

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد الكلية .

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعد رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد السادس والخمسون - الجزء الثالث - جمادى الأول ١٤٤٢ هـ - يناير ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

٩٧٥ توظيف التسويق الحسي كأداة لتحفيز السلوك الشرائي وعلاقته بالولاء للعلامة التجارية - دراسة ميدانية على عملاء مطاعم الوجبات السريعة العالمية في مصر
أ.م.د. أماني ألبرت

١٠٤١ محددات المسؤولية الجنائية لجرائم الاختراق والاعتراض والانتحال وآليات الضبط والردع في التشريعات العربية في العصر الرقمي: دراسة تحليلية مقارنة
أ.م.د. نرمين نبيل الأزرق

١٠٨١ اتصالات إدارة الأزمات وعلاقتها بالثقة التنظيمية للعاملين وسلوكياتهم للمواطنة التنظيمية - دراسة على عينة من الشركات الخاصة العائلية العاملة في مصر
أ.م.د. ريم أحمد عادل

١١٤٩ اتجاهات النخبة نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا: دراسة ميدانية
أ.م.د. مروى السعيد السيد

١٢٠٧ مخاطر «الفبركة الرقمية» في الإعلام الجديد جائحة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي «نموذجًا»
د. استقلال دليل محمد العازمي

١٢٣١ التعرض للمواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بحالة المزاج العام لدى الشباب الجامعي البحريني (دراسة حالة على خطة السلام الأمريكية)
د. محمد مصطفى رفعت محرم

١٢٧٧ اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو جائحة كورونا (كوفيد-19): تحليل من المستوى الثاني لدراسات مدخل معالجة اللغة الطبيعية
د. ريهام سامي

■ سمات خطاب تعليقات مستخدمي صفحات وزارة التربية والتعليم
المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء نظام التعليم عن بُعد
١٣١٩ د. هبة مصطفى حسن مصطفى

■ اعتماد طلاب أقسام الإعلام التربوي على صحافة الهاتف المحمول
١٣٦١ كمصدر للأخبار (دراسة ميدانية) د. إيناس منصور كامل شرف

■ دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث
١٤١٩ الجارية «دراسة ميدانية» راشد صلاح الدين راشد

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يونيو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأهرام	6.5	7	2682-262X	1110-9297
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	6	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إحدا الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2366-9891	2366-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.6	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشروق	3.5	6.6	2367-0407	2367-0407
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9131	2366-9131
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-914X	2366-914X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9168	2366-9168
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	1110-6836	1110-6836
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.6	1110-6844	1110-6844

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقاً على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

اتجاهات النخبة نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا: دراسة ميدانية

- Elite attitudes towards the role of the Ministry of Health and Population spokesperson in managing the Corona crisis: a field study

أ.م.د. مروى السعيد السيد

أستاذ العلاقات العامة المساعد - قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنصورة

mrmrehsaid22@gmail.com

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا، والتعرف على الإستراتيجيات التي استخدمها المتحدث في إدارة الأزمة، واعتمدت الباحثة على منهج المسح بشقه الميداني، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (170) مفردة من النخبة الإعلامية، والأكاديمية، والسياسية، والطبية، والاقتصادية.

وأشارت النتائج إلى تأثير المتحدث الرسمي على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الإستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا واتجاهات النخبة نحو دوره في إدارة الأزمة. الكلمات المفتاحية: اتجاهات النخبة، المتحدث الرسمي، أزمة كورونا.

Abstract

The study aimed to identify the Egyptian elite's trends towards the role of the official spokesperson of the Ministry of Health and Population in managing the Corona crisis and to identify the strategies used by the spokesperson in managing the crisis, and the researcher relied on the methodology of the survey, by applying to an intentional sample of (170) individuals from the media, academic, political, medical and economic elite. The results indicated the influence of the spokesperson on shaping and directing public opinion in crises and repelling and confronting rumors, and the results indicated a statistically significant correlation between the strategies used by the spokesperson in managing the Corona crisis and the attitudes of the elite towards his role in managing the Corona crisis.

Key Words: Elite attitudes, Official Spokesperson, Corona Crisis.

تعد إدارة الأزمات من أولويات اهتمامات الإعلام نظرًا لما تحتويه تلك الأزمات من أبعاد تؤثر على الناحية الاجتماعية، والاقتصادية والبيئية وحتى السياسة الدولية، وحيث إن لكل مجال إستراتيجية خاصة تتفق مع طبيعته، وإذا كان الإعلام يسعى إلى حل الأزمة؛ فإن عليه أن يعمل على الارتكاز على إستراتيجية فيها وسائله كافة، مراعيًا التطورات المتلاحقة في التكنولوجيا الرقمية⁽¹⁾.

كما يشير التوجه العالمي في مجال إدارة الأزمات إلى حتمية الاستعداد والتخطيط الشامل لإدارة الأزمات قبل حدوثها، بحيث يكون لدى المؤسسات نظام متكامل للتعامل مع الأزمات من الجوانب الاتصالية والإدارية المختلفة، وتعد اتصالات الأزمة ركناً أساسيًا في إجراءات التخطيط الشامل لإدارة الأزمات لكونها تشمل الإجراءات الاتصالية كافة في التعامل مع الجمهور ووسائل الإعلام ومعلومات الأزمة قبل وأثناء وبعد الحدوث، التي تعد من الأدوار الأساسية لمسؤولي الاتصال والإعلام بالمؤسسات المختلفة، سواء من ممارسي العلاقات العامة أو المتحدثين الرسميين عن تلك المؤسسات⁽²⁾.

وفي ظل تفشي فيروس كورونا، بدأت وزارة الصحة والسكان بمصر تعهد إلى المتحدث الرسمي للوزارة مسؤولية إعلام الجمهور وتوعيته والتصدي للشائعات التي تنقلها وسائل الإعلام، حيث كان له دور مهم في الحد من انتشار الفيروس من خلال الرسائل الإعلامية والتوعوية التي ينشرها على صفحته الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، أو من خلال اللقاءات التليفزيونية، وذلك من خلال التعرف على سبل الوقاية وكيفية الحماية من وصول العدوى إلى الجمهور أو نشرها للآخرين، مما يقلل من انتشار الفيروس، وأيضًا إعلام الجمهور بالقرارات التي تصدرها الوزارة الخاصة بالتباعد الاجتماعي من أجل حماية المواطنين.

وتعد جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) من أبرز الأزمات العالمية، المرتبطة بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة، واكتشف المرض في ديسمبر 2019م في مدينة "وهان"

الصينية، ثم انتقل إلى دول العالم، ثم بدأت بعد ذلك سلسلة واسعة من الإجراءات على المستويين الوطني والعالمي تستهدف الحد من انتشار الفيروس وتقليل أضراره على الصحة العامة والنظم الصحية، وبدأت الإجراءات بمصر يوم 16 مارس عام 2020م بإعلان رئيس الوزراء المصري بتخفيض عدد العاملين في الأجهزة الحكومية لتقليل الاحتكاك بين المواطنين، وتعليق الطيران، ووقف الدراسة بالمدارس والجامعات، وغلق مبكر للأماكن العامة والمحال التجارية، ثم إجراءات حظر التجوال⁽³⁾.

وقد ترتب على ذلك شعور المواطنين بالقلق والخوف، خاصة بعد إعلان وزارة الصحة والسكان عن أعداد الوفيات والحالات المصابة في وسائل الإعلام، وبدأت النخبة المصرية تتابع تطورات الأزمة في وسائل الإعلام خاصة الصفحة الرسمية للوزارة وصفحة المتحدث الرسمي للوزارة لأنهما الصفحتين الرسميتين الموثوق بهما، لمعرفة آثار الأزمة على المجتمع المصري والحلول التي تتخذها الوزارة لمواجهة الأزمة، ومن هنا اهتمت الدراسة بتقييم النخبة المصرية (الأكاديمية- السياسية- الطبية- الإعلامية- الاقتصادية) لدور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا من خلال وسائل الإعلام، ومدى رضاهم عن الأداء الإعلامي للمتحدث الرسمي.

الدراسات السابقة:

تم الرجوع إلى عدد من الدراسات السابقة للاستفادة ببعض الجوانب التي تناولتها في إجراء هذا البحث، ويمكن تقسيم هذه الدراسات إلى محورين يتم عرض الدراسات من خلالهما، وذلك كما يلي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت دور المتحدث الرسمي:

اهتمت دراسة (Abu-Akel, A., et al, 2020)⁽⁴⁾ بمعرفة أي المصادر الرسمية وغير الرسمية أكثر فاعلية في توصيل السلوك الصحي الوقائي الموصى به حول تدابير التباعد الاجتماعي والجسدي في ظل انتشار COVID-19، وذلك من خلال الدراسة التجريبية على عينة قوامها (705) مفردات في سويسرا، وأظهرت النتائج أن المتحدث الرسمي الحكومي كان في الواقع أكثر فاعلية وتأثيرًا من الممثل المشهور لدى الفئات الأكبر سنًا في الاستجابة لمقاييس التباعد الاجتماعي، وتبين أن قادة الحكومة يحصلون على درجات قبول وثقة أعلى في أوقات الأزمات.

وأظهرت نتائج دراسة (خالد الشال، 2019)⁽⁵⁾ إلى أن معظم النخبة الإماراتية متوافقون بدرجة كبيرة على دور المتحدث الرسمي في تشكيل وتوجيه الرأي العام تجاه الأزمات.

وأشارت نتائج دراسة (سماح المحمدي، 2019)⁽⁶⁾ إلى أن الشباب المصري أكد أن أداء المتحدث الرسمي يؤثر على صورة المؤسسة بشكل كبير، وأنه يؤدي دورًا أساسيًا في تحسين صورتها بين المواطنين.

وحاولت دراسة (نها نبيل وآخرون، 2018)⁽⁷⁾ التعرف على الدور الذي يقوم به المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات، وحللت الباحثة مضمون عينة من البرامج الحوارية، وأشارت النتائج إلى أن ظهور المتحدث الرسمي في البرامج الحوارية كان مناسبًا بنسبة كبيرة، وذلك بسبب القدرة على إقناع الجمهور في المرتبة الأولى، وغير مناسب في بعض المواقف القليلة بسبب عدم اللباقة في الحوار.

وعن درجة مصداقية المتحدث الرسمي؛ لا سيما في وقت الأزمات، توصلت دراسة (علي عبد الهادي، 2018)⁽⁸⁾ إلى أن المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية يتمتع بمستوى مصداقية عالية لدى أكثر من نصف العينة المدروسة؛ الأمر الذي انعكس على صورة المتحدث الرسمي وصورة الحكومة العراقية ككل لدى أفراد الجمهور.

واستهدفت دراسة (Navarro, C., et.al, 2017)⁽⁹⁾ رصد اتجاهات الجمهور نحو أداء مسؤولي الاتصال الإعلامي والمتحدثين الرسميين بعينة من المؤسسات الحكومية الخدمية الإسبانية، وتحديد مدى التزامهم بالمعايير الأخلاقية في نشر المحتوى الإخباري وطرق التواصل مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأشارت النتائج إلى أهمية التواصل بين المسؤولين الإعلاميين بالمؤسسات والجمهور، وضرورة التنوع في الوسائط الاتصالية المستخدمة من قبل المتحدثين الرسميين ومسؤولي العلاقات العامة عند التواصل مع الجمهور.

وأكدت دراسة (Zerfass, A., et.al, 2016)⁽¹⁰⁾ أن ممارسي الاتصال بالمؤسسات الأوروبية يلتزمون بدرجة كبيرة بالمعايير المهنية والأخلاقية للتواصل مع الإعلاميين، وحددت الدراسة في عدة جوانب منها: سرعة ودقة نشر المعلومات عن مؤسساتهم، واحترام احتياجات الجمهور من المعلومات، والتوظيف الجيد لشبكات التواصل الاجتماعي.

وتوصلت دراسة (شارع البقمي، 2015)⁽¹¹⁾ إلى أن العينة لديها مصادر متعددة في الحصول على المعلومات، حيث جاء في المركز الأول فئة المسؤولين، ثم فئة المتحدثين الرسميين؛ مما جعله مؤشرًا مهمًا لكونه مصدرًا حيًا للمعلومات، كما أظهرت النتائج محدودية ثقة الإعلاميين بالمتحدثين الرسميين، مع التأكيد على توطيد العلاقة بين الطرفين.

وهدفت دراسة (هيثم يوسف، 2014)⁽¹²⁾ إلى رصد وتحليل وتقويم الرسائل الاتصالية الصادرة عن المتحدث الرسمي بالمؤسسات المعنية مجال الدراسة وما تحتويه من خطاب اتصالي في شأن الأزمات، وخلصت الدراسة إلى أن كل المؤسسات مجال الدراسة، سواء في السلطة أو المعارضة، قد اتخذت خطابًا اتصاليًا في كل الأزمات يعتمد على المصلحة الخاصة لكل مؤسسة وليس وفق الأسلوب المهني والأخلاقي والمصلحة العامة للدولة في الإطار العلمي لإدارة الأزمات، كما افتقدت جميع المؤسسات لخطاب تحمل المسؤولية واتخاذ إجراءات تصحيحية والمشاركة في علاج السلبيات، واتجهت كل المؤسسات لتوجيه الاتهامات وإلقاء المسؤوليات على أطراف متعددة داخل مصر وخارجها. وعن خصائص وسمات المتحدث الرسمي في المؤسسات الصحية والطبية أثناء انتشار متلازمة الالتهاب الرئوي، توصلت دراسة (Shu-yulyu, et al, 2013)⁽¹³⁾ إلى أن أهم خصائص المتحدث هي: الكفاءة المهنية، والتفاعل الجيد مع وسائل الإعلام، في حين وجدت بعض العيوب التي يجب تجنبها، وهي: إخفاء الحقيقة، ومعرفة احتياجات وسائل الإعلام.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت دور الإعلام في إدارة الأزمات الصحية:

تناولت بعض الدراسات تقييم النخبة المصرية لإستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا، كما في دراسة (آمال إسماعيل، 2020)⁽¹⁴⁾؛ حيث توصلت النتائج إلى وجود تراخٍ من جهة الحكومة في اتخاذ بعض القرارات التي كان من المفترض اتخاذها في مرحلة ميلاد الأزمة، كما ركز الإعلام الرسمي على استخدام الإستراتيجيات الدفاعية في محاربة الشائعات، حيث جاءت إستراتيجية التواصل مع المسؤولين في المقدمة بنسبة 47.5%، يليها الإستراتيجية النفسية بنسبة 42.5%.

