

## Audience Attitudes towards the Spokesperson of Health Ministries During the COVID-19 Pandemic: A Case Study of Kuwait

Khaled Alhumadi Alqahs and Fawaz Mohammad Alajmi  
Mass Communication Department, College of Arts, Kuwait University, Al-Shadadiyah, Kuwait

## اتجاهات الجمهور نحو المتحدث الرسمي لوزارات الصحة في أثناء جائحة كورونا: دراسة حالة الكويت

خالد الحميدي القحص و فواز محمد العجي  
قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الكويت، الشدادية، الكويت



LINK الرابط	RECEIVED الاستقبال	ACCEPTED القبول	PUBLISHED ONLINE النشر الإلكتروني	ASSIGNED TO AN ISSUE الإهالة لعدد
<a href="https://doi.org/10.37575/h/art/210006">https://doi.org/10.37575/h/art/210006</a>	20/01/2021	03/05/2021	03/05/2021	01/09/2021
NO. OF WORDS عدد الكلمات	NO. OF PAGES عدد الصفحات	YEAR سنة العدد	VOLUME رقم المجلد	ISSUE رقم العدد
8415	9	2021	22	Special Issue "Media and the Coronavirus Pandemic"

عدد خاص "الإعلام وجائحة كورونا" "Media and the Coronavirus Pandemic" Special Issue

### ABSTRACT

This study aimed to identify the attitudes of the Kuwaiti audience towards the performance of the official spokesperson of the Kuwaiti Ministry of Health (MOH), during the COVID-19 pandemic. This study was conducted with a convenience sample consisting of 1201 respondents, of which 52.9% were males and 47.1% were females, with an age range of 17-70 years (m=34.78, SD=11.75). The main tool of this study was an electronic questionnaire, that included some demographic variables and self-rating items, such as mass media usage for press conferences and audience motivations to follow the press conferences. It also included the MOH's official spokesperson's performance items: the nature of the language, personal characteristics, information presentation, and audience satisfaction. T-test, f-test, chi-square, Pearson correlation, and Scheffe test were used as statistical tools. This study found significant relationships among the audience motivations, the MOH's official spokesperson's performance dimensions, and respondents' demographic variables in the intensity of usage of traditional and new media for broadcasting the official spokesperson's press conferences. This study concluded that there is a need for press conferences, especially during a crisis, in order to fulfil audience motivations and its desire for information about an ongoing crisis, which often makes them focus on social media sites.

### المخلص

هدفت الدراسة إلى معرفة أهم الأسباب التي تدفع الجمهور لمتابعة المؤتمر الصحفي لوزارة الصحة الكويتية خلال جائحة كورونا، واتجاهاتهم نحو أداء المتحدث الرسمي. وأجريت الدراسة على عينة غير عشوائية (متاحة) قوامها 1201 مستجيب ومستجيبة: (52.9% ذكور، 47.1% إناث؛ تراوح أعمارهم بين 17-70 عاماً وبمتوسط عمر بلغ 34.78 عاماً (ع=11.75)). وتم تصميم استبانة إلكترونية، تضمنت أربعة بنود رئيسية، وهي البيانات الشخصية، وحجم المتابعة، وأسباب المتابعة، وبنود أداء المتحدث الرسمي: طبيعة اللغة المستخدمة، والسمات الشخصية، والعرض المعلوماتي، ورضا الجمهور. وتم إجراء التحليل الإحصائي الوصفي والاستدلالي لبيانات الدراسة، باستخدام النسب المئوية للجداول التكرارية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية. كما تم استخدام اختبار ت، واختبار ف، واختبار مربع كاي، واختبار معامل الارتباط بيرسون، واختبار شيفيه، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بعض المتغيرات الشخصية للمبحوثين في مدى متابعة المؤتمرات الصحفية لوزارة الصحة، ومقاييس أسباب متابعة المؤتمر الصحفي، والمقاييس الأربعة لأداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة. بالإضافة إلى وجود علاقات متقاطعة ذات دلالة إحصائية بين مقاييس الدراسة. وانتهت الدراسة إلى ضرورة الاهتمام بالمؤتمرات الصحفية، خاصة في أوقات الأزمات، لحاجة الجمهور لمتابعة تطورات الأزمة وتداعياتها، مع ضرورة التركيز على مواقع التواصل الاجتماعي، لانتشارها، وسرعة وصول المعلومات للجمهور من خلالها، خاصة المراهقين والشباب.

### KEYWORDS

#### الكلمات المفاتيحية

Health communication, mass media, media crisis, official spokesperson, press conference, risk communication

الاتصال الصحي، اتصال المخاطر، إعلام الأزمات، المؤتمر الصحفي، الناطق الرسمي، وسائل الإعلام

### CITATION

#### الإهالة

Alqahs, K.A. and Alajmi, F.M. (2021). Aitjahat aljumor nahw almutahadith alrasmii liwizarat alsihat fi 'athna' jayihat kwrna: Dirasat halat alkuayt 'Audience attitudes towards the spokesperson of health ministries during the COVID-19 pandemic: A case study of Kuwait'. *The Scientific Journal of King Faisal University: Humanities and Management Sciences*, 22(Special Issue "Media and the Coronavirus Pandemic"), 35–43. DOI: 10.37575/h/art/210006 [in Arabic]

القحص، خالد الحميدي و العجي، فواز محمد. (2021). اتجاهات الجمهور نحو المتحدث الرسمي لوزارات الصحة في أثناء جائحة كورونا: دراسة حالة الكويت. *المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل: العلوم الإنسانية والإدارية*، 22(عدد خاص "الإعلام وجائحة كورونا")، 35-43.

## 2. الإطار النظري

## 1. المقدمة

### 2.1. تعريف المتحدث الإعلامي:

يرى البقي (2015) أن المتحدث الرسمي هو ذلك المسؤول المكلف بإذاعة ما يراه مناسباً من أخبار، ومعلومات تتعلق بالمنشأة التي يمثلها إزاء القضايا المختلفة التي تهم الحكومة أو الرأي العام ووسائل الإعلام. في حين يعرفه فرجاني (2015) بأنه الشخص الذي ترشحه جهة ما وتعمده للتحدث باسمها أمام الرأي العام، ولتحسين صورتها أمام الجمهور.

### 2.2. أهمية دور المتحدث الرسمي:

من المهم تعيين متحدث رسمي وقت الأزمات يكون متخصصاً في الأزمة التي حدثت، وتتوافر لديه المهارات الإعلامية اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، مع تمتع تصريحاته بالمصداقية (Littlefield and Cowden, 2006)، وذلك لتسهيل الاتصال الفعال مع الجمهور خلال وقوع مخاطر وطوارئ صحية (Lowrey et al., 2007)، ولا سيما أن وظيفة المتحدث الرسمي تؤثر

تزداد كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام في أثناء الأزمات للتخفيف من مشاعر الخوف والاضطراب من خلال تلقي الأخبار والمعلومات التي تيسر فهم واقع الأزمة التي يعيشونها، ومعرفة الإجراءات الرسمية بشأنها؛ لأن تأخر وسائل الإعلام عن مواكبة الأزمة وتطوراتها سيزيد من حالة الغموض المحيطة بالأزمة، وقد يؤدي إلى تفاقم الأضرار الناجمة عنها. وقد أسهم ذلك في ظهور مفهوم المتحدث الرسمي الذي يشير إلى شخص لديه خبرة إعلامية متراكمة يمثل المؤسسة، ويتعامل بشكل دوري مع وسائل الإعلام، وتعتبر جائحة كورونا المستجد (كوفيد-19) من الأزمات الصحية ذات الطابع الدولي، وقد أسهم ذلك في انتشار مشاعر الخوف والارتباك بين أفراد الجمهور، مما دفعهم إلى الإقبال بكثافة على وسائل الإعلام لمعرفة الجهود الحكومية بهذا الصدد، ولتطبيق الإجراءات الصحية المعتمدة.

الردود على الإعلاميين لإظهار عدم موافقتهم على أسئلتهم، مثل توجيه رأي مخالف للإعلامي، وطرح بعض التعليقات السلبية على الأسئلة، وإثارة أسئلة بلاغية، وأخذ الأمور بشخصانية، والتعليق بطرافة، وتزويدهم بالحقائق (Mao and Zhao, 2020). وتوصلت دراسة سارمة مي (2014) إلى عدم وجود تنسيق بين وسائل الإعلام والمتحدث الرسمي باسم الحكومة في المؤسسات الرسمية لتبادل المعلومات وتنسيق المواقف، ومعاناة المتحدث الرسمي من عدم التزام الصحفيين بالمهنية في نقل المعلومات. وتظهر نتائج دراسة Barrett et al. (2004)، التي تناولت التعامل مع أزمة مرض الجمرة الخبيثة، أن معظم المتحدثين الرسميين أخفقوا في مهمتهم، ونتج عن ذلك اجتراء للوسائل الإعلامية المراد توصيلها للجمهور، مما أدى إلى تفاقم حدة المشكلة من خلال التضارب في التصريحات الإعلامية الموجبة إلى الجمهور. وتشير دراسة البقي (2015)، إلى محدودية معدل ثقة الإعلاميين في المتحدث الرسمي، وضرورة وضع صيغة جديدة للتعامل بين الإعلاميين والمتحدث الرسمي، ولا سيما مع دخول مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل إعلامية جديدة تتميز بقدرة الوصول بسرعة إلى الجمهور المستهدف. وتوصلت دراسة حامد (2018) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي احتلت المركز الأول في الوسائل التي يتابع منها الجمهور بيانات المتحدث الرسمي لوزارة التربية والتعليم. وهو ما أكدته نتائج دراسة العنزي (2016) من أن تصريحات المتحدثين الإعلاميين الرسميين تصل إلى الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل دائم، يلها (الواتساب) وتطبيقات المحادثة الأخرى، ونادراً ما تصلهم التصريحات من الصحافة الورقية. وقد قام المركز الأمريكي للتحكم والوقاية من الأمراض بتوظيف حسابهم على تويتر للتواصل مع الجمهور في أثناء انتشار الأوبئة (Wong et al., 2017). كما استخدمت إدارات الصحة في المملكة المتحدة والنرويج موقع تويتر لنشر المعلومات والتفاعل مع الجمهور، خلال تفشي وباء إيبولا في عامي 2014 و2015 (McInnes, 2018). وهذا ما توصلت إليه دراسة Moorhead (2013) التي أشارت إلى أهمية وسرعة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين طرق التواصل الصحي بين الأطباء والمرضى، وأنه عند وقوع أزمة صحية ينبغي للمسؤولين الاهتمام بخمس رسائل إعلامية: التعريف بالوضع الصحي، وتعليمات الشراء من الأسواق، وطرق تقييم مصادر المعلومات، وإرشادات مساعدة الآخرين، وإرشادات التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي (Amant, 2020).

