

## The Role of News Coverage in Raising Health Awareness Content about the Corona Pandemic A Survey of the SPA Account on Twitter

Abdhalim Musa Yagoub Abdalrazig \*

Department of Media, College of Arts, King Faisal University, Saudi Arabia.

Received: 8/11/2021

Revised: 2/4/2022

Accepted: 11/5/2022

Published: 15/9/2022

\* Corresponding author:

[ahalim24@kfu.edu.sa](mailto:ahalim24@kfu.edu.sa)

Citation: Abdalrazig, A. M. Y.(2022) . The Role of News Coverage in Raising Health Awareness Content about the Corona Pandemic A Survey of the SPA Account on Twitter. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 49(5), 617–629. <https://doi.org/10.35516/hum.v49i5.2892>

### Abstract

The study aims to identify the extent of the study sample's interest in news coverage of health issues of the Corona pandemic, and to identify the types of persuasive solicitation that the agency used in its newsletter to educate citizens and residents about the dangers of the pandemic, and to know how the agency used in its publication of images and fees to raise awareness of the risks of the pandemic, and to calculate the numerical quantity of topics Health and social in the SPA Twitter account.

To achieve the goal of the study, the survey method was adopted, and two of the five surveys were employed; the two are media survey and content analysis.

The study highlighted the weakness of the efforts of the SPA news agency to raise health and social awareness among citizens and residents about the risks of the pandemic during the study period. In addition to the agency's use in its publication of many fears, emotional and mental solicitations in social topics in the SPA Twitter account, its significance was not strong enough in raising awareness of the pandemic during the study period.

The study concludes that the media should push for more information that contributes strongly to refuting these rumors, and other researchers should conduct more interdisciplinary research with humanitarian and educational studies about the pandemic, and a great burden will fall on journalists and citizens through the optimal use of digital media tools that have become inevitable in spreading awareness of the risks of diseases and epidemics expected in the coming years.

**Keywords:** News coverage, media awareness, health content, Corona pandemic, SPA, Twitter.

### دور التغطية الإخبارية في التوعية بالمضامين الصحية إزاء جائحة كورونا -دراسة مسحية لحساب وكالة واس على موقع تويتر

عبد الحليم موسى يعقوب عبد الرازق \*

قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل.

#### ملخص

أهداف البحث: هدفت الدراسة الى التعرف على مدى اهتمام عينة الدراسة بالتغطية الاخبارية للقضايا الصحية لجائحة كورونا، والوقوف على أنواع الاستمالات الاقناعية التي استخدمتها الوكالة في نشرتها الإخبارية لتوعية المواطنين والمقيمين بأخطار الجائحة، ومعرفة كيفية استخدام الوكالة في نشرتها للصور والرسوم في التوعية بمخاطر الجائحة، واحتساب الكمية العددية للموضوعات الصحية والاجتماعية في حساب واس بتويتر.

المنهجية: لتحقيق هدف الدراسة تم اعتماد المنهج المسحي، وتوظيف اثنين من الخمس مسوحات؛ وهما مسح وسائل الاعلام، وتحليل المضمون.

النتائج: ابرزت الدراسة ضعف جهود وكالة واس الاخبارية بالتوعية الصحية والاجتماعية للمواطن والمقيم بمخاطر الجائحة خلال فترة الدراسة. بجانب استخدام الوكالة في نشرتها العديد من استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في الموضوعات الاجتماعية في حساب واس بتويتر، غير أنّ دلالتها لم تكن بالقوة الكافية في بالتوعية بالجائحة خلال فترة الدراسة.

التوصيات: يجب على وسائل الاعلام الدفع بمزيد من المعلومات التي تساهم بقوة في دحض هذه الشائعات، وعلى باحثين آخرين اجراء مزيد من البحوث البينية مع الدراسات الإنسانية والتربوية حول الجائحة، كما يقع عبء كبير على الصحفيين والمواطنين من خلال الاستخدام الامثل لأدوات الاعلام الرقمي التي أضحت حتمية في نشر التوعية بمخاطر الامراض والوبائيات المتوقعة خلال الاعوام القادمة.

الكلمات الدالة: التغطية الإخبارية، التوعية الإعلامية، المضامين الصحية، جائحة كورونا، وكالة واس، موقع تويتر.



© 2022 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

## المقدمة:

بدأت جائحة كورونا (COVID-19) في ديسمبر 2019م، في سوق وواهان "Wuhan" الصيني، ومن ثم بدأت الأنباء تتواتر عن العديد من الأشخاص الذين تعرضوا لهذا الفيروس، وبعدها أعلنت الإجراءات الاحترازية في جميع أرجاء السعودية كغيرها من الدول التي بدأت تنتهج نهجاً مقارباً لمحاربة الفيروس. صاحب انتشار المرض العديد من الإشاعات والأخبار الكاذبة تراوحت بين التقليل منه؛ وتضخيم الجائحة. وقد اهتمت السعودية ممثلة في وزارة الصحة بتزويد المواطنين والمقيمين بالمعلومات الصحيحة من خلال المؤتمر اليومي لوزارة الصحة. كما ساهمت وكالة الأنباء السعودية (واس) في التوعية بالجائحة من خلال تغطية المؤتمر ورقد وسائل الاعلام السعودية بالمعلومات الصحيحة في حسابها بتويتر، من خلال تغطيتها لكل الأنشطة العلمية من ندوات ولقاءات علمية للجامعات والمراكز البحثية حول الجائحة. كما التزمت وسائل الاعلام السعودية بالمعلومات الواردة في نشرة واس باعتبارها الناطق الرسمي للدولة وعدم إضافة أي معلومة عن الجائحة لم ترد في النشرة، وكل ذلك ساهم في دحض العديد من الشائعات التي كانت تستخدم الصور والفيديوهات والمقالات عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وقد أثرت الجائحة على العلاقات الاجتماعية والقطاعات الصحية من خلال الإجراءات الاحترازية العديدة التي اتخذتها الدولة لحماية المواطنين والمقيمين وتقليل اثارها، إذ إن الأفراد يرتكزون في تصرفاتهم اليومية على الفهم المشترك للقضايا والمشكلات الانية ضمن سياقهم الاجتماعي.

في الاطارين الفلسفي والتطبيقي تم استخدام نظرية حارس البوابة وذلك لارتباطها بمشكلة وتساؤلات وفرضيات الدراسة. وتأتي الدراسة الميدانية لتكشف جهود وكالة واس خلال فترة الدراسة في التوعية الإعلامية بمخاطر الجائحة في إطار القضايا الاجتماعية والصحية وتوظيفها للعديد الصور والرسوم باعتبارها من عوامل إبراز القضايا والموضوعات الإخبارية التي ساهمت في الوعي والمعرفة في كشف مخاطر الجائحة وطرق الوقاية منها، والتشديد على الأخذ بالتدابير الاحترازية التي نشرتها وزارة الصحة، وذلك مع نهاية الموجة الاولى وبداية الموجة الثانية من الجائحة، خلال الفترة من (يناير إلى يونيو 2021م)؛ وهذا يتكامل الاطاران الفلسفي والتطبيقي للإجابة عن التساؤلات وتحقيقاً لأهداف الدراسة.

