

"دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من إنتشاره"

إعداد الباحثة:

د. حنان العكلوك

كلية الاعلام وتكنولوجيا المعلومات

جامعة فلسطين -قطاع غزة- غزة



ملخص البحث:

تناولت في هذه الدراسة دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره.

تكمن أهمية الدراسة في معرفة دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره، بالإضافة إلى مدى تعرض الجمهور وآراءه حول التوجيهات والإرشادات التي تنشر عن جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية وتقييمه لها. تأتي هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية، واستخدمت المنهج المسحي، وهو المنهج الأنسب والأكثر ملاءمة نظراً لحدوث هذا الموضوع، وكبر حجمه وغموضه، كما أنه يعتبر مساعداً على جمع بيانات كمية تتعلق بمجموعة المتغيرات التي تسعى الدراسة لوصف علاقتها ببعضها البعض، استخدمت في جمع البيانات والمعلومات الاستبانة الإلكترونية بسبب الظروف التي فرضتها جائحة فيروس كورونا وهي من إعداد على عينة عشوائية تمثلت بـ (120) مواطن/ة من محافظات قطاع غزة.

حيث أظهرت نتائج الدراسة أن (55.8%) من أفراد عينة الدراسة يتعرضون "دائماً" لأخبار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية، وبينما (35.0%) من أفراد عينة الدراسة يتعرضون "أحياناً" لأخبار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية، من أفراد عينة الدراسة يتعرضون "نادراً" لأخبار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية بنسبة (9.2%). حيث بينت نتائج الدراسة أن دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة جاءت بدرجة "كبيرة"، إذ بلغ المتوسط الحسابي (16.5%) والانحراف المعياري (0.609%).

وأوصت الدراسة أن تهتم القنوات التلفزيونية الفلسطينية في المتابعة الجيدة لجائحة فيروس كورونا وتثقيف الرقابة على كل ما يثير قضايا خلافية تؤثر على نمط الحياة الطبيعية ونشر الإشاعات حول أعداد الإصابات أو الوفيات، أو توجيه المواطنين لمخالفة التوجيهات التعليمية الاحترازية في مكافحة مخاطر فيروس كورونا وآثاره على المواطنين.

الكلمات المفتاحية: فيروس كورونا- القنوات الفضائية -الاعلام الصحي -توعية الجمهور

المقدمة:

بعد أول ظهور لفيروس كورونا بمدينة ووهان وسط الصين في ديسمبر 2019، وتصنيفه من قبل منظمة الصحة العالمية كجائحة في 11 مارس 2020، شهد العالم منذ تلك الفترة القصيرة أحداثاً تذكر بفترات الحروب، من إغلاق شامل للحدود وللمنشآت الاجتماعية والتعليمية، مروراً بتوقف عجلة الإنتاج ووضع الشعوب في عزل اجتماعي أدى إلى خلو الشوارع وتحولها إلى مدن أشباح. وأصبح من الصعب تصور وجود مجتمع يخلو من الأزمات، فالعالم يواجه الآن مجموعة من التحديات والمتغيرات الناتجة عن أزمة فيروس كورونا (كوفيد-19) تسبب في حدوث أزمات مختلفة على المستوى الصحي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي

والبيئي، ما جعل هذه الجائحة تصلح للنظر في كيفية تعاطي القنوات التلفزيونية مع الأزمات العالمية في عصر رقمي تتدفق فيه المعرفة بوتيرة لم يشهدها العالم.

ويواصل فيروس كورونا المستجد نقشه بشكل سريع في مختلف أنحاء العالم، ومع التطور الهائل للأزمة الوبائية، بدأت الحكومات تتحرك في اتجاه وضع برامجها وخططها للحفاظ على صحة مواطنيها والمقيمين على أراضيها، ووجهت وزارة الصحة في المنطقة العربية دعواتها إلى ضرورة الالتزام بالاشتراطات الصحية، من خلال البقاء في المنازل أطول فترة زمنية ممكنة، واستخدام الوقاية مثل الكمادات والسوائل المعقمة وغيرها بهدف الحد من انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19) في إطار ما عرف بإجراءات الحجر الصحي.¹

ولم تتخلف القنوات التلفزيونية في الوطن العربي عن مواكبة هذا التغير المفاجئ والطارئ في السياسات الحكومية الصحية، وفي نسق الأحداث المتسارع بمختلف البلدان، لا سيما مع التصاعد اللافت لعدد الإصابات وتساقط الأرواح.

وتعد القنوات التلفزيونية أحد مصادر نشر الوعي بين القطاعات الجماهيرية المختلفة، حيث تقوم بدور مهم في تكوين وتشكيل الرأي العام وتوعيته وتنقيفه وتعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة. ومما ينبغي التأكيد عليه أن هذه الأهمية تزداد حدتها في ظل الأزمات التي قد يعرفها المجتمع، سواء كانت أزمات اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو صحية كما هو الحال مع الأزمة الصحية الجديدة، وهي تعد أحد أهم الأدوار في أزمة فيروس كورونا فقد مثلت المصدر الأول للمعلومات بالنسبة إلى المتلقي، وهي التي يغامر مراسلوها كل يوم لنقل آخر الأخبار حول العالم.²

حيث ساهمت القنوات التلفزيونية في تقريب المسافات بين البشر، وجعلت الجميع على الاطلاع بكافة المستجدات بما في ذلك طبيعة الأزمة وماهية الفيروس، وكافة المعلومات الطبية المعروفة عنه، عطفاً على تبادل المعلومات حول أفضل طرق الوقاية، وفتحت القنوات التلفزيونية الأجواء فسيحة لتبادل الآراء بين المتخصصين حول أفضل الطرق للوقاية من وباء فيروس كورونا (كوفيد-19)، وهذا أمر لم يكن قائماً قبل مائة عام على سبيل المثال حين ضرب وباء الكوليرا العالم، أو قبل أربعين عاماً حين أباد الطاعون عشرات الآلاف من الفرنسيين في باريس وضواحيها.³

ومن هنا جاءت الدراسة لمعرفة دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره.

¹ الميساوي، ناجح، (2020). كورونا والشاشات العربية: اختلال الموازين في العمل التلفزيوني، مجلة الإذاعات العربية، ع2، ص 7-134.

² الرياحي، محمد، (2020). دور وسائل الإعلام في مواجهة فيروس كورونا، العمق المغربي <https://al3omk.com/514581.html>، تاريخ الزيارة: 2020/11/25، الساعة: 9:35م.

³ أمين، إميل، (2020). مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان، فيروس كورونا ودور وسائل الإعلام الموقع الرسمي لجريدة غمان (omandaily.om)، تاريخ الزيارة: 2020/11/25، الساعة: 9:35م.

مشكلة الدراسة:

للإعلام أهمية في إدارة مختلف الأزمات وبالأخص الصحية منها، بل له دور محوري ومؤثر لاسيما مع الأحداث الساخنة، إذ يستطيع التأثير بشكل ملحوظ، سلباً أو إيجاباً، حسب المحتوى ومن البديهي المطلوب مع الإعلام هو التعامل مع الأزمة بمنهج علمي وليس من خلال سياسة الفعل وردة الفعل.

حيث تؤدي القنوات التلفزيونية الفلسطينية دوراً حيوياً في معالجة الأزمات من خلال التوعية والإرشاد والتوجيه عن طريق الاتصال المباشر بين غرف العمليات الخاصة بمواجهة الأزمات وبين جماهير المشاهدين والمستمعين والقراء لتحذيرهم من الأخطار المحدقة التي تم التنبؤ بها، متي وأين ومكان وقوعها ومساراتها.

وعلى الرغم من وضوح دور القنوات التلفزيونية في الأزمات، إلا أن انتشار فيروس كورونا الواسع في العالم أجمع، أصبح كارثة تكمن في عدة زوايا، أولاًها عدم وجود لقاح له حتى الآن، وثانيها أن العدوى باتت تنتقل إلى دول وشعوب العام، وثالثها أن الضحايا تتزايد، ورابعها أن الاقتصاد العالمي قد ينهار تحت وطأة الفيروس لتحوّله إلى وباء عالمي، وبالتالي فقد أصبح هذا الوباء حديث الساعة في القنوات التلفزيونية الفلسطينية وقد شكل بيئة خصبة لانتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة خصوصاً في ظل حاجات الجمهور إلى أي معلومة تخص الوباء وعلاجه، لهذا فقد تمحورت مشكلة الدراسة في الإجابة عن دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من الموضوع نفسه، وهي كالاتي:

1. تكمن أهمية الدراسة من كونها ستتناول دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره.
2. تبرز أهمية الدراسة في الاهتمام الكبير الذي توليه القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور وتثقيفه حول التعامل مع الأزمات، إذ أن هذه الدراسة ستضيف معرفة علمية لطريقة تعامل القنوات التلفزيونية من التعامل مع الأزمات.
3. تعتبر هذه الدراسة تغذية راجعة يستفيد منها الباحثين في موضوع الدراسة، بالإضافة إلى المساعدة في نشر التوعية وطرق الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19).
4. وتبرز أهميتها من كونها أنها من الدراسات العربية الأولى التي تتناول دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره، على حد علم الباحث.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

1. التعرف على دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره.
2. التعرف على مدى تعرض الجمهور لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية.
3. تحديد الأشكال الإخبارية المفضلة لدى الجمهور في متابعة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية.
4. التعرف على آراء الجمهور حول كفاية التوجيهات والإرشادات التي تنشر عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية حول الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)، والآثار الناتجة عنها، وتقييمهم لهذه التغطية.
5. معرفة تقييم الجمهور الفلسطيني لتغطية كل من القنوات التلفزيونية الفلسطينية لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

1. ما دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره؟
2. ما مدى تعرض الجمهور لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية؟
3. ما الأشكال الإخبارية المفضلة لدى الجمهور في متابعة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية؟
4. ما آراء الجمهور حول كفاية التوجيهات والإرشادات التي تنشر عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية حول الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)، والآثار الناتجة عنها؟
5. ما تقييم الجمهور الفلسطيني لتغطية كل من القنوات التلفزيونية الفلسطينية لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)؟

خامساً: نوع الدراسة:

تدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تدرس واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره، وهي تمثل فهماً للحاضر يستهدف توجيه المستقبل.⁴

وقد استخدم الباحث الدراسات الوصفية لدراسة دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره، وذلك بهدف الوصول إلى استنتاجات مفيدة تصحح من المواد الإعلامية التي تنشر في القنوات التلفزيونية الفلسطينية، وتساهم في تعزيز الوعي لدى الجمهور مع كشف خصائص الجمهور الذي يتعرض لهذه القنوات ومدى تأثره بها.

⁴ حسين، سمير، (2004). بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة.

سادساً: منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وهو المنهج الأنسب والأكثر ملاءمة نظراً لحدوث هذا الموضوع، وكبر حجمه وغموضه، كما أنه يعتبر مساعداً على جمع بيانات كمية تتعلق بمجموعة المتغيرات التي تسعى الدراسة لوصف علاقتها ببعضها البعض.⁵ وتم ذلك بإجراء استبانة إلكترونية على عينة من الجمهور الفلسطيني العام وذلك للتعرف على مدى اعتمادهم على القنوات التلفزيونية الفلسطينية كمصدر لتعزيز الوعي وطرق الوقاية حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

سابعاً: حدود الدراسة:

الحد الموضوعي: اقتصر البحث على دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره.

الحد المكاني: جميع محافظات قطاع غزة.

الحد الزمني: الفصل الدراسي الأول لعام 2020-2021م.

الحد البشري: جمهور محافظات قطاع غزة.

ثامناً: المفاهيم الإجرائية:

القنوات التلفزيونية: هي منصة إعلامية، خاصة بدولة ما، أو مؤسسة متخصصة في مجال الإعلام، تهدف إلى تقديم محتوى معين، أو مجموعة من المجالات الإعلامية، والتلفزيونية المتنوعة، وسميت بالفضائية؛ لأنَّ بثها مرتبط باتصالها بأقمار فضائية، حتى تصل إلى جميع أنحاء العالم، أو إلى المناطق التي يغطيها البث الخاص بها.⁶

التعريف الإجرائي: هي قيام الأقمار الصناعية بالنقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان، وبثه مباشرة إلى أماكن أخرى تبعد عن مكان البث الأصلي مسافة بعيدة، تحول دون النقاط البث ودون وسيط.