## 2.6. مصداقية المتحدث الرسمي:

توصلت دراسة Hansan and Kock (2003) إلى أن أكثر المعايير المطلوبة في اختيار المتحدث الرسمي هي مصداقيته. وكلما كان المتحدث أكثر مصداقية كانت رسالته أكثر إقناعاً (Lee, 2014). ومن المهم التزام المتحدثين الرسميين بالمصداقية وعدم تزيف الوقائع (الجريوي، 2019). وأوضحت نتائج دراسة العنزي (2016) أن المتحدث الإعلامي لوزارة التعليم يحظى بدرجة مصداقية عالية لدى الشباب السعودي الجامعي، بخلاف بقية الوزارات الأخرى. كما يتمتع المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية بمستوى مصداقية عالية جداً لدى الجمهور (عبد الأمير، 2018). وحظى المتحدث الرسمي لوزارة الدفاع السعودية برضا المبحوثين، لتحريه الدقة والمصداقية في المعلومات التي يُدلي بها (العمرى، 2018). بينما كانت اتجاهات الجمهور تميل نحو المحايدة تجاه أداء المتحدث الرسمي لوزارة التربية والتعليم في مصر ومصداقيته (حامد، 2018). وتشير دراسة Clementson (2020) إلى أن للرسائل اللفظية الصادقة (مقارنة بالإجابات التي تدور في حلقة مفرغة) تأثيراً إيجابياً كبيراً في زيادة المصداقية والثقة في المتحدث الرسمي للمؤسسة في الأزمات.

## 2.7. العوائق التي تواجه المتحدث الرسمي:

لم تمنع أهمية المتحدث الرسمي للمؤسسات من وجود معوقات تحد من كفاءته في مواجهة الأزمات، ووجود قصور داخل تلك المؤسسات عند الحديث مع وسائل الإعلام دون التنسيق مع المتحدث الرسمي باسم المؤسسة نفسها (عوض الله وأشرف، 2014). ويوجد عدم اهتمام من المتحدث الإعلامي بإشراك العاملين ضمن المكاتب الإعلامية في دورات لتطوير قدراتهم الإعلامية (السوداني، 2010). وجاء اختيار المتحدث

بدرجة كبيرة في تشكيل وتوجيه الرأي العام تجاه الأزمات (العمرى، 2018)، ولها تأثير أكبر في الحد من الاحتقانات في أوقات الأزمات (Lee et al., 2014). ولذلك أصبح المتحدث الرسمي بمنزلة الجسر الذي يصل بين المؤسسة والجمهور وبين وسائل الإعلام (المطيري، 2015).

## 2.3. مهام المتحدث الرسمي:

تتعدد مهام المتحدث الرسمي وفق طبيعة الجهة التي يمثلها، وكذلك تتباين مهام المتحدث من طبيعة حدث إلى آخر، وهو ما يتضح عند حدوث الأزمات والكوارث. إن تعدد وسائل الإعلام وتنوعها أسهم في صعوبة مهام المتحدث الرسمي؛ إذ صار لزاماً عليه أن يكون متيقظاً دوماً لما يطرح في تلك الوسائل عن الجهة التي يمثلها (الجريوي، 2019). وتشير دراسة فرجاني (2015) إلى دور المتحدث الرسمي في إقناع الجمهور بتبني قرارات جهته التي يمثلها، وكذلك في توضيح مواقفها، في حين حددها البقي (2015) في تنظيم المؤتمرات الصحفية، وإعداد البيانات الصحفية والأخبار، والإشراف على المطبوعات، وترتيب المقابلات الإعلامية للمسؤولين الحكوميين. وبشكل عام، يمكن القول إنه ينبغي للمتحدث الرسمي تسهيل عمل الإعلاميين، ليتمكنوا من أداء الأدوار المنوطة بهم، والرد على المعلومات الخاطئة المشورة بين الجمهور، والإسهام في تصميم وتنفيذ الحملات الإعلامية والإعلانية، ووضع الخطط والاستراتيجيات الإعلامية.

## 2.4. سمات ومهارات المتحدث الرسمي:

توضح دراسة Lyu et al. (2013) أهم خصائص المتحدث الرسمي باسم المؤسسات الصحية والطبية، بأنها الكفاءة المهنية، والتفاعل الجيد مع وسائل الإعلام. ويرى المطيري (2015) بأنها المهنية الشديدة والثقة بالنفس. والقدرة على التفكير والرد الواضح والسريع على الأسئلة المتنوعة، في المؤتمرات الصحفية والمقابلات الإعلامية المباشرة (Coombs, 2007)، والقدرة على استخدام الخطاب الوجداني العاطفي في التأثير على الجمهور المستهدف (Hansen and Kock, 2003)، والإلمام بفنون الإعلام ومهارات الاتصال للتمكن من صياغة وإيصال رسائله إلى الجمهور (شعبان، 2007)، ولديه حس إعلامي وقدرة على التحدث بلباقة وتخطي المواقف الصعبة، إلى جانب توافر الثقافة العامة (عبد الأمير، 2018). وأن يتسم المتحدث الرسمي أيضاً بالانفتاح الانفعالي لضمان حسن قيادته للمؤتمرات الصحفية (حجاب، 2008)، وأن يكون ملتماً بتاريخ الجهة التي يمثلها وأهدافها ووظائفها، والتطورات التي حصلت على مسيرتها، وجهودها ونشاطاتها (حامد، 2018).

## 2.5. علاقة المتحدث الرسمي بوسائل الإعلام:

تشير دراسة الجريوي (2019) إلى سرعة تجاوب المتحدثين الرسميين مع وسائل الإعلام والجمهور، وإيجادهم حلولاً لأي خلاف يقع بين المنشأة ووسائل الإعلام، وأنهم يستخدمون كل وسائل التواصل للوصول إلى الإعلاميين والجمهور، كما أن لديهم صلاحية الرد على الاستفسارات وتصحيح المعلومات. وهذا يتفق مع نتائج دراسة العمرى (2018) التي تشير إلى حرص المتحدث الرسمي على توصيل المعلومات للصحفيين بطريقة فاعلة. ولا شك أن أداء المتحدث الرسمي أمام الكاميرا التلفزيونية وحوله المرسلون له تأثير كبير في إيصال المعلومات الصحيحة والضرورية لمكافحة الأمراض والوقاية منها (Levin et al., 2007). وفي المقابل، توصلت دراسة الفراج (2011) إلى عدم رضا المحررين الصحفيين عن نوعية وحجم المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي، وتأخره في تزويدهم بها. وتوصلت دراسة العوفي (2014) إلى أن الإعلاميين ينظرون إلى المتحدثين الرسميين على أنهم متحفظون جداً مع ما يوجه لهم من استفسارات، وغير مؤهلين للعمل في هذه الوظيفة، أما المتحدثون الرسميون فينظرون إلى الإعلاميين بأنهم غير مهنيين ولا يملكون القدرة على أداء عملهم بالصورة المطلوبة. وبإمكان المتحدثين الرسميين التحكم في تصريحاتهم اللفظية المعدة مسبقاً بشكل أفضل من التصريحات المفاجئة وغير المعدة مسبقاً (Stephens et al., 2019)، رغم أن برامج تدريب المتحدثين الرسميين تركز على الاتصال اللفظي أكثر من الاتصال غير اللفظي (De Waele et al., 2020). ويستخدم بعض المتحدثين الرسميين، في أثناء المؤتمرات الصحفية، أساليب متنوعة في

الديموغرافية (النوع، الجنسية، العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المهنة).

- توجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو أداء المتحدث الرسمي، تبعاً لعدد وسائل الإعلام التي يستخدمونها لمتابعة مؤتمراته الصحفية.
- توجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو أداء المتحدث الرسمي، تبعاً لخصائصهم الديموغرافية.
- توجد علاقة دالة إحصائية بين حجم متابعة المؤتمر الصحفي، وبين أسباب المتابعة، والبنود الأربعة لأداء المتحدث الرسمي (اللغة، السمات الشخصية، العرض المعلوماتي، الرضا).

## 7. حدود الدراسة

- الحدود البشرية: المواطنون والمقيمون الناطقون باللغة العربية في دولة الكويت.
- الحدود الزمنية: شهرا يونيو ويوليو من عام 2020.

## 8. المنهج والإجراءات

### 8.1. منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وذلك لمعرفة اتجاهات عينة من الجمهور في الكويت نحو المتحدث الرسمي لوزارة الصحة خلال الجائحة، وتقييمهم لأدائه.