وعن دور الصفحات الحكومية على الفيسبوك في رفع الوعي الصحي لدى المواطن المصري تجاه أزمة انتشار فيروس كورونا، توصلت دراسة (أسماء مسعد، 2020)⁽¹⁵⁾ إلى فقر المعلومات المتوافرة على صفحة وزارة الصحة؛ حيث وجدت زيادة في نسبة المعلومات التي يلتمسها المبحوثون حول الفيروس، في مقابل زيادة بالإجراءات الوقائية؛ لكن نسبة الزيادة ضعيفة، نظرًا لفقر المعلومات أثناء تطبيق الدراسة على الصفحات الحكومية التي ظهرت كمصدر رئيس في التماس المبحوثين للمعلومات حول المرض؛ مما أدى إلى زيادة اضطراب المعلومات لدى المواطن المصري بسبب كثرة الشائعات.

بينما أشارت دراسة (Al-Dmour, H., et.al, 2020)⁽¹⁶⁾ إلى أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر بشكل إيجابي على الوعي بالتغيرات السلوكية للصحة

العامة والحماية العامة من COVID-19، وأن وزارة الصحة العامة تستخدم منصات التواصل الاجتماعي كأداة فعّالة لزيادة الوعي بالصحة العامة من خلال نشر رسائل موجزة إلى السكان المستهدفين بالأردن، واتفقت معها دراسة (2020 Li X & Liu) (Q⁽¹⁷⁾) في أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أداة فعّالة لتعزيز السلوكيات للوقاية من COVID-19 بين الجمهور في الصين.

وهدفت دراسة (Abdel Wahed, W. Y., et al, 2020)⁽¹⁸⁾ إلى تقييم معرفة وإدراك وموقف العاملين في مجال الرعاية الصحية في مصر تجاه مرض COVID-19، وتم الكشف عن ارتباط إيجابي بين درجات المعرفة والاتجاه، وكان عدم توافر معدات الحماية الشخصية، والخوف من نقل المرض إلى أسرهم هي الأسباب الأكثر شيوعًا لزيادة إدراك المخاطر، وكان إدراك المخاطر مرتفعًا بين العاملين في المجال الصحي.

وعن أهم إستراتيجيات اتصال المخاطر التي استخدمتها وزارة الصحة المصرية في الاتصال بالجمهور المصري عبر موقع الفيسبوك أثناء جائحة "كورونا"، توصلت دراسة (نرمين على عجوة، 2020)⁽¹⁹⁾ إلى أنه تم استخدام إستراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في غالبية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة، بهدف توضيح إجراءات الاستعداد للتعامل مع الأزمة، يليها إستراتيجية الطمأنة للتأكيد على عدم رصد أي حالات مصابة بمصر، ثم إستراتيجية التحذيرات من المخاطر.

وحاولت دراسة (أمل إبراهيم، ٢٠١٩)⁽²⁰⁾ رصد واقع التغطية الصحفية للأوبئة والأمراض المتوطنة والمعنية بالثقافة الصحي للجمهور المصري، وأظهرت النتائج أن أمراضًا معينة لم تلق الاهتمام الخاص، مثل: الأمراض النفسية والعصبية، والصحة الإنجابية، والزهايمر، وفيروس زيكا وسارس، حيث تراوحت نسبة هذه الأمراض ما بين الصفر و٣٪، ومن بيانات الدراسة التحليلية اتضح أن الأطباء يأتون بالمركز الأول كمصدر للمعلومات الطبية.

وسعت دراسة (مها حسن، 2018)⁽²¹⁾ إلى الكشف عن علاقة التماس الجمهور للمعلومات الصحية من شبكة الإنترنت بتشكيل مدى وعي الجمهور الصحي، وبيّنت النتائج أن أهم دوافع التماس المبحوثين للمعلومات هو زيادة المعرفة الصحية بشكل عام، ثم دافع التعرف على كيفية تجنب الأمراض المختلفة والوقاية منها، وأن أهم المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون تمثلت في الأطباء المصريين، ثم الأطباء الأجانب في المواقع الصحية.

وتوصلت دراسة (خالد فيصل، 2017)⁽²²⁾ إلى أن 73% من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب- فيسبوك- تويتر)، كما بينت الدراسة أن 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية حيال مرض كورونا، ما يعنى غياب إستراتيجية صحية وطنية تسهم من خلالها المدن الطبية كافة ومستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي.

وسعت دراسة (Leesa, Rachel F. et. al, 2016)⁽²³⁾ إلى فحص العلاقة بين التواصل الوبائي والوعي في معرفة فيروس متلازمة الشرق الأوسط التنفسية في الولايات المتحدة الأمريكية، كما بينت النتائج أن شبكات التلفزيون الوطنية والمحلية كانت هي الأكثر شيوعًا في الاستخدام كمصادر للمعلومات التي سمع الناس منها لأول مرة عن فيروس متلازمة الشرق الأوسط (كورونا).

وهدفت دراسة (محمد فياض، 2015)⁽²⁴⁾ إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين، وجاء (دافع التثقيف والتوعية الصحية) بالمرتبة الأولى بنسبة (88.6%) من بين دوافع تعرض الشباب المبحوثين للقضايا الصحية عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، وأن أكثر الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للقضايا الصحية في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي هو (معرفة أسباب وطرق الوقاية من الأمراض).

التعليق على الدراسات السابقة:

- أكدت بعض الدراسات أن المصادر الرسمية أكثر فاعلية من المصادر غير الرسمية في توصيل السلوك الصحي الوقائي، مثل دراسة (Abu- et al, 2020) (Akel, A.,
- توصلت بعض الدراسات إلى أن المتحدث الرسمي يؤثر على صورة المؤسسة بشكل كبير، وأنه يؤدي دورًا أساسيًا في تحسين صورتها بين المواطنين، مثل دراسة (سماح المحمدي، 2019).
- توصلت بعض الدراسات إلى فاعلية دور المتحدث الرسمي في تشكيل وتوجيه الرأي العام تجاه الأزمات، مثل دراسة (خالد الشال، 2019).
- توصلت بعض الدراسات إلى أن خصائص المتحدث في المؤسسات الصحية والطبية هي: الكفاءة المهنية، والتفاعل الجيد مع وسائل الإعلام.

- توصلت دراسة (أسماء مسعد، 2020) إلى فقر المعلومات المتوافرة على صفحة وزارة الصحة عن فيروس كورونا.
- توصلت دراسة (آمال إسماعيل، 2020) إلى وجود تراخٍ من جهة الحكومة في اتخاذ بعض القرارات التي كان من المفترض اتخاذها في مرحلة ميلاد الأزمة؛ بينما توصلت دراسة (نرمين عجوة، 2020) إلى أنه تم استخدام إستراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في غالبية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة بهدف توضيح إجراءات الاستعداد للتعامل مع الأزمة، يليها إستراتيجية الطمأنة للتأكيد على عدم رصد أي حالات مصابة بمصر، ثم إستراتيجية التحذيرات من المخاطر.
- تنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة، ما بين منهج المسح، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة.
- تنوعت أدوات جمع البيانات في الدراسات السابقة، ما بين الاستبيان، وتحليل المضمون، وجماعات النقاش المركزة.
- تنوعت النظريات والنماذج المستخدمة في الدراسات السابقة، مثل: نظرية التماس المعلومات، ومدخل نموذج اتصال المخاطر للطوارئ والأزمات، والاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الأزمات الموقفية، ونظرية الشخص الثالث، ونظرية الأطر الإعلامية، ونموذج "بينويت" لإدارة الأزمة، ونظرية الاستخدامات والإشباع.

واستفادت الباحثة من مراجعة الدراسات السابقة في:

تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها، ووضع الإطار النظري للدراسة، وصياغة التساؤلات والفروض، وأسهمت في تحديد نوع العينة المدروسة بناء على ما جاء في هذه الدراسات، وأفادت الباحثة في تصميم صحيفة الاستقصاء وتحويل المحاور الموضوعية إلى متغيرات قابلة للبحث والقياس عبر توظيف أساليب التحليل الإحصائي المناسبة.

مشكلة الدراسة:

لقد تعاظم دور المتحدث الرسمي في الآونة الأخيرة على الساحة الإعلامية؛ حيث عهدت المؤسسات والمنظمات الكبرى إلى المتحدث مسؤولية التعامل مع وسائل الإعلام؛ كحلقة وصل بالرأي العام ونقل وجهة نظر المؤسسة بدقة وموضوعية، وتبرز أهمية المتحدث الرسمي بوزارة الصحة والسكان ودوره أثناء وبعد حدوث الأزمة في التغلب عليها أو الحد من خطورتها، ومن هنا سعت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو دور

المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا، حيث تشكل النخبة المصرية قوة لا يستهان بها وتؤدي دورًا كبيرًا في المجتمع، كما أنهم الركيزة التي تركز عليها القاعدة العريضة من الجماهير والمتقنين في تكوين آرائهم ومواقفهم.

أهمية الدراسة:

- 1- أهمية دور المتحدث الرسمي الحديثة في المؤسسات والوزارات الحكومية المصرية، خاصة قيامه بدور خطير في الأزمات أو الأحداث المهمة.
- 2- قلة الدراسات العربية التي تناولت فئة المتحدث الرسمي في المؤسسات الحكومية رغم أهمية دوره في فهم الواقع الإعلامي وتفسير المستقبل للجمهور.
- 3- تمثل الدراسة دعمًا وإثراء لمجال الأبحاث الخاصة حول دور المتحدث الرسمي في تصدير الحدث للإعلام والجمهور بمصداقية وشفافية، خاصة أثناء الأزمات.
- 4- تعد جائحة كورونا إحدى الأزمات التي تشير اهتمام الجمهور، التي تؤثر على الأوضاع الاقتصادية والتعليمية والاجتماعية والسياسية.

أهداف الدراسة:

- في ضوء المشكلة البحثية، تسعى الدراسة إلى تحديد الدور الذي يقوم به المتحدث الرسمي في وزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا:
- 1- رصد مدى متابعة النخبة للبيانات والتقارير التي يصدرها المتحدث الرسمي للوزارة، وتوجهات المؤسسة التي يعبر عنها.
 - 2- التعرف على اتجاهات النخبة نحو دور المتحدث الرسمي بوزارة الصحة والسكان في مصر في إدارة أزمة كورونا.
 - 3- التعرف على مدى مصداقية ما يقدمه المتحدث الرسمي من بيانات ومعلومات كما تراها النخبة.
 - 4- تقييم النخبة للإستراتيجيات التي استخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا.
 - 5- الكشف عن درجة رضا النخبة عن أداء المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا.

الإطار النظري

1- نظرية مجموعات المصالح:

مجموعات المصالح: من النظريات المتصلة بموضوع هذه الدراسة؛ لأنها تهتم بتفسير رأي الجمهور المباشر والأولي في إدارة المتحدث الرسمي لأزمة كورونا. تفترض هذه النظرية التي قدمها Freeman لأول مرة في عام 1984م أن الغموض وغياب بعض المعلومات المتعلقة بالأزمات لا يعفي المؤسسة من تقديم معلومات للجمهور، ولا يبرر التنصل من المسؤولية، وأن رأي الجمهور أو مجموعات المصالح حول أداء المؤسسة إعلاميًا يتوقف على فاعلية الحجج والبراهين التي تقدمها المؤسسة، ما يؤدي إلى تعزيز سمعتها والمحافظة على شرعيتها الاجتماعية؛ إذ أن تحقيق ذلك يرتبط إيجابيًا برضا الجمهور وتعزيز سمعة المؤسسة⁽²⁵⁾.

تسهم نظرية مجموعات المصالح في تفسير درجة رضا الجمهور عن الإستراتيجية الإعلامية أو الاتصالية التي تبنتها الحكومة المصرية أثناء أزمة كورونا، وإلى أي مدى استطاع المتحدث الإعلامي لوزارة الصحة والسكان تقديم معلومات واضحة موثقة بالحجج والبراهين وتهدف إلى مصلحته، وأن الجمهور يبنى أحكامًا واتجاهات غير منطقية كلما تعقدت الحجج والبراهين وصعب على الجمهور فهمها، وهنا تؤدي وسائل الإعلام دورًا كبيرًا في مساعدة الجمهور على إجلاء الغموض وفهم هذه الحجج وتفسيرها.

لذا فإن أي رسالة يدلي بها الموظف أو المتحدث الرسمي تحسب على مؤسسته، وتصبح المسؤولية مؤسسية حتى وإن تبنى الموظف رأيًا فرديًا، كما أن محاولة إلقاء اللوم على الآخرين لا يضمن للمؤسسة النجاح في إدارة الأزمة، وغالبًا ما تصاحب محاولات إلقاء اللوم على الآخرين إستراتيجيات أو إجراءات إضافية تعزز من نجاح استجابة المؤسسة للأزمة مثل التعويضات والإصلاحات.

2- نظرية الأزمات الموقفية:

إذا كانت نظرية Stakeholder Theory تربط رضا الجمهور بنجاح المؤسسة في الكشف عن الحجج، والقصد من الفعل، والاعتراف بالمسؤولية، فإن نظرية اتصال الأزمات الموقفية Situational Crisis Communication Theory تضيف إليها تفسير ما يترتب على المواقف الاتصالية للمؤسسة من تأثير أو استجابات من قبل الجمهور، وهي تؤكد أيضًا أن سمعة المؤسسة أثناء الأزمات تتأثر بمواقفها الاتصالية والاستجابات التي تقدمها للجمهور أو مجموعات المصالح Stakeholders، وبما أن

السمعة هي عملية تقييمية فإن الجمهور في الغالب يقارن بين ما يعرفه في السابق عن المؤسسة واستجابتها في الأزمات ومدى ملامستها لتوقعاته؛ فإذا فشلت المؤسسة في تحقيق توقعات الجمهور تأثرت سمعتها سلبيًا⁽²⁶⁾.

