



المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل The Scientific Journal of King Faisal University

العلوم الإنسانية والإدارية
Humanities and Management Sciences



The Saudi Opinion on the Media Dealings with the COVID-19 Pandemic

Lotfi Ziadi

Media and Communication Department, College of Arts, King Faisal University, Al Ahsa, Saudi Arabia

الرأي العام السعودي حول التعاطي الإعلامي مع جائحة كوفيد 19

لطفي الزيادي

قسم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل، الأحساء، المملكة العربية السعودية



LINK الرابط	RECEIVED الاستقبال	ACCEPTED القبول	PUBLISHED ONLINE النشر الإلكتروني	ASSIGNED TO AN ISSUE الإحالة لعدد
https://doi.org/10.37575/h/art/210025	15/02/2021	10/04/2021	10/04/2021	01/09/2021
NO. OF WORDS عدد الكلمات	NO. OF PAGES عدد الصفحات	YEAR سنة العدد	VOLUME رقم المجلد	ISSUE رقم العدد
8094	9	2021	22	Special Issue "Media and the Coronavirus Pandemic" "جائحة كورونا"

ABSTRACT

Our research sought to monitor, measure and analyze the opinions and positions of Saudi men and women regarding the use of traditional and electronic media and social networking sites during the COVID-19 pandemic. We surveyed 477 Saudi men and women via an electronic questionnaire. The results show that Saudi respondents have increased their exposure to traditional media and that their use of social media has been intensified due to the pandemic. It was found that Saudis use social media to search for news and information that would help them understand the nature of the pandemic, how it spread, and what must be done to avoid, prevent, and respond to it. It was also found that social networking sites are the first sources used by Saudis to obtain news, although they consider these sites more likely to spread rumors about the pandemic. In general, most of the respondents consider the media coverage of the pandemic successful and think that most forms of news media are honest and reassuring.

المخلص

سعى بحثنا هذا إلى رصد وقياس وتحليل آراء ومواقف السعوديين والسعوديات حول تعاطي وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي مع جائحة كوفيد 19 التي ظهرت في شهر ديسمبر 2019 في مدينة يوهان الواقعة وسط جمهورية الصين الشعبية ثم انتشرت بسرعة فائقة في كل أنحاء العالم. وقد قمنا في هذا البحث باعتماد المنهج المسحي وتوزيع استبيان إلكتروني أجاب عنه 477 سعودي وسعودية بينت نتائجها أن المتلقي السعودي زاد تعرضه لوسائل الإعلام التقليدية وتكثف استخدامه للميديا الاجتماعية بسبب جائحة كوفيد 19 وأن نشاطه الاتصالي والإعلامي كان هدفه الأساسي البحث عن أخبار ومعلومات تساعده على فهم طبيعة الجائحة وكيفية انتشارها وما يجب فعله لتجنبها والتوقي منها ومجابهتها. وبأن مواقع التواصل الاجتماعي كانت المصدر الأول الذي اعتمده السعوديون والسعوديات لاستقاء الأخبار والمعلومات رغم أنهم يعتبرونها أكثر وسيلة اتصال بثت شائعات حول الجائحة. ولكن ومع ذلك اعتبر أغلب المستجوبين بأن التعاطي الإعلامي مع الجائحة كان في مجمله ناجحاً وأن الخطاب الاتصالي والإعلامي بمختلف أشكاله كان عموماً صادقاً ومطمئناً.

KEYWORDS

الكلمات المفتاحية

Corona, media, news, opinions, Saudi recipient, social media

الأخبار، آراء، كورونا، المتلقي السعودي، الميديا الاجتماعية، وسائل الإعلام

CITATION

الإحالة

Ziadi, L. (2021). Alraay aleam al Saudi hawl altaeati al iielamii mae jayihat kufid 19 'The Saudi public opinion on the media dealings with the COVID-19 pandemic'. *The Scientific Journal of King Faisal University: Humanities and Management Sciences*, 22(Special Issue "Media and the Coronavirus Pandemic"), 10–8. DOI: 10.37575/h/art/210025 [in Arabic]

الزيادي، لطفي، (2021). الرأي العام السعودي حول التعاطي الإعلامي مع جائحة كوفيد 19. *المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل: العلوم الإنسانية والإدارية*، 22(عدد خاص "الإعلام وجائحة كورونا")، 18-10.

1. المقدمة

على جميع المجالات الحيوية وجدت الحكومات نفسها مجبرة على اتخاذ قرارات اجتماعية واقتصادية وصحية... وتحديد خيارات واستراتيجيات اتصالية في إطار ما يسمى باتصال الأزمات اختلفت من دولة إلى أخرى وتراوح بين:

- ترهيبية وتشاؤمية (على غرار الحكومة البريطانية): متحدثاً إلى شعبه، دعا رئيس الوزراء البريطاني بوريس جونسون البريطانيين والبريطانيات للاستعداد "لفراق أحبائهم" (جونسون، 2020).
- استهزائية وغير مبالية بخطورة الجائحة وما يمكن أن تخلفه من آثار سلبية على جميع المستويات، على غرار الحكومة الأمريكية وخاصة الرئيس دونالد ترامب الذي، خلافاً لما أشارت إليه كل الدراسات، أكد لشعبه بأن "جائحة كوفيد19 ستصبح مجرد ذكرى سيئة بحلول شهر أبريل مع عودة الطقس الحار.
- توعوية وتثقيفية وإنسانية بالأخص على غرار الحكومة السعودية التي على لسان ملكها، خادم الحرمين الشريفين، سعت لطمأنة المواطنين والمقيمين على حد السواء واعدة إياهم "بالمحافظة على صحتهم لأنها أولى أولياتها وتوفير ما يلزم المواطن والمقيم على هذه الأرض الطيبة من دواء وغذاء واحتياجات معيشية" (قناة الحدث، 2020).

2. إشكالية البحث

تعاظم دور الاتصال وتنوعت أشكاله وتقنياته مع إقرار الحجر الصحي في معظم دول العالم جراء ارتفاع عدد المصابين والوفيات بسبب جائحة

بينما كان العالم يستعد لاستقبال سنة إدارية جديدة تفاعاً في شهر ديسمبر 2019 بانتشار أخبار عن إصابة بعض متساكي مدينة يوهان الواقعة وسط جمهورية الصين الشعبية بعوارض شبيهة بتلك التي يسببها الالتهاب الرئوي. وبسرعة فائقة تزايدت أعداد المصابين لتتحول الحالات القليلة المرصودة إلى جائحة بأتم معنى الكلمة أطلق عليها فيما بعد الخبراء والاختصاصيون مسى كوفيد 19. انتشرت هذه الجائحة في بضعة أيام في كل أرجاء المعمورة وتكاثر عدد المصابين بها ليبلغ حسب إحصائيات المنظمة العالمية للصحة لشهر فيفري 2021 أكثر من 91 مليون مصاب و1.9 مليون وفاة.

فأغلقت الحدود بين الدول والطرق بين المدن وانهارت عديد الاقتصادات وعم الخوف والفرع وتحولت الجائحة من مجرد خبر إلى قضية تتصدر المشهد الاتصالي والإعلامي في كل الدول وتفاقت حاجة الجميع إلى معلومات وأخبار أكثر عن هذه الجائحة: مصدرها وأعراضها وانعكاساتها ومخلفاتها وسبل التوقي منها ومقاومتها... أكدت كما قال ابن خلدون أن "الإنسان مدني بطبعه" لا يمكن أن يعيش دون أن يتواصل ويتصل. يقول Patrick Lagatee أن "ما يميز جائحة كوفيد19 كأزمة هو أنها أزمة عالمية وحدت بشكل غير مسبوق العالم ونتج عنها خطاب اتصالي وإعلامي عالمي موحد أكد أن الاتصال حاجة بشرية لا غنى عنها ووسيلة للبقاء ودواء مضاد للوحدة والعزلة. ولواجهة جائحة كوفيد 19 نحن في حاجة ماسة لوسائل الاتصال والإعلام لكي نحيا في انتظار العلاج والدواء" (Giardinelli, 2020: 9).

الوثائقية، شكل من أشكال المنهج الوصفي "يعني أساساً باستعراض الأحداث والأشخاص والمتغيرات والاتجاهات والأهداف وتقع على عاتقه أعباء تحليل الظاهرة وإبراز ما يكتنفها من علاقات وتأثيرات متبادلة فضلاً عن جمع ما يحيط بها من بيانات وتفسيرات عبر مختلف الأدوات الكمية والكيفية التي تقود إلى فهم الظاهرة المعنية" (زكريا ووداعة الله، 2018: 164). لذلك قمنا بتوظيف هذا المنهج للإجابة عن فروض البحث واستخلاص نتائج وصفية وتفسيرية ذات دلالة من خلال القيام بمسح لعينة من السعوديين والسعوديات باستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني.