الجمهور: تجمع ضخم من أعداد كبيرة من الناس لا تجمعهم خصائص أو سمات واحدة، غير معروفين للقائم بالاتصال بمنزلة عن بعضهم اجتماعياً، ولا يملكون القدرة على العمل كوحدة أو تنظيم اجتماعي متماسك.⁷

التعريف الإجرائي: هم أفراد المجتمع الذين تربطهم علاقة قوية فيما بينهم، ويسعون لمعرفة كافة المعلومات عن حول الأزمات والكوارث البيئية التي يتعايشون معها.

⁵ كامل، فرج، (2001). بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة.

⁶ حجاب، محمد، (2008). وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة.

⁷ محمد عبد الحميد، (2008). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، مصر.

فيروس كورونا (كوفيد-19): هو سلالة جديدة من الفيروسات التي تسبب مرض كوفيد-19، ينحدر من فيروسات تسمى كورونا أو الفيروسات التاجية. غير أن بعض الأشخاص الذين يصابون بكوفيد-19 قد تحصل لديهم مضاعفات فيصابون بالتهاب رئوي. ولا يوجد حالياً أي دواء مرخص لمعالجة كوفيد-19.⁸

التعريف الإجرائي: هي سلالة واسعة من الفيروسات المعدية تسبب المرض للإنسان والحيوان، وتصيب الجهاز التنفسي، والشعب الهوائية، ويؤدي إلى حدوث ارتفاع في درجات الحرارة، والرشح، والتهاب الرئة، وغيرها من الأعراض، ويصاب الناس بالعدوى دون أن يشعروا إلا بأعراض خفيفة.

الدراسات السابقة

1. دراسة بسيوني، (2020). بعنوان: "التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية، وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا)"⁹

تهدف الدراسة إلى رصد مرحلة استعادة الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، وذلك من خلال فحص العلاقة بين مستوى تعرض الشباب المصري لبرامج الرأي التلفزيونية، بوصفها مصدراً للمعلومات حول أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا) ومستوى الروح المعنوية لديهم، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت الدراسة الاستبانة الإلكترونية والمقابلة كأداة رئيس لجمع وتحليل البيانات على عينة عمدية بلغ عددها (414) مبحوث من الشباب المصري. ومن نتائج الدراسة: أسهمت برامج الرأي التلفزيونية في إشراك الجميع في المسؤولية وحثهم على الالتزام بكافة الإجراءات الاحترازية، وإتباع التعليمات الوقائية، بحيث تتكامل الجهود لتخطي الأزمة، وأيضاً أهمية متغير اتجاه التغطية الإخبارية لأداء الدولة المصرية ببرامج الرأي التلفزيونية في حدوث التهيئة المعرفية لدى الشباب المصري، وذلك في إطار تشكيل اتجاهات الشباب نحو أداء الدولة في مواجهة الجائحة.

2. دراسة دسوقي، (2020). بعنوان: "اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا"¹⁰

هدفت الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا، ورصد المسؤولية الاجتماعية لهذه الوسائل، بالإضافة إلى استخلاص رؤية مستقبلية في ضوء مقترحات الجمهور حول كيفية تفعيل سبل تعزيز (الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي) للوعي الجمعي حول جائحة فيروس كورونا،

⁸ موقع منظمة الصحة العالمية، (2020).

⁹ بسيوني، مروي، (2020). التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية، وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا)، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع29، ص 30-93.

¹⁰ دسوقي، سارة، (2020). اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع29، ص 97-129.

واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيس لجمع وتحليل البيانات على عينة عشوائية بلغ عددها (310) من الجمهور المصري. ومن نتائج الدراسة: ارتفاع نسبة تعرض واعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية كمصدر مهم لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا، وحرصها على التمسك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي، وأيضاً اتفقت نسبة كبيرة من عينة الدراسة على أن استضافة الفضائيات المصرية لمتخصصين وذوي شأن فيما يتعلق بأزمة جائحة كورونا هو من أكثر الدوافع التي دفعت العينة إلى الاعتماد عليها كمصدر لتعزيز الوعي الجمعي حول جائحة كورونا.

3. دراسة موسى، (2020). بعنوان: "محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة"¹¹

تهدف الدراسة لمعرفة استراتيجيات الفضائيات وأساليب تغطيتها لجائحة كورونا، وكذلك التعرف على واقع الإعلام الصحي في وسائل الإعلام التقليدية والكشف عن أبرز المحددات لتغطية الأزمة، واعتمدت الدراسة المنهج النوعي الاستكشافي، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيس لجمع وتحليل البيانات على عينة قصدية بلغ عددها (4) قنوات إخبارية (قناة FOX، CNN-NEWS، الأمريكيتين، قناة العربية، قناة سكاي نيوز العربية). ومن نتائج الدراسة: أن التغطيات الإخبارية لجائحة كورونا، في بعض القنوات الفضائية، كشفت مدى اهتمام الإعلام المعاصر بالجانب الصحي للمجتمع وأهليته لكي يتصدر الأجندة الإعلامية، وأيضاً أن وسائل الإعلام المعاصرة يجب أن تأخذ العبرة من تجربة تغطيتها لجائحة فيروس كورونا، وتعيد النظر في فهمها وتعاظيها مع الإعلام الصحي حتى لا تتكرر مثل هذه الجائحة في عصر تدعي فيه البشرية أنها خطت خطوات متقدمة من النمو والتطور.

4. دراسة الدايم، (2020). بعنوان: "معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد-19)"¹²

تهدف الدراسة لرصد كيفية معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد-19)، والكشف عن الاستمالات المستخدمة في معالجة الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت عينة الدراسة القناة الأولى المصرية وقناة ON TV، وذلك من خلال تحليل محتوى عينة البرامج الحوارية متمثلة في برنامج التاسعة على القناة الأولى وبرامج كل يوم قناة ON TV. ومن نتائج الدراسة: أن القناة الأولى المصرية جاءت في الترتيب الأول من حيث إجمالي زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا، يليها قناة ON TV، وأيضاً جاءت الإجراءات الاحترازية في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا بنسبة 26.2%، يليها توجيهات إرشادية بنسبة 14.9%، ثم دعم الطاقم الطبي والمستشفيات بنسبة 11.0%، يليه دعم الأفراد والقطاعات المتضررة بنسبة 9.9%.

¹¹ موسى، محمد، محدّدات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة، مركز الجزيرة للدراسات، متاح على <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4642>، تاريخ الزيارة: 2020/11/27، الساعة: 5:30م.

¹² الدايم، ريهام، (2020). معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد-19)، مجلة البحوث الإعلامية، ع45، ص 2292-2352.

5. دراسة الزعبي، (2020). بعنوان: "تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية"¹³

هدفت الدراسة لمعرفة طبيعة تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي من خلال توظيف أسلوب مسح الجمهور بالعينة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع وتحليل البيانات على عينة بلغ عددها (228) مفردة من النخب العربية (سياسيون، أكاديميون، وإعلاميون). ومن نتائج الدراسة: أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة، وأنهم يفضلون متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية المحلية، كما أن التغطية الإخبارية الخاصة تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية.

6. دراسة عمر، (2020). بعنوان: "استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي"¹⁴

هدفت الدراسة للتعرف على استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيس لجمع وتحليل البيانات على عينة من الجمهور المصري بلغ عددها (400) مفردة. ومن نتائج الدراسة: أن عينة الدراسة يقضون وقتاً أطول على الفيديو من الوقت الذي يقضونه أمام التلفزيون للحصول على معلومات عن جائحة كورونا، وجاءت أهم أسباب استخدام الجمهور للتلفزيون هو متابعتهم للبيانات الرسمية التي يتم نشرها عن الحكومة حول أزمة كورونا.

7. دراسة أطبقة، (2020)، بعنوان: "الأطر الخبرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا (كوفيد-19): دراسة تطبيقية على المواقع الإلكترونية لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية"¹⁵

هدفت الدراسة للتعرف على الأطر الخبرية للتناول الإعلامي بالمواقع الإلكترونية لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية لجائحة انتشار مرض كورونا عالمياً منذ ظهوره في أواخر عام 2019م في الصين، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة تحليل المضمون كأداة رئيس لجمع وتحليل البيانات على عينة عشوائية منتظمة بلغ عددها (200) خبر على الموقع المذكور سالفاً، ومن نتائج الدراسة: إن تكتم الصين عن ظهور فيروس كورونا هو أكثر أطر الأسباب الواردة ضمن المواد الخبرية المنشورة بالموقع الإلكتروني بقناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) بنسبة 22.5%، وأيضاً إن تطبيق

¹³ الزعبي، عرين، (2020). تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية، مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي، ع11، ص 516-534

¹⁴ عمر، هاجر، (2020). استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع29، ص 467-513.

¹⁵ أطبقة، عبد الله، (2020). الأطر الخبرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا (كوفيد-19): دراسة تطبيقية على المواقع الإلكترونية لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية، مجلة كلية الفنون والإعلام، ع9، ص 153-184.

إجراءات التباعد الاجتماعي هو أكثر أطر التعاون الواردة ضمن المواد الخيرية المنشورة بالموقع الإلكتروني بقناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) بنسبة 16.4%.

8. دراسة علة، (2020). بعنوان: "دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19)"¹⁶

هدفت الدراسة للتحقق من إمكانية التنبؤ بدور وسائل الإعلام الجديد (التلفزيون، الراديو، الإنترنت، الهواتف المحمولة، اليوتيوب) في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات العالمية في ظل انتشار فيروس كوفيد-19 في الجزائر، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدمت مقياس دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19). ومن نتائج الدراسة: أنه يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا من خلال محور استراتيجيات الإعلام الجديد لمواجهة المعلومات المزيفة؛ محور توجيهات الإعلام حول أهمية الالتزام بالحجر الصحي؛ محور المواقف الصحية الإيجابية للإعلام الجديد والالتزام بالتدابير الوقائية، وأيضاً هناك فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر تعزى لمتغير المجال المهني.

9. دراسة عاشور، (2020). بعنوان: "تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا (كوفيد-19)"¹⁷

هدفت الدراسة للبحث عن إسهام وسائل الإعلام في التنبؤ وزيادة الوعي لمواجهة فيروس كورونا (كوفيد-19)، واعتمدت الدراسة المنهج المسح، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيس لجمع وتحليل البيانات على عينة عمدية بلغ عددها (500) مفردة من أرباب الأسر. ومن نتائج الدراسة: أن نسبة من يتأثرون بوسائل الإعلام من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 90.6% موزعة بين 39.6% للأسر الحضرية في مقابل 97.6% للأسر الريفية، بينما بلغت نسبة من يتأثرون بوسائل الإعلام أحياناً من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 6.4%، وأيضاً أن لوسائل الإعلام تأثير إيجابي مرتفع في التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا.

10. دراسة الفالح، (2020). بعنوان: "دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني"¹⁸

هدفت الدراسة للتعرف على دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني، ومعرفة دلالات الفروق الإحصائية في تقديرات أفراد عينة الدراسة لدور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع وتحليل البيانات على عينة ممن يسكنون بالأردن بلغ عددها

¹⁶ عله، عيشة، (2020). دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19)، مجلة الدراسات الإعلامية، ع11، ص 496-534.

¹⁷ عاشور، وليد، (2020). تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا (كوفيد-19)، مجلة الدراسات الإعلامية، ع11، ص 535-551.

¹⁸ الفالح، رakan، (2020). دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، ع5، ص 511-527.

(274) فرداً. ومن نتائج الدراسة: اهتمام وسائل الإعلام بشكل كبير في نقل الأخبار المتعلقة بأزمة كورونا بشكل دقيق وواقعي واعتمادها على المصادر الموثوقة، وإلى قيامها بالتحري الدقيق لهذه الأخبار بشكل واضح وذلك من خلال قدرتها على الحصول على المعلومات الميدانية وعرضها أما المشاهدين بشكل واقعي، والتزامها بالمواثيق الدولية وأخلاقيات العمل مما أدى إلى محاربة الشائعات.