قامت نظرية اتصال الأزمات الموقفية في الأصل على المبادئ العامة لنظرية الإسناد Attribution Theory التي قدمها "وينر" Weiner لأول مرة عام 1985م، وترى النظريتان أن الناس يبحثون عن أسباب حدوث الأزمة ومن ثم إسناد المسؤولية لجهة معينة، ويصاحب ذلك معاشتهم لجوانب نفسية كالغضب من جراء الأزمة، هذا الإسناد للمسؤولية ومعاشة جوانب عاطفية ونفسية أثناء الأزمة يؤثر في الاستجابات السلوكية للجمهور؛ إذ تصبح الاستجابات السلوكية سلبية مع زيادة حدة الغضب وتحميل طرف ما المسؤولية، وتكون الاستجابات السلوكية إيجابية مع زيادة التعاطف وعدم تحميل طرف ما المسؤولية، فإذا اعتبر الجمهور أن المؤسسة مسؤولة عن الأزمة فإن سمعتها تتأثر وتزيد حالة الغضب والاحتقان عند الجمهور مما قد يؤدي إلى قطع الجمهور صلته بالمؤسسة بل والحديث عنها بشكل سلبي، وفي المقابل، فإنه كلما اعتقد الجمهور أن المؤسسة ليست سببًا مباشرًا للأزمة وأنها تعود لعوامل خارجية مثل الأزمات الطبيعية كالزلازل والأعاصير والبراكين أو الأزمات الإرهابية، زاد تعاطفه مع المؤسسة وتبنى استجابات سلوكية إيجابية على خلاف الأزمات التي تقع بسبب أخطاء بشرية أو فساد أو إهمال من قبل موظفي المؤسسة⁽²⁷⁾.

وتشير نظرية اتصالات الأزمة الموقفية إلى أهمية المعلومات التي يجب على القائم بالاتصال- مدير الأزمة- استخدامها للتقليل من حجم الغموض والشعور بعدم اليقين المصاحبين للأزمات، وذلك بنشر المعلومات المرشدة لموقف معين أو المصححة للمعلومات⁽²⁸⁾.

وربطت نظرية اتصال الأزمات الموقفية أيضًا بين طبيعة الأزمة ونوعها، والاستجابات السلوكية التي يتبناها الجمهور؛ فالمؤسسة التي تقع عليها أزمات ضمن مجموعة الضحية مثل الكوارث الطبيعية، تولد تعاطفًا أكبر عند الجمهور واستجابات سلوكية إيجابية مقارنة بأزمات الحوادث المتعمدة؛ لأنها تكون هي ذاتها واقعة تحت تأثير الأزمة، علاوة على ذلك، تكون المؤسسة في مجموعة الضحية من الأزمات معرضة لإشاعات مفرضة، ومحاولة مهاجمة موظفين سابقين لها بقصد التشفي منها ومحاولة بعض العملاء الخارجيين النيل من المؤسسة⁽²⁹⁾.

وبالنظر إلى نظرية "مجموعات المصالح" التي تفترض أن تعزيز سمعة المؤسسة وتحقيق رضا الجمهور أثناء الأزمات يتطلب تقديم أدلة مقنعة عن الأزمة واتخاذ إجراءات بقصد خدمة مصالح الجمهور وتحديد الجهة المسؤولة، وإلى نظرية اتصال الأزمات الموقفية (SCCT) التي تفترض أن سمعة المؤسسة أثناء الأزمات تتأثر بمدى مسؤوليتها عن الأزمة وتكرار الأزمات بها والسمعة السابقة عنها، فإنه سيتم استخدام هاتين النظريتين في تفسير نوعية الاستجابات التي تبناها الجمهور من المواقف الاتصالية للمتحدث الرسمي في إعلام الجمهور بخطورة وأهمية الأزمة، ولأن هاتين النظريتين تعزوان رضا الجمهور عن المؤسسة أثناء الأزمات إلى إيمانه بأن المؤسسة عبر مواقفها الاتصالية راعت مصالحه وقدمت له مسوغات كافية، فإنهما ستمكنان أيضاً من تفسير مستوى رضا النخبة المصرية عند أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان أثناء أزمة كورونا.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى متابعة النخبة للأخبار والمعلومات التي يصدرها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان؟
- 2- ما أسباب متابعة النخبة المصرية للأخبار والمعلومات التي يصدرها المتحدث الرسمي بوزارة الصحة والسكان؟
- 3- ما سمات أزمة كورونا وطبيعتها كما تراها النخبة المصرية؟
- 4- ما مدى مصداقية الرسائل الاتصالية الصادرة عن المتحدث الرسمي عن أزمة كورونا؟
- 5- ما تقييم النخبة المصرية للإستراتيجيات المستخدمة في إدارة أزمة كورونا؟
- 6- ما اتجاهات النخبة المصرية نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا؟
- 7- ما مدى رضا النخبة عن أداء المتحدث الرسمي بوزارة الصحة والسكان في مصر في إدارة أزمة كورونا؟
- 8- ما مدى تأثير المتحدث الرسمي في تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها؟
- 9- ما مقترحات النخبة المصرية لتطوير أداء المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات؟

فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين متابعة النخبة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة واتجاهاتهم نحو دوره في إدارة أزمة كورونا.
- 2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مصداقية الرسائل الاتصالية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة واتجاهات النخبة نحو دوره في إدارة الأزمة.
- 3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الإستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا واتجاهات النخبة نحو دوره في إدارة الأزمة.
- 4- توجد فروق دالة إحصائيًا بين اتجاهات النخبة نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا تبعًا للمتغيرات الديموجرافية للنخبة (المؤهل- السن- الخبرة- المهنة- الدخل- النوع (ذكور-إناث)- نوع النخبة (أكاديمية- سياسية- طبية- اقتصادية- إعلامية).

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية الكمية، التي تستهدف رصد اتجاهات النخبة المصرية نحو دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على توظيف منهج المسح الإعلامي كونه من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسة في استقصاء آراء عينة من النخبة الإعلامية والأكاديمية والسياسية والطبية والاقتصادية لتقييم دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة الحالي من النخبة المصرية، المتمثلة في النخبة (الإعلامية- الأكاديمية- الطبية- السياسية- الاقتصادية).

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عمدية لمجتمع الدراسة بحيث تلبى احتياجات الدراسة وتخدم أهدافها، وتختبر فرضياتها وتجب عن أسئلتها؛ لذا فقد اختارت الباحثة عينة عمدية قوامها (170) مفردة من النخبة المصرية الذين تتراوح أعمارهم (من 30 إلى أكثر من 50 سنة) من متابعي الأخبار التي يقدمها المتحدث الرسمي، للقيام بدراساتها وتحليلها لكي تعبر عن هذا المجتمع وتمثله تمثيلًا حقيقيًا، ويرجع السبب في اختيار ذلك النوع من

العينات للتأكد من تعرض الباحثين للمضمون الإخباري الذي يقدمه المتحدث الرسمي لوزارة الصحة.
الخصائص الديموجرافية للمبحوثين:

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة

٪	ك	خصائص العينة	
21.8	37	من 30 إلى أقل من 40 سنة	السن
34.7	59	من 40 إلى أقل من 50 سنة	
35.3	60	من 50 إلى أقل من 60 سنة	
8.2	14	من 60 سنة فأكثر	
55.3	94	ذكر	النوع
44.7	76	أنثى	
16.5	28	مؤهل جامعي	المؤهل
11.2	19	دراسات عليا/ دبلوم	
27.6	47	ماجستير	
44.7	76	دكتوراه	
18.8	32	أكاديمية	تصنيف النخبة
18.8	32	إعلامية	
19.4	33	سياسية	
22.4	38	اقتصادية	
20.6	35	طبية	
25.9	44	أقل من 5000	الدخل
27.6	47	من 5000 إلى أقل من 8000	
22.9	39	من 8000 إلى أقل من 11000	
23.5	40	من 11000 فأكثر	
18.8	32	من سنة إلى أقل من خمس سنوات	سنوات الخبرة
26.5	45	من خمس إلى أقل من عشر سنوات	
31.2	53	من عشر إلى أقل من 15 سنة	
23.5	40	من 15 سنة فأكثر	

أدوات جمع البيانات:

تم استخدام صحيفة الاستقصاء الإلكترونية لتحقيق أهداف الدراسة وفروضها، التي اشتملت على عدة محاور، وتمثلت تلك المحاور في قياس معدل متابعة النخبة للمتحدث الرسمي، وأسباب المتابعة، كما تضمنت مقياساً يستهدف تقييم النخبة لأداء المتحدث الرسمي، ومقياساً يستهدف تقييم النخبة لمستوى مصداقية المتحدث الرسمي، ومدى الرضا عن أدائه، وتم ملء الاستمارات من خلال الاستبيان الإلكتروني والورقي مع عينة الدراسة في شهري سبتمبر وأكتوبر 2020م.

إجراءات الصدق والثبات:

قامت الباحثة بقياس ثبات الاستمارة، وذلك للتأكد من مدى إمكانية الاعتماد على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج، وتم استخدام اختبار ألفا كرونباخ *Reliability Analysis Alpha scale*، وذلك لتحديد معامل الثبات والصدق لقائمة الاستقصاء كما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (2)

صدق المقاييس وثباتها

المتغيرات	ثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق الذاتي
الإستراتيجيات	0.743	0.861
الاتجاهات المعرفية	0.739	0.859
الاتجاهات الوجدانية	0.772	0.878
الاتجاهات السلوكية	0.769	0.876
مصداقية الرسالة	0.785	0.886

يتضح من الجدول السابق أن معامل الثبات ترواح بين (0.743، 0.785)، ومعامل الصدق، وهو الجذر التربيعي لمعامل الثبات، ترواح بين (0.859، 0.886)، مما يشير إلى أن التناسق الداخلي للاستقصاء ككل يعد قوياً ومقبولاً بدرجة كبيرة.

ولتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين***، حيث أبدوا ملاحظات قيمة على عديد من المسائل الشكلية والمضمونية للاستبيان، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة، وإضافة وحذف بعض آخر، وبعليه تحقق الصدق الظاهري للبيانات، كما تم إجراء اختبار فعلي للاستمارة من خلال تطبيقها على عينة نسبتها 10%، أي ما يعادل (17) مفردة من النخبة، وذلك للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها، ومن ثم إعادة صياغة الاستمارة في صورتها النهائية وفقاً للملاحظات التي أوردتها الباحثون.

جدول رقم (3)

متغيرات الدراسة

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
- تشكيل الاتجاه نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمة.	1- النوع (ذكر- أنثى). 2- السن. 3- التعليم (مؤهل جامعي - فوق جامعي). 4- سنوات الخبرة. 5- الدخل. 6- المهنة (أكاديمي- سياسي- إعلامي- طبي- اقتصادي).	- متابعة المتحدث الرسمي في وسائل الإعلام

مفاهيم الدراسة:

المتحدث الرسمي: هو الشخص الذي يقوم بنشر المعلومات من المؤسسة الحكومية إلى الجمهور أو الرأي العام في وقت الأزمات، وتقوم المؤسسة الحكومية بإرسال المتحدث الرسمي لمقابلة وسائل الإعلام ونشر البيانات⁽³⁰⁾.

المنخبة: هي فئة من الفئات المتميزة في المجتمع، سواء وظيفيًا أو فكريًا أو تعليميًا، مما يؤهلها للقيام بدور قيادي أو بأدوار المسؤولية في المجتمع، وهي أكثر فئات المجتمع تأثيرًا في الحياة العامة وقادرة على اتخاذ القرار⁽³¹⁾.

المنخبة الإعلامية إجرائيًا: مجموعة من الأفراد يعملون في المجال الإعلامي، سواء في المؤسسات الصحفية أو الإذاعة والتلفزيون، مثل: المذيعين، والصحفيين، ومديري ورؤساء التحرير، والقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية.

المنخبة الأكاديمية إجرائيًا: مجموعة من الأفراد تتميز بوعيها وثقافتها وقدرتها على التأثير في الرأي العام، مثل: أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية.

المنخبة الاقتصادية إجرائيًا: مجموعة من الأفراد المهتمين بأحوال المال والاقتصاد والتجارة ويؤثرون في صنع القرارات الاقتصادية الرسمية للدولة، مثل: رجال الأعمال وخبراء البورصة والاقتصاد وغيرهم.

المنخبة السياسية إجرائيًا: مجموعة من الأفراد يتبوأون قمة الهرم السياسي ويتحكمون في صنع القرار السياسي، مثل: قيادات الأحزاب والمستشارين والمجتمع المدني.

المنخبة الطبية إجرائيًا: هي فئة متميزة من فئات المجتمع التي تمارس مهنة الطب، وهي الأكثر دراية ومعرفة بخطورة فيروس كورونا.

إدارة الأزمة: تعني الإستراتيجيات والخطط والأساليب التي تتبعها المنظمات وإداراتها لمواجهة الحالات غير الاعتيادية التي تهدد أهداف المنظمة وأنشطتها، ومنهجية التعامل مع الأزمات في ضوء الاستعدادات والمعرفة والوعي والإدراك والإمكانيات والمهارات وأنماط الإدارة السائدة⁽³²⁾.

الأزمة: هي حالة حرجة، وموقف طارئ، حلت بالدولة أو المؤسسة أو المجتمع، وهي تقع بشدة محدثة ضغطاً شديداً في النواحي المختلفة العلمية والثقافية والسياسية والأخلاقية⁽³³⁾.

