

الاداء الاتصالي للصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية على فيس بوك ابان أزمة فيروس كورونا المستجد (كوفيد19) دراسة تحليلية في ضوء نظرية الواقع المشكل

د. أمل محمد خطاب*

ملخص الدراسة:

اتخذت هذه الدراسة من الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك مجالاً لدراسة وتحليل سمات الأنشطة والممارسات الاتصالية لهذه الصفحات في تعاملها مع الكارثة التي واجهتها وزارة الصحة -كمؤسسة رسمية من مؤسسات الدولة المصرية، وذلك من خلال دراسة وتحليل عدة متغيرات تشمل الموضوعات التي تناولتها بالتغطية والتحليل واشكال عرض المحتوى المقدم ودلالاتها وخصائص وأنماط المصادر التي اعتمدت عليها الصفحات واتجاهاتها وانماط التفاعل بين الصفحات والجمهور بما يوضح ويحلل ويفسر الكيفية التي تناولت بها الصفحات مجريات الامور وتطوراتها وقدر الاهتمام الذي اولته الصفحات للحدث وذلك بهدف تحليل الاداء الاتصالي للصفحات وإبراز جوانب النجاح والقصور بها، مما قد يساعد القائمين على التخطيط في ادارة الكوارث والازمات في الاستفادة بما توصلت إليه الدراسة من نتائج حيث ان دراسة الاداء الاتصالي للصفحات الرسمية الناطقة باسم مؤسسات الدولة في تعاملها مع الكوارث يمكن ان يفيد في بحوث ودراسات وخطط وبرامج ادارة الكوارث والازمات خاصة في ظل ما يمثله الآن اعلام الكوارث والازمات من اهمية كبيرة في هذه البحوث في إطار التعدد والتنوع الكبير لوسائل الاعلام التي تعمل في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة.

الكلمات المفتاحية: الأداء الاتصالي - أزمة فيروس كورونا – اتصال الازمة

* الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة بنها

Communication performance of the official pages of Egyptian Ministry of Health on Facebook during the crisis of the pandemic (Covid 19)

Analytical study in light of the Situational Theory of Problem Solving

Abstract:

This study took the official pages of the Egyptian Ministry of Health on the social networking site Facebook as an area to study and analyze the characteristics of the communicative activities and practices of these pages in dealing with the crisis faced by the Ministry of Health - as an official institution of the Egyptian state, through the study and analysis of several variables that include topics that It was covered by coverage, analysis, forms of presentation of the presented content and its significance, characteristics and patterns of the sources on which the pages depended, their trends and patterns of interaction between the pages and the audience in a way that clarifies, analyzes and explains how the pages dealt with the course of things and their developments and the amount of attention the pages paid to the event, with the aim of analyzing the communicative performance of the pages and highlighting aspects of success and shortcomings , which may help those in charge of planning in disaster and crisis management to benefit from the findings of the study.

Keywords: Communication Performance, Corona Virus Crisis, Crisis Communication

مقدمة:

في مطلع عام 2020، أعلنت منظمة الصحة العالمية حالة طوارئ صحية ذات بعد دولي (جائحة)، حيث أعلنت أن فيروس كورونا المستجد الذي ظهر في الصين وانتشر في العديد من مناطق العالم يشكل أزمة وبائية، ومن خصائص الأزمة أنها كاملة المفاجأة، وخسائرها البشرية والمادية كبيرة، وأسبابها غالباً عوامل طبيعية، وأحياناً إنسانية، بفعل الإنسان وقساوته على البيئة، فضلاً عن صعوبة التنبؤ بوقوعها والتعامل معها وإدارتها (1).

وتولد الأزمات العامة حاجات مختلفة لدى الأشخاص المعنيين، اهمها الحاجة إلى المعلومة والحاجة إلى التضامن؛ فالإحساس بأن الأزمة "جماعية" وأنك "لست وحدك" يخفف من وطأة المصائب. وفي هذا السياق أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز الفواعل في أزمة جائحة كورونا التي واجهت العالم، حيث أصبحت الحاجة إلى المعرفة دافع قوي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي التي لجأ اليها المستخدمين في جميع انحاء العالم للتزود بالمعلومات والبيانات خاصة مع عدم اظهار وسائل الاعلام الرسمية -في بداية الامر- كثيراً من الاهتمام في تحليل وتغطية اخبار الجائحة، واتسمت هذه البيانات بتجهيل مصادرها في معظمها مما افسح المجال لوباء معلوماتي# يقوّض جهود الاستجابة العالمية ويهدد التدابير المتخذة لمكافحة الجائحة.

ولعل أبرز امثلة الاخبار المغلوطة ما انتشر على أنه تصريح لرئيس الوزراء الإيطالي "جوزيبي كونتي" يقول فيه: "انتهت حلول الأرض والأمر متروك للسماء"، في إشارة إلى ما وصفوه بإعلان إيطاليا فقداناً تاماً للسيطرة على تفشي فيروس كورونا وهو الأمر الذي نفاه مكتب روما في وكالة فرانس برس (2).

وفي تونس انتشرت أنباء عن طبيب تونسي في طريقه للوصول إلى دواء لكوفيد-19، وعمد البعض إلى فبركة فيديو يظهر المستشار الألمانية أنجيلا ميركل وهي تتحدث عن الطبيب التونسي وإنجازه.

الانتشار الواسع للفيديو المفبرك عبر وسائل التواصل الاجتماعي دفع بالخارجية الألمانية لتنفيذ الخبر في إعلان رسمي، عبر حساب موثق على تويتر للمركز الألماني للإعلام التابع لها (3).

وكانت منابر بعينها مصدراً لترويج الإشاعات واستخدام أسلوب السخرية والتهكم من أي مجهودات حكومية خاصة بالشأن المصري في التصدي لجائحة كورونا مثل قناة الجزيرة القطرية وميلها إلى التشكيك الدائم في قدرات الدولة المصرية على إدارة الأزمة أو محاولة التشكيك في الأرقام المعلنة من جانب الدولة المصرية الخاصة بالإصابات وحالات التعافي والوفيات، لدرجة أن بعض هذه المنابر قد اعتمد على دراسات غير علمية للزعم بأن مصر هي الدولة صاحبة المعدلات الأعلى في العالم من الإصابة بالوباء.

انتشار الاخبار المضللة على مواقع التواصل الاجتماعي دفع شركة الأمن السيبراني Check Point Software Technologies (4) الى نشر تقرير أشارت فيه إلى أنه منذ بداية العام

2020 تم إنشاء أكثر من 4000 موقع إلكتروني خاص بكورونا المستجد (كوفيد-19)، وحسب الشركة فإن 3% من هذه المواقع ضارة، و5% مواقع مثيرة للريبة والشك.

وعلى نفس النهج حذرت منظمة الصحة العالمية من وجود إيميلات تستهدف الإيطاليين بها عدد من الأدوية التي يزعم أنها تستخدم لعلاج كورونا، لكنها تحتوي على ملفات ضارة، بمجرد تحميلها على جهاز الكمبيوتر يتم اختراق الحسابات الخاصة.

الامر الذي دفع منظمة الصحة العالمية في بداية 2020، اعتماد القرار ج ص ع1-73⁽⁵⁾، الذي يدعو الدول الأعضاء إلى إتاحة محتوى موثوق عن كوفيد-19 واتخاذ تدابير لدحض المعلومات المضللة والخاطئة وتسخير التكنولوجيات الرقمية في شتى جوانب الاستجابة. كما يدعو القرار المنظمات الدولية إلى التصدي للمعلومات الخاطئة والمضللة في الفضاء الرقمي والعمل على التصدي للأنشطة الإلكترونية الضارة التي تقوّض الاستجابة الصحية للجائحة، ودعم إتاحة البيانات العلمية الدقيقة للجمهور.

وفي استجابة للقرار استخدمت وزارة الصحة المصرية صفحاتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع المواطنين لإدارة الأزمة، تنشر بها المعلومات والارشادات الصحيحة لتفادي انحراف المعلومات، فكانت وسيلة للأفراد الذين لجأوا إليها للحصول على المعلومات المؤكدة حول الفيروس، خاصة مع توالى احداث الجائحة الكارثية -عالمياً- وتأثيرها على قطاعات واسعة من السكان.

واصبحت وزارة الصحة المصرية السلطة التوجيهية والتنسيقية ضمن منظومة الأمم المتحدة فيما يخص المجال الصحي في مصر. وقامت الوزارة بالتعامل مع الأزمة عن طريق بناء قاعدة معلومات وتحديد اساليب التواصل مع الجمهور المستهدف، وكانت الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية على فيس بوك ملجأ أمن للمواطنين المصريين، حيث بدأت بالتحذير والنصح والارشاد، لينقلب الأمر مع تزايد الإصابات والوفيات الى نشر اشكال من المواد الاعلامية تحث الأفراد على ضرورة الالتزام بالتعليمات الصحية واتباع الإجراءات السليمة للوقاية من الوباء.

تطورت الصفحات الرسمية المصرية بالتزامن مع مبادرة شركة فيس بوك بإنشاء مركز معلومات إلكتروني عبر موقعها يحتوي على المعلومات الموثوق فيها حول الفيروس والتي مصدرها بالأساس منظمة الصحة العالمية وبيانات وزارات الصحة بكل البلدان حول العالم، وعند قيام أحد الأشخاص بمحاولة البحث عن أي موضوعات تتعلق بكوفيد 19، يتم تحويله مباشرة إلى مركز المعلومات وصفحة منظمة الصحة العالمية والصفحات الصحية المحلية التي تم ربطها بالمطورين الذين يتعاملون معها حول العالم، بهدف تطوير نظام رد تلقائي على تطبيق ماسنجر، يقوم بتوفير معلومات وإجابات مسبقة للرد التلقائي والفوري على استفسارات زوار هذه الجهات الحكومية عبر صفحاتهم على فيس بوك الامر الذي عزز بدفع المستخدمين الى اللجوء الى الصفحات الرسمية الموثقة للمؤسسات المعنية بدولهم او المؤسسات العالمية .

مشكلة الدراسة

فرضت التدابير المتخذة في جميع أنحاء العالم لمنع انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19)، على مناحي الحياة، واقعا جديدا تدور أنشطته في "الواقع الافتراضي"، ففي ظل التزام كثير من سكان العالم منازلهم ضمن إطار التدابير المتخذة لمنع انتشار الفيروس، بدأ كثيرون في قضاء مزيد من الوقت أمام شاشات الأجهزة الذكية لتتبع أخبار الوباء ومجريات الأحداث في بلدانهم والبلدان الاخرى وذلك في ظل الحقيقة العلمية التي تؤكد (*) ان الفرد ينشط اتصالياً وقت الازمات ليستمد من وسائل الاعلام المعلومات التي تجعله يأمن على نفسه وحياته.

وتحولت منصات وسائل التواصل الاجتماعي إلى خيار أول لأولئك الذين لا يريدون الانفصال عن محيطهم الاجتماعي أثناء البقاء في المنزل، مما جعل المتلقي يواجه كم هائل من المعلومات بعضها صحيح وكثير منها مغلوطة بما قد يؤدي الى مزيد من الارتباك وعدم اليقين وقت الكوارث والازمات، وفي مصر لجأ كثير من الافراد الى الصفحات الرسمية لوزارة الصحة على فيس بوك للحصول على المعلومات الحقيقية بعيداً عن التضليل الإعلامي بشأن الفيروس والذي انتشر بشكل كبير على عديد من الصفحات، الامر الذي القى مسؤولية كبيرة على المؤسسة الرسمية، **وفي ضوء ذلك تتحدد مشكلة الدراسة** في سعيها الى رصد وتحليل سمات الأنشطة والممارسات الاتصالية للصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك من خلال دراسة وتحليل عدة متغيرات تشمل الموضوعات التي تناولتها بالتغطية والتحليل واشكال عرض المحتوى المقدم ودلالاتها وخصائص وأنماط المصادر التي اعتمدت عليها الصفحات واتجاهاتها وانماط التفاعل بين الصفحات والجمهور بما يوضح ويحلل ويفسر الكيفية التي تناولت بها الصفحات مجريات الامور وتطوراتها وقدر الاهتمام الذي اولته الصفحات للحدث وذلك بهدف تحليل الاداء الاتصالي للصفحات واستخلاص دلائل وآليات واهداف توظيف هذا الاداء بهدف تحديد السمات العامة لمحددات التعامل مع الأزمة التي واجهتها وزارة الصحة -كمؤسسة رسمية من مؤسسات الدولة المصرية – من خلال ادارة خطة اتصالية عبر صفحاتها الرسمية في فترة استثنائية تمر بها البلاد والعالم اجمع.

اهداف الدراسة

انطلاقاً من المشكلة البحثية تسعى الدراسة الى تحقيق عدة اهداف نجملها فيما يلي:

- 1-دراسة الكيفية التي تناولت بها الصفحات المصرية الرسمية احداث أزمة فيروس كورونا المستجد، من خلال تحليل نمط التغطية لكل صفحة من الصفحات التابعة لوزارة الصحة المصرية.
- 2-رصد نمط الموضوعات المختلفة المثارة على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية في تعاملها مع أزمة فيروس كورونا المستجد.
- 3-الوقوف على المصادر المختلفة التي اعتمدت عليها صفحات الدراسة في التغطية اليومية لتطورات الأزمة

4- التعرف على الشخصيات التي حرصت على اظهارها صفحات الدراسة في تغطيتها لأحداث الأزمة.

5- التعرف على أبرز الاستراتيجيات الاتصالية التي تم توظيفها في المحتوى الاتصالي للصفحات الحكومية الرسمية ودلالاتها.

اهمية الدراسة:

1- دراسة الاداء الاتصالي للصفحات الرسمية الناطقة باسم مؤسسات الدولة في تعاملها مع الازمات يمكن ان يفيد في بحوث ودراسات وخطط وبرامج ادارة الازمات خاصة في ظل ما يمثله الآن اعلام الكوارث والازمات من اهمية كبيرة في هذه البحوث في إطار التعدد والتنوع الكبير لوسائل الاعلام التي تعمل في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة.

2- ان رصد كيفية التحرك الإعلامي الداخلي لإدارة الصفحات الرسمية للدولة لمرحلة مواجهه أزمة وبالتالي محاوله تقييم هذا الدور في ضوء معايير وادوار ووظائف الاعلام في اداره الازمات يمثل اهمية نظرية خاصة في ظل ضعف علاقات التعاون والتنسيق في مصر بين الجهات التي تقوم بالتخطيط لمواجهه الازمات والكوارث ووسائل الاعلام.

3- تتأكد ايضاً أهمية هذه الدراسة من كونها محاولة بحثية تتضمن أبعاداً كمية وكيفية للكشف عن حدود توظيف فيس بوك كأداة اتصال حديثة في تفعيل خدمات الجيل الثاني للحكومة الالكترونية في ادارة الأزمة والحد من تأثيرها.

4- يمكن الاستعانة بتلك النسب والإحصاءات والنتائج التي يتوصل اليها في اعداد تقارير حول الأداء الاتصالي المؤسسي.

5- كذلك تأتي أهمية هذه الدراسة انطلاقاً من أنها تنمي معرفتنا بظاهرة تخص أنماط معالجة الدولة المصرية لواحدة من أهم الاحداث الآنية وهي أزمة جائحة كورونا المستجد في أحداثها وتطوراتها، وهو مجال بحثي يجتذب جهود باحثين ويحتاج إلى تعميق معرفتنا بتطورات معالجة الدولة لأحداثه. خاصة في ظل التحول الى الحكومة الالكترونية وتطبيقاتها الرقمية.

الدراسات السابقة:

ناقشت عدة دراسات المعالجات الإعلامية المتصلة بموضوعات الصحة والأمراض والأزمات والقضايا الصحية، من حيث طرق وسمات وأطر تقديمها في الصحافة الرقمية والدور الذي أدته الصحافة في معالجتها وما يتصل بالقائم بالاتصال والجمهور في هذا الصدد، ويمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين في هذا الشأن:

المحور الأول: يتصل بالدراسات التي اهتمت بدور وسائل الاعلام الرقمية في نشر الوعي الصحي بين الجمهور وتحليل سمات وأطر تقديم القضايا الصحية في وسائل الاعلام، ومن ذلك دراسة خالد صلاح الدين 2021⁽⁶⁾، الى سعت الى التعرف على دور الشبكات الفاعلة على الإنترنت في تعريف المصريين من مستخدمي الإنترنت بالأبعاد الصحيّة، والاقتصادية، والاجتماعية لجائحة كورونا في إطار نظرية الفاعلين المؤثرين، باستخدام استمارة استبيان

طبقت على عينة متاحة قوامها 303 مفردة في إطار منهج المسح. وتوصلت إلى وجود اتجاهات إيجابية لدى المبحوثين نحو الدور التوعوي للشبكات الفاعلة بشأن جائحة كورونا. كما توقع المبحوثين أن يتعاطم الدور الصحي لتلك الشبكات في المستقبل؛ وبخاصة في ظل التطورات المتسارعة التي تتيحها الشبكات الاجتماعية لمستخدميها من حيث صناعة المحتوى، وإمكانية توظيفه في التوعية الصحية من الوبائيات والجوائح كما هي الحال في جائحة كورونا، كما توقع المبحوثين أن تتبنى الشبكات الفاعلة في المستقبل تطبيقات الصحة الإلكترونية.

دراسة عبد الملك الشهلوب 2020⁽⁷⁾، التي سعت الى التعرف على الدور الذي تؤديه وزارة الصحة السعودية في توعية أفراد المجتمع السعودي تجاه جائحة كورونا، ومدى فاعلية الوسائل والاساليب الاعلامية والاتصالية والانماط التكنولوجية المستخدمة من قبل الوزارة باستخدام اداة الاستبيان التي طبقت على 3313 مفردة في اطار منهج المسح، كشفت نتائج الدراسة تأكيد أفراد المجتمع السعودي على الفاعلية الكبيرة لأنماط التكنولوجيا المستخدمة من قبل وزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا والتي تمثلت في مقاطع الفيديو والصور، والرسوم التوضيحية، والرسوم البيانية، والانفوجراف، والفيديوغراف، والخرائط والرسوم الجغرافية، والصور المتحركة، والمقاطع الصوتية، والوسائط المتعددة.