تساؤلات ومشكلة البحث: الدراسة تبرز جهود وكالة واس في التوعية بالمضامين الصحية من خلال تحليل حسابها بتويتر إبان الموجة الثانية والتي بدأت في يناير 2021م، من خلال تغطيتها للقضايا الصحية والاجتماعية في إطار الاحترازات الوقائية، بجانب استخدامها للعديد من الاستمالات الاقناعية التي وظفت لها العديد من العناصر التيبوغرافية، وقد وظفت الوكالة نظرية البوابة في هذه التغطية؛ درءاً للشائعات التي انتشرت خلال هذه الجائحة. ويرى (خضر، محمد إبراهيم، 150، 2013) أنه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في صورة أسئلة تستطيع الربط بين المتغيرين الأساسيين في الدراسة. وتأتي صياغة المشكلة البحثية في سؤال رئيس هو: ما دور تغطية وكالة واس الإخبارية في التوعية بالمضامين الصحية تجاه جائحة كورونا خلال فترة الدراسة؟ ويتفرع عن هذا السؤال عدداً من الأسئلة وهي:

1. مدى اهتمام عينة الدراسة بالتغطية الاخبارية في التوعية بالمضامين الصحية لجائحة كورونا.
2. ما أكثر الاستمالات الاقناعية التي استخدمتها الوكالة في تغطيتها الإخبارية للموضوعات الاجتماعية لتوعية المواطنين والمقيمين بأخطار الجائحة؟
3. ما أكثر الاستمالات الاقناعية التي استخدمتها الوكالة في تغطيتها الإخبارية للموضوعات الصحية لتوعية المواطنين والمقيمين بأخطار الجائحة؟
4. مدى استخدام الوكالة للعناصر التيبوغرافية في تغطيتها الاخبارية في التوعية بمخاطر الجائحة.
5. ما الجهود التي بذلتها وكالة واس بتوعية المواطن والمقيم بمخاطر الجائحة في التوعية الصحية بالجائحة.
6. ما الجهود التي بذلتها وكالة واس الإخبارية في نشر الأخبار الصحيحة ومحاربة الشائعات ازاء الجائحة؟
7. لماذا وظفت الوكالة نظرية حارس البوابة في التوعية بجائحة كورونا؟

## فرضيات الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جهود الوكالة الاخبارية في التوعية الصحية للمواطن والمقيم بمخاطر الجائحة تبعاً للموضوعات الاجتماعية.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حول استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في التوعية الصحية بالجائحة تبعاً للموضوعات الاجتماعية.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حول استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في التوعية الصحية بالجائحة تبعاً للموضوعات الصحية.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حول استخدام العناصر التيبوغرافية في التوعية بالجائحة تبعاً لتغطية حساب وكالة واس بتويتر.

#### أهمية البحث: تأتي أهمية البحث للمبررات التالية:

1. أدى انتشار جائحة كورونا إلى موت العديد من الناس في جميع انحاء العالم.
2. انتشار العديد من الشائعات التي ساهمت في تزويد المواطنين والمقيمين بمعلومات سلبية بالسعودية.
3. اهتمام وكالة واس السعودية بنشر الاخبار والمعلومات الصحيحة لمحاربة الشائعات.
4. اهتمام وزارة الصحة السعودية بعقد مؤتمر دوري لتمليك المعلومات الصحيحة والارشادات الصحية للسكان، والذي تقوم الوكالة بنشره لوسائل الاعلام المحلية.
5. التأثير السلبي للجائحة على المجتمع السعودي في المجالات الصحية والتعليمية والاجتماعية.

#### أهداف البحث:

1. التعرف على مدى اهتمام عينة الدراسة بالتغطية الاخبارية للقضايا الصحية لجائحة كورونا.
2. الوقوف على أنواع الاستمالات الاقناعية التي استخدمتها الوكالة في نشرتها الإخبارية لتوعية المواطنين والمقيمين بأخطار الجائحة.
3. رصد جهود وكالة واس من خلال حسابها بتويتر لنشر الاخبار الصحيحة ومحاربة الشائعات.
4. معرفة كيفية استخدام الوكالة في نشرتها للصور والرسوم في التوعية بمخاطر الجائحة.
5. الوقوف على اتجاهات الصحفيين ازاء دور التغطية الإخبارية لحساب وكالة واس بتويتر في التوعية الصحية بالجائحة.
6. التعرف على توظيف الوكالة في تغطيتها الاخبارية نظرية حارس البوابة في التوعية الصحية بالجائحة كورونا.
7. احتساب الكمية العددية للموضوعات الصحية والاجتماعية في حساب واس بتويتر.

#### منهجية البحث:

اعتمد البحث على المنهج المسحي "Survey method"، وفي هذه الدراسة تم توظيف اثنين من الخمس مسوحات؛ وهما مسح وسائل الاعلام، والآخر تحليل المضمون، ويعرف (مشاقبة، بسام عبد الرحمن، 60-61، 2010) المنهج المسحي بأنه "مجموعة الظواهر موضوع البحث والتي تضم عدداً من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها".

#### نظرية حارس البوابة Gatekeeping Theory :

تعتبر حارس البوابة من أكثر النظريات استخداماً في البحوث الإعلامية لصاحبها "كيرت ليون Kurt Lewin يرى (DeFleur, Melvin, 2009, 45) أن الموظفين في المؤسسات الإخبارية يمثلون حراس البوابات الإعلامية، إذ أنهم يسمعون بمرور بعض الأخبار ويمنعون أخرى، ومن هنا تبدأ عملية تقبيل ومراقبة الاخبار ومن ثم تشكيل رؤية الجمهور للحقائق والاخبار. وانطلاقاً من هذه النظرية فان الاخبار يتم تمحيصها وغربلتها عبر مراحل عديدة داخل المؤسسة الإعلامية للتوافق وسياسة المؤسسة، وبالتالي فان القائم بالاتصال يكون على دراية كافية بهذه السياسة. وتقوم النظرية على عدة فرضيات تتسق مع هذه الدراسة، فالعايير المهنية للقائم بالاتصال يجب ان تتوافق وسياسة المؤسسة الإعلامية. ويضيف (الدهمشي، فلاح وآخرون، 67، 2019-68) أن وكالات الانباء تقوم بتوجيه انتباه الجمهور على اخبار معينة بطرق محددة. ويرى الباحث ان هذا الامر في الأوضاع العادية أما أوقات الازمات فان وكالات الانباء كما هو الحال في وكالة "واس" التي كانت تضغط بقوة تركيزية على ابراز الاخبار جائحة كورونا، حتى تدحض الشائعات التي انتشرت بقوة خلال الجائحة، خلال الموجتين الأولى والثانية. ويذهب (الضالعين، نضال وآخرون، 176، 2016) إلى أن القائم بالاتصال يعمل تحت سلطة مؤسسته وادارتها، لهذا لا بُدَّ له من الالتزام بها، وبالتالي هي من تتحكم في عملية مرور المعلومة لديه. ويرى (Shoemaker, Pamela J, 2009, 39) أن عملية انتقاء الاخبار لا تُحدد المعلومات التي يتم اختيارها فقط، وإنما تتدخل في انتقاء المحتوى وطبيعة الرسائل الإخبارية التي سوف تصل للجمهور.

مجتمع البحث: شملت الدراسة كل ما نشر عبر حساب الوكالة بتويتر خلال فترة الدراسة، ويعتبر هذا الحساب الرسمي للوكالة الذي تنشر فيه يوميا وبصورة منتظمة اخبار الجائحة، ومنها تنقل العديد من الصحف هذه الاخبار، باعتبارها المصدر الأوحده لأخبار الجائحة بالسعودية.

#### أسباب اختيار مجتمع البحث:

1. تعتبر وكالة واس الوكالة الرسمية للسعودية.
2. تمثل المصدر الرئيس للأخبار الرسمية لجائحة كورونا.
3. جميع وسائل الاعلام السعودية تعتمد في اخبارها عن الجائحة على نشرتها الإخبارية.
4. قيام الوكالة بجهود إعلامية في رصد مراحل الجائحة ومحاربة الشائعات.

## تعريف المفاهيم (نظري، اجرائي)

1. **التعريف الاجرائي للمفاهيم:** تبدأ الدراسة بالتعريف الاجرائي لمصطلحات الدراسة في الإطار التطبيقي، والتي ستركز عليها صحيفة تحليل المحتوى وهي:

- أ- **التغطية الإخبارية:** يقصد بها العملية التي يحصل من خلالها محرر وكالة واس على المعلومات الخاصة بالتوعية بالمضامين الصحية الخاصة بالجائحة من مصادرها الرسمية ومرورها عبر بوابات الوكالة قبل نشرها على موقع حساب الوكالة بتويتر.
- ب- **المضامين الصحية:** وهي تهتم بالموضوعات الصحية والاجتماعية التي تتناول احصائيات الإصابة بالمرض والحالات الحرجة وأعداد الذين تماثلوا للشفاء، والإجراءات الاحترازية للوقاية من المرض الصادرة من وزارة الصحة بجانب تبيان طرق انتقال العدوى وأعراض الإصابة بالمرض، ومواقع فحص كورونا بجانب ضرورة الحصول على التصاريح الشخصية، وتصاريح التجمع، وتوضيح إجراءات السفر، وأداء الحج والعمرة.
- ج- **التوعية الإعلامية:** ويقصد بها مجموعة الأنشطة الإعلامية التي تخلق وعي بين مختلف الجمهور في القضايا الخاصة بالجائحة التي تحدد من قبل وكالة واس بناء على سياسة محددة.