### 8.2. مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المواطنين الكويتيين والمقيمين العرب في دولة الكويت. اعتمد الباحثان على العينة المتاحة من خلال إرسال رابط الاستبانة الإلكترونية (بموقع SurveyMonkey) عبر الواتساب، أو الإيميل، أو الرسائل الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي. وبلغ عدد الاستبانات مكتملة البيانات والصالحة للتحليل الإحصائي (1201) استبانة: (635) من الذكور (52.9%)، (566) من الإناث (47.1%)، تراوحت أعمارهم بين 17 - 70 عاماً، وبمتوسط عمر (34.78) عام (ع=11.75). ولسهولة عمل المقارنات، فقد تم دمج فئات العمر في ثلاث فئات: فئة (أقل من 24 عاماً)، وبلغت نسبتها 24.2% (ن=291)، وفئة (24-44 عاماً) 54.1% (ن=650)، وفئة 45 عاماً فأكثر (21.6%، ن=260). وبالنظر إلى الخصائص العامة لعينة الدراسة، يتضح فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية للمبحوثين أن 57.5% من المبحوثين جاءت في فئة "متزوج" (ن=691)، في حين حصلت فئة "غير متزوج" على نسبة 42.5% (ن=510). وفيما يخص الجنسية لعينة الدراسة، فقد كان غالبية المبحوثين يحملون الجنسية الكويتية بنسبة 78.9%، وتكرر بلغ 1074 مبحوثاً، في حين بلغت نسبة غير الكويتيين من عينة الدراسة 7.1% من المبحوثين، بتكرار بلغ 127 مبحوثاً. وبالنسبة لفئات التعليم فقد تم تصنيفها إلى ثلاث فئات، وكانت نتائجها: فئة منخفض (دبلوم فأقل) بنسبة 19.7%، وفئة متوسط (جامعي) بنسبة 65.9%، وفئة عال (ما فوق الجامعي) بنسبة 14.5%. أما فيما يتعلق بالمهنة، فقد كان غالبية المبحوثين من فئة "موظف قطاع حكومي" بنسبة 58.1% (698 مبحوثاً)، أما الفئة الثانية فقد كانت فئة "طالب" بنسبة 25.7% (309 مبحوثاً)، وأخيراً فئة "متقاعد/ لا أعمل" بنسبة 11.9% (143 مبحوثاً).

### 8.3. أداة الدراسة:

تم الاعتماد على استبانة أعدها الباحثان كأداة لجمع البيانات، تضمنت أربعة أقسام رئيسية:

- البيانات الشخصية، وضم مجموعة من المتغيرات الديموغرافية مثل نوع الجنس، وسنة الميلاد، والجنسية، والحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي، والمهنة.
- تم فيه سؤال المبحوثين عن مدى متابعتهم للمؤتمر الصحفي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة في وسائل الإعلام، باستخدام مقياس ذاتي أحادي العبارة، عن طريق مقياس اسمي Nominal Scale (لا=0، نعم=1). ولغرض المعالجة الإحصائية، قام الباحثان بتقسيم وسائل الإعلام التي

الرسمي لإدارة الأزمة من دون دراسة، وأن هناك محدودية في التدريب المهني المتخصص، وعدم وجود صلاحية كافية لدى المتحدث الرسمي للرد على تساؤلات الإعلاميين، وأن ظهوره الإعلامي كان محدوداً ولا يتناسب مع تطورات الأزمة (السعيد، 2010). كما توصلت دراسة سارمة مي (2014) إلى أن معظم المتحدثين الرسميين لم يكونوا على علم ودراية بما يحدث في وزاراتهم، وأنه لم يُسمح لهم في كثير من الأوقات بتوضيح المواقف الرسمية لمؤسساتهم مما يؤدي إلى خلق فجوة بين المؤسسة وجمهورها، ولا سيما أنه في حالة مواجهة الأشخاص تهديدات صحية حقيقية، فإنهم سيبحثون بشكل تلقائي عن المعلومات التي تقيمهم من المرض (Wray et al. 2008)، لأنه في حال امتناع الحكومات عن نشر المعلومات، سيبحث الجمهور عن المعلومات من مصادر أخرى، ربما لا تكون موثوقة بالضرورة، كما حدث حين امتنعت الحكومة الصينية عن نشر المعلومات المتعلقة بوباء سارس 2003، فاستخدم الناس الرسائل الهاتفية لتبادل المعلومات (Tai and Sun. 2007).

## 3. مشكلة الدراسة وأهميتها

مع انطلاقة أزمة جائحة كورونا، كثفت وزارة الصحة الكويتية مؤتمراتها الصحفية من خلال متحدثها الرسمي لتصبح بشكل يومي، بهدف التواصل مع الجمهور، وتبسيط الضوء على التطورات اليومية لهذه الجائحة، والتوعية بكيفية التعامل معها، والإعلان عن القرارات الحكومية ذات الصلة بالجائحة. ولما كان وجود هذا المتحدث يعد الأول من نوعه في الأزمات الصحية التي تشهدها الكويت، ونظراً لأنه يعد بوابة المعلومات الرئيسة للجمهور عبر وسائل الإعلام، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في معرفة اتجاهات الجمهور نحو أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة الكويتية في أثناء الجائحة. وتظهر أهمية الدراسة في كونها الأولى من نوعها في الكويت (على حد علم الباحثين) التي تسلط الضوء على دور المتحدث الإعلامي الرسمي خلال الأزمات، وخصوصاً الأزمات الصحية. كما تمثل الدراسة دعماً وإثراءً لمجال الدراسات العربية الخاصة حول الأداء الإعلامي للمتحدث الرسمي، والسمات المهنية والشخصية التي يجب أن يتمتع بها.

## 4. أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في معرفة اتجاهات الجمهور نحو أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة الكويتية في أثناء جائحة كورونا المستجد المسبب لمرض (كوفيد-19).

## 5. تساؤلات الدراسة

يمكن الوصول إلى هدف الدراسة من خلال التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما الوسائل الإعلامية التي يتم من خلالها متابعة الجمهور للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة خلال الجائحة؟
- ما أسباب متابعة الجمهور للمؤتمرات الصحفية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة خلال الجائحة؟
- ما اتجاهات الجمهور نحو طبيعة اللغة التي يستخدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة في المؤتمرات الصحفية خلال الجائحة؟
- ما اتجاهات الجمهور نحو السمات الشخصية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة في المؤتمرات الصحفية؟
- ما اتجاهات الجمهور نحو العرض المعلوماتي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة في المؤتمرات الصحفية؟
- ما مدى رضا الجمهور عن الأداء الإعلامي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة خلال المؤتمرات الصحفية؟

## 6. فرضيات الدراسة

- توجد فروق دالة إحصائية في استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام لمتابعة المؤتمر الصحفي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة، تبعاً لخصائصهم

## 9. نتائج الدراسة

### 9.1. وسائل متابعة المؤتمر الصحفي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة:

تشير النتائج إلى أن تويتير جاء أولاً في متابعة المؤتمر الصحفي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة (27.3%)، يليه القنوات التلفزيونية (26%)، ثم إنستغرام (15.8%)، ثم الواتساب (11.6%)، ثم الصحف الإلكترونية (8.5%)، ثم سناب شات (6.7%)، ثم يوتيوب (2.3%)، ثم المحطات الإذاعية (1%)، ثم الصحف الورقية (0.7%)، وأخيراً فيس بوك (0.3%).

### 9.2. أسباب متابعة المؤتمر الصحفي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة:

جاءت أسباب متابعة المؤتمر الصحفي بحسب الآتي: لأنه من أهم المصادر لمعرفة قرارات وزارة الصحة فيما يتعلق بجائحة كورونا (م=4.29، ع=0.76)، ويزود الجمهور بقرارات وزارة الصحة الكويتية المتعلقة بمواجهة الجائحة (م=4.22، ع=0.80)، ولرغبة الجمهور بالتحقق من صدق المعلومات المثارة حول الجائحة (م=4.12، ع=0.87)، ومعرفة الخطوات المطلوب من الأفراد اتخاذها (م=4.07، ع=0.90)، وجهود وزارة الصحة لمواجهة الجائحة (م=4.05، ع=0.84)، وللتأكد من صحة الشائعات (م=4.05، ع=0.95)، ولزيادة معلومات المبحوثين عن الجائحة (م=3.81، ع=0.99)، ولتقليل من مخاوفهم منه (م=3.63، ع=1.11)، في حين بلغ المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام لجميع العبارات (م=4.03، ع=0.214).

### 9.3. اتجاهات الجمهور نحو طبيعة اللغة التي يستخدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة:

تظهر النتائج أن أبرز السمات اللغوية للمتحدث الرسمي هي سلامة اللغة العربية (م=4.49، ع=0.68)، ونقل المعلومات بأسلوب واضح (م=4.42، ع=0.76)، وامتلاك مهارات لغوية (م=4.37، ع=0.78)، ثم التزامه بالدقة في كلماته في أثناء عرض المعلومات (م=4.27، ع=0.82)، واستخدامه ألفاظاً معروفة لدى الجمهور (م=4.24، ع=0.79)، وقدرته على الإقناع (م=4.09، ع=0.93)، في حين بلغ المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام لجميع العبارات (م=4.31، ع=0.143).

### 9.4. اتجاهات الجمهور نحو سمات المتحدث الرسمي لوزارة الصحة:

يتضح من النتائج أن أبرز سمة شخصية يتصف بها المتحدث الرسمي هي "الهدوء" (م=4.49، ع=0.68)، يليها امتلاكه لقدرة على التحدث بلباقة (م=4.46، ع=0.71)، ثم ثقته بنفسه (م=4.43، ع=0.72)، والكفاءة المهنية (م=4.35، ع=0.77)، والحضور والجادبية (الكاريزما) (م=4.35، ع=0.82)، ويعتمد على الأرقام والإحصاءات لإثبات كلامه (م=4.33، ع=0.81)، ولديه خلفية معرفية قوية (م=4.29، ع=0.80)، ومؤهلاً علمياً للحديث في موضوع الجائحة (م=4.27، ع=0.87)، وأمين في نقله للمعلومات (م=4.21، ع=0.87)، ويمتلك القدرة على إقناع الآخرين بصدق كلامه (م=4.18، ع=0.87)، ويتسم بالواقعية (م=4.17، ع=0.90)، ويتسم بالشفافية (م=4.10، ع=0.95)، في حين بلغ المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام لجميع العبارات (م=4.30، ع=0.122).