النتائج العامة للدراسة الميدانية

1. مدى متابعة الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان بشأن فيروس كورونا:

جدول رقم (4)

مدى متابعة الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي بشأن فيروس كورونا

الإجمالي	طبية	اقتصادية	سياسية	إعلامية	أكاديمية	تصنيف النخبة	
						مدى المتابعة	
81	27	12	20	9	13	ك	أتابعها بانتظام
%47.6	%77.2	%31.6	%60.6	%28.1	%40.6	%	
78	6	21	12	22	17	ك	أحياناً
%45.9	%17.1	%55.2	%36.4	%68.8	%53.1	%	
11	2	5	1	1	2	ك	نادراً
%6.5	%5.7	%13.2	%3	%3.1	%6.3	%	
170	35	38	33	32	32	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%100	%100	%	

(ك²=28.014، درجة الحرية=8، مستوى المعنوية=0.000، معامل التوافق=0.376)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدلات حرص الباحثين على متابعة الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة بشأن فيروس كورونا، حيث جاءت معدلات متابعة النخبة الطبية "بانتظام" في الترتيب الأول بنسبة 77.2%، والسياسيين بنسبة 60.6%، والأكاديميين بنسبة 40.6%، يليها معدلات الحرص "أحياناً" في الترتيب الثاني، حيث جاءت معدلات متابعة الإعلاميين بنسبة 68.8%، والاقتصاديين بنسبة 55.2%، والأكاديميين بنسبة 53.1%؛ بينما جاءت معدلات الحرص "نادراً" في الترتيب الأخير في الفئات الخمس.

وبصفة عامة، نلاحظ ارتفاع معدلات متابعة الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان لدى النخبة، حيث جاءت معدلات المتابعة "بانتظام" بنسبة 81٪، يليها المتابعة "أحيانا" بنسبة 78٪، ثم المتابعة "نادراً" بنسبة 11٪. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نادية محمد، 2020)⁽³⁴⁾، حيث توصلت إلى ارتفاع متابعة الجمهور لفيروس كورونا في المواقع الإخبارية من أجل الحصول على معلومات عن فيروس كورونا بهدف تخفيف حدة القلق والغموض، ورغبة الجمهور في معرفة ما يدور حوله من أحداث ترتبط بواقعه ومستقبله، وتكوين رأي سليم بشأن تلك الأحداث.

2. الوسائل الإعلامية لمتابعة المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان:
جدول رقم (5)

الوسائل الإعلامية لمتابعة المتحدث الرسمي للوزارة

الإجمالي (ن=170)	طبية (ن=35)	اقتصادية (ن=38)	سياسية (ن=33)	إعلامية (ن=32)	أكاديمية (ن=32)	تصنيف النخبة	
						الوسائل الإعلامية	ك
90	22	22	24	13	9	ك	صفحة المتحدث الرسمي على فيسبوك.
٪52.9	٪62.9	٪57.9	٪72.7	٪40.6	٪28.1	٪	
112	19	29	19	23	22	ك	الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان.
٪65.9	٪54.3	٪76.3	٪57.6	٪71.9	٪68.8	٪	
53	20	13	9	5	6	ك	الحوارات التلفزيونية.
٪31.2	٪57.1	٪34.2	٪27.3	٪15.6	٪18.8	٪	
31	10	8	5	2	6	ك	الأحاديث الصحفية.
٪18.2	٪28.6	٪21.1	٪15.2	٪6.3	٪18.8	٪	
31	13	7	2	3	6	ك	المقابلات الإذاعية.
٪18.2	٪37.1	٪18.4	٪6.1	٪9.4	٪18.8	٪	
54	19	14	13	3	5	ك	صفحة المتحدث الرسمي على تويتر.
٪31.8	٪54.3	٪36.8	٪39.4	٪9.4	٪15.6	٪	
5	-	-	-	2	3	ك	الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان على تويتر.
٪2.9	-	-	-	٪6.3	٪9.4	٪	

توضح بيانات الجدول أن (الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان) احتلت المركز الأول بنسبة 65.9٪، وتعد من أهم مصادر المعلومات التي تتابع عينة الدراسة من خلالها الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي، يليها (الصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي على فيسبوك) بنسبة 52.9٪، واحتلت (الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان على تويتر) المركز الأخير بنسبة 2.9٪، وهذا يدل على الثقة في الصفحات

الرسمية للوزارة، حيث تقاربت نسب متابعة الصفحات الرسمية للوزارة والمتحدث الرسمي فيما بينهم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نشوة سليمان، 2020)⁽³⁵⁾ التي توصلت إلى أن الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، و صفحة مجلس الوزراء المصري على الفيس بوك كانتا أكثر المصادر المعلوماتية محلاً للمتابعة حول أخبار الفيروس؛ بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (سماح المحمدي، 2019)⁽³⁶⁾ التي توصلت إلى أن أفراد العينة يتابعون "إلى حد ما" صفحات متحدثي المؤسسات الحكومية على الفيس بوك، وربما يرجع ذلك إلى أهمية وطبيعة الموضوع الذي يتابعه أفراد العينة.

3- أسباب متابعة النخبة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان:

جدول رقم (6)

أسباب متابعة النخبة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي للوزارة

الأسباب	النخبة	أكاديمية	إعلامية	سياسية	اقتصادية	طبية
للتعرف على أسباب انتشار الفيروس وأعراضه.	٪82.3	٪91.7	٪93.9	٪86.8	٪93.3	
للتعرف على الوضع الصحي في البلاد والعالم.	٪74	٪85.4	٪91.9	٪86	٪78.1	
لاتخاذ الإجراءات اللازمة للوقاية من المرض.	٪82.3	٪89.6	٪88.9	٪85.1	٪89.5	
للتعرف على إستراتيجيات الحكومة لمواجهة الأزمة.	٪77.1	٪84.4	٪96	٪93.9	٪85.7	
للتعرف على حجم الخسائر والضحايا جراء الأزمة.	٪78.1	٪86.5	٪87.9	٪86.8	٪91.4	
لأنني أعرف منها كل المستجدات عن فيروس كورونا.	٪78.1	٪90.6	٪92.9	٪87.7	٪82.9	
مجرد اكتساب معلومات عن الفيروس.	٪76	٪85.4	٪84.8	٪83.3	٪83.8	
لأن هذه الأخبار مثار اهتمام الجمهور.	٪79.2	٪84.4	٪92.9	٪82.5	٪87.6	
مجرد عادة متابعة الأخبار التي يقدمها المتحدث عن الأزمة.	٪81.3	٪77.1	٪79.8	٪79.8	٪81	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أسباب متابعة النخبة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة جاءت "للتعرف على أسباب انتشار الفيروس وأعراضه" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الأكاديمية والإعلامية والطبية، بوزن نسبي 82.3%، و91.7%، و93.3% على الترتيب؛ بينما جاء "للتعرف على إستراتيجيات الحكومة لمواجهة الأزمة" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة السياسية والاقتصادية بوزن نسبي 96%، و93.9% على الترتيب.

وجاءت "للتعرف على الوضع الصحي في البلاد والعالم" في الترتيب الأخير من بين أسباب المتابعة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي بالنسبة للنخبة الأكاديمية والطبية بوزن نسبي 74%، و78.1% على الترتيب؛ بينما جاءت عبارة "مجرد عادة متابعة الأخبار التي يقدمها المتحدث عن الأزمة" في الترتيب الأخير بالنسبة للنخبة الإعلامية والسياسية والاقتصادية بوزن نسبي 77.1%، و79.8%، و79.8% على الترتيب.

وهذا يدل على أهمية متابعة الأخبار التي يقدمها المتحدث الرسمي في اكتساب المعرفة عن الفيروس والتعرف على إستراتيجيات الحكومة في مواجهة الأزمة، وهذه النتيجة منطقية حيث يريد الجمهور التعرف على الإجراءات الوقائية التي تتخذها الحكومة لمكافحة الأزمة حفاظاً على أرواح المواطنين، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نرمين عجوة، 2020)⁽³⁷⁾ من أنه تم استخدام إستراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في غالبية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة بهدف توضيح إجراءات الاستعداد للتعامل مع الأزمة.

4 - موقف النخبة من بعض العبارات حول سمات أزمة كورونا وطبيعتها: جدول رقم (7)

سمات أزمة كورونا وطبيعتها كما تراها النخبة

النخبة	العبارة	طبية	اقتصادية	سياسية	إعلامية	أكاديمية
تتطلب الأزمة وعيًا كبيرًا من جانب الجماهير لمواجهتها.	71.9%	86.5%	67.7%	70.2%	81%	
تتطلب الأزمة اتخاذ إجراءات سريعة وعاجلة.	83.3%	87.5%	64.6%	71.1%	69.5%	
تتطلب الأزمة جهدًا كبيرًا لمواجهتها.	72.9%	82.3%	57.6%	58.8%	64.8%	
تثير الأزمة نوعًا من الترويع والخوف.	83.3%	83.3%	82.8%	72.8%	77.1%	
تؤثر الأزمة على استقرار معدلات السياحة والنشاط الاقتصادي.	76%	81.3%	80.8%	67.5%	75.2%	
تؤثر الأزمة على صورة المؤسسات الصحية لدى المواطنين.	80.2%	83.3%	87.9%	70.2%	76.2%	
تستقطب الأزمة اهتمامًا جماهيريًا كبيرًا.	78.1%	81.3%	85.9%	69.3%	74.3%	
تخلق الأزمة حالة من التوتر لدى الرأي العام.	60.4%	58.3%	51.5%	60.5%	69.5%	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عبارة "تتطلب الأزمة اتخاذ إجراءات سريعة وعاجلة" جاءت في الترتيب الأول من بين سمات أزمة كورونا بالنسبة للنخبة الأكاديمية والإعلامية بوزن نسبي 83.3%، و87.5%، وذلك للحد من انتشار الفيروس بين الجمهور؛ بينما جاءت عبارة "تؤثر الأزمة على صورة المؤسسات الصحية لدى المواطنين" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة السياسية بوزن نسبي 87.9%، وجاءت عبارة "تثير الأزمة نوعًا من الترويع والخوف" في الترتيب الأول بالنسبة للأكاديمية والنخبة الاقتصادية بوزن نسبي 83.3%، و72.8% على الترتيب؛ بينما جاءت عبارة "تتطلب الأزمة وعيًا كبيرًا من جانب الجماهير لمواجهتها" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الطبية بوزن نسبي 81%، حيث أنهم أكثر دراية بخطورة الفيروس على المجتمع.

وجاءت عبارة "تخلق الأزمة حالة من التوتر لدى الرأي العام" في الترتيب الأخير بالنسبة لجميع فئات النخب، وهذا يشير إلى أن الأزمة ينعكس تأثيرها على الصحة والتعليم والاقتصاد والسياسة، ولهذا لا بد من سرعة اتخاذ الإجراءات لمواجهة الأزمة، حيث إن التراخي في اتخاذ القرارات العاجلة من أسباب تفشي الأزمة، وهذا ما أكدت عليه دراسة (آمال إسماعيل، 2020)⁽³⁸⁾.

5- اتجاهات النخبة نحو مصداقية الرسائل الاتصالية الصادرة من المتحدث الرسمي
لوزارة الصحة والسكان:

جدول رقم (8)

مصداقية الرسائل الاتصالية الصادرة من المتحدث الرسمي للوزارة

العبارة	النخبة	أكاديمية	إعلامية	سياسية	اقتصادية	طبية
المتحدث عرض الأخبار والمعلومات الخاصة بالأزمة بطريقة موضوعية.	85.4%	87.5%	92.9%	89.5%	93.3%	
غلب على أداء المتحدث الدقة أثناء عرض الأخبار.	80.2%	86.5%	88.9%	85.1%	82.9%	
عرض المتحدث الأخبار والمعلومات الخاصة بفيروس كورونا بلغة واضحة سليمة.	82.3%	87.5%	89.9%	88.6%	92.4%	
شرح المتحدث جهود وزارة الصحة للتعامل مع الأزمة.	84.4%	83.3%	96%	86%	88.6%	
استخدم المتحدث وسائل الاتصال كافة لنشر البيانات المتعلقة بالأزمة.	79.2%	85.4%	87.9%	87.7%	84.8%	
اتسم أسلوب المتحدث بالدقة في إثبات المصادر والأرقام والأسماء والتواريخ والإحصائيات.	80.2%	86.5%	90.9%	84.2%	86.7%	
اتسم المتحدث بالمهنية الإعلامية.	80.2%	82.3%	93.9%	84.2%	88.6%	
المتحدث امتنع عن عرض بعض المعلومات.	81.3%	90.6%	93.9%	84.2%	85.7%	
قدم المتحدث معلومات إخبارية سطحية تفتقد إلى العمق والتفسير.	79.2%	88.5%	85.9%	80.7%	87.6%	
تعتمد المتحدث المبالغة والتهويل في نقل الأخبار لدرجة الإثارة للتأثير على الرأي العام.	80.2%	81.3%	82.8%	77.2%	73.3%	
أثق فيما يقدمه المتحدث من معلومات حول الأزمة.	76%	87.5%	82.8%	77.2%	85.7%	
يقدم المتحدث تفسيرًا أميئًا للأحداث دون تزييف.	79.2%	85.4%	88.9%	77.2%	81%	
قام المتحدث بتزويد الجمهور ووسائل الإعلام ببيانات متتالية عن الأزمة.	80.2%	90.6%	86.9%	73.7%	82.9%	
التزم المتحدث بالمعايير المهنية والأخلاقية.	79.2%	87.5%	85.9%	75.4%	73.3%	
هناك تضارب بين تصريحات المتحدث وتصريحات الوزير.	83.3%	85.4%	88.9%	77.2%	77.1%	

تشير بيانات الجدول السابق إلى اتجاهات النخبة نحو مصداقية الرسائل الاتصالية الصادرة من المتحدث الرسمي لوزارة الصحة، حيث جاءت عبارة "المتحدث عرض الأخبار

والمعلومات الخاصة بالأزمة بطريقة موضوعية" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الأكاديمية والاقتصادية والطبية بوزن نسبي 85.4%، و89.5%، و93.3% على الترتيب. وجاءت عبارة "شرح المتحدث الرسمي جهود وزارة الصحة للتعامل مع الأزمة" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة السياسية بوزن نسبي 96%، وبالنسبة للنخبة الإعلامية جاءت عبارة "المتحدث امتنع عن عرض بعض المعلومات"، وعبارة "قام المتحدث بتزويد الجمهور ووسائل الإعلام ببيانات متتالية عن الأزمة" في الترتيب الأول بوزن نسبي 90.6%.