## الدراسات السابقة:

**الدراسة الأولى:** الفرم، خالد بن فصل (2017)، 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، العدد الرابع عشر، القاهرة. تناولت الدراسة مرض كورونا الذي سببته الإبل، وتم تطبيق الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي (يوتيوب-فيسبوك)، واستخدمت الدراسة منهج المسح، باعتبارها من الدراسات المسحية، كما تم تحديد العينة الزمانية من (1 شعبان 1435-30 شعبان 1435 هـ). وقد خلصت الدراسة إلى أن (37 %) من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي، بجانب أن (60%) من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمرض كورونا، مما يساهم ذلك زيادة الأمراض والأوبئة، مما يعزز من حجم الخسائر الوطنية.

**الدراسة الثانية:** الشرمان، عدیل أحمد (2020)، دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية: وباء فيروس كورونا نموذجاً، المجلة العربية للدراسات الأمنية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية بالرياض. تناولت الدراسة دور في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية بالتطبيق على جائحة كورونا، وهدفت الدراسة إلى أهمية الاعلام الصحي ودوره في التوعية بالأمراض المعدية ومحاربة الشائعات، وقد استخدمت الدراسة المنهج الاستطلاعي، خلال الفترة من بداية الجائحة في مارس وحتى مايو 2020م، واعتمدت الدراسة على عينة الخبراء، وانتهت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أن وسائل الاعلام التقليدية لديها موثوقية أكبر لدى الجماهير في تلقي المعلومات عن الجائحة مقارنة مع الاعلام الالكتروني، بجانب اسهام وسائل الاعلام في نشر الوعي بالجائحة.

**الدراسة الثالثة:** عاشور، وليد (2020)، تأثير وسائل الإعلام علي التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا "Covid-19 دراسة ميدانية"، مجلة الدراسات الإعلامية : العدد الحادي عشر أيار. مايو 2020 المجلد 3، مجلة دولية محكمة تصدر من ألمانيا، برلين عن المركز الديمقراطي العربي. تناولت الدراسة تأثير وسائل الإعلام علي التوعية الأسرية لمواجهة فيروس لما تمارسه من هيمنة ثقافية واقتصادية وسياسية وأيديولوجية ودينية تفرض نفسها ومكانتها في حياتنا اليومية، بجانب أن الحتمية التكنولوجية تفرض نفسها يومياً على حياتنا اليومية وخاصة خلال إدارة أزمة جائحة كورونا. استخدمت الدراسة منهج المسح، واستخدمت عينة قوامها (500) مفردة من أرباب الاسر بمدينة سوهاج. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج منها، أبرزت الدراسة على أن تأثير وسائل الاعلام على التوعية الأسرية لم يختلف طبقاً لمحل الإقامة) ريف / حضر) أو على مستوى النوع (ذكر/ أنثي) وهو ما يؤكد على قوة التأثير لوسائل الاعلام في ظل الحجر المنزلي والتباعد الاجتماعي لمواجهة الفيروس. كما أكدت الدراسة على وجود علاقة دالة إحصائية بين تأثير وسائل الاعلام ووعي الأسر بكيفية مواجهة فيروس كورونا، وظهر ذلك التأثير في ضوء المصابين بالفيروس أو أسر المصابين.

**الدراسة الرابعة:** السيد، نجلاء رجب (2020)، شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية وعي المرأة بأزمة فيروس كورونا المستجد كمتغير في التخطيط لإدارة الأزمة، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية العدد 52 المجلد 1، جامعة حلوان، مصر. ناقشت الدراسة إسهامات التي قام بها شبكات التواصل الاجتماعي في عملية تنمية وعي المرأة بأزمة فيروس كورونا، واستخدمت الدراسة العينة العمدية لمجموعة افتراضية على الفيس بوك، وانتهت إلى عدد من النتائج منها: أن الشبكات الاجتماعية ومنها الفيس بوك خاصة تمثل البديل الأمثل لاعتماد المرأة عليها بقدر كبير وصولاً إلى المعلومات التي تتناول الفيروس، بجانب مساهمتها بقوة في عملية تشكيل الوعي بالفيروس بالنسبة للمرأة من النواحي المعرفية والوجدانية والسلوكية.

**الدراسة الخامسة:** سرحان، عبد الكريم وآخرون (2021)، توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا،

المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (22). هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى توظيف وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة الفلسطينية لمنصة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من جائحة كورونا، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وأداة المقابلة المعمقة، بجانب أداة الاستبانة الكترونية التي تم توزيعها على عينة الدراسة من متابعي صفحة الفيسبوك لوزارة الصحة الفلسطينية، وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: قيام وحدة العلاقات العامة في وزارة الصحة بتوظيف صفحتها على شبكة الفيسبوك لتعزيز توعية الجمهور بمواضيع الوقاية من الجائحة بفاعلية تقود إلى تلبية احتياجات الجمهور.

الدراسة السادسة: أطبقة، عبدالله محمد عبدالله (2020)، الأطر الخيرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا: "Covid-19" دراسة تطبيقية على موقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراته. تهدف الدراسة إلى التعرف على الأطر الخيرية للتناول الإعلامي بالموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية لجائحة كورونا، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، حيث اعتمدت على العينة العشوائية المنتظمة، وجاءت العينة العشوائية من 200 خبر على موقع روسيا اليوم. وانتهت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: إن تكتم الصين عن ظهور فيروس كورونا هو أكثر أطر الأسباب الواردة ضمن المواد الخيرية المنشورة بالموقع الإلكتروني بقناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة كورونا بنسبة 22.5%، 2، وكذلك فإن التعاون الإيطالي الروسي هو أكثر أطر التعاون الواردة ضمن المواد الخيرية المنشورة بالموقع الإلكتروني بقناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية الجائحة بنسبة 28.8%.

ما يستفاد من الدراسات السابقة: استخدمت الدراسات السابقة المنهج الوصفي، فبعضها استخدم الاستبانات، وبعضها على اختيار عينة من الخبراء، وقد تابعت مجتمعات الدراسة بين مواقع التواصل وسكان بعض المدن، والأخر على تحليل محتوى آراء عدد من الإعلاميين والكتاب والباحثين. وقد استفادت الدراسات السابقة من الجانب المنهجي حيث تم استخدام تحليل الأخبار الواردة بحساب الوكالة بتويتر.

#### الإطار النظري:

تم بناء هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية حارس البوابة، والذي سيركز على القضايا التي أثارها هذه النظرية في إطار علاقتها بموضوع الدراسة. فقد أصبحت كل الأخبار الخاصة بأخبار الجائحة بمجتمع الدراسة تمر عبر بوابة وكالة واس بتوصية من وزير الاعلام لتقليل الشائعات والتحكم في الأخبار اليومية والانبة التي ترسلها الوكالة عبر حسابها بتويتر (مشنوي، على: 2021). وقد أصبحت كل وسائل الاعلام السعودية تستقي أخبار الجائحة من الوكالة مما ساهم ذلك في نشر الوعي بأخطار الجائحة، وقد اشارت العديد من الدراسات إلى التوعية الجماهيرية بالجائحة ساهمت فيها الرسائل الاتصالية التي ترسلها وسائل الاعلام عن عدد المصابين وتنبية المواطنين بالتقيد بالإجراءات الاحترازية، باستخدام العديد من الاستمالات العقلية والعاطفية واستمالات الخوف؛ وكلما تعدد الرسائل الاتصالية بموضوعات صحفية متباينة، وباستخدام عوامل ابراز متعددة من خلال الصور والانفوغرافيك التي تنشرها وزارة الصحة كرسائل إرشادية أو تحذيرية عن الجائحة. وكل ذلك يساعد الجمهور في عملية انتقاء الاخبار والموضوعات المتعلقة بالجائحة، مما يعزز من عملية تذكر الرسائل الاتصالية التي يحتاج إليها المواطن عن الجائحة.