### 9.5. اتجاهات الجمهور نحو العرض المعلوماتي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة:

أبرز ميزة من مميزات العرض المعلوماتي للمتحدث الرسمي هي تقديمه للأخبار والمعلومات بجدية للجمهور (م=3.98، ع=0.90)، ثم تقديمه لمعلومات وبيانات منطقية تحترم عقول الجماهير (م=3.85، ع=0.93). ثم عرضه لكل المعلومات التي يمتلكها عن تطورات الجائحة (م=3.83، ع=0.99)، ويقدم المعلومات بدقة (م=3.80، ع=0.96)، ويقدم المعلومات بتجرد تام (م=3.77، ع=0.95)، في حين بلغ المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام لجميع العبارات (م=3.84، ع=0.80).

يتابعها المبحوثون من خلالها المؤتمر الصحفي لوزارة الصحة إلى ثلاث شرائح: الأولى متابعة وسيلتين فاقل، والثانية متابعة 3 إلى 4 وسائل، والثالثة متابعة 5 وسائل إعلامية فأكثر.

أسباب الاعتماد على المؤتمرات الصحفية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة في أثناء الجائحة، واشتمل البند على (8) عبارات، مثل: "يعتبر من أهم المصادر لمعرفة قرارات وزارة الصحة فيما يتعلق بفيروس كورونا" و"تعرفني على الجهود والإجراءات التي تقوم بها وزارة الصحة لمواجهة فيروس كورونا"... وغيرها.

يتعلق باتجاهات الجمهور نحو أداء المتحدث الرسمي، ويضم 4 بنود:

- اللغة التي يستخدمها المتحدث الرسمي، ويشمل (6) عبارات، مثل "يتميز المتحدث الرسمي بسلامة اللغة،" و"ينقل المعلومات بأسلوب واضح"... وغيرها.
- السمات الشخصية للمتحدث الرسمي، ويشمل (12) عبارة، مثل "مؤهلاً علمياً للحديث في موضوع فيروس كورونا"، و"يعتمد على الأرقام والإحصاءات لإثبات كلامه"... وغيرها.
- العرض المعلوماتي للمتحدث الرسمي، ويضم (5) عبارات، مثل "يتم تقديم الأخبار والمعلومات بجدية إلى الجمهور"، و"المعلومات التي يتم تقديمها في المؤتمر الصحفي دقيقة"، و"يعرض كل المعلومات التي يمتلكها عن تطورات جائحة كورونا"... وغيرها.
- رضا الجمهور عن أداء المتحدث الرسمي، ويحتوي (7) عبارات، مثل "يراعي مشاعر المرضى وأهاليهم"، و"أشعر بالرضا عن أدائه"... وغيرها.

اعتمد الباحثان في عبارات البندين الثالث والرابع على مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة=5، موافق=4، محايد=3، معارض=2، موافق، معارض بشدة=1). وتم الاعتماد في بناء هذه البنود على دراسات العززي (2016)، وعبد الأمير (2018)، والسعيد (2018). وأضاف الباحثان بعض العبارات، وتم إعادة صوغ بعض العبارات بحسب ما أسفرت عنه نتائج الدراسة الاستطلاعية، وملاحظات المحكمين.

### 8.4. الصدق والثبات:

عرضت الاستبانة على ثلاثة أساتذة بجامعة الكويت وإعلامي أكاديمي من وكالة الأنباء الكويتية، وأبدوا ملاحظاتهم، وتم الأخذ باقتراحاتهم بإضافة بنود جديدة، وإعادة صياغة لبعضها، والاستغناء عن بعض البنود التي رأى المحكمون أنها لا تنتمي إلى محاور الاستبانة.

وللتحقق من صدق أداة الدراسة وثباتها، فقد طبقها الباحثان على عينة استطلاعية مكونة من (50) مبحوثاً من المجتمع الأصلي للدراسة، ومن خارج عينة الدراسة، وذلك قبل تطبيق الاستبانة على العينة الفعلية للدراسة.

ولحساب ثبات أداة الدراسة، استخدم الباحثان طريقة معادلة الاتساق الداخلي باستخدام اختبار ألفا كرونباخ ( $\alpha$ )، حيث كانت قيم ألفا كرونباخ لبند أسباب المتابعة (0.90)، وبند اللغة (0.93)، وبند السمات الشخصية (0.96)، وبند العرض المعلوماتي (0.92)، وبند رضا الجمهور (0.94)، ولكل بنود الاستبانة (0.97).

### 8.5. أساليب التحليل الإحصائي للبيانات:

استعان الباحثان بالبرنامج الإحصائي الحزمة الإحصائية للبحوث الاجتماعية (SPSS) (نسخة 24)، مع استخدام أسلوب التحليل الإحصائي الوصفي، بهدف وصف عينة الدراسة، وعرض متغيراتها، باستخدام النسب المئوية للجداول التكرارية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية. كما تم استخدام اختبار (ت) t-test، واختبار ANOVA للبيانات ذات التوزيع الطبيعي، واختبار مربع كاي ( $\chi^2$  chi-square)، لقياس الفروق بين المتغيرات الشخصية للمبحوثين، ومدى متابعة المبحوثين للمؤتمر الصحفي. كما تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات الثنائية البعدية للكشف عن مصدر الفروق في المتوسطات الحسابية بين الفئات الثلاث للوسائل المستخدمة في متابعة المؤتمر الصحفي، واختبار العلاقة بيرسون (Pearson Correlation) لقياس العلاقة بين متغير حجم متابعة المؤتمر الصحفي وبين أسباب المتابعة، والبنود الأربعة لأداء المتحدث الرسمي (اللغة، السمات الشخصية، المتابعة، العرض المعلومات، الرضا).

(31.6%)، والفئة العمرية (45 عاماً فأكثر) التي سجلت نسبة (18.1%)، وبمستوى معنوية (0.001).

وفيما يتعلق بمتغير الفئات التعليمية، تشير نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين الفئات التعليمية الثلاث في متابعة المؤتمر الصحفي في وسيلة واحدة هي سناب شات، حيث سجلت فئة مستوى متوسط (جامعي) نسبة (14.3%)، مقارنة بفئة "دبلوم" (14%)، وفئة "دراسات عليا" (3.4%)، وبمستوى معنوية (0.001).

وبخصوص متغير المهنة، تبين حصول فئة "طالب" على نسبة أعلى لمتابعة المؤتمر الصحفي من خلال تويتر (60.2%) مقارنة بالموظفين (49.6%)، وفئة "متقاعد/لا يعمل" (46.9%)، وبمستوى معنوية (0.001). ونسبة أعلى في إنستغرام (33.3%) مقارنة بالموظفين (30.2%)، وفئة "متقاعد/لا يعمل" (21.7%)، وبمستوى معنوية (0.05). ونسبة أعلى في سناب شات (20.1%) مقارنة بالموظفين (30.2%)، و"متقاعد/لا يعمل" (7%)، وبمستوى معنوية (0.001). أما فيما يخص الصحف الورقية، فقد سجلت فئة "متقاعد/لا يعمل" نسبة أعلى (3.5%) مقارنة بالموظفين (1.4%) وفئة "طالب" (0.3%)، وبمستوى معنوية (0.05).

## 10.2. الفرضية الثانية:

يكشف الجدول (1) عن نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA (ف) لدلالة الفروق في اتجاهات المبحوثين نحو أداء المتحدث الرسمي، تبعاً لعدد وسائل الإعلام التي يستخدمونها لمتابعة مؤتمراته الصحفية.

الجدول (1): اتجاهات المبحوثين نحو أداء المتحدث الرسمي، تبعاً لعدد وسائل الإعلام التي يستخدمونها لمتابعة مؤتمراته الصحفية

مستوى المعنوية	قيمة ف*	ع	م	الفئات	أسباب متابعة المؤتمر الصحفي
.001	6.562	6.68	31.43	متابعة وسيلتين فاقل	أسباب متابعة المؤتمر الصحفي
		5.76	32.84	4-3 وسائل	
		5.17	33.66	5 وسائل فأكثر	
.009	4.773	4.91	25.42	متابعة وسيلتين فاقل	لغة المتحدث الرسمي
		4.36	26.11	4-3 وسائل	
		3.45	27.22	5 وسائل فأكثر	
.009	4.693	11.07	50.15	متابعة وسيلتين فاقل	السمات الشخصية
		10.67	51.42	4-3 وسائل	
		5.95	54.66	5 وسائل فأكثر	
.031	3.478	3.61	15.16	متابعة وسيلتين فاقل	العرض المعلوماتي
		3.52	15.49	4-3 وسائل	
		2.89	16.46	5 وسائل فأكثر	
.016	4.127	6.01	28.43	متابعة وسيلتين فاقل	الرضا عن أداء المتحدث الرسمي
		5.22	29.49	4-3 وسائل	
		6.24	29.82	5 وسائل فأكثر	

ويتضح من الجدول (1) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الفروق في استجابات المبحوثين، حيث سجلت الفئة التي تتابع 5 وسائل إعلامية فأكثر أعلى المعدلات في المحاور الخمسة جميعها: في بند أسباب المتابعة (م=33.66، ع=5.17)، مقارنة بالفئتين الآخرين، وبمستوى معنوية (0.01). وأعلى المعدلات في بند طبيعة اللغة التي يستخدمها المتحدث الرسمي (م=27.22، ع=3.45)، وبمستوى معنوية (0.05). وفي بند السمات الشخصية (م=54.66، ع=5.59)، بمستوى معنوية (0.01). وفي بند العرض المعلوماتي (م=16.46، ع=2.89)، بمستوى معنوية (0.05). وكذلك في بند الرضا أداء المتحدث الرسمي (م=30.43، ع=4.77)، بمستوى معنوية (0.01).