بينما جاءت عبارة "تعهد المتحدث بالمبالغة والتهويل في نقل الأخبار لدرجة الإثارة للتأثير على الرأي العام" في الترتيب الأخير بالنسبة للنخبة الإعلامية والسياسية والاقتصادية والطبية بوزن نسبي 81.3%، و82.8%، و77.2%، و73.3% على الترتيب.

وهذا يدل على ارتفاع مستوى مصداقية الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي عن أزمة كورونا لدى النخبة المصرية، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (سماح المحمدي، 2019)⁽³⁹⁾ التي توصلت إلى ارتفاع الثقة في صفحات متحدثي المؤسسات الحكومية بين الشباب المصري، كما تتفق مع دراسة (علي عبد الهادي، 2018)⁽⁴⁰⁾ حيث توصلت إلى أن المتحدث الرسمي باسم الحكومة العراقية يتمتع بمستوى مصداقية عالٍ لدى أكثر من نصف العينة المدروسة.

6- تقييم النخبة للإستراتيجيات المستخدمة في إدارة المتحدث الرسمي لأزمة كورونا:
جدول رقم (9)

تقييم النخبة للإستراتيجيات المستخدمة في إدارة المتحدث الرسمي لأزمة كورونا

النخبة	أكاديمية	إعلامية	سياسية	اقتصادية	طبية	العبارات
المتحدث	77.1%	82.3%	89.9%	78.9%	83.8%	التزم المتحدث بمبدأ الشفافية والصرحة في الإعلان عن الخسائر والضحايا بالأرقام والإحصائيات.
أكد المتحدث	80.2%	82.3%	87.9%	76.3%	72.4%	على الإجراءات الاحترازية التي تساعد على خفض سرعة انتشار الفيروس.
أظهر المتحدث	77.1%	81.3%	83.8%	69.3%	81%	قدرة الوزارة على اتخاذ التدابير اللازمة لاحتواء الأزمة.
المتحدث	81.3%	80.2%	89.9%	75.4%	82.9%	نشر الأخبار والمعلومات التي تعمل على التخفيض من حدة الأزمة.
أعلن المتحدث	80.2%	86.5%	84.8%	75.4%	84.8%	عن الجهود الرامية التي تقوم بها المؤسسة لتحسين الأوضاع وإزالة تبعات الأزمة.
ألقى المتحدث	71.9%	84.4%	73.7%	73.7%	80%	بمسؤولية الأزمة على أطراف أخرى.
أرجع المتحدث	76%	82.3%	77.8%	76.3%	77.1%	سبب انتشار الأزمة إلى عدم امتلاك المؤسسة للإمكانات اللازمة لمواجهتها.

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف النخبة من العبارات المتعلقة بالإستراتيجيات المستخدمة في إدارة المتحدث لأزمة كورونا، حيث جاءت عبارة "المتحدث نشر الأخبار والمعلومات التي تعمل على التخفيض من حدة الأزمة" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الأكاديمية بوزن نسبي 81.3%؛ بينما جاءت عبارة "التزم المتحدث بمبدأ الشفافية والصرحة في الإعلان عن الخسائر والضحايا بالأرقام والإحصائيات" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة والسياسية والاقتصادية بوزن نسبي 89.9%، 78.9% على الترتيب، وجاءت عبارة "أعلن المتحدث عن الجهود الرامية التي تقوم بها المؤسسة لتحسين الأوضاع

وإزالة تبعات الأزمة" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الإعلامية والطبية بوزن نسبي 86.5%، و84.8% على الترتيب.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (خالد الشال، 2019)⁽⁴¹⁾ حيث توصل إلى أن المتحدث نشر المعلومات التي تعمل على التخفيض من حدة الأزمة، يليها "التزم المتحدث بالشفافية والصراحة"؛ بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة (هيثم يوسف، 2014)⁽⁴²⁾ التي بينت أن المتحدث الرسمي باسم المجلس الأعلى للقوات المسلحة المصرية في الفترة ما بين 2011 و2012 اتبع في إدارته إستراتيجية إعلامية اتسمت بالغموض وعدم توجيه الاتهام بصورة مباشرة للجهة أو الجهات المتسببة في الأزمة، مما أفقد رسالته الموضوعية والمصدقية والشفافية اللازمة.

7- اتجاهات النخبة نحو طبيعة الدور الإخباري للمتحدث الرسمي بوزارة الصحة في إدارة الأزمة:

جدول رقم (10)

اتجاهات النخبة نحو طبيعة الدور الإخباري للمتحدث الرسمي للوزارة في إدارة الأزمة

العبارة	النخبة	أكاديمية	إعلامية	سياسية	اقتصادية	طبية
تعرفني على المستجدات في القرارات الخاصة بالوزارة بشأن الفيروس.	83.3%	83.3%	92.7%	93.9%	85.1%	87.6%
أعرف من خلالها المخاطر المحتملة للأزمة.	83.3%	83.3%	89.6%	89.9%	84.2%	75.2%
تساعدني على اتخاذ القرارات المناسبة حيال بعض الأمور الصحية.	76%	76%	80.2%	89.9%	86%	85.7%
تعرفني على إجراءات احتواء الأزمة من جانب الجهة المسؤولة.	78.1%	78.1%	78.1%	87.9%	77.2%	78.1%
أشعر بالقلق من انتشار الفيروس في مصر.	82.3%	82.3%	84.4%	86.9%	83.3%	82.9%
بعض القرارات التي تصدرها الوزارة بشأن الأزمة تزج الجمهور المصري.	75%	75%	81.3%	91.9%	80.7%	82.9%

العبارة	النخبة	أكاديمية	إعلامية	سياسية	اقتصادية	طبية
أشعر بالرضا عن القرارات الصادرة بشأن مواجهة الفيروس.	77.1%	87.5%	84.8%	78.9%	84.8%	
تتأثر صورة المؤسسة في ذهني إيجابياً بسبب طريقة التعامل مع الأزمة.	80.2%	80.2%	89.9%	78.1%	81.9%	
أفضل تطبيق القرارات الخاصة بالالتزام بالتباعد الاجتماعي.	80.2%	85.4%	87.9%	84.2%	87.6%	
أناقش الأزمة مع زملائي وأتبادل معهم الآراء.	84.4%	83.3%	88.9%	85.1%	82.9%	
شاركت إجراءات الحماية من الفيروس على حساباتي الشخصية لاجتماعي بأهميتها.	82.3%	83.3%	87.9%	88.6%	86.7%	
أنصح زملائي بمتابعة الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث حول الأزمة.	81.3%	86.5%	93.9%	87.7%	81.9%	

تشير بيانات الجدول السابق إلى اتجاهات النخبة نحو طبيعة الدور الإخباري للمتحدث الرسمي بوزارة الصحة في إدارة الأزمة، حيث جاءت عبارة "أناقش الأزمة مع زملائي وأتبادل معهم الآراء" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الأكاديمية بوزن نسبي 84.4%، وجاءت عبارة "تعرفني على المستجدات في القرارات الخاصة بالوزارة بشأن الفيروس" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الإعلامية، والسياسية بوزن نسبي 92.7%، و 93.9% على الترتيب، وجاءت عبارة "تعرفني على المستجدات في القرارات الخاصة بالوزارة بشأن الفيروس"، و"أفضل تطبيق القرارات الخاصة بالالتزام بالتباعد الاجتماعي" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الطبية بوزن نسبي 87.6%.

وجاءت عبارة "شاركت إجراءات الحماية من الفيروس على حساباتي الشخصية لاجتماعي بأهميتها" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الاقتصادية بوزن نسبي 88.6%. وبصفة عامة، نلاحظ الاتجاه الإيجابي لجميع النخب نحو طبيعة الدور الإخباري للمتحدث الرسمي بوزارة الصحة؛ مما يدل على استفادة أفراد العينة واستجابتهم للمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي.

8- مدى رضا النخبة عن دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا

جدول رقم (11)

مدى الرضا عن دور المتحدث الرسمي للوزارة في إدارة أزمة كورونا

الإجمالي	طبية	اقتصادية	سياسية	إعلامية	أكاديمية	تصنيف النخبة	
						مدى الرضا	ك
50	5	9	13	13	10	ك	راض تماماً
٪29.5	٪14.3	٪23.7	٪39.4	٪40.6	٪31.3	٪	
107	27	24	18	18	20	ك	راض إلى حد ما
٪62.9	٪77.1	٪63.1	٪54.5	٪56.3	٪62.4	٪	
13	3	5	2	1	2	ك	غير راض
٪7.6	٪8.6	٪13.2	٪6.1	٪3.1	٪6.3	٪	
170	35	38	33	32	32	ك	الإجمالي
٪100	٪100	٪100	٪100	٪100	٪100	٪	

(كا=2، 9.984، درجة الحرية=8، مستوى المعنوية=0.266)

تشير بيانات الجدول السابق إلى اتفاق النخب في رضاهم "إلى حد ما" عن دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة في إدارة أزمة كورونا، حيث جاءت النسبة 62.9٪، يليها "راض تماماً" بنسبة 29.5٪، بينما "غير راض" بنسبة 7.6٪. وهذه النسب تشير إلى ارتفاع مستوى الرضا عن دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمة، وهذا ما يدل على أن المتحدث الرسمي يطرح المعلومات بشفافية، وذلك عزز الرضا لدى النخب عينة الدراسة.

9-تقييم تأثير المتحدث الرسمي على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها:

جدول رقم (12)

تقييم تأثير المتحدث الرسمي على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها

التأثير	تصنيف النخبة					
	أكاديمية	إعلامية	سياسية	اقتصادية	طبية	الإجمالي
يؤثر درجة كبيرة	ك	11	16	19	11	66
	%	34.4%	50%	57.6%	28.9%	38.8%
يؤثر إلى حد ما	ك	18	16	13	23	89
	%	56.2%	50%	39.4%	60.6%	52.4%
لا يؤثر	ك	3	-	1	4	15
	%	9.4%	-	3%	10.5%	8.8%
الإجمالي	ك	32	32	33	38	170
	%	100%	100%	100%	100%	100%

(كا²=17.550، درجة الحرية=8، مستوى المعنوية=0.025، معامل التوافق=0.306)

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم تأثير المتحدث الرسمي على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها، حيث اتفقت النخبة الإعلامية والسياسية أن المتحدث الرسمي "يؤثر بدرجة كبيرة" في الترتيب الأول بنسبة 50%، و57.6% على الترتيب؛ بينما اتفقت النخبة الأكاديمية والاقتصادية والطبية أن المتحدث الرسمي "يؤثر إلى حد ما" بنسبة 56.2%، و60.6%، و54.3%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (خالد الشال، 2019)⁽⁴³⁾ التي توصلت إلى تأثير المتحدث الرسمي على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها.

10- مقترحات تطوير أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة الأزمات: جدول رقم (13)

مقترحات تطوير أداء المتحدث الرسمي للوزارة في إدارة الأزمات

المقترحات	تصنيف النخبة					
	أكاديمية (ن=32)	إعلامية (ن=32)	سياسية (ن=33)	اقتصادية (ن=38)	طبية (ن=35)	الإجمالي (ن=170)
أن يتوافر لدى المتحدث القدرة على إدارة الحوار بتوازن.	ك	19	14	13	11	76
	%	59.4	43.8	39.4	28.9	44.7
يتوافر لدى المتحدث خلفية معرفية قوية.	ك	19	15	9	14	72
	%	59.4	46.9	27.3	39.5	42.4
أن يرد المتحدث على الشائعات بشكل جيد.	ك	11	19	11	15	72
	%	34.4	59.4	33.3	39.5	42.4
أن يتوافر لدى المتحدث قوة الشخصية ومهارات الإقناع.	ك	9	9	12	10	61
	%	28.1	28.1	36.4	26.3	35.9
أن يمتلك المتحدث القدرة على التحدث بلباقة أمام وسائل الإعلام.	ك	14	17	14	18	84
	%	43.8	53.1	42.4	47.4	49.4
أن يكون لديه القدرة على إدارة الحملات الإعلامية.	ك	10	18	10	17	75
	%	31.3	56.3	30.3	44.7	44.1
أن توفر له الوزارة الدعم والإمكانات اللازمة التي تمكنه من أداء دوره.	ك	15	9	14	20	80
	%	46.9	28.1	42.4	52.6	47.1
أن يتجاوب مع استفسارات الصحفيين و مندوبي وكالات الأنباء.	ك	7	11	8	16	63
	%	21.9	34.4	24.2	42.1	37.1
أن يكون لديه القدرة على التعامل إعلاميًا مع الأزمات التي تتعرض لها الوزارة.	ك	11	12	14	28	79
	%	34.4	37.5	42.4	73.7	46.5
أن يعلن بالأرقام الصحيحة الخسائر والضحايا بشفافية تامة.	ك	7	18	11	29	71
	%	21.9	56.3	33.3	76.3	41.8
أن يصدر البيانات بشكل دوري فور حدوث تطورات في الأزمة.	ك	7	2	8	15	38
	%	21.9	6.3	24.2	39.5	22.4

تشير بيانات الجدول السابق إلى مقترحات تطوير أداء المتحدث الرسمي لوزارة الصحة في إدارة الأزمات، حيث جاءت عبارتا "أن يتوافر لدى المتحدث القدرة على إدارة الحوار بتوازن"، و"يتوافر لدى المتحدث خلفية معرفية قوية" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الأكاديمية بنسبة 59.4%؛ بينما جاءت عبارة "أن يرد المتحدث على الشائعات بشكل جيد" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الإعلامية بنسبة 59.4%، وجاءت عبارة "أن يمتلك المتحدث القدرة على التحدث بلباقة أمام وسائل الإعلام"، وعبارة "أن توفر له الوزارة الدعم والإمكانيات اللازمة التي تمكنه من أداء دوره"، وعبارة "أن يكون لديه القدرة على التعامل إعلامياً مع الأزمات التي تتعرض لها الوزارة" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة السياسية بنسبة 42.4%، وجاءت عبارة "أن يعلن بالأرقام الصحيحة الخسائر والضحايا بشفافية تامة" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الاقتصادية بنسبة 76.3%، وعبارة "أن توفر له الوزارة الدعم والإمكانيات اللازمة التي تمكنه من أداء دوره" جاءت في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الطبية بنسبة 62.9%.