وسيتيم مناقشة الإطار النظري من خلال اربعة محاور هي:

أولاً: حارس البوابة ووكالة واس خلال جائحة كورونا.

ثانياً: مراحل التغطية الإخبارية للجائحة وحارس البوابة بوكالة واس.

ثالثاً: الشائعات والتوعية الإعلامية بالجائحة.

رابعاً: الاعلام وإدارة أزمة جائحة كورونا.

فهذه المحاور الثلاثة تمثل علاقة ارتباطية بين تغطية وكالة واس للجائحة ونظرية الدراسة. وسناقشها كما يلي:

أولاً: حارس البوابة ووكالة واس خلال جائحة كورونا:

يذهب (Shoemaker, Pamela J, 2009, 67) إلى أن عملية حراسة البوابة "تمثل اختيار عدد لا يحصى من المعلومات وصياغتها في عدد محدود من الرسائل الاتصالية التي تصل إلى الناس كل يوم، وهذا يمثل مركزية الدور الإعلامي في الحياة العامة الحديثة. فالتعامل مع الجائحة في الموجة الأولى والثانية اعتبرته السعودية ملف يتعلق بالأمن الوطني السعودي. ويذكر (السعدون، أسعد حمود، 2021، 462)، أنّ جائحة كورونا هدّدت مكونات أساسية من مكونات الأمن الوطني، وهي الأمن الصحي والأمن الاقتصادي والأمن الاجتماعي، لهذا يصبح من الضروري التذكير بضرورة الالتزام بمقومات وركائز الأمن الوطني، إذ أن ذلك الالتزام سينعكس إيجاباً في الحد من تداعيات الجائحة. كما أشار (العمرى، عبد الكريم بن صنيان، 2020) إلى أهمية الأمن القومي باعتباره معزراً للوحدة الوطنية، ويساهم في الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية، والأشياء تعرف بأضدادها، حينما تفقد الأمة ذلك.

وشددت وزارة الصحة السعودية على موقعها (<https://covid19awareness.sa>) بضرورة تطبيق العديد البروتوكولات الصحية للحد من انتشار فيروس كورونا كوفيد-19، قائلة " والتحديث بناء على مدى التزام الجهات بتطبيق البروتوكولات الصحية، وكذلك تقييم المخاطر بتبع

الحالات الإيجابية الجديدة ومدى ارتباطها بأي نشاط يحدث في كافة القطاعات" وهذه البروتوكولات قابلة للتحديث بين الفينة والأخرى استناداً لارتفاع أو انخفاض حالات الإصابة أو الشفاء حتى تقلل من مخاطر الجائحة، وقد تجاوزت عدد الإصابات الألف في شهر مارس خلال الموجة الثانية؛ لهذا تم تطبيق نظرية حارس البوابة في كل الاخبار المتعلقة بالجائحة، وإلزام كل وسائل الاعلام باستقاء اخبار الجائحة من وكالة واس، وهذا يحقق العديد من الأهداف الاجتماعية والصحية، منها موثوقية مصدر الاخبار بجانب محاربة الشائعات المنتشرة بقوة عبر مواقع التواصل. وقد وصفت عينة الصحفيين تغطية وكالة واس للجائحة بأنها ممتازة بنسبة (51.4%)؛ وبأنها جيدة جداً بنسبة (34.3%) من خلال سؤالهم عن " توعية واس للمواطنين والمقيمين بمخاطر الجائحة في المجالات الصحية والاجتماعية". وهذا اتجاه إيجابي في التغطية الإخبارية لوكالة واس. وقد برر مدير وكالة واس بالمنطقة الشرقية استخدام الوكالة لنظرية حارس البوابة في تغطية الجائحة بأنها تمثل امثالاً لتوجهات الدولة التي تسعى لحماية المواطنين والمقيمين من اخطار الشائعات التي انتشرت عبر الاعلام الرقمي بأعداد كبيرة. (مشنوي، علي: 2021)

ومما يؤكد ممارسة الوكالة لمنهجية حارس البوابة في تغطية الجائحة تقليلاً للشائعات، فقد اجابت عينة الصحفيين بنسبة (48.6%) بأنها ممتازة، بينما (34.3%) بأنها جيدة جداً.

#### ثانياً: مراحل التغطية الإخبارية للجائحة وحارس البوابة بوكالة واس:

حراس البوابات هم الصحفيون الذين يقومون بجمع الانباء من مصادرها، ومن ثم تمر إلى وسائل الاعلام بعد غربلتها عبر البوابات العديدة (رشتي، 1987، 295). فمرور الاخبار عبر سلسلة من حراس البوابات قبل وصولها إلى الجماهير هذه المنظومة أضحت وضعا طبيعياً في الاخبار المتعلقة بالجائحة بوكالة واس، لهذا تمر أي تغطية بأربع مراحل من المصدر حتى النشر؛ وهي كما يلي:

1. الحصول على المادة الإخبارية عن الموضوع المراد تناوله.

2. المرحلة التقويمية للمادة الإخبارية.

3. المرحلة التحريرية.

4. مرحلة النشر.

الواقع الرقمي قلص عدد البوابات الرقابية للمواد الإخبارية، بيد أن الوكالة أنشأت عدداً من البوابات لغربلة الاخبار التي تصدر من الجهات الرسمية مستصحبة في ذلك سيكولوجية الجمهور والتوقيت والاشاعات التي تقفز بين الفينة والأخرى في مواقع التواصل، حتى لا تؤثر تلك الاخبار في تعزيز الاشاعات والتي تؤثر حتماً على الامن الاجتماعي.

ذكر مدير الوكالة أن الاخبار تمر بعدد من البوابات قبل بلوغها مرحلة النشر (مشنوي، علي: 2021)، وهذا الاتجاه في وضع العديد من البوابات يؤكد على حرص الوكالة نشر الاخبار السليمة والتي تعزز السلم الاجتماعي بالسعودية في ظل جائحة كورونا.

#### ثالثاً: الشائعات والتوعية الإعلامية بالجائحة:

الجمهور يسعى للبحث عن المعلومات المتعلقة بالجائحة من خلال التعرض المستمر للإعلام، وهو ما يعرف بالحصول على المعلومات المطلوبة. ويرى (مكاوي وآخرون، 2009، 156) إلى أننا نتعرض ونذكر الرسائل الاتصالية التي تساعدنا في الاشباع اليومي لاحتياجاتنا الحياتية أو نتوقع منها حدوث ذلك من خلال تلك الرسائل المتكررة. ومن خلال هذا التعرض اليومي للرسائل الاتصالية انتشرت العديد من الشائعات خلال الموجة الأولى وامتدت للموجة الثانية، وقد رصد الباحث أكثر من (35) فيديو باللغتين العربية والإنكليزية، والعديد من المقالات المتعددة بعضها لعلماء وأطباء ومشاهير يُحرّض على عدم التطعيم، باعتبار أن الجائحة مؤامرة عالمية تقودها عدة جهات دولية تريد تخفيض الجنس البشري. وفي مقابلة صحفية أجراها (McGovern, Celeste, 2021) مع البروفيسور الفرنسي (Luc Montagnier) الحائز على جائزة نوبل في الطب ذكر قائلاً: "All Vaccinated people will die within 2 years". وهذه الرسالة تعتبر من الرسائل الكاذبة والتي وصفها (موقع thenewsminute.com) بأنها تصنف ضمن "fake message" وعلى شاكلة هذه الرسائل الاتصالية يتشكك الجمهور في فاعلية التطعيم، مالم يساهم الاعلام في عملية الوعي بأهمية التطعيم.