وللكشف عن دلالة الفروق، تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية المتعددة، والجدول (2) يوضح ذلك.

الجدول (2): نتائج اختبار المقارنات البعدية (شيفيه) لفئة المتحدث الرسمي

القيمة الاحتمالية	الفرق في المتوسطات	الفئات
.353	1.10524	من 4-3 وسائل
.046	1.80022	5 وسائل فأكثر
.113	.69498	من 4-3 وسائل وسيلتان فاقل
القيمة الاحتمالية	الفرق في المتوسطات	الفئات
.179	3.24403	من 4-3 وسائل
.025	4.51627	5 وسائل فأكثر
.246	1.27225	من 4-3 وسائل وسيلتان فاقل
القيمة الاحتمالية	الفرق في المتوسطات	الفئات
.243	.96855	من 4-3 وسائل
.057	1.30617	5 وسائل فأكثر
.402	.33762	من 4-3 وسائل وسيلتان فاقل
القيمة الاحتمالية	الفرق في المتوسطات	الفئات
.940	.33166	من 4-3 وسائل
.302	1.38451	5 وسائل فأكثر
.037	1.05286	من 4-3 وسائل وسيلتان فاقل

## 9.6. رضا الجمهور عن الأداء الإعلامي للمتحدث الإعلامي لوزارة الصحة:

توصلت النتائج إلى أن هناك رضاءً من المبحوثين على أداء المتحدث الرسمي في المؤتمرات الصحفية التي يعقدها (م=4.32، ع=0.81)، وأن المتحدث الرسمي يراعي مشاعر المرضى وأهاليهم (م=4.24، ع=0.80)، وجليد بأن نق (م=4.20، ع=0.85)، ويركز على القضايا والموضوعات التي تهم الجمهور (م=4.12، ع=0.85)، وهناك ثقة في المعلومات التي يقدمها (م=4.07، ع=0.93)، ويقدم تفسيراً أميناً للأحداث دون تزييف (م=4.02، ع=0.92)، ويقدم ردوداً كافية حول أسئلة واستفسارات الجمهور (م=4.00، ع=0.94)، في حين بلغ المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام لجميع العبارات (م=4.13، ع=0.119).

## 10. فرضيات الدراسة

### 10.1. الفرضية الأولى:

لاختبار صحة الفرضية الأولى تم استخدام اختبار مربع كاي للاستقلالية لقياس الفروق في استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام في متابعة المؤتمر الصحفي للمتحدث الرسمي، تبعاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع، الجنسية، الحالة الاجتماعية، العمر، المستوى التعليمي، المهنة). وقد سجل الذكور نسبة أعلى لمتابعة المؤتمر الصحفي من خلال الصحف الإلكترونية (18.4%) مقارنة بالإناث (13.8%)، وبمستوى معنوية (0.05). وفي الواتساب (24.7%) مقارنة بالإناث (18.9%)، وبمستوى معنوية (0.05). وفي تويتر (58.7%) مقارنة بالإناث (44.2%)، وبمستوى معنوية (0.001). وفي اليوتيوب (6.6%) مقارنة بالإناث (1.8%)، وبمستوى معنوية (0.001). في المقابل، سجلت الإناث نسبة أعلى في المتابعة من خلال التلفزيون (53.7%) مقارنة بالذكور (45.7%)، وبمستوى معنوية (0.05). وكذلك في السناب شات (16.6%) مقارنة بالذكور (9.1%)، وبمستوى معنوية (0.001).

وفيما يتعلق بمتغير الجنسية (كويتي/غير كويتي)، فقد سجل غير الكويتيين نسبة أعلى لمتابعة المؤتمر الصحفي من خلال الصحف الإلكترونية (26.8%) مقارنة بالكويتيين (15%)، وبمستوى معنوية (0.001)، في حين سجل الكويتيون نسبة أعلى في متابعة المؤتمر الصحفي من خلال الواتساب (29.9%) مقارنة بغير الكويتيين (14.2%)، وبمستوى معنوية (0.05).

وفيما يتعلق بمتغير الحالة الاجتماعية (متزوج/غير متزوج)، فقد سجل غير المتزوجين نسبة أعلى للمتابعين من خلال تويتر (58.4%) مقارنة بالمتزوجين (47%)، وبمستوى معنوية (0.001). وسجل غير المتزوجين نسبة أعلى في المتابعة من خلال إنستغرام (34.3%) مقارنة بالمتزوجين (26.8%)، وبمستوى معنوية (0.01). ونسبة أعلى في المتابعة من خلال سناب شات (15.3%) مقارنة بالمتزوجين (10.7%)، وبمستوى معنوية (0.05). وفيما يخص الواتساب، فقد سجل المتزوجون نسبة أعلى (24.2%) مقارنة بغير المتزوجين (19%)، وبمستوى معنوية (0.05). وفي الفيسبوك، (0.9%) مقارنة بغير المتزوجين (0.0%)، وبمستوى معنوية (0.05).

وفيما يتعلق بالفئات العمرية الثلاث، سجلت الفئة العمرية (45 عاماً فأكثر) نسبة أعلى لمتابعة المؤتمر الصحفي من خلال القنوات التلفزيونية الكويتية (60.8%) مقارنة بالفئة العمرية (أقل من 24 عاماً) التي بلغت النسبة (47.4%) والفئة العمرية (25-44 عاماً)، بنسبة (45.8%)، وبمستوى معنوية (0.001). أما بخصوص المتابعة من خلال تويتر، فقد سجلت الفئة العمرية (أقل من 24 عاماً) نسبة أعلى (61.2%) مقارنة بالفئة العمرية 25-44 عاماً (52.6%) والفئة العمرية 45 عاماً فأكثر (39.6%)، وبمستوى معنوية (0.001). وفيما يخص سناب شات، فقد سجلت الفئة العمرية (أقل من 24 عاماً) أيضاً نسبة أعلى في متابعة المؤتمر الصحفي (17.9%) مقارنة بالفئة العمرية 25-44 عاماً (13.7%) والفئة العمرية 45 عاماً فأكثر (4.2%)، وبمستوى معنوية (0.001). أما فيما يخص إنستغرام، فقد سجلت الفئة العمرية 25-44 عاماً نسبة أعلى في متابعة المؤتمر الصحفي (34%) مقارنة بالفئة العمرية (أقل من 24 عاماً) التي سجلت



أنها أسرع من وسائل الإعلام التقليدية في الأزمات (الفحص وآخرون، 2020).

كما بينت النتائج أن أبرز سبب لمتابعة المؤتمر الصحفي لأنه يعتبر من أهم المصادر لمعرفة قرارات وزارة الصحة بخصوص فيروس كورونا، ولتربوهم بقراراتها لمواجهة هذه الجائحة، وهي بذلك تقوي الجانب المعرفي والمعلوماتي للجمهور، وهذا ما خلصت إليه دراسة حامد (2018) من أن الدافع الرئيس للمبحوثين لمتابعة المتحدث الرسمي هو معرفة آخر المستجدات. كما أفاد المبحوثون بأنهم يتابعون المؤتمر الصحفي لتلقي التوجيهات بشأن الإجراءات الحكومية لمواجهة هذه الجائحة، وهذه من دوافع التوجيه التي تساعد الجمهور على معرفة الإجراءات المطلوبة. كما برزت دوافع الأطمئنان من خلال دحض الشائعات وكذلك التقليل من المخاوف المتعلقة بالجائحة.

وفيما يتعلق باتجاهات الجمهور نحو أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة، فقد توصلت الدراسة إلى أن اتجاهات الجمهور كانت إيجابية بدرجة كبيرة نحو العبارات التي تمثل البنود الأربعة لأداء المتحدث. فبالنسبة لطبيعة اللغة التي يستخدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة خلال المؤتمر الصحفي، كانت اتجاهات الجمهور أنه يتميز بسلامة اللغة، وأنه ينقل الأخبار والمعلومات بأسلوب واضح ومفهوم، وأنه يتميز بامتلاكه لمهارات لغوية، وهذه الصفات كلها ضرورية لأي متحدث رسمي يتواصل مع الجمهور العام خاصة في أوقات الأزمات، لأن الجمهور يحرص على متابعة المؤتمرات الصحفية من أجل الحصول على المعلومات الضرورية والمناسبة التي تساعده على التعامل مع الأزمة. وفيما يتعلق بالسمات الشخصية التي يتمتع بها المتحدث الرسمي، فقد كانت أبرز سمة للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة من وجهة نظر المبحوثين هي سمة الهدوء في أثناء المؤتمر الصحفي، وهذه صفة ضرورية لكيلا يشعر الجمهور بالهلع، أو عدم الثقة بالإجراءات الحكومية في التعامل مع الجائحة. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة مكايي (2005) التي توصلت إلى أهمية أن يحتفظ المتحدث الرسمي بهدونه، وألا يتوتر حين يتم انتقاده من قبل الجمهور أو وسائل الإعلام. وتعتبر الكفاءة المهنية من أهم خصائص المتحدث الرسمي للمؤسسات الطبية، في حين أن من عيوب المتحدث الرسمي إخفاء الحقيقة وعدم معرفة احتياجات وسائل الإعلام والإعلاميين (Lyu et al., 2013). وتعتبر المصادقية والكاريزما من أهم المعايير في اختيار المتحدث الرسمي (عبدالأمير، 2018؛ العمري، 2018). كما تكشف نتائج الدراسة أن أبرز مميزات العرض المعلوماتي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة هي تقديمه للأخبار والمعلومات بحيادية للجمهور، وتقديمه لمعلومات وبيانات منطقية تحترم عقول الجماهير، وحرصه على عرض كل المعلومات التي يمتلكها عن تطورات فيروس كورونا، وبالتالي كانت اتجاهات الجمهور نحوه إيجابية بدرجة كبيرة، وهذا أمر يفسره اهتمام الجمهور ليس في عقد المؤتمرات الصحفية لوزارة الصحة، بل حتى في طبيعة المعلومات التي يتم تقديمها.

وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في وسائل الإعلام الأكثر استخداماً لمتابعة المؤتمر الصحفي، حيث جاءت الفروق بالنسب لصالح الذكور في الصحف الإلكترونية والواتساب وتويتر ويوتيوب، في حين كانت الفروق بالنسب لصالح الإناث في التلفزيون وسناب شات. وكانت الفئة العمرية الأكبر (45 عاماً فأكثر) الأكثر متابعة للمؤتمر الصحفي من خلال القنوات التلفزيونية، مقارنة بالفئات العمرية الأصغر، وهذا ربما يعود إلى مسألة التعود على استخدام الوسائل التقليدية من قبل الفئة العمرية الأكبر قبل وجود وسائل الإعلام الحديثة، على الرغم من أن هذا لا يعني بالضرورة أن الفئة العمرية الأكبر لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، لكن استخدامها للإعلام التقليدي أعلى في المعدل من استخدام الفئة العمرية الأصغر (أقل من 24 عاماً)، والتي كشفت نتائج الدراسة أنها تابعت المؤتمر الصحفي لوزارة الصحة في تويتر وسناب شات. وهذا ما توصلت إليه دراسات عدة بتصدر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي قائمة المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات الصحية (خاصة فئة الشباب)، تلاها التلفزيون، وبقية وسائل الإعلام التقليدية (الخطاف، 2014؛ حامد، 2018). وبالنسبة للمهنة ذكرت الدراسة أن الطلبة تابعت المؤتمر الصحفي في تويتر وإنستغرام وسناب شات. وجاءت الفروق بالنسب لصالح فئة "طالب" في تويتر وإنستغرام

ويكشف الجدول (2) عن وجود فروق دالة إحصائية لصالح المبحوثين الذين يستخدمون خمس وسائل إعلامية فأكثر في متابعة المؤتمر الصحفي، في اتجاهاتهم نحو لغة المتحدث الرسمي، مقارنة بالذين يستخدمون وسيلتين فأقل. كما يتبين من الجدول وجود فروق دالة إحصائية لصالح المبحوثين الذين يستخدمون خمس وسائل إعلامية فأكثر في اتجاهاتهم نحو السمات الشخصية للمتحدث الرسمي، مقارنة بالذين يستخدمون وسيلتين فأقل. كما يتبين من الجدول وجود فروق دالة إحصائية لصالح المبحوثين الذين يستخدمون من 3 - 4 وسائل إعلامية فأكثر في اتجاهاتهم نحو رضاهم عن أداء المتحدث الرسمي مقارنة بالذين يستخدمون وسيلتين فأقل.

### 10.3. الفرضية الثالثة:

ولاختبار صحة الفرضية الثالثة، المتعلقة بوجود فروق في اتجاهات المبحوثين نحو أداء المتحدث الرسمي تبعاً لخصائصهم الديموغرافية، فقد تم تطبيق اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لقياس الفروق تبعاً لمتغيرات الجنس والجنسية والحالة الاجتماعية، كما تم إجراء تحليل التباين الأحادي (ف) ANOVA لقياس الفروق تبعاً لمتغيرات العمر والمستوى التعليمي والمهنة. ولم تكشف نتائج الدراسة عن وجود أية فروق دالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو أداء المتحدث الرسمي، تبعاً لخصائصهم الديموغرافية.

### 10.4. الفرضية الرابعة:

تكشف نتائج الجدول (3) عن وجود علاقة طردية إيجابية بين حجم المتابعة للمؤتمر الصحفي للمتحدث الرسمي، وأسباب المتابعة للمؤتمر ( $r=0.145$ )، ويند لغة المتحدث الرسمي ( $r=0.131$ )، ويند السمات الشخصية للمتحدث الرسمي ( $r=0.139$ )، ويند العرض المعلوماتي الذي يقدمه المتحدث الرسمي ( $r=0.111$ )، ويند الرضا عن أداء المتحدث الرسمي ( $r=0.121$ )، وكلها بمستوى معنوية (0.001).

الجدول (3): العلاقة الإرتباطية بين حجم متابعة المؤتمر الصحفي وبنود أداء المتحدث الرسمي

حجم المتابعة	الرضا عن المتحدث	اسباب المتابعة	لغة المتحدث	السمات الشخصية	العرض المعلوماتي
0.111	0.121	0.145	0.131	0.139	0.111

\*\*\*دال إحصائياً عند مستوى 0.001

## 11. مناقشة النتائج

توصلت الدراسة إلى أنه بالنسبة للوسائل الإعلامية التي يستخدمها المبحوثون لمتابعة المؤتمر الصحفي للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة، فجاء أولاً تويتر، ثم بفارق بسيط القنوات التلفزيونية الكويتية، ثم إنستغرام، فالواتساب، ثم الصحف الإلكترونية، وسناب شات، واليوتيوب، ثم المحطات الإذاعية، والصحف الورقية، وفيس بوك. وهذه النتيجة توضح بجلاء تصدر وسائل الإعلام الحديثة كأهم المصادر التي يلجأ إليها المبحوثون (بالإضافة إلى التلفزيون)، في حين تأخرت وسائل تقليدية مثل المحطات الإذاعية والصحف الورقية، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسات تم تطبيقها على المجتمع الكويتي (الفحص وآخرون، 2020)، حيث تفوقت وسائل الإعلام الحديثة على التقليدية من حيث الاستخدام، والاعتماد عليها، في الظروف العادية، وفي الأزمات. أما بالنسبة لمجىء التلفزيون ثانياً في الدراسة الحالية، فهذه النتيجة تتفق مع بعض الدراسات التي توصلت إلى أن التلفزيون زود الجمهور بالمعلومات الضرورية حول الإجراءات المطلوبة خلال أزمة أنفلونزا الطيور الصحية (الشقصي، 2015؛ غريب، 2012). كما أن التلفزيون يتميز بمصادقية عالية خلال الأزمات، مقارنة بوسائل الإعلام الحديثة (الفحص وآخرون، 2020، Sutton et al., 2008).

ويظهر برنامج المحادثة "الواتساب" في مقدمة المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون لمتابعة المؤتمر الصحفي، وهذا ربما يعود لاستخدامه في الجانب الإخباري في تبادل المعلومات، وبذلك توسعت استخدامات هذا البرنامج لتشمل الأمور الإخبارية والمعلوماتية فيما يخص أزمة جائحة كورونا. وهذا ما توصلت إليه دراسة العززي (2016) من أن الواتساب وتطبيقات المحادثة الهاتفية تعتبر المصدر الثاني الذي يستقبل الجمهور من خلاله تصريحات المتحدثين الرسميين، وذلك بعد وسائل التواصل الاجتماعي. وهذا يرجع إلى

ومني عالٍ، من خلال فريق عمل يمتلك المهارات اللازمة لإدارة محتوى تلك المواقع.

- ضرورة اهتمام وزارة الصحة الكويتية بالمؤتمرات الصحفية في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة من خلال الاستعداد التام لكل تفاصيلها، والتعامل الواعي مع الصحفيين، وتزويدهم بكل ما يحتاجونه من أخبار ومعلومات، خاصة وقت الأزمات.
- قيام وزارة الصحة الكويتية بدراسة بحثية شاملة لتقييم أداء المتحدث الرسمي لها خلال جائحة كورونا، للتوصل إلى أفضل السبل للتواصل والتأثير الإيجابي على الجمهور بكل فئاته.

## نبذة عن المؤلفين

### خالد الحميدي القحص

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الكويت، الشدادية، الكويت، 0096599797190، k.alqahs@ku.edu.kw

د. الفحص دكتوراه من جامعة جنوب إيلينوي- كاربونديل، في الولايات المتحدة الأمريكية، كويتي، أستاذ مساعد، كاتب صحفي، ومعد ومقدم برامج إذاعية وتلفزيونية. رئيس تحرير سابق لجريدة آفاق الجامعية، ومستشار إعلامي، ومدير تنفيذي سابق لقناة فضائية، ومخرج سابق في تلفزيون الكويت. عضو لجنة التحكيم لتقييم مسابقات مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون. مدرب ومستشار إعلامي في مهارات التعامل مع وسائل الإعلام؛ والإدارة الإعلامية للكوارث والأزمات؛ مدرب ومستشار إعلامي في إعداد المدربين الإعلاميين. له ثلاثة إصدارات منشورة، وأربع أوراق علمية.

### فواز محمد العجي

قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الكويت، الشدادية، الكويت، 0096566020252، alajmi\_fawaz@yahoo.com

د. العجي دكتوراه من جامعة جنوب إيلينوي- كاربونديل، في الولايات المتحدة الأمريكية، كويتي، أستاذ مساعد، كاتب صحفي سابق في جريدة الوطن الكويتية. وفي عدد من المجالات الصحفية، مستشار سابق لوزارة الشباب- الكويت، مستشار حالياً في الهيئة العامة للشباب - الكويت منذ عام 2016، شارك في العديد من المؤتمرات العلمية في مجال الإعلام، قدم العديد من الدورات والبرامج التدريبية في مجال الإعلام، أسس أول شبكة إخبارية شبابية حكومية على مستوى الوطن العربي.

## المراجع

الخطاف، إيمان. (2014). *اعتماد المرأة السعودية في المنطقة الشرقية على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات الصحية*. رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية.

البيهي، شارع مزيد. (2015). *اتجاهات الإعلاميين نحو مصداقية المتحدث الرسمي: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين في مدينة جدة*. *المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال*، بدون رقم مجلد (13)، 11-54.