نتائج اختبار الفروض البحثية

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة أفراد النخبة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة واتجاهاتهم نحو دوره في إدارة أزمة كورونا.

جدول رقم (14)

معنوية العلاقة الارتباطية بين متابعة أفراد النخبة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي للوزارة واتجاهاتهم نحو دوره في إدارة أزمة كورونا

مستوى المعنوية	معامل بيرسون	متغيرات الاقتران
0.792	0.020-	الاتجاهات المعرفية
0.673	0.033	الاتجاهات الوجدانية
0.249	0.089	الاتجاهات السلوكية

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة أفراد النخبة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة واتجاهاتهم نحو دوره في إدارة أزمة كورونا، حيث كانت قيمة معامل الارتباط غير دالة إحصائية.

من ذلك يمكن القول إن الفرض الأول، القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين متابعة أفراد النخبة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة واتجاهاتهم نحو دوره في إدارة أزمة كورونا، لم تثبت صحته.

وتختلفت هذه النتيجة مع دراسة (سماح المحمدي، 2019)⁽⁴⁴⁾، حيث توصلت إلى وجود علاقة بين دوافع تعرض عينة الدراسة لصفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع الفيسبوك وطبيعة اتجاهاتهم نحو هذه الصفحات.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مصداقية الرسائل الاتصالية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة واتجاهات أفراد النخبة نحو دوره في إدارة أزمة كورونا.

جدول رقم (15)

معنوية العلاقة الارتباطية بين مصداقية الرسائل الاتصالية للمتحدث الرسمي للوزارة واتجاهات أفراد النخبة نحو دوره في إدارة أزمة كورونا

مستوى المعنوية	معامل بيرسون	متغيرات الاقتران
0.000	**0.726	الاتجاهات المعرفية
0.000	**0.632	الاتجاهات الوجدانية
0.000	**0.597	الاتجاهات السلوكية

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مصداقية الرسائل الاتصالية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة واتجاهات أفراد النخبة نحو دوره في إدارة أزمة كورونا، وذلك على النحو الآتي:

❖ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مصداقية الرسائل الاتصالية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة والاتجاهات المعرفية لدى النخبة 0.726، وهي قيمة دالة إحصائيًا، حيث بلغ مستوى المعنوية عند 0.01؛ مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين طردية وقوية الشدة.

❖ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مصداقية الرسائل الاتصالية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة والاتجاهات الوجدانية لدى النخبة 0.632، وهي قيمة دالة إحصائيًا، حيث بلغ مستوى المعنوية عند 0.01؛ مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين طردية ومتوسطة الشدة.

❖ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مصداقية الرسائل الاتصالية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة والاتجاهات السلوكية لدى النخبة 0.597، وهي قيمة دالة إحصائيًا، حيث بلغ مستوى المعنوية عند 0.01؛ مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين طردية ومتوسطة الشدة.

من ذلك، يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الثاني، القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مصداقية الرسائل الاتصالية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة واتجاهات أفراد النخبة نحو دوره في إدارة أزمة كورونا، انتهى إلى ثبوت صحة الفرض بشكل كلي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الإستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا واتجاهات أفراد النخبة نحو دوره في إدارة أزمة كورونا. جدول رقم (16)

معنوية العلاقة الارتباطية بين الإستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا واتجاهات أفراد النخبة نحو دوره في إدارة أزمة كورونا

مستوى المعنوية	معامل بيرسون	متغيرات الاقتران
0.000	**0.468	الاتجاهات المعرفية
0.000	**0.458	الاتجاهات الوجدانية
0.000	**0.433	الاتجاهات السلوكية

** دال عند مستوى معنوية 0.01

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الإستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا واتجاهات أفراد النخبة نحو دوره في إدارة أزمة كورونا، وذلك على النحو الآتي:

❖ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الإستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا والاتجاهات المعرفية لدى النخبة 0.468، وهي قيمة دالة إحصائيًا، حيث بلغ مستوى المعنوية عند 0.01؛ مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين طردية ومتوسطة الشدة.

❖ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الإستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا والاتجاهات الوجدانية لدى النخبة 0.458، وهي قيمة

دالة إحصائيًا حيث بلغ مستوى المعنوية عند 0.01.؛ مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين طردية ومتوسطة الشدة.

❖ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الإستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا والاتجاهات السلوكية لدى النخبة 0.433، وهي قيمة دالة إحصائيًا، حيث بلغ مستوى المعنوية عند 0.01.؛ مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين طردية ومتوسطة الشدة.

من ذلك يمكن القول إن اختبار صحة الفرض الثالث، القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الإستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا واتجاهات أفراد النخبة نحو دوره في إدارة أزمة كورونا، انتهى إلى ثبوت صحة الفرض بشكل كلي.

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائيًا بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا تبعًا لخصائصهم الديموجرافية (السن- النوع- المؤهل- المهنة- الدخل- الخبرة- نوع النخبة).

جدول رقم (17)

معنوية الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب السن

المتغيرات	السن	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الاتجاهات المعرفية	من 30 إلى أقل من 40 سنة	37	9.648	1.584	2.250	3	0.084
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	59	10.06	1.529			
	من 50 إلى أقل من 60 سنة	60	10.43	1.369			
	من 60 سنة فأكثر	14	9.857	1.610			
الاتجاهات الوجدانية	من 30 إلى أقل من 40 سنة	37	9.351	1.513	3.248	3	0.023
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	59	9.830	1.620			
	من 50 إلى أقل من 60 سنة	60	10.35	1.482			
	من 60 سنة فأكثر	14	10.00	1.709			
الاتجاهات السلوكية	من 30 إلى أقل من 40 سنة	37	9.945	1.762	1.769	3	0.155
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	59	10.30	1.724			
	من 50 إلى أقل من 60 سنة	60	10.55	1.213			
	من 60 سنة فأكثر	14	9.714	1.637			

وتشير نتائج المعاملات الإحصائية إلى الآتي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب السن، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 3.248، وهي قيمة دالة إحصائيًا لأنها عند مستوى أقل من 0.05.

ولمعرفة مصدر الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب السن، أجرت الباحثة اختبارًا بعديًا PostHoc بطريقة LSD، الذي يعرض لنتيجته الجدول الآتي:

جدول رقم (18)

مصدر الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة

كورونا بحسب السن

المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
من 30 إلى أقل من 40 سنة	من 40 إلى أقل من 50 سنة	-0.47916	0.32650	0.144
	من 50 إلى أقل من 60 سنة	*-0.99865	0.32544	0.003
من 40 إلى أقل من 50 سنة	من 60 سنة فأكثر	-0.64865	0.48853	0.186
	من 50 إلى أقل من 60 سنة	-0.51949	0.28546	0.071
من 50 إلى أقل من 60 سنة	من 60 سنة فأكثر	-0.16949	0.46285	0.715
	من 60 سنة فأكثر	0.35000	0.46211	0.450

* دال عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق مصادر التباين بين مجموعات السن في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا على النحو الآتي:

- تختلف مجموعة الباحثين ذات الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 سنة بدلالة إحصائية عن مجموعة الباحثين ذات الفئة العمرية من 50 إلى أقل من 60 سنة، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية الأكبر سنًا مقارنة بالمجموعة الأولى الأصغر سنًا.

جدول رقم (19)

معنوية الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب النوع

مستوى المعنوية	مؤشرات إحصائية		الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	النوع	المتغيرات
	درجة الحرية	قيمة (ت)					
0.021	168	1.258-	1.443	9.957	94	ذكر	الاتجاهات
			1.584	10.25	76	أنثى	المعرفية
0.252	168	1.149-	1.555	9.797	94	ذكر	الاتجاهات
			1.622	10.07	76	أنثى	الوجدانية
0.064	168	1.863-	1.522	10.06	94	ذكر	الاتجاهات
			1.612	10.51	76	أنثى	السلوكية

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلى الآتي:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم المعرفية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً للنوع، حيث تبين أن قيمة "ت" بلغت -1.258، وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من 0.05.
- 2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً للنوع، حيث تبين أن قيمة "ت" بلغت -1.149، وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من 0.05.
- 3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم السلوكية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً للنوع، حيث تبين أن قيمة "ت" بلغت -1.863، وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من 0.05.

جدول رقم (20)

معنوية الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب المؤهل

مؤشرات إحصائية	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المؤهل	المتغيرات		
						قيمة (ف)	درجة الحرية
0.282	3 166	1.283	1.62121	9.9643	28	مؤهل جامعي	الاتجاهات المعرفية
			1.57651	9.5263	19	دراسات عليا/ دبلوم	
			1.34996	10.2979	47	ماجستير	
			1.53800	10.1447	76	دكتوراه	
0.016	3 166	3.450	1.54774	9.8929	28	مؤهل جامعي	الاتجاهات الوجدانية
			2.05196	8.8947	19	دراسات عليا/ دبلوم	
			1.35884	10.2553	47	ماجستير	
			1.52747	9.9868	76	دكتوراه	
0.127	3 166	1.929	1.74385	10.3214	28	مؤهل جامعي	الاتجاهات السلوكية
			2.11787	9.4737	19	دراسات عليا/ دبلوم	
			1.42724	10.4681	47	ماجستير	
			1.40675	10.3158	76	دكتوراه	

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلى الآتي:

4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم المعرفية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً للمؤهل، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 1.283، وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من 0.05.

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً للمؤهل، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 3.450، وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من 0.05.

6- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم السلوكية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً للنوع، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت -1.929، وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من 0.05.

ولمعرفة مصدر الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب المؤهل، أجرت الباحثة اختباراً بعدياً PostHoc بطريقة LSD، الذي يعرض لنتيجته الجدول الآتي:
جدول رقم (21)

مصدر الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة

كورونا بحسب المؤهل

المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
مؤهل جامعي	دراسات عليا/ دبلوم	*0.99812	0.46162	0.032
	ماجستير	-0.36246	0.37076	0.330
	دكتوراه	-0.09398	0.34334	0.785
دراسات عليا/ دبلوم	ماجستير	*-1.36058	0.42222	0.002
	دكتوراه	*-1.09211	0.39835	0.007
ماجستير	دكتوراه	0.26848	0.28819	0.353

* دال عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من بيانات الجدول رقم (21) أن مصادر التباين بين مجموعات المؤهل الدراسي في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا على النحو الآتي:

- تختلف مجموعة المبحوثين ذات المؤهل الجامعي بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين ذات الدراسات العليا، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الأولى الأعلى تعليماً مقارنة بالمجموعة الثانية الأقل تعليماً، فالأعلى تعليماً كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالأقل تعليماً.
- تختلف مجموعة المبحوثين ذات الدراسات العليا بدلالة إحصائية عن كل من مجموعة المبحوثين ذات الماجستير ومجموعة المبحوثين ذات الدكتوراه، حيث كانت

الفروق لصالح المجموعة الأولى الأقل تعليةً مقارنةً بالمجموعة الثانية الأعلى تعليةً، فالأقل تعليةً كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنةً الأعلى تعليةً.

جدول رقم (22)

معنوية الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب نوع النخبة

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	نوع النخبة	المتغيرات
مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة (ف)					
0.010	4 165	3.466	1,601	9,625	32	أكاديمية	الاتجاهات المعرفية
			1,361	10,21	32	إعلامية	
			1,227	10,84	33	سياسية	
			1,550	9,973	38	اقتصادية	
			1,549	9,800	35	طبية	
0.031	4 165	2.729	1,584	9,437	32	أكاديمية	الاتجاهات الوجدانية
			1,741	10,00	32	إعلامية	
			1,434	10,60	33	سياسية	
			1,584	9,631	38	اقتصادية	
			1,424	9,971	35	طبية	
0.202	4 165	1.508	1,483	9,843	32	أكاديمية	الاتجاهات السلوكية
			1,761	10,15	32	إعلامية	
			1,521	10,75	33	سياسية	
			1,650	10,36	38	اقتصادية	
			1,382	10,17	35	طبية	

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلى الآتي:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم المعرفية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً لنوع النخبة، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت -3.466، وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من 0.05.
 - 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً لنوع النخبة، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 2.729، وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من 0.05.
 - 3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم السلوكية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً لنوع النخبة، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 1.508، وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من 0.05.
- ولمعرفة مصدر الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم المعرفية والوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب نوع النخبة، أجرت الباحثة اختباراً بعدياً PostHoc بطريقة LSD، الذي يعرض لنتيجته الجدول الآتي:

جدول رقم (23)

مصدر الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم المعرفية والوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب نوع النخبة

المتغيرات	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
الاتجاهات المعرفية	أكاديمية	إعلامية	-0.593	0.3671	0.108
		سياسية	*-1.223	0.3643	0.001
		اقتصادية	-0.348	0.3523	0.324
		طبية	-0.175	0.3591	0.627
	إعلامية	سياسية	-0.629	0.3643	0.086
		اقتصادية	0.245	0.3523	0.488
		طبية	0.418	0.3591	0.245
		اقتصادية	*0.874	0.3494	0.013
	سياسية	طبية	*1.048	0.3563	0.004
		اقتصادية	0.173	0.3440	0.614
الاتجاهات الوجدانية	أكاديمية	إعلامية	-0.562	0.389	0.150
		سياسية	*-1.168	0.386	0.003
		اقتصادية	-0.194	0.373	0.604
		طبية	-0.533	0.380	0.163
	إعلامية	سياسية	-0.606	0.386	0.118
		اقتصادية	0.368	0.373	0.325
		طبية	0.028	0.380	0.940
		اقتصادية	*0.974	0.370	0.009
	سياسية	طبية	0.634	0.377	0.095
		اقتصادية	-0.339	0.364	0.353

يتضح من بيانات الجدول رقم (23) أن مصادر التباين بين مجموعات نوع النخبة في اتجاهاتهم المعرفية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا جاءت على النحو الآتي:

- تختلف مجموعة المبحوثين (النخبة الأكاديمية) بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين (النخبة السياسية)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة السياسية أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأكاديمية.