دراسة حنان عبد الوهاب 2020⁽⁸⁾، والتي تناولت تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري، وتم تطبيق استبيان إلكتروني على عينة قوامها (400) مفردة، وتم تصميم مقاييس الدراسة بحيث تتضمن معرفة كثافة التعرض للمواقع الإخبارية ونوعياتها، ودوافع التعرض لها، ولرصد المزاج العام والشخصي (السلبى والإيجابى) وتوقعات المستقبل ودرجة الرضا عن الإجراءات الرسمية للتعامل مع أزمة كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية تعد مصادر المعلومات الرئيسة عن الأزمة، وجاءت الدوافع المعرفية فى مقدمة دوافع التغطية الإخبارية، ثم الدوافع الشخصية، وتصدرت دوافع الخوف والتوتر مستوى الدوافع الطقوسية لدى الجمهور، كما كشفت الدراسة سيطرة الحالة المزاجية السلبية على مستوى الموضوعات المثارة عن التغطية لأزمة كورونا بالمواقع الإخبارية، التي انعكست بدورها على المزاج العام والشخصي السلبى لدى الجمهور المصرى.

ودراسة ريم نجيب 2020⁽⁹⁾، التي بحثت فى دور الإنفوجرافيك المقدم فى الحسابات الرسمية لوزارة الصحة فى الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعى (تويتر) فى معالجة القضايا الصحية، بالتطبيق على موضوع فيروس (كورونا COVID-19) المستجد، ونشر التوعية الصحية بين أفراد المجتمعات العربية، وذلك فى الفترة الزمنية (من 1 مارس إلى 31 مايو 2020)، وتوصلت النتائج الى تفوق الصفحة السعودية فى حجم الاهتمام بالإنفوجرافيك الذى يعالج القضايا الصحية، يليها الصفحة الكويتية، ثم المصرية، واتبعت مواقع الدراسة الاسلوب الخبرى فى عرض المعلومات بالإنفوجرافيك ثم "الأسلوب التوعوى، وتصدرت "نسب وأعداد مرضى فيروس كورونا" COVID-19، مضمون الإنفوجرافيك، ثم "الإرشادات الوقائية من

فيروس كورونا-COVID"، واتفقت كل المواقع في استخدام الإنفوجرافيك التفاعلي في المقام الاول، يليه الإنفوجرافيك "الثابت" واخيراً "المتحرك".

وسعت دراسة خالد الفرغ 2019⁽¹⁰⁾ إلى التعرف على كيفية ومستوى استخدام وتوظيف وتقييم درجة مشاركة المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب – فيسبوك- تويتر) في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا وذلك باستخدام اداة تحليل المضمون في اطار منهج المسح، لتحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية لمدينة الملك عبدالعزيز الطبية، ومستشفى الملك فهد، ومدينة الأمير سلطان الطبية، ومدينة الملك سعود الطبية، ومستشفى قوى الأمن في الشبكات الاجتماعية (يوتيوب، وفيسبوك، وتويتر)

وبينت نتائج الدراسة أن % 73 من المدن لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن % 60 منها لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمرض كورونا، كما كشفت الدراسة أيضاً ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية للمنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلي، وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي.

ودراسة (Cory Bash, Rachel Ann & others) 2018⁽¹¹⁾، التي سعت الى دراسة سلوك المتلقيين في البحث عن المعلومات المرتبطة بالصحة العامة باستخدام ادوات البحث على الإنترنت، استخدم الباحثون الاستبيان بالتطبيق على عينة من الطلاب في تسع أقسام من الفصول الصحية في جامعة نيوجرسي الحكومية، وبينت نتائج الدراسة كثافة استخدام الطلاب لأدوات البحث على الإنترنت في كثير من الأحيان أو دائماً للحصول على المعلومات الصحية، وأن الإناث أكثر عرضة لاستخدام الإنترنت للحصول على المعلومات الصحية واستشارة أخصائي صحي وتأكيد المعلومات الصحية الي يجدونها لدى أخصائي صحي، وأن الإناث يقضون وقتاً أطول على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالرجال،

دراسة Yiefeng Hu 2017⁽¹²⁾، حول استخدام شبكة الانترنت في نشر المعلومات الصحية وتأثيرها على ادراك المصدقية والاستعداد للقيام بالسلوك المتوقع بعد معرفة الاخبار، من خلال المقارنة بين ما يقدم في المدونات والصفحات الشخصية والنشرات الاخبارية الصحية من معلومات ومواد صحية، ووضحت نتائج الدراسة ان المستخدمين كانوا اكثر ميلا للاعتماد على المعلومات الصحية الواردة من المواقع الالكترونية الرسمية اكثر من المدونات الشخصية كما ان المعلومات المنسوبة لطبيب متخصص اكثر مصداقية من المعلومات المنسوبة الى مصدر ذو خبرة او صاحب تجربة.

دراسة عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق زقروق 2016⁽¹³⁾، التي هدفت الى التعرف على كيفية معالجة الصحف المصرية الورقية والالكترونية لأزمة فيروس سي خلال الفترة من يناير 2014م إلى يناير 2016م، وقامت الدراسة بتحليل 730 عدد من كل صحيفة من صحف الاهرام والاعلام كمثلين عن الصحافة الورقية وصحف المصريين واليوم السابع كمثلين عن الصحف الالكترونية باستخدام اداة تحليل المضمون، وتوصلت الى تميز الصحف المصرية الالكترونية بتقديم المعلومات المباشرة لأزمة فيروس سي حيث تفوقت على الصحف

المصرية الورقية التي تميزت بتقديم المعلومات غير مباشرة وغير الواضحة لأزمة الفيروس وأكدت الدراسة على تميز التغطية الصحفية لصحف الدراسة بشكل عام بطابع التغطية السطحية والبعد عن التغطية المتعمقة، فاتسمت التغطية بالافتقار إلى التحليل والتفسير اللازم لفهم الازمات، كما اقتقرت هذه المعالجات إلى تقديم الخلفيات وربط الاحداث بسياقاتها الصحية والاجتماعية مما جعلها تبدو جزئية ومبتورة ومعزولة عن سياقها الامر الذي يطرح أشكالية تتعلق بمدى قدرة هذه المعالجات علي الوفاء بحق القاريء في المعرفة والتوعية وتكوين الراي وتحقيق وظائف الفهم ونشر الثقافة وزيادة مستوي الوعي وأداء دور تنموي فاعل في المجتمع.

ودراسة Ali S. Khan 2015⁽¹⁴⁾، عن مدى انتشار المعلومات الصحية عبر الشبكات الاجتماعية، والتي هدفت الى دراسة عمليات تبادل المعلومات الصحية والمعلومات الاكلينيكية عبر الوسائط الالكترونية واساليب جمع وتحليل البيانات غير المنظمة، وذلك بغرض تفعيل مفهوم المراقبة الحيوية الطبية Biosurveillance احد الوظائف المنوطة بوسائل الاعلام، وأكدت الدراسة في نتائجها ان التعامل مع مصادر المعلومات الالكترونية يواجه بعض التحديات اهمها ضرورة تعاون المتخصصين لتأكيد صحة المعلومات المنشورة وتوضيح السياق الذي ترد فيه المعلومات وتقييم موثوقه مصادر المعلومات.

دراسة محمد أحمد فياض 2015⁽¹⁵⁾، التي سعت الى رصد دور الاعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي بين الشباب في مملكة البحرين وما هي الدوافع والاشباع المتحققة من ذلك، وذلك باستخدام استمارة استبيان طبقت على عينة قوامها 210 من الشباب الاكثر استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي في مملكة البحرين، توصلت الى ارتفاع اعتماد الشباب لمواقع التواصل للحصول على المعلومات الصحية وقضايا الوعي الصحي على يوتيوب يليه تويتر ثم فيس بوك في المرتبة الثالثة بدافع التثقيف والتوعية الصحية وكانت الاشباع المتحققة من تعرض الشباب هي معرفه الامراض وطرق الوقاية منها.

دراسة زينب ابوطالب 2013⁽¹⁶⁾، عن شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي والتي سعت الى التعرف على مدى اعتماد الجمهور السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية مقارنة بالمصادر الاخرى وماهية التأثيرات المعرفية والسلوكية المرتبطة بهذا الاعتماد ومستوى الثقة في هذه الشبكات، تم استخدام استمارة استبيان طبقت على عينة قوامها 299 مفردة في مدينه الرياض، وتوصلت النتائج الى ان الاطباء والصيادلة ما زالوا المصادر المعتمدة والاكثر ثقة في الحصول على المعلومات لدى عينة المبحوثين وجاءت شبكه الانترنت في المستوى الثاني يليها الاهل والاصدقاء ثم القنوات التلفزيونية.

ودراسة فاطمة الزهراء محمد 2010⁽¹⁷⁾، عن "دور الصحف الإلكترونية السعودية في التوعية بالقضايا الصحية" والتي سعت الى تحديد ماهية وابعاد الدور الذي تلعبه المواقع الالكترونية للصحافة السعودية على شبكة الانترنت في التوعية الصحية للقضايا الاكثر الحاحا واهمية في المجتمع السعودي طبقاً للكتاب الإحصائي الصادر عن وزارة الصحة السعودية، وذلك باستخدام استمارة تحليل مضمون لكافة المواد المنشورة في اطار منهج المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة الى عدم استطاعة المواقع الالكترونية السعودية القيام بدورها المطلوب في

التوعية الصحية واكتفت بالوقوف عند مرحلة تقديم المعلومات فقط من خلال الاخبار القصيرة والقصص والتقارير الاخبارية حول القضايا الصحية ولم تهتم بمعالجة القضايا من خلال فنون التحقيق او الحملة او الاستمرار فيها بالشكل الذى يمكن ان يؤدي الى تعديل سلوك وتوجهات الجمهور وترشيد ممارساته في القضايا الصحية المختلفة.

دراسة هونج 2007 (18)، عن "التحكم في المعلومات وقت الازمات، استهدفت الدراسة المقارنة بين تغطية الصحف الصينية وشبكة الانترنت لازمة السارس، واستخدمت الدراسة تحليل المضمون حيث قامت بتحليل مضمون 727 قصة خبرية علي شبكة الانترنت وعينة من الصحف القومية والاقليمية الصينية، وتوصلت الدراسة إلي أن الاخبار تناولت أزمة السارس من خلال عدة أطر رئيسة هي الخطورة الصحية، الاهتمام الإنساني، الاطار الاقتصادي، انتساب المسؤولية، الابتكار.

دراسة همت حسن 2008 (19)، عن علاقة الانترنت بإدراك المراهقين للمخاطر الصحية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث: هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعرض المراهقين لشبكة الانترنت وإدراكهم للمخاطر الصحية الناشئة عن ذلك، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، واعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان في جمع بياناتها. توصلت إلى إنه إذا كانت للرسائل الاعلامية نتائج غير مرغوبة يكون لها تأثير أكبر على الاخرين، وان المعرفة بمضمون الرسائل الاعلامية يرتبط بتأثير الشخص الثالث حيث يعتقد الأفراد أن المعرفة بموضوع معين يجعلهم أكثر قدرة على حماية انفسهم التأثيرات السلبية لهذا المضمون.

دراسة مها الطرابيشي 2001 (20)، عن "انعكاسات التعرض للصحف الالكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي"، هدفت الدراسة قياس انعكاسات التعرض للصحف الالكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي من خلال التعرف على مصادر الحصول على المعلومات الصحية لدى الشباب ونوع المضامين والمعلومات الصحية المفضلة لديهم، استخدمت الدراسة المنهج التجريبي وتم تطبيق الدراسة على 60 مفردة من طلبة كلية الاعلام، و توصلت الدراسة إلى اعتماد الشباب الجامعي على الاطباء والصيدالدة بدرجة كبيرة كمصدر للحصول على المعلومات الصحية، وزيادة الاعتماد على مصادر الاتصال الشخصي فى الحصول على المعلومات الصحية، وزيادة الاعتماد على الانترنت كوسيلة اتصال حديثة فى الحصول على المعلومات الصحية .

المحور الثانى يتصل بالدراسات التى تناولت تحليل مسار تطور اعلام الازمات واستخدام المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعى فى إدارة اتصال الأزمات

مثل دراسة مايسة حمدي 2020 (21)، عن تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونيا (EWOM) عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا على مستوى الأمن النفسى للمبجوثين، باستخدام الاستبيان الإلكتروني، الذى تم تطبيقه على عينة عمدية متاحة قوامها (400) مفردة من مستخدمى الفيسبوك فى اطار منهج المسح،، وتوصلت الدراسة إلى ان طبيعة الكلمات المنطوقة من قبل جهات اتصال المبجوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة

أزمة فيروس كورونا كانت إيجابية في المقام الأول بنسبة مرتفعة بلغت 71%، وفي الترتيب الثاني جاءت الكلمات المحايدة بنسبة 26%، أما الكلمات السلبية فقد تراجعت إلى الترتيب الأخير بنسبة ضعيفة جداً بلغت 3% فقط، وكان مستوى الأمن النفسي للمبحوثين متوسطاً بنسبة 73.2%، يليه المستوى المرتفع بنسبة 24.3%، بينما انخفض مستوى الأمن النفسي لدى 2.5% فقط من أفراد العينة رغم ظروف الأزمة، وأكدت الدراسة على وجود علاقة ارتباط طردية دالة إحصائياً بين طبيعة الكلمات المنطوقة (إيجابية/ سلبية) من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة كورونا ومستوى الأمن النفسي لديهم.

دراسة يحيى بن العربي 2018 (22)، عن ادارة اتصال الازمات في زمن الشبكات الاجتماعية التي ركزت على فهم آليات الاتصال الجديدة في استباق وادارة الازمات في زمن الانترنت، ودراسة تأثير تطبيقات الويب 2.0 كالتبكات الاجتماعية على تطور إدارة اتصال الازمات، توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها تحول الويب من وسيلة اتصال حول الازمة الى مصدر ممكن انتاج الازمة وهو ما عجل بظهور مفهوم الازمات 2.0، بخصائص جديدة، حيث صار الحديث عن مصطلح اطلق عليه (مفهوم المخاطرة الدائمة)، ايضاً ادى الى ظهور اتصالية اجتماعية جديدة تتسم بالاتصال غير المتوازن وخدمات غير محدودة غيرت دور الفاعلين التقليديين في تسيير الازمات وتنامي دور هذه المنصات الاجتماعية في صناعة الاعلام والدعاية أثناء الازمات.

دراسة داليا عبد الله 2017 (23)، عن استخدام المنظمات العاملة في مصر لوسائل التواصل الاجتماعي في اتصال الازمة واتجاهاتهم نحوها والتي سعت الى فهم دور وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر - المدونات - اليوتيوب) في الازمات وذلك من خلال بحث مدى الاستخدام الفعلي لهذه الوسائل من قبل المنظمات العاملة في مصر في أزمت مسبقه ومدى الاستعانة بها ضمن خططهم للآزمات المحتمل حدوثها وتبين النتائج أن جميع المنظمات تستخدم الفيسبوك يليه اليوتيوب ثم تويتر ثم المدونات التي تضاعف بشكل عام استخدام المنظمات عينة الدراسة للمدونات (25.3%) وربما يرجع ذلك لضعف إقبال الجمهور على استخدامها والتفاعل من خلالها بالمقارنة بالفيسبوك الذي يستحوذ على اهتمام المنظمات وأفراد الجمهور على حد سواء وتعكس نتائج الدراسة أنه على الرغم من أن 42 منظمة فقط استخدمت بالفعل وسائل التواصل الاجتماعي في اتصالات أزمت سابقة إلا أنه في المتوسط 66 منظمة تقريباً لديها اتجاه إيجابي نحو احتمالية استخدام هذه الوسائل في المراحل المختلفة لإدارة الأزمة.

دراسة انجي ابو سريع 2017 (24)، عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ادارة الازمات، والتي سعت الى رصد وتحليل وتقييم الاتجاهات البحثية التي تناولتها الدراسات المعنية بقضية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ادارة الازمات من خلال تتبع الدراسات الحديثة في الفترة الزمنية ما بين عام 2000 الى عام 2017 بهدف تقديم رؤية تحليلية متعمقة للتوجهات البحثية في مجال الدراسة وذلك بالكشف عن اهم القضايا الرئيسية والفرعية التي

تناولتها هذه الدراسات والمداخل الفكرية والاطر النظرية التي انطلقت منها والادوات المنهجية التي اعتمدت عليها وكذلك النتائج التي توصلت اليها.

دراسة شيماء السيد 2016⁽²⁵⁾، التي هدفت الى تقديم إطاراً نظرياً برؤية متكاملة عن اتصالات الأزمات والكوارث عبر وسائل الإعلام الاجتماعي من حيث المفهوم والأهمية، الوظائف، والسلبيات مع دراسة مداخلها النظرية. وقد استعرضت الباحثة مجموعة من دراسات الحالة لأزمات مؤسسية وأخرى ناجمة عن مخاطر صحية وكوارث طبيعية. وتعكس هذه الحالات ممارسات إيجابية وأخرى مرتبكة في مجال استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، للتعلم من خبرات وممارسات الآخرين عبر كشف نقاط القوة والضعف فيها Practical Knowledge ، والتعرف على استراتيجياتهم الاتصالية في الاستجابة ومدى فاعليتها في احتواء الموقف والحد من التداعيات السلبية للأزمة أو الأزمة. ووضعت الباحثة نموذجاً يترجم الدروس المستفادة من استعراض الإطار النظري ودراسات الحالة، حيث يوضح المعايير والنقاط الاستراتيجية التي يمكن أن تساعد منظمات الأعمال والجهات المعنية على تحسين كفاءة وجودة جهودها الاتصالية لإدارة اتصالات الأزمات والكوارث عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، في إطار المراحل المختلفة لدورة حياة الأزمة.