الجريوي، ماجد. (2019). *استراتيجيات التعامل مع وسائل الإعلام لدى المتحدثين الإعلاميين في الوزارات السعودية: دراسة مسحية على عينة من المتحدثين الإعلاميين*. *المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال*، بدون رقم مجلد (22)، 251-76.

حامد، مروى السعيد. (2018). *اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء المتحدث الرسمي لوزارة التربية والتعليم: دراسة ميدانية*. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة*، بدون رقم مجلد (13)، 182-229.

سارمة منى، طارق جوهري. (2014). *تجربة المتحدث الرسمي بين الواقع والتجربة*. بيروت، لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب.

السعيد، السيد. (2010). *الدور الاتصالي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات وانعكاساته على الصورة الذهنية لممارستها لدى مندوبي وسائل الإعلام*. رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.

السوداني، عبدالكريم. (2010). *الناطق الإعلامي في إدارة الأزمات: دراسة تحليلية للبيانات الصحفية الصادرة في أثناء العمليات الأمنية للمدة 2007/1/1 إلى 2008/12/31*. رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

شعبان، حمدي. (2007). *المتحدث الرسمي: المهمة وكيفية أدائها*. القاهرة، مصر: الشركة العربية المتحدة للتسويق والنشر.

الشفص، عبيد. (2015). *مدى اعتماد الشباب الخليجي على وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في أوقات الأزمات: دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الخليجية*. الرياض، السعودية: منشورات جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج.

وسناب شات، في حين تابعته فئة (متقاعد/لا يعمل) في الصحف الورقية الكويتية. وهذا يتفق مع النتائج السابقة، في هذه الدراسة أو في غيرها، من أن فئة الشباب (التي هي غالباً فئة الطلبة) يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، سواءً في الظروف العادية أو في أوقات الأزمات.

وأظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثين الذين يستخدمون خمس وسائل إعلامية فأكثر لمتابعة المؤتمرات الصحفية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة سجلوا أعلى المعدلات في بند اللغة المستخدمة من قبل ذلك المتحدث الرسمي، وبند السمات الشخصية للمتحدث الرسمي، وبند العرض المعلوماتي، وبند الرضا عن أداء المتحدث الرسمي. وإقبال بعض المبحوثين على متابعة المؤتمرات الصحفية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة عبر خمس وسائل إعلامية فأكثر يشير إلى حرصهم على تلقي المعلومات وبكثافة من المتحدث الرسمي، مما يفسر استجاباتهم الإيجابية لعبارات محاور أداء المتحدث الرسمي؛ فحرصهم على متابعة المؤتمر من خلال وسائل إعلامية متنوعة ربما يعنى ثقهم بالمعلومات التي يدلي بها، مما جعلهم يقيمونه بإيجابية عالية في مقاييس اللغة المستخدمة، والسمات الشخصية، والعرض المعلوماتي، وهذا بدوره انعكس على رضاهم وبقائهم بأدائه. وهذا يتفق مع ما توصلت إليه إحدى الدراسات من وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مدى زيادة اعتماد أفراد الجمهور على الأخبار والمعلومات التي يدلي بها المتحدث الرسمي، وبين اتجاهاتهم نحو المتحدث الرسمي والتي تصبح أكثر إيجابية (حامد، 2018).

وكشفت الدراسة عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين واتجاهاتهم نحو أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة. وهذه النتيجة ربما تعزى إلى أن جائحة كورونا المستجد شملت جميع شرائح المجتمع، واحتاج معها الجمهور إلى البحث عن المعلومات الموثوقة التي تشبع حاجتهم في معرفة أسباب ما جرى، وكيف يمكن التعامل معه، وهذا ما حصل مع المتحدث الرسمي لوزارة الصحة، حين بدأ ظهوره الإعلامي مبكراً، وفي بداية الأزمة، مما جعل الناس يقبلون على متابعة مؤتمراته الصحفية ولا سيما في بداية أزمة كورونا، وهذا ربما يفسر موقفهم الإيجابي تجاه أدائه، الأمر الذي لم يكشف عن أي فروق بين المتغيرات الشخصية لعينة الدراسة، واتجاهاتها نحو محاور أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة. وهذه النتيجة تتشابه مع نتائج دراسات أخرى اهتمت بمدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، سواءً في الظروف الطبيعية أو في أثناء حدوث أزمة معينة، وتوصلت هذه الدراسات إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المتغيرات الشخصية للمبحوثين (العمر، والنوع، والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية، والمهنة، ومكان السكن) ودرجة اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة (Lowrey et al., 2007)، القحص وآخرون، 2020).

وكشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية موجبة بين حجم متابعة المؤتمر الصحفي والبنود الأربعة لأداء المتحدث الرسمي (اللغة، السمات الشخصية، العرض المعلوماتي، الرضا)، بمعنى أنه كلما زادت كثافة حجم متابعة المبحوثين للمؤتمر الصحفي، زادت معها دافعية الأسباب للمتابعة، وزادت معرفة المبحوثين وتفاعلهم مع تلك البنود الأربعة. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة القحص وآخرون (2020) التي كشفت نتائجها أن المبحوثين الأكثر استخداماً لوسائل الإعلام يحرصون بشكل كبير على متابعة الأخبار عن فيروس كورونا، ولديهم الدافعية الأكبر للاعتماد على وسائل الإعلام، مما ينتج عنه أكثر التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام في أثناء الأزمات. كما تتفق ودراسة حامد (2018) التي توصلت إلى وجود علاقات ارتباطية إيجابية بين قناعة الجمهور بمصداقية الأخبار والمعلومات التي يقولها المتحدث الرسمي وبين زيادة اعتماد الجمهور عليها، وكذلك كلما زاد مستوى الرضا عن أداء المتحدث الرسمي زادت الاتجاهات الإيجابية عنه.

## 12. توصيات الدراسة

- ضرورة اهتمام وزارة الصحة الكويتية بمواقع التواصل الاجتماعي التابعة لها، خاصة تويتر وإنستغرام والواتساب، وإدارة المحتوى فيها بشكل احترافي

