ص48، 2013، فلسطين

5) محمد رضا محمد حبيب. معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص35، 2013، مصر

6) نهلة حلمي، أطر معالجة مواقع الفضائيات العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية لجائحة كورونا المستجد:دراسة تحليلية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، ع 59، ج2، ص.ص 793-842، 2021، مصر.

7) أبوبكر حبيب. معالجة مواقع الصحف المصرية والعربية لأزمة كورونا:دراسة تحليلية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، مج 20،ع1، ص.ص 1-63،2021 ، مصر.

8) ريهام مرزوق. معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة كورونا العالمية، دراسة ميدانية، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، عدد11، مايو، ص ص516-534، 2020، مصر.

9) عرين عمر الزغبي .تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية، دراسة ميدانية، **مجلة الدراسات الإعلامية**، ألمانيا، برلين، المركز الديمقراطي العربي، عدد11، مايو، ص، ص516-534، 2020، القاهرة

10) Qiang Chen, 2020, unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis, **Computer in Human behavior**. Pp.1-11.

11) Ahmad, A. R., & Murad, H. R (2020), the Impact of Social Media on Panic during the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study, **Journal of Medical Internet Research**, 22 (5).

12) Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020), the pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak, **Journal of Travel Medicine**, 27 (3).

13) Azad Shokri and others (2020), Perceived stress due to COVID-19 in Iran: Emphasizing the role of social networks, **Medical Journal of the Islamic Republic of Iran**, issue 12, and pp.45-61.

14) Huong Thi, & et al (2020), Demand for health information on COVID-19 among Vietnamese, **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 17 (12), PP. 1-12.

15) نادية محمد حافظ. اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة كورونا المستجد، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، عدد54، الجزء الرابع، يوليو، ص، ص2093-2168 ،القاهرة.

16) حسام فايز عبد الحي .اعتماد طلبة الجامعات علي وسائل الإعلام الجديد في استفاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، عدد54، الجزء الرابع، يوليو، ص، ص2605-2656، 2020، القاهرة

17) Sang-Hwa Oh, Seo Yoon Lee &Changchun Han (2020), The Effects of Social Media Use on Preventive Behaviors during Infectious Disease Outbreaks: The Mediating Role of Self-relevant Emotions and Public Risk Perception, **Health Communication Journal**, Available at:

https: //doi.org/10.1080/10410236.2020.1724639

18) جاد عويدات. تفاعل الشباب الجامعي مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر فيس بوك. دراسة ميدانية لمستخدمي صفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة "فرانس24"، **مجلة الدراسات الإعلامية**، برلين، المركز العربي الديمقراطي، ع11، ص، ص586-572، 2020

19) Lotus Ruan, Jeffrey Knockel, and Masashi Crete-Nishihata (2020), Censored Contagion How Information on the Coronavirus Managed on Chinese Social Media. Available at:
https: //citizenlab.ca/2020/03/censored-contagion-how-informationonthe-coronavirus-is-managed-on-chinese-social-media/

20) Lisa Singha (2020), a first look at covid-19, Information and misinformation sharing on Twitter, **A paper presented to Minne Soto University conference**. Available at:
https: //arxiv.org/abs/2003.13907v1

21) الخنفساء تومي. الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديموقراطي العربي، ع 11، ص ص482-495، 2020، برلين

22) إيمان عاشور سيد حسن .التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم، **مجلة البحوث الأعلامية**، جامعة الأزهر، عدد54، الجزء الرابع، يوليو، ص، ص2537-2604،2020، القاهرة

23) Toan Luu Duc (2020), The COVID-19 risk perception: A survey on socioeconomics and media Attention, **Economics Bulletin**, 40(1), pp. 758-764.

24) Rama Krishna Kummitha (2020), Smart technologies for fighting pandemics: The techno- and human- driven approaches in controlling the virus transmission, **Government Information Quarterly**, Elsevier Inc., pp.1-11.

25) أشرف سليم. لغة المغاربة في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد، دراسة ميدانية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، **مجلة الدراسات الاعلامية**، ألمانيا، برلين المركز الديمقراطي العربي، عدد11، مايو، ص، ص468-481، 2020، القاهرة

26) نرمين علي عجوة. استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا، دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر، عدد54، الجزء الرابع، يوليو، ص.ص2433-2020،2494، القاهرة.

27) Park Sejin et al. (2019).Information channel preference in health crisis: Exploring the roles of perceived risk, preparedness, knowledge, and intent to follow directives, **Public Relations Review**, 45 (5), pp.135-161.

28) سوسن عفيفي أبو زيد. تعرض الأطفال العرب لقنوات الأطفال المتخصصة وعلاقته بالوعي الصحي لديهم، مصر والجزائر نموذجاً، **مجلة كلية الآداب**، جامعة سوهاج، عدد53، جزء2، ص. ص333-356، 2019، القاهرة

29) إيمان فتحي وسلوى الجيار. المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، ع 19،ص.ص 123-166، 2018، القاهرة

30) أميرة جمال الدين. معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية لقضايا الصحة وعلاقتها بالوعي الصحي لدى الشباب، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الدراسات الإسلامية، جامعة الأزهر، 2017، القاهرة

31) مبروكة سلوم. دور القنوات الخاصة في تنمي الثقافة الصحية للأسرة الجزائرية، مجلة عالم التربية، المؤسسة العربية للاستشارات وتنمية الموارد البشرية، ع 58، م18، ص.ص 1-38، 2017، الجزائر

32) رانيا عبدالمقصود. دور وسائل الإعلام في تنمية ثقافة الصحة والمرض، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأداب، جامعة المنصورة، 2016، مصر

33) http://www.who.intموقع منظمة الصحة العالمية

34) مسعودة فلوس.الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا، **مجلة الدراسات الاعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ع11، ص، ص:482-495

35) هاشم أمجد نغميش. الإعلام الصحي في التلفزيون. دراسة في مقومات البرنامج التلفزيوني المخصص للتوعية الصحية، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، متاح علي:
https://www.uop.edu.jo/download/research/members/%D8%A8%D8%AD%D8%AB%2

36) الأساتذة المحكمون:

ا.د/وليد فتح الله، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة القاهرة

ا.م.د/ رجاء الغمراوي، الأستاذ المساعد بكلية اللغات والإعلام، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا

ا.م.د/تامر سكر، الأستاذ المساعد بكلية الإعلام وفنون الاتصال، جامعة فاروس بالاسكندرية

د/نها الأسدودي، المدرس بكلية الإعلام وفنون الاتصال، جامعة فاروس بالاسكندرية.