دراسة سمر صادق 2015⁽²⁶⁾، عن العلاقة بين التماس الشباب المصري للمعلومات عبر موقع الفيس بوك وقت الأزمات، واستهدفت الدراسة تحرى العلاقة بين التماس المعلومات عبر موقع الفيس بوك- بوصفه الشبكة الاجتماعية الأكثر استخداماً بين الشباب المصري-وبين إدراك الشباب لأزمة ستاد بورسعيد التي اندلعت عام 2012، وقد اعتمدت الدراسة التي تم تطبيقها باستخدام منهج المسح على عينة عمدية قوامها 394 مفردة ممن تتراوح أعمارهم بين 18 و30 سنة، وذلك باستخدام صحيفة استقصاء، وتمثلت أبرز نتائج الدراسة في وجود علاقة بين كثافة استخدام الموقع و بين مستوى إدراك الأزمة محل الدراسة، و زيادة نسبة استخدام الباحثين للفيس بوك وقت الأزمات مقارنة بالأوقات العادية، بما يشير لضرورة استفادة مؤسسات الدولة المختلفة من الشبكات الاجتماعية كأداة جديدة يمكن استثمارها في إدارة الأزمات.

دراسة Hans Bickes ,Tina Otten, 2014⁽²⁷⁾، عن الدور الذي تقوم به الصحافة الالكترونية في تكوين اتجاهات الجمهور نحو الازمات من خلال تحليل كيفية تقديم الموضوعات الصحفية المرتبطة بالازمة وذلك بتحليل مواد الراى حيث قامت الدراسة بتحليل 122 مقالاً في النسخة الرقمية لمجلات الايكونمست البريطانية، ودير شبيجل الالمانية، والتايم الامريكية (لمعرفة اتجاهات الراى العام الالمانى تجاه الازمة المالية اليونانية وكشفت نتائج الدراسة أن التغطية الصحفية للموضوعات جاءت في أغلبها إخبارية، وأنها افتقرت للتحليل والتفسير، كما أشارت نتائج الدراسة إلى التركيز على جوانب دون أخرى في اطراف الصراع مما جعل التغطية الصحفية تنسم بالتحيز وعدم الموضوعية

دراسة An Seon-Kyoung, 2014⁽²⁸⁾، للتعرف على تأثير توظيف القصص الاخبارية في التحكم في الغضب الشعبي الناتج عن حدوث الازمات، من خلال دراسة شبة تجريبية قامت بتصميم قصص اخبارية تحتوى على استراتيجيات اقناع مثل الاعتراف بالمسؤولية الفردية،

الاعتراف بالأزمة واتخاذ كافة الإجراءات التصحيحية، هذه القصص دارت حول أزمة تتعلق باستدعاء نتيجة تلف بعض اجهزة الكمبيوتر المحمولة نتيجة سوء صنع البطاريات مما سبب خسائر فادحة للأفراد والشركة طبقت الدراسة شبه التجريبية على 230 طالب في كليات الاعلام وخلصت الى تفضيل المبحوثين تعامل المنظمة مع الازمة باعتبارها المسؤولة عن حدوثها منفردة بغض النظر عن توجيه اللوم لبعض الافراد الذين ساهموا في الازمة.

ودراسة محمد الباز 2013⁽²⁹⁾، حول تكتيكات الموائمة المهنية في صياغة اخبار الازمات عبر خدمة الرسائل القصيرة SMS والتي سعت الى تحليل كيفية توفير منتجي الرسائل الاخبارية القصيرة عبر المحمول بين القيم المهنية والضرورات المجتمعية والسياسية فيما يتعلق بالتغطية العاجلة لأخبار الازمات وما يستتبع ذلك من اتباع تكتيكات فنية معينة يكون من شأنها ان تساهم في تحقيق هذا التوافق، وكيفية ادارة هذه الخدمة وتطورها والمتغيرات المتحكمة في جلب الاخبار وصياغتها وذلك من خلال رصد وتحليل وتفسير واقع الخدمات الاخبارية عبر رسائل المحمول القصيرة لشبكات صحف الجمهورية والدستور واليوم السابع والشعب واخبار مصر، باستخدام ادوات تحليل الخطاب في اطار منهج المسح والمنهج المقارن في فترة زمنية مدتها اسبوعين من 14 الى 31 يناير 2013 وتوصلت الى ان كثيرا من الخدمات تقع في اخطاء واضحة تضطر المؤسسة بعد ذلك الى تصويبها وترى الدراسة صعوبة الموائمة بين تحقيق القيم المهنية وتحقيق السرعة والسبق في بث الخبر ولا بد من التضحية بأي منهما.

دراسة محمود احمد لطفى وهاجر شعبان 2013⁽³⁰⁾، حول استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام اثناء الازمات الطارئة التي سعت الى معرفة الدور الذي تقوم به الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام المصري بالتطبيق على النخبة المصرية نموذجا، اثناء الازمات السياسية الطارئة بالتطبيق على أزمة الدستور المصري باستخدام استمارة استبيان طبقت على عينة من 100 مفردة من الأكاديميين والاعلاميين ذكور واناث وتوصلت الى ثقة النخبة في المعلومات عبر مواقع التواصل وعدم وجود فروق بين الذكور والاناث في مدى ثقتهم في المعلومات.

دراسة سلوى سليمان 2013⁽³¹⁾، والتي استهدفت دراسة الدور الذي قامت به صفحات الجيش والشرطة على الفيس بوك لإدارة الأزمة التي تلت ثورة 30 يونيو، وكذلك معرفة مدى اعتماد الجمهور على هذه الصفحات وقت الأزمة كمصدر للمعلومات، و مدى قدرة القائم بالاتصال على إدارة الأزمة واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للاتصال بال جماهير المستهدفة، وإمدادهم بالمعلومات ومواجهة الشائعات، بالاعتماد على منهج المسح، وتوصلت الدراسة الى ان الصفحات المدروسة استخدمت إستراتيجيات مناسبة للموقف المطروح؛ مثل استخدام إستراتيجية مواجهة الشائعات، كما استُخدمت هذه الصفحات كوسيلة للتواصل مع الجماهير بأخر المستجدات والتنبيهات مثل الالتزام بحظر التجوال واتضح أن النسبة الأكبر من المبحوثين تتفاعل مع صفحات الجيش والشرطة، ويعتمدون عليها كمصدر للمعلومات بدافع الفهم والتوجيه، كما أنهم يعتمدون على هذه الصفحات كمصدر للمعلومات وقت الأزمات بسبب ثقتهم فيها وبسبب مصداقيتها لديهم.

ودراسة محمد شومان (2001)⁽³²⁾، عن تحليل مسار تطور اعلام الازمات والكوارث التي توصلت الى تجاهل بحوث اعلام الازمات واتصال الازمات والكوارث للأدوار المختلفة للاتصال والاعلام اثناء مواجهة الازمات والكوارث وركزت على ادوار التحذير وكسب التأييد والتعاطف وتركت قضايا عديدة ترتبط بأثار وتداعيات الازمات والكوارث واسبابها علاوة على الدروس المستفادة ودور الاعلام في التعامل مع هذه الابعاد الاخرى المرتبطة بالازمات والكوارث، واهمها تقديم المعلومات كاملة وبوضوح حتى يمكن تجنب الشائعات والمعلومات المغلوطة التي تزيد من سوء الفهم والغموض حول الازمة وبالتالي تعرقل فاعلية مواجهتها والبعد عن التعبيرات والاستجابات الانفعالية من جانب المصادر التي تدلى بالمعلومات إلى وسائل الإعلام.

المدخل النظري للدراسة

تم الاعتماد على اطار نظري لتحليل فعالية ادارة الصفحات لأزمة جائحة كورونا المستجد تتوافر فيه عناصر التكامل والشمول بين ادبيات الكوارث والازمات من جهة وادبيات وتقاليذ الممارسة الصحفية من جهة ثانية، وقد وقع الاختيار على نظرية "ادارة الموقف المشكل" Situational Theory of Problem Solving (STOPS)، التي ظهرت في النصف الاول من القرن العشرين، واهم روادها (Fiedler, Reddin, Weschler, G)، وقام بتطويرها كل من Kim-J.N and Grunig في 2011، وتقدم النظرية طريقة منطقية منظمة يمكن الاعتماد عليها في تحليل كيفية توظيف وسائل الاعلام في متابعة الاحداث ومدى فاعلية المعلومات التي تقدم من خلالها حول الموقف المشكل الذي تخلقه الازمات والكوارث وبالتالي يمكن تقييم مدى كفاءة وفاعلية أداء مؤسسة ما في قيادة الاتصال عبر وسائل الاعلام في مراحل تعاملها مع الكوارث والأزمات⁽³⁴⁾.

ويعرف، Yetton "الموقف المشكل"⁽³⁵⁾ بأنه "تصرف رسمي تبديه احدى المؤسسات او الكيانات او الدول تجاه حالة بها كثير من الاضطراب مثل حالات الصراع والحروب والفواجع وهى المواقف التي ترتبط بالأزمة، مما يلخص فلسفة المؤسسة او الدولة في تعاملها مع ازمة محددة، وهذه النظرية حازت على اهتمام باحثي علم السياسة والاجتماع وعلوم الادارة ومنها ادارة وسائل الاعلام.

واكد Crosby ان الغاية من دراسة الموقف المشكل هو تقدير واقعي لمستوى وفاعلية اداء المؤسسة المعلن تجاه قضية معينة او ظاهرة او ازمة، ووضح، Schermerhorn، ان تقدير الموقف يكون من خلال عملية تحليل مركبة للسلوك الاتصالي للمؤسسة اثناء مواجهتها لموقف مشكل يثير الاضطراب والارتباك والذي تتوقف عليها عملية رسم الاستراتيجيات الاتصالية المستقبلية⁽³⁶⁾.

يشمل تقدير الموقف تحليلا كاملا لأسباب الازمة وتطورها وتحديد شامل للقوى الصانعة للازمة والمساعدة لها ثم تقدير القدرات والامكانيات المتاحة لدى الجهة المسؤولة عن مراحل ادارة الازمة من خلال جمع المعلومات الدقيقة عن ابعاد الازمة، والتنبؤ باحتمالات تطورها وامكانية السيطرة عليها بوضع الخطط والبدائل وفق معايير معينة.

وتعد نظرية ادارة الموقف المشكل أحد النتائج البارزة لمدخل النظم المفتوحة الذي يسمح للقيادات الادارية بالتعامل مع مستجدات البيئة الخارجية ومع التطورات الحاصلة في العالم، الامر الذي تستطيع منه هذه النظرية ان تفسر السلوك المتغير للمؤسسات والجهات المختلفة في إدارة المعرفة وقت الازمات

وتقترض النظرية تشابه العمليات الادراكية والمعرفية عند المتلقين في ادراك المشاكل والمواقف المتعارضة التي تتطلب اهتماماً معيناً وسلوكاً محدداً، وتقترح النظرية مدخل من ثلاثة مراحل معرفية لدراسة وتحليل توظيف وسائل الاعلام في إدارة المعرفة وقت الازمات والكوارث، وطرق التأثير في الراى العام، هي: الاول دراسة اسباب الأزمة، والثاني دراسة نتائج الأزمة، والثالث دراسة الحلول المطروحة⁽³⁷⁾.

وتستخدم الباحثة هذه النظرية في دراسة وتحليل الاداء الاتصالي للصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية على فيس بوك في تعاملها مع جائحة فيروس كورونا المستجد ومدى التوازن في عرض وتحليل مراحل الأزمة بدأ بمرحلة الاستعداد والوقاية، مرحلة المواجهة واحتواء الاضرار واخيراً مرحلة التعلم واستعادة النشاط.

كما توظف الدراسة **المدخل الوظيفي** الذي يعد أحد المداخل الأساسية لدراسة وظائف وسائل الإعلام، فالمفاهيم التقليدية للاتصال قادت بحوث الإعلام والاتصال إلى توجيهين هما: - توجه بحثي معني أساساً بالتأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام الجماهيرية من خلال محاولة اكتشاف ما تفعله هذه الوسائل بالجمهور.

- توجه بحثي معني أساساً بوظائف وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال البحث عما تفعله هذه الوسائل من أجل الجمهور، ولكنها جميعاً تجيب عن أسئلة خاصة بالوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع، ويتم في ضوء هذا المدخل فهم وتفسير أنماط الوظائف التي تقدمها صفحات وزارة الصحة من خلال ما تطرحه من محتوى إعلامي من أجل تحقيق تأثيرات محتملة.

التعريفات الاجرائية للدراسة

الاداء الاتصالي: يقصد به مجموعة الأنشطة والممارسات الاتصالية التي تقوم بها صفحات وزارة الصحة على فيس بوك قبل وأثناء الأزمة، بشكل مقصود وهادف بهدف إدارة المعرفة التي تقدم للجمهور، التي يكون مضمونها موضوع الأزمة التي تواجهها البلاد، وذلك بهدف توعية وتغيير سلوك الجمهور.

الأزمة: تعني المحنة المفاجئة، التي تترك آثارها على النظام الاجتماعي والسلوك الفردي، وتخل بالتوازن الطبيعي للأمور، وتهدد المصالح القومية للبلاد، وتشارك في مواجهتها كافة أجهزة الدولة⁽³³⁾، ونقصد بها جائحة فيروس كورونا المستجد.

تساؤلات الدراسة:

تأسيساً على مشكلة الدراسة واتساقاً مع أهدافها وانطلاقاً من اعتماد الدراسة على أدوات التحليل الكمي والكيفي، تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- 1- ما نسب حضور انماط الفنون التحريرية داخل التغطية الصحفية لكل صفحة؟ وما دلالات ذلك في التعبير عن توجهات كل صفحة إزاء الاحداث؟
- 2- ما طبيعة مصادر الموضوعات الصحفية التي اعتمدت عليها الصفحات الرسمية في تغطية أحداث الفيروس، وما حدود الاتساق أو الاختلاف بين الصفحات المختلفة التابعة للوزارة المصرية، وما دلالات ذلك؟
- 3- ما الأبعاد الصحية (اهم المضامين) التي ركزت عليها الصفحات الرسمية في إطار التغطية الصحفية لأحداث الفيروس؟ وما حدود الاتساق والاختلاف بين الصفحات وما دلالات ذلك؟
- 4- ما وظائف المضامين التي ركزت عليها الصفحات الرسمية في إطار التغطية الصحفية لأحداث الفيروس؟ وما حدود الاتساق والاختلاف بين الصفحات وما دلالات ذلك؟
- 5- ما نوع وسمات الشخصيات التي نسبت لها الصفحات الرسمية لوزارة الصحة أدواراً وصفات في تغطيتها لأحداث الجائحة، وما أثر ذلك في بناء رسائل ومعاني، وما حدود الاتساق أو الاختلاف بين الصفحات الرسمية وما دلالات ذلك؟
- 6- كيف توظف الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية الاستمالات الإقناعية (العاطفية –العقلية) في المحتوى المنشور وما حدود الاتساق والاختلاف بين الصفحات، وما دلالات ذلك؟
- 7- ما أبرز الخدمات الاتصالية التفاعلية التي ظهرت في المحتوى الاتصالي على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية وما حدود الاتساق والاختلاف بين الصفحات وما دلالات ذلك؟
- 8- ما مدى التوازن في ادارة الصفحات الرسمية لوزارة الصحة للمحتوى المنشور والمعبر عن ابعاد وجوانب الأزمة (الأسباب، النتائج، الحلول المطروحة)، بما يعطى مؤشراً على مدى اهتمام الصفحات بتطورات الجائحة؟ وما حدود الاتساق أو الاختلاف بين صفحات الدراسة في هذا الصدد؟
- 9- ما مدى التوازن في وظيفة المحتوى المنشور خلال مراحل الأزمة (مواجهة الأزمة واحتواء الاضرار، استعادة النشاط والتعلم) بما يعطى مؤشراً على مدى اهتمام الصفحات بمراحل التخطيط الإعلامي بتطورات الجائحة؟ وما حدود الاتساق أو الاختلاف بين صفحات الدراسة في هذا الصدد؟
- 10- ما أبرز الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في عرض المحتوى وما حدود الاتساق والاختلاف بين الصفحات، وما دلالات ذلك؟

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على إطار منهجي يتسق وأهدافها، ويدعم عملية الوصول إلى نتائج ذات جدوى وصلة مباشرة بالمشكلة البحثية، حيث توظف الباحثة منهج المسح باعتبار ما يمنحه من إمكانيات رصد وتحليل المضمون الصحفي على امتداد فترة زمنية بأسلوب الحصر الشامل، كما اعتمدت الباحثة على المنهج المقارن فيما يخص سياقات المقارنة بين الصفحات بعضها وبعض، وذلك من أجل الاجابة على بعض اسئلة الدراسة.

عينة الدراسة

تتناول هذه الدراسة احداث وتطورات وتدايعات انتشار فيروس كورونا المستجد كما قدمتها الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية، وذلك في الفترة من اول يناير 2020 حتى 1 يونيو 2021.

تمثل هذه الفترة الزمنية مرحلة هامة في مراحل وجود الجائحة في مصر، فتاريخ اول يناير هو بداية الاهتمام الحقيقي والوجود الفعلي للتغطية الصحفية التصاعديّة للجائحة على صفحات الوزارة، وتاريخ 1 يونيو يمثل بداية التغير الفعلي لوجود الفيروس ونشاطه حيث يمثل انتهاء - ما استقر عليه صحياً - الموجة الثالثة من الجائحة وذلك طبقاً لتصريحات وزارة الصحة المصرية ومنظمة الصحة العالمية، حيث يشهد العالم انحسار في معدلات الإصابة.

وهذا التحديد الزمني يوافق مراحل تطور الأزمة بداية بمرحلة المواجهة؛ فاحتواء الاضرار ؛ ولكنه لا يتطرق الى مرحلة "استعادة النشاط والتعلم" على اعتبار ما تقدمه التوقعات المرئية لمؤسسات التخصص بالقطاع الصحي بأن الأزمة مستمرة.