3.1. عينة البحث:

تمثل مجتمع بحثنا في الجمهور السعودي. أما العينة فكانت عشوائية وتكونت من 477 سعودي وسعودية ممن يتعرضون لوسائل الإعلام التقليدية ويستخدمون وسائل الاتصال الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي بانتظام، تراوحت أعمارهم بين 15 وأكثر من 50 سنة. مكنتنا أداة الاستبيان من رصد وقياس كيفية تعرضهم لمختلف وسائل الاتصال والإعلام خلال جائحة كوفيد19 ووصف وتحليل آرائهم ومواقفهم مما تلقوه من مضامين اتصالية وإعلامية عنها. وقد قمنا بتوزيع الاستبيان إلكترونياً وجمع الإجابات عن الثلاثين سؤالاً التي تضمنها خلال الفترة الممتدة بين 28 أكتوبر و31 ديسمبر 2020.

جدول 1: خصائص عينة البحث

النوع	البيانات الشخصية	العدد	النسبة (%)
النوع	ذكر	257	53,8
	أنثى	220	46,2
العمر	30-15 سنة	280	58,7
	40-31 سنة	78	16,4
	50-41 سنة	57	11,9
	أكثر من 50 سنة	62	13
المؤهل العلمي	ابتدائي	64	13,4
	ثانوي	111	23,3
	جامعي	302	63,3
	عاطل (9) عن العمل	9	1,9
المهنة	طالب (6)	240	50,3
	عامل (3)	0	0,0
	موظف (9)	97	20,3
	موظف (5) ساهي (5)	43	9,0
	أعمال حرة	78	16,3
	متقاعد (5)	10	2,2
	المجموع		477

3.2. اختبار ثبات الاستبيان ودقته:

تضمن استبيان بحثنا بالإضافة إلى فقرة خاصة بخصائص العينة الديموغرافية ثلاثة محاور رئيسية:

- تضمن أسئلة حول كيفية تعرض السعوديين والسعوديات لمختلف وسائل الاتصال والإعلام خلال جائحة كوفيد19 وأهم المصادر التي استقوا منها الأخبار والمعلومات حولها.
- حاولنا من خلاله رصد آراء المستجوبين حول التغطية الاتصالية والإعلامية لجائحة كوفيد19 وكذلك مواقفهم من التعاطي الاتصالي والإعلامي الحكومي معها ومن الإجراءات التي تم اتخاذها للتصدي لها.
- خصصنا لقياس منسوب ثقة المتلقي السعودي فيما تعرض له من مضامين اتصالية وإعلامية وما إذا كان يعتبرها اتسمت بالمصادقية أم لا ومعرفة مدى تأثيرها في سلوكه وتعامله مع الجائحة وما ترتب عنها من توجيهات وقرارات ونسبة الشائعات برأيه حول جائحة كوفيد19 في وسائل الاتصال والإعلام الوطنية والأجنبية.

ولقياس مدى صدق وثبات استبياننا قمنا بتحليل عينة متكونة من 40 وحدة عشوائية من الاستبيان عبر معيار ألفا كرونباخ Crombach's Alpha تحليل الثبات. فجاءت النتيجة مقبولة جداً فاقت 80%. كما قمنا بتحكييم استبياننا من قبل عدد من الأكاديميين.

3.3. الدراسات السابقة:

لاحظنا من خلال البحث أن الدراسات التي سبقت بحثنا حول التعاطي الاتصالي والإعلامي مع جائحة كوفيد 19 انقسمت إلى نوعين:

3.3.1. دراسات عامة لعل أهمها وأقربها إلى إشكالية بحثنا

- دراسة الشمران (2002) التي بحثت في دور الإعلام في مواجهة الأوبئة الأمراض المعدية وأخذت وباء فيروس كورونا نموذجاً، و"هدفت إلى بيان

كوفيد19 والحاجة الملحة لجمع أخبار ومعلومات عنها. ولمواجهة الجائحة وما فرضته من تحديات تم تعميم التعليم والعمل عن بعد وتحولت العلاقات الاجتماعية والعائلية إلى علاقات اتصالية افتراضية وأصبحت وسائل الاتصال والإعلام التقليدية والتكنولوجية والرقمية أساس وجوه حياتنا اليومية. إذ أظهرت دراسة قام بها Reuters Institute of Journalism التابع لجامعة أكسفورد حول التعرض لوسائل الإعلام، في جل بلدان العالم خلال سنة 2020، التي عرفت ظهور وانتشار جائحة كوفيد19:

- ارتفاع عدد المشتركين في مواقع ومصادر الأخبار المدفوعة الثمن.
- أن الصحف والمواقع الإلكترونية هي أهم مصادر الأخبار لدى الأغلبية.
- ارتفاع نسبة الاستماع إلى التسجيلات الصوتية قصد الترفيه عن النفس لدى فئة الشباب بالأخص.
- أن 38% فقط من المستجوبين يثقون فيما تنشره وسائل الاتصال والإعلام من مضامين (Rodier, 2020).

كيف تعرض السعوديون والسعوديات لوسائل الاتصال والإعلام الوطنية والأجنبية خلال جائحة كوفيد19 وكيف يصفون ويقيمون أداءها؟ هذه هي الإشكالية التي حاولنا الإجابة عنها في بحثنا هذا من خلال:

- وصف كيفية تعرض السعوديين والسعوديات لوسائل الاتصال والإعلام الوطنية والأجنبية خلال جائحة كوفيد19 وأهم مصادر معلوماتهم وأخبارهم عنها.
- تحليل آراء ومواقف السعوديين والسعوديات من أداء وسائل الاتصال والإعلام الوطنية والأجنبية خلال جائحة كوفيد19.
- قياس مدى ثقة المتلقي السعودي فيما نشرته وبثته وسائل الاتصال والإعلام من مضامين حول جائحة كوفيد19 ومدى مصداقيتها برأيهم.

2.1. فرضيات البحث:

- أثرت جائحة كوفيد19 في طريقة تعرض السعوديين والسعوديات لوسائل الاتصال والإعلام كما وكيف.
- تمثل وسائل الإعلام الوطنية المصدر الرئيسي الذي يستقي منه المتلقي السعودي الأخبار والمعلومات حول جائحة كوفيد19.
- يختلف منسوب ثقة المتلقي السعودي في وسائل الاتصال والإعلام باختلاف نوعها (تقليدية أو حديثة) ومصدرها (وطنية أم أجنبية).
- أسهم الخطاب الاتصالي والإعلامي بمختلف أنواعه في تبديد مخاوف المتلقي السعودي من جائحة كوفيد19 لأنه اتسم بالمصادقية.

2.2. أهداف البحث:

سعى هذا البحث إلى:

- قياس مدى تأثير تعرض المتلقي السعودي لمختلف وسائل الاتصال والإعلام بجائحة كوفيد19.
- وصف التعاطي الاتصالي والإعلامي الوطني والأجنبي مع جائحة كوفيد19 من وجهة نظر المتلقي السعودي
- قياس منسوب ثقة السعوديين والسعوديات فيما بثته وسائل الاتصال والإعلام من مضامين حول جائحة كوفيد19.
- رصد آراء ومواقف السعوديين والسعوديات من التعاطي الاتصالي والإعلامي الرسمي مع جائحة كوفيد19.

3. منهجية وأدوات البحث

باعتبار أن بحثنا هذا يرنو إلى رصد وقياس ووصف اتجاهات الرأي العام السعودي حول التعاطي الاتصالي والإعلامي الوطني والأجنبي مع جائحة كوفيد19، ارتأينا من الأنسب اعتماد المنهج المسحي الذي عرفه شوميكر وماكوب، بأنه "الدراسة التي تجمع المعلومات عبر طرح مجموعة من الأسئلة على الجمهور والاستفادة من الإجابات المتحصلة فالمعلومات التي يتم جمعها مصممة بطريقة تسمح بتقييمها وتصنيفها وتحليلها إحصائياً" (الجزان، 2004: 5). وقد أسهمت الدراسات المسحية بشكل ملحوظ في التعرف على خفايا الموضوعات الإنسانية من ناحية عامة، والموضوعات الإعلامية على وجه التحديد. والمنهج المسحي هو، إلى جانب بحوث الحالة والبحوث

الاجتماعي وخاصة الفيس بوك وتويتر وواتس أب. ومن أهم أسباب الاعتماد على صحافة الموبايل: سرعة وفورية نقل الأخبار والمعلومات وسهولة الاستخدام وقلة التكاليف وأنها تتيح اشكالا متعددة للمعلومات نصوصا وصورا ورسوما وفيديو...