القنوات التلفزيونية الفضائية:

يشهد العالم في بداية الألفية الثالثة طفرة اتصال هائلة وثورة معلوماتية لا حدود لها، عكست عصرًا جديدًا من المتغيرات الضخمة وأثرت في كافة مجالات الحياة وأوجه النشاط الإنساني، والجدير بالذكر أن أدوات هذه الثورة المعلوماتية والاتصالية لم تكن وليدة اليوم، فقد بدأت وسائلها منذ القدم ولكنها تطورت بمرور الزمن مع تطور ونضج العقل البشري، غير أن وسائل كل أداة من الأدوات تمثل علامة بارزة في التاريخ الإنساني، وكل هذه الأدوات التي ظهرت في ثورة المعلومات والاتصال كانت مقدمة لنقلة حضارية أخرى، فعلى سبيل المثال شهد العالم اختراع آلة الطباعة منذ أكثر من خمسمائة سنة، واختراع التلغراف منذ أكثر من مائة وخمسين سنة، واللاسلكي منذ أكثر من تسعين سنة، واختراع التليفون (السلكي) منذ أكثر من مائة سنة، كذلك شهد العالم اختراع الإذاعة والتلفزيون واختراع وسائل الإعلام غير التقليدية كالبلث الفضائي (الأقمار الصناعية) ثم أجهزة الكمبيوتر وشبكات المعلومات في الربع الأخير من القرن العشرين.¹⁹

وقد أدى انتشار القنوات التلفزيونية الفضائية بشكل كبير في بداية التسعينات من القرن العشرين الماضي إلى إعادة تشكيل للساحة الفضائية بتتويعها لطرق العرض والمضمون البرمجي والمحتوى الإعلامي، ما أدى ظهور وتطور تقنيات الإعلام والاتصال الرقمية الجديدة والتنامي العالمي للعرض الفضائي، إلى إعادة تشكيل موازين القوى الإقليمية، فيما يتعلق بالبلث والإنتاج والبرامج والأفلام، ولم يعد المجال الفضائي مجرد سماء صافية، بل أصبح مجالاً للمنافسة التجارية.²⁰

وفي القرن الواحد والعشرين كاستمرار للقرن العشرين ويعيش العالم ثورة في تكنولوجيا الاتصال، أتاحت أمام المشاهدين بدائل واسعة لتشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم، مما جعلهم يندفعون للإقبال على الثقافات الأخرى والانفتاح على مختلف المعارف والمعلومات، التي أضحت تتيحها حضارة الصورة ويوفرها مجتمع المعلومة، والتي حدثت وقللت بشكل كبير من مشاهدة البرامج التي يبثها التلفزيون المحلي. ومع تطور هذه الوسائل وثورة المعلومات لم يعد الإعلام المعاصر مجرد أداة لتوصيل المعرفة، أو نقل للأخبار أو مجرد وسيلة للترويج والتسلية، بل أصبح أداة فاعلة في تقديم محتوى إعلامي قادر على تشكيل وتكوين المفاهيم والقيام بتوعية الجماهير نحو العديد من القضايا التي تهمهم، فالإعلام بوسائله الحديثة والمتنوعة إنما يصدر عن تصورات وتوجهات وأفكار ومبادئ تعمل على تكوين الصورة عن أفراد المجتمع وأفكارهم.²¹

¹⁹ مصطفى، هويدا، (2013). دور الإعلام في الأزمات الدولية، مركز المحروسة للبحوث والتدريب، مصر.

²⁰ العبد، عاطف، (2011). التبادل الإخباري التلفزيوني العربي، دار الفكر العربي، مصر.

²¹ حجازي، مصطفى، (2018). حصار الثقافة بين القنوات التلفزيونية الفضائية والدعوة الأصولية، المركز الثقافي العربي، لبنان.

والقنوات التلفزيونية تمتلك القدرة للوصول إلى شرائح كثيرة متباينة الصفات والأوضاع والأهداف والأفكار والقيم والاتجاهات، لذلك تعتمد المؤسسات العامة والخاصة ومؤسسات المجتمع المدني والجمعيات والهيئات ذات الصلة بالمجتمع وشرائحه، وبالتالي ينبغي صياغة رسائل إعلامية ذات محتوى إعلامي مناسب لكل شريحة مستهدفة، بحيث يتم صياغة تلك الرسائل بما يتناسب مع اتجاهات وأفكار وسمات تلك الشريحة المستهدفة، فالقنوات التلفزيونية الفضائية تؤثر تقريباً في كل مجالات حياة أفراد المجتمع اليومية وتؤثر أيضاً على حياتهم، فأفراد المجتمع محاطون بهذه القنوات، وتساعدهم على التعرف على أنفسهم، كما أنها تشكل واقع حياتهم، من خلال الاتصال الذي يتضمن عملية المشاركة حول شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما، فأفراد المجتمع عندما يتصلون ببعضهم إنما يشتركون معاً في تبادل الأفكار والمعلومات.²²

ومع تغير مفهوم الإعلام وطبيعته في عصر العولمة، تعددت وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وأصبحت القنوات التلفزيونية الفضائية قوة فاعلة في تشكيل العلاقات الإنسانية المختلفة، وباتت هذه القنوات من أكثر الوسائل تأثيراً في الرأي العام في المجتمع وتحديداً لقضاياها، بل أصبحت مصدراً أساسياً للثقافة العامة لفئات المجتمع كافة، بما يحمله من مضامين متعددة تلقى قبولاً لدى مختلف الفئات. ونتيجة لذلك فقد خضعت قضايا أفراد المجتمع عموماً لمجموعة من التحولات والمتغيرات والأحداث على كافة الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، أثرت في تكوين الصورة عن دوره ومعتقداته وقيمه واستعداداته السلوكي، وحتى أساليب حياته وفي علاقاته المتبادلة، إذ كان للقنوات دور محوري في ذلك.

وتؤدي القنوات التلفزيونية الفضائية دوراً هاماً في حياة المجتمع، وتعتبر أحد وسائل الإعلام المرئية التي تسهم في تقديم محتوى إعلامي وبرامج متنوعة ومتعددة ذات مضامين إيجابية، كما تلعب هذه القنوات دوراً إعلامياً خطيراً عن طريق الصوت والصورة، فهي تتميز بجذب الانتباه والتركيز من خلال تشغيل حواس الإنسان البصرية والسمعية، واشتغال هاتين الحاستين ينسجم انسجاماً كاملاً، وباتت هذه القنوات تنصدر وسائل الإعلام المرئية الأخرى، وأن تأثيرها يفوق وسائل الإعلام الأخرى.²³

ثانياً: الوظائف التي تؤديها القنوات التلفزيونية الفضائية:

لقد تحولت القنوات التلفزيونية الفضائية إلى وسيلة لتنظيم العمل في مجال الإعلام التي تستهدف القيام بأعمال لتعزيز مسار العمل الإعلامي، حيث تمتلك القنوات التلفزيونية الفضائية قدرات على وضع وصياغة الأهداف المنوي الوصول إليها ومخاطبة الجمهور برسائل تلامس مشاكلهم بشكل أسرع وأكبر من وسائل الإعلام التقليدي، والذي ينعكس نمط ملكية تلك الوسائل على مستوى الأداء الإعلامي.²⁴

وقد حظيت القنوات التلفزيونية الفضائية على الاهتمام من الجماهير التي تتسابق فيما بينها على إطلاق رسائل إعلامية، وذلك من أجل التعبير عن رأيها في مختلف القضايا التي تهم هذه الجماهير وتعبّر عن رؤيتهم المستقبلية، وقيامها أيضاً بتغطية

²² جوهري، صلاح الدين، (2011). علم الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، مجالاته، مكتبته عين شمس، القاهرة.

²³ مصطفى، هويدا (2013). دور الإعلام في الأزمات الدولية، مركز المحروسة للبحوث والتدريب، مصر.

²⁴ أبو جليل، محمد، (2016). قضايا معاصرة في التسويق، دار غيداء للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن.

النشاطات الإعلامية التي تمارسها، كما تعزز هذه القنوات التلفزيونية الفضائية قدراتها على التأثير في الجمهور من خلال القيام بالحشد والتعبئة أو ممارسة أنشطة للتأثير في الجماهير.²⁵

ويشير (أبو زيد، 2014) إلى أن هناك العديد من الوظائف التي يمكن أن تؤديها القنوات التلفزيونية الفضائية:

1. **الوظيفة الإخبارية:** تعتبر الوظيفة الإخبارية هي أول وظيفة من الوظائف التي تقوم بها القنوات التلفزيونية الفضائية، وذلك بتقديم برامج قادرة على تكوين صورة ذهنية جيدة وحسنة في أذهان هذه الجماهير، وذلك بتقديم محتوى إعلامي يتم تسخير وتوظيفه لخدمة أهدافها ولكسر الحواجز النفسية بينها وبين هذه الجماهير أيضاً، أي أن هذه الوظيفة تساعد على توفير المعلومات الكافية لهذه الجماهير.
2. **الوظيفة الاتصالية:** بالأساس فإن القنوات التلفزيونية الفضائية تقوم على فكرة الاتصال، حيث تتمثل الوظيفة الاتصالية على هذه القنوات في تواصلها وتفاعلها مع الجمهور، فهذه الوظيفة يتم ممارستها للتعرف على الاتجاهات العامة لدى الجمهور ومعرفة الرغبات والتطلعات التي ترضى طموحاته قبل تقديم المحتوى الإعلامي، فالجمهور لم يعد متلقياً للمعلومات والرسائل الاتصالية فقط بل أصبح بإمكانه وصول صوته إلى القناة ويعبر عن أفكاره وأراءه في الأحداث والقضايا المطروحة فيها، أي أن بات بالإمكان إجراء عمليات تحاور ونقاش بين القناة والجمهور.
3. **الوظيفة التعبوية:** ويتم من خلال الوظيفة التعبوية للجماهير القيام بمحاولات لدعم وجهة نظر القائمين على القنوات التلفزيونية الفضائية وتحويل الجمهور إلى أعضاء أساسيين وفاعلين، ولم تعد الحيادية خيار وحيد أمام هذه القنوات بل امتدت إلى أكثر من تلك الجوانب، وذلك يحفز الجمهور إلى تقديم التضحية بالجهد والوقت لمشاهدة البرامج المقدمة من القناة، والاستفادة مما تنتيحه من إمكانات كبيرة على تأسيس رأي عام من خلال توفير ما تحتاجه هذه الجماهير على القنوات التلفزيونية الفضائية.
4. **المحافظة على جسور الثقة بين القناة وجماهيرها:** بالرغم من أزمة الثقة الموجودة في المجتمعات الإنسانية نتيجة جهل الهوية، فإن القنوات التلفزيونية الفضائية تقوم بالمحافظة على هذه الجسور بينها وبين الجمهور، إذ أنها تحاول كسب التأييد والثقة من الجمهور من خلال قيامها بتقديم المعلومات الواضحة والصحيحة، وذلك بسبب أن الثقة في المجتمعات لا تقوم على أساس العلاقات الشخصية بل تقوم على أساس وجود المعلومات الصحيحة والممارسة الواقعية.²⁶

ثالثاً: **محددات التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الفضائية لجائحة كورونا:**

في ضوء هذا الدراسة التي تسعى إليها عبر استكشاف أساليب ومحددات التغطية الإخبارية لجائحة كورونا في القنوات الفضائية، فإن أبرز المحددات للوباء جاءت كما يلي:²⁷

²⁵ عبد الفتاح، فاطمة، (2012). القنوات التلفزيونية الفضائية، دار العالم العربي للنشر والتوزيع، مصر.
²⁶ أبو زيد، أحمد، (2014). الإعلام الجديد والدعاية الإلكترونية، ورقة عمل مقدمة إلى الندوة النقاشية التي نظمتها وحدة دراسات الرأي العام والإعلام في المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية، القاهرة.
²⁷ موسى، محمد، محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة، مركز الجزيرة للدراسات، متاح على <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4642>، تاريخ الزيارة: 2020/11/27، الساعة: 5:30م.