- تختلف مجموعة المبحوثين (النخبة السياسية) بدلالة إحصائية عن كل من مجموعة المبحوثين (النخبة الاقتصادية) ومجموعة المبحوثين (النخبة الطبية)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الأولى (النخبة السياسية) مقارنة بالمجموعتين (الاقتصادية والطبية)؛ فالنخبة السياسية أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الاقتصادية والطبية.

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (23) أن مصادر التباين بين مجموعات نوع النخبة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا جاءت على النحو الآتي:

- تختلف مجموعة المبحوثين (النخبة الأكاديمية) بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين (النخبة السياسية)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة السياسية أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأكاديمية.

- تختلف مجموعة المبحوثين (النخبة السياسية) بدلالة إحصائية عن من مجموعة المبحوثين (النخبة الاقتصادية)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الأولى؛ فالنخبة السياسية أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الاقتصادية.

جدول رقم (24)

معنوية الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب الدخل

المتغيرات	الدخل	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الاتجاهات المعرفية	أقل من 5000	44	8.977	1,355	16.392	3	0.000
	من 5 لأقل من 8 آلاف	47	10.19	1,555			
	من 8 آلاف لأقل من 11 ألف	39	10.30	1,300			
	11 ألف فأكثر	40	10.97	1,049			
الاتجاهات الوجدانية	أقل من 5000	44	9.00	1,363	11.518	3	0.000
	من 5 لأقل من 8 آلاف	47	9.723	1,740			
	من 8 آلاف لأقل من 11 ألف	39	10.38	1,330			
	11 ألف فأكثر	40	10.72	1,300			
الاتجاهات السلوكية	أقل من 5000	44	9.431	1,546	9.091	3	0.000
	من 5 لأقل من 8 آلاف	47	10.17	1,736			
	من 8 آلاف لأقل من 11 ألف	39	10.48	1,411			
	11 ألف فأكثر	40	11.07	1,047			

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلى الآتي:

- 1-** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم المعرفية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً للدخل، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 16.392، وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من 0.05.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً للدخل، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 11.518، وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من 0.05.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم السلوكية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً للدخل، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 9.091، وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من 0.05.

ولمعرفة مصدر الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب الدخل، أجرت الباحثة اختباراً بعدياً PostHoc بطريقة LSD، الذي يعرض لنتيجته الجدول الآتي:

جدول رقم (25)

مصدر الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب الدخل

المتغير	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
الاتجاهات المعرفية	أقل من 5 آلاف	من 5 لأقل من 8 آلاف	*-1.214	0.280	0.000
		من 8 لأقل من 11 ألف	*-1.330	0.294	0.000
		11 ألف فأكثر	*-1.997	0.292	0.000
	من 5 لأقل من 8 آلاف	من 8 لأقل من 11 ألف	0.116-	0.289	0.689
		11 ألف فأكثر	*-0.783	0.288	0.007
		من 8 آلاف لأقل من 11 ألف	*-0.667	0.301	0.028
الاتجاهات الوجدانية	أقل من 5 آلاف	من 5 لأقل من 8 آلاف	*-0.723	0.305	0.019
		من 8 لأقل من 11 ألف	*-1.384	0.320	0.000
		11 ألف فأكثر	*-1.725	0.318	0.000
	من 5 لأقل من 8 آلاف	من 8 آلاف لأقل من 11 ألف	*-0.661	0.315	0.038

المتغير	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
	آلاف	11 ألف فأكثر	*-1.001	0.313	0.002
	من 8 آلاف لأقل من 11 ألف	11 ألف فأكثر	0.340-	0.327	0.301
الاتجاهات السلوكية	أقل من 5 آلاف	من 5 لأقل من 8 آلاف	*-0.738	0.308	0.018
		من 8 آلاف لأقل من 11 ألف	*-1.055	0.323	0.001
		11 ألف فأكثر	*-1.643	0.321	0.000
	من 5 لأقل من 8 آلاف	من 8 آلاف لأقل من 11 ألف	0.316-	0.318	0.322
		11 ألف فأكثر	*-0.904	0.316	0.005
		من 8 آلاف لأقل من 11 ألف	11 ألف فأكثر	0.587-	0.331

* دال عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من بيانات الجدول رقم (25) أن مصادر التباين بين مجموعات الدخل في اتجاهاتهم المعرفية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا جاءت على النحو الآتي:

- تختلف مجموعة المبحوثين ذات الدخل (أقل من 5 آلاف) بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين ذات الدخل (من 5 لأقل من 8 آلاف) ومجموعة المبحوثين ذات الدخل (من 8 آلاف لأقل من 11 ألف) ومجموعة المبحوثين (11 ألف فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأعلى دخلاً أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل دخلاً.
- تختلف مجموعة المبحوثين ذات الدخل (من 5 آلاف لأقل من 8 آلاف) بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين ذات الدخل (11 ألف فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأعلى دخلاً كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل دخلاً.

- تختلف مجموعة المبحوثين ذات الدخل (من 8 آلاف لأقل من 11 ألف) بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين ذات الدخل (11 ألف فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأعلى دخلاً كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل دخلاً.

ويتضح من بيانات الجدول رقم (25) أن مصادر التباين بين مجموعات الدخل في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا جاءت على النحو الآتي:

- تختلف مجموعة المبحوثين ذات الدخل (أقل من 5 آلاف) بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين ذات الدخل (من 5 لأقل من 8 آلاف) ومجموعة المبحوثين ذات الدخل (من 8 آلاف لأقل من 11 ألف) ومجموعة المبحوثين (11 ألف فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأعلى دخلاً كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل دخلاً.

- تختلف مجموعة المبحوثين ذات الدخل (من 5 آلاف لأقل من 8 آلاف) بدلالة إحصائية عن كل من: مجموعة المبحوثين ذات الدخل (من 8 آلاف لأقل من 11 ألف)، ومجموعة المبحوثين ذات الدخل (من 11 ألف فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأعلى دخلاً كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل دخلاً.

كما يتضح من بيانات الجدول رقم (25) أن مصادر التباين بين مجموعات الدخل في اتجاهاتهم السلوكية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا جاءت على النحو الآتي:

- تختلف مجموعة المبحوثين ذات الدخل (أقل من 5 آلاف) بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين ذات الدخل (من 5 لأقل من 8 آلاف) ومجموعة المبحوثين

ذات الدخل (من 8 آلاف لأقل من 11 ألف) ومجموعة الباحثين (11 ألف فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأعلى دخلاً كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل دخلاً.

- تختلف مجموعة الباحثين ذات الدخل (من 5 آلاف لأقل من 8 آلاف) بدلالة إحصائية عن مجموعة الباحثين ذات الدخل (11 ألف فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأعلى دخلاً كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل دخلاً.

جدول رقم (26)

معنوية الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب سنوات الخبرة

المتغيرات	سنوات الخبرة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الاتجاهات المعرفية	من سنة إلى أقل من خمس سنوات	32	9.5938	1.54208	2.959	3	0.034
	من خمس إلى أقل من عشر سنوات	45	9.866	1.546			
	من عشر إلى أقل من 15 سنة	53	10.22	1.612			
	من 15 سنة فأكثر	40	10.55	1.153			
الاتجاهات الوجدانية	من سنة إلى أقل من خمس سنوات	32	9.343	1.515	3.336	3	0.021
	من خمس إلى أقل من عشر سنوات	45	9.688	1.549			
	من عشر إلى أقل من 15 سنة	53	10.11	1.694			

المتغيرات	سنوات الخبرة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	من 15 سنة فأكثر	40	10.40	1.392			
الاتجاهات السلوكية	من سنة إلى أقل من خمس سنوات	32	9.843	1.705	3 166	2.018	
	من خمس إلى أقل من عشر سنوات	45	10.02	1.616			
	من عشر إلى أقل من 15 سنة	53	10.50	1.612			
	من 15 سنة فأكثر	40	10.55	1.280			
0.113							

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلى الآتي:

- 1-** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم المعرفية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً لسنوات الخبرة، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 2.959، وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من 0.05.
- 2-** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً لسنوات الخبرة، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 3.336، وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أقل من 0.05.
- 3-** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين عينة الدراسة في اتجاهاتهم السلوكية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا وفقاً لسنوات الخبرة، حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 2.018، وهي قيمة غير دالة إحصائياً لأنها عند مستوى أكبر من 0.05.

ولمعرفة مصدر الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم المعرفية والوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب سنوات الخبرة، أجرت الباحثة اختباراً بعدياً PostHoc بطريقة LSD، الذي يعرض لنتيجته الجدول الآتي:

جدول رقم (27)

مصدر الفروق بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم المعرفية والوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا بحسب سنوات الخبرة

المتغير	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
الاتجاهات المعرفية	من سنة إلى أقل من خمس سنوات	من خمس إلى أقل من عشر سنوات	-0.272	0.343	0.428
		من عشر إلى أقل من 15 سنة	-0.632	0.332	0.059
		من 15 سنة فأكثر	*-0.956	0.352	0.007
	من خمس إلى أقل من عشر سنوات	من عشر إلى أقل من 15 سنة	-0.359	0.301	0.234
		من 15 سنة فأكثر	*-0.683	0.322	0.036
		من عشر إلى أقل من 15 سنة	-0.323	0.311	0.300
الاتجاهات الوجدانية	من سنة إلى أقل من خمس سنوات	من خمس إلى أقل من عشر سنوات	-0.345	0.359	0.339
		من عشر إلى أقل من 15 سنة	*-0.769	0.348	0.029
		من 15 سنة فأكثر	*-1.056	0.368	0.005
	من خمس إلى أقل من عشر سنوات	من عشر إلى أقل من 15 سنة	-0.424	0.315	0.180
		من 15 سنة فأكثر	*-0.711	0.338	0.037
		من عشر إلى أقل من 15 سنة	-0.286	0.325	0.380

* دال عند مستوى معنوية 0.05

يتضح من بيانات الجدول رقم (27) أن مصادر التباين بين مجموعات سنوات الخبرة في اتجاهاتهم المعرفية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا جاءت على النحو الآتي:

- تختلف مجموعة المبحوثين ذات سنوات الخبرة (من سنة إلى أقل من خمس سنوات) بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين (من 15 سنة فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأكثر خبرة كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل خبرة.

- تختلف مجموعة المبحوثين ذات سنوات الخبرة (من خمس إلى أقل من عشر سنوات) بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين (من 15 سنة فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأكثر خبرة كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل خبرة.

يتضح من بيانات الجدول رقم (27) أن مصادر التباين بين مجموعات سنوات الخبرة في اتجاهاتهم الوجدانية نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا جاءت على النحو الآتي:

- تختلف مجموعة المبحوثين ذات سنوات الخبرة (من سنة إلى أقل من خمس سنوات) بدلالة إحصائية عن كل من: مجموعة المبحوثين ذات سنوات الخبرة (من عشر إلى أقل من 15 سنة)، ومجموعة المبحوثين (من 15 سنة فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأكثر خبرة كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل خبرة.

- تختلف مجموعة المبحوثين ذات سنوات الخبرة (من خمس إلى أقل من عشر سنوات) بدلالة إحصائية عن مجموعة المبحوثين (من 15 سنة فأكثر)، حيث كانت الفروق لصالح المجموعة الثانية مقارنة بالمجموعة الأولى؛ فالنخبة الأكثر خبرة كانوا أكثر إيجابية في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا مقارنة بالنخبة الأقل خبرة.

ومما سبق يتبين أن الفرض الرابع القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا تبعاً لخصائصهم الديموجرافية (السن- النوع- المؤهل- المهنة- الدخل- الخبرة- نوع النخبة) قد ثبت صحته بشكل جزئي.

خاتمة الدراسة وتوصياتها:

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات النخبة حول دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة والسكان في إدارة أزمة كورونا، واستتدت الدراسة إلى نظرية مجموعة المصالح ونموذج الأزمات الموقفية كمدخل نظري يسهم إلى حد كبير في تحديد المتغيرات، وفي صياغة الفروض واختبارها، من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة عمدية قوامها (170) مفردة من النخبة المصرية من متابعي المتحدث الرسمي في وسائل الإعلام، بالاعتماد على منهج المسح بشقه الميداني المتعلق بالجمهور، وتؤكد الدراسة الحالية على عدة مؤشرات:

- ارتفاع معدلات متابعة الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة بشأن فيروس كورونا - "بانظام" بنسبة 81%، يليها المتابعة "أحياناً" بنسبة 78%، ثم المتابعة "نادراً" بنسبة 11% - ويرجع ذلك إلى أهمية وخطورة الأزمة التي يمر بها المجتمع المصري وتؤثر على الصحة والاقتصاد التعليم، وتثير حالة من الفزع والتوتر بين أفراد المجتمع المصري.

- تشير النتائج إلى أن (الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان) تعد من أهم مصادر المعلومات التي تتابع عينة الدراسة من خلالها الأخبار والمعلومات عن أزمة كورونا، حيث احتلت المركز الأول، يليها (الصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي على الفيسبوك)، وهذا يدل على ثقة النخبة في الصفحات الرسمية للوزارة، حيث تقاربت نسب متابعة الصفحات الرسمية للوزارة والصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة فيما بينهم.