دراسة السالم (2020) التي ناقشت "مصادقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء جائحة كورونا كوفيد19 من خلال تطبيق "نموذج مصادقية الإعلام". واشتملت عينة الدراسة على 676 من المواطنين الكويتيين واستخدمت الباحثة استبانة اشتملت على خمسة محاور رئيسية تتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم أداء وسائل الإعلام خلال أزمة كورونا ومصادقيتها. وأشارت النتائج إلى قبول الفرض الأول القائل: أن متغير "العمر" مرتبط بشكل عكسي مع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقبول الفرض الثاني القائل: أن "معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي" يؤثر على درجة الرضا عن أداءها. كما أشارت النتائج إلى قبول الفرض الثالث بأن "مقياس تقييم وسائل الإعلام" مرتبط بمعدل تصور المصادقية. وفي نتيجة الاختبار الرابع لم تكن المتغيرات الديموغرافية مؤثرة في تصور المصادقية.

دراسة خليفة (2020) التي تناولت بالبحث والتحليل "التغطية الإعلامية لجائحة كورونا وحاولت رصد وتقييم دورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية في مواجهتها لآثار الجائحة والحد من خطورة انتشارها". واستخدمت الدراسة استبانة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، وتم تطبيقها على عينة قوامها 588 من الرأي العام البحريني. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج لعل أهمها أن: نسبة التقييمات الإيجابية لأداء المؤسسات الصحية في التعامل مع جائحة كورونا بمملكة البحرين بلغت 69.3% وأن الرأي العام البحريني يحرص على متابعة الجائحة في مختلف وسائل الإعلام. وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة هذه الوسائل وفي المرتبة الثانية التلفزيون، فيما جاءت الصحافة المطبوعة في المرتبة الأخيرة. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن غالبية الرأي العام البحريني تنفق في تغطية وسائل الإعلام لأداء المؤسسات الصحية خلال الجائحة، وجاء موقع وزارة الصحة كأكثر وسائل الإعلام مصادقية تليه حسابات وزارة الصحة على مواقع التواصل الاجتماعي فالتليفزيون، بينما وردت المواقع الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي في المراتب الأخيرة ومجموعات الواتساب كأقل وسائل الإعلام مصادقية.

3.3.3. وبالنسبة إلى المملكة العربية السعودية فأقرب الدراسات لإشكالية

بحثنا هي:

دراسة مصطفى (2020) التي "رصدت دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا كوفيد19" وذلك في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، في محاولة لتقييم المواقع الإخبارية السعودية فيما تقدمه من محتوى إعلامي لقياس مدى النجاح في إدارة الأزمة الصحية من عدمه. واستخدم الباحث في هذه الدراسة الوصفية منهج المسح على عينة من 400 مفردة من الجمهور السعودي من متابعي الأزمة في وسائل الإعلام لشهر مايو 2020 واعتمد على استبانة الاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

• جاء موقع "عاجل" في المرتبة الأولى التي اعتمد عليها الباحثون في استقاء معلوماتهم عن كورونا، ثم موقع "سبق" ثم موقع "عكاظ" ...

• أوضح غالبية الباحثين أن من أولى أسباب متابعتهم للمواقع الإخبارية هو "متابعة التطورات المتصلة بأزمة فيروس كورونا أول بأول".

• وافق أغلب الباحثين على أن المواقع الإخبارية السعودية "تتحرى صحة المعلومات ودقتها حول أزمة كورونا وكل ما يتصل بها من أحداث" وأنها تحرص غالبا على نسبة الأخبار إلى مصادرها.

• دراسة الشبيلي وآخرون (2020) التي "هدفت إلى رصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كوفيد19 في منطقة جازان واعتمدت على منهج المسح، وتم تطبيق استبانة إلكترونية وزعت على عينة قوامها 705 مفردة من الجمهور، وكانت أهم النتائج:

• نجاح جهود التوعية في تحقيق أهدافها حسب عينة الدراسة.

• جهود التوعية بفيروس كوفيد19 ساعدت في الوقاية من العدوى.

• جاءت اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كوفيد19 إيجابية وكانت التأثيرات المعرفية الأعلى والتأثيرات السلوكية الأقل.

• تصدر حساب مديرية الشؤون الصحية بجازان على تويتير مقدمة حسابات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لعينة للحصول على معلومات عن فيروس كوفيد19.

أهمية الإعلام الصحي ودوره في نشر الوعي بطرق الوقاية من الأوبئة والأمراض المعدية، والتعرف على الشائعات التي رافقت ظهور وباء فيروس كورونا ومعرفة توجهاتها، وتناولت آراء عدد من المختصين والباحثين والكتاب والإعلاميين في كيفية تعامل الإعلام مع وباء كورونا، وكيف تقدمه، ودوره في زيادة الوعي بطرق الوقاية من الوباء، وذلك خلال فترة ظهور الوباء حتى نهاية شهر مايو 2020، واستخدمت الدراسة المنهج الاستطلاعي لإجراء الدراسة وتوصلت إلى عدد من النتائج، أهمها أن وسائل الإعلام التقليدية تتمتع بثقة أكبر لدى الجمهور من وسائل التواصل الاجتماعي المستحدثة خلال الأزمات، وأن وسائل الإعلام بشكل عام أسهمت إلى حد كبير في نشر الوعي الصحي بطرق الوقاية من مرض كورونا.

• دراسة المعيني (2020) التي حاولت التعرف على أطر معالجة بعض مواقع الصحف الإلكترونية وبعض المواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا وهي "دراسة وصفية استخدمت منهج المسح واعتمدت على أداة تحليل المضمون لعينة من الأخبار والمواد الصحفية التي تم نشرها عبر مواقع الصحف والمواقع الإخبارية: موقع اليوم السابع، موقع بوابة أخبار اليوم وموقع القاهرة 24، اختيرت بطريقة عشوائية في الفترة من 2020/3/1 إلى 2020/6/1، وبلغت عينة الدراسة 900 مادة صحفية"، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج؛ أهمها: اهتمام عينة الدراسة بعرض أخبار وتحقيقات خاصة بمعالجة تداعيات فيروس كورونا في مواقع الصحف والمواقع الإخبارية على كافة القطاعات، وقد جاءت المعالجة الإيجابية في مقدمة أنواع المعالجات الإعلامية بنسبة 63% من عينة الدراسة، وتأتي في الترتيب الثاني المعالجة المحايدة؛ وهي التي تشمل في طياتها إبراز الإيجابيات أو السلبيات، ثم تأتي المعالجة السلبية للأخبار في نهاية أنواع المعالجات الإعلامية بمواقع الدراسة. وجاء إطار التأييد ودعم القرارات على رأس قائمة الأطر الفرعية المستخدمة في معالجة تداعيات فيروس كورونا وفي الترتيب الثاني يوجد الإطار التحذيري، وفي الترتيب الثالث يوجد إطار المسؤولية وهو الإطار الذي يؤكد على مسؤولية الأشخاص في توفير الحماية والوقاية من الإصابة بالمرض، ومسؤولية اتخاذ التدابير اللازمة لمواجهة الفيروس.

• دراسة قسايسية (2020) الذي حاول مقارنة تداعيات فيروس كوفيد19، على جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية ومستخدمي الوسائط الجديدة. إذ يسود الاعتقاد حسب الباحث أن تغييرات عميقة في سلوك الجمهور والمستخدم قد حدثت تبعاً للحجر المنزلي والتباعد الاجتماعي كإجراءات أمنية وقائية من أجل الحيلولة دون انتشار الفيروس على نطاق واسع. وقد وقع أول تأثير لأزمة كوفيد19 على عملية الاتصال نفسها، فقد تم استبدال أشكال الاتصال التقليدية بالاتصالات الرقمية والافتراضية؛ وحتى عن طريق التواصل الذاتي. كما احتلت الوسائط الجديدة، وخاصة استخدام وسائط المواطن أو مواقع التواصل الاجتماعي، الصدارة، وأصبحت تشكل المصادر الرئيسية للمعلومات، حتى فيما يسمى بالأخبار المزيفة والدعاية والتضليل الإعلامي. من جهة أخرى، أدخلت الافتراضية الواقعية في هذا العالم الإلكتروني طرقاً وأساليب دراسة وبحث وتحليل ملائمة لسلوك الأفراد والجماعات في ظل ظروف الأزمات. فالحجر المنزلي والتباعد الاجتماعي كإجراءات وقائية من الوباء، دفعت الباحثين المهتمين بدراسات جمهور وسائل الإعلام القديمة ومستخدمي الوسائط الجديدة، إلى البحث عن أساليب دراسة وبحث نوعية مكيفة مع ظروف الأزمات، وفي مقدمتها المقاربة الأثنوجرافية.

3.3.2. دراسات خاصة بمنطقة جغرافية معينة (البلدان الأوروبية، أمريكا،

الدول العربية...) أو دولة بعينها (فرنسا، بريطانيا، مصر، الكويت، البحرين...)