زاد الوعي بأهمية التطعيم في الموجة الثانية مما دفع معظم المواطنين والمقيمين لأخذ الجرعة الأولى، وقد ملأت الشائعات الخاصة بتطعيم كورونا مواقع التواصل الاجتماعي وشكلت العديد من النقاشات الاجتماعية في المجالس الخاصة وداخل الحوارات الاسرية، لكن بروتوكول الدولة الخاص بإجراءات السفر ساهم في زيادة اقبال المواطنين والمقيمين على أخذ الجرعة الأولى وبعضهم أدرك الثانية، وذكزت جريدة (الشرق الأوسط، 17 مارس 2021) أن عدد الذين اخذوا الجرعة الأولى بلغ في مرحلته الأولى (أكثر من مليونين و500 ألف جرعة من لقاح كورونا، في مختلف مناطق المملكة). وكل هذا يحسب لوسائل الاعلام السعودية التي ساهمت في نشر التوعية بمخاطر الجائحة، وقد أجابت عينة من الصحفيين عن سؤال "جهود وكالة واس في نشر الاخبار الصحيحة ومحاربة الشائعات"، حيث بلغت نسبة الذين يرون انها ممتازة (54.3%)، أما الذين يرون انها كانت جيدة جداً بلغت نسبتهم (25.7%). وهذا يدعم الاتجاه الإيجابي لوكالة واس في تغطيتها للجائحة خلال فترة الدراسة، ونشر التوعية الصحية والمعلوماتية.

رابعاً: الاعلام وادارة أزمة جائحة كورونا: تعتبر جائحة كورونا من أكبر الأزمات التي واجهت السعودية والعالم خلال هذا القرن، وما قاد ذلك إلى افرازات صحية واجتماعية قادت إلى تغيير الانساق الاجتماعية لأول مرة في التاريخ. وقد استطاعت السعودية إدارة هذه الأزمة من خلال اصدار العديد من البروتوكولات الصحية والاجتماعية والاوامر الملكية لتقليل الإصابات، حيث تم التعليم النظامي إلى "تعليم عن بعد"، وإغلاق المساجد لفترات متفاوتة، وكذلك اغلاق التجمعات التجارية، والمطاعم. وخلال الموجة الثانية تم الغاء صلاة التهجد بالمساجد، وفتحت جميع المساجد مع الالتزام بالتباعد "مسافة مترين" بين كل مصلي وآخر، بجانب تفعيل تطبيق "توكلنا" في كل دخول المؤسسات والمحلات التجارية، وحتى بعض المساجد. وقد ساهمت وسائل الاعلام في تلك الأزمة بالرسائل التوعوية التي شكلت حتمية يومية في التعرض لهذه الرسائل الاتصالية، لمعرفة التنبيهات والاوامر الخاصة بالجائحة. وقد لاحظ الباحث الالتزام الكبير للمواطنين والمقيمين بهذه التعليمات والاوامر بشكل يومي.

ذكر (الدهمشي، فلاح، 1436، 16-17)، الخصائص الأساسية للأزمة، منها:

أ- المفاجأة العنيفة عند انفجارها.

ب- نقص المعلومات.

ج- الغموض وعدم وضوح الرؤية.

د- ضغط الوقت والحاجة إلى اتخاذ قرارات سريعة وفعالة وصائبة.

هـ- حالة الذعر.

وبالنظر إلى هذه الخصائص نجدها تنطبق تماماً على جائحة كورونا ومدى الهرج والمرج الذي صاحب المجتمع وضبابية المعلومات عنها، وكثرة الشائعات والمعلومات المتضادة. لهذا يرى الباحث أن قرار ان تستق جميع وسائل الاعلام معلوماتها من وكالة واس رأي صائب لمعالجة هذه الأزمة التي أضحت كارثة عالمية.

ذكر (الصيفي، حسن وآخرون، 2021، 172) أن الاعلام يعتمد على عدة اليات لإدارة الأزمة الإعلامية، منها:

أ- التركيز على أطر إخبارية محددة.

ب- تناول معلومات بعينها تتعلق بالأزمة، وتجاهل الأخرى.

ج- تقديم المعالجات الإخبارية المثيرة للعواطف الإنسانية لدى الرأي العام.

وما لاحظته الباحث أن وكالة واس من خلال حسابها بتويتر كانت تركز على اخبار الجائحة خلال فترة الدراسة، من خلال "لجنة الطوارئ" التي شكلتها الدولة في جميع مناطق المملكة، برئاسة سمو أمير كل منطقة. وفي مقابلة مع مدير وكالة واس بالمنطقة الشرقية الذي ذكر قائلاً "أن هنالك غرف مشتركة بين الإدارات وأمارات المناطق تتابع تنفيذ القرارات، وبحكم أن وزارة الصحة هي التي تقرر وتتخذ القرارات، فهي المسؤولة عن الملف الصحي بالكامل من حظر التجوال وحظر السفر، وهي تستمد هذه القرارات من الأحوال الواقعية للحالات، لهذا يمكن القول بكل ثقة أن المملكة نجحت في إدارة أزمة كورونا"

الدراسة التحليلية:

عينه الدراسة: تم اختيار الفترة الزمانية للبحث للفترة من يناير إلى يونيو 2021م ، للقيام بالدراسة التحليلية لمضمون الاخبار المنشورة عبر الحساب الرسمي لوكالة واس.

مبررات اختيار الفترة الزمانية:

1. شهدت هذه الفترة الموجة الثانية من الجائحة وارتفاع منى الإصابات بالسعودية مرة أخرى.

ركزت الدراسات والبحوث والمؤتمرات على الموجة الأولى للجائحة، لهذا اختارت الدراسة دراسة فترة نهاية الموجة الأولى وبداية الموجة الثانية

2. ارتفاع اعداد المصابين بالفيروس بعد انخفاض أعداد الإصابات والشفاء في المرحلة السابقة، مما جعل السلطات الصحية إعادة تفعيل العمل ببعض الإجراءات الاحترازية في النواحي الاجتماعية.

3. استمرار إغلاق المدارس والجامعات، والاستمرار في التعليم عن بعد، واختيار معظم الجامعات وجميع المدارس الاختبارات "عن بعد" لتقليل الإصابات.

4. استمرار الشائعات في الاعلام الالكتروني حول الجائحة.

5. انتشار الوعي بين المواطنين والمقيمين بمخاطر الجائحة بصورة أكبر من الموجة الأولى.

ثانياً: صدق الدراسة وثباتها:

يعرف (Cronbach, L. J., 2004, 46) الثبات بأنه يدلُّ على مدى اتساق درجات المقياس أو دقتها وللتأكد من صدق الدراسة (Validity) قام

الباحث بمراجعتها مع عدد من الزملاء وهم (د. نصرالدين قروني، جامعة عجمان، د. ابياء التجاني جامعة الملك عبد العزيز، أ.د. هشام عباس

جامعة الملك فيصل). كذلك قام الباحث باختبارات الصلابة، باختبار ثمانية أعداد شكلت نسبة (41.7%)، حيث بلغت نسبة الثبات (93.3%)، وذلك بين الباحث ونفسه، وبين الباحث وزميل آخر كلف بالتصنيف.

ولمزيد من التأكيد ثبات صحيفة التحليل، فقد استخدم الباحث معادلة هولستي "Holsti equation" وهي كما يلي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

(M) = عدد الحالات المتفق عليها.

(N1) = عدد الحالات التي قام بترميزها المحكم الأول.

(N2) = عدد الحالات التي قام بترميزها المحكم الثاني.