1. تغطية الجوائح والأوبئة الصحية يجب ألا تكون تغطية أزمة، أي تغطية لاحقة، بل تغطية مستدامة مستمرة تبعاً لتجنب حدوث أية جائحة أو وباء. وهذا يقتضي أن ينهض الإعلام بدور رئيس وفعال في المجال الصحي مهما كلف الأمر على الصعيد المالي ليجنب البشرية تبعات وويلات تفشي الأمراض التي تستطيع أن تهزم الأنظمة الصحية الوطنية والدولية.
2. الاعتبار من هذه الجائحة المعاصرة في أهمية الصحة في حياة الناس، وأن الأمراض يجب أن تكون العدو الذي يوحد الجميع في سبيل مكافحته ومحاربه بالعلم والإعلام وكافة أشكال التواصل (الإنساني والآلي).
3. أولوية وجود إعلام صحي مستدام ضمن محتوى كل قناة فضائية يوكل أمره لأفضل العناصر البشرية التي تجمع بين المعرفة والمهارات والتكوين في المجالين الصحي والإعلامي، بل يجب البحث عن تكوين يدمج بينهما. الإعلام الصحي بهذا المفهوم لا يمكن أن يكون نافلة أو موسمياً، بل أساساً للعمل الإعلامي تستند إليه كافة المجالات التي يهتم بها المحتوى الإعلامي.
4. تمضي شبكات التواصل الاجتماعي نحو الهيمنة على اهتمامات المتواصلين من حيث النشر والتلقي والتفاعل، لذلك على وسائل الإعلام التقليدية وفي مقدمتها القنوات الفضائية أن تستغل هذه الشبكات في نشر محتوى إعلامي صحي محترف يتلاءم مع الخصائص التواصلية لهذه الشبكات؛ حيث إن لكافة القنوات الفضائية حسابات عبر شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر ويوتيوب وإنستغرام...) ولكنها في الغالب تستغل للترويج لبرامج القناة، بدلاً من أن تقدم محتوى خاصاً بمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.
5. يجب على القنوات الفضائية عند تغطية الجوائح والأوبئة، عليها أن تأخذ الأمر بالعمز اللازم وتعتد الشراكة الفاعلة مع الجهات المعنية لإعلام الناس بما يجب أن يعرفوه بعيداً عن الإرباك والنشر غير المسؤول والمفتقر لأخلاقيات المهنة الذي قد يجد طريقه إلى شبكات التواصل الاجتماعي. وعليها أن تبين عن معرفة متراكمة تجعلها مؤهلة لتقديم الإرشادات وممارسة التواصل الإقناعية، ولا تكتفي بتسليط بعض الأضواء على ما يدور في المجتمع وتشغل بما لا فائدة فيه.
6. الاهتمام بالتكوين الإعلامي المختص في المجال الصحي في المعاهد والكليات الإعلامية، وتقديم برامج على مستوى الدراسات العليا يمكن أن يلتحق بها المختصون في مجال الصحة والطب؛ وهذا سيشكل رافداً لإعلام صحي فعال ومستدام.
7. ضرورة إنفاق المؤسسات الإعلامية وفي مقدمتها الفضائيات الإخبارية على التكوين المستمر للإعلاميين المنتمين إليها في مجال الإعلام الصحي، بل وإنشاء أقسام للإعلام الصحي كما هي حال الأقسام الرياضية وغيرها وتأهيلهم للقيام بدور المراسل وتحرير المحتوى الصحي وفق استراتيجية تهدف إلى تأسيس إعلام صحي محترف ومضطلع بأدواره الحيوية.

رابعاً: دور القنوات التلفزيونية في تحقيق الوعي الصحي:

إن الأساس في عملية الوعي الصحي مساعدة الناس على تحسين سلوكهم بما يحفظ صحتهم وأن الوعي الصحي بمثابة عملية لإيصال المعلومات والمهارات الضرورية لممارسة الشخص حياته وتغيير بعض السلوكيات لتحسين نوعية هذه الحياة. الأمر الذي ينعكس على صحة الفرد والجماعة والمجتمع، وتقدم القنوات التلفزيونية العديد من خدمات التثقيف والوعي الصحي يتضمن ما يلي:

نشر المعلومات العامة الصحية: إن نشر المعلومات السليمة عن الصحة هو أهم عنصر يجب أخذه بالاعتبار عند وضع برامج الوعي الصحي؛ لأن خلق قاعدة واسعة من المفاهيم الصحية السليمة هو سر نجاح آلية برامج الوعي الصحي لفئات محددة. **تغيير السلوكيات غير الصحيحة:** تنتشر في بعض المجتمعات سلوكيات غير صحيحة، الأمر الذي قد يعرض المجتمع إلى أمراض خطيرة. ومثل هذا الأمر يحتاج إلى برامج متخصصة ذات خطاب محدد لاختيار أساليب فعالة تصل إلى هذه الفئات لتغيير من سلوكها الخاطئ.

خلق قيادات الوعي الصحي: إن أهم عنصر في عمليات الوعي الصحي عبر القنوات التلفزيونية هو العنصر البشري، وهذا العنصر له دور فعال لتحقيق الغايات والأهداف المنشودة من الخطاب الصحي ومن المؤسف جداً أن هذه الفئة من المتخصصين ليست متوفرة بالشكل المطلوب، وهذا الأمر يتطلب جهداً من قبل مراكز التعليم المختلفة لإعداد القيادات الصحية، كما يجب الحرص على تهيئة جميع مناهج التعليم بصورة خاصة حتى يتمكن من تحقيق التواصل بين القيادات المتخصصة في المهنة وبين القيادات القائمة على تعليم الأجيال المختلفة والفئات التي تقوم برعاية هذه الفئات صحياً، إضافة إلى العاملين في مجالات الإعلام بوسائلها المختلفة فمن دون ذلك لن يتحقق الهدف الأساسي من التوعية الصحية بصورة عامة.

خامساً: الإعلام الفلسطيني في أزمة فيروس كورونا (كوفيد-19):²⁸

لم نشهد في إعلامنا الفلسطيني تخصيص نشرات إخبارية خاصة بالوباء يقدمها أطباء مؤهلين في الصحافة الطبية أو باحثين بالأمراض الجرثومية لإعطائنا المعلومة الدقيقة عن مراحل تطور فيروس كورونا وأثره على الصحة، وهي على نحو ما مثال جيد لما يمكن أن تقوم به الصحافة المتخصصة زمن الأزمات من تفسير وإنارة وإعطاء الخلفية المعرفية الضرورية للمواطن حتى يفهم بنفسه سياقات التعامل مع الأزمة برشد على مختلف القطاعات.

كذلك لم نلاحظ تقارير تفسيرية وبيانات وفيديوهات تحري عن المضامين الزائفة الرائجة عبر منصات الميديا الاجتماعية كالفيديوهات المنتشرة لأطباء عاملين بمستشفيات أوروبية ويشاركها المستخدمون على أنها أحداث واقعة في فلسطين زمن جائحة كورونا.

والنتيجة، وجب على السياسيين الاهتمام بإصلاح وإدارة ملف الإعلام في عصر الميديا الجديدة عبر دعم المؤسسات الإعلامية كي تقدم مواد ذات مصداقية للمواطنين، وتساهم في مكافحة الأخبار الكاذبة التي تروج الإشاعات والدعاية في كثير من الأحيان عمداً وتصور على أنها وقائع تهدف إلى نشر البلبلة وإثارة مشاعر العنف والكراهية، وهو ما شكل خطراً حقيقياً على الجهود المحلية في محاصرة تفشي المرض وضرب جهود الوقاية والسلامة المطلوبة.

²⁸ حمودة، أحمد، (2020). الصحافة المتخصصة تغيب عن المشهد الإعلامي في زمن كورونا!، <https://nn.ps/news/Artical/2020/08/29/327414>، تاريخ الزيارة: 2020/11/29، الساعة: 11:12م.

ختاماً، وفي سياق البيئة الجديدة للاتصال أضحت المعلومات تنتشر بكثافة دون مصدرٍ حقيقي لها بواسطة صحافة المواطن، الأمر الذي جعل وسائل الإعلام الكلاسيكية تدفق من جديد وتثبت من صحة ومصداقية المضامين المنتشرة عبر طاقهما المهني. وهو ما أحيا الدور الأصيل لوسائل الإعلام التقليدية وعزز مكانتها، لأنها أصبحت بديل الأخبار الكاذبة التي تنتشر عبر الميديا الاجتماعية زمن جائحة كورونا.

سادساً: أزمة كورونا وكشف مشكلات الإعلام في فلسطين: 29

كشفت أزمة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) أغلب المشاكل التي يعاني منها الإعلام الفلسطيني الأمر الذي دعى البعض لأن يصفها بالمشاكل ذات الأشكال المتفرقة، إذ نلاحظ بأن كل ما تعانيه الصحافة في فلسطين ليست بسبب مشاكل قطاعية أو جزئية بل بالنظام أكل، دون أن ندخل في أي اعتبارات نظرية. والحاصل أن النظام السائد في المجتمع الفلسطيني لا يشرع إلى أي نوع من إصلاح الإعلام العمومي.

ولك أن تتخيل بعد كل السنوات السابقة عدم توفر مؤسسة إعلامية لقياس الجمهور ذات مصداقية ويثق بها الناس، علاوة على أن سوق الإعلان (الإشهار) غير منظم وشفاف بالمعايير العالمية، وفي سياق متصل توجد صحافة الكترونية تشغل بمؤسسات صغيرة فيها أربعة صحفيين، ناهيك عن تهديدات منصات الميديا الاجتماعية، وهناك صحفيون يشتغلون في ظروف سيئة وسيئة جداً، ومؤسسات إعلامية لديها مشاكل التمويل، وغياب التنظيم الذاتي تقريباً في المشهد الصحفي، والصحافة الورقية تعاني من موت سريري، فما هو الحاصل؟

الحاصل أن الإعلام الفلسطيني لا يقوم بدوره من تفسير واستقصاء وتحري، وغير قادر على إنتاج صحافة الجودة. الأمر الذي يجعلنا نصفه بـ(صحافة أستوديو) تقدم مضامين خبرية وليست إخبارية على طوال العام، والأبرز من كل تلك المشاكل عدم السماح للنظام الإعلامي بالقيام بدوره الرقابي على السلطة السياسية والاكتفاء فقط بنقل تصريحاتهم (صحافة جالسة).

وبعد كل هذه المقاربات يجب أن نكون صرحاء في الطرح والتشخيص. فالنظام الإعلامي في فلسطين قد يشهد انهياراً، وهو ما يندر بأن يتحول إلى تهديد لأي عملية انتقال ديمقراطي تمكن المواطنين من المشاركة في الحياة السياسية لا الحزبية. فعندما تسقط الصحافة في وحل الاستقطاب السياسي، وتكتفي بتزويد المواطنين بآراء ولا تقدم لهم الفهم لمجريات الأحداث الواقعة حتى يكون لهم رأي خاص يشاركونه في الحياة المجتمعية، فهذا كله أيضاً من شأنه أن يهدد العدالة الانتقالية في فلسطين كون الأمر مرتبط بأزمة الإعلام أيضاً.

أخيراً، إن عملية إصلاح الإعلام ليست مطروحة لدى النخبة السياسية في فلسطين بل وتأخرت، لأنها تتعامل بطريقة مصلحية انتهائية. الأمر الذي أوجد نقشي ظاهرة التحام النخبة الصحفية بالنخبة السياسية بمعنى أنهم أصبحوا يكونون مصطلح

²⁹ حمودة، أحمد، (2020). أزمة كورونا وكشف مشكلات الاعلام في فلسطين، <https://nn.ps/news/Article/2020/08/29/327414>، تاريخ الزيارة: 2020/11/29، الساعة: 11:12م.

(الطبقة السياسية الإعلامية) ويتبادلون المصالح والمنافع وخاصة المصالح الرمزية، لأن النخبة الصحفية تحتاج النخبة السياسية لتأثير المشهد الإعلامي والسياسيون يحتاجون أولئك باعتبارهم وسيط إلى الرأي العام. فما وصلنا إليه من تشخيص لواقع الإعلام الفلسطيني هو دليل على وجود (الأزمة الشمولية النسقية الكاملة).

سابعاً: مستقبل الإعلام الفلسطيني بعد أزمة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19):³⁰

كشفت جائحة كورونا حالة الصحافة في العالم، وكشفت العلل والأمراض ونقاط القوة إذا كانت موجودة، فتعاطي الصحافة الفلسطينية خلال الأزمة يعكس النموذج السائد (الطريقة في ممارسة الصحافة) مثال عندما نفتح القنوات الأجنبية نشعر بأن هناك شيء مختلف عن القنوات الفلسطينية لأنّ هناك نموذج، بمعنى هناك أسلوب في ممارسة الصحافة.

لقد ركزت الصحافة الفلسطينية في أزمة كورونا على نقل الخبر وهذه مقاربة تقودنا لأن نوصفها بأنها صحافة خبرية وليست إخبارية، وأن هناك أسباب عديدة وسياقات تمنع الصحفي الفلسطيني من أن يتجاوز من عملية نقل الخبر من المصدر إلى الجمهور والانخراط في أنواع أخرى من الصحافة.