- Alqahs, K.A., Al-hashimi, M.A. and Murad, H.A. (2020). Aietimad aljumphur alkuaytii ealaa wasayil al'ielam 'athna' al'azmati: Fayrus kwrwna almustajada mthalaan 'Kuwaiti audience dependancy on mass media during crisis: COVID-19 as an example'. *Annals of the Arts and Social Sciences*, Kuwait University, **41**(6), n/a. [in Arabic]
- Alshaqsi, E.B. (2015). *Madaa Aietimad Alshabab Alkhaliji Ealaa Wasayil Alaitisal Atlaqlidat Walhadithat Fi Awqat Al'azmati: Dirasatan Mashiatan Ealaa Eayinat Min Talabat Aljamieat Alkhalijati* 'The Extent to Which Gulf Youth Depend on Traditional and Modern Means of Communication in Times of Crisis: A Survey Study on a Sample of Students from Gulf Universities'. Riyadh, Saudi Arabia: Gulf Radio and Television Publications. [in Arabic]
- Alsueyud, A. (2010). *Aldawr Alaitisaliat Lilealaqat Aleamat Fi 'Iidarat Al'azamat Wainekasath Ealaa Alsuwrat Aldhnyat Limumarisih Ladaa Mandubi Wasayil Al'ielami* 'The Communicative Role of Public Relations in Crisis Management and its Repercussions on the Mental Image of its Practitioners among Media Representatives'. PhD Thesis, Faculty of Arts, Ain Shams University, Cairo, Egypt. [in Arabic]
- Alsuwdani, E.A. (2010). *Alnnaq Al'ielamiu Fi 'Iidarat Al'azmati: Dirasat Tahliyat Lilbianat Alsahfat Alssadirat Fi 'Athna' Aleamaliat Al'amniat Lilumudat 1/1/2007 To 31/12/2008* 'Media Spokesperson in Crisis Management: An Analytical Study of Press Releases Issued During Security Operations for the Period 1/1/2007 To 31/12/2008'. Master's Dissertation, The College of media, Bagdad University, Bagdad, Iraq. [in Arabic]
- Amant, K.S. (2020). Communicating about covid-19: Practices for today, planning for tomorrow. *Journal of Technical Writing and Communication*, **50**(3), 211–23.
- Barrett, M.S., Hasbargen, K.C., Ocana, A., Markey, V., Berg, M.P., Grand, S. and Sellnow, T.L. (2004). The role of spokesperson in ambiguous and complex crises: The CDC and anthrax. *Speaker & Gavel*, **41**(1), 63–74.
- Clementson, D. (2020). Narrative persuasion, identification, attitudes, and trustworthiness in crisis communication. *Public Relations Review*, **46**(2), n/a.
- Coombs, W.T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, **10**(3), 163–76.
- De Waele, A., Claeys, A.S. and Opgenhaffen, M. (2020). Preparing to face the media in times of crisis: Training spokespersons' verbal and nonverbal cues. *Public Relations Review*, **46**(2), n/a.
- Eabd Al'amir, E.E.A. (2018). Misdaqiat almutahadith alrasmiu lihukumata ladaa aljumphur aleiraqy: Dirasat mashiat 'The credibility of the government spokesperson with the Iraqi public: A survey study'. *AL-Bahith AL-'Alami, University of Baghdad*, **10**(41) 109–28. [in Arabic]
- Eiwad Allah, G. (2014). *Bina 'Namudhaj Alaitisatijiaat Almutahadith Alrasmiu Fi 'Iidarat Al'azamat Alddakhiliat Fi Masra* 'Building Strategies Model Spokesperson for Internal Crisis Management in Egypt'. Master's Dissertation, Faculty of Arts, South Valley University, South Valley, Egypt. [in Arabic]
- Farajani, E. (2015). *Almutahadith Al'ielamiu Tariquk Lilmansat Al'ielamiati* 'Media Spokesperson Your Way to Media Platforms'. Cairo, Egypt: Dar Al Fajr for publication and distribution. [in Arabic]
- Gharib, M. (2012). Aietimad almar'at almisriat ealaa wasayil al'ielam kamusadar lilmaelumat walqadaya alsahiat: Dirasat midaniatin 'Egyptian women's dependence on the media as a source of information and health issues: A field study'. *College of Arts Journal, Egypt*, **1**(60), 352–441. [in Arabic]
- Hamid, M.A. (2018). Aitijahat aljumphur almisrii nahw 'ada' almutahadith alrasmiu liwizarat altarbiat waltaelim: Dirasat midaniati 'Attitudes of the Egyptian public towards the performance of the ministry of education spokesperson: A field study'. *The scientific Journal of Public Relations and Advertising Research, Cairo University*, **n/a**(13), 182–229. [in Arabic]
- Hansen, F. and Kock, C. (2003). Evaluation of Public Spokespersons. *Nordicom Review*, **24**(1), 27–31.
- Lee, J., Kim, S. and Wertz, E.K. (2014). How spokesperson rank and selected media channels impact perceptions in crisis communication. *Public Relations Journal*, **8**(2), n/a.
- Levin, P.J., Gebbie, E.N. and Qureshi, K. (2007). Can the health-care system meet the challenge of pandemic flu? Planning, ethical, and workforce considerations. *Public Health Reports*, **122**(5), 573–8.
- Littlefield, R. and Cowden, K. (2006). Rethinking the single spokesperson model of crisis communication: Recognizing the need to address multiple publics. In: *The National Communication Association Convention*, San Antonio, Texas, 17/11/2006.
- Lowrey, W., Evans, W., Gower, K., Robinson, J., Ginter, P., McCormick, L. and عبدالأمير، علي عبدالهادي. (2018). مصداقية المتحدث الرسمي للحكومة لدى الجمهور العراقي: دراسة مسحية. *مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد*. **10**(41)، 109–28.
- العمرى، سعيد مسفر. (2018). دور المتحدث الرسمي لعاصفة الجزم بوزارة الدفاع في مواجهة الشائعات: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
- العززي، فيصل مونس. (2016). مصداقية المتحدث الإعلامي الرسمي في الجهات الحكومية لدى الشباب السعودي الجامعي: دراسة مسحية. رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية.
- العوفي، عبد اللطيف ديبان. (2014). المتحدث الرسمي بين المسؤول والسائل: كتاب في صناعة المتحدث الرسمي. الرياض، السعودية: دار عبدالله المقم للنشر والتوزيع.
- عوض الله، غادة. (2014). بناء نموذج الاستراتيجيات المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات الداخلية في مصر. رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، جنوب الوادي، مصر.
- غريب، محمد. (2012). اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات والقضايا الصحية: دراسة ميدانية. *مجلة كلية الآداب: جامعة الزقازيق*. **1**(60)، 352–441.
- الفراج، فهد. (2011). العلاقة بين الأمن العام والصحافة: دراسة مسحية على الناطق الإعلامي في الأمن العام والمحرر الأمني في الصحافة السعودية. رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية.
- فراجي، علي. (2015). المتحدث الإعلامي طريقك للمنصات الإعلامية. القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- القحص، خالد الحميدي، الهاشي، محمود عبد النبي ومراد، حسين عباس. (2020). اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات: فيروس كورونا المستجد مثالاً حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة الكويت. **41**(6)، بدون أرقام صفحات.
- المطيري، مطلق سعود. (2015). دور المتحدث الإعلامي في عملية الاتصال الإقناعي: اعتماد حالة المتحدث الإعلامي في المملكة العربية السعودية. *مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق*، بدون رقم مجلد (72)، 175–218.
- مكاوي، حسن عماد. (2005). الإعلام ومعالجة الأزمات. القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- Albiqami, S.M. (2015). Sitijahat al'ielamiyjn nahw misdaqiat almutahadith alrasmi: dirasat maydaniatan ealaa eayinat min al'ielamiyjn fi madinat jida 'Attitudes of media staff towards the credibility of spokesman: A field study on a sample of media staff in Jeddah'. *Arabian Journal of Media and Communication, Saudi Association for Media and Communication*, **n/a**(13), 11–54. [in Arabic]
- Aleamri, S.B.M. (2018). *Dawr Almutahadith Alrasmi Lieasifat Alhizm Biwizarat Aldifae Fi Muajahat Alshaayieati: Dirasat Midaniati* 'The Role of the Decisive Storm Spokesperson at the Ministry of Defense in Confronting Rumors: A Field Study'. Master's Dissertation, College of Social and Administrative Sciences, Naif Arab University for Security Sciences, Riyadh, Saudi Arabia. [in Arabic]
- Aleanzi, F.M. (2016). *Misdaqiat Almutahadith Al'ielamiu Alrasmiu Fi Aljihat Alhukumiati Ladaa Alshabab Alsaedi Aljamie: Dirasat Mashiat* 'The Credibility of the Official Media Spokesperson in Government Agencies with Saudi University Youth: A Survey'. Master's Dissertation, College of Arts, King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia. [in Arabic]
- Aleufi, E.A.D. (2014). *Almutahadith Alrasmiu Bayn Almaswuwl Walsaayila: Kitab Fi Sinaeat Almutahadith Alrasmiu* 'The Spokesperson between Official and Questioner: A Book on the Making of a Spokesperson'. Riyadh, Saudi Arabia: Abdullah Al-Muqhem house for publishing and distribution. [in Arabic]
- Alfiraju, F. (2011). *Alealaqat Bayn Al'amn Aleami Walsahafata: Dirasat Mashiat Ealaa Alnnaq Al'ielamiu Fi Al'amn Aleami Walmuhari Al'amni Fi Alsahafat Alsaediati* 'The Relationship between Public Security and the Press: A Survey Study on the Media Spokesperson in Public Security and the Security Editor in the Saudi Press'. Master's Dissertation, College of Arts, King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia. [in Arabic]
- Aljiriwi, M. (2019). Aistiratijiaat altaeamul mae wasayil al'ielam ladaa almutahadithin al'ielamiyjn fi alwizarat alsaediati: Dirasat mashiatan ealaa eayinat min almutahadithin al'ielamiyina 'Strategies for dealing with mass media among speaker in Saudi ministries'. *Arabian Journal of Media and Communication, Saudi Association for Media and Communication*, **n/a**(22), 251–76. [in Arabic]
- Alkhitaf, I. (2014). *Aietimad Almar'at Alsewdyt Fi Almintaqat Alsharqiat Ealaa Al'ielam Aljadid Fi Alhusul Ealaa Almaelumat Alsahiat* 'The Dependence of Saudi Women in the Eastern Province on New Media in Obtaining Health Information'. Master's Dissertation, College of Arts, King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia. [in Arabic]
- Almatiri, M.S. (2015). Dawr almutahadith al'ielamiu fi eamaliat alaitisal aliiqnae: Dirasat halat almutahadith al'ielamiu fi almamlakat alarabiati alsaediati 'The role of the media spokesperson in the persuasive communication process: A case study of the media spokesperson in the Kingdom of Saudi Arabia'. *College of Arts Journal, Zagazig University, Egypt*, **n/a**(72), 175–218. [in Arabic]



- Abdolrasulnia, M. (2007). Effective media communication of disasters: Pressing problems and recommendations. *BMC Public Health*, 7(1), 1–8.
- Lyu, S., Chen, R., Wang, S.S., Weng, Y., Peng, E.Y. and Lee, M. (2013). Perception of spokespersons' performance and characteristics in crisis communication: Experience of the 2003 severe acute respiratory syndrome outbreak in Taiwan. *Journal of the Formosan Medical Association*, 112(10), 600–7.
- Mao, Y. and Zhao, X. (2020). A discursive approach to disagreements expressed by Chinese spokespersons during press conferences. *Discourse, Context & Media*, 37(n/a), n/a.
- McInnes, C. (2018). Add Twitter and stir: The use of twitter by public authorities in Norway and UK during the 2014-15 Ebola outbreaks. *Observatorio*, 12(2), 23–46.
- Mkawi, H.E. (2005). *Alaelam Wmealjt Alazmat* 'Public Information and Crisis Management'. Cairo, Egypt: The Egyptian Lebanese house. [in Arabic]
- Moorhead, S.A., Hazlett, D.E., Harrison, L., Carroll, J.K., Irwin, A. and Hoving, C. (2013). A new dimension of health care: Systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication. *Journal of Medical Internet Research*, 15(4), e85.
- Sarimat-Mi, T.J. (2014). *Tajribat Almutahadith Alrasmii Bayn Alwaqie Waltajribati* 'The Spokesperson's Experience between Reality and Experience'. Beirut, Lebanon: Alhaditha books corporation. [in Arabic]
- Shaeban, H. (2007). *Almutahadith Alrasmia: Almuhimat Wakayfiat Adayha* 'Official Spokesperson: The Mission and How to Perform it'. Cairo, Egypt: United Arab marketing and publishing company. [in Arabic]
- Stephens, K.K., Waller, M.J. and Sohrab, S.G. (2019). Over-emoting and perceptions of sincerity: Effects of nuanced displays of emotions and chosen words on credibility perceptions during a crisis. *Public Relations Review*, 45(5), n/a.
- Sutton, J., Palen, L. and Shklovski, I. (2008). Backchannels on the front lines: Emergent use of social media in the 2007 Southern California fire. In: *Information Systems for Crisis Response and Management Conference (ISCRAM)*, Washington DC. 03/05/2008.
- Tai, Z. and Sun, T. (2007). Media dependencies in a changing media environment: The case of the SARS epidemic in China. *New Media and Society*, 9(6), 987–1009.
- Wong, R., Harris, J.K., Staub, M. and Bernhardt, J.M. (2017). Local health departments tweeting about Ebola: Characteristics and messaging. *Journal of Public Health Management and Practice*, 23(2), 16–24.