اسلوب التحليل

اعتمدت الدراسة اسلوب الحصر الشامل لكل المواد المنشورة على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية حول احداث وتطورات جائحة فيروس كورونا المستجد، وذلك حرصاً على ان تأتي النتائج وهي تتسم بأكبر قدر من الصدق والدقة والموضوعية للأزمة. واهتمت الباحثة بالتحليل الكيفي إلى جانب المؤشرات الكمية التي جاءت نتيجة استخدام تحليل المضمون لمواد الصفحات.

أداة جمع البيانات

تم استخدام تحليل المضمون الكمي والكيفي كأداة بحثية في إطار هذه الدراسة للوقوف على خصائص مضمون المواد الاعلامية التي نشرتها صفحات الدراسة في إطار تغطيتها لتطورات جائحة كورونا المستجد كوفيد 19، الى جانب رصد وتصنيف المصادر التي اعتمدت عليها الصفحات المدروسة في التغطية الاعلامية.

وقد تم تصميم استمارة التحليل بحيث تتضمن عدة فئات اساسية حول الاحداث مع الوضع في الاعتبار انها ليست شاملة ولا نهائية، اذ تم تطوير فئات الاستمارة على امتداد فترة التحليل

وذلك بالإضافة والحذف، بمعنى حذف الفئات التي لم ترد في الصفحات واطافة كل فئة جديدة تظهر اثناء التحليل بحيث في النهاية لم تتضمن الاستمارة فئات ذات تكرار صفري وايضا لم تتضمن فئة "اخرى"، وذلك بهدف رصد كل مضامين المواد المنشورة لدراسة الاداء والانشطة والممارسات لصفحات الدولة المصرية بتفاصيلها كافة وعلى نحو بالغ الدقة.

وعليه تضمنت استمارة تحليل المضمون سبع فئات رئيسية هي:

1- فئة الأبعاد الصحية التي تناولتها الصفحات الرسمية (موضوعات المحتوى): وترتبط باطار الفكرة العامة التي يشير اليها المحتوى المنشور، وقد ضمت تحتها 22 فئة فرعية تمثلت كل جوانب الموضوعات التي تناولتها الصفحات حول الحدث.

2- فئة انماط الفنون التحريرية: وتوزعت فئاتها على سبع فئات تمثلت في (نصوص - صور ثابتة - صور متحركة (منزقة) - فيديو - فيديو جراف - انفوجراف - أكثر من نمط)

3- فئة مصادر الموضوعات: وتوزعت فئاتها على خمس فئات تمثلت في (تقارير إعلامية- دراسات وابحاث - ملاحظات ميدانية -خبراء - تصريحات رسمية)

4- فئة الشخصيات البارزة في المحتوى المنشور: والتي تشكل بجانب فئة الموضوع بناء او تكوين المحتوى فعادة لا يخلو المحتوى الصحفي من شخصيات تكمل تكوين بناء الفنون الصحفية وتعتبر المحركة للحدث او الموضوع، وتم تصنيف الشخصيات الى تسع فئات: (مسؤولون رسميون -خبراء ومتخصصون -جيش مصر الأبيض - مصابون - متعافون - طلاب ودارسون -أطفال ما قبل الدراسة -اسر الضحايا والمصابين - مواطنون)

5- فئة وظائف المضامين المعروضة وتوزعت فئاتها على ثلاث مراحل هي: مرحلة الاستعداد والوقاية (التأثيرات غير المباشرة او طويلة المدى)، ومرحلة مواجهه الأزمة - احتواء الاضرار (التأثيرات المباشرة او قصيرة المدى)، ومرحلة استعادة النشاط والتعلم.

6- فئة اساليب الاقناع المستخدمة: وتوزعت فئاتها على فئتين فرعيتين (الاستمالات العقلية: تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الحجج والبراهين والشواهد المنطقية، وتشمل: (الأدلة والشواهد، الحقائق العلمية، الأرقام والإحصائيات)، وفئة الاستمالات العاطفية: تعتمد على التركيز على وتر العاطفة للجمهور المستهدف. وتشمل: (المسؤولية الاجتماعية، التعاطف، التخويف).

7- فئة الإستراتيجيات الاتصالية التي توظفها الصفحة: وتنقسم الى فئتين: الإستراتيجية المعلوماتية الأحادية، والإستراتيجية التفاعلية ثنائية الاتجاه، وسيتم قياس حجم تفاعل الصفحة مع الجمهور من خلال معدل الرد على تعليقات الجمهور.

ورغم الطابع الكمي المسيطر على استخدامات تحليل المضمون في الدراسات الاعلامية الا ان هذا البحث يهتم بالتحليل الكيفي للبيانات والمؤشرات الكمية التي توصل اليها ومن ثم يسعى الى المزوجة بين المؤشرات الكمية والدلالات الكيفية

نتائج الدراسة التحليلية

ونعرض نتائج الدراسة التحليلية للصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية بما يوضح مباشرة الاجابة على تساؤلات الدراسة، وذلك على النحو التالي:

1- اولاً: ما الأبعاد الصحية (اهم المضامين) التي ركزت عليها الصفحات الرسمية في اطار التغطية الصحفية لأحداث الفيروس؟ وما حدود الاتساق والاختلاف بين الصفحات وما دلالات ذلك؟

جدول رقم (1) الأبعاد الصحية التي تناولتها الصفحات الرسمية (موضوعات المحتوى المنشور)

صفحة المتحدث الرسمي	صفحة وزارة الصحة	التكرار/ النسبة	موضوع المحتوى المنشور
60	99	ك	ما هو فيروس كورونا المستجد
%3.3	%4.2	ن	
46	76	ك	الفرق بين كورونا المستجد والانفلونزا العادية
%2.5	%3.2	ن	
83	133	ك	ارشادات الوقاية من الفيروس
%4.6	%5.5	ن	
40	107	ك	طرق العدوى بالفيروس
%2.3	%4.5	ن	
67	109	ك	أعراض الإصابة بالفيروس
%3.8	%4.5	ن	
49	88	ك	فترة حضانة الفيروس
%2.7	%3.7	ن	
43	113	ك	تعليمات للشخص المخالط لحالة مؤكدة الاصابه
%2.4	%4.7	ن	
37	70	ك	أماكن انتشار الفيروس
%2.1	%2.9	ن	
38	109	ك	طرق رفع كفاءة الجهاز المناعي
%2.2	4.5	ن	
32	79	ك	طرق التعقيم للأسطح
%1.7	%3.3	ن	
55	110	ك	النظافة الشخصية وطرق التطهير للأيدي والإجراءات الاحترازية
%3.2	%4.6	ن	
104	104	ك	التعاون الداخلي مع قطاعات ومؤسسات الدولة لدعم منظومة الرعاية الصحية
%5.8	%4.3	ن	
104	104	ك	التعاون الخارجي مع دول أخرى في القطاع الصحى
%5.8	%4.3	ن	
150	158	ك	خطوات التواصل مع وزارة الصحة لمتابعة مصابي فيروس كورونا في العزل المنزلى
%8.4	%6.6	ن	
420	420	ك	أرقام الإصابات والوفيات وكل الإحصائيات اليومية الخاصة بالفيروس
%23.5	%17.5	ن	
90	90	ك	استعدادات المستشفيات الحكومية لعلاج المصابين
%5	%3.8	ن	

20	30	ك	أعمال التطهير لكافة المستشفيات التي ظهرت فيها الحالات
%1.3	%1.5	ن	
30	57	ك	أماكن العزل الحكومي والخاص والميداني وتجهيزاتها
%1.7	%2.4	ن	
15	25	ك	الفحوصات الخاصة بالمرض وأسعارها وأماكن وجودها
0.8	%1.04	ن	
100	100	ك	كيفية تلقي لقاح فيروس كورونا المستجد
%5.5	%4.2	ن	
108	108	ك	نشاط فريق "التواصل المجتمعي"
%6	4.4	ن	
109	112	ك	رسائل طمأنة (حملة معا نظمنا)
%6.1	4.7	ن	
1800	2400	ك	المجموع
%100	%100	ن	

يتضح من الجدول السابق رقم (1) والخاص بمضمون الموضوعات المنشورة على صفحات وزارة الصحة الرسمية بموقع فيس بوك حول فيروس كورونا المستجد وتداعياته، انه قد بلغ عددها الإجمالي (2400) موضوعاً أصيلاً (غير مكرر) في صفحة الوزارة الرسمية، و1800 موضوعاً أصيلاً على صفحة المتحدث الرسمي باسم وزارة الصحة توزعت بنسب متفاوتة على 22 فئة للمضمون، وجاء في الترتيب الأول منها الموضوعات التي عبرت عن أرقام الإصابات والوفيات وكل الإحصائيات اليومية الخاصة بالفيروس، بلغ عددها 420 منشوراً من إجمالي الموضوعات المنشورة حول الفيروس بنسبة 17.5%، في صفحة الوزارة ونسبة 23.5% في صفحة المتحدث الرسمي، وقد تمثل مضمون هذه المنشورات في: محتوى المؤتمر الصحفي الذي دأبت على عقده وزيرة الصحة يومياً منذ الخامس والعشرون من فبراير 2020 وينشر على الصفحة في شكل نص مرفق معه فيديو، والذي تحول في 3 مارس الى مؤتمر افتراضي يعقد من خلال تطبيقات الانترنت منذ صدور قرار مجلس الوزراء المصري بمنع الاجتماعات والتجمعات، وذلك للإعلان عن الإحصائية اليومية التي تشمل عدد المتعافين وعدد الإصابات الجديدة والوفيات، ثم اتجهت الصفحات بعد ذلك بدأ من 16 مارس في نشر مضمون المؤتمر في شكل انفوجراف يومي يكفي بتسجيل الأرقام الدالة على اعداد المتعافين والاصابات و الوفيات إبان الأزمة. هذه الإحصاءات لم تتخطى مبدأ الملاحظة إلى مبدأ التعليل للإجابة عن سؤال: لماذا هذه الزيادات او الانخفاضات في المتعافين والوفيات والاصابات الجديدة، فقد غفلت التغطية الإعلامية شيئاً حيوياً لفهم انتشار الوباء فلم تقدم الصفحات الرسمية هذه الأرقام في سياقات اجتماعية ولم تناقش ان كان الوباء ينتشر في بؤر معينة بمناطق ما ولم تتناول شرح مسارات الأماكن التي يتركز فيها الوباء، او الفئات الاقتصادية او الثقافية او ربط الإحصاءات بالنوع الجندي او المرحلة العمرية وغيرها من العوامل الديموجرافية التي يمكن ان تعطى معلومات ذات دلالة يمكن ان تفيد في التنبؤ بحركة انتشار الفيروس داخل المجتمع المصري، فضلاً عن ان هذه الإحصاءات الرسمية لم تقدم عدد الحالات مقارنة بإجمالي عدد السكان او ربطها بمدى جاهزية النظام الصحي.

لم تقم أي من الصفحتين الرسميتين لوزارة الصحة بترجمة الأرقام الإحصائية المعلنة يومياً الى رسوم بيانية تظهر منحنيات الأرقام اليومية ما بين الصعود والهبوط حيث تعتبر الرسوم

البيانية خيار خصب لعقد مقارنات ثرية في معدلات الارتفاع والانخفاض في ارقام التعافي والاصابات والوفيات، هذه المقارنات يمكن ان تلهم الإعلاميين الذين يلجئون لهذه الصفحات الرسمية كمصادر موثوقة للمعلومات – لتوجيه الأسئلة الصحيحة للمتخصصين وتوسيع دور الصحافة والاعلام من مجرد العرض والوصف المجرد للحقائق الى الفهم والنقد والتحليل.

هذا النمط الإحصائي في عرض بيانات وزارة الصحة نزع عن التغطية الإعلامية للصفحات المتخصصة الصفة البشرية عن المصابين والمتوفين حيث تحولت الحالات الى ارقام غير دالة على مضمون تفسيري يقدم في سياقات اجتماعية، او اقتصادية، او ثقافية او جندرية او غيرها.

-وجاء في المرتبة الثانية من حيث درجة الاهتمام بكلا الصفحتين الموضوعات المتعلقة بخطوات التواصل مع وزارة الصحة لمتابعة مصابي فيروس كورونا في العزل المنزلي، من خلال الإعلان عن ارقام تلقي الاستفسارات الهاتفية كما قامت وزارة الصحة في 9 ابريل الاعلان عن الخط الساخن للأمانة العامة للصحة النفسية، لتقديم الدعم النفسي للمواطنين المتواجدين بالمنازل خلال هذه الفترة

- جاء في المرتبة الثالثة من حيث درجة الاهتمام بصفحة الوزارة الموضوعات المتعلقة بإرشادات الوقاية من الفيروس، حيث دأبت الصفحة على نشر ملصقات عن (كيف تحمي نفسك ومن حولك – الطريقة الصحيحة لغسل اليدين – طرق رفع المناعة – طرق التعامل مع المصابين- تعليمات للمسافرين-معايير استخدام المطهرات – الفرق بين التنظيف والتطهير - كيفية ارتداء الماسك الطبي وكيفية التخلص منه-إرشادات النظافة الشخصية-تجب تدخين الشيشة-تعليمات استخدام ماكينات الصراف الألى – تجنب الاماكن المزدحمة – نصائح للتسوق الامن - ارشادات للحامل لضمان السلامة – دعم نفسى عن كيف تتغلب على الشعور بالقلق من احتمال الإصابة- دليل لمحاربة الشائعات- مفهوم المسافة الامنة بين الافراد والتباعد الاجتماعي وغيرها؛ فضلاً عن الاعلان مبادرة توعوية بالتعاون مع فيس بوك بشأن فيروس كورونا لزيادة الوعي من خلال موقع مشترك بين شركة فيس بوك ووزارة الصحة care.gov.eg

- وجاء في المرتبة الثالثة من حيث درجة الاهتمام في صفحة المتحدث الرسمي للوزارة الموضوعات المتعلقة برسائل الطمأنة وهي ذات الموضوعات التي احتلت المرتبة الرابعة على صفحة الوزارة، حيث حرصت الصفحات على توضيح الحقائق والرد على شائعات حول الفيروس من خلال نشر ملصقات بعنوان حقائق وشائعات وملصقات اخرى بعنوان صح ام خطأ كما تم الإعلان في 15 ابريل عن تفعيل خدمة تلقي استفسارات وشكاوى فيروس كورونا من مقدمي الخدمة الطبية عبر الخط الساخن ١٠٥ وخط جديد للواتس آب.

وايضاً أعلنت الصفحات عن انطلاق حملة (معاً نطمئن) التي تجوب المحافظات لتشجيع المواطنين على التسجيل للحصول على لقاح كورونا. هدفت الحملة كما أعلنت الصفحات الى طمأنة المواطنين لفعالية اللقاح وحثهم على سرعة التسجيل لتلقى التحصين.

-اولت صفحة المتحدث الرسمي باسم وزارة الصحة اهتماماً كبيراً للموضوعات المتعلقة بالتعاون الداخلي مع قطاعات ومؤسسات الدولة لدعم منظومة الرعاية الصحية وكذلك التعاون الخارجي مع دول أخرى في القطاع الصحي، حيث احتلت المرتبة الرابعة من حيث درجة الاهتمام بينما جاء في المرتبة الخامسة على صفحة وزارة الصحة، حيث دأبت الصفحات مع بداية شهر مارس على نشر بيانات مشتركة مع منظمة الصحة كل يومين عن تطورات الحالات واعداد المصابين، كما نشرت الصفحات في 5 مارس تقرير فني في شكل ملف PDF يوضح اجراءات التقصي الوبائي لحالات فرنسا وكندا وامريكا بشأن فيروس كورونا المستجد، كما أعلنت الصفحات عن مبادرة توعوية بالتعاون مع فيس بوك بشأن فيروس كورونا لزيادة الوعي من خلال موقع مشترك بين شركة فيس والوزارة care.gov.eg ووجهت الصفحة المتابعين الى ان هذا الموقع سيكون المصدر الوحيد لنتائج بحث المستخدمين على فيس بوك عن الفيروس وسيقوم الموقع بتحديث المحتوى بصفه دورية لضمان وصول المعلومات المحدثه الصحيحة الى الجمهور.

-اولت الصفحات اهتماماً ملحوظاً بالموضوعات المتعلقة بضروه الاهتمام بالنظافة الشخصية وطرق التطهير للأيدي والإجراءات الاحترازية حيث احتلت المرتبة الرابعة من حيث درجة الاهتمام في صفحة وزارة الصحة والمرتبة الثامنة في صفحة المتحدث الرسمي، وهي ملاحظة يمكن فهمها في ضوء متغير كثافة تغطية صفحة وزارة الصحة تليها صفحة المتحدث الرسمي لأحداث الجائحة وتطوراتها بما تفرزه من تداعيات يومية، وهي تغطية تكتسب طابع الاستمرارية، وتمتد هذه التغطية لصفحة الوزارة الرسمية لتتضمن التأكيد على حتمية الالتزام بالإجراءات الاحترازية بتفصيلاتها كأحد أسباب الوقاية من الإصابات، في حين جاءت تغطية صفحة المتحدث الرسمي أقل نسبياً في هذا الشأن انساقاً مع دورها في التركيز على المسارات الأكثر بروزاً - من وجهة نظرها - في مجرى الاحداث واهمها تصريحات الوزيرة والزيارات واللقاءات الرسمية، ووجه التعاون الداخلي والخارجي مع الجهات المحلية والإقليمية والدولية، وانشطة فرق التواصل المجتمعي

وهي الفرق التي استحدثتها وزارة الصحة لتجوب مختلف أنحاء المحافظات، حيث تقوم بالمرور على الأسواق العامة، والمقاهي، ومحطات القطارات، والمواصلات العامة، ودور العبادة، والمحال التجارية، وأماكن التجمعات، بالإضافة إلى المرور على القرى بالتنسيق مع العمد والمشايخ، لتقديم التوعية الصحية للمواطنين بالإجراءات الوقائية والاحترازية لفيروس كورونا المستجد، أهمها ارتداء الكمامة، وغسل اليدين باستمرار بالماء والصابون أو فركها بالكحول، بالإضافة إلى أهمية الحفاظ على التباعد الاجتماعي، والتواجد في أماكن جيدة التهوية. وقد افردت الصفحتين مساحات لنشر نشاط الفريق.