اكتفى الصحفي الفلسطيني في بعض الأحيان بنقل البلاغ الصادر عن الوزارات كما هو دون أي تفسير، أو إضافة خلفية أو عناوين فرعية له، وهذه مقاربة تقودنا إلى أنه ما بين وظيفة النقل والتعليق فقط غابت أدوار التفسير والتحقيق والتحري والريبورتاج. وبعد كل هذه المقاربات كيف يمكن معالجة أزمة الإعلام الفلسطيني؟

إن أزمة الإعلام الفلسطيني هي أزمة نسقية بمعنى أن هناك نظام يتكون من مكونات (المكون الأكاديمي - منظومة الاتصال في الوزارات والمؤسسات - الإعلان - غرف الأخبار - مؤسسات قياس الجمهور) كل هذه المكونات والنظام برمته لا يشتغل بشكل جيد، لأن كل هذه المكونات لا يمكن أنت تنتج مضامين صحافة الجودة، لأنه عندما نصلح نظام المكون الأكاديمي ويخرج الصحفي بشكل جيد، فإنه يتقاضى راتب بسيط، وهنا أصلحت جزء وأهملت الجزء الآخر وهكذا، فهل يصح أن تكون هناك مؤسسات اعلامية تشتغل بأربعة صحفيين تنتج أخبار وتطالبها بإنتاج صحافة جيدة؟

يمكن الحل في وضع آليات في إصلاح تكوين الإعلام وفق معايير دولية وتقديم نموذج لدعم الصحفيين، ووجب على الدولة ان تقدم مقاربات شاملة ومرحلية وتشاركية مع المهنيين والنقابات وأصحاب المؤسسات والأكاديميين. لأننا نلاحظ بأن أغلب البرامج الاعلامية إعادة ولا يوجد إنتاج لبرامج ومضامين إعلامية جديدة. وهذا ما دفع أغلب المعلنين يتوجهون لليوتيوب أكثر من القنوات التلفزيونية.

³⁰ حمودة، أحمد، (2020). مستقبل الإعلام الفلسطيني بعد أزمة كورونا، <https://nn.ps/news/Artical/2020/08/29/327414>، تاريخ الزيارة: 2020/11/29، الساعة: 11:12م.

تشتمل إجراءات الدراسة الميدانية على: مجتمع الدراسة وعينتها، وأدوات الدراسة وصدقها وثباتها، ووصف لإجراءات الدراسة، والمعالجة الإحصائية.

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من جمهور محافظات قطاع غزة.

عينة الدراسة:

عينة الدراسة: في هذه الدراسة تم اختيار عينة عشوائية من المجتمع الأصلي والبالغ عددها (120) مواطن/ة من محافظات قطاع غزة، ونظراً للظروف التي آل إليها المجتمع بسبب الإجراءات الاحترازية لمنع تفشي فيروس كورونا، وأصبح من الصعوبة توزيع الاستبانة ورقياً تم توزيع الاستبانة إلكترونياً، بحيث تكون متناسبة مع الظروف الحالية.

جدول (1) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	65	54.2
أنثى	55	45.8
المجموع	120	100

يبين جدول رقم (1) أن (54.2%) من أفراد عينة الدراسة من "الذكور"، وأن (45.8%) من أفراد عينة الدراسة "الاناث".

جدول (2) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
18 لأقل من 35	88	73.3
36 لأقل من 50	20	16.7
50 سنة فأكثر	12	10.0
المجموع	120	100

يبين جدول رقم (2) أن (73.3%) من أفراد عينة الدراسة يبلغون من العمر "18 لأقل من 35"، في حين (16.7%) من أفراد عينة الدراسة يبلغون من العمر "36 لأقل من 50"، و (10.0%) من أفراد عينة الدراسة يبلغون من العمر "50 سنة فأكثر".

ثانياً: أداة الدراسة:

نظراً لطبيعة موضوع الدراسة ولصعوبة الحصول على البيانات اللازمة بسبب حظر التجوال التي تسببت بها جائحة كورونا، فسوف يعتمد الباحث في الحصول على المعلومات اللازمة عن طريق صحيفة الاستقصاء الإلكترونية التي قام الباحث بتصميمها، بالرجوع إلى الدراسات السابقة بالإضافة إلى معرفة الباحث بموضوع البحث، وتعد صحيفة الاستقصاء أحد الأساليب الأساسية لجمع البيانات الأولية، من خلال توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة مقدماً بهدف التعرف على الحقائق ووجهات النظر والدوافع لدى المبحوثين التي تدفعهم لسلوك معين.

ثالثاً: إجراءات الدراسة:

قام الباحث بالرجوع إلى الأدب النظري وعدد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره، ثم قامت بتصميم استبانة تكونت من (24) سؤالاً شملت ثلاث فقرات وهي (دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره، آراء الجمهور حول كفاية التوجيهات والإرشادات التي تنشر عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية حول الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)، والآثار الناتجة عنها، تقييم الجمهور الفلسطيني تغطية كل من القنوات التلفزيونية الفلسطينية لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)).

ثم قام الباحث بالتأكد من صدق أداة الدراسة وذلك بعرضها على عدد من المحكمين، وإجراء التعديلات بناءً على ملاحظات المحكمين، لتصبح الاستبانة بصورتها النهائية مكونة من (24) فقرة موزعة على ثلاث محاور.

ثم قام الباحث بالتأكد من ثبات أداة الدراسة باستخدام طريقة التجزئة النصفية ومعادلة كرونباخ ألفا لمعرفة معامل ثبات الاتساق الداخلي للعينة الأصلية.

بعد أن تأكدت الباحثة من مناسبة أداة الدراسة وصحتها، قام بتحديد مجتمع الدراسة، وتم إعداد الاستبانة بشكل إلكتروني على عينة عشوائية بلغ عددها (120) مواطن/ة والتأكد والحرص والجدية في الإجابة عن فقرات الاستبانة.

رابعاً: المعالجة الإحصائية

تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي حسب مقياس ليكرت الثلاثي (كبيرة، متوسطة، ضعيفة) ولتحديد طول فترة مقياس ليكرت الثلاثي المستخدم في مجالات الدراسة وتم حساب المدى ($3-1=2$) تم تقسيمه على عدد فترات المقياس الخمسة للحصول على طول الفقرة، أي ($2/3=0.7$)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في القياس وذلك لتحديد الحد الأعلى للفترة الأولى، وهكذا... والجدول (8) يوضح أطوال الفترات.

جدول (8) الدرجة والوزن النسبي المقابل له

الدرجة	الوزن النسبي المقابل له	طول الخلية
درجة كبيرة	20% - أقل من 36%	1- أقل من 1.70
بدرجة متوسطة	36% - أقل من 52%	1.71 - أقل من 2.70
بدرجة ضعيفة	52% - أقل من 68%	2.71 - 3.00

اعتمد البحث بشكل أساسي على استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences-SPSS V.22) في معالجة وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال أداة الدراسة (الاستبانة)، وفيما يلي أهم الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية التي استخدمها الباحث في معالجة بيانات هذه الدراسة:

1. معامل ارتباط سبيرمان بروان (Spearman-Brown).
2. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha).
3. الوسط الحسابي (Mean).
4. الانحراف المعياري (Standard Deviation).
5. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

تحليل محاور الاستبانة

هل تتابع القنوات التلفزيونية الفلسطينية؟ إذا لم تكن تتابعها توقف مشكوراً.

جدول (9) متابعة القنوات التلفزيونية الفلسطينية

النوع	التكرار	النسبة المئوية
نعم	119	99.2
لا	1	0.8
المجموع	120	100

يبين جدول رقم (9) أن (99.2%) من أفراد عينة الدراسة يتابعون القنوات التلفزيونية الفلسطينية، وأن (0.8%) من أفراد عينة الدراسة لا يتابعون القنوات التلفزيونية الفلسطينية.

ويعزو الباحث هذه النتيجة على أهمية القنوات الفضائية الفلسطينية في نقل الأخبار ونشرها لأهم المعلومات المتعلقة بجائحة فيروس كورونا أولاً بأول ومواكبة الحدث لحظة بلحظة وتخصيص مساحات من البث لهذه الأزمة وإفراد المندوبين والمراسلين في كل المناطق، مما ساعد على متابعتها من قبل الجمهور وغيرهم. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الزعبي 2020) أن غالبية أفراد العينة

المبحوثة يتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة، وأنهم يفضلون متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية المحلية.

ما هي القنوات التلفزيونية الفلسطينية التي تتابعها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

جدول (10) القنوات التلفزيونية الفلسطينية التي يتابعونها الجمهور الفلسطيني

النسبة المئوية	التكرار	القنوات التلفزيونية الفلسطينية
32.5	75	قناة الأقصى
18.6	43	قناة فلسطين اليوم
9.5	22	قناة تلفزيون فلسطين
19.9	46	قناة معاً
10.8	25	قناة الكوفية
8.2	19	قناة هنا القدس
0.4	1	أخرى
100	231	المجموع

يبين جدول رقم (10) أن القنوات التلفزيونية الفلسطينية التي يتابعونها أفراد عينة الدراسة جاءت بالمرتبة الأولى "قناة

الأقصى" بنسبة (32.5%)، ثم تلتها "قناة معاً" بنسبة (19.9%)، ثم "قناة فلسطين اليوم" بنسبة (18.6%)، وتليها "قناة الكوفية" بنسبة (10.8%)، ثم "قناة تلفزيون فلسطين" بنسبة (9.5%)، ثم "قناة هنا القدس" بنسبة (8.2%)، ثم بالمرتبة الأخيرة "أخرى" بنسبة (0.4%) وهي: قناة الجزيرة.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن أكثر القنوات التلفزيونية الفلسطينية متابعة من قبل الجمهور قناة الأقصى مما يدل على مهارات وخبرات القائمين على قناة الأقصى في الحصول على المعلومات وعرضها بموضوعية حول طبيعة جائحة كورونا، وأسلوب التناول والطرح الذي يتسم بالحرية والاستقلالية، كما أنها تلبي احتياجات الجمهور المعرفية والاجتماعية بتقديم المعلومات التي تتناسب مع هذه المرحلة المليئة بالمعلومات الصحية حول جائحة كورونا.

أما بالمرتبة الثانية جاءت قناة معاً وهي تعد من القنوات التي تنقل الأخبار بشكل عام بحيادية حيث تحصل على معلوماتها

من وكالات أنباء عالمية، وتقيم العديد من العلاقات مع وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية وتنوع في نقلها لأخبار، مما ساعدها على تلبية احتياجات الجمهور حول جائحة فيروس كورونا لمصادقية معلوماتها وتنوعها.

أما في المرتبة الثالثة قناة فلسطين اليوم حيث عملت على نقل أخبار جائحة كورونا بمختلف الأشكال الإخبارية من نشرات إخبارية وتقارير مصورة وبث مباشر وجواريات خاصة حول الجائحة، وهذا أدى إلى تلبية احتياجات الجمهور وساعدها على متابعتهم لمعرفة كل التطورات والأحداث حول جائحة فيروس كورونا.

أما باقي القنوات التلفزيونية الفلسطينية (قناة الكوفية، قناة تلفزيون فلسطين، وقناة هنا القدس) جاء بالمراتب الأخيرة حيث تهتم هذه القنوات بتقديم المحتوى المبسط حول جائحة كورونا. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (موسى 2020) أن التغطيات الإخبارية لجائحة كورونا، في بعض القنوات الفضائية، كشفت مدى اهتمام الإعلام المعاصر بالجانب الصحي للمجتمع وأهليته لكي يتصدر الأجندة الإعلامية، وأيضاً أن وسائل الإعلام المعاصرة يجب أن تأخذ العبرة من تجربة تغطيتها لجائحة فيروس كورونا، وتعيد النظر في فهمها وتعاطيها مع الإعلام الصحي حتى لا تتكرر مثل هذه الجائحة في عصر تدعي فيه البشرية أنها خطت خطوات متقدمة من النمو والتطور.

الأشكال الإخبارية المفضلة لدى الجمهور في متابعة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية؟

جدول (11) الأشكال الإخبارية المفضلة لدى الجمهور في متابعة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية

النسبة المئوية	التكرار	الأشكال الإخبارية
20.8	55	النشرات الإخبارية
14.4	38	موجز الأنباء
20.1	53	الأخبار العاجلة
13.6	36	التقارير الإخبارية
4.9	13	الفيديوهات المباشرة
13.6	36	البرامج الحوارية المتخصصة
5.3	14	التغطية الحوارية المتخصصة
7.2	19	رسوم توضيحية وجرافيك
100	264	المجموع

يبين جدول رقم (11) أن الأشكال الإخبارية المفضلة لدى الجمهور في متابعة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر

القنوات التلفزيونية الفلسطينية جاءت بالمرتبة الأولى "النشرات الإخبارية" بنسبة (20.8%)، ثم تلتها "الأخبار العاجلة" بنسبة

(20.1%)، ثم "موجز الأنباء" بنسبة (14.4%)، وتليها "التقارير الإخبارية، البرامج الحوارية المتخصصة" بنسبة (13.6%)، ثم "رسوم توضيحية وجرافيك" بنسبة (7.2%)، ثم "التغطية الحوارية المتخصصة" بنسبة (5.3%)، ثم بالمرتبة الأخيرة "الفيديوهات المباشرة" بنسبة (4.9%).