على غرار

• دراسة بريك (2020) التي استهدفت "التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل وتأثيراته على التوعية الصحية بجائحة كورونا، ومعرفة العلاقة بين حجم الاعتماد على صحافة الموبايل ومستوى التوعية الصحية بجائحة كورونا، والعلاقة بين حجم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد وبين مستوى التوعية الصحية المكتسب ودلالة الفروق في الاعتماد ومستوى التوعية الصحية وفقا لمتغيرات النوع والإقامة والدخل ومستوى التعليم" واستخدمت الدراسة منهج المسح لعينة من الشباب المصري قدرها 500 مفردة، تم اختيارها بطريقة عشوائية. واعتمد الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل كمصدر ثري للمعلومات خاصة أثناء جائحة كورونا، وارتفاع الاعتماد على شبكة الإنترنت ومتصفحات الموبايل ومواقع التواصل

- متعددة مثل مستوى الدخل والعمر، الجنس... هذه الطبقات تتميز عن غيرها في السمات والمعتقدات والاتجاهات والقيم...
- أفراد الجمهور في المجتمع المعاصر ليسوا منعزلين عن بعضهم البعض، وينخرطون معا في علاقات اجتماعية تقوم على العلاقات الأسرية أو علاقات الجوار أو علاقات العمل...
- هذه الاختلافات الشخصية بين أفراد الجمهور والناتجة عن اختلاف الطبقات الاجتماعية والعلاقات تجعلهم يهتمون بمضامين معينة في وسائل الإعلام وينتقون ما يتعرضون له من هذه المضامين ويفهمون مضمون وسائل الإعلام بطرق انتقائية ومختلفة.
- بسبب انتقائية التعرض للمضمون واختلافه من شخص إلى آخر، فإن الرسالة الإعلامية سيكون لها تأثير محدود على الجمهور.

بينما أولت نظريات الاتصال والإعلام الحديثة أهمية أكبر للمتلقى وللدور الذي يلعبه في النشاط الاتصالي والإعلامي وكيفية تعرضه لوسائل الإعلام التقليدية وأسباب وأشكال تملكه واستخدامه لمنصات وتقنيات الاتصال الحديثة الإلكترونية والرقمية. والتلقي في مفهومه الاتصالي والإعلامي يمثل مقارنة نقدية للعملية الاتصالية تبين أن النقد الإعلامي واتجاهات الرأي حول المضامين الإعلامية والتعاطي الاتصالي والإعلامي مع مختلف المواضيع والظواهر الاجتماعية والاقتصادية والصحية... "ينطلق من إبراز تعامل المتلقي مع الخطاب وتأويله له مع تحديد آثاره عليه وليس فقط شرح الخطاب وتوضيحه وإظهار مكان القوة والضعف فيه" (بوكر، 2004: 67)

وأكدت بحوث أخرى حول التلقي، أجريت بين السنوات 1980-1990، أن الرسالة الاتصالية والإعلامية تحمل معاني متعددة (polysémique) وبالتالي لا يفسرها ويفهمها كل المتلقين بنفس الطريقة، لأن كل متلق يوظف لتفكيك رموز الرسالة الاتصالية والإعلامية قدرات فكرية ومرجعيات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وحتى دينية وعقائدية مختلفة وبالتالي، فإن التفاعل مع الرسائل الاتصالية والإعلامية وأثرها في المتلقي سواء كان معرفيا أو عاطفيا أو إدراكيا ورأيه فيها وموقفه منها قد يكون "إيجابيا فيتخذ الفرد موقفا إيجابيا مما يتلقاه من رسائل ومضامين اتصالية وإعلامية وذلك "بناء على مجموعة من المنبهات والمثيرات كجذب الانتباه واثارة الاهتمام واستثارة الرغبة واحداث الإقناع، وقد يكون سلبيا فيقبل الفكرة بعقله باعتبارها وجهة ولكنه لا يتأثر بها ولا يسلك السلوك المطلوب لأنه يرفضها بقلبه. ويختلف تأثير الرسالة الاتصالية والإعلامية والتعامل معها والموقف منها من فرد لآخر لأن الفرد تحكمه مجموعة من العوامل وهي: القدرات والطاقات الأساسية، الأهداف والتوقعات، الحالة الذهنية والمزاجية، مجموعة العوامل العقلية المتصلة بعملية التفكير، مجموعة الاستمالات الإقناعية، مجموعة العوامل والمقومات الاجتماعية، البيئة المادية، التركيب الفيزيولوجي، طبيعة الموضوع المدرك، الطرف الاتصالي" (حجاب، 2010: 201).

وتدعمت مكانة المتلقي أكثر في النموذج والعملية الاتصالية مع ظهور انترنت ووسائل الاتصال والإعلام الحديثة وما يسمى بالميديا الاجتماعية. وما يميز التلقي في النموذج الاتصالي الجديد هو التفاعل والالتزامية. وتقصّد بالتفاعلية "قدرة المستخدم على التبادل المستمر لردود الفعل مع المستخدمين الآخرين من خلال الإعلام الجديد وتطبيقاته" أما اللاتزامية فتعني "إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد سواء أكان مستقبلا أو مرسلا من خلال نشر واسترجاع المعلومات عبر الإعلام الجديد وتطبيقاته بسرعة واستخدامها بسهولة في أي وقت وفي أي مكان" (حجاب، 2003: 156).

ويرى التيار الوظيفي أن المتلقين والجمهور "ليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال والإعلام التي يرغبون في التعرض إليها ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات الرقمية". (Proulx, 2005).

كما تشير نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي حاولت فهم علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، إلى أن التغيرات الاجتماعية تحدد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام. فغياب الاستقرار الاجتماعي وظهور بعض الظواهر وانتشارها يزيد في حاجة الجمهور إلى الأخبار والمعلومات فيزيد إقباله على وسائل الإعلام بينما يقل اعتماده عليها في حالة وجود مصادر إخبار وإعلام

- جاء تخصيص حساب رسمي على تويتر للنشر كل ما يتعلق بتطورات فيروس كوفيد19 بجازان واستقبال استفسارات المواطنين والرد عليها في مقدمة مقترحات العينة لتطوير جهود التوعية بهذا الفيروس.
- دراسة جبريل (2020) وهدفت إلى "التعرف على مدى فاعلية توظيف مقاطع الفيديو التشاركية المتعلقة بجائحة كورونا في التوعية المعرفية والسلوكية بهذه الجائحة، وتأثير هذه المقاطع في دعم الوعي بينة الوباء في المملكة العربية السعودية". وقام الباحث بتوظيف منج المسح والاستبانة الإلكترونية في جمع البيانات من عينة الدراسة البالغ قوامها 400 مفردة. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لمقاطع الفيديو التشاركية المتعلقة بجائحة كورونا و"مستوى الدخل" لصالح ذوي الدخل المرتفع ومتغيري "الفئة العمرية" لصالح الفئات الأكبر سنا
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لمقاطع الفيديو التشاركية المرتبطة بجائحة كورونا وجنسية المبحوث لصالح غير السعوديين.
- وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لمقاطع الفيديو التشاركية المرتبطة بالجائحة وتأثير هذه المقاطع في التوعية بهذه الجائحة، وهو ما يعزز أهمية استثمار هذه المقاطع في حملات التوعية بهذه الجائحة على كافة المستويات وتأثيراتها المختلفة.

وبما أنّ البحوث العلمية في كل المجالات والتخصصات تسعى أساسا إلى المساهمة في تقليص حجم الفجوة البحثية سواء كانت منهجية أو نظرية أو تطبيقية أو مفاهيمية... وحتى يشكل بحثنا إضافة معرفية تثرى وتكمل الدراسات السابقة حول علاقة الإعلام بجائحة كوفيد19 في المملكة العربية السعودية، حاولنا إعطاء طابع الشمولية من خلال:

- قياس وتحليل تعاطي كل وسائل الاتصال والإعلام التقليدية وكذلك الحديثة مع جائحة كوفيد.
- توحى المنهج المقارن لرصد وبيان اتجاهات رأي المتلقي السعودي حول تغطية وسائل الاتصال والإعلام لا فقط الوطنية، بل وكذلك الأجنبية لهذه الجائحة
- استجواب عينة ممثلة لكل الفئات الاجتماعية في المملكة العربية السعودية وعدم الاقتصار على فئة واحدة دون أخرى.