-وحظيت عدد من الموضوعات بنسب حضور متقاربة في دلالة على تقارب درجة الاهتمام بعرض هذه الموضوعات في كلا من الصفحتين الرسميتين لوزارة الصحة ومنها: التعريف بفيروس كورونا المستجد والفرق بينه وبين الانفلونزا العادية مع شرح طرق العدوى بالفيروس واعراض الإصابة به وفترة حضانة الفيروس، وجدير بالذكر ان صفحة المتحدث الرسمي باسم وزارة الصحة بدأت بالاهتمام بأخبار الفيروس مبكرا عن صفحة الوزارة تحديدا يوم 16

يناير بنشرها تحذيرات منظمة الصحة العالمية من انتشار فيروس غامض و اعلان وزارة الصحة برفع درجة الاستعداد القصوى على منافذ دخول البلاد لمنع تسرب أي امراض وبائية، وبدأت الصفحة بالتعريف بالوباء بالتزامن مع مجهودات الوزارة باستقبال العائدين من ووهان.

-وقد أعلنت الوزارة على صفحاتها عن انطلاق تطبيق (صحة مصر) يمكن تحميله مجاناً على التليفون المحمول يتعرف من خلاله المواطن عن مزيد من المعلومات المتعلقة بالفيروس.

- ايضاً اهتمت الصفحات بنشر الموضوعات المتعلقة بطرق رفع كفاءة الجهاز المناعي من خلال عرض معلومات تفصيلية عن طرق التغذية السليمة وغيرها.

-وتشهد الصفحات الرسمية حضور باهت لعدد من الموضوعات المتعلقة بأماكن العزل الحكومي والخاص والميداني وتجهيزاتها، والفحوصات الخاصة بالمرض وأسعارها وأماكن وجودها، وأعمال التطهير لكافة المستشفيات التي ظهرت فيها الحالات، واستعدادات المستشفيات الحكومية لعلاج المصابين، حيث لم تحظى هذه الموضوعات بنسب حضور عالية على الرغم من أهميتها بالنسبة لقطاعات المتابعين من الجمهور، في دلالة على عدم اهتمام الوزارة بوضع نمط المعلومات الاستيعابية Internalizing Information في أولويات الاهتمام، وهي نمط المعلومات الخاص ببناء السمعة داخل المؤسسة المعنية بالأزمة لحماية تواجدها ومستقبلها بين المواطنين.

ثانياً: فئة انماط الفنون التحريرية التي استخدمتها الصفحات الرسمية

جدول (2)

مجموع	اكثر من نمط		انفوجراف		فيديو جراف		فيديو		صور متحركة (منزلة)		صور ثابتة		نصوص		نمط المواد المتشورة الصفحات الرسمية	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	2400	6.7	161	23.3	560	8.4	201	25.1	603	14.3	344	18.3	438	3.9	93	الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية
100	1800	5.9	104	22.4	403	8.4	151	29	524	13.5	244	18.4	331	2.4	43	صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة
100	4200	6.4	265	22.9	963	7.7	325	26.8	1127	14	588	18.9	796	3.3	136	مجموع

يتبين من الجدول السابق اعتماد ادارة صفحات وزارة الصحة على فيس بوك على عدد متنوع من انماط التحرير في عرض وتقديم الموضوعات، وقد اعطت الصفحات اولوية للمواد

البصرية على حساب المواد النصية، فجاء الفيديو في المرتبة الاولى ثم الانفوجراف في الترتيب الثاني، فالملصقات الارشادية الثابتة في الترتيب الثالث، فالصور المنزلة في الترتيب الرابع، ثم الفيديو جراف في الترتيب الخامس، ثم فئة (اكثر من نمط) التي تمثلت في نصوص مكتوبة وممزوجة بعنصر مرئي، واخيرا جاءت النصوص في المرتبة الاخيرة وذلك في كلا الصفحتين.

-تمثل الفيديو المعروض على الصفحات في البيان الإعلامي المحدث بشأن الوضع الوبائي والذي تلقاه وزير الصحة، الزيارات الرسمية والمتابعات اليومية والتحركات الروتينية لوزير الصحة والطاقم المرافق، فيديو لفيلم تسجيلي يبرز جهود وزارة الصحة في التعامل مع المصريين العائدين من ووهان داخل الحجر الصحي مدته 2.19 دقيقة، ارشادات الوقاية والمتابعة للشخص المخالط لمصاب اثناء فترة العزل، ما هو الفيروس وما طرق الوقاية منه، آداب العطس والسعال، نصائح للمسنين للحماية من الفيروس، نصائح لتقوية جهاز المناعة، خطوات لمنع انتشار الفيروس، العادات الخاطئة في مجتمعنا لكي نحمي انفسنا مثل عدم تصديق الاشاعات او الاستماع الى مصادر مجهلة، كيفية استغلال الوقت مع الاطفال في البيت اثناء فترة التباعد الاجتماعي، تفعيل هاشتاج اسئلة كوفيد، تحفيز التبرع بالدم، مجموعة فيديوهات لعدد من أئمة الأزهر بعنوان رمضان يجمعنا يحتوى على ارشادات لكيفية القيام بالفرائض الدينية بعيدا عن التجمعات للوقاية من الفيروس مثل الصلاة وصلة الارحام والانفاق وبدائل موائد الرحمن وغيرها، تحدى غسل اليدين وهو هاشتاج اطلقه تيدروس ادهانوم مدير عام منظمة الصحة العالمية واستجابت له وزيرة الصحة في 26 ابريل ودعت الشعب لتفعيله، رسائل من الاطعم الطبية من مستشفيات العزل وغيرها كثير؛

فضلاً عن سلسلة فيديوهات بعنوان: صحتك تهمننا انتاج الوزارة تتراوح مدتها من دقيقة الى دقيقة ونصف يتحدث فيها اطباء مصريين وخبراء عالمين عن طرق الوقاية والعلاج لعدد من الامراض المزمنة في فترة الكورونا وكيفية الحفاظ على الصحة العامة والخروج الآمن، كما قامت الوزارة بعرض مجموعة فيديوهات لحلقات مسلسة بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية ويونيسيف بعنوان وريد ووريده للحث على التبرع بالدم خاصة مع بدء مرحلة العلاج ببلازما المتعافين، ومجموعة حلقات فيديو "انا ضد التنمر" لتوعية المواطنين بعدم التعرض للمصابين او المتعافين من فيروس كورونا المستجد.

وبدأت صفحات الوزارة من 1 ابريل بث فيديوهات ارشادية موجهة لقطاعات نوعية مثل الاطفال مع بداية الحظر وتمثلت في فيلم كارتون قصير عن كيفية الحماية من الفيروس، الاكل الصحي وغيرها، وشهد هذا النمط معدل تفاعل عال من التعليق والمشاركة.

-تمثل انفوجراف المنشور على صفحات وزارة الصحة على فيس بوك في التقرير اليومي لأعداد المتعافين والمصابين والوفيات في مصر.

-تشهد صفحات وزارة الصحة حضور نمطين من الصور الثابتة، الأول: صور فوتوغرافية منها صور توثق تحركات الوزيرة لمواجهة الأزمة، صور لمركز الاتصالات Call Center وفعاليات العمل به للاستفسار عن فيروس كورونا، صور تسجل بطولات الجيش الابيض مثل)

صورة الحالة السابعة لولادة مريضة مصابة بفيروس كورونا المستجد)، صور نجاح تجربة حقن بعض المصابين بفيروس كورونا من الحالات الحرجة ببلازما المتعافين، لحظات التعافي والخروج من المستشفيات، جانب من توزيع الأدوية على المخالطين وحالات العزل المنزلي من أهالي عدد من المحافظات مثل محافظة دمياط، وكفر الشيخ، وبني سويف وغيرها.

اما النمط الثاني من الصور الثابتة تمثل في لوحات ارشادية توضح عدة أمور هامة مثل: (الفرق بين الحجر الصحي والعزل الصحي، كيف ينتشر فيروس كورونا كوفيد_19، غسيل اليدين يحمي بنسبة كبيرة من الميكروبات، كيف تفرق بين فيروس كورونا والإنفلونزا العادية، تعليمات الواجب اتباعها عند العودة للمنزل، إرشادات استخدام ماكينة الصراف الآلي للوقاية من فيروس كورونا المستجد، الاجراءات الواجب اتخاذها في حالة الاختلاط مع حالة مؤكدة اصابتها بفيروس كورونا المستجد، تعليمات يجب إتباعها عند التوجه لأي منشأة صحية تابعة للهيئة العامة للرعاية الصحية ومنظومة التأمين الصحي الشامل سواء مستشفى أو وحدة أو مركز حرصاً على سلامتكم وصحة ذويكم، وغيرها).

-استخدمت الصور المنزلفة في شرح بعض الضروريات المرتبطة بفيروس كورونا مثل الطريقة الصحيحة لغسل اليدين، كيف تحمي نفسك ومن حولك من فيروس كورونا، نصائح لتقوية جهاز المناعة، خطوات لمنع انتشار الفيروس، تعريف بمعلومات عن الفيروس وكيف ينقل وما أعراضه وما يجب فعله عند الإصابة، كيف يمكن لمقدمي الرعاية الصحية حماية انفسهم، آداب العطس، آداب السعال، تعليمات استخدام ماكينات الصراف الآلي، معلومات للوقاية عند للانتقال الى بلد نسبة الاصابة به عالية، كيف تطهر منزلك، شعرات حملة (خليك في بيتك)، كيفية تحضير محلول معقم للوقاية من فيروس كورونا، توجيه الدعم والتحية للعاملين بالقطاع الصحي في مصر، انا حامل كيف احمى نفسى من فيروس، كيف تتغلب على الشعور بالقلق خلال فترة التواجد خارج المنزل، نصائح للمصابين بحالات مرضية مزمنة، الرضاعة الطبيعية وفيروس كورونا، حافظ على التباعد الاجتماعي والمسافة الامنة، عادات غذائية يجب الابتعاد عنها في رمضان، بالإضافة الى ملصقات إعلانية لأرقام الخط الساخن وطلب المساعدة الطبية، ومجموعة ملصقات نشرت بدأ من 6 ابريل بعنوان (دليل لمحاربة الشائعات تصحيح مفاهيم عن طرق نقل العدوى).

وتمثلت أنماط الفيديو جراف على صفحتي وزارة الصحة في عدة نماذج منها حلقات برنامج "وقاية" التي انتجته وزارة الصحة بالتعاون مع شركة UMAMI للتوعية بإجراءات مكافحة العدوى للحد من انتشار فيروس كورونا. وبدأت في عرضه في 28 مايو، بمدة لا تتجاوز 3 دقائق ونصف للحلقة الواحدة ويتم بثها أيضا على يوتيوب. يقوم ببطولتها طبيب افتراضي اسمه دكتور عاصم من فريق مكافحة العدوى يقدم ارشادات توعوية للجمهور مثل كيفية ارتداء الواقيات الشخصية وكيفية التخلص الامن منها.

- تمثلت النصوص المنشورة على صفحات الوزارة الرسمية في عدة نماذج منها: الاعلان عن الخط الساخن للوزارة، هاشتاج: كلنا جبهة واحدة في الوقاية من العدوى والتصدي لفيروس كورونا والحد من انتشاره، نفى وتكذيب البيانات المغلوطة التي يتم تداولها بوسائل اعلامية منها نفى جريدة الجارديان البريطانية عن زيادة معدل الإصابة بفيروس كورونا في مصر

وتؤكد الوزارة الشفافية في نشر الاعداد، ببيان بأعمال الرش والتطهير لجميع المنشآت بمحافظةات الجمهورية، تنويه للصفحات الامنة التي تستقى منها اخبار الفيروس ونشر اللينكات، مبادرة توعويه بالتعاون مع تويتر لتوفير معلومات صحيحة موثوق منها لفيروس كورونا من خلال تفعيل هاشتاج # اسئلة_كوفيد وهي الأسئلة التي تم الاجابة عنها في فيديوهات تنشر بشكل دوري، التنويه عن انطلاق تطبيق صحة مصر والخدمات التي يقدمها وكيفية الاستفادة منه.

وبمقارنة نتائج الجدول يمكننا الخروج ببعض المؤشرات:

يمكن ملاحظة ان مضمون اكثر من ربع إجمالي الموضوعات المنشورة بالصفحتين الرسميتين لوزارة الصحة عينة الدراسة جاء في شكل فيديو بنسبة 26.8%، ويتقارب معه ما نسبته 22.9% من إجمالي الموضوعات المنشورة في صفحات الدراسة في شكل انفوجراف، بينما يتضح انحسار حضور النصوص المكتوبة منفردة حيث سجلت نسبة 3.3% فقط من إجمالي الموضوعات المنشورة على كلتا الصفحتين، وهو الامر الذى يمكن تفسيره في حرص ادارة الصفحات على تحقيق معدلات افضل من الفهم والادراك للمحتوى المقدم الى اكبر قدر من المتلقين من خلال الاستفادة من انتشار ما استطلح عليه اكااديمياً ب(ثقافة الفيديو)، حيث اثبتت عديد من الدراسات العلمية⁽³⁸⁾ ان الفيديوهات – أيا كان محتواها- تسيطر على أكثر من 80% من الانترنت ترافيك عالميا، وأن 90% من المحتوى الذى يتم مشاركته على الانترنت هو فيديوهات. بل انه عادة ما يحتفظ العقل ب 95% من محتوى الرسالة المصورة "فيديو"، مقابل احتفاظه ب 10% فقط من الرسالة المكتوبة. وهذا يدل على ادراك إدارة الصفحات لتفضيلات تلقى المحتوى بين رواد الصفحات الرقمية حرصاً منها على التفاعل معهم والتأكد من وصول محتوى الرسالة إليهم بهدف تحقيق التأثير المطلوب.

ثالثاً: مصادر الموضوعات المنشورة

جدول (3)

مجموع		تصريحات رسمية		خبراء		ملاحظات ميدانية		دراسات وابحاث		تقارير اعلامية		مصادر المواد المنشورة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الصفحات الرسمية
100	2400	31.7	761	31.8	764	14.3	344	18.3	438	3.9	93	الصفحة الرسمية لوزارة الصحة المصرية
100	1800	30.8	554	34.9	628	13.5	244	18.4	331	2.4	43	صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة
100	4200	31.1	1315	33.1	1392	13.7	588	18.8	796	3.3	136	مجموع

يكشف الجدول السابق رقم(3) تشابه نسب الاعتماد على نفس أنماط المصادر في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة و صفحة المتحدث الرسمي للوزارة على فيس بوك وهذا يمكن تفسيره في اطار توحيد نمط الخطاب الموجه الى المتلقي في كلتا الصفحتين الرسميتين لسان حال وزارة الصحة، حيث تبين ارتفاع نسبة الموضوعات التي مصدرها الخبراء والمتخصصين قياساً بنسبة المصادر الاخرى للموضوعات المنشورة، حيث بلغت نسبتها 33.1% في الصفحتين، تلاها في الترتيب الثاني وبنسبة متقاربة التصريحات الرسمية للمسؤولين بنسبة 31.1%، وفى الترتيب الثالث بفارق كبير جاءت الدراسات والأبحاث كمصادر للمحتوى

المنشور في كلا الصفحتين بنسبة بلغت 18.8%، تلاها الملاحظات الميدانية بنسبة 13.7%، وفي الترتيب الاخير جاءت الموضوعات التي مصدرها التقارير الإعلامية بنسبة 3.3%.

ويمثل الاعتماد الكبير على الخبراء والمتخصصين مؤشرا طيبا نحو تنوع المصادر واتجاهها لتقدير العلم، وتمثلت المصادر المنسوبة للخبراء والمتخصصين في الفيديوهات التوعوية الخاصة بكيفية الوقاية والتعامل مع ذلك الفيروس على لسان أساتذة وعلماء متخصصين والتي تقوم بنشر معلومات صحيحة ودقيقة عن طبيعة المرض، عرض تقارير عن مستجدات المرض من موقع الأحداث في مستشفيات العزل أو الوحدات الصحية، تصحيح مفاهيم مثل تنفيذ وعرض بعض الآراء غير العلمية وبعض الوصفات المصرية التي يتم تداولها وتأثيراتها السلبية المحتملة على الصحة العامة، وجود فقرة طبية يوميا لتوعية المواطنين بإجراءات الوقاية من الفيروس وبروتوكولات العلاج المتبع تفعيلاً لمبدأ الحماية ومحاربة الشائعات، استضافة خبراء في كافة المجالات الاقتصادية أو اجتماعية تعليمية وغيرها للتعليق على أثار الأزمة المتوقعة، نشر الإحصائيات الخاصة بعدد الوفيات والمصابين بشكل يومي، متابعة تطورات الأزمة على المستوى الإقليمي والعالمي، عرض تقارير منظمة الصحة العالمية عن الوضع الوبائي في مصر، استضافة الاطباء النفسيين للتقليل من أثر القلق النفسي وتقديم الدعم للمصابين والمتعافين،، الإعلان عن كافة محاولات علاج أو لقاح لذلك الوباء، وغيرها.

وتمثلت التصريحات الرسمية في نقل كلمة رئيس الجمهورية وقرارات رئيس الوزراء تصريحات وزيرة الصحة والبيانات المعلنة وكذلك لقاءات مع مسؤولين سواء وزراء أو متحدثين رسميين لتقديم شرح مبسط وشفاف للقرارات المختلفة المرتبطة بالأزمة والتي تمس حياة المواطنين، وغيرها.

وتمثلت الملاحظات الميدانية في نمط الموضوعات التي تنشر بغرض متابعة تنفيذ بعض القرارات في الشارع المصري، ورصد السلوكيات السلبية لاستغلال البعض للأزمة سواء الاحتكار أو غلاء الأسعار، تغطية جهود الدولة في ضبط مستغلى الأزمة وجهود توفير بدائل الاحتياجات الطبية، تغطية المبادرات الفردية ومن المجتمع المدني لدعم المتضررين من الأزمة، تصحيح الشائعات بشكل دائم بما يدعو لطمأنه المواطنين، وغيرها، وفي ذلك تقوم الصفحات الرسمية لوزارة الصحة على فيس بوك بتفعيل الدور الرقابي للإعلام وهي احدى اهم وظائفه.