أدوات تحليل البيانات:

1. تم تحديد (الكلمة والموضوع) وحدات تحليلية لعينة الدراسة خلال الفترة الزمنية المحددة. ويرى (الجمال، راسم محمد: 1999، 203) أن "وحدة التحليل هي الوحدة أو العنصر الاساسي الذي سنقوم بعده وإحصائه في تحليل المضمون". أما فئة الموضوع فتندرج تحتها لأغراض الدراسة الفئات التالية: الموضوعات الصحية والاجتماعية. وهي ستجيب عن سؤال (ماذا قيل) وهي تستهدف الاجابة عن السؤال التالي: عن ماذا يدور موضوع المحتوى، وتفيد في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى. (عبد الحميد، 1983، 120). ويندرج تحت هذه الفئة بعض الفئات لغرض البحث، وهي:

الموضوعات الاجتماعية والصحية: ويقصد بها الاخبار التي تتناول القضايا الاجتماعية والصحية الخاصة بالجائحة في حساب وكالة واس بتويتر. وقد تم تحديد الكلمات التالية في إطار الموضوعات الصحية فهي كما يلي " حالات الإصابات، حالات الشفاء التعافي والوفيات، التطعيم، الوقاية، المستشفيات ومراكز التطعيم"؛ بينما الموضوعات الاجتماعية كما يلي: " الإجراءات الاحترازية، التباعد الاجتماعي، العودة بحذر، الأسواق والمطاعم، منع التجول، المساجد والمدارس والجامعات "

أ. الاستمالات: ويقصد بها في هذه الدراسة العملية التي تستهدف التأثير في المتلقي في إطار ثلاثة مناحي، وهي الاستمالات العقلية والعاطفية واستمالات الخوف، وذلك من خلال الكلمات والصور والرسوم التي تحمل المضامين التي تعبر عن الاستمالات في إطار الموضوعات الاجتماعية والصحية.

ب. العناصر التيبوغرافية: ويقصد بها الصور والرسوم التي تستخدم في حساب وكالة واس في إطار تغطيتها للجائحة لإبراز الاخبار بأسلوب يزيد من وصول المعلومة للقارئ.

2. صحيفة تحليل المحتوى: بالنظر إلى جدول (1) فقد تم تصميم صحيفة تحليل المحتوى للإجابة عن أسئلة الدراسة، ويعتبر هذا الاجراء بداية العملية الاحصائية للرموز الكمية، ويقود إلى استخراج النتائج الكمية، وصولاً لتفسير النتائج ومن ثم استخراج نتائج البحث. وقد وزع الباحث صحيفة التحليل إلى محورين (الموضوعات الصحية، والموضوعات الاجتماعية) حتى تتسق وأهداف وأسئلة الدراسة. وتم تصميم الصحيفة بعد مراجعة النشرة الإخبارية للوكالة خلال فترة البحث الممتدة من "يناير إلى يونيو 2021م". ومن ثم جاء تصميم صحيفة التحليل كما يلي:

جدول (1) تصميم صحيفة تحليل المحتوى للمضامين الصحية بوكالة واس

رقم	تاريخ النشر	الموضوعات الصحية	الموضوعات الاجتماعية
1.	يناير	حالات الإصابات، حالات الشفاء التعافي	الإجراءات الاحترازية، التباعد الاجتماعي،
2.	فبراير	الوفيات، التطعيم، الوقاية،	العودة بحذر، الأسواق والمطاعم، منع
3.	مارس	المستشفيات ومراكز التطعيم.	التجول، المساجد والمدارس والجامعات
4.	أبريل		
5.	مايو		
6.	يونيو		

ترميز صحيفة تحليل المحتوى: يرى (عبد الحميد، محمد، 2007م: 115) أن عملية الترميز هي المرشد لمغزى الأرقام والمساحات الشاغرة وما تحتويه من أرقام، وقد انتهى الباحث من



ترميز صحيفة تحليل المحتوى كما يلي:

- الرقم (1) لتوضيح تسلسل اعداد نشرات واس.
- الأرقام (2، 3، 4) لكتابة تاريخ الصدور باليوم والشهر والعام.
- الأرقام (5، 6) لكتابة فئات الصحي، اجتماعي.

جدول (2) المضامين الصحية بوكالة واس الخاصة بتوعية المواطن والمقيم بمخاطر الجائحة

في الموضوعات الصحية والاجتماعية خلال فترة الدراسة

الشهور	تكرار الصحية	تكرار الاجتماعية	Chi-Square	الدلالة الإحصائية (Sig)
يناير	520	210	.789	.473
فبراير	157	130		
مارس	310	123		
ابريل	133	127		
مايو	586	279		
يونيو	534	211		

من خلال جدول (2) نلاحظ أن قيمة (Chi-Square) بلغت (.789) عند مستوى دلالة (Sig=.473)، وهي قيمة أكبر من (0.05)، وهذا يعني انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جهود الوكالة الاخبارية بالتوعية الصحية للمواطن والمقيم بمخاطر الجائحة في الموضوعات الاجتماعية وعلاقتها بالعينة المختارة.

جدول (3) استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في التوعية الصحية

من خلال الموضوعات الاجتماعية في حساب واس بتوتير خلال فترة الدراسة

الشهور	تكرار استمالات الخوف	تكرار استمالات عاطفية	تكرار استمالات عقلية	Chi-Square	الدلالة الإحصائية (Sig)
يناير	21	7	24	.989	.911
فبراير	11	3	26		
مارس	9	6	22		
ابريل	12	4	14		
مايو		5	12		
يونيو	11	7	22		

من خلال جدول (3) نلاحظ أن قيمة (Chi-Square) بلغت (.989) عند مستوى دلالة (Sig=.911)، وهي قيمة أكبر من (0.05)؛ وبالتالي فان النتيجة هي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في الموضوعات الاجتماعية في حساب واس بتوتير وعلاقتها بالعينة المختارة.

جدول (4) استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في الموضوعات الصحية في حساب واس بتوتير خلال فترة الدراسة

الشهور	تكرار استمالات الخوف	تكرار استمالات عاطفية	تكرار استمالات عقلية	Chi-Square	الدلالة الإحصائية (Sig)
يناير	3	2	7	1.411	.842
فبراير	6	2	5		
مارس	4	3	4		
ابريل	3	1	4		
مايو	3	1	6		
يونيو	5	3	6		

نلاحظ أن قيمة (Chi-Square) بلغت (1.411) عند مستوى دلالة (Sig=.842)، وهي قيمة أكبر من (0.05). وهذا يعني أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حول استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في الموضوعات الصحية في حساب واس بتوتير وعلاقتها بالعينة المختارة.

#### جدول (5) استخدام العناصر التيبوغرافية في التغطية الإخبارية للجائحة في حساب واس بتوتير

خلال فترة الدراسة			
الشهور	تكرار الانفوغرافيك	Chi-Square	الدلالة الإحصائية (Sig)
يناير	6	1.696	.428
فبراير	4		
مارس	2		
أبريل	5		
مايو	4		
يونيو	7		

نلاحظ أن قيمة (Chi-Square) بلغت (1.696) عند مستوى دلالة (Sig=.428)، وهي قيمة أكبر من (0.05). وهذا يعني أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حول استخدام العناصر التيبوغرافية في التغطية الإخبارية للجائحة في حساب واس بتوتير وعلاقتها بالعينة المختارة.