4. الإطار النظري للبحث

تؤطر بحثنا مجموعة من النظريات العلمية بعضها قديمة وبعضها حديثة تعتمد أساسا لوصف وتحليل خصائص نشاط القائم بالاتصال والاعتماد على وسائل الاتصال والإعلام واستخداماتها وتأثيراتها المرجوة والفعليّة على المتلقي ودور هذا الأخير في النموذج والأنشطة الاتصالية والإعلاميّة وآليات تشكيل الآراء والمواقف من مضامين وسائل الاتصال والإعلام وكيفية تعاطيها مع مختلف الظواهر والمواضيع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية... وقد شكلت تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري محور اهتمام بحوث ودراسات المختصين في القطاع وأحد المحاور الأساسية للنظريات العلمية الاتصالية والإعلامية منذ اختراع غوتنبرغ للطباعة وذلك لأسباب عدة لعل أهمها:

- الدور المحوري والأساسي الذي يلعبه المتلقي أو الجمهور في إنجاح أو إفشال العملية الاتصالية.
- اهتمام القائمين بالاتصال خاصة من أهل السياسة والاقتصاد وصناع المضامين الاتصالية والإعلامية بمعرفة مدى نجاحهم في إبلاغ رسائلهم للمتلقى وبلوغ أهدافهم الاتصالية والإقناعية.
- أهمية التأثير كمرحلة إنسانية تمكن من استيعاب العلاقة السببية بين عناصر العملية الاتصالية.

وقد جاءت بحوث التلقي الأولى والتي بدأها Paul Lazarsfeld سنة 1944، لتقطع مع النظرية السائدة في تلك الفترة، حول التأثير المباشر والقوي لوسائل الإعلام على المتلقي والتي صاغها Tchakhotine سنة 1939. هذه البحوث أفرزت نظرية جديدة سميت بنظرية التأثير الانتقائي والمحدود لوسائل الإعلام ويمكن تلخيص الفرضيات الأساسية لهذه النظرية في النقاط التالية:

- يتميز جمهور المجتمع المعاصر بأنه متنوع ومتباين نفسانيا.
- أفراد الجمهور هم أعضاء في طبقات اجتماعية تختلف طبقا لعوامل

جدول 2: المدة الزمنية المخصصة يوميا لوسائل الاتصال والإعلام

المدة الزمنية		النشاط الاتصالي والإعلامي	
2020	2019	2019	2020
3 ساعات و 27 دقيقة (0.2%)	3 ساعات و 21 دقيقة	مشاهدة التلفزيون	
7 ساعات و 46 دقيقة (15.3%)	6 ساعات و 44 دقيقة	الإبحار في شبكة الإنترنت	
3 ساعات و 02 دقيقة (7.1%)	2 ساعات و 50 دقيقة	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	

المصدر: (2020) Datareportal

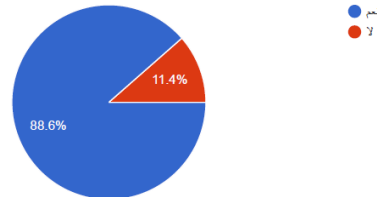
كما أشارت إحصائيات جوجل ترندس Google Trends إلى أن عبارة "مدرستي" تصدرت قائمة بحوث السعوديين والسعوديات على محرك البحث جوجل سنة 2020، تليها عبارة "كوفيد19" فعبارة "توكلنا" (Lakhpatawal, 2020)

هذه الأرقام التي تبرز أهم التحولات التي عرفتها أنشطة السعوديين والسعوديات الاتصالية والإعلامية بسبب ظهور وانتشار كوفيد19 أكدت نتائج دراستنا الميدانية التي تبين أن السعوديين والسعوديات لجؤوا، خلال الأيام الأوائل لظهور الجائحة وبداية انتشارها، إلى كل وسائل الإعلام دون استثناء لجمع المعلومات واستقاء الأخبار حول جائحة كوفيد19، التي غيرت كثيرا سلوكهم الاتصالي والإعلامي وأن "الجائحة جعلت 81.4% من المستجوبين يكثفون تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية و88.6% منهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر"، بحثا عن تنمية معارفهم حول "أسباب ظهورها" ومدى "خطورتها" وسبل "التوقي منها" ومجابهتها...

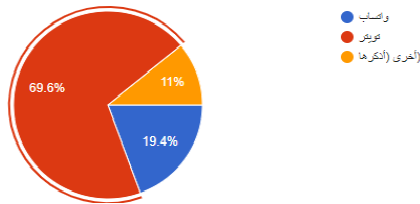
جدول 3: مدى تأثير جائحة كوفيد19 في تعرض السعوديين والسعوديات لوسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية هل جعلتك جائحة كوفيد 19 تتعرض لوسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية أكثر؟



هل جعلتك جائحة كوفيد 19 تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أكثر؟



ما هي أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تستقي منها الأخبار والمعلومات عن جائحة كوفيد 19؟



تشير إحصائيات دراستنا الميدانية إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي مصدر السعوديين والسعوديات الأول لجمع المعلومات واستقاء الأخبار حول جائحة كوفيد 19 حيث لجأ إليها 58.8% من المستجوبين يليها موقع وزارة الصحة على الإنترنت وبلاغاتها والمؤتمر الصحفي الدوري الذي تعقده حول آخر أرقام تفشي الجائحة في المملكة والتدابير الوقائية الجديدة المتخذة للحد من انتشارها والتوقي منها بنسبة 46.4%. وتميز الالتجاء إلى مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول جائحة كوفيد 19 بالإقبال الكبير من قبل السعوديين والسعوديات على موقع تويتر (69.6%) يليه تطبيق واتساب بنسبة 19.4%. ولتقاسم ما تلقوه من معلومات حول الجائحة مع الآخرين يستخدم 74.1% من السعوديين والسعوديات واتساب خاصة بذلك تويتر (30.6%) ثم المكالمات الهاتفية المباشرة بنسبة (20.7%). وجب كذلك الإشارة إلى أن اللجوء إلى مواقع التواصل الاجتماعي لاستقاء الأخبار والمعلومات حول الجائحة يختلف من مستخدم إلى آخر حسب خاصية: النوع: 68% من المستجوبين الذكور مقابل 78.3% من الإناث

بدلية (الإعلام الرسمي...) ويعتمد الجمهور على وسائل الإعلام حسب نفس النظرية، لفهم الظواهر والمواضيع المختلفة ومعرفتها وكشف الغموض حولها وتكوين اتجاه ورأي حولها وينتج سلوكيات معينة بسببها. ويفترض حسب نظرية الأوليات "أن هناك علاقة إيجابية بين ترتيب أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات واهتمامات الجمهور... إلا أن العلاقة بين أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات الجمهور ليست منعزلة عن الواقع الاجتماعي ولا عن المتغيرات الأخرى. وهذه المتغيرات تؤثر على الوضع النهائي للأجندة سواء للوسيلة أو الجمهور. فعلى مستوى الفرد هناك حاجة إلى التوجه السياسي والتكيف مع الظروف المحيطة... وعلى مستوى وسائل الإعلام هناك طبيعة النظام السياسي، طبيعة القضايا المطروحة، مستوى تغطية وسائل الإعلام ثم نوع هذه الوسائل... هذه المتغيرات لا شك تؤثر على شروط وضع الأجندة والتي من أهمها: قيام وسائل الاتصال والإعلام بعمليات انتقاء واختيار مستمر للمضمون الذي تقدمه، أيضا حاجات ورغبات الجمهور والتي تلعب دورا واضحا في وضع الأجندة" (الدهمسي، 2014: 172) وكذلك وبرأينا، تشكيل اتجاهات الرأي العام حول مختلف المضامين التي يتلقاها والمواضيع التي تطرحها والظواهر التي تغطيها.

5. نتائج الدراسة

5.1. التعرض لوسائل الاتصال والإعلام واستقاء الأخبار عن جائحة كوفيد19:

تتفق كل الدراسات التي اطلعنا عليها في إطار بحثنا هذا على أن جائحة كوفيد 19 أثرت كثيرا في نمط عيشنا وعاداتنا وسلوكياتنا اليومية وكانت لها انعكاسات عميقة وجوهرية على جل القطاعات الحيوية. ولعل أبرز استنتاج يمكن الخروج به من هذه الدراسات هو أن جائحة كوفيد 19 والتدابير والإجراءات الاحترازية التي فرضتها جل الحكومات من أجل منع انتشارها ومجابهتها جعلت الأجهزة والشاشات ووسائل الاتصال الحديثة والإلكترونية والرقمية تكتسح حياتنا وتحكم ممارساتنا ونشاطاتنا اليومية، التي صارت معظمها افتراضية ورقمية. فالتعليم كمنشآت اتصالي مباشر تحول من حضوري إلى رقمي يمارس عن بعد والمعاملات الإدارية تحولت كلها إلى إلكترونية والتسوق لم يعد يمارس داخل المحلات والأسواق التجارية بل أصبح إلكتروني بالأساس يمارس عن بعد عبر المنصات الرقمية. يشير في هذا الصدد تقرير أعدته شركة RC بالشراكة مع جمعية التجارة والتجزئة الإلكترونية في شهر مايو 2020 حول تأثير جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية وسلوك المستهلك الشرائي في المملكة العربية السعودية إلى ارتفاع عدد المبيعات عبر التطبيقات الإلكترونية بنسبة 200% ومعدل الطلب بنسبة 50% والعروض بنسبة 400% (شركة RC بالتعاون مع جمعية التجارة والتجزئة الإلكترونية، 2020).