وتمثلت الدراسات والأبحاث كمصادر للمحتوى المنشور على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة على فيس بوك على سبيل المثال في نشر تقرير فني ملف PDF يوضح اجراءات التقصي الوبائي لحالات فرنسا وكندا وأمريكا وتايوان بشأن فيروس كورونا المستجد والصادرة منظمة الصحة العالمية، نشر عدد من الدراسات والأبحاث لتطوير لقاحات الفيروس الصادرة عن جهات علمية مثل دراسة مركز أبحاث المركز الدولي للهندسة الوراثية والتكنولوجيا الحيوية في ترستي بإيطاليا **International Center for Genetic Engineering and Biotechnology** وغيرها كثير.

وتمثلت التقارير الإعلامية كمصادر للموضوعات المنشورة على صفحات الرسمية لوزارة الصحة على فيس بوك في إعادة نشر عدد من التقارير المنشورة في وسائل اعلام مصرية او عربية او اجنبية مع وضع روابط لها مثل اخبار عن كافة محاولات علاج أو لقاح للوباء، التواصل مع أهالي المرضى والمصابين، متابعة تطورات الأزمة على المستوى الإقليمي والعالمى، الدعم الإعلامى المصرى لحملة خليك بالبيت التي اطلقتها وزارة الصحة، وغيرها.

- ويمكننا هنا أن نخرج باستنتاج يتعلق بطبيعة الحضور المكثف للخبراء والمتخصصين، والتصريحات الرسمية كمصدر للمحتوى المنشور على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة من شقين:

الاول انه يفسح مجالاً لبناء قاعدة معلومات شاملة تحظى بالثقة يمكن ان تشكل مصدر متاح للإعلاميين لاستقاء البيانات واستغلال جميع المواد والمصادر الرسمية على الصفحات عندما تحتاج إليها لبناء محتوى ينشر في وسائل الاعلام يحظى بالمصداقية والشمولية ويغلق الباب امام الأخبار المغلوطة والمضللة، وهو ما يعنيه من ادراك مسؤولى إدارة هذه الصفحات الإعلامية لدورها كمظلة ومرجع في توضيح كافة الأمور المتعلقة بالأزمة وتداعياتها.

- **الثانى** يرتبط بمؤشرات عن ادراك صفحات الدراسة ان إسناد المعلومات المنشورة للمصادر الرسمية والخبراء والمتخصصين تساهم في تهدئة قلق المتلقيين من شبح الأزمة و تدعيم مشاعر الامان، وهم بدورهم يستطيعوا تقديم ما يريد معرفته المتلقيين، وما يحتاجون الى معرفته، وما ينبغى عليهم أن يعرفوه للتعامل الامن مع تداعيات الأزمة فلا يحدث ارباكاً غير مقبول، فضلاً أن هذا النمط من المصادر يجعل معالجة مواضيع وقضايا وأحداث الأزمة متكاملة لا مثيرة ولا تميل الى التهويل او المعالجة السطحية، وانما تتسم بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة لكل ما هو مرتبط بالأزمة.

رابعاً: فئة الشخصيات البارزة في المحتوى المنشور

جدول (4)

المجموع	المتحدث الرسمي لوزارة الصحة	الصفحة الرسمية لوزارة الصحة	التكرار النسبة	الصفحة الشخصية البارزة في المحتوى المنشور
1315	554	761	ك	مسئولون رسميون
31.3	30.7	31.7	%	
1092	498	594	ك	خبراء ومتخصصون
26	27.7	24.7	%	

549	291	258	ك	جيش مصر الابيض
13.1	16.2	10.8	%	
165	35	82	ك	مصابون
3.8	1.9	3.4	%	
133	83	98	ك	متعافون
3.2	4.6	4.1	%	
301	104	197	ك	طلاب ودارسون
7.2	5.8	8.2	%	
175	75	100	ك	أطفال ما قبل الدراسة
4.2	4.2	4.2	%	
100	30	70	ك	اسر الضحايا والمصابين
2.4	1.7	2.9	%	
370	130	240	ك	مواطنون
8.8	7.2	10	%	
4200	1800	2400	ك	المجموع
%100	%100	%100	%	

وفيما يخص أنماط حضور الشخصيات داخل محتوى الموضوعات المنشورة على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة نجد أن الجدول رقم (4) يقدم لنا إضاءات مهمة، إذ أن الصفحات أفسحت مجالاً أمام الشخصيات الرسمية من الرئيس والوزراء والقيادات المختلفة في عديد من المؤسسات الرسمية المصرية بنسبة 31.7% في كلتا الصفحتين في مقابل ما نسبته 29.6% للشخصيات غير الرسمية الممثلة في المواطنون واسر الضحايا والمصابين والأطفال وطلاب ودارسون ومتعافون ومصابون وهي شخوص غير رسمية وتتقارب نسبة حضورها الى حداً كبير مع نسبة حضور الشخوص الرسمية، وهو الامر الذي يمكن تفسيره في اطار سعي الصفحات لبناء الثقة ودحض الشك المسيطر على عامة الشعب تجاه أداء المؤسسات الرسمية الذي يتسم باتجاهه لكل ما هو رسمي وهو مظهر يتفق مع ادارة اتصال الازمات حيث تنقلص او تغيب القواعد الروتينية الخاصة ببروتوكولات التغطية الاعلامية وتركز على افراد عاديين يتحولون الى ابطال لما قاموا به من اعمال او لما تعرضوا له من مخاطر وتجارب قاسية خرجوا منها بسلامة، وايضا يمكن تفسيره في اهتمام الصفحات الى حد ما بالقصص الانسانية ومعاناه المصابين واسرهم ومحاولة الصفحات ابراز هذه الجوانب والسعي الى التخفيف عن المتأثرين بالأزمة.

ففيما يتعلق بالشخصيات غير الرسمية فبدأ تواجدها منذ 12 مارس عندما حرصت الصفحات على تقديم تغطية بالصور لحالات المعافاة والخروج من الحجر الصحي مثل: (صور الحاجة عطيات، ٨٨ سنة، التي تعافت من فيروس كورونا المستجد وخرجت من مستشفى العزل بالعجمي)، التواصل مع أهالي المرضى والمصابين للتخفيف والطمأنة، وتقديم عرض لجهود الوزارة في التواصل مع المرضى في العزل المنزلي للدعم النفسي وتقديم الخدمات، وتقديم المبادرات الفردية ومن المجتمع المدني لدعم المتضررين من الأزمة مثل قيام افراد او منظمات مدنية بحملات تطهير او تقديم وجبات طعام لمرضى كورونا الذين يخضعون للعزل المنزلي لتجنيبهم النزول الى الشارع وذلك بدافع شعورهم بالمسؤولية المجتمعية، تغطية للمواطنين اثناء التواصل مع فرق التواصل المجتمعي التي تجوب محافظات مصر للتوعية الصحية بفيروس كورونا، إرشادات للتعامل مع أطفال ما قبل المدرسة وقضاء الوقت معهم في فترة التباعد الاجتماعي وغيرها.

وإجمالاً يمكن القول أن الصفحات الرسمية لوزارة الصحة تجنبت سيطرة حضور الشخصيات الرسمية خروجاً على ما هو متبع من سياسات الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية وأفسحت مجالاً للمواطنين مما منحها نوعاً من الأداء يتسم بالتوازن النسبي وهو مظهر يتسم مع إدارة وسائل الاعلام عادة للالزامات والكوارث حيث تتقلص او تغيب القواعد الروتينية الخاصة بالتغطية الإعلامية وترتكز الصحافة على افراد عاديين يتحولون الى محور المحتوى المنشور⁽³⁹⁾.

خامساً: فئة وظائف المضامين المعروضة

جدول رقم (5)

الصفحة الوظيفة	التكرار النسبة	الصفحة الرسمية لوزارة الصحة	المتحدث الرسمي لوزارة الصحة
مرحلة الاستعداد والوقاية (التأثيرات غير المباشرة او طويلة المدى)			
نشر المعرفة	ك	35	95
	ن	1.5%	5.3%
الارتقاء بالوعي	ك	21	84
	ن	0.8%	4.6%
تغيير السلوك والاتجاهات	ك	12	32
	ن	0.5	1.8%
بناء المعاني والصور	ك	9	23
	ن	0.4	1.3%

مرحلة مواجهة الأزمة - احتواء الاضرار (التأثيرات المباشرة او قصيرة المدى)			
489	686	ك	التحذير
%27.2	%28.6	ن	
241	234	ك	بناء الثقة
%22.4	%9.8	ن	
403	345	ك	احتواء المشاعر السلبية
%13.4	%14.4	ن	
276	590	ك	تنظيم جهود الحماية والانقاذ
%15.4	%24.5	ن	
157	468	ك	الطمأنة (تكذيب اشاعات)
%8.6	%19.5	ن	
مرحلة استعادة النشاط والتعلم			
1800	2400	ك	المجموع
%100	%100	ن	

يتضح من الجدول السابق رقم(5) تركيز جهود الاتصال للصفحتين على الوظائف المرتبطة بمرحلة مواجهة الأزمة واحتواء الاضرار وهي وظائف تدرج ضمن ما يعرف بالتأثيرات المباشرة او قصيرة المدى، وذلك بنسبة 96.8% لصفحة وزارة الصحة، ونسبة 87% لصفحة المتحدث الرسمي، بينما تلاها في المرتبة الثانية مجموعة الوظائف المرتبطة بمرحلة الاستعداد والوقاية وهي وظائف تدرج ضمن ما يعرف بالتأثيرات غير المباشرة او طويلة المدى، وذلك بنسبة 3.2% لصفحة وزارة الصحة، 13% لصفحة المتحدث الرسمي، ولم ترصد الدراسة موضوعات تتعلق بوظائف مرحلة استعادة النشاط والتعلم نظراً لتوقف الدراسة بعد انتهاء الموجة الثالثة من الوباء الذي ما زالت تداعياته مستمرة، حيث تبدأ مرحلة استعادة النشاط والتعلم مع انتهاء الأزمة وهو ما لم تتطرق له الدراسة التحليلية.

اعطت صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان اهتماماً مبركراً أكبر من اهتمام صفحة وزارة الصحة من حيث عدد الموضوعات المنشورة في المرحلة الزمنية الأولى -التي بدأت في اول يناير وانتهت منتصف مارس- بوظائف نشر المعرفة حول الفيروس والارتقاء بالوعي فيما يتعلق بالتعامل معه وتغيير السلوك والاتجاهات حول بعض العادات الصحية المتبعة في المجتمع المصري وبناء التصورات حول وجود وانتشار الفيروس وجهود الوزارة في ذلك. حيث رصد التحليل بدء صفحة المتحدث الرسمي بالتوعية والإرشاد منذ يناير 2020 قبل صفحة الوزارة الرسمية التي بدأت التعامل الاتصالي فيما يتعلق بالفيروس، مع وصول المصريين العائدين من مدينة ووهان الصينية بعد انتشار فيروس "كورونا" بها، يوم الاثنين

3 فبراير 2020 ودخولهم مستشفى الحجر في مطروح، وذلك بنشر بعض احداث عن الفيروس وتحركات وزيرة الصحة البروتوكولية وتم نشر فيلم تسجيلي في 16 فبراير مدته 2.19 دقيقة يبرز جهود وزارة الصحة في التعامل مع المصريين العائدين من ووهان داخل الحجر الصحي، ولم يبدأ الاهتمام المكثف لصفحة الوزارة الرسمية بما يليق بأهمية وحساسية الأزمة الا في اول مارس مع سفر الوزيرة الى الصين أي انها استمرت قرابة شهرين ونصف منذ اندلاع الأزمة حتى بدأت في تنظيم المحتوى وربطه بالوظائف المتوقعة.

وارتبط محتوى المضمون المقدم في الصفحتين بمجموعة الوظائف المتعلقة بمواجهة الأزمة واحتواء الاضرار وهي المضامين التي شهدت حضوراً مكثفاً خاصة بعد اعلان منظمة الصحة العالمية ان فيروس كورونا جائحة عالمية في 11 مارس 2020، وجاءت في المرتبة الأولى وظيفة التحذير من مخاطر انتشار الفيروس وتداعياته على الافراد ومؤسسات المجتمع بنسبة 28.6% في صفحة الوزارة و27.2% بصفحة المتحدث الرسمي وهي الرسائل الشارحة لدرجة الخطر وأسبابه وتوضيح الإجراءات العملية التي يجب اتباعها لتجنب الاخطار ودور الأجهزة الحكومية والهيئات الاهلية في تقديم الدعم، وجاءت وظيفة تنظيم جهود الحماية والانقاذ في المرتبة الثانية بنسبة 24.5% في صفحة الوزارة وفي المرتبة الثالثة بنسبة 15.4% في صفحة المتحدث الرسمي وهي الوظائف المتعلقة بمضامين المحتوى الذي يعرض بيانات مشتركة وبروتوكولات تعاون مع منظمة الصحة ومؤسسات صحية وامنية وحكومية محلية وعالمية معنية بتداعيات الفيروس على الافراد والمجتمعات، وجاءت وظيفة الطمأنة في المرتبة الثالثة بنسبة 19.5% في صفحة الوزارة وهي نفس الوظيفة التي شهدت حضوراً متأخراً في صفحة المتحدث الرسمي جاء في المرتبة الخامسة بنسبة 8.6% وهي المعنية بمجهودات الوزارة في الرد على الشائعات بالاستعانة بالخبراء والمتخصصين، وجاءت وظيفة احتواء المشاعر السلبية في المرتبة الرابعة بنسبة 14.4% بصفحة الوزارة وفي المرتبة الرابعة بنسبة 15.4% بصفحة المتحدث الرسمي، وفي المرتبة الخامسة بصفحة وزارة الصحة جاءت المضامين المعنية بوظيفة بناء الثقة وهي ذات الوظيفة التي احتلت المرتبة الثانية في صفحة المتحدث الرسمي ويخبرنا ذلك باستخلاص هام هو حرص صفحة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة على التأكيد على مضامين تعنى بوظيفة بناء الثقة المؤسسية بين المتلقيين والذي يعتبر هدف استراتيجي لصفحة المتحدثين الرسميين بشكل عام.

لم توفق الصفحات في تحقيق درجة عالية من التوازن في تقديم الوظائف المتعلقة بمراحل معالجة الأزمات طبقاً للموقف المشكل، حيث وصلت الفروق بين المرحلتين الأولى والثانية في الموقف المشكل الى 97% وهي نسبة توضح الفجوة الضخمة بين مراحل تطور الأزمات حيث وقعت في نوع من التحيز لجانب مرحلة مواجهه الأزمة واحتواء الاضرار على حساب الجوانب الأخرى للموقف المشكل ولا شك ان عدم تحقيق التوازن يخلق نوعاً من التحيز الذي يعوق إدراك المتلقيين ووعيهم بالأبعاد والجوانب المختلفة للأزمة واستخلاص الدروس ومراكمة الخبرات.

وترى الباحثة ان سبب هذه الفجوة يعود الى البدء المتأخر للصفحات المعنية بالدراسة في القاء الضوء على الفيروس حيث ظلت وزارة الصحة تنفى وجوده داخل مصر حتى بداية مارس

2020، فضلاً عن توقف الدراسة في نهاية الموجة الثالثة من الفيروس في 1 يونيو 2021 الأمر الذي يبزر غياب مضامين تقدم وظائف تتعلق بمرحلة استعادة النشاط والتعلم.

سادساً: فئة اساليب الاقناع المستخدمة في المنشورات

جدول رقم (6)

المجموع	المتحدث الرسمي لوزارة الصحة	الصفحة الرسمية لوزارة الصحة	التكرار النسبية	الصفحة اساليب الاقناع
(استمالات عقلية)				
660	301	359	ك	الأدلة والشواهد
%21.1	%21.3	%20.8	ن	
1028	516	692	ك	الحقائق العلمية
%38.3	%36.6	%40.1	ن	
1271	593	678	ك	الأرقام والإحصاءات
%40.6	%42.1	%39.1	ن	
الاستمالات العاطفية				
168	264	304	ك	المسئولية الاجتماعية
28.8	14.7	%43.5	ن	
104	168	286	ك	التعاطف
17.8	%9.3	%40.9	ن	
57	76	109	ك	التخويف
9.7	%4.2	%15.6	ن	
1012	448	564	ك	استمالات مشتركة
%24	%24.9	%23.5	ن	

يتضح من الجدول السابق (6) ارتفاع توظيف الصفحات للاستمالات العقلية ؛ حيث بلغت نسبتها 56% من المنشورات والتي تبين انها تحتوى على إرشادات توجيهية وتوعوية وتنظيمية وأرقام وإحصاءات وتصريحات رسمية وبيانات طبية تخاطب عقل المتلقي وهي نتيجة منطقية تتوافق مع اعتماد الصفحتين على الخبراء والمتخصصون كمصادر أساسية للمعلومات، كما وظفت الصفحات الاستمالات العاطفية بنسبة 22.6% من الموضوعات وهو

ما يظهر في تأكيدها على المسؤولية الاجتماعية للفرد تجاه أسرته ومجتمع ووطنه في ضرورة الالتزام بالتباعد الاجتماعي والاحترازات الصحية مع الحفاظ على النظافة الشخصية ونظافة السكن والشوارع وغيرها، في حين وظفت التعاطف في موضوعات التعامل مع المصابين في العزل وتقديم الدعم النفسي ورفض التنمر ضد المتعافين، كما استخدمت استمالات التخويف بشكل ضئيل مع الموضوعات المتعلقة بأثار النزاح والتجمعات واهمال اتباع الارشادات. فالخوف محرك أنساني يضفي أهمية على القضايا وقد اثبتت دراسات ومسوح حديثة ان المبالغة في نشر الزعر يمكن ان تؤدي الى نتائج عكسية منها الانصراف عن القضية تماما وهذا ما حدث عندما استخدم الاعلام الفرنسي والبريطاني مصطلحات مثل (الفيروس القاتل والفيروس المميت) مما زاد معدل تجنب الاخبار news avoidance وزادت معدلات هروب المتلقين الى المضامين الترفيحية.