- جاءت أسباب متابعة النخبة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة "للتعرف على أسباب انتشار الفيروس وأعراضه" في الترتيب الأول

بالنسبة للنخبة الأكاديمية والإعلامية والطبية؛ بينما جاء "للتعرف على إستراتيجيات الحكومة لمواجهة الأزمة" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة السياسية والاقتصادية، وهذه نتيجة منطقية في ظل حالة القلق والتوتر التي يعاني منها الجمهور، ومحاولة التعرف على القرارات والإجراءات التي تتخذها الحكومة لمواجهة الأزمة للحفاظ على أرواح المواطنين.

- جاءت عبارة "تتطلب الأزمة اتخاذ إجراءات سريعة وعاجلة" في الترتيب الأول من بين سمات أزمة كورونا بالنسبة للنخبة الأكاديمية والإعلامية، وذلك للحد من انتشار الفيروس بين الجمهور، بينما جاءت عبارة "تؤثر الأزمة على صورة المؤسسات الصحية لدى المواطنين" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة السياسية، وجاءت عبارة "تثير الأزمة نوعاً من الترويع والخوف" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الأكاديمية والنخبة الاقتصادية؛ بينما جاءت عبارة "تتطلب الأزمة وعياً كبيراً من جانب الجماهير لمواجهة" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الطبية، وجاءت عبارة "تخلق الأزمة حالة من التوتر لدى الرأي العام" في الترتيب الأخير بالنسبة لجميع فئات النخب، حيث إنها أزمة تؤثر على الصحة والتعليم والاقتصاد، وتسبب حالة من عدم الاستقرار.

- تشير النتائج إلى ارتفاع مصداقية الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث في وسائل الإعلام عن أزمة كورونا لدى النخبة المصرية، حيث أكدت عينة الدراسة التزام المتحدث الرسمي بالشفافية والصراحة الموضوعية.

- تشير النتائج إلى أن أهم الإستراتيجيات المستخدمة في إدارة المتحدث الرسمي لأزمة كورونا جاءت عبارة "المتحدث الرسمي نشر الأخبار والمعلومات التي تعمل على التخفيض من حدة الأزمة" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الأكاديمية؛ بينما جاءت عبارة "التزم المتحدث بمبدأ الشفافية والصراحة في الإعلان عن الخسائر والضحايا بالأرقام والإحصائيات" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة السياسية والاقتصادية، وجاءت عبارة "أعلن المتحدث عن الجهود الرامية التي

تقوم بها المؤسسة لتحسين الأوضاع وإزالة تبعات الأزمة" في الترتيب الأول بالنسبة للنخبة الإعلامية والطبية.

- تشير النتائج إلى ارتفاع مستوى الرضا عن دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمة، حيث اتفقت النخب عينة الدراسة في رضاهم "إلى حد ما" عن دور المتحدث الرسمي لوزارة الصحة في إدارة أزمة كورونا بنسبة 62.9%، يليها "راض تمامًا" بنسبة 29.5%، ويرجع ذلك إلى التزام المتحدث الرسمي بالإعلان عن الخسائر بالأرقام والإحصائيات، والشفافية والوضوح، وإعلان الجهود التي تتخذها الوزارة لمواجهة الأزمة.

- تشير النتائج إلى تأثير المتحدث الرسمي على تشكيل الرأي العام وتوجيهه في الأزمات وصد الشائعات ومواجهتها بدرجة كبيرة، وهذا يرجع إلى ارتفاع المصدقية في الأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي ولها دور في إقناع الجمهور.

- تشير النتائج إلى ارتفاع الاتجاهات الإيجابية بصفة عامة لدى جميع المبحوثين نحو الدور الإخباري للمتحدث الرسمي نحو دوره في إدارة أزمة كورونا، ومما يدل على ذلك السلوك الإيجابي نحو رسائل التوعية حول أزمة كورونا نتيجة الاستفادة من المعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي في وسائل الإعلام.

- لم تثبت صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة أفراد النخبة للأخبار والمعلومات التي يقدمها المتحدث الرسمي لوزارة الصحة واتجاهاتهم نحو دوره في إدارة أزمة كورونا.

- ثبتت صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مصداقية الرسائل الاتصالية للمتحدث الرسمي لوزارة الصحة واتجاهات أفراد النخبة نحو دوره في إدارة أزمة كورونا.

- ثبتت صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الإستراتيجيات التي يستخدمها المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا واتجاهات أفراد النخبة نحو دوره في إدارة أزمة كورونا.

- ثبتت صحة الفرض الرابع القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين أفراد النخبة في اتجاهاتهم نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة أزمة كورونا تبعًا لخصائصهم الديموجرافية (السن- النوع- المؤهل- المهنة- الدخل- الخبرة- نوع النخبة) بشكل جزئي.

في ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج، توصي الدراسة بما يلي:

- 1- على المؤسسات الحكومية أهمية اختيار متحدثين إعلاميين من المتخصصين في مجال الإعلام، ومن لديهم الخبرة الكافية، ومن لهم تأثير على الجمهور.
- 2- على المؤسسات الحكومية إعطاء عديد من الدورات التدريبية للمتحدثين الرسميين لكي يكونوا على علم بكيفية إقناع الجمهور.
- 3- على الباحثين إجراء مزيد من الدراسات عن دور المتحدث الرسمي ووظيفته وعلاقته بوسائل الإعلام، خاصة أثناء الأزمات.
- 4- ضرورة التزام المتحدث الرسمي بعناصر المصداقية، والفورية في نقل القرارات الجديدة التي تتخذها الوزارة.
- 5- على المتحدث الرسمي تنويع الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة مع الجمهور أثناء الأزمات.

المراجع:

- 1- ولاء محمد طاهر. (2017). الإستراتيجيات الاتصالية لإدارة الأزمات بالمنظمات الدولية: دراسة تحليلية لمضمون الشبكات الإذاعية الرقمية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،* (10)، يونية، صص 91-141.
 - 2- هيثم محمد. (2014). الخطاب الاتصالي للمؤسسات السيادية والمعارضة أثناء الأزمة المصرية: دراسة تحليلية مقارنة لبيانات المتحدث الرسمي في الفترة من نوفمبر 2011م إلى أبريل 2013م. *المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية،* (11)، مايو، صص 295.
 - 3- نادية محمد عبد الحافظ. (2020). اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد. *المجلة العلمية لبحوث الأزهر، كلية الإعلام، جامعة الأزهر،* (54)، يوليو، صص 2093-2168.
 - 4- Abu-Akel, A., Spitz, A., & West, R. (2020). Who is listening? Spokesperson Effect on Communicating Social and Physical Distancing Measures During the COVID-19 Pandemic. <https://doi.org/10.31234/osf.io/bmzve>
 - 5- خالد محمد حسن الشال. (2019). اتجاهات النخبة نحو دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات الأمنية في وزارة الداخلية بالإمارات العربية المتحدة: دراسة ميدانية. *رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.*
 - 6- سماح المحمدي. (2019). اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك: دراسة ميدانية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،* (18)، 2، الربيع، صص 1-79.
 - 7- نها نبيل، وأميرة يونس. (2018). دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات: دراسة تحليلية على عينة من البرامج الحوارية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،* (مايو)، صص 57-81.
 - 8- علي عبد الهادي عبد الأمير. (2018). مصداقية المتحدث الرسمي للحكومة لدى الجمهور العراقي: دراسة مسحية. *مجلة الباحث الإعلامي،* (10)، 41.
- <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i41.15>
- 9- Navarro, C., Angeles, M., & Al-Sumait, F. (2017). Social media expectations between public relations professionals and their stakeholders: Results of the ComGap study in Spain. *Public Relations Review, 43*(4), Pp: 700-708.
 - 10- Zerfass, A.; Verčič, D. & Wiesenber, M. (2016). The Dawn of a New Golden Age for Media Relations?: How PR Professionals Interact With The Mass Media and Use New Collaboration Practices, *Public Relations Review, 4*(42), Pp: 499-508.

- 11- شارع بن مزيد البقمي. (2015). اتجاهات الإعلاميين نحو مصداقية المتحدث الرسمي: دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين في مدينة جدة. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، (13)، مايو، ص ص 11-54.
- 12- هيثم محمد. (2014). مرجع سابق.
- 13- Shu-yulyu, Chen. R, Steve Wang. S, Ya-Ling Weng, Peng. E & Lee. M.(2013). Perception of spokespersons' performance and characteristics in crisis communication: Experience of the 2003 severe acute respiratory syndrome outbreak in Taiwan. *Journal of Formosan Medical Association*, 10(112), Pp:600-607.
- 14- آمال إسماعيل محمد زيدان. (2020). تقييم النخبة المصرية لإستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا - تقييم مرحلي. *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 5(54)، يوليو، ص ص 2353.
- 15- أسماء مسعد. (2020). دور الصفحات الحكومية على الفيسبوك في رفع الوعي الصحي لدى المواطن المصرى تجاه أزمة انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19) م. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 5(54)، يوليو، ص ص 3301-3350.
- 16- Al-Dmour, H. Masa'deh, R., Salman, A., Abuhashesh, M.& Al-Dmour, R. (2020). Influence of Social Media Platforms on Public Health Protection Against the COVID-19 Pandemic via the Mediating Effects of Public Health Awareness and Behavioral Changes: Integrated Model. *Journal of Medical Internet Research*,8(22). Available Online: <https://www.jmir.org/2020/8/e19996/>
- 17- Li X& Liu Q.(2020). Social Media Use, eHealth Literacy, Disease Knowledge, and Preventive Behaviors in the COVID-19 Pandemic: Cross-Sectional Study on Chinese Netizens, Integrated Model. *Journal of Medical Internet Research*,10(22). Available Online: <https://www.jmir.org/2020/10/e19684/>
- 18- Abdel Wahed, W. Y., Hefzy, E. M., Ahmed, M. I., & Hamed, N. S. (2020). Assessment of Knowledge, Attitudes, and Perception of Health Care Workers Regarding COVID-19, A Cross-Sectional Study from Egypt. *Journal of community health*, 45(6),Pp: 1242-1251. Available Online: <https://doi.org/10.1007/s10900-020-00882-0>
- 19- نرمين علي عجوة. (2020). إستراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا: دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية، *المجلة العلمية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 4(54)، يوليو، ص ص 2433-2494.

- 20- أمل إبراهيم حسن. (2019). تغطية الصحافة المصرية للأزمة والأمراض المتوطنة ودورها في التأثير على المعرفة العلمية للجمهور المصري: دراسة تحليلية وميدانية. رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 21- مها مختار حسن. (2018). التماس المعلومات الصحية من شبكة الإنترنت. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية، (21)، يونيو، ص ص 132 - 153 .
- 22- خالد فيصل (2017). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية. *مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، (14)، مارس، ص ص 205 - 225 .
- 23- Lin, L., McCloud, R. F., Bigman, C. A., & Viswanath, K. (2017). Tuning in and catching on? Examining the relationship between pandemic communication and awareness and knowledge of MERS in the USA. *Journal of public health (Oxford, England)*, 39(2), Pp: 282-289.
- 24- محمد أحمد فياض. (2015). دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين: دوافع التعرض والإشباع المتحققة. *مجلة كلية الفنون والإعلام، كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، ليبيا*، (2)، ص ص 53 - 84 .
- 25- Sellnow, T.L., Ulmer, R.R., Seeger, M.W. & Littlefield, R. (2009). *Effective Risk Communication: A Message Centered Approach*, Springer. NY, USA.
- 26- خالد الشال. (2019). مرجع سابق، ص55.
- 27- Xu .K & Li. W,(2013). An ethical stakeholder approach to crisis communication: A case study of Foxconn's 2010 employee suicide crisis. *Journal of Business Ethics*,2 (117), p.372.
- 28- Liu ,B. F, Bartz,I.& Duke,N.(2016). Review Communicating crisis uncertainty: A review of theknowledge gaps. *Public Relations Review*,(42), p.483.
- 29- Coombs, T. (2007). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing and Responding*. Thousand Oaks, Sage Publication .CA .USA.
- 30- نهى نبيل محمود الأسودوي. (2018). إستراتيجيات مواجهة الأزمات لدى الحكومة المصرية: دراسة وتحليل خطاب المتحدث الرسمي. رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، ص25.
- 31- حنان جنيد. (2002). دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب. *مجلة البحوث الإعلامية، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر*، (18)، أكتوبر، ص440.
- 32- غسان قاسم اللامي، وخالد عبدالله العيساوي. (2015). إدارة الأزمات: الأسس والتطبيقات، عمان: الدار المنهجية للنشر والتوزيع، ص 38.
- 33- محمد سرور الحريري. (2012). إدارة الأزمات السياسية وإستراتيجيات القضاء على الأزمات السياسية الدولية (ط1)، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ص73.

- 34- نادية محمد عبد الحافظ. (2020). مرجع سابق، ص 2131.
- 35- نشوة سليمان. (2020). التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية. مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 4(54)، يوليو، ص ص 2037-2092.
- 36- سماح المحمدي. (2019). مرجع سابق، ص32.
- 37- نزمين عجوة. (2020). مرجع سابق، ص2434.
- 38- آمال إسماعيل. (2020). مرجع سابق، ص 2393.
- 39- سماح المحمدي. (2019). مرجع سابق، ص39.
- 40- علي عبد الهادي. (2018). مرجع سابق.
- 41- خالد الشال. (2019). مرجع سابق، ص252.
- 42- هيثم يوسف. (2014). مرجع سابق، ص329.
- 43- خالد الشال. (2019). مرجع سابق، ص258.
- 44- سماح المحمدي. (2019). مرجع سابق، ص52.

*** أسماء المحكمين:

- أ.د/ سامي السعيد النجار- أستاذ الصحافة- ورئيس قسم الإعلام- كلية الآداب - جامعة المنصورة.
- أ.د/ رزق سعد - أستاذ العلاقات العامة- كلية الألسن والإعلام جامعة مصر الدولية.
- أ.م.د/ محمد عتران - أستاذ العلاقات العامة المساعد- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ.م.د/ منى محمد طه- أستاذ الصحافة المساعد- قسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنصورة.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 56 January 2021 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.