سجل كذلك قطاع التوصيل في المملكة نموا في أعماله يقدر ب150% مستفيدا من الأزمات التي فرضها فيروس كورونا بتداعياته على المجتمع "الشرق الأوسط، 2020). كما غيرت كذلك جائحة كوفيد 19 وما رافقها من تدابير وقائية مثل التباعد الجسدي وحضر التجول والحجر الصحي... ممارسات ونشاطات السعوديين والسعوديات الترفيهية فتعددت العروض والتخفيضات في الاشتراكات على مواقع مشاهدة الأفلام والمسلسلات وأطلقت العديد من الخدمات الترفيهية وتطبيقات التوصيل الإلكترونية لتوفير ألعاب ووجبات لمشاهدة الأفلام وتزايد البحث في محرك جوجل على بعض المنتجات الترفيهية زيادة ملحوظة: كريم (1150%+) ولعبة لولدو (170%+) ومنتفليكس (122%+) وبلايستيشن (89%+) (شركة RC بالتعاون مع جمعية التجارة والتجزئة الإلكترونية، 2020).

على مستوى الممارسات والأنشطة الاتصالية والإعلامية تشير منصة we are social الرقمية إلى أن مشاهدة التلفزيون من قبل المتلقي السعودي عرفت زيادة بنسبة 2% سنة 2020 مقارنة بسنة 2019 بينما عرف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نموا بنسبة 7.1% وعرف الإبحار على شبكة الإنترنت زيادة بنسبة 15.3%.

تماماً" في إدارة الأزمة اتصالياً وإعلامياً وأن الخطاب الاتصالي والإعلامي الرسمي السعودي عن جائحة كوفيد 19 كان "حرفياً وعملياً" (50% من المستجوبين) واتسم بالإنسانية (48.3%). وعلى مستوى مصداقية الخطاب تصدر موقع وزارة الصحة وبلاغاتها ترتيب الجهات التي يثق بها السعوديون والسعوديات وبمعلوماتها حول جائحة كوفيد 19 بنسبة 75.2% يليها التلفزيون الوطني الذي يثق 35.5% من المستجوبين فيما يثقه من معلومات حول الجائحة فالعاملون في قطاع الصحة وموقع منظمة الصحة العالمية الذين يثق بهم 27.8% من المستجوبين، في حين لا يثق فيما ينشره المدونون والمؤثرون على حساباتهم حول الجائحة إلا 3.8% فقط من المستجوبين. أما من لا يثقون في المدونين والمؤثرين فأغلبهم رجال (68%) من كبار السن (78%) ومتقاعدين (85.4%). كما يرى (75.4%) من السعوديين والسعوديات أن نسبة الشائعات في وسائل الاتصال والإعلام الوطنية ضعيفة جداً إلا أن أغلبهم (78.3%) ورغم أنهم يستقون المعلومات حول جائحة كوفيد 19 بالأساس من مواقع التواصل الاجتماعي يعتبرون تويتر، أكثر منصة بثت شائعات وإحصائيات "مبالغ فيها وغير دقيقة" حول الجائحة. ولكن ورغم تباين الآراء والمواقف حول تعاطي مختلف وسائل الاتصال والإعلام الوطنية والأجنبية مع جائحة كوفيد 19 إلا أن أغلب المستجوبين (91.2%) يرون أنها "أسهمت في تطوير معارفهم ومعلوماتهم حول الجائحة". ويعتبر 61% منهم أن التعاطي الإعلامي مع الجائحة كان عموماً "ناجحاً" 63.4% أن المضامين التي تلقوها كانت إجمالاً "واضحة ودقيقة". هذا التعاطي الإعلامي الموفق جعل 55.2% من المستجوبين يفتنون بالخطاب الإعلامي الرسمي، الذي يحثهم على تناول اللقاح ضد الجائحة، ويقررون الإقبال عليه للتوقي منها في حين لم تلق دعوات المؤثرين لأخذ اللقاح صدى لدى السعوديين (78.4%) والسعوديات (65.2%) خاصة: من تجاوز سنهم 50 عاماً (71.2%) ومن تلقوا تعليماً جامعياً (51.8%) والمتقاعدين (71.9%) لعدم ثقة أغلبهم (86.7%) فيما ينشره المدونون والمؤثرون من مضامين ودعوات على صفحاتهم ومدوناتهم.

6. اختبار فرضيات البحث

للإجابة عن إشكالية بحثنا قمنا بتقديم ثلاث فرضيات بينت نتائج دراستنا الميدانية صحة الأولى منها والتي افترضت أن جائحة كوفيد 19 أثرت في طريقة تعرض السعوديين والسعوديات لوسائل الاتصال والإعلام كما وكيفاً. إذ تفيد إحصائيات الاستبيان الذي اعتمده أداة للبحث أن المتلقي السعودي زاد تعرضه لوسائل الإعلام التقليدية وتكثف استخدامه للميديا الاجتماعية بسبب جائحة كوفيد 19 وأن نشاطه الاتصالي والإعلامي كان هدفه الأساسي البحث عن أخبار ومعلومات تساعده على فهم طبيعة الجائحة وكيفية انتشارها وما يجب فعله لتجنبها والتوقي منها ومجابهتها. ولتحقيق هذه الأهداف اعتمد السعوديون والسعوديات أولاً على مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة أقل على موقع وزارة الصحة على إنترنت وبلاغاتها خلافاً لما ذهب إليه الفرضية الثانية والتي تعتقد أن وسائل الإعلام الوطنية هي المصدر الرئيسي الذي يستقي منه المتلقي السعودي الأخبار والمعلومات حول جائحة كوفيد 19. بينما تأكد لدينا صحة الفرضية الثالثة وهي أن وسائل الإعلام الوطنية هي المصدر الرئيسي الذي يستقي منه المتلقي السعودي الأخبار والمعلومات حول جائحة كوفيد 19 وأنه يثق في المضامين التي تنشرها وتبثها وسائل الإعلام التقليدية أكثر من الميديا الاجتماعية التي يرى أنها: أكثر وسيلة اتصال بثت شائعات وأخبار زائفة وإحصائيات غير دقيقة حول الجائحة. إلا أن الخطاب الاتصالي والإعلامي بمختلف أشكاله كان عموماً صادقاً وأسهم في تبييد مخاوف المتلقي السعودي من جائحة كوفيد 19 وطمأنته ولو نسبياً مثلما أشارت إليه آخر فرضية.

7. التوصيات

انطلاقاً من نتائج بحثنا هذا نوصي بـ:

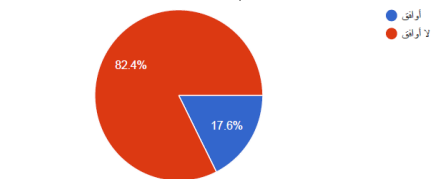
- زيادة دعم اتصال الأزمات وتطوير آلياته ووسائله ومضامينه.
- دعم التعاون مع الدول التي نجحت في مجابهة الجائحة قصد تبادل التجارب والخبرات والاستفادة منها.
- تدريب القائمين بالاتصال والعاملين في قطاع الإعلام على أحدث التقنيات والممارسات المعتمدة لمجابهة الجائحات.

الدولي للاتصالات ومبادرة جس النبض العالمي للأمم المتحدة والاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر أن جائحة كوفيد 19 "تعدّ أول جائحة في التاريخ تُستخدم فيها التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي على مثل هذا النطاق الواسع. وفي الوقت ذاته، فإن التكنولوجيا التي نعتمد عليها تفسح المجال لوباء معلوماتي مضخم ما فتى يقوّض جهود الاستجابة العالمية ويهدد التدابير المتخذة لمكافحة الجائحة. ونعني بالوباء المعلوماتي: السيل الجارف من المعلومات على شبكة الإنترنت وخارجها. ويتضمن المحاولات المتعمدة لنشر معلومات خاطئة بهدف تقويض الاستجابة في مجال الصحة العامة وخدمة أهداف بديلة جماعية أو فردية. وهذه المعلومات الخاطئة والمضللة من شأنها أن تؤدي لإلحاق الضرر بصحة الناس واستفحال ممارسات الوصم؛ وتهديد المكاسب الصحية الثمينة؛ وتشجيع عدم التقيد بتدابير الصحة العامة، مما يحدّ بالتالي من فعاليتها ويهدد قدرة البلدان على وقف مسار الجائحة". (منظمة الصحة العالمية، 2020).