#### مناقشة نتائج الدراسة:

من خلال تحليل البيانات في الدراسة الميدانية بالجدول من (2-5)، نتبين أن جميع النتائج جاءت عدمية (Non Sig)، إذ بينت نتائج الجدول (2) والذي أجاب عن الفرض الأول "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جهود الوكالة الإخبارية في التوعية الصحية للمواطن والمقيم بمخاطر الجائحة تبعاً للموضوعات الاجتماعية". والذي تناول مدى اهتمام عينة الدراسة بالتغطية الإخبارية في التوعية بالمضامين الصحية للجائحة كورونا، حيث نلاحظ أن قيمة (Chi-Square) بلغت (0.789) عند مستوى دلالة (Sig=.473)، وهي قيمة أكبر من (0.05)؛ وهذا يعني قبول الفرض العدمي، حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جهود الوكالة الإخبارية بالتوعية الصحية للمواطن والمقيم بمخاطر الجائحة في الموضوعات الاجتماعية وعلاقتها بالعينة المختارة"، وهذا يدعم النتيجة التي انتهت إليها دراسة السيد، نجلاء رجب (2020)، والتي ترى أن مواقع التواصل ساهمت بدرجة كبيرة في التوعية الصحية بالجائحة لدى المرأة المصرية. وتلك النتيجة تفسر مدى الوعي الجماهيري في الموجة الثانية للجائحة من خلال تعرضه المستمر للرسائل الاتصالية التي شكلت إطاره المعرفي إزاءها. أما دراسة عاشور، وليد (2020)، فقد أكدت على وجود علاقة دالة إحصائية بين تأثير وسائل الإعلام ووعي الأسر بكيفية مواجهة فيروس كورونا. أما الإجابة عن الفرض الثاني "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حول استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في التوعية الصحية بالجائحة تبعاً للموضوعات الاجتماعية"، وذلك من خلال تحليل الجدول (3) والذي تناول استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في الموضوعات الاجتماعية في حساب واس بتوتير خلال فترة الدراسة، فقد جاءت نتائج التحليل بقبول فرض العدم، حيث أن قيمة (Chi-Square) بلغت (0.989) عند مستوى دلالة (Sig=.911)، وهي قيمة أكبر من (0.05). وحيث أن هذه النتيجة عدمية فإن الإجابة أوضحت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في التوعية الصحية بالجائحة من خلال الموضوعات الصحية في حساب واس بتوتير وعلاقتها بالعينة المختارة"، ويُعزى الباحث ذلك إلى تعرض المواطن والمقيم إلى كميات كبيرة من الرسائل الاتصالية خاصة من الإعلام الرقمي الذي تدفقت عبره كم هائل من المعلومات الصحيحة والشائعات، أما في الموجة الثانية فقد لاحظ الباحث أن الجمهور أصبح يتلقى معلوماته عن الموضوعات الصحية والاجتماعية من العديد من المصادر خاصة الإعلام الرقمي الذي ساهم بقوة في نشر الأخبار الكاذبة "Fake news".

"ويرى الباحث أن هذه النتيجة تعتبر ممثلة لعينة الدراسة خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة؛ ولا يمكن تعميمها على جهود الوكالة في التوعية الصحية التي كانت بارزة للعيان من خلال تغطيتها المستمرة للجائحة. أما الإجابة عن الفرض الثالث "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حول استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في التوعية الصحية بالجائحة تبعاً للموضوعات الصحية"، وذلك من خلال الجدول (4) فقد أوضحت نتائج تحليل "Chi-Square" عن قبول فرض العدم إذ بلغت قيمة (Chi-Square) (1.411) عند مستوى دلالة (Sig=.842)، وهي قيمة أكبر من (0.05)؛ ومن هنا يمكن الإجابة بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية حول استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في الموضوعات الصحية في حساب واس بتوتير من خلال فترة الدراسة. وهذه النتيجة تعتبر ممثلة لفترة الدراسة بالموجة الثانية، ولا يمكن تعميمها على كل العام إذ قد تختلف

النتائج حينها. أما الفرض الرابع" توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حول استخدام العناصر التيبوغرافية في التوعية بالجائحة تبعاً لتغطية حساب وكالة واس بتويتر؛ فتجيب عليه نتائج تحليل الجدول (5) والذي تناول استخدام العناصر التيبوغرافية في حساب واس بتويتر خلال فترة الدراسة، حيث نلاحظ أن قيمة (Chi-Square) بلغت (1.696) عند مستوى دلالة (Sig=.428)، وهي قيمة أكبر من (0.05)؛ وهذا يعني قبول فرض العدم؛ وبهذا فإن الإجابة تُبين أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حول استخدام العناصر التيبوغرافية في حساب واس بتويتر خلال فترة الدراسة". وبالرغم من نشر وزارة الصحة للعديد من الانفوغرافيا والصور ذات العلاقة بأخبار الجائحة، إلا أن هذه النتيجة تعتبر ممثلة لفترة الدراسة والعينة المختارة خلال الموجة الثانية، دون تعميمها على بقية الفترة السابقة. إذ كانت الصحف شاهدة على جهود وكالة واس في تغطية الجائحة، من خلال الاخبار اليومية التي تستخدمها الصحف في اخبارها وتحليلاتها الإخبارية ومقالاتها باعتبار الوكالة هي المصدر الوحيد والمتحكم في الاخبار مما حقق فرضيات نظرية حارس البوابة، وحضورها في الجانب العملي للدراسة من خلال المضامين الصحية والاجتماعية التي حاولت الوكالة ابرازها بما يتناسب والانساق القيمة التي تحقق الأمن الاجتماعي وتساهم في كبح الشائعات التي انتشرت خلال هذه الجائحة بقوة في مواقع التواصل الاجتماعي مما جعل وزارة الاعلام تضع الوكالة حارسا لبوابة الاخبار الخاصة بالجائحة. وهذا يعزز ما جاء في الإطار النظري عن الشائعات وتهديدها للنسق الاجتماعي، وهذا يبرر ما ذهبت إليه دراسة الفرم، خالد بن فصل (2017)، من عدم استخدام بعض المستشفيات لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالجائحة في مرحلة كورونا الإبل. كما أشارت نتائج دراسة الشerman، عدیل أحمد (2020)، إلى "إسهام وسائل الاعلام في نشر الوعي بالجائحة". ويرى الباحث أن هذه منهجية منطقية في إطار الازمات التي تناولتها الدراسة في الإطار النظري، بالرغم من صدامية هذا الاتجاه مع النظريات الإعلامية وحق المعرفة، ولكن في ظل الازمات والكوارث خاصة جائحة كورونا يجب التعامل مع حرية التدفق الإعلامي حسب ما تحققه من مصالح وطنية تدعم أمن المواطن وسلامته.

نتائج وتوصيات الدراسة من خلال الإجابة عن تساؤلات وأهداف الدراسة:

أ. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج نذكرها كما يلي:

1. ابرزت الدراسة ضعف جهود وكالة واس الاخبارية بالتوعية الصحية والاجتماعية للمواطن والمقيم بمخاطر الجائحة خلال فترة الدراسة.
  2. استخدمت الوكالة في نشرتها العديد من استمالات الخوف والعاطفية والعقلية في الموضوعات الاجتماعية في حساب واس بتويتر، غير أن دلالتها لم تكن بالقوة الكافية في التوعية بالجائحة خلال فترة الدراسة.
  3. استخدمت الوكالة العديد من العناصر التيبوغرافية بيد أن دلالتها لم تكن بالقوة الكافية في التوعية بالجائحة خلال فترة الدراسة.
- التوصيات: يجب على وسائل الاعلام السعودية ان تتحرى الدقة في مصادر أخبارها عن جائحة كورونا وذلك من خلال المصادر الموثوقة والرسمية عبر وسائل الاعلام التقليدية والالكترونية، وذلك لتجنب الوقوع في براثن الاشاعات المنتشرة بقوة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي اعتبرت هذه الجائحة عبارة عن مؤامرة دولية، لهذا يجب على وسائل الاعلام الدفع بمزيد من المعلومات التي تساهم بقوة في دحض هذه الشائعات، وعلى باحثين اخرين اجراء مزيد من البحوث البينية مع الدراسات الإنسانية والتربوية حول الجائحة إذ هذه الجائحة من المتوقع تتبعها موجات اخرى يحتاج للدفع الاعلامي من اجل التوعية بمخاطر الشائعات التي تهدد النسيج الاجتماعي والامن الوطني، كما يقع عبء كبير على الصحفيين والمواطنين من خلال الاستخدام الامثل لأدوات الاعلام الرقمي التي أضحت حتمية في نشر التوعية بمخاطر الامراض والوبائيات المتوقعة خلال الاعوام القادمة.

شكر

يشكر الباحث جامعة الملك فيصل على دعم البحث تحت مسار منح بحثية رقم المشروع (GRANT717)، لمدة ستة أشهر ونهاية العقد بتاريخ

2022/11/1م.