ايضاً جمعت الصفحات بين توظيف كل من الاستمالات العقلية والعاطفية معاً في عدد من الموضوعات بنسبة 21.4% خاصة الموضوعات التي تناولت كيفية الحماية من الفيروس - تجب تدخين الشيشة- تعليمات استخدام ماكينات الصراف الألى - نصائح للتسوق الامن - - ارشادات للحامل لضمان السلامة - دعم نفسي عن كيف تتغلب على الشعور بالقلق من احتمال الإصابة، وغيرها.

سابعاً: فئة الإستراتيجيات الاتصالية التي توظفها الصفحة

جدول رقم (7)

المجموع	500 - أكثر قوى	500-300 متوسط،	300- 0 محدود	0 لا تفاعل	التكرار النسبة	التفاعلية الصفحة
2400	-	-	895	1505	ك	صفحة وزارة الصحة والسكان
%100	-	-	%37.3	%62.7	ن	
1800	-	-	1261	539	ك	صفحة المتحدث الرسمي
%100	-	-	%70.1	%29.9	ن	
4200	-	-	2156	2044	ك	المجموع
%100	-	-	%51.3	%48.7	ن	

قامت الدراسة بتقسيم استراتيجيات الاتصال التي تتبعها الصفحات المتخصصة الى فئتين الأولى: الإستراتيجية المعلوماتية احادية الاتجاه وهي التي لا تقوم فيها الصفحات بالرد على تعليقات المتلقين او إعادة نشر ملاحظات او تعقيب على هذه التعليقات، والثانية: الإستراتيجية التفاعلية ثنائية الاتجاه وهي التي تقوم فيها الصفحات بالرد على تعليقات المتلقين او ابداء الاعجاب عليها او إعادة نشر ملاحظات على هذه التعليقات.

وجاءت النتائج كما هو موضح بالجدول رقم (7) تشير الى تقارب نسب اتباع صفحات الوزارة لاستراتيجيات الاتصال، بنمطها حيث اتبعت استراتيجية تفاعلية بنسبة 51.3%، والاستراتيجية أحادية الاتجاه بنسبة 48.7%، مما يسجل حرص الصفحات الى حد ما على التفاعل مع المتلقين – على الرغم من انه تفاعل محدود- سعياً لتحقيق الوظائف المنوطة بها.

واتبعت صفحة وزارة الصحة استراتيجية الاتصال أحادي الاتجاه بنسبة 62.7% مقابل 37.3% اتباعها لاستراتيجية الاتصال ثنائية الاتجاه، حيث حرصت إدارة الصفحة على الرد على بعض استفسارات المتابعين، كما رصدت الباحثة تشجيع الصفحة للمتابعين على الاشتراك في الأنشطة التي تقوم بها وزارة الصحة والمتعلقة بفيروس كورونا تحديداً من خلال طرح استمارة تسجيل اشتراك للراغبين في التطوع، كما كانت دائمة التنويه على ارقام هاتفية لتلقى الخدمات والاجابة على الاستفسارات تنشر بشكل دوري متكرر على صدر صفحاتها. وفي المقابل اتبعت صفحة المتحدث الرسمي الاستراتيجية التفاعلية بنسبة 70.1% مقابل 29.9% اتباعها استراتيجية أحادية الاتجاه ومما يؤكد على حرص صفحة المتحدث الرسمي على التفاعل- وان كان محدوداً – مع المتلقين تحقيقاً لوظيفة بناء الثقة والسمعة المؤسسية احدى اهداف الصفحة.

ولم تقم الدراسة بتحليل تعليقات المتابعين، ولكنها قامت برصد التكرارات العديدة للمنشورات الاصلية بمعنى عدم الاعتداد بالمنشور المكرر نشرة مرة أخرى والذي من المحتمل يكون قد حظي بنسبة تفاعل اعلى من المنشور الأصلي الامر الذي يجعل بيانات هذا الجدول ربما غير معبرة عن الواقع الحقيقي لذا وجب التنويه للأمانة العلمية، وربما تتطرق الباحثة في دراسة أخرى مستقبلية في تحليل التعليقات والتي تمكنها من التعرف على اتجاه المتلقين نحو أداء الصفحات الاتصالي فضلاً عن تحديد اشكال التفاعل ومستوياته.

سابعاً: الخدمات الاتصالية التفاعلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية

جدول (8)

الصفحة الخدمة	التواجد	صفحة وزارة الصحة والسكان	صفحة المتحدث الرسمي
وسائل الاتصال بالمؤسسة	موجود	رقم هاتف - مراسلة بريدية تقليدية	رقم هاتف - مراسلة بريدية تقليدية
تطبيقات الكترونية	موجود	لينك تطبيق صحة مصر	لينك تطبيق صحة مصر
خدمات اتصالية		خدمة البحث- خدمة فلتره المنشورات- خدمة دعوة اخرين للمتابعة - ارسال رسالة للصفحة	خدمة البحث- خدمة فلتره المنشورات- خدمة دعوة اخرين للمتابعة- ارسال رسالة للصفحة
ارسال رسالة على تطبيقات	موجود	ماسنجر- واتس اب	ماسنجر

الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة والسكان على شبكة الانترنت - مركز معلومات فيروس كورونا - صفحة المشروع القومي لتجميع البلازما على فيس بوك وانستجرام	موجود	احالة الى روابط اخرى
الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة والسكان على شبكة الانترنت	موجود	احالة الى روابط اخرى
خدمة ارسال بريد الكتروني من داخل الصفحة	موجود	ارسال بريد

يتبين من الجدول السابق رقم (8) توافر عدد من الخدمات الاتصالية التفاعلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية مثل خدمة البحث عن منشورات على صفحة الوزارة او صفحة المتحدث الرسمي- خدمة دعوة اخرين للمتابعة - ارسال رسالة للصفحة - وخدمة فلترة المنشورات، وهي خدمة تسمح للمتلقى بإمكانية منع المنشورات المتعلقة بنمط معين من الاخبار في فترة زمنية معينة من الظهور على صفحته الرئيسية لأنه لا يريد متابعتها لأسباب تتعلق به فيما يعرف بإمكانية تخصيص او فلترة المحتوى.

كما يتوافر اعلان عن وسائل الاتصال بالمؤسسة اقصى يمين الصفحات مثل رقم هاتف - عنوان بريدي تقليدي- موقع الوزارة على خرائط جوجل، كما تتيح الصفحات ارسال بريد الكتروني الى الوزارة من خلال تفعيل العنوان البريدي المنشور في مكان ظاهر على الصفحات، وتميزت صفحة وزارة الصحة بإمكانية ارسال رسالة على تطبيقات ماسنجر وواتس آب في حين اكتفت صفحة المتحدث الرسمي بإتاحة إمكانية ارسال رسالة على تطبيق ماسنجر فقط، أيضاً شهدت الصفحات حضور خدمة الإحالة الى مواقع الكترونية أخرى مثل الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة والسكان على شبكة الانترنت ومنظمة الصحة العالمية WHO، ومركز معلومات فيروس كورونا التابع لوزارة الصحة المصرية، صفحة المشروع القومي لتجميع البلازما على فيس بوك وانستجرام وغيرها.

ثامناً- الاستراتيجيات الإعلامية التي استخدمها الصفحات في المراحل المختلفة للأزمة اثناء فترة الدراسة الزمنية:

رصدت الدراسة استخدام الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية على فيس بوك عدة استراتيجيات إعلامية هي:

1- استراتيجية التركيز: وظفت الصفحات الرسمية لوزارة الصحة هذه الاستراتيجية من خلال تكرار نشر الرسائل خاصة التحذيرية والارشادية مع تغيير مصادرها، أي تكرارها على لسان أكثر من مصدر وقد اظهر التحليل ان الصفحات عمدت الى تكرار نفس المحتوى على لسان أكثر عدة مصادر من الاختصاصيين وعرضه باستخدام عدة أنماط من اشكال العرض خاصة الاشكال المرئية التي شهدت حضوراً كبيراً، الامر الذي قد ينتج عنه زيادة الاعتقاد في مصداقية التحذير ويؤدي الى التغلب على حالة التشتت المعتادة التي تنتاب بعض فئات المتلقين ابان الازمات.

2- الاستراتيجية النفسية (الديناميكية): قامت الصفحات بتوظيف هذه الاستراتيجية من خلال التركيز على عوامل إدراكية أو عاطفية للتأثير في المتلقى، باستخدام استمالات عاطفية أو

إثارة انفعالات ومخاوف، مع التركيز على أهمية المعتقدات والاتجاهات والنوايا السلوكية بتفعيل أدوار المسؤولية الاجتماعية للأفراد وذلك في تناولها لموضوعات مسؤولية الفرد تجاه أسرته ومجتمع ووطنه في ضرورة الالتزام بالتباعد الاجتماعي والاحترافات الصحية مع الحفاظ على النظافة الشخصية ونظافة السكن والشوارع، وفي موضوعات التعامل مع المصابين في العزل وتقديم الدعم النفسي ورفض التمر ضد المتعافين، وأثار التزاحم والتجمعات واهمال اتباع الارشادات، وغيرها.

3- **الاستراتيجية المنطقية (الثقافية):** وتم توظيف هذه الاستراتيجية في تقديم رسائل إعلامية مقنعة تحدد أو تعيد تحديد المتطلبات الثقافية وقواعد السلوك لدى الأفراد والجماعات داخل المجتمع، بحيث يؤدي ذلك إلى تعديل في السلوك الاجتماعي؛ فإقناع الفرد يأتي عبر إحداث تعديل في الضوابط الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع وإعادة صياغتها، وهو ما تمثل في الموضوعات التي تحتوي على إرشادات توجيهية وتوعوية وتنظيمية وأرقام واحصاءات وتصريحات رسمية وبيانات طبية تخاطب عقل المتلقي وتتعلق بضرورة تغيير أنماط صحية وعادات خاطئة وضرورة اتباع الاحترافات الوقائية.

4- **استراتيجية الاتصال الوقائي:** تم توظيفها على صفحات وزارة الصحة الرسمية لمواجهة الشائعات والايخار المضللة وهي عادة تعمل بعد ظهور وتداول الشائعة، أي أن لها طابعاً دفاعياً؛ وتم استخدامها من أجل توعية المواطنين بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر الناجمة عنها، وكيفية تحليلها للكشف عما تتضمنه من أكاذيب ومغالطات من خلال نشر ملصقات بعنوان حقائق وشائعات وملصقات اخرى بعنوان صح ام خطأ، والمداومة على نشر روابط لمواقع جهات حكومية تنشر اخبار مؤكدة مثل منظمة الامم المتحدة للطفولة يونيسيف – صفحة مكتب يونيسيف مصر وغيرها، وايضاً خدمة تلقي الاستفسارات التي بداتها الصفحات في 8 ابريل ويقوم فريق من المتخصصين بالإجابة عنها وعرض الإجابات في فيديوهات يتم بثها دورياً بعد التثويه عنها، فضلاً عن اطلاق تطبيق "صحة مصر" للاستفسارات والإرشادات حول فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) في 15 ابريل والذي يتم تحميله مجاناً من خلال رابط على Google Play، وتعتمد هذه الاستراتيجية على التعاون والتنسيق بين وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية والتربوية وأجهزة وإدارات الإعلام الأمني وفريق إدارة الأزمة ولجان رصد ومتابعة الشائعات، وتسعى استراتيجية الاتصال الوقائي إلى تحقيق أهداف تربوية على المدى البعيد، مع إبقاء المجتمع ومؤسساته في حالة وعى ويقظة بمناخ الشائعات وأساليب ووسائل ترويجها.

استخلاصات الدراسة:

اتخذت هذه الدراسة من الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك مجالاً لدراسة وتحليل سمات الأنشطة والممارسات الاتصالية لهذه الصفحات في تعاملها مع الأزمة التي واجهتها وزارة الصحة -كمؤسسة رسمية من مؤسسات الدولة المصرية، وذلك من خلال دراسة وتحليل عدة متغيرات تشمل الموضوعات التي تناولتها بالتغطية والتحليل واشكال عرض المحتوى المقدم ودلالاتها وخصائص وأنماط المصادر التي

اعتمدت عليها الصفحات واتجاهاتها وانماط التفاعل بين الصفحات والجمهور بما يوضح ويحلل ويفسر الكيفية التي تناولت بها الصفحات مجريات الامور وتطوراتها وقدر الاهتمام الذى اولته الصفحات للحدث وذلك بهدف تحليل الاداء الاتصالي للصفحات وإبراز جوانب النجاح والقصور بها، مما قد يساعد القائمين على التخطيط في ادارة الأزمات في الاستفادة بما توصلت إليه الدراسة من نتائج.

وخلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج:

1. يوجد تشابه كبير بين صفحة وزارة الصحة الرسمية و صفحة المتحدث الرسمي باسم الوزارة على فيس بوك في نوع الموضوعات التي تم تناولها وأشكال عرض المحتوى وانماط المصادر وأساليب الاقناع الموظفة والاستراتيجيات الاتصالية وغيرها، الامر الذي يقدم مؤشراً على توحيد الصف وانماط الإدارة خاصة وقت الأزمات.
2. نجحت الصفحتين الرسميتين لوزارة الصحة في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في تحقيق رسالة طب الأزمات المتمثلة في تقديم معلومات عن الخدمات الطبية العاجلة لضحايا الأزمة والإسعافات الأولية والمتابعة الدقيقة، وذلك بالتعاون مع الجهات الأخرى، كالأجهزة الأمنية والصحية بهدف حماية الأرواح، فضلاً عن وضع الخطط والأسس والسياسات التي تحكم الاستجابة إلى الأزمة وقت حدوثها واعلام الآخرين بها، وفق منهج علمي يتلاءم وطبيعة الأزمة وينطلق من المستوى الواقعي لوعي الجمهور، في دلالة صريحة على اهتمامها بنمط المعلومات التكميلية Adjusting Information، طبقاً للمدخل الوظيفي وهي المعلومات التي تهدف الى مساعدة الافراد للتعامل مع الاضرار التي تنتج عن الأزمة.
3. استطاعت صفحات الوزارة "في إطار الوضع الصحي الطارئ، توفير أنباء جديدة بالثقة ودقيقة كأمر حيوي ومتوقع من خلال تنظيم الحوارات والندوات مع الخبراء والمتخصصين، ونجحت الصفحتين في تقديم معالجة لمواضيع وقضايا وأحداث الأزمة بطريقة لا تميل إلى التهويل او المعالجة السطحية الا انها اغفلت الى حد كبير التحليلات الإضافية وشهادات المتعافين.
4. في تناولها للموضوعات لم تكتف الصفحات بالقضايا الصحية فقط، ولكن حاولت القاء الضوء على قضايا تتعلق بالرقابة الأمنية والسلوك الاجتماعي، مثل طرحها لاستغلال التجار للخدمات الصحية والعلاجية سواء بالاحتكار أو غلاء الأسعار مع تقديم تغطية لجهود الدولة في ضبط مستغلى الأزمة وجهود توفير بدائل الاحتياجات الطبية.
5. شهدت الصفحات الرسمية حضور باهت لعدد من الموضوعات المتعلقة بأماكن العزل الحكومي والخاص والميداني وتجهيزاتها، والفحوصات الخاصة بالمرض وأسعارها وأماكن وجودها، وأعمال التطهير لكافة المستشفيات التي ظهرت فيها الحالات، واستعدادات المستشفيات الحكومية لعلاج المصابين، حيث لم تحظى هذه الموضوعات بنسب حضور عالية على الرغم من أهميتها بالنسبة لقطاعات المتابعين من الجمهور، في

دلالة على عدم اهتمام الوزارة بوضع نمط المعلومات الاستيعابية Internalizing Information في أولويات الاهتمام، وهي نمط المعلومات الخاص ببناء السمعة داخل المؤسسة المعنية بالأزمة لحماية تواجدتها ومستقبلها بين المواطنين.

6. اكتفت صفحات وزارة الصحة على إصدار بيان رسمي في شكل انفوجراف يومي يكتفي بتسجيل الأرقام الدالة على اعداد المتعافين والاصابات و الوفيات إبان الأزمة. هذه الإحصاءات لم تتخطى مبدأ الملاحظة إلى مبدأ التعليل للإجابة عن سؤال: لماذا هذه الزيادات او الانخفاضات في المتعافين والوفيات والاصابات الجديدة، ولم تقدم هذه الأرقام في سياقات اجتماعية ولم تناقش ان كان الوباء ينتشر في بؤر معينة بمناطق ما، ولم تتناول شرح مسارات الأماكن التي يتركز فيها الوباء، او ربط الإحصاءات ببعض العوامل الديموجرافية كالفئات الاقتصادية او المستويات الثقافية او النوع الجندي او المرحلة العمرية وغيرها، حتى يمكن ان تعطى معلومات ذات دلالة يمكن ان تفيد في التنبؤ بحركة انتشار الفيروس داخل المجتمع المصري، فضلاً عن ان هذه الإحصاءات الرسمية لم تقدم عدد الحالات مقارنة بإجمالي عدد السكان او ربطها بمدى جاهزية النظام الصحي.

7. لم تقم أي من الصفحتين الرسميتين لوزارة الصحة بترجمة الأرقام الإحصائية المعلنة يومياً عن عدد المتعافين والإصابات والوفيات الى رسوم بيانية تظهر منحنيات الأرقام اليومية ما بين الصعود والهبوط حيث تعتبر الرسوم البيانية خيار خصب لعقد مقارنات ثرية في معدلات الارتفاع والانخفاض في ارقام التعافي والاصابات والوفيات، هذه المقارنات يمكن ان تلهم الإعلاميين الذين يلجئون لهذه الصفحات الرسمية كمصادر موثوقة للمعلومات - لتوجيه الأسئلة الصحيحة للمتخصصين وتوسيع دور الصحافة والاعلام من مجرد العرض والوصف المجرى للحقائق الى الفهم والنقد والتحليل، وهذا النمط الإحصائي في عرض بيانات وزارة الصحة نزع عن التغطية الإعلامية للصفحات المتخصصة الصفة البشرية عن المصابين والمتوفين حيث تحولت الحالات الى ارقام غير دالة على مضمون تفسيري يقدم في سياقات اجتماعية، او اقتصادية، او ثقافية او جندرية او غيرها.