وترى المختصة في الاتصال والإعلام Hélène Romeyer أن "العديد من المعطيات تجمعت لتسهل انتشار الأخبار والمعلومات الكاذبة حول جائحة كوفيد 19 وهي: عدم الإلمام بالجائحة وعدم فهم طبيعتها وعدم شفافية ومصداقية مصدرها (الصحف) والاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي للحديث عنها" (Quinton, 2020)

وتظهر الشائعات وتنتشر عندما تغيب الأخبار الموثوق بها وتتخاذل الجهات الرسمية في أداء واجباتها الاتصالية والإعلامية وتغيب عن وسائل الإعلام أخلاقيات المهنة والحرفية، بينما تسهم المضامين الجادة والدقيقة وتحلي وسائل الإعلام بالمصداقية والشفافية والموضوعية في بث الشعور بالأمان والطمأنينة. يقول (André Gallis, 1996: 27) في مؤلفه Si mon village m'était conté في هذا الصدد أن "الناس في زمن الأزمات يلجؤون إلى وسائل الإعلام لاستقاء الأخبار ولكن خاصة للبحث عما يطمئنهم، لأن وسائل الإعلام جعلت لتقديم لهم العلم والمعرفة والتوجيهات التي ستجعلهم في أمان أثناء الزوبعة". وهو ما أكدته دراستنا التي تشير نتائجها إلى أن 72.8% من المستجوبين يقرون بأن مضامين وسائل الإعلام الوطنية حول كوفيد 19 خلفت لديهم شعوراً بالطمأنينة لأنها كانت بالنسبة لـ 82.4% صادقة كلياً، عكس المضامين التي نشرتها وبثتها وسائل الإعلام الأجنبية التي يرى 82.4% من المستجوبين بأنها لم تكن صادقة إلا نسبياً وبالغت في وصف الوضع العام وتفشي الجائحة ومخلفاتها السلبية، خاصة الصحية، وهو ما خلف توتراً شديداً وقلقاً كبيراً لدى 75.2% من المستجوبين.

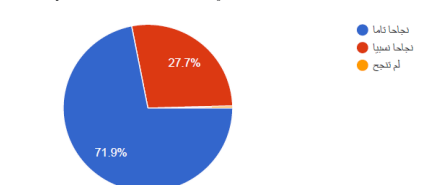
جدول 5: اتجاهات الرأي حول مصداقية مضامين وسائل الإعلام الوطنية والأجنبية وإدارة أزمة كوفيد 19 هل تعتبر أن مضامين وسائل الإعلام الوطنية حول كوفيد 19 كانت صادقة كلياً؟



هل تعتبر أن مضامين وسائل الإعلام الأجنبية حول كوفيد 19 كانت صادقة كلياً؟



هل تعتبر أن الجهات الحكومية نجحت في إدارة أزمة كوفيد 19 اتصالياً وإعلامياً؟



على مستوى الاتصال الرسمي حول جائحة كوفيد 19 يعتبر 71.9% من السعوديين والسعوديات أن الحكومة من خلال وزارة الصحة "نجحت

- والتوزيع
قنسية، علي. (2020). كوفيد19، الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة: تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، 8(29)، 11-28.
- قناة الحدث. (2020). كلمة خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز حول أزمة فيروس كورونا المستجد. متوفر بموقع: <https://www.youtube.com/watch?v=1YKN3IPMyVI> (2021/01/17)
- مصطفى، عبدالحفيظ عبد الجواد درويش. (2020). دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا (كوفيد-19). *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، 8(29)، 641-95.
- منظمة الصحة العالمية. (2020). إدارة الوباء المعلوماتي بشأن كوفيد-19: تعزيز السلوكيات الصحية وتخفيف الآثار الضارة للمعلومات الخاطئة والمضللة. متوفر بموقع: <https://bit.ly/3eozMoS> (تاريخ الاسترجاع: 2021/02/12)
- Aldahmashii, F.A. (2014). *Alaitisal: Assahu, Wasayiluhu, Nazrayaatih* 'Communication: Its Foundations, Methods, Theories'. Dammam, Saudi Arabia: Al-Mutanabi Library. [in Arabic]
- Alhayanu, M.E. (2004). *Albihawth Al'ielamiat: Assaha, Asalibaha Wamajalatih* 'Media Research: Foundations, Methods and Fields'. Riyadh, Saudi Arabia: King Fahd National Library. [in Arabic]
- Almaebay, J.S. (2020). Atar mieajit bed mwaqe alshf al'iilktrunit wabied almawaqie al'ikhbaryt itdaeyat jayht fyrws kwrwna "The framework of some electronic newspaper sites and some news sites dealing with the implications of the corona virus pandemic". *Journal of Media Research*, 5(54), 3351-406. [in Arabic]
- Alshabilia, L.E., Mahmawd, E.A. and Bikri, M.M. (2020). Aitijahat aljumhr nahw juhud altawieat bifayrus kwrwna "Covid-19" fi mintaqat jazan public 'Attitudes towards awareness efforts of the coronavirus "Covid-19" in the jizan region'. *Media Research Journal*, 4(54), 2713-54. [in Arabic]
- Alsaalimu, F.S. (2020). Misdiaqiat al'ielam alrasmii alkuaytia athna al'azmatijayihat kwrwna (kuafida19) 'The credibility of waoital official media during crises: the coronavirus (Covid 19)'. *Journal of Public Relations Research Middle East*, 8(29), 247-77. [in Arabic]
- Alshurman, E.A. (2020). Dawr al'ielam fi muajahat al'awbiat wal'amrad almuedia: waba fayrus kwrwna namudhajaan 'The role of the media in facing epidemics and infectious diseases: the corona virus epidemic as a model'. *Arab Journal of Security Studies*, 36(2), 189-205. [in Arabic]
- Barik, A.M. (2020). Dawr sahafat alhatif almahmul fi tawieat aljumhr alsaedi bitawawurat azmat jayihat kwrwna -draasat midaniat 'The role of mobile phone journalism in educating the saudi public about developments in the corona pandemic crisis - A field study'. *Journal of Media Research*, 6(54), 3587-3682. [in Arabic]
- Bukuruh, M.F. (2004). *Altaqijy Walmushahadat Fi Almasrah, Mutawafiq Bimawqie* 'Receive and Watch in the Theater'. Available at: <https://platform.almanhal.com/Files/2/95487> (accessed on 19/01/2021). [in Arabic]
- Datareportal. (2020). *Digital 2020: Saudi Arabia*. Available at: <https://bit.ly/3qSxmwC>. (accessed on 6/2/2021)
- David, M.D. and Carignan, M.E. (2017). Crisis communication adaptation strategies in the MM&A train explosion in Lac-Me'gantic Downtown: Going back to field communication. *Corporate communications. An International Journal*, 22(3), 369-82.
- Eabd, A.S. (2013). *Al'ielam Wa'idarat Al'azmat. Alqahirat, Masran Muasasat Tayibat Lilnashr Waltawzie* 'Media and Crisis Management'. Cairo, Egypt: Good Foundation for Publishing and Distribution. [in Arabic]
- Gallice, A.E. (1996). *Si Mon Village m'etait Conté*. Paris, France : Montmelian.
- Giardinelli, A.N. (2020). *Communication of the Crisis, the Media and Risk Management of Covid-19*. Available at: <https://calenda.org/781803?lang=en>. (accessed on 12/01/2021)
- Hajaab, M.M. (2010). *Nazariat Alaitisal* 'Communication Theories'. Cairo, Egypt: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution. [in Arabic]
- Hajaab, M.M. (2003). *Almawsueat Alaelamiata* 'Informational Encyclopedia'. Cairo, Egypt: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution. [in Arabic]
- Jibril, M.B. (2020). Tawzif maqatie alfidyu alsharkyt fi altawieat bijayihat kwrwna walwqayyat minh: Dirasat maydaniat ealaa eayinat min sukkan almamlakat alearabiats alsaedi 'Employing participatory videos in coronavirus awareness and prevention: A field study on a sample of the population of the Kingdom of Saudi Arabia'. *Journal of Media Research*, 4(54), 2227-90. [in Arabic]
- Junsun, B.P. (2020). *Aistaediu Lifiraq Ahbayikum*, 'Prepare to Part with your Loved Ones'. Available at: <https://twitter.com/AlBayanNews/status/1238368207007817729>. (accessed on 11/02/2021). [in Arabic]
- Khalifat, H.K. (2020). Altgatih al'ielamiat lijayihat kwrwna wadawriha fi tashkil aitijahat alraya aleami balharyni nahw 'ada' almuasasat alsahiati. 'Media coverage of the corona pandemic and its role in shaping bahraini

- تنظيم حملات إعلامية تحت على احترام التشريعات والأخلاقيات التي توظف العمل الصحفي عند تغطية الكوارث والجائحات.
- تطوير التطبيقات الرقمية المعتمدة لترشيد سلوك المواطنين والمقيمين خلال الجائحات.
- تشديد الرقابة على المضامين والأنشطة الإلكترونية والحرص على تطبيق عقوبات الردع المعتمدة ضد المخالفين لتجنب انتشار الشائعات والأخبار الزائفة.
- إدراج التربية الإعلامية كمبرر أساسي في مناهج التعليم الخاصة بالمدارس الابتدائية والمعاهد الثانوية.