## المصادر والمراجع

- الجمال، راسم محمد (1999)، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة.
- درويش، عبد الرحيم (2012)، مقدمة إلى علم الاتصال، الناشر عالم الكتب - القاهرة.
- الدليعي، عبد الرزاق (2012)، وسائل الاعلام والطفل، دار المسيرة، بيروت.
- الدهمشي، فلاح (1436)، الاتصال والأزمات، مكتبة المتنبي، الدمام، السعودية.
- الدهمشي، فلاح وآخرون (2019)، نظريات الاتصال الجماهيري، مكتبة المتنبي، الدمام، السعودية.
- رشتي، جيهان (1978)، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، القاهرة، درا الفكر.
- الصيفي، حسن وآخرون (2021)، اتصال الصراعات والأزمات: المبادئ والتطبيق، الهفوف، السعودية.
- عبد الحميد، محمد (1983)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق، جدة.
- عبد الحميد، محمد (2007)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار ومكتبة الهلال، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة.
- عبيدات، محمد وآخرون (1997)، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- العمرى، عبد الكريم بن صنيان (2020)، مرتكزات الأمن الوطني، دار المأثر بالمدينة المنورة.
- مشاقبة، بسام عبد الرحمن (2010)، البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، عمان، دار أسامة للتوزيع والنشر.
- معلا، ناجي (2006)، بحوث التسويق (مدخل منهجي تحليلي)، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- مكاوي، حسن، ليلى حسين السيد (2009)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- نضال الضالعين، مصطفى كافي، على الضالعين وآخرون (2016)، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

## البحوث والدراسات:

- أطبيعة، عبدالله محمد عبدالله (2020)، الأطر الخيرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا "Covid-19": دراسة تطبيقية على موقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراته.
- سرحان، عبد الكريم وآخرون (2021)، توظيف شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 22.
- السعدون، أسعد حمود، جائحة كورونا ومرتكزات الأمن الوطني 1-2، جريدة اخبار الخليج، العدد: 15771 - الجمعة 28 مايو 2021 م، الموافق 16 شوال 1442 هـ.
- الشرمان، عدیل أحمد (2020)، دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية: وباء فيروس كورونا نموذجاً، المجلة العربية للدراسات الأمنية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية بالرياض.
- عاشور، وليد (2020)، تأثير وسائل الإعلام علي التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا "Covid-19" دراسة ميدانية "، مجلة الدراسات الإعلامية : العدد الحادي عشر أيار. مايو 2020 المجلد 3 ، مجلة دولية محكمة تصدر من ألمانيا ، برلين عن المركز الديمقراطي العربي.
- الفرم، خالد بن فصل (2017)، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكوميّة بمدينة الرياض السعديّة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد الرابع عشر، القاهرة.

## مواقع الانترنت والصحف:

- البروتوكولات الصحية للحد من انتشار فيروس كورونا كوفيد-19، نشر على موقع <https://covid19awareness.sa//> بتاريخ 6 يوليو 2020، تاريخ الوصول 27 مايو 2021 م.
- جريدة الشرق الأوسط، السعودية: عدد جرعات لقاح كورونا المعطاة يتجاوز مليونين و500 ألف، جريدة الشرق الأوسط، تاريخ الصدور 17 مارس 2021 م، تاريخ الوصول: 20 مايو 2021 م.

## المقابلات:

- مقابلة مع مدير وكالة واس بالمنطقة الشرقية أ. علي مشنوي، بتاريخ 25 مارس 2021 م.

## References

- El-Gamal, Rasem Mohamed (1999). Introduction to Research Methods in Media Studies, Cairo University Center.
- Darwish, Abdel Rahim (2012). Introduction to Communication Science, publisher World of Books - Cairo.
- Al-Dulaimi, Abdul Razzaq (2012). Media and Children, Dar Al-Masira, Beirut.
- Al-Dahmashi, Falah (1436). Communication and Crises, Al-Mutanabi Library, Dammam, Saudi Arabia
- Al-Dahmashi, Falah et al. (2019). Theories of Mass Communication, Al-Mutanabi Library, Dammam, Saudi Arabia.
- Rashti, Jihan (1978). The Scientific Foundations of Media Theories, Cairo, Dar Al-Fikr.
- Al-Saifi, Hassan et al. (2021). Conflict and Crisis Communication: Principles and Application, Hofuf, Saudi Arabia.
- Abdel Hamid, Muhammad (1983). Content Analysis in Media Research, Dar Al-Shorouk, Jeddah.
- Abdel Hamid, Mohamed (2007). Content Analysis in Media Research, Al-Hilal House and Library, Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution, Cairo.
- Obeidat, Muhammad et al. (1997). Scientific Research Methodology, Rules, Stages, and Applications, Dar Wael for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
- Al-Omari, Abdul Karim bin Sunitan (2020). The Foundations of National Security, Dar Al-Maathir in Al-Madinah Al-Munawwarah.
- Mashaqbeh, Bassam Abdel Rahman (2010). Media Research and Discourse Analysis, Amman, Dar Osama for Distribution and Publishing.
- Mualla, Naji (2006). Marketing Research (Analytical Methodological Introduction), Dar Wael for Printing, Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
- Makkawi, Hassan, Laila Hussein El-Sayed (2009). Communication and its Contemporary Theories. Cairo: The Egyptian Lebanese House.
- Nidal Al-Dalain, Mustafa Kafi, Ali Al-Dhalaen, et al. (2016). Communication Theories and Mass Media, Amman: Dar Al-Asaar Al-Alamy for Publishing and Distribution

## English References:

- Cronbach, L. J. (2004). My current thoughts on coefficient alpha and Successor procedures. Case report 642. National Center for research on evaluation. University of California, Los Angeles.
- DeFleur, Melvin (2009). Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects. Allyn & Baco.
- Shoemaker, Pamela J. (2009). Gatekeeping Theory. New York: Routledge.
- Shoemaker, Pamela J. (2009). Gatekeeping Theory. New York: Routledge.
- Stempel G. H. (n.d.). Sample size for classifying subject matter in dailies Journalism Quarterly 29. P.

## Research and Studies:

- Al-Farm, Khaled Bin Fasl (2017). Using Social Media in Health Awareness of Coronavirus: An Applied Study on Medical Cities and Their Governmental Hospitals in Riyadh, Saudi Arabia, Journal of Public Relations Research Middle East, Issue Fourteen, Cairo.
- Al-Saadoun, Asaad Hammoud, (2021 AD.). Corona pandemic and the foundations of national security (1-2), Gulf News newspaper, issue: 15771.
- Al-Sharman, Adel Ahmed (2020). The Role of the Media in Confronting Epidemics and Infectious Diseases: The Corona Virus Epidemic as a Model, The Arab Journal for Security Studies, Naif Arab Academy for Security Sciences in Riyadh.
- Ashour, Walid (2020). The Impact of the Media on Family Awareness to Confront the Corona Virus Covid-19 "A Field Study", Journal of Media Studies, 11(3), Berlin by the Democratic Center Arabi.
- Atbiqa, Abdullah Muhammad Abdullah (2020). News frameworks for the media handling of the "Covid-19" pandemic: an applied study on the website of the Russia Today satellite news channel, Journal of the College of Arts and Media, Misurata University.

- Sarhan, Abdel Karim, et al. (2021). Employing the Facebook network in promoting health awareness to prevent corona virus, International Journal of Human and Social Sciences, No. 22.
- Asharq Al-Awsat Newspaper, Saudi Arabia:(2021). The number of Corona vaccine doses given exceeds two million and 500 thousand, Al-Sharq Al-Awsat newspaper,
- Health protocols to limit the spread of the COVID-19 virus, published on the website (<https://covid19awareness.sa//>) on July 6, 2020, accessed on May 27, 2021 AD.
- McGovern, Celeste, 2021, lifesitenews.
- Sanyukta Dharmadhikari, Message claiming 'vaccinated people will die in two years by Nobel Laureate is FAKE, <https://www.thenewsminute.com/article/message>, MAY 26, 2021.

**Interviews:**

An interview with the director of SPA Agency in the Eastern Province, Ali Mashnoy, dated, March 25, 2021 AD.