8. حرصت الصفحات على عرض المحتوى المقدم على صفحاتها في نمط اشكال مرئية بالاستفادة بما استطلع عليه اكااديمياً ب (ثقافة الفيديو) لتحقيق معدلات أفضل من الفهم والادراك للمحتوى المقدم الى اكبر قدر من المتلقين حرصاً منها على التفاعل معهم والتأكد من وصول محتوى الرسالة إليهم بهدف تحقيق التأثير المطلوب وربما يمتد التأثير في خلق ولاء من المتلقين تجاه المؤسسة الممثلة للصفحات وهو ما يمهّد الى بناء سمعة مؤسسية لتعزيز مستقبل تواجدتها فيما يعرف -طبقاً للمدخل الوظيفي - بالمعلومات الاستيعابية

Internalizing Information

9. أطلقت صفحات وزارة الصحة تطبيق صحة مصر الذى يمكن تحميله مجاناً من متجر جوجل وذلك فى استجابة لتوصية منظمة الصحة العالمية بدعوة الدول الأعضاء إلى إتاحة محتوى موثوق عن كوفيد-19 واتخاذ تدابير لدحض المعلومات المضللة والخاطئة وتسخير التكنولوجيات الرقمية في شتى جوانب الاستجابة.

10. مثل الحضور المكثف للخبراء والمتخصصين كشخصيات فاعلة في غالبية الموضوعات المنشورة على صفحات الرسمية لوزارة الصحة مؤشرا طيبا نحو تنوع المصادر واتجاهها لتقدير العلم، واسهم في تهدئة قلق المتلقيين من شبح الأزمة و تدعيم مشاعر الثقة والأمان، وافسح مجالاً لبناء قاعدة معلومات شاملة تحظى بالثقة يمكن ان تشكل مصدراً متاحاً للإعلاميين لاستقاء البيانات واستغلال جميع المواد والمصادر الرسمية على الصفحات عندما تحتاج إليها لبناء محتوى ينشر في وسائل الاعلام يحظى بالمصداقية والشمولية ويغلق الباب امام الأخبار المغلوطة والمضللة.

11. تجنبت الصفحات الرسمية لوزارة الصحة الى حد كبير سيطرة حضور الشخصيات الرسمية خروجاً على ما هو متبع من سياسات الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية وأفسحت مجالاً للمواطنين مما منحها نوعاً من الأداء يتسم بالتوازن النسبي وهو مظهر يتسم مع إدارة وسائل الاعلام عادة للالزامات، حيث تتقلص او تغيب القواعد الروتينية الخاصة بالتغطية الإعلامية وترتكز الصحافة على افراد عاديين يتحولون الى فاعلين اساسين في المحتوى المنشور مما قد يمنحها مزيداً من القرب ودافعاً للمتلقي في المداومة على المتابعة لشعوره انه شريك في إدارة الأزمة.

12. لم تستطع الصفحتين من تحقيق واحدة من اهم مسؤوليات طب الأزمات المتمثلة في تقديم التوعية الجادة والمطلوبة قبل حدوث الأزمة، حيث لم تظهر الصفحات اهتماماً جاداً في تقديم التوعية والارشادات الخاصة بالوقاية من الوباء الا في فترة لاحقة من انتشار الوباء في مصر وتحديداً بداية من اول مارس، وهي في ذلك تكنفى بعرض نمط المعلومات الإجرائية Instructing Information، طبقاً للمدخل الوظيفي، وهي المعلومات التي تشتمل على التعامل مع الأزمة كرد فعل.

13. حرصت الصفحات على الاشارة الى علاقات التعاون والتنسيق مع الجهات المحلية والدولية المعنية بمواجهة الأزمة مثل منظمة الصحة العالمية وذلك في مرحلة مواجهه الأزمة - احتواء الاضرار (التأثيرات المباشرة او قصيرة المدى)، بغرض الطمأننة وتنظيم جهود الحماية والإنقاذ وبناء الثقة، وهو ما يرصد إدراك القائمين على إدارة الصفحات الإعلامية لاحد اهم وظائف اعلام الكوارث والأزمات.

14. تؤكد أدبيات التسيير الإداري أن التخطيط السابق لاتصال الازمات متضمن في التخطيط الشامل لإدارة الأزمة ككل والذي يكون هدفه الأساسي تفعيل عدة وظائف لتكوين قاعدة وقائية لمواجهة الكوارث والازمات بالإمكانيات والوسائل اللازمة للحد من انتشارها وتقليل تبعاتها السلبية على مناحي الحياة، وفي ذلك لم توفق صفحات وزارة الصحة الرسمية في تحقيق درجة عالية من التوازن في تقديم الوظائف المتعلقة بمراحل معالجة الأزمات طبقاً للموقف المشكل، حيث وصلت الفروق بين المرحلتين الأولى والثانية الى 97% وهي نسبة توضح الفجوة الضخمة بين مراحل تطور الأزمات حيث وقعت في نوع من التحيز لجانب مرحلة مواجهه الأزمة واحتواء الاضرار على حساب مرحلة الاستعداد والوقاية، ولا شك

- ان عدم تحقيق التوازن يخلق نوعا من التحيز الذي يعوق إدراك المتلقيين ووعيهم بالأبعاد والجوانب المختلفة للأزمة واستخلاص الدروس ومراكمة الخبرات.
- وترى الباحثة ان سبب هذه الفجوة يعود الى البدء المتأخر للصفحات المعنية بالدراسة في القاء الضوء على الفيروس حيث ظلت وزارة الصحة تنفى وجوده داخل مصر حتى بداية مارس 2020، فضلاً عن توقف الدراسة في نهاية الموجة الثالثة من الفيروس في 1 يونيو 2021 الامر الذي يبرر غياب مضامين تقدم وظائف تتعلق بمرحلة استعادة النشاط والتعلم.
15. حرصت الصفحات الرسمية على طرح نموذج يحتذى به في التعامل مع الأزمة حيث ابرزت توقف المؤتمر الصحفي اليومي لوزيرة الصحة للإعلان على مسار الوباء في مصر والذي تحول الى مؤتمر افتراضي عبر تقنيات التكنولوجيا الحديثة وذلك في منتصف مارس.
16. تنوعت اساليب الاقناع التي وظفتها الصفحات في تناولها لفيروس كورونا؛ حيث اعتمدت في تناول اكثر من نصف الموضوعات على الاستمالات العقلية التي تخاطب عقل المتلقي وهي نتيجة منطقية تتوافق مع اعتماد الصفحتين على الخبراء والمتخصصون كمصادر أساسية للمعلومات، كما وظفت الصفحات الاستمالات العاطفية بنسبة 22.6% من الموضوعات وهو ما يظهر في تأكيدها على المسؤولية الاجتماعية للفرد تجاه أسرته ومجتمع ووطنه؛ ايضاً جمعت الصفحات بين توظيف كل من الاستمالات العقلية والعاطفية معاً في عدد من الموضوعات بنسبة 21.4% خاصة الموضوعات.
17. وظفت الصفحات استمالات التخويف كأسلوب إقناعي بشكل ضئيل مع الموضوعات المتعلقة بآثار التزاحم والتجمعات واهمال اتباع الارشادات. فالخوف محرك أنساني يضيء أهمية على القضايا الا ان الافراط في استخدامه من الممكن ان يؤدي الى نشر الزعر الذي يولد نتائج عكسية منها الانصراف عن القضية وتجاهلها. الامر الذي اطفى وعياً ملحوظاً في نسب توظيف الاستمالات العاطفية في أساليب الاقناع المستخدمة في صفحات الوزارة الرسمية.
18. وظفت الصفحات الإستراتيجية الاتصالية التفاعلية؛ حيث رصدت الباحثة تفاعل الصفحات مع المتابعين من خلال الاستجابة للتعليقات، والرد على الاستفسارات والشكاوى على الرغم من انه تفاعل محدود- سعياً لتحقيق الوظائف المنوطة بها.
19. توافرت عدد من الخدمات الاتصالية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية مثل خدمة البحث عن منشورات -خدمة دعوة اخرين للمتابعة - ارسال رسالة للصفحة - وخدمة فلترة المنشورات- حضور خدمة الإحالة الى مواقع الكترونية أخرى مثل الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة والسكان على شبكة الانترنت ومنظمة الصحة العالمية WHO، ومركز معلومات فيروس كورونا التابع لوزارة الصحة المصرية، صفحة المشروع القومي لتجميع البلازما على فيس بوك وانستجرام وغيرها.

المراجع:

1-عثمان، محمد العربي.(1999):*اتصالات الازمة، مسح وتقييم للتطورات النظرية*، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، يناير ابريل، ص ص 93 -152.

#- ويُشار بالوباء المعلوماتي في حالة كورونا إلى السيل الجارف من المعلومات على شبكة الإنترنت خاصة الشبكات الاجتماعية، 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 الجسدية والنفسية؛ وتشجيع عدم التقيد بتدابير الصحة العامة، مما يحد بالتالي من فعاليتها ويهدد قدرة البلدان على وقف مسار الجائحة. فضلاً عن استقطاب نقاش عام حول مواضيع متعلقة بكوفيد-19، توجج خطاب الكراهية، وتصدد مخاطر النزاع والعنف وانتهاكات حقوق الإنسان. مما يؤثر بالضرورة على المصالح الاقتصادية والتنموية والحياة السياسية والثقافية بالبلاد.للمزيد انظر.....

2-<https://www.afp.com/ar/agency/press-releases-newsletter/afp-condemns-expulsion-its-algiers-bureau-chief>

3-<https://publish.twitter.com/?query=https%3A%2F%2Ftwitter.com%2Falmaniadi%2Fstatus%2F1243618458417467394&widget=Tweet>

4-<https://blog.checkpoint.com/2020/03/19/covid-19-impact-as-retailers-close-their-doors-hackers-open-for-business/>

5-<https://www.who.int/ar/news/item/06-02-1442-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>

*- Kavanaugh A.L. et al. (2012). Social media use by government: From the routine to the critical. *Government Information Quarterly*, volume29, Issue 4: p.480.

6-صلاح الدين، خالد.(2021). *اتجاهات مستخدمي الإنترنت نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الصحي بجائحة كورونا: في إطار نظرية الفاعلين المؤثرين*، مجلة Arab Media & Society، مركز كمال ادهم للصحافة التلفزيونية والرقمية، العدد 31 ربيع وشتاء.

7-الشهلوب،عبد الملك عبد العزيز.(2020). *ممارسات الاتصال الفعال في ادارة ازمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى افراد المجتمع السعودي، دراسة مسحية لجهود وزارة الصحة السعودية*، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال جامعة الازهر الكندية، العدد 30، سبتمبر.

8-عبد الحميد،حنان عيد الوهاب.(2020). *تأثير التعرض لتغطية أزمة فيروس كورونا بالمواقع الإخبارية على تشكيل الحالة المزاجية للجمهور المصري - دراسة ميدانية*، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، المجلد 55 ج.

9-زناتي،ريم نجيب.(2020). *توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر)" دراسة حالة على موضوع فيروس (كورونا COVID-19) المستجد*، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، ع55، م ج.

10-الفرم، خالد فيصل.(2019). *استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا : دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية*، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد14، القاهرة، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ص ص225 - 205 ..

- 11-Corey H. Basch , Sarah A. Maclean, Rachele-Ann Romero, Danna Ethan,(2018), *Health information seeking Behavior Among ,College students*, Journal of Community Health, Published online:19 May.
- 12-Yiefeng Hu (2017),*Helth information of the internet: influence of the online sources on credibility and behavioral interaction* , theses in mass communication Pennsylvania State university collage of communication , august 2007.
- 13-إبراهيم، عبد الخالق زقزوق.(2016). *أطر معالجة الصحف الورقية والإلكترونية لأزمة فيروس سي بمصر، دراسة تحليلية مقارنة*، المجلة العلمية لبحوث الصحافة – العدد السادس 57.
- 14- Ali S. khan AronFleischner, and others ,(2015), *The next Puplic HealthInformation Fusan and social networks* , American journal of public health , July 2010,Vol.100,No
- 15- فياض، محمد أحمد.(2015). *دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين :بواقع التعرض والإشباع المتحققة*، كلية الفنون والاعلام جامعة مصراته، العدد 2، ص.ص 53-48.
- 16-ابوطالب، زينب.(2013). *شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي*، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ع9، مايو، ص. ص 59-120.
- 17-محمد احمد،فاطمة الزهراء.(2013). *دور الصحف الإلكترونية السعودية في التوعية بالقضايا الصحية*، المجلة المصرية لبحوث الاعلام جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ع 37، سبتمبر، ص ص 43- 71.
- 18- Hong , T.(2007), *Information Control in Time of Crisis: The Framing of sars in china – Based Newspapers and Internet Sources* ; Cuberpsy Chology and Behavior , Vol.10, No5, pp 696-699.
- 19-عبد المجيد، همت حسن.(2008). *الاترنت وعلاقته بإدراك المراهقين للمخاطر الصحية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث*، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- 20- مها محمد الطرابيشي.(2001). *انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية والورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي، المؤتمر العلمي السنوي السابع، العالم وحقوق الإنسان العربي، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 14 – 15 مايو.*
- 21-زكي، مايسة حمدي.(2020). *تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونياً (EWOM) حول إدارة الحكومة المصرية لأزمة كورونا على الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك*، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، ع 55، مجلد ج4.
- 22- العربي، بن يحيى.(2018). *ادارة اتصال الازمات في زمن الشبكات الاجتماعية تحولات نظرية ونماذج عملية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع12، سبتمبر.*
- 23-عبد الله، داليا عبد الله.(2017). *استخدام المنظمات العاملة في مصر لوسائل التواصل الاجتماعي في اتصال الازمة واتجاهاتهم نحوها*، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، كلية الاعلام جامعة القاهرة، المجلد 2017، العدد 9، ص. ص 51-108.

- 24- أبو سريع، انجي ابو سريع.(2017). *استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في ادارة الازمات: دراسة في تحليل المستوى الثاني، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام: قسم العلاقات العامة والإعلان)، ع11، سبتمبر، ص. ص 358 – 305.
- 25- السيد، شيماء.(2016). *دور الاعلام الاجتماعي في ادارة اتصالات الازمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد 56 يوليو سبتمبر.*
- 26- صادق، سمر. (2015). *العلاقة بين التماس الشباب المصري للمعلومات عبر موقع الفيس بوك وقت الازمات، وإدراكهم للأزمة، دراسة ميدانية لأزمة ستاد بورسعيد، مجلة كلية الآداب جامعة عين شمس العدد 43 أكتوبر ديسمبر.*
- 27-Hans Bicks.Tina Otten.(2014), *The International crisis in the German and English press metaphorical structural in the media canerange on Greece Spain and Italy* , Discourse & Society Vol125,(4).
- 28-An, Seon-Kyoung.(2014), "*How to Manage Crises - Manage Anger: Exploring the Anger Management Model Based on Organizational Crisis Response Strategies*, News Frames, Negative Emotions, and Negative Behavioral Intentions" Paper presented nt the annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, Jun 21.
- 29-الباز، محمد.(3013). *تكنيكيات الموائمة المهنية في صياغة اخبار الازمات عبر خدمة الرسائل القصيرة SMS، دراسة مقارنة ل5 شبكات اخبارية في الفترة من 5 الى 31 يناير، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، كلية الاعلام، جامعة الاهرام الكندية، العدد الثاني، سبتمبر.*
- 30-لطفى، محمود احمد.شعبان، هاجر. (2013). *استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام اثناء الازمات الطارئة: أزمة الدستور المصري أمونجا، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع2 سبتمبر ص. ص، 280 295.*
- 31- سليمان، سلوى.(2014). *دور صفحات الجيش والشرطة على الفيس بوك في ادارة ازمة ما بعد 30 يونيو 2013، جامعة عين شمس، كلية الآداب.*
- 23- شومان، محمد.(2001). *اشكاليات في مسار اعلام الازمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثاني العدد الثالث، يوليه سبتمبر.*
- 33-العواد، عبد العزيز محمد. (1425هـ). *فاعلية إدارة الكوارث في المستشفيات العسكرية: دراسة تطبيقية على المستشفيات العسكرية بمدينة الرياض، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص. ص 13-14.*
- 34- Kim, Jeong-Nam; Grunig, James E. (2011). "*Problem Solving and Communicative Action: A Situational Theory of Problem Solving*". Journal of Communication. **61**(1): 120–149.

35- Yetton, Phillip W. *Vroom, Victor H.* (1973). **Leadership and Decision-Making.** Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, *Findings from a systematic literature review.* International Journal of Educational Management, 32(7), 1245-1265.

Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=EJ1196449>

36- Kim, Jeong-Nam; Shen, Hongmei; Morgan, Susan E. (2011). "**Information Behaviors and Problem Chain Recognition Effect: Applying Situational Theory of Problem Solving in Organ Donation Issues**". Health Communication. 26(2): 171–184

37- Aldoory, Linda; Kim, Jeong-Nam; Tindall, Natalie (2010). "**The influence of perceived shared risk in crisis communication: Elaborating the situational theory of publics**". *Public Relations Review.* 36 (2): 134–140.

38- for mor details see:

- Sun.Y. Zaho Yetal. (2015).**Understanding the antecedents of vedio addiction: the roles of perceived visibility, perceived enjoyment, and flow.** In: Proceedings of the 19th Pacific-Asia Conference on Information Systems. Singapore: Marian Bay Sands. Wegener, I. Et al., (2019).

-Setzer, E., Duckett, F., (2020). **Linking understand level with youth television and video game use,** [U.S.A, Journal of Adolescence, vol 27, Issue 1, 2114, p: 71-85.

-Lazard, A., & Atkinson, L. (2015). **Putting Environmental Infographics CenterStage: The Role of Visuals at the Elaboration Likelihood Model's Critical Point of Persuasion.** Science communication, Vol (37)1, 6-33.

-39- Smith, Denis (1992),**Key reading in crisis management** ,New York, NY, Routledge ,pp 25-28.