نبذة عن المؤلف

لطفي الزبادي

قسم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل، الأحساء، المملكة العربية السعودية، lmkziadi@kfu.edu.sa. 00966545782102

د الزبادي، تونسي الجنسية، تحصل على الأستاذية في علوم الاتصال والإعلام من معهد الصحافة وعلوم الإخبار بتونس سنة 1990 والماجستير سنة 1991 والدكتوراه سنة 1997 في علوم الاتصال والإعلام من جامعة الحقوق والاقتصاد والعلوم الاجتماعية - باريس 2 الصوروبون، بفرنسا. ألفت وساهم في نشر 6 كتب علمية تبحث قضايا الاتصال والإعلام. نشر عدة مقالات علمية كما آمن وشارك في عدة دورات تكوينية في تونس، المملكة العربية السعودية، المغرب، بلجيكا، أمريكا وفرنسا. رقم الأوركيد 422 - 5116 - 0002 - 0000 (ORCID).

المراجع

- الحيزان، محمد بن عبد العزيز. (2004). *البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها ومجالاته*. الرياض: السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الدهمشي، فلاح عامر. (2014). *الاتصال: أسسه، وسائله، نظرياته*. الدمام، السعودية: مكتبة المتنبي.
- السالم، فاطمة سعود عبد العزيز. (2020). مصادقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد19) نموذجاً. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، 8(29)، 247-77.
- الشبيلي، ليلي عبده محمد، محمود، علياء عادل وبكري، مروة محمد. (2020). اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا "Covid-19" في منطقة جازان. *مجلة البحوث الإعلامية*، 4(54)، 2713-54.
- الشرمان، عدلي أحمد. (2020). دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية: وباء فيروس كورونا نموذجاً. *المجلة العربية للدراسات الأمنية*، 36(2)، 189-205.
- المعي، جهان سعد عبده. (2020). أطر معالجة بعض مواقع الصحف الإلكترونية وبعض المواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا. *مجلة البحث الإعلامية*، 5(54)، 3351-406.
- بريك، أمين محمد إبراهيم. (2020). دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا: دراسة ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية*، 6(54)، 3587-682.
- بوكروج، مخلوف. (2004). *التلقي والمشاركة في المسرح*. متوفر بموقع: <https://platform.almanhal.com/Files/2/95487> (تاريخ الاسترجاع: 2021/01/19)
- جبريل، محمد بسبوني. (2020). توظيف مقاطع الفيديو التشاركية في التوعية بجائحة كورونا والوقاية منها: دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية. *مجلة البحوث الإعلامية*، 4(54)، 2227-90.
- جونسون، بوريس بفل. (2020). استعدوا لفرق أحبائكم. متوفر بموقع: <https://twitter.com/AlBayanNews/status/1238368207007817729> (تاريخ الاسترجاع: 2021/02/11).
- حجاب، محمد منير. (2010). *نظريات الاتصال القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع*.
- حجاب، محمد منير. (2003). *الموسوعة الإعلامية*. القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- خليفة، حسن خليفة حسين. (2020). التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، 8(29)، 279-317.
- زكريا، هشام عباس ووداعة الله، مصعب عبد القادر. (2018). *مناهج البحث في الاتصال والإعلام*. الدمام، السعودية: مكتبة الرشد ناشرون.
- شركة RC بالتعاون مع جمعية التجارة والتجزئة الإلكترونية. (2020). *تأثير جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية وسلوك المستهلك الشرائي في المملكة العربية السعودية*. متوفر بموقع: <https://bit.ly/3btPWLF> (تاريخ الاسترجاع: 2021/02/12)
- شعبان، حمدي. (2008). *وظيفة العلاقات العامة الأسس والمهارات*. عمان، الأردن: دار الراية للنشر
- عبد الحميد، صلاح. (2013). *الإعلام وإدارة الأزمات*. القاهرة، مصر: مؤسسة طبعة للنشر

- public opinion trends towards the performance of health institutions'. *Journal of Public Relations Research Middle East*, 8(29), 317–279. [in Arabic]
- Lacroix, C. and Carignan, M.E. (2020). *Une Crise dans la Crise: Comment les Journalistes Perçoivent-ils leurs Rôles et leur Avenir en Temps de Pandémie?*. Available at: <http://cahiersdujournalisme.org/V2N5/Caj-2.5-R003.html>. (accessed on 12/1/2021)
- Lakhpatwaal, Z.A. (2020). *Google Announnes 2020'S Trending Queries*, Available at: <https://www.arabnews.com/node/1774926/media>. (accessed on 01/02/2021)
- World Health Organization. (2020). *lidarat Alwaba Almaelumatii Bishan Kwfyd'19: Taeziz Alsalkiat Alsiihiyat Watakhfif Alathar Alddarat Lilmaelumat Alkhatiat Walmudalila* 'Managing the COVID-19 infodemic: Promoting Healthy Behaviours and Mitigating the Harm from Misinformation and Disinformation'. Available at: <https://bit.ly/3eozMoS>. (accessed on 12/2/2021). [in Arabic]
- Mustafa, E.E.D. (2020). Duar almawaqie al'ikhbariat alsewdyt fi altawaiit alsiihiyat athna jayihat kwrwna (kuafid-19) 'The role of saudi news websites in health awareness during the corona Pandemic (Covid-19)'. *Journal of Public Relations Research Middle East*, 8(29), 641–95. [in Arabic]
- Proulx, S.B. (2005). *Penser Les Usages des Technologies de l'Information et de la Communication Aujourd'hui: Enjeux – Modèles – Tendances*. Bordeaux, France: Presses Universitaires de Bordeaux.
- Qanat alhaduth. (2020). *Kalimat Khadim Alharamayn Alsharifayn Almalik Salman Bin Abdalaziz Hawl 'Azmat Fayrus Kwrwna Almustajid'* Speech of the Custodian of the two Holy Mosques King Salman Bin Abdulaziz on the Emerging Corona Virus Crisis. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=1YKN3IPMyVI>. (accessed on 12/01/2021). [in Arabic]
- Qasaysit, A.L. (2020). kufida19, alaitisal aljimahiria walwasayit aljadidat taghayurat eamiqat fi almumarasat wa'asalib aldarasati 'Mass communication and new media are profound changes in practice and study methods'. *Journal of Middle East Public Relations Research*, 8(29), 11–28. [in Arabic]
- Quinton, F.G. (2020). *Covid-19: La Médiatisation Tend Aujourd'hui à Céder un Peu Plus à la Panique* 'Covid-19: Media Coverage Tends to Give in to Panic a Little more'. Available at: <https://larevuedesmedias.ina.fr/covid-19-coronavirus-la-mediatisation-tend-aujourd'hui-ceder-un-peu-plus-la-panique> (accessed on 12/01/2021) [in French]
- RC Corporation in cooperation with the E-Commerce and Retail Association. (2020). *Tathir Jayihat Kwrwna Ealaa Altijarat Al'iiliktruniat Wasuluk Yalmustahlik Alsharayiyi Fi Almamlakat Alearabiat Alsaediati* 'The Impact of the Corona Pandemic on E-Commerce and Consumer Buying Behavior in the Kingdom of Saudi Arabia'. Available at: <https://bit.ly/2OgFG0n> (accessed on 02/12/2021) [in Arabic]
- Rodier, J.U. (2020). *5 Tendances Mondiales de la Consommation d'Information*. Available at: <https://bit.ly/3btPWLF> (accessed on 5/2/2021)
- Shueban, H.D. (2008). *Wazifat Alealaqat Aleamat Al'usus Walmaharatu* 'Public Relations Function Foundations and Skills'. Oman, Jourdan: Arraya Publishing House. [in Arabic]
- Ulmer, R.O., Serge, M.W. and Sellow, T.Y. (2007). Post-crises communication renewal: Expanding of podt crisis discourse. *Public Relations Review*, 33(2), 130–4.
- Zakriaa, H.A. and Wadaeat alllh, M.A. (2018). *Manahij Albahth Fi Alaitisal Walielam* 'Research Methods in Communication and Media'. Dammam, Saudi Arabia: Al Rushd Library Publishers. [in Arabic]