ويعزو الباحث هذه النتيجة أن هناك العديد من الأشكال الإخبارية التي ساعدة الجمهور في تلقي الأخبار حول جائحة فيروس كورونا عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية وجاءت بالمرتبة الأولى النشرات الإخبارية ويعود سبب اختيار الجمهور للنشرات الإخبارية لأنها تعرض جميع الأخبار بطريق شاملة ومختصرة في فترة زمنية محددة وهي بداية كل ساعة وتتيح للجمهور استقبال الأخبار التي تهمهم والمتعلقة بجائحة فيروس كورونا.

أما بالمرتبة الثانية جاءت الأخبار العاجلة ويرجع ذلك أن الجمهور يفضل معرفة تفاصيل الخبر والأحداث الجارية حول جائحة فيروس كورونا أولاً بأول.

أما بالمرتبة الثالثة جاءت موجز الأنباء حيث من خلالها يستطيع الجمهور معرفة كافة الأحداث والأخبار الجديدة ومتابعة كافة التفاصيل حول جائحة فيروس كورونا، من تصريحات أو تقارير أو مؤتمر خاص بالرئيس... وغيرها.

أما باقي الأشكال الإخبارية (التقارير الإخبارية، البرامج الحوارية المتخصصة، رسوم توضيحية وجرافيك، التغطية الحوارية المتخصصة، الفيديوهات المباشرة) يرجع إلى أن اهتمام الجمهور بالأشكال الإخبارية عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية يعود إلى المساحة الواسعة التي تفرد بها القنوات التلفزيونية حول جائحة فيروس كورونا، والتركيز عليها بشكل مكثف وتناول الحدث بشكل شامل ومعمق، ومن كافة جوانبه. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (بسيوني 2020) أسهمت برامج الرأي التلفزيونية في إشراك الجميع في المسؤولية وحثهم على الالتزام بكافة الإجراءات الاحترازية، وإتباع التعليمات الوقائية، بحيث تتكامل الجهود لتخطي الأزمة. وتختلف مع دراسة (الزعبي 2020) أن التغطية الإخبارية الخاصة تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية.

مدى تعرض الجمهور لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية؟

جدول (12) تعرض الجمهور لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية

النوع	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	67	55.8
أحياناً	42	35.0
نادراً	11	9.2
لا	0	0
المجموع	120	100

يبين جدول رقم (12) أن (55.8%) من أفراد عينة الدراسة يتعرضون "دائماً" لأخبار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية، وبينما (35.0%) من أفراد عينة الدراسة يتعرضون "أحياناً" لأخبار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية، من أفراد عينة الدراسة يتعرضون "نادراً" لأخبار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية بنسبة (9.2%). ويدل ذلك على أن غالبية الجمهور اتجهوا لمتابعة جائحة فيروس كورونا خلال القنوات التلفزيونية الفلسطينية.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الجمهور يتابع القنوات التلفزيونية الفلسطينية في الحصول على المعلومات عن جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، بهدف زيادة المعلومات حول تطورات ومستجدات فيروس كورونا ولتخفيف حدة الغموض والقلق، وهذا يدل على رغبة الجمهور في فهم ما يدور حوله من أحداث ترتبط بواقعه ومستقبله وتكوين رأي سليم بشأن جائحة فيروس كورونا، بعيداً عن التشويه والكذب والتحريف الذي تلجأ إليه بعض الوسائل الإعلامية الأخرى. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (معهد البحوث والتدريب الإعلامي 2020) تلقي الناس بشكل أساسي معلوماتهم حول كوفيد-19 من التلفزيون، ووثقوا بهذه الوسيلة الإعلامية أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى.

دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره؟

جدول (13) المتوسطات والانحرافات المعيارية والرتب لكل فقرة من فقرات دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره
كبيرة	0.056	1.55	زيادة البرامج التي ترفع من درجة الوعي من أخطار فيروس كورونا وأعراضه وكيفية الحجر المنزلي لمن يظهر عليه الأعراض.
كبيرة	0.058	1.64	توضيح الحقائق وجعل الجمهور على إطلاع دائم بالمستجدات الظرفية حول الوباء من مصادر رسمية.
كبيرة	0.060	1.60	التوعية الصحية وتثقيف الجمهور بخطورة فيروس كورونا والحد من انتشار الشائعات بشكل عام من أي أمراض أخرى مستجدة.
متوسطة	0.065	1.76	محاربة الشائعات بكل الطرق المتاحة.
متوسطة	0.058	1.74	الاستعانة بقيادة الرأي ذوي التأثير في المجتمع من مختلف المجالات (طبية، سياسية، ... وغيرها)
كبيرة	0.064	1.50	نشر أعداد المصابين والوفيات وكل ما هو جديد عن فيروس كورونا لحث الجمهور على المواجهة.
كبيرة	0.060	1.66	نشر فيديوهات توعوية مبسطة للوقاية من الفيروس.
متوسطة	0.064	1.77	الإعلان عن كافة محاولات العلاج أو لقاح لفيروس كورونا.
كبيرة	0.064	1.68	نقل كلمة الرئيس وقرارات رئيس الوزراء مباشرة، وكلمة وزير الصحة يومياً.
كبيرة	0.060	1.60	عرض دائم لتقرير منظمة الصحة عن الوضع في فلسطين للتصدي للفيروس.
كبيرة	0.609	16.5	المجموع

يشير الجدول (13) أن دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة جاءت بدرجة "كبيرة"، إذ بلغ المتوسط الحسابي (16.5%) والانحراف المعياري (0.609%).

حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة التي تنص على "نشر أعداد المصابين والوفيات وكل ما هو جديد عن فيروس كورونا لحث الجمهور على المواجهة"، بمتوسط حسابي (1.50%) وانحراف معياري (0.064%) وبدرجة كبيرة، بينما جاءت بالمرتبة الثانية الفقرة التي تنص على "زيادة البرامج التي ترفع من درجة الوعي من أخطار فيروس كورونا وأعراضه وكيفية الحجر المنزلي لمن يظهر عليه الأعراض"، بمتوسط حسابي (1.55%) وانحراف معياري (0.056%) وبدرجة كبيرة، وبالمرتبة قبل الأخيرة الفقرة التي تنص على "محاربة الشائعات بكل الطرق المتاحة"، بمتوسط حسابي (1.76%) وانحراف معياري (0.065%) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة

الأخيرة الفقرة التي تنص على "الإعلان عن كافة محاولات العلاج أو لقاح لفيروس كورونا" بمتوسط حسابي (1.77%) وانحراف معياري (0.064%) وبدرجة متوسطة.

ويمكن أن يعزو الباحث هذه النتيجة أن القنوات التلفزيونية الفلسطينية ساعدة بدرجة كبيرة على توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره وذلك من خلال عرضها لأعداد المصابين والوفيات مما أدى إلى شعور المواطنين بالخوف من خسارة أغز ما يملكون بسبب فيروس كورونا وغيرها من الخسائر الأخرى، وهذا ساعد على أخذ الحيطة والحظر ومواجهة فيروس كورونا وذلك من خلال متابعة كل ما هو جديد حول جائحة فيروس كورونا عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية لما تحتويه من معلومات حول كيفية مواجهة الفيروس وكافة المعلومات الجديدة التي تساعد الجمهور في تكوين معرفة كاملة وشاملة حول جائحة فيروس كورونا وطرق الوقاية منه، وأيضاً عملت القنوات التلفزيونية الفضائية من خلال استخدامها للأشكال الإخبارية المختلفة كما ذكرت في جدول رقم (12) على زيادة البرامج التي ترفع من درجة الوعي من أخطار فيروس كورونا وأعراضه وكيفية الحجر المنزلي لمن يظهر عليه الأعراض، وهذا أدى إلى تخفيف الإصابات والتزام المواطنين بالحجر المنزلي لعدم تعرضهم للفيروس، وأيضاً بسبب زيادة عدد الإصابات في المستشفيات وعدم استيعاب المستشفيات لكافة المصابين بفيروس كورونا المستجد ساعدت القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية المصابين بفيروس كورونا بالزامهم الحجر المنزلي وطرق العلاج المتبعة وهم في منازلهم، وهذا يدل على أهمية ودور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في نقلها لأخبار جائحة فيروس كورونا ودرجة توعية الجمهور بمخاطر هذا الفيروس.

أما الفقرات التي جاءت بالمرتبة الأخيرة وهي أن القنوات التلفزيونية الفلسطينية تعد اليوم من الوسائل الأكثر أهمية على مستوى العالم في نقل الأخبار والأحداث حول جميع الأزمات وغيرها، وأنها تتعامل مع الأحداث بمنطقه في نشرها للأخبار؛ وذلك من خلال العمل على اتباع سياسة جديدة حول المعلومات التي يتم نشرها من قبل الجمهور وغيرهم حول فيروس كورونا المستجد، حيث لا تسمح بنشر أي معلومات خاطئة حول فيروس كورونا، مما شجع الجمهور على متابعة كافة الأخبار والأحداث حول فيروس كورونا المستجد عبر هذه القنوات، ولا تستطيع وحدها القنوات التلفزيونية الفلسطينية من محاربة الشائعات حول جائحة فيروس كورونا وكل ما يتم نقله من أخبار حول هذه الجائحة عبر الوسائل الإعلامية الأخرى لتعدد المصادر التي يتابعها الجمهور، وأن عدم نقل الإعلان عن كافة محاولات العلاج أو لقاح لفيروس كورونا وذلك يرجع إلى أنه حتى الآن لم يتم التوصل إلى أي علاج أو لقاح يساعد على الشفاء ونشر محالات العلاج قد تؤثر على نفسية المواطنين الصحية والنفسية.

آراء الجمهور حول كفاية التوجيهات والإرشادات التي تنشر عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية حول الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)، والآثار الناتجة عنها؟

جدول (14) المتوسطات والانحرافات المعيارية والرتب لكل فقرة من فقرات آراء الجمهور حول كفاية التوجيهات والإرشادات التي تنشر عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية حول الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)، والآثار الناتجة عنها

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	آراء الجمهور حول كفاية التوجيهات والإرشادات التي تنشر عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية حول الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)، والآثار الناتجة عنها
كبيرة	0.056	1.46	تسعى إلى توعية الجمهور بمخاطر وأعراض فيروس كورونا.
كبيرة	0.057	1.70	تسعى إلى توعية المواطن بالتمسك بالإجراءات الاحترازية للفيروس والتوعية الاجتماعية والاقتصادية حتى لا يتأثر وضع المواطن بدرجة كبيرة جراء جائحة فيروس كورونا.
كبيرة	0.056	1.58	الاهتمام بالدعوة لمواجهة الفيروس والتباعد الاجتماعي.
كبيرة	0.055	1.62	السعي إلى نشر أعداد المصابين وكل ما هو جديد عن فيروس كورونا لحث الجمهور على المواجهة.
متوسطة	0.061	1.81	الاهتمام بعرض آراء مختلف الشخصيات المؤثرة بالمجتمع.
متوسطة	0.061	1.79	نشر كل ما هو بخصوص البحث العلمي وإيجاد علاجات ولقاحات ضد فيروس كورونا.
كبيرة	0.054	1.60	الحث على مساندة أجهزة الدولة في تنفيذ الخطط الاحترازية لمحاربة تفشي الفيروس ومحاربة الإشاعات وحث الجمهور على عدم تصديق أي معلومة غير رسمية أو مصادر غير موثوقة.
كبيرة	0.4	11.56	المجموع

يشير الجدول (14) أن آراء الجمهور حول كفاية التوجيهات والإرشادات التي تنشر عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية حول الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)، والآثار الناتجة عنها من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة جاءت بدرجة "كبيرة"، إذ بلغ المتوسط الحسابي (11.56%) والانحراف المعياري (0.4%).

حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة التي تنص على "تسعى إلى توعية الجمهور بمخاطر وأعراض فيروس كورونا"، بمتوسط حسابي (1.46%) وانحراف معياري (0.056%) وبدرجة كبيرة، بينما جاءت بالمرتبة الثانية الفقرة التي تنص على "الاهتمام بالدعوة لمواجهة الفيروس والتباعد الاجتماعي"، بمتوسط حسابي (1.58%) وانحراف معياري (0.056%) وبدرجة كبيرة، وبالمرتبة قبل الأخيرة الفقرة التي تنص على "نشر كل ما هو بخصوص البحث العلمي وإيجاد علاجات ولقاحات ضد فيروس كورونا"، بمتوسط

حسابي (1.79%) وانحراف معياري (0.061%) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على "الاهتمام بعرض آراء مختلف الشخصيات المؤثرة بالمجتمع" بمتوسط حسابي (1.81%) وانحراف معياري (0.061%) وبدرجة متوسطة.

ويمكن أن يعزو الباحث هذه النتيجة أن القنوات التلفزيونية الفلسطينية ساعدة بدرجة كبيرة على تقديم كافة التوجيهات والإرشادات لجمهورها من خلال توعيتهم بمخاطر فيروس كورونا (كوفيد-19) وذلك من خلال وعرض كافة الإجراءات الاحترازية ومن ضمنها التباعد الاجتماعي وآراء مختلف الشخصيات المؤثرة بالمجتمع، والذي يساعد بدرجة كبيرة في عدم إصابة الإنسان بفيروس كورونا وغيرها من الإرشادات الصحية التي تعرضها منظمة الصحة العالمية، والتي من خلالها يشجع الجمهور وأجهزة الدولة في تنفيذ الخطط الاحترازية لمحاربة تفشي الفيروس واتباع إجراءات السلامة وذلك من خلال محاربة الإشاعات وحث الجمهور على عدم تصديق أي معلومة غير رسمية أو مصادر غير موثوقة.

وكما تحدثت في جدول رقم (13) أن القنوات التلفزيونية الفلسطينية لا تنشر كل ما هو بخصوص البحث العلمي وإيجاد علاجات ولقاحات ضد فيروس كورونا، وهذا يدل على مدى المصداقية والشفافية والحيادة في نقلها للمعلومات من مصادر موثوق بها، ولأنه حتى الآن لا يوجد علاج لفيروس كورونا أقرته منظمة الصحة العالمية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أطبيقة 2020) إن تطبيق إجراءات التباعد الاجتماعي هو أكثر أطر التعاون الواردة ضمن المواد الخيرية المنشورة بالموقع الإلكتروني بقناة روسيا اليوم الفضائية لتغطية جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).

تقيم الجمهور الفلسطيني تغطية كل من القنوات التلفزيونية الفلسطينية لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)؟

جدول (15) المتوسطات والانحرافات المعيارية والرتب لكل فقرة من فقرات تقييم الجمهور الفلسطيني تغطية كل من القنوات

التلفزيونية الفلسطينية لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	تقيم الجمهور الفلسطيني تغطية كل من القنوات التلفزيونية الفلسطينية لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)
كبيرة	0.059	1.63	تتميز التغطية لأزمة فيروس كورونا بالموضوعية والدقة خلال عرضها للأخبار والأحداث.
متوسطة	0.060	1.75	تتمسك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية أثناء تغطيتها للأحداث المتعلقة بالجائحة.
متوسطة	0.057	1.72	تتصف بالشمولية في تغطيتها للأحداث المتعلقة بجائحة فيروس كورونا.
كبيرة	0.059	1.70	تتمتع بالقيم المهنية خلال تغطيتها للأحداث المتعلقة بجائحة فيروس كورونا.
متوسطة	0.057	1.74	تعتمد على الأدلة والحجج والبراهين في تقديم المعلومات للمواطن خلال الجائحة.
متوسطة	0.062	1.77	تتميز بأساليب مشوقة ومؤثرة في تغطيتها للأحداث الخاصة بجائحة فيروس كورونا.
متوسطة	0.066	1.79	اعتمدت التهويل والتخويف أثناء تغطيتها للأحداث المتعلقة بجائحة فيروس كورونا.
متوسطة	0.42	12.1	المجموع

يشير الجدول (15) أن تقيم الجمهور الفلسطيني تغطية كل من القنوات التلفزيونية الفلسطينية لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة جاءت بدرجة "كبيرة"، إذ بلغ المتوسط الحسابي (12.1%) والانحراف المعياري (0.42%).

حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة التي تنص على "تتميز التغطية لأزمة فيروس كورونا بالموضوعية والدقة خلال عرضها للأخبار والأحداث"، بمتوسط حسابي (1.63%) وانحراف معياري (0.059%) وبدرجة كبيرة، بينما جاءت بالمرتبة الثانية الفقرة التي تنص على "تتمتع بالقيم المهنية خلال تغطيتها للأحداث المتعلقة بجائحة فيروس كورونا"، بمتوسط حسابي (1.70%) وانحراف معياري (0.059%) وبدرجة كبيرة، وبالمرتبة قبل الأخيرة الفقرة التي تنص على "تتميز بأساليب مشوقة ومؤثرة في تغطيتها للأحداث الخاصة بجائحة فيروس كورونا"، بمتوسط حسابي (1.77%) وانحراف معياري (0.062%) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على "اعتمدت التهويل والتخويف أثناء تغطيتها للأحداث المتعلقة بجائحة فيروس كورونا" بمتوسط حسابي (1.79%) وانحراف معياري (0.066%) وبدرجة متوسطة.

ويمكن تلخيص ما توصلت إليه الدراسة من نتائج كما يلي:

1. توضح نتائج الدراسة أن (99.2%) من أفراد عينة الدراسة يتابعون القنوات التلفزيونية الفلسطينية، وأن (0.8%) من أفراد عينة الدراسة لا يتابعون القنوات التلفزيونية الفلسطينية.
2. توضح نتائج الدراسة أن القنوات التلفزيونية الفلسطينية التي يتابعونها أفراد عينة الدراسة جاءت بالمرتبة الأولى "قناة الأقصى" بنسبة (32.5%)، ثم تلتها "قناة معاً" بنسبة (19.9%)، ثم "قناة فلسطين اليوم" بنسبة (18.6%)، وتليها "قناة الكوفية" بنسبة (10.8%)، ثم "قناة تلفزيون فلسطين" بنسبة (9.5%)، ثم "قناة هنا القدس" بنسبة (8.2%)، ثم بالمرتبة الأخيرة "أخرى" بنسبة (0.4%) وهي: قناة الجزيرة.
3. تشير نتائج الدراسة أن أكثر القنوات التلفزيونية الفلسطينية متابعه من قبل الجمهور قناة الأقصى مما يدل على مهارات وخبرات القائمين على قناة الأقصى في الحصول على المعلومات وعرضها بموضوعية حول طبيعة جائحة كورونا، وأسلوب التناول والطرح الذي يتسم بالحرية والاستقلالية، كما أنها تلبي احتياجات الجمهور المعرفية والاجتماعية بتقديم المعلومات التي تتناسب مع هذه المرحلة المليئة بالمعلومات الصحية حول جائحة كورونا، وأن القنوات التلفزيونية الفلسطينية (قناة الكوفية، قناة تلفزيون فلسطين، وقناة هنا القدس) جاءا بالمراتب الأخيرة حيث تهتم هذه القنوات بتقديم المحتوى المبسط حول جائحة كورونا.
4. توضح نتائج الدراسة أن الأشكال الإخبارية المفضلة لدى الجمهور في متابعة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية جاءت بالمرتبة الأولى "النشرات الإخبارية" بنسبة (20.8%)، ثم تلتها "الأخبار العاجلة" بنسبة (20.1%)، ثم "موجز الأنباء" بنسبة (14.4%)، وتليها "التقارير الإخبارية، البرامج الحوارية المتخصصة" بنسبة (13.6%)، ثم

"رسوم توضيحية وجرافيك" بنسبة (7.2%)، ثم "التغطية الحوارية المتخصصة" بنسبة (5.3%)، ثم بالمرتبة الأخيرة "الفيديوهات المباشرة" بنسبة (4.9%).

5. تشير نتائج الدراسة أن الأشكال الإخبارية التي ساعدة الجمهور في تلقي الأخبار حول جائحة فيروس كورونا عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية وجاءت بالمرتبة الأولى النشرات الإخبارية ويعود سبب اختيار الجمهور للنشرات الإخبارية لأنها تعرض جميع الأخبار بطريق شاملة ومختصرة في فترة زمنية محددة وهي بداية كل ساعة وتتيح للجمهور استقبال الأخبار التي تهمهم والمتعلقة بجائحة فيروس كورونا، وأن الأشكال الإخبارية (التقارير الإخبارية، البرامج الحوارية المتخصصة، رسوم توضيحية وجرافيك، التغطية الحوارية المتخصصة، الفيديوهات المباشرة) جاء بالمرتبة الأخيرة ويرجع إلى أن اهتمام الجمهور بالأشكال الإخبارية عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية يعود إلى المساحة الواسعة التي تفردها القنوات التلفزيونية حول جائحة فيروس كورونا، والتركيز عليها بشكل مكثف وتناول الحدث بشكل شامل ومعقد، ومن كافة جوانبه.

6. توضح نتائج الدراسة أن (55.8%) من أفراد عينة الدراسة يتعرضون "دائماً" لأخبار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية، وبينما (35.0%) من أفراد عينة الدراسة يتعرضون "أحياناً" لأخبار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية، من أفراد عينة الدراسة يتعرضون "نادراً" لأخبار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية بنسبة (9.2%).

7. توضح نتائج الدراسة أن دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة جاءت بدرجة "كبيرة"، إذ بلغ المتوسط الحسابي (16.5%) والانحراف المعياري (0.609%).

8. تشير نتائج الدراسة أن القنوات التلفزيونية الفلسطينية ساعدة بدرجة كبيرة على توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره وذلك من خلال عرضها لأعداد المصابين والوفيات مما أدى إلى شعور المواطنين بالخوف من خسارة أغز ما يملكون بسبب فيروس كورونا وغيرها من الخسائر الأخرى، وجاءت بالمرتبة الأخيرة وهي أن القنوات التلفزيونية الفلسطينية تعد اليوم من الوسائل الأكثر أهمية على مستوى العالم في نقل الأخبار والأحداث حول جميع الأزمات وغيرها، وأنها تتعامل مع الأحداث بمنطقه في نشرها للأخبار؛ وذلك من خلال العمل على اتباع سياسة جديدة حول المعلومات التي يتم نشرها من قبل الجمهور وغيرهم حول فيروس كورونا المستجد، حيث لا تسمح بنشر أي معلومات خاطئة حول فيروس كورونا،

9. توضح نتائج الدراسة أن آراء الجمهور حول كفاية التوجيهات والإرشادات التي تنشر عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية حول الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)، والآثار الناتجة عنها من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة جاءت بدرجة "كبيرة"، إذ بلغ المتوسط الحسابي (11.56%) والانحراف المعياري (0.4%).

10. تشير نتائج الدراسة أن آراء الجمهور حول كفاية التوجيهات والإرشادات التي تنشر عبر القنوات التلفزيونية الفلسطينية حول الوقاية من فيروس كورونا (كوفيد-19)، والآثار الناتجة عنها جاءت بالمرتبة الأولى أنها تسعى إلى توعية الجمهور بمخاطر وأعراض فيروس كورونا، بينما جاءت بالمرتبة الأخيرة الاهتمام بعرض آراء مختلف الشخصيات المؤثرة بالمجتمع.
11. توضح نتائج الدراسة أن تقيم الجمهور الفلسطيني تغطية كل من القنوات التلفزيونية الفلسطينية لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة جاءت بدرجة "كبيرة"، إذ بلغ المتوسط الحسابي (12.1%) والانحراف المعياري (0.42%).
12. تشير نتائج الدراسة أن تقيم الجمهور الفلسطيني تغطية كل من القنوات التلفزيونية الفلسطينية لجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) جاء بالمرتبة الأولى تتميز التغطية لأزمة فيروس كورونا بالموضوعية والدقة خلال عرضها للأخبار والأحداث، بينما جاءت بالمرتبة الأخيرة اعتمدت التهويل والتخويف أثناء تغطيتها للأحداث المتعلقة بجائحة فيروس كورونا.
- توصيات الدراسة:**
1. ضرورة دعم القنوات التلفزيونية الفلسطينية لتحافظ على ديمومة عملها وتحقيق أهدافها المرسومة.
 2. استمرار القنوات التلفزيونية الفلسطينية في القيام بدورها في توعية وإرشاد الجمهور، وخاصة أن الأزمة مستمرة وتشتد وتيرتها مع تزايد أعداد المصابين والوفيات.
 3. الاهتمام بالقنوات التلفزيونية الأكثر متابعة من قبل الجمهور والعمل على عرض كافة المعلومات الخاصة بجائحة فيروس كورونا للحد من انتشاره.
 4. ضرورة التنسيق والتكامل بين القنوات التلفزيونية الفلسطينية المختلفة فيما يتعلق بنشر الوعي وزيادة معلومات الجمهور فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا (كوفيد-19).
 5. الاعتماد على الأشكال الإخبارية الأكثر قبلاً من قبل الجمهور بشكل أكثر من قبل القنوات التلفزيونية الفلسطينية لغرض وضع الحقائق أمام الجمهور حول جائحة فيروس كورونا، والمساعدة في الحد من انتشاره، وحتى لا يضيع المتلقي من كمية المعلومات المقدمة حول الفيروس.
 6. إعطاء مساحة أوسع لعرض التقارير الإخبارية والبرامج الحوارية المتخصصة والتغطية الحوارية المتخصصة؛ لأنها تساعد على توعية الجمهور من خلال جلب شخصيات متخصصة في الصحة للحديث عن جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) وعدم اقتصرها على أشكال إخبارية محددة.
 7. ضرورة التأكيد على أن فيروس كورونا (كوفيد-19) ليس كأي فيروس؛ حيث تكمن خطورته في حد ذاته، وليس له أسباب لانتشاره حتى الآن؛ وبالتالي يجب التعامل بحذر، مع زيادة العمل على وعي المواطنين بهذا الوباء.

8. أن تهتم القنوات التلفزيونية الفلسطينية في المتابعة الجيدة لجائحة فيروس كورونا وتشديد الرقابة على كل ما يثير قضايا خلافية تؤثر على نمط الحياة الطبيعية ونشر الإشاعات حول أعداد الإصابات أو الوفيات، أو توجيه المواطنين لمخالفة التوجيهات التعليمية الاحترازية في مكافحة مخاطر فيروس كورونا وآثاره على المواطنين.
9. ضرورة الاهتمام بالصحة النفسية والجسمية للأفراد، فبرامج الوقاية والتوجيه والإرشاد التي تنبها القنوات التلفزيونية الفلسطينية حول فيروس كورونا (كوفيد-19) من شأنها أن تقضي على الصحة النفسية للأفراد بدليل أنها تسبب لهم القلق النفسي والخوف والتوتر الذي من شأنهم أن يجعلوا الفرد أكثر عرضه للإصابة بهذا الفيروس الخطير لذلك يستوجب على قنوات التلفزيون الفلسطينية الأخذ بعين الاعتبار هذا الجانب المهم.
10. العمل على إبراز الإعلام الصحي، والعمل على تطويره في كافة الجوانب، والذي سينعكس بالإيجاب على غرز السلوكيات والعادات الصحية السليمة للمواطن.
11. تركيز البحوث الإعلامية على جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، وإجراء دراسات مستقبلية حول دور القنوات التلفزيونية الفلسطينية في توعية الجمهور بمخاطر فيروس كورونا وطرق الوقاية منه والحد من انتشاره.

قائمة المراجع:

- أبو جليل، محمد، (2016). قضايا معاصرة في التسويق، دار غيداء للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن.
- بدح، أحمد وآخرون، (2012). الثقافة الصحية، دار الميسر للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن.
- بدح، أحمد وآخرون، (2012). الثقافة الصحية، دار الميسر للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن.
- البشر، محمد، (2014). نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان للنشر، الرياض.
- جوهر، صلاح الدين، (2011). علم الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، مجالاته، مكتبة عين شمس، القاهرة.
- حجاب، محمد، (2008). وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة.
- حجازي، مصطفى، (2018). حصار الثقافة بين القنوات التلفزيونية الفضائية والدعوة الأصولية، المركز الثقافي العربي، لبنان.
- حسام الدين، محمد، (2012). المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، مصر.
- حسين، سمير، (2004). بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة.
- الدليمي، عبد الرزاق، (2015). عولمة التلفزيون، دار جريد للنشر والتوزيع، الأردن.
- عبد الفتاح، فاطمة، (2012). القنوات التلفزيونية الفضائية، دار العالم العربي للنشر والتوزيع، مصر.
- العبد، عاطف، (2011). التبادل الاخباري التلفزيوني العربي، دار الفكر العربي، مصر.

- كامل، فرج، (2001). بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجرائها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة.
- محمد عبد الحميد، (2008). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، مصر.
- المشاقبة، بسام، (2014). الإعلام الصحي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- مصطفى، هويدا (2013). دور الإعلام في الأزمات الدولية، مركز المحروسة للبحوث والتدريب، مصر.
- مصطفى، هويدا، (2013). دور الإعلام في الأزمات الدولية، مركز المحروسة للبحوث والتدريب، مصر.
- معهد البحوث والتدريب الإعلامي، (2020). مواجهة الوباء المعلومات، الجامعة اللبنانية الأمريكية LAU، بيروت.
- مكاوي، حسن والسيد، ليلي، (2003). الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر.
- أطبيعة، عبد الله، (2020). الأطر الخيرية للتعامل الإعلامي لجائحة كورونا (كوفيد-19): دراسة تطبيقية على المواقع الإلكترونية لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية، مجلة كلية الفنون والإعلام، ع9، ص 153-184.
- بسيوني، مروي، (2020). التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية، وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا)، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع29، ص 30-93.
- الجويسي، مجدي، (2015). مستوى الوعي بالصحة النفسية لدى طلبة جامعتي فلسطين التقنية والقدس المفتوحة من وجهة نظر الطلبة، مجلة البحوث التربوية والنفسية، ع46، ص 262-315.
- الدايم، ريهام، (2020). معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد-19)، مجلة البحوث الإعلامية، ع45، ص 2292-2352.
- دسوقي، سارة، (2020). اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع29، ص 97-129.
- الزعبي، عرين، (2020). تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية، مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي، ع11، ص 516-534.
- عاشور، وليد، (2020). تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا (كوفيد-19)، مجلة الدراسات الإعلامية، ع11، ص 535-551.
- عبده، منال، (2018). الإعلام الجديد وتأثيراته على الأسرة المعاصرة: الإيجابيات والسلبيات والحلول، مجلة كلية الآداب، ع46، ص 507-546.

عله، عيشة، (2020). دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19)، مجلة الدراسات الإعلامية، ع11، ص 496-534.

عمر، هاجر، (2020). استخدام الجمهور المصري للتلفزيون والفيديو للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع29، ص 467-513.

الفالح، راكان، (2020). دور وسائل الإعلام في مواجهة الشائعات لأزمة كورونا في المجتمع الأردني، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، ع5، ص 511-527.

إبراهيم، نجوى، المعالجة الإعلامية لأزمة مياه النيل بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو العلاقات المصرية الإفريقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمي، مصر.

أبو زيد، أحمد، (2014). الإعلام الجديد والدعاية الإلكترونية، ورقة عمل مقدمة إلى الندوة النقاشية التي نظمتها وحدة دراسات الرأي العام والإعلام في المركز الإقليمي للدراسات الإستراتيجية، القاهرة.

الأزرق، نرمين، (2008). حرية الصحافة في مصر: دراسة للعلاقة بين سياسات السلطة وممارسات الصحف المصرية في الفترة من 1995 حتى 2005، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

السيد، أماني، (2009). دور المكتبات العامة في تنمية الوعي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية: دراسة استكشافية مقارنة لبرامج المكتبات وأنشطتها في ضوء وباء الأنفلونزا، أعمال المؤتمر العشرين: نحو جيل جديد من نظم المعلومات والمتخصصين، رؤية مستقبلية، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.

عبد الله، شيماء، (2012). مستقبل التشريعات الصحفية في مصر خلال العقد القادم (2010-2020)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.

موسى، محمد، (2015). دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام: دراسة وصفية تحليلية على عينة من طلاب الجامعات السودانية في الفترة من 2012-2015، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.

¹ حمودة، أحمد، (2020). أزمة كورونا وكشف مشكلات الاعلام في فلسطين،

<https://nn.ps/news/Artical/2020/08/29/327414>، تاريخ الزيارة: 2020/11/29، الساعة: 11:12م.

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>، تاريخ الزيارة: 2020/11/27، الساعة: 6:36م.

أمين، إميل، (2020). مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان، www.omandaily.om، تاريخ الزيارة: 2020/11/25، الساعة: 9:35م.

- توفيق، عبد الحميد، (2020). الإعلام وكورونا.. تحفيز الوعي سبيل النجاة، <https://al-ain.com/article/media-and-corona-stimulating-awareness-escape>، تاريخ الزيارة: 2020/11/28، الساعة: 6:41م.
- حمودة، أحمد، (2020). الصحافة المتخصصة تغيب عن المشهد الإعلامي في زمن كورونا!، <https://nn.ps/news/Artical/2020/08/29/327414>، تاريخ الزيارة: 2020/11/29، الساعة: 11:12م.
- حمودة، أحمد، (2020). مستقبل الإعلام الفلسطيني بعد أزمة كورونا، <https://nn.ps/news/Artical/2020/08/29/327414>، تاريخ الزيارة: 2020/11/29، الساعة: 11:12م.
- الرياحي، محمد، (2020). دور وسائل الإعلام في مواجهة فيروس كورونا، العمق المغربي <https://al3omk.com/514581.html>، تاريخ الزيارة: 2020/11/25، الساعة: 9:35م.
- موسى، محمد، محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة، مركز الجزيرة للدراسات، متاح على <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4642>، تاريخ الزيارة: 2020/11/27، الساعة: 5:30م.
- موسى، محمد، محددات تغطية الفضائيات الإخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة، مركز الجزيرة للدراسات، متاح على <https://studies.aljazeera.net/ar/article/4642>، تاريخ الزيارة: 2020/11/27، الساعة: 5:30م.
- موقع منظمة الصحة العالمية، (2020).

“THE ROLE OF PALESTINIAN TV CHANNELS IN EDUCATING THE PUBLIC ABOUT THE DANGERS OF CORONA VIRUS AND WAYS TO PREVENT IT AND LIMIT ITS SPREAD”**Researcher:****Dr.Hanan Alakklouk**

School of Media and Communication

University of Palestine - Gaza

Abstract:

In this study, I dealt with the role of Palestinian TV channels in educating the public about the dangers of the Corona virus and ways to prevent it and limit its spread. The importance of the study lies in knowing the role of Palestinian TV channels in educating the public about the dangers of the Corona virus and ways to prevent it and limit its spread, in addition to the public's exposure and opinions about the directives and guidelines that are published about the Corona Virus (Covid-19) pandemic through Palestinian TV channels and their assessment of them. This study comes within the framework of descriptive research, and I used the survey method, which is the most appropriate and appropriate method due to the novelty of this topic, its large size and ambiguity, and it is considered helpful in collecting quantitative data related to the set of variables that the study seeks to describe their relationship to each other. The electronic questionnaire due to the circumstances imposed by the Corona virus pandemic, which was prepared on a random sample of (120) citizens from the governorates of the Gaza Strip. Where the results of the study showed that (55.8%) of the study sample members are “always” exposed to the news of the Corona Virus (Covid-19) pandemic through Palestinian TV channels, while (35.0%) of the study sample members are “sometimes” exposed to the news of the Corona Virus (Covid-19) pandemic. -19) Through Palestinian TV channels, of the study sample members are “rarely” exposed to the news of the Corona Virus (Covid-19) pandemic through Palestinian TV channels with a percentage of (9.2%). The results of the study showed that the role of Palestinian TV channels in educating the public about the dangers of the Corona virus and ways to prevent it and limit its spread from the point of view of the study sample came to a “significant” degree, as the arithmetic mean (16.5%) and the standard deviation (0.609%). The study recommended that Palestinian TV channels pay attention to the good follow-up of the Corona virus pandemic and tighten control over everything that raises controversial issues that affect the normal lifestyle, spread rumors about the numbers of injuries or deaths, or direct citizens to violate the directions of precautionary instructions in combating the dangers of the Corona virus and its effects on citizens.

KEY WORDS: CORONA VIRUS - TV CHANNELS - HEALTH MEDIA - PUBLIC